

Privatni nalozi na društvenim mrežama Neophodnost ili ne?

Kurs: Računarstvo i društvo
Prof. Sana Stojanović Đurđević
Matematički fakultet

Autor: Anđela Niketić

22. maj 2024.

Sažetak

Društvene mreže su postale neizostavan deo svakodnevnog života. U poslednje vreme se sve više govori o važnosti privatnih naloga na društvenim mrežama. Da li su oni zaista neophodni? Da li su korisni ili možda štetni? U ovom radu, analiziraćemo koncept privatnosti na internetu, kao i prednosti i mane privatnih profila na društvenim mrežama.

Sadržaj

1	Uvod	3
2	Istorija društvenih mreža	3
3	Privatnost i bezbednost na internetu	4
3.1	Privatnost na društvenim mrežama	5
4	Privatni profili	6
4.1	Šta su privatni i javni profili?	6
4.2	Koliko ljudi koristi privatne profile?	6
5	Prednosti i mane privatnih profila	8
5.1	Privatnost i poverenje	8
5.2	Povezivanje	8
5.3	Sigurnost i poverljivost	8
6	Zaključak	9
	Literatura	10

1 Uvod

Kroz svoje različite oblike, društvene mreže postale su neizostavan deo svakodnevnog života milijardi ljudi širom sveta, pružajući prostor za izražavanje, informisanje, zabavu i aktivizam. U ovom kontekstu, razumevanje fenomena društvenih mreža postaje ključno za sagledavanje modernog digitalnog društva i njegovih dinamičnih interakcija.

Društvene mreže predstavljaju ključni fenomen savremenog digitalnog doba, transformišući način na koji ljudi komuniciraju, povezuju se i dele informacije. Sa ekspanzijom interneta i razvojem tehnologije, društvene mreže postale su centralno mesto za interakciju, stvaranje zajednica i izražavanje identiteta u onlajn prostoru. Bez obzira da li se radi o popularnim platformama poput Facebook-a, X-a (Twitter-a), Instagram-a ili novijim mrežama specijalizovanim za određene interese, društvene mreže obuhvataju širok spektar funkcija i mogućnosti koje omogućavaju korisnicima da se povežu sa prijateljima, porodicom, kolegama i širom globalnom zajednicom.

Međutim, sa porastom zabrinutosti za privatnost i bezbednost na internetu, sve veći broj korisnika okreće se ka privatnim nalogima na društvenim mrežama. U ovom esejnom radu istražićemo kako se privatni profili uklapaju u širi kontekst društvenih mreža, analizirajući njihovu svrhu, uticaj i implikacije za korisnike i društvo u celini. Kroz ovu analizu, pokušaćemo da bolje razumemo dinamiku između privatnosti, kontrole i društvenog angažovanja u digitalnom okruženju društvenih mreža.

2 Istorija društvenih mreža

Godine 1994. kreiran je sajt Geocities, preteča današnjih društvenih mreža. Sajt je dozvoljavao korisnicima da kreiraju svoje veb-stranice, grupišući ih u skladu sa sadržajem. Nakon njega, AOL mesendžer i sajt SixDegrees su uneli novinu u svet društvenih mreža dodavanjem opcije slanja instant poruka.

Nedugo zatim, sajtovi Classmates, Hi5 i Friendzy su našli svoje mesto na internetu. Popularnost društvenih mreža je rasla sve više i više, a to je dovelo i do sledećeg velikog stupnja u razvoju ovog internet fenomena.

Prva moderna društvena mreža je bio Friendster. Veoma slično današnjem konceptu društvenih mreža, koristio je koncept „krugova” prijatelja i u roku od 3 meseca od svog nastanka imao je 3.000.000 korisnika. To znači da je od 1 u 120 korisnika interneta u tom trenutku imao profil na društvenoj mreži Friendster.

Iako je na internet istupio nakon svih (2004. godine), Facebook je

za samo 4 godine uspeo da osvoji svet i prevaziđe MySpace i Friendster kao najveća društvena mreža na svetu. Danas Facebook dominira u svetu društvenih mreža. Uspešnim akvizicijama (WhatsApp, Instagram, Oculus VR itd) ova kompanija zadržava svoje mesto u svetu društvenih mreža, šireći svoj uticaj na mobilne tehnologije i virtuelnu realnost.[istorija]

Društvene mreže koje trenutno dominiraju su: Instagram, Twitter/X, Facebook i TikTok. Twitter, osnovan 2006 godine, predstavlja društvenu mrežu u obliku mikro-blog alata koji omogućava korisnicima da čitaju i postavljaju mikro-tekstualne unose, tzv. tvitove (*eng. tweets*). Od 2009. godine, Twitter je zabeležio jak rast u popularnosti u svetu, te 2022. godine biva otkupljen od strane Elona Muska i preimenovan u X.

Instagram, osnovan 2010. godine, je društvena mreža čija je glavna svrha deljenje fotografija. Za kratko vreme, Instagram je stekao visoku popularnost te biva otkupljen od strane Facebook-a 2012. godine i to za iznos od milijardu dolara.

Iako je relativno mlada društvena mreža, TikTok, kao mreža za deljenje kratkih videa, se takođe ubraja u najpopularnije društvene mreže današnjice. Osnovan 2018. godine, TikTok trenutno beleži najbrži porast u popularnosti u odnosu na ostale platforme. U 2020. godini beleži manje od pola miliona korisnika, ostvaren je porast za 40,8% u 2021. godini, a od tada beleži stabilan porast od oko 10-15% korisnika godišnje.

3 Privatnost i bezbednost na internetu

Privatnost kao koncept je teško definisati zbog same širine i neodređenosti ovog pojma. Privatnost obuhvata zaštitu od ispitivanja i nedozvoljenih pretraga, kontrolu nad sopstvenim telom i privatnim informacijama, pa čak i pravo na slobodu mišljenja i govora. Ključni pojam u raspravama o tome šta je privatnost je koncept **pristupa**, bilo u kontekstu fizičke bliskosti nekoj osobi, bilo u kontekstu posedovanja znanja o toj osobi. Pristup podrazumeva da jedna osoba ima pravo da ograniči ili zabrani pristup sebi u najširem smislu te reči, dok sa druge strane, on takođe podrazumeva i pravo drugih da ostvare pristup određenoj osobi. Upravo se u ovom sukobu ogleda suština privatnosti. Taj sukob se najviše reflektuje u suprotstavljanju privatnog i javnog, kao i onoga što bi trebalo da bude privatno i javno. Sa jedne strane, svaki pojedinac ima pravo da ograniči informacije o sebi koje su deo javnog znanja, međutim, preveliko ograničenje pristupa može dovesti do zloupotrebe i do loših posledica po društvo.

Problem shvatanja privatnosti dodatno komplikuje i činjenica da

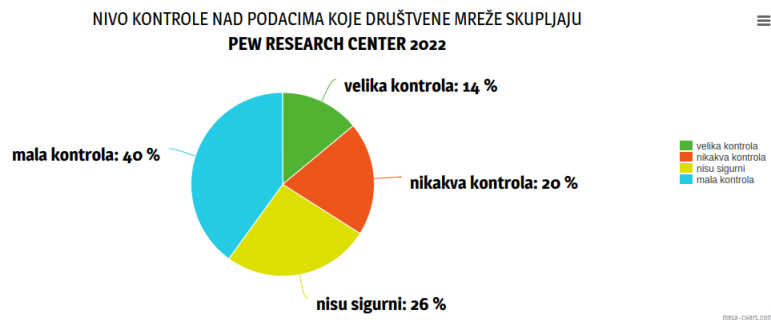
većinu vremena provodimo na internetu i društvenim mrežama, što donosi nove aspekte problemu privatnosti. Korišćenjem interneta za različite potrebe, svaka osoba ostavlja za sobom elektronski trag svojih aktivnosti, one dalje mogu i otkriti identitet pojedinca. Sa druge strane, ostavljanje privatnih podataka može imati i određene prednosti, poput personalizovanog sadržaja, poruka, popusta. Ovim je pojedinac suočen sa odlukom da li da propusti ove prednosti ali očuva privatnosti ili da ostavi svoje podatke na internetu koji kasnije mogu biti zloupotrebjeni.

3.1 Privatnost na društvenim mrežama

Deljenje privatnih informacija putem društvenih medija je uobičajeno u današnjem društvu i načinu života. Korisnici dele svoje privatne informacije, posebno prilikom registracije kako bi uopšte postali članovi društvenih mreža, ne uzimajući u obzir da se te informacije mogu zloupotребiti. Takođe, otkrivaju svoje privatne informacije putem redovnih ažuriranja i objava koje postavljaju na mreži. Kao rezultat toga, pojedincu se može lako ući u trag i manipulirati putem informacija koje dele na ovim veb lokacijama, što čini internet privatnost glavnim problemom.

Jedan od nedostataka društvenih medija je izlaganje privatnog života ljudi širom interneta, pa time i širom sveta. Danas je pitanje deljenja previše ličnih informacija postalo društveni standard, zaboravljajući da se te informacije mogu koristiti na različite načine, uključujući i uhođenje pa čak i krađu identiteta. Korisnici društvenih mreža moraju da preispitaju informacije koje dele na internetu kao i sa kim ih dele. Temeljna svest o pitanjima privatnosti na društvenim mrežama je od suštinskog značaja kako bi se korisnici ogradili i izbegli zloupotrebu informacija na internetu.

Na osnovu istraživanja **Pew Research centra** iz 2022. godine [pew2022], čak 95% ispitanika (uzrasta od 13 do 17 godina) izjavilo je da koriste društvene mreže, a više od trećine izjavljuje da ih koristi „skoro konstantno“. Isto istraživanje, pokazalo je i da 6 od 10 tinejdžera smatraju da imaju malo (40%) do nikakvu kontrolu (20%) nad ličnim podacima koje društvene mreže prikupljaju o njima. Dodatnih 26% čak nisu ni sigurni koliko kontrolu nad podacima uopšte imaju. Samo 14% tinejdžera smatra da ima veliku kontrolu nad svojim podacima. Na osnovu ovih istraživanja, zaključujemo se da je naša privatnost na internetu konstantno ugrožena. Osim toga, čini se da ljudi retko znaju u kojoj meri su njihove informacije dostupne svima.



Slika 1: Nivo kontrole nad podacima koju korisnici smatraju da imaju

4 Privatni profili

Mnoge društvene mreže danas nude različita podešavanja privatnosti, te se čini da je odluka o tome da li i u kojoj meri želi da podeli informacije o sebi ipak na korisniku. Istraživanja pokazuju da se sve više korisnika danas trudi da ograniči pristup svojim privatnim informacijama, a privatni profili im daju tu mogućnost.

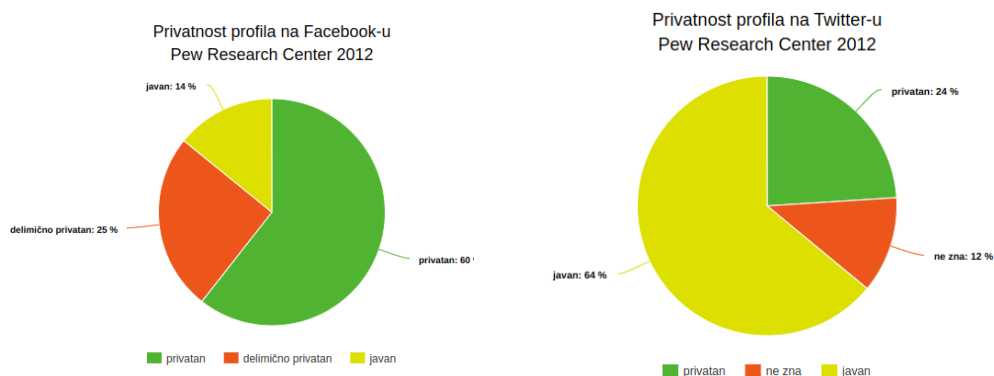
4.1 Šta su privatni i javni profili?

Privatni profili na društvenim mrežama predstavljaju korisničke naloge koji ograničavaju vidljivost i dostupnost sadržaja samo na određene korisnike ili grupu korisnika. Ovi profili omogućavaju korisnicima da kontrolišu ko može da pristupi njihovom profilu i sadržaju koji dele, što može obuhvatiti fotografije, objave, lične informacije i druge podatke.

Za razliku od **javnih profila** koji su dostupni i vidljivi svima na internetu, privatni profili zahtevaju od korisnika određene radnje kako bi pristupili korisničkom sadržaju, kao što su zahtevi za prijateljstvo, odobrenje pratilaca ili upotreba lozinki za pristup. Kroz korišćenje privatnih profila, korisnici mogu bolje kontrolisati svoju online prisutnost, štiteći privatnost svojih podataka i ograničavajući pristup svojim informacijama samo na odabrane osobe ili grupe. Ovi profili često pružaju osećaj sigurnosti i intimnosti korisnicima, omogućavajući im da se slobodnije izraze i komuniciraju unutar zaštićenog okruženja.

4.2 Koliko ljudi koristi privatne profile?

Istraživanja pokazuju da ljudi sve češće preduzimaju korake da ograniče pristup svojim privatnim informacijama. Više od polovine korisnika ima privatne profile na društvenim mrežama, od čega su većinski žene, što dalje ukazuje na to da su one više zabrinute za svoju



Slika 2: Privatnost profila na Facebook-u i Twitter-u

privatnost u odnosu na muškarce.

Uzimajući u obzir da su najaktivniji korisnici društvenih mreža mladi ljudi, većina istraživanja se fokusira upravo na njih. Na osnovu istraživanja *Pew Research centra* iz 2012. godine [pew2012], oko 60% ispitanih tinejdžera (uzrasta od 12 do 17 godina) koji koriste Facebook, kažu da je njihov profil podešen na **privatan** tako da samo njihovi prijatelji mogu da ga vide. S druge strane, 25% izjavljuje da ima **delimično privatan** profil tako da prijatelji njihovih prijatelja mogu da vide šta objavljuju. Dok 14% tinejdžera kaže da je njihov profil **potpuno javan**.

S druge strane, korisnici **Twitter-a** većinski biraju javne profile - 64% tinejdžera. Zabrinjavajuća statistika iz ovog istraživanja je ta da čak 12% tinejdžera ne znaju da li im je Twitter profil javan ili privatan.

5 Prednosti i mane privatnih profila

U prethodnim sekcijama, objasnili smo šta su privatni profili, kakve funkcije nam pružaju i koliko korisnika zapravo koristi ovu opciju. U ovom odeljku, detaljnije ćemo obraditi prednosti i mane imanja privatnog profila na društvenim mrežama.

5.1 Privatnost i poverenje

Jedan od glavnih razloga za korišćenje privatnih profila je **očuvanje privatnosti**. Smanjujemo rizik od zloupotrebe naših podataka, fotografija, izjava, time što *zaključamo* naš profil. Ovim putem, samo korisnici kojima mi dozvolimo pristup mogu da vide naše objave, ali da li smo onda u potpunosti sigurni da baš ti korisnici neće zloupotrebiti ovu privilegiju? Svodi se na poverenje, potrebno nam je poverenje kako bismo delili objave, ali što više delimo, imamo manje privatnosti. Odnos je paradoksalan. Skoro sve što radimo na društvenim mrežama se svodi na **poverenje**. Da li verujemo da će platforma zaštititi naše podatke? Verujemo li svemu što vidimo i pročitalo na internetu? Da li verujemo korisnicima koji vide naše objave? Prema istraživanjima [cyberology], korisnici privatnih profila generalno imaju viši nivo poverenja od korisnika javnih profila.

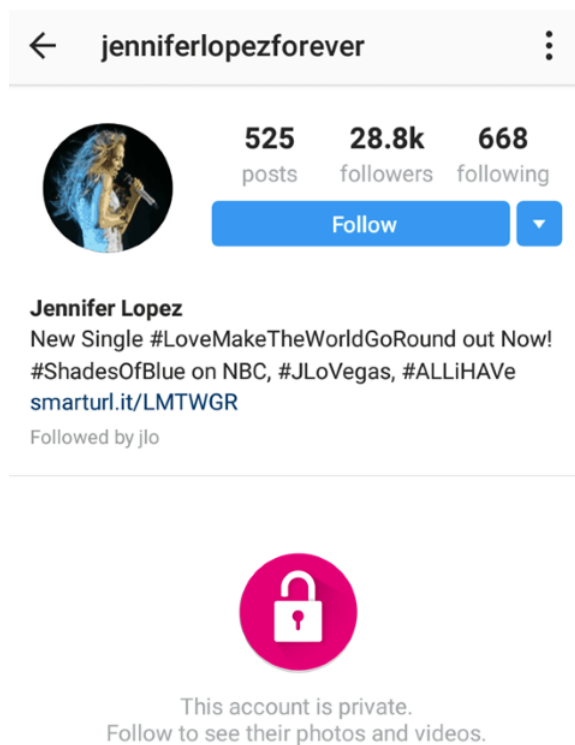
5.2 Povezivanje

Popularan razlog za odabir privanog profila je **povezivanje sa bliskim ljudima**. Neki korisnici jednostavno žele da budu u kontaktu, i dele objave samo sa bliskim prijateljima i porodicom. Veruju da ovim pristupom ojačavaju odnose sa najbližima. Sama sloboda izbora ko će nas pratiti daje samopouzdanje i poverenje. Izbegavaju se neželjene interakcije, poruke, lažni nalozi...

5.3 Sigurnost i poverljivost

Privatni nalozi ne garantuju sigurnost i poverljivost na internetu. Deljenje previše privatnih informacija može dovesti do neželjenih situacija. Iako privatni nalozi pružaju dosta načina za kontrolu protoka informacija, ne garantuju sigurnost na internetu. Čak i pri odabiru privatnih naloga, delimo neki deo naših informacija. Na Instagram profilima, iako su privatni, svima su vidljive informacije poput imena i kratke biografije kao i profilne slike. Ovako mala količina informacija može biti dovoljna zlonamernim posmatračima.

Našim informacijama ne pristupaju samo drugi korisnici, već i sama društvena mreža koju koristimo. Društvene mreže prate naše interak-



Slika 3: Izgled privatnog profila na Instagramu

cije kako bi nam preporučile što bolji sadržaj sa kojim bismo dalje interagovali, sve u cilju da nam povećaju vreme koje provodimo na toj platformi. Što više interagujemo, to se više informacija skuplja i više sadržaja nam se preporučuje. Ove informacije ne možemo kontrolisati u meri koju bismo voleli, možemo smanjiti vreme provedeno na mrežama, smanjiti interakcije, izbegavati društvene mreže celokupno, ali već smo naviknuti da konzumiramo sadržaj i interagujemo sa ljudima preko društvenih mreža jer su postale neizostavan deo svakodnevnog života.

6 Zaključak

Na početku, društvene mreže su bile isključivo korišćene za komunikaciju, a sada su postale sastavni deo naših života. Usled brzog razvoja interneta i društvenih mreža, teško je ispratiti rest i razvoj koncepta privatnosti na internetu i kontrolisati svoj elektronski otisak. Iako društvene mreže omogućavaju jednostavnu komunikaciju, umrežavanje i deljenje sadržaja, one takođe otvaraju vrata za potencijalne zloupotebe.

trebe poput krađe identiteta, praćenja i neovlašćenog korišćenja ličnih podataka. Stoga je od suštinske važnosti da korisnici budu svesni opasnosti i preduzmu korake kako bi zaštitili svoje privatne informacije. Proširenje znanja o internetu i društvenim mrežama i razumevanje kako one funkionišu ključno je za efikasno upravljanje privatnošću na internetu. Ovaj rad je istakao potrebu za postizanjem ravnoteže između deljenja informacija i očuvanja privatnosti, što omogućava korisnicima da sigurno i odgovorno koriste društvene mreže. Na kraju, cilj je osigurati da korisnici mogu uživati u prednostima digitalne komunikacije, a da pritom ostanu zaštićeni u oba sveta - i online i offline.

Literatura

- [1] [Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys, 2022](#)
- [2] [Teens, Social Media, and Privacy, 2012](#)
- [3] [Who is more trusting? People with a private or public profile? 2020, Carolyn Freeman](#)
- [4] [Advantages and disadvantages of private profiles on social networks, 2023, Guillem Recolons](#)
- [5] [Kratka istorija racunara, Tanasković Aleksandar](#)