

Upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama

Dasović, Dubravka

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:237088>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

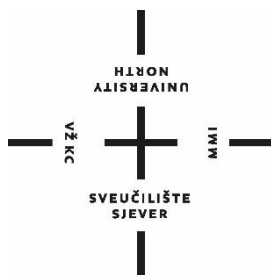


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



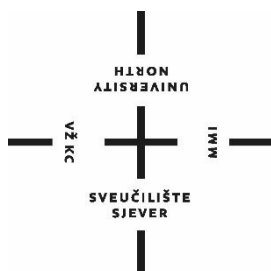
DIPLOMSKI RAD 76/OJ/2017

**UPRAVLJANJE INFORMACIJAMA I OSOBNIM
PODACIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Dubravka Dasović

Varaždin, veljača 2018.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Diplomski studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD br. 76/OJ/2017

**UPRAVLJANJE INFORMACIJAMA I OSOBNIM
PODACIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Student:

Dubravka Dasović, mat.br.0398/336 D

Mentor:

prof.dr.sc. Jadranka Lasić-Lazić

Varaždin, veljača 2018.

Prijava teme diplomskoga rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ:

76/OJ/2017
(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA	DUBRAVKA DASOVIĆ
MATIČNI BROJ	0398/336 D
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA	UPRAVLJANJE INFORMACIJAMA I OSOBNIM PODACIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA NA ENGLJSKOM JEZIKU	INFORMATION AND PERSONAL DATA MANAGEMENT ON SOCIAL NETWORKS
KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA	UPRAVLJANJE INFORMACIJAMA
MENTOR	prof.dr.sc. JADRANKA LASIĆ LAZIĆ
U VARAŽDINU, DANA	12. 10. 2017.
POTPIS MENTORA	 Dubravka Dasović

ZAHVALA

Željela bih se zahvaliti svima koji su izravno i neizravno pridonijeli stvaranju ovog diplomskog rada.

Prije svega hvala mojoj mentorici prof.dr.sc. Jadranki Lasić-Lazić na svim savjetima, sugestijama i susretljivosti tijekom izrade ovoga diplomskog rada.

Najljepša hvala prof.dr.sc. Ljubici Bakić-Tomić na pomoći, vodstvu, podršci i izuzetnoj suradnji tijekom izrade ovog diplomskog rada kao i tijekom cijelog studija.

Posebno se zahvaljujem svojim roditeljima i prijateljima na velikoj podršci i strpljenju tijekom cijelog studiranja.

Dubravka Dasović

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
SUMMARY	2
1. UVOD	3
1.1. Struktura rada	3
2. PODATAK, INFORMACIJA, ZNANJE	5
2.1. Podatak	6
2.2. Informacija	7
2.3. Znanje	9
3. DRUŠTVENE MREŽE I ZLOUPORABA INFORMACIJA	13
3.1. Povijest društvenih mreža	13
3.2. Značajke društvenih mreža.....	16
3.3. Facebook	19
3.4. Instagram.....	20
3.5. LinkedIn	21
3.6. Twitter	22
3.7.Zloupotreba informacija na društvenim mrežama.....	23
4. PRAVO NA OSOBNOST I PRAVNA ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA	28
4.1. Osobni podaci kao dio osobnosti i privatnosti	29
4.2. Pravna zaštita osobnih podataka	32
4.3. Pravna zaštita osobnih podataka u Republici Hrvatskoj	34
4.4. Europske regulative o zaštiti osobnih podataka	35
5. ISTRAŽIVANJE O UPRAVLJANJU INFORMACIJAMA I OSOBNIM PODACIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	38
5.1. Definiranje problema istraživanja	38
5.2. Definiranje	38
5.3. Cilj istraživanja	38
5.4. Vrsta istraživanja, izvori i metoda prikupljanja podataka.....	39
5.5. Koncept istraživačkog upitnika	39
5.6. Istraživačke varijable.....	40
5.7. Uzorak	40
5.8. Obuhvat i ograničenja	40
5.9. Istraživačka pitanja.....	41

5.10. Hipoteze	41
6. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I ANALIZA HIPOTEZA	43
6.1. Sociodemografski podaci	43
6.2. Ispitivanje stavova, znanja i ponašanja ispitanika vezana za korištenje društvenih mreža te dijeljenje informacija i podataka na društvenim mrežama	45
6.3. Ispitivanje stavova, ponašanja i znanja ispitanika vezana za zlouporabu osobnih podataka na društvenim mrežama	52
7. ZAKLJUČAK	58
8. LITERATURA.....	61
8.1. Internetski izvori	63
8.2. Slike.....	64
8.3. Grafovi	65
9. ANKETNI UPITNIK	66

SAŽETAK

U diplomskom radu pod nazivom „Upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama“ govori se o problemima s kojima se mogu suočiti korisnici društvenih mreža koji na njima objavljuju svoje osobne podatke i time ne vode brigu o njihovoj zaštiti. Zakonska regulativa u tom području jasno propisuje što su to osobni podaci i kako s njima postupati. Stoga, manjak znanja i olako davanje svojih osobnih podataka koji slobodno kolaju mrežnim prostorom zahtjeva edukaciju korisnika mrežnih servisa.

Društvene mreže su danas u upotrebi na svim razinama društva, a objavljivanje, razmjena informacija i nepromišljeno dijeljenje osobnih podataka postala je svakodnevica svakog korisnika društvenih mreža.

Zbog toga je ideja istraživanja na kojemu se rad i temelji bila saznati koliko je razumijevanje temeljnih pojmova a koji se odnose na osobne podatke, privatnost i zaštitu poznato i koliko su korisnici društvenih mreža upoznati s opasnostima koje tu „vrebaju“.

Ključne riječi: *upravljanje informacijama, osobni podaci, pravo osobnosti, privatnost, društvene mreže, zlouporaba podataka, zaštita osobnih podataka.*

SUMMARY

In graduate paper under the title "Information and personal data management on social networks" discusses the problems social network users can face while publishing their personal information where they actually don't take care of their protection. Legislation in this area clearly sets out what personal information is and how to deal with them. Therefore, the lack of knowledge and the easy provision of personal information that freely circulate the net space requires education of online service users.

Social networks are nowadays in use at all levels of society whereas information publishing and exchange, as well as an unintentional sharing of personal informations has become the everyday life of every social network user.

For the reason, the idea of research on which this paper is based was to explore and find out how well known the understanding of basic concepts related to personal data, privacy and protection is and how well social network users are aware of the dangers „lurking“ behind.

Key words: *information management, personal data, personality rights, privacy, social networks, data misuse, personal data protection.*

1. UVOD

Društvene mreže su danas svakodnevnicom svake osobe koja se služi internetom, računalom, mobitelom ili pametnim telefonom. Uz visoki postotak pristupa internetu, društvene mreže su, između ostalog, postale sve veći izvor informacija i podataka, kako onih informacija i podataka koje nikom ne štete i nemaju mogućnost zlouporabe, tako i informacija i podataka građana koji se mogu na razne načine zlouporabiti.

Korisnici često koriste društvene mreže radi vlastite samopromocije, kako bi stvorili sliku o sebi na način na koji žele biti primijećeni. Postoji mnogo načina da se objavi ono što se želi saznati, a pri čemu se objavljuju i podaci koji otkrivaju mnogo toga o privatnom i osobnom životu pojedinca. Takve objave osobnih podataka i informacija mogu dovesti do neželjenih posljedica o kojima korisnici društvenih mreža najčešće ne razmišljaju ili ne razmišljaju u dovoljnoj mjeri.

Osobne podatke, kao što su, OIB, osobna fotografija, broj telefona, adresa fizičke osobe, e-mail adresa, broj telefona, podaci o obrazovanju, o plaći, podaci o računima u banci, i kreditnom zaduženju, biometrijski podaci (otisak prsta, snimka šarenice oka), i sl., ne bi se smjeli otkrivati olako, a pogotovo ne na društvenim mrežama. Jednom objavljene informacije na društvenim mrežama gotovo zauvijek tamo ostaju. Zbog učestale krađe identiteta i zlouporabe povjerljivih osobnih podataka, društvene mreže su postale pravo malo leglo informatičkog kriminala.

1.1. Struktura rada

Ovaj rad je strukturiran u četiri cjeline u kojima se kroz teorijski dio dolazi do istraživanja i analize dobivenih rezultata na temu upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama.

U prvoj cjelini pojašnjeni su i interpretirani osnovni pojmovi kao što su informacija, podatak i znanje.

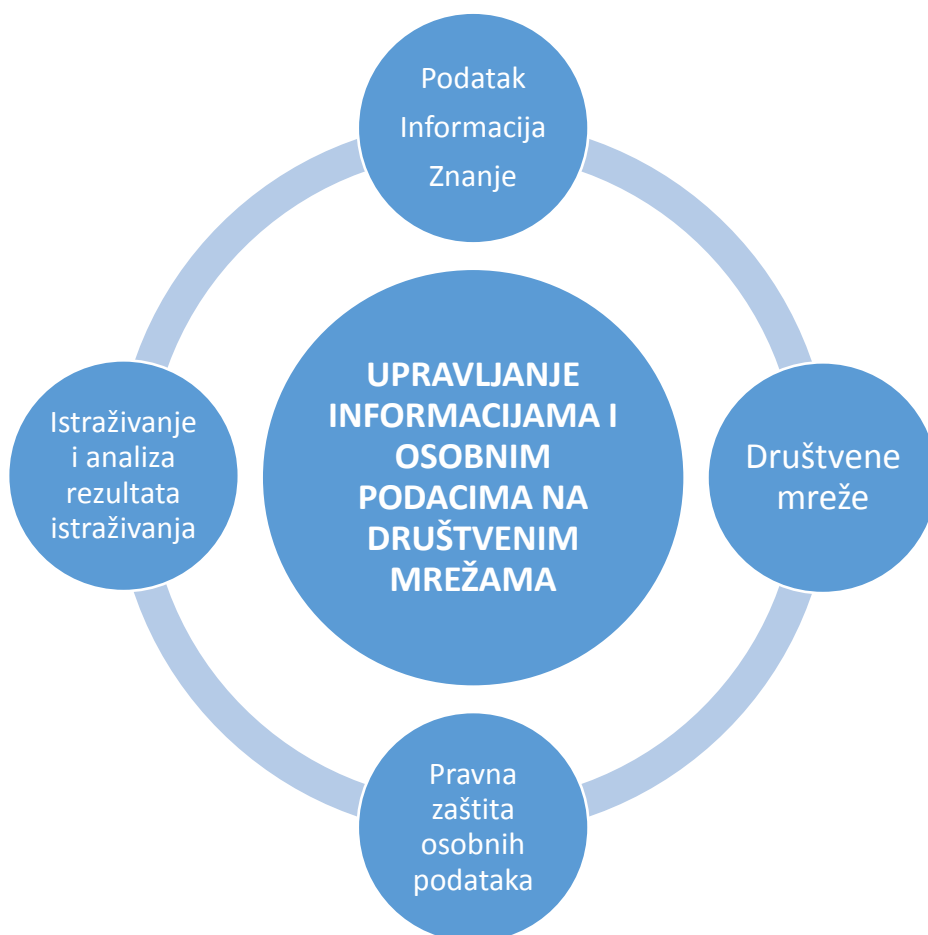
Druga cjelina odnosi se na društvene mreže, njihovu povijest, te je naveden sam fenomen društvenih mreža. Društvene mreže, koje su danas najpopularnije i na kojima se najviše dijele informacije i osobni podaci, Facebook, Instagram, LinkedIn i Twitter, navedene su i definirane pojedinačno. Zadnje poglavlje ove cjeline bavi se zlouporabom informacija na društvenim

mrežama, a u kojem su detaljno navedene opasnosti koje prijete u današnjem vremenu prilikom njihovog korištenja .

Treća cjelina bavi se osobnošću, osobnim podacima i pravnom zaštitom osobnih podataka. Što je to osobnost, koji su točno osobni podaci s kojima je potrebno oprezno i promišljeno raspolagati pojašnjeni su u prvom poglavlju. Sljedeća poglavlja bave se pravnom zaštitom osobnih podataka u Republici Hrvatskoj, te su navedene i Europske regulative o zaštiti osobnih podataka.

U četvrtoj cjelini prikazano je istraživanje i rezultati istraživanja u kojima je sadržana detaljna analiza i obrada podataka. Istraživanje je anonimno, te je obavljeno putem *online* ankete, u razdoblju od 6. 11. do 14. 11. 2017. godine, na uzroku od 147 ispitanika. Rad je zaokružen zaključkom u kojem su prikazane sve činjenice ovog diplomskog rada.

Na Slici 1 sažeto su prikazane su sve četiri cjeline ovoga rada.



Slika 1 Struktura diplomskog rada, Autor: Vlastiti rad

2. PODATAK, INFORMACIJA, ZNANJE

Prema Lasić-Lazić, u vrijeme koje nazivamo informacijskim, društvo je zatrpano podacima koji zahtijevaju brzu obradu i razvrstavanje da bi bili korišteni. Informacijsko vrijeme, u središtu svog interesa, ima informaciju/znanje, kao temeljne fenomene. Oni koji su u mogućnosti obraditi, razvrstati, stvoriti i posredovati informaciju postaju informacijski stručnjaci. Oni koji mogu iskoristiti podatak, informaciju i znanje postaju stručnjaci u svom području.¹

U drugoj polovici dvadesetog stoljeća, Dragičević navodi da započinje epohalni prijelaz iz starog industrijskog društva u novo postindustrijsko zajedništvo, iz društva zemlje, rada i kapitala u društvo informacija i znanja. Uglavnom se drži kako su njegove pedesete godine presudno povijesno raskrižje jer su se u tom desetljeću zbili najvažniji događaji koji su ubrzo transformirali tradicionalno klasno i kastinsko društvo u informacijsko zajedništvo.²

Prema Šimović i Ružić-Baf, postoji nekoliko valova tehnoloških promjena koje su temelj razvoja čovječanstva i suvremene civilizacije, počevši od agrarne revolucije temeljene na poljoprivredi, do industrijske revolucije, te današnji, koji nazivamo informacijsko-komunikacijski a temelji se na automatizaciji umnog i komunikacijskog djelovanja čovjeka i temelj je suvremene civilizacije. U današnjoj, informacijsko-komunikacijskoj eri, ili društvu znanja, informacija, podatak i znanje postaju temeljno sredstvo civilizacijske razmjene (djelovanja i komunikacije).³

U klasičnoj podjeli ljudskih djelatnosti, sektor koji se naziva *uslužni* izbija na prvo mjesto, a znanje i informacija postaju vodeća snaga razvoja.⁴

Informacija i znanje bile su u mnogim povijesno poznatim društvima od središnje važnosti. U svekolikoj povijesti znanje i informacije, kao i njihova tehnološka osnova, bili su tijesno povezani s političkom/vojnom vlasti, ekonomskim blagostanjem i kulturnom hegemonijom.

¹ Lasić-Lazić, J., (1996.), *Znanje o znanju*, Zavod za informacijske studije, Zagreb, str. 78

² Dragičević, D. (2015.) *Pravna informatika i pravo informacijskih tehnologija*, Narodne novine, Zagreb, str. 76

³ Šimović, V., Ružić-Baf, M., (2013.) *Suvremeni informacijski sustavi*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za odgojne i obrazovne znanosti, Pula, str. 13

⁴ Brezak, M., (1998.) *Pravo na osobnost : pravna zaštita osobnih podataka od zlouporabe*, Zagreb : Nakladni zavod Matice hrvatske, str. 25

Utoliko svaka privreda počiva na znanju, i sva su društva u biti informacijska društva, navodi Himanen.⁵

Slijedi pojašnjenje temeljnih pojmova kao što su podatak, informacija i znanje a koje su u međusobnoj korelaciji.

2.2. Podatak

Podatak je skup prepoznatljivih znakova, odnosno simbola zapisanih na nekom mediju, npr. papiru, filmu, magnetskom ili kojem drugom mediju. Pomoću podataka zapisujemo činjenice, pritom ne razmatramo ni njihovu interpretaciju ni njihov kontekst. Moderna informacijska tehnologija sposobna je većinu podataka zabilježiti u digitalnom obliku, pogodnom za automatiziranu obradu. Kako se podaci generiraju u digitalnom obliku, to silno umnožava njihovu količinu. Trend povećanja količine podataka nastavit će se i u budućnosti, što će dovoditi do preplavljenosti podacima (i informacijama), navodi Varga.⁶

Podaci se sastoje od skupa kvantitativnih parametara koji opisuju neku činjenicu ili zbivanje. Rajko također navodi da oni sami za sebe nemaju nikakvo značenje niti određuju svoju relativnu važnost, pa gomilanje podataka samo po sebi ne pridonosi razumijevanju fenomena na koji se oni odnose. Podaci su, međutim, podloga za kreiranje informacija.⁷

Prema Tuđman, podaci su glavni izvor znanja ne samo o prirodnoj već i o društvenoj stvarnosti. Čovjek se našao u nizu posredovanih društvenih odnosa koje nikada neposredno ne može iskusiti, a koje jedino putem podataka može „očitati“ i jedino posredstvom podataka može participirati u njima. Podaci nisu više supstitut stvarnosti, već oruđe pristupa i komunikacije; podatke ne determinira stvarnost, već simbolički sustav i simbolička vrijednost.⁸

⁵ Himanen, P., (2002.), *Hakerska etika i duh informacijskog doba*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str. 177-178

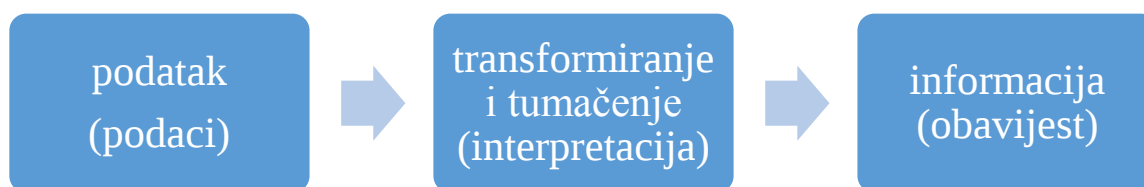
⁶ Varga, M., (2012.) *Upravljanje informacijama*, Element, Zagreb, str. 2-3

⁷ Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb, str. 11

⁸ Tuđman, M., (2003.) *Prikazalište znanja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 11-12

2.3. Informacija

Informacija ili obavijest nastaje tumačenjem, odnosno interpretacijom podataka i stavljanjem u kontekst značenja. Dakle, protumačeni podatak donosi informaciju. Kao što pokazuje Slika 2, podatke je katkad potrebno transformirati (selektirati, klasificirati, sortirati i agregirati ili na koji drugi način obraditi), a zatim protumačiti da bismo dobili informaciju. Informacija je dakle činjenica s određenim značenjem. Ona donosi novost, obavještava o nečemu, uklanja neizvjesnost i općenito služi kao podloga za odlučivanje. Temeljna je svrha informacije da pomogne pri donošenju odluke, jer bez kvalitetne informacije o predmetu odlučivanja malo je vjerojatno da se može donijeti dobra odluka.⁹



Slika 2 Transformiranje/interpretacija podataka u informacije, Izvor: Varga, M., (2003.), *Upravljanje podacima*, Element, Zagreb, str. 3

Informacija lat. (informare – dati oblik, oblikovati, predočiti) uputa, obavijest, obavještenje, saopćenje o toku radova ili o nečijoj djelatnosti; podatak o nečemu.¹⁰

Informacija kao društvena vrijednost se artikulira na različite načine. Najčešće se postulira da su informacije neophodne radi znanstvenog, tehnologijskog i ekonomskog rasta i razvoja, radi nacionalne sigurnosti, radi razvoja tehnologija, navodi Tuđman. O informaciji kao društvenoj vrijednosti u znanstvenoj literaturi nalazi se niz stavova poput sljedećih:

- informacije su dostatni uvjet za rješavanje problema;
- raspolagati informacijom znači riješiti problem (imati rješenje za problem);
- tko raspolaže informacijama, taj ima moć; informacije sadrže istinite činjenice;

⁹ Varga, M., (2012.) *Upravljanje informacijama*, Element, Zagreb, str. 3

¹⁰ Klaić., B., (2002.) *Rječnik stranih riječi, tuđice i posuđenice*, Nakladni zavod Matice hrvatske, str. 588

- zahvaljujući raspoloživim informacijama osigurava se ravnopravnost svih sudionika u odlučivanju i upravljanju;
- informacije su pretpostavke za ravnopravne i demokratske odnose.¹¹

Svaki podatak uparen s više njih daje određene informacije, tako i osobni podaci postaju najvrednija ruda današnjice.¹²

U procesu komuniciranja, Rajko navodi da je informacija sadržaj obavijesti, a promatrana statistički, kao pohranjena, informacija je znanje. Kada se podaci stave u kontekst te im se doda svrha, prerastaju u informaciju. Interpretacija i analiza informacija stvara praktična znanja.¹³

U informacijskom dobu širenje informacija online je mnogo brže, trajnije i šire nego širenje informacija na papiru i nema razloga misliti da neće trajati jednako dugo, ili dulje, od knjiga.¹⁴

Kvalitetna informacija sadržava određene karakteristike, a to su: točnost, potpunost, primjerenost (relevantnost) i pravovremenost:

- točnost – informacija je točna ako korektno opisuje stvarno stanje. Pristupamo li prvi put nekom izvoru informacija (npr. internetu ili informacijskom sustavu), poželjno je imati određenu dozu sumnje, dok se provjerom ponuđenih informacija ne uvjerimo da su one točne;
- potpunost – informacija je potpuna ako potpuno opisuje stvarno stanje i ako se opisu nema što dodati. Potpuna informacija je i objektivna informacija jer ne skriva nepovoljne činjenice. Potpunost informacija može se ustanoviti provjerom više izvora informacija;
- primjerenost (relevantnost) – informacija je primjerena (relevantna) ako odgovara kontekstu i osobi koja je prima;
- pravovremenost – informacija je pravovremena ako je dobivena na vrijeme.¹⁵

¹¹ Tuđman., M., (2014.), *Teorija informacijske znanosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, str. 60

¹² Časopis LIDER: *Budućnost medija*, 22. rujan 2017., str. 40

¹³ Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb str. 11

¹⁴ Levinson, P., (2001.), *Digitalni McLuhan, vodič za novo doba*, IZVORI, Zagreb, str. 166

¹⁵ Varga, M., (2012.) *Upravljanje informacijama*, Element, Zagreb, str. 5

Prema Maletić, zasićenost informacijama u „informacijskom društvu“, problem da svatko može komunicirati sa svakim, dodatno otežava usmjeravanje naše pozornosti. Kultura modernog vremena u potrazi je za odgovorom kako oblikovati mehanizme zaštite, a masovni mediji kako zadržati pozornost nad ponuđenim sadržajem. Posredovanjem masovnih medija broj primljenih poruka svakodnevno raste, internet je učinio dostupnim više informacija nego ikada do sada i s ostalim medijima masovne komunikacije stvara stanje opće zasićenosti porukama i potrebu da se utjecaj tih medija propitkuje na svim razinama društva. Društvene mreže uz promjene nastale digitalizacijom povećat će obujam informacija i, uz uredske dokumente, danas su nesumnjivo najveći generator novih informacija ¹⁶

2.4. Znanje

Postoje dvije vrste znanja.

Sami smo upoznati s predmetom ili znamo gdje možemo pronaći informacije o njemu.

Samuel Johnson

Maletić u svojoj knjizi *Informacija je ponovno „in“*, ističe kako je znanje kombinacija podataka i informacija, kojemu je dodano ekspertno mišljenje, vještina i iskustvo. Znanje određuje, tj. „zna“ kako koristiti informaciju. Znanje je također vrijedna „imovina“, nužna pri odlučivanju. Znanje može biti eksplicitno i kodificirano ako znamo kako ga opisati i zapisati, ali može biti i implicitno ili tiho, ako postoji samo „u glavama“ pojedinca i ako ga je teško formalizirati i komunicirati. ¹⁷

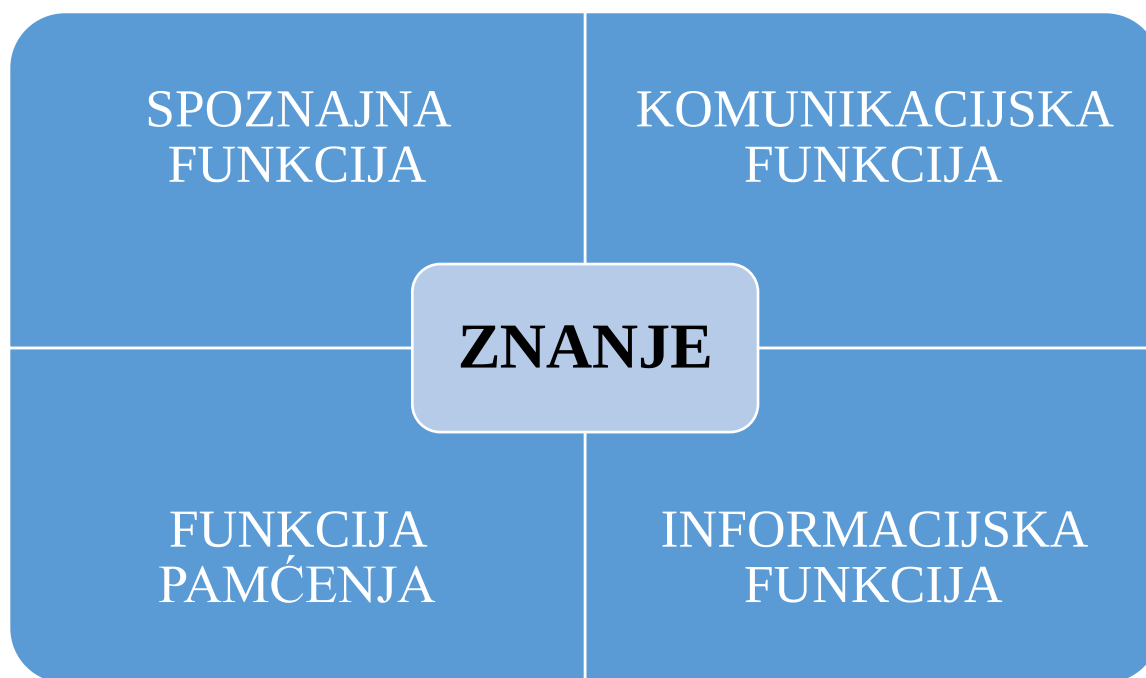
Prema Vican, povijesno se znanje sagledava kao društveni, gospodarski, etički i umjetnički napredak. U ovo mišljenje posumnjamo kada se sjetimo povijesnih kataklizmi, vremena ratova, „mračnog“ doba srednjeg vijeka, gladi, genocida, i dr., ali ostaje činjenica da ljudsko znanje kroz povijest raste, skuplja se, širi i mijenja. ¹⁸

¹⁶ Maletić, F., (2014.), *Informacija je ponovo „in“*, In medias res : časopis filozofije medija, Vol.3 No.5 Rujan, str. 719 -721

¹⁷ Panian Ž.; Ćurko, K.; Vukšić, Bosilj, V.; (2010.), *Poslovni informacijski sustavi*, Element, Zagreb str. 14

¹⁸ Vican, D.: *Znanje vrijedno znanja – znanje vrijedno poučavanja*, Pedagogijska istraživanja, Vol.4 No.2 prosinac 2007., str. 232

Na slici 3 je znanje prikazano kroz spoznajnu funkciju, funkciju pamćenja, komunikacijsku i informacijsku funkciju, kao temeljne odrednice mišljenja koje usmjeruju misli prema nekom cilju i rješenju problema.



Slika 3 Prikaz znanja, Izvor: Lasić-Lazić, J., (1996.), *Znanje o znanju*, Zavod za informacijske studije, Zagreb, str. 76

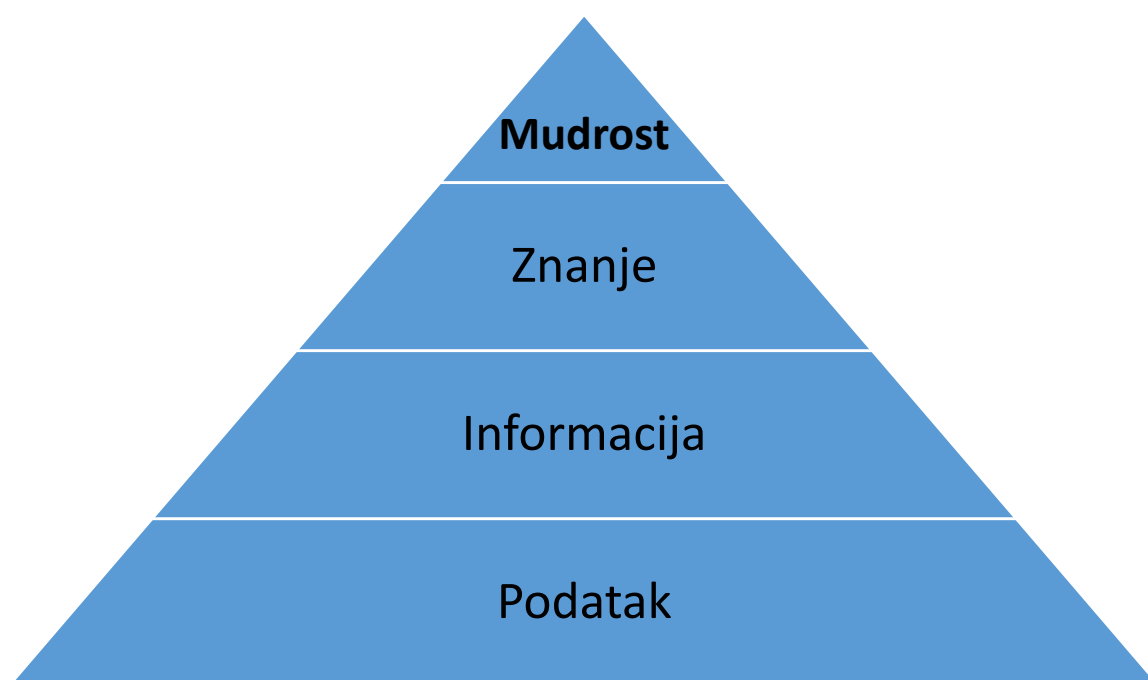
Znanje kao simbolički proizvod razvija se kao cjelina, a pojedine funkcije što konstituiraju znanje neraskidivo su uzajamno povezane. Znanje kao simbolički proizvod, kako je prikazano na Slici 3, određuju sljedeće funkcije:

- spoznajna – spoznajna funkcija pretpostavlja djelatnost imenovanja i poimanja predmeta;
- komunikacijska – komunikacijska funkcija pretpostavlja djelatnost prikaza, diseminacije i distribucije zapisa;
- informacijska – informacijska funkcija pretpostavlja djelatnost pretraživanja i organizacije zapisa;

- funkcija pamćenja – funkcija pamćenja pretpostavlja djelatnost pohranjivanja, akumulacije i zaštite zapisa.¹⁹

Znanje je, u najširem smislu, ukupnost spoznaja i iskustava koja su stečena a mogu poslužiti ljudima u aktivnosti za osiguranje opstanka, navodi Rajko.²⁰

Na Slici 4, prikazana je piramida na kojoj se na samom dnu skupljaju podaci. Iznad podataka nalaze se informacije koje se stvaraju iz podataka, te nastaje krošnja znanja. Na samom vrhu se nalazi mudrost, odnosno prosvjetljenje.



Slika 4 Piramida – podatak, informacija, znanje, mudrost. Izvor: Bosančić, B., *Problem stjecanja znanja kao problem informacijskih znanosti*, Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova, Vol.9 No.1 Srpanj 2016.

Kako je to već Lasić-Lazić u knjizi *Znanje o znanju* navela, podaci su jednostavni simboli i činjenice, informacije su procesuirani podaci, a znanje procesuirana i potvrđena informacija u

¹⁹ Tuđman, M., (2003.) *Prikazalište znanja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 14

²⁰ Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb, str. 12

umu pojedinca, potvrđuje Bosančić. S informacijom se u najužu vezu dovode termini komunikacije, poruke i značenja. Kad se informacija procesira u glavi pojedinca, ona postaje znanje. Mudrost bi bilo znanje koje prelazi granice područja, znanje s epitetom univerzalnosti.²¹

U suvremenim uvjetima, osobito globalizacijskim, inovacije i novostvoreno znanje kao rezultat istraživanja postaje ne samo temelj razvoja već i ključni čimbenik društva, navodi Jakovac. Povećanje ulaganja u stvaranje novog znanja na svim znanstvenim područjima i pretvaranje tog znanja u svekoliki razvoj nužno je ne samo za stvaranje društva temeljenog na znanju već i za poboljšanje nacionalne konkurentnosti, kvalitete života pojedinca i društva, smanjivanje nesklada na tržištu rada, stvaranje socijalne pravičnosti i povezanosti svih skupina društva. U današnjem okruženju globalnoga tržišnog gospodarstva moguć je napredak samo onog gospodarstva koje vrednuje znanje i inovacije te ulaže odgovarajuća sredstva u inovativnost, istraživanje i razvoj.²²

Zaključuje se kako bez znanja nije moguće „vladati“ niti jednim područjem ljudske djelatnosti. U poslovnom okruženju organizacije nastoje upravljati znanjem utvrđujući načine korištenja i promoviranja znanja u poslovanju.

Osoba koja, dakle, ima određeno znanje, je osoba s kojom se može manje manipulirati. Stoga je važno konstantno se educirati. U prilog tomu ide izreka: „Znanje je moć, znanje je naše najveće blago“.

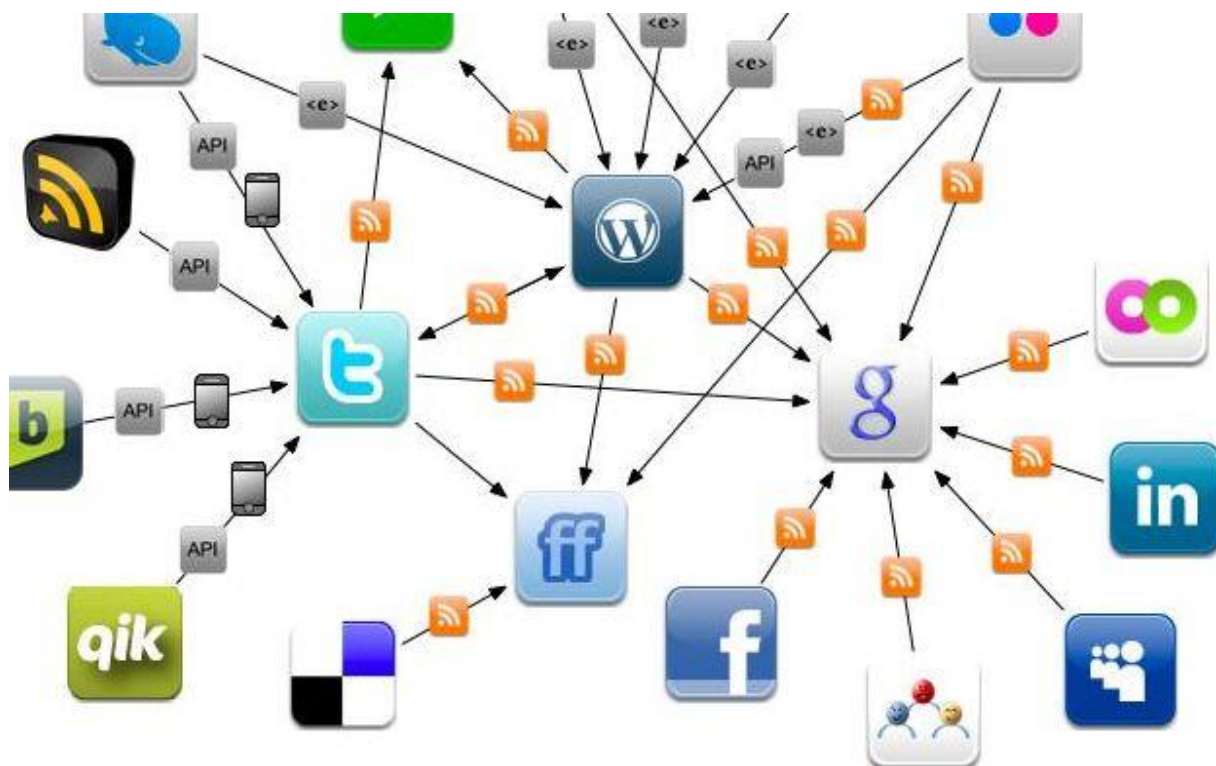
Kada se kaže znanje je moć tada se misli na to da nas određuje naše znanje. Znanje je onoliko bogato koliko ga se može stjecati, a ono ga se može stjecati na razne načine, od čitanja knjiga, stručnih ili znanstvenih radova, komunikacijom sa stručnjacima u određenom području, iz raznih medija, itd. Kaže se da su knjige naši tihi učitelji.

Je li znanje moć potvrđuje i činjenica da je znanje oduvijek bilo jedan od osnovnih instrumenata razvoja društvenih zajednica i uspješnih nacionalnih gospodarstava.

²¹ Bosančić, B., (2016.), *Problem stjecanja znanja kao problem informacijskih znanosti*, Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova, Vol.9 No.1 Srpanj, str. 47

²² Jakovac, P.: *Znanje kao ekonomski resurs: osvrt na ulogu i značaj znanja te intelektualnog kapitala u novoj ekonomiji znanja*, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Tranzicija, Vol14 No.29 rujan 2012., str. 9

3. DRUŠTVENE MREŽE I ZLOUPORABA INFORMACIJA



Slika 5 Društvene mreže

Kako su točno započele društvene mreže koje su danas komunikacijski fenomen, najvažnija obilježja najpopularnijih društvenih mreža današnjice, Facebook, Instagram, LinkedIn i Twitter, te koje su potencijalne opasnosti koje vrebaju na njima, utvrdit će se u sljedećem tekstu ovoga rada.

3.1. Povijest društvenih mreža

Od prvog trenutka kada je izmišljeno moderno računalo, znanstvenici su shvaćali da se njegov puni potencijal može iskoristiti jedino ako je ono umreženo i povezano s drugim računalima, odnosno znanstvenicima. Dvije glave uvijek su pametnije od jedne, pa je mogućnost razmjene podataka i komunikacije sa suradnicima u drugim gradovima bila prilika koja se morala iskoristiti. Tako je 1968. godine u eseju „Računalo kao komunikacijsko sredstvo“ napisano:

Kakve će interaktivne online zajednice biti? Na većini područja činit će ih zemljopisno razdvojeni članovi, koji će katkad biti okupljeni u malenim skupinama, a katkad djelovati samostalno. To neće biti zajednice sa zajedničkom lokacijom, već zajedničkim interesima.²³

Društvene mreže ne postoje dugo, nisu počele ni s Twitterom niti s Facebookom.

Ako se vratimo 7 godina prije Facebooka, točnije u 1997. godinu, tada možemo govoriti o početku društvenih mreža i spajanju ljudi putem interneta na jedan nov i moderan način. Ne uzimajući u obzir neke web stranice koje su imale sličan koncept, ali nisu zaživjele.²⁴

Upravo je 1997. godine jedan novi *web site* iz New Yorka, www.sixdegrees.com, pokrenuo revolucionaran servis koji se temeljio na stvarnim imenima. Dvije sociologinje interneta, Danah Boyd i Nicole Ellison, definirale su u svom radu iz 2007. godine bitna obilježja prave društvene mreže: servis na kojemu korisnici mogu „izraditi javni ili polujavni profil“, „artikulirati popis drugih korisnika s kojima su povezani“, te „pregledavati svoj popis veza, kao i popise koje su stvorili drugi članovi sustava“. Sami određujete svoje stajalište unutar složene mreže odnosa, i vaš vas profil smješta u kontekst tih odnosa, obično kako biste otkrili zajedničke interese ili veze. Servis [sixdegrees.com](http://www.sixdegrees.com) bio je prvi internetski projekt koji je pokušao identificirati i umrežiti skup odnosa između stvarnih ljudi koji se koriste stvarnim imenima. Njegov naziv aludira na pretpostavku da se bilo koje dvije osobe na svijetu može povezati putem lanca odnosa koji počinje s vašim neposrednim prijateljima, nastavljajući s idućim „stupnjem“ (*degree*) – prijateljima vaših prijatelja, i tako do šestog „stupnja“.²⁵ Korisnicima ove mreže je bilo omogućeno stvaranje korisničkih profila, stvaranje liste prijatelja te godinu dana kasnije (1998.) i mogućnost pretraživanja lista drugih korisnika. Sve ove mogućnosti su postojale i ranije, međutim, Six Degrees je objedinio sve navedene mogućnosti u jednu cjelinu. Six Degrees je zamišljen kao virtualno mjesto u kojem korisnici mogu izmjenjivati poruke ili komunicirati s drugim korisnicima.²⁶

Nadalje, u razdoblju od 1997. do 2001. godine nastalo je još nekoliko društvenih web-stranica, koje su nudile razne kombinacije profila i javnih lista prijatelja. AsianAvenue, BlackPlanet i MiGente su društvene mreže koje su bile usmjerene na određenu etničku skupinu ljudi, a

²³ <http://www.inpublic.hr/kratka-povijest-drustvenih-mreza-1-dio/> Datum pristupanja 30. 10. 2017.

²⁴ <http://ekonomskiportal.com/povijest-drustvenih-mreza-infografika/> Datum pristupanja 30.10. 2017.

²⁵ Kirkpatrick, D., (2012.), *Facebook efekt: [istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta]*, Lumen izdavaštvo, Zagreb, str. 79

²⁶ <http://mhanzev.weebly.com/razvoj-druscarontvenih-mre382a.html> Datum pristupanja 31.10.2017.

omogućavale su svojim korisnicima stvaranje osobnih, poslovnih, ili pak profila za upoznavanje osoba. Kod dodavanja prijatelja nije bilo potrebe za njihovom potvrdom prijateljstva. Jednosmjerno povezivanje i komunikaciju među korisnicima pružao je i LiveJournal. Korisnici su označili određenu osobu kao prijatelja kako bi nakon toga mogli pratiti njegove aktivnosti i objave, npr. pisanje bloga ili dnevnika.

Društvene mreže su, počevši od skromnih početaka sa SixDegrees.com društvenom mrežom, pa sve do Friendster, MySpace, Facebook, Twitter i svih onih koji su se između navedenih pojavljivale i nestajale s globalne komunikacijske scene i društvenog prostora, postale globalni komunikacijski fenomen. Iako s tolikom izloženosti, još uvijek dolazi do zabune u smislu koje se mreže mogu smatrati društvenim u moru web stranica koje su danas preplavile internet globalnu komunikacijsku mrežu. No, ono što se zasigurno može konstatirati je da društvene mreže, egzistiraju već dugi niz godina na internet komunikacijskom prostoru i da okupljaju ogroman broj ljudi u komunikaciji na određenim interesnim temama.²⁷

Na svijetu postoji preko 100 web stranica koje se svrstavaju u društvene web stranice, odnosno mreže i koje pokušavaju s nekim novim stvarima privući korisnike. Nažalost, malo je takvih neuspješnih stranica. Primjera neuspješnih ima mnogo: Academia.edu, Badoo, Buzznet, CafeMom, Classmates.com, Faces.com, GovLoop, Hotlist, Kiwibox, LibraryThing, MyLife, MySpace, Netlog, Qapacity, Tagged, Wasabi.²⁸ Navedene društvene mreže nisu uspjele dobiti popularnost korisnika niti se održati u svijetu aktualnih društvenih mreža današnjice.

Sljedeći val razvoja društvenih mreža započeo je 2001. godine objavljivanjem stranice Ryze.com, koja je služila kao pomoć ljudima u proširenju i boljem povezivanju njihovih poslovnih mreža. Osnivač Adrian Scott stranicu je prvo predstavio svojim prijateljima, prvenstveno članovima poslovne i tehnološke zajednice u San Franciscu, od kojih su mnogi kasnije postali osnivači i ulagači u buduće društvene mreže.²⁹

²⁷ Grbavac J., Grbavac V., (2014) *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*, Media, culture and public relations, 5, 2, str. 206

²⁸ <http://ekonomskiportal.com/povijest-drustvenih-mreza-infografika/> Datum pristupanja 22.10. 2017.

²⁹ Grbavac J., Grbavac V., (2014.), *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*, Media, culture and public relations, 5, 2, str. 211

Društvene mreže koje su se održale od samih početaka te zaslužuju status najpopularnijih društvenih mreža današnjice su svakako Facebook, Twitter, LinkedIn, i novija aplikacija Instagram.

3.2. Značajke društvenih mreža

Društvene mreže (engl. Social Networks) su globalni komunikacijski fenomen te su postale dio svakodnevnog kako privatnog tako i poslovnog života.

Prema Milardović, pod pojmom društvena mreža misli se na određenu društvenu komunikacijsku strukturu s mnoštvom komunikacijskih aktera koji uspostavljaju različite vidove osobnih, prijateljskih, poslovnih, seksualnih, i dokoličarskih interakcija radi zadovoljenja svojih unutarnjih potreba i interesa. Jednostavnost pristupa društvenim mrežama temelji se na relativno jeftinoj tehnologiji, brzini pristupa i umrežavanja. Bit je svih komunikacija u različitim društvenim mrežama u brzini komuniciranja bez obzira na prostornu udaljenost. Društvene mreže zapravo ukidaju komunikaciju licem u lice te se temelje na impersonalnoj komunikaciji i novoj tehničkoj virtualnosti.³⁰

Prema Grbavac i Grbavac, društvenu mrežu, u principu možemo definirati kao uslugu zasnovanu na webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil i u okviru ograničenog sustava, artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava.³¹

Osmanbegović navodi kako su usluge društvenih mreža fokusirane na povezivanje korisnika, te izgradnju online društvenih sadržaja za zajednice ljudi koji dijele iste interese. Na internetu je danas moguće pronaći više desetaka različitih društvenih mreža koje nude razne načine međusobne komunikacije i interakcije korisnika. Nivo međusobne komunikacije i interakcije zavisi od količine osobnih podataka koje korisnik otkrije.³²

³⁰ Milardović, A., (2010.), *Globalno selo : sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centra za politološka istraživanja, Zagreb, str. 101

³¹ Grbavac J., Grbavac V., (2014.), *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*, Media, culture and public relations, 5, 2, str. 206-208

³² Osmanbegović, E., (2001.), *Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine*, Godina XII – Tuzla-Travnik-Zagreb-Beograd-Bukurešt, br. 28., str. 2

Prema Osmanbegović, kada se postavi pitanje gdje je granica privatnog i javnog života na društvenim mrežama u tom slučaju društvene mreže pomiču granice razumijevanja privatnog informacijskog prostora pojedinca. Osobni podaci korisnika društvenih mreža postaju globalno dostupni u opsegu kao nikada do sada, te su većinom objavljeni na inicijativu samih korisnika.³³

Društvene mreže uključuju jednostavnu komunikaciju, suradnju na daljinu, nalaženje informacija i dohvata tih informacija, a samim time predstavljaju temeljnu tehnologiju za razvoj informacijskog društva odnosno društva znanja.³⁴

Prema Žlof, Herljević i Hadžić, društvene mreže su veoma korisne, jer spajaju ljude, osobito kad se komunikacijski premošćuju velike udaljenosti i kad se dijele isti stavovi i vrijednosti te nastaju nove ideje, ali istodobno i otuđuju ljude, jer umjesto komunikacije licem u lice potiču virtualnu komunikaciju i osamljivanje. Ispitanici se nisu složili oko toga je li utjecaj društvenih mreža minimalan ili precijenjen. Kao nedostatke istaknuli su i nepostojanje zakonskog okvira za komunikaciju na društvenim mrežama. Većina ispitanika smatra da su društvene mreže više korisne nego štetne.³⁵

U najširem smislu društvene mreže nam koriste kao mogući izvor informacija, zatim, da dođemo do vlastitih čitatelja te da dodatno plasiramo vlastite tekstove.³⁶

Bilo koji podatak stavljen na društvene mreže ostat će zauvijek dostupan i spreman za dijeljenje. Blog u kojem autor izlaže svoje najintimnije misli i osjećaje ili fotografija s burnog ljetovanja postavljena na Facebook-u trajno je svjedočanstvo o specifičnom trenutku u životu pojedinca.³⁷

Prema Klarić, razvoj suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, dovodi do pojave čitavog niza problema vezanih uz osiguranje zaštite osobnih podataka. Razvoj interneta, različitih informacijskih kanala poput YouTube-a, pojava virtualnih društvenih mreža poput Facebooka i Twittera, nagli razvoj *on-line* trgovine kao i razvoj sve novijih tehnologija koje

³³ Osmanbegović, E., (2001.), *Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine*, Godina XII – Tuzla-Travnik-Zagreb-Beograd-Bukurešt, br. 28., str. 3

³⁴ Čerić, V. i Varga, M. (urednici) (2004): *Informacijska tehnologija u poslovanju*, Element, Zagreb, str. 283-284

³⁵ Žlof, K, Herljević, Z., Hadžić, S.: *Predodžbe novinara o važnosti društvenih mreža u proizvodnji medijskih sadržaja*, Media, culture and public relations, 5, 2014, 1, str. 27

³⁶ Ibid., str. 20

³⁷ Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 75

duboko zadiru u privatnost pojedinaca, dovodi do posve nove razine potreba u razvoju regulatornog okvira koji uređuje korištenje osobnih podataka.³⁸

Internet je globalna računalna mreža koja povezuje velik broj računala i računalnih mreža, a karakterizira ga veliki broj korisnika i usluga. Društvene mreže pojavljuju se na internetskim servisima, a glavna svrha im je povezivanje korisnika diljem cijelog svijeta. Na društvenim mrežama korisnici mogu izraditi javne ili privatne profile, popunjavaju profile sa sadržajima i raznim informacijama, komuniciraju s ljudima unutar mrežnog sustava te pregledavaju profile s ljudima s kojima su međusobno povezani.

Može se zaključiti da su društvene mreže u današnjem svijetu postale jeftino sredstvo preko kojega se informacije šire nevjerojatnom brzinom i lakoćom. Na društvene mreže se dolazi zbog zbližavanja, povezivanja i stvaranja prijateljstava s novim ljudima.

Ipak, društvene mreže često znaju biti poprilično nezahvalne i nepouzdana kada je potrebno utvrditi i osloniti se na nečiji stvaran identitet s obzirom na činjenicu da su krađe identiteta i lažna predstavljanja česta pojava, a etičnost je podložna raznim tumačenjima.

Slijedi pregled četiri najpopularnije društvene mreže, Facebook, Instagram i LinkedIn i Twitter, u kojima korisnici ostavljaju najviše svojih informacija i osobnih podataka, a koje nerijetko znaju biti zlouporabljene na razne načine.

³⁸ Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4, str. 976

3.3. Facebook



Slika 6 Službeni logo društvene mreže Facebook

Društvena mreža Facebook je besplatni *online* servis koji nam omogućava povezivanje s raznim profilima ljudi iz naše lokalne i globalne sfere. Povezivanje ljudi iz vlastite svakodnevice vodi k online druženju i zbližavanju, dijeljenju, odnosno *shranju* informacija i podataka iz svakodnevnog te privatnog života.

Kušić u svojoj knjizi navodi da u komunikaciji na online društvenim mrežama, a što se potom prenosi na svakodnevnu komunikaciju u stvarnom svijetu, počinju se upotrebljavati nove riječi (npr. "lajkanje", "bockanje"...), osmišljavaju se kratice za često korištene riječi kako bi se ubrzalo pisanje i komuniciranje te se sve više koriste riječi iz engleskoga jezika.³⁹

Facebook je nastao 2004. godine. Priča o Facebook-u počinje na sveučilištu na Harvardu tako što je harvardski student i programer Mark Zuckerberg je sa svojim cimerima pokrenuo društvenu mrežu namijenjenu studentima njegovog sveučilišta, te su tako mogli razmjenjivati informacije i međusobno komunicirati.

Zuckerberg je Facebook namjerno osmislio tako da „Imate jedan identitet“, tu je izjavu argumentirao govoreći: „Kada biste imali dva identiteta, to bi bio primjer nedostatka osobnog integriteta. Razina transparentnosti koja danas vlada svijetom ne omogućuje da jedan osoba ima dva identiteta“. Drugim riječima, čak i kada biste osobne informacije željeli odijeliti od

³⁹ Kušić, S., (12/2010.), *Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije*, Život i škola, Vol.LVI No. 24, str. 107

profesionalnih informacija, to ne biste mogli s obzirom na to da se informacije o vama šire internetom.⁴⁰

Istraživanja pokazuju da čak dvadeset najposjećenijih hrvatskih internetskih stranica ukupno imaju manju posjećenost od Facebooka. Putem te društvene mreže dogovaraju se sastanci, proslave rođendana, organiziraju prosvjedi – stoga možemo zaključiti da je ona prisutna u gotovo svakom društvenom segmentu.⁴¹

Zuckerbeg je imao viziju o transparentnom svijetu, ostvariti otvoreniji svijet koji dijeli više informacija o sebi. No taj koncept je za većinu ljudi bio stran te je nailazio na prigovore u vezi sa zaštitom privatnosti o kojoj će biti više riječi u trećoj cjelini ovoga rada.

3.4. Instagram



Slika 7 Službeni logo društvene mreže Instagram

Instagram je popularna besplatna aplikacija za obradu i dijeljenje fotografija putem mobilnih telefona (iPhone, Android, Windows Phone) na društvenim mrežama uključujući Facebook, Twitter, Flickr, itd.

⁴⁰ Kirkpatrick, D., (2012.), *Facebook efekt: [istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta]*, Lumen izdavaštvo, Zagreb, str. 219

⁴¹ Demeterffy, Lančić, R : *Novi mediji i odnosi s javnošću, izlaganje sa znanstvenog skupa* / UDK 316.774:004, 004.738.5:659.4 / PRIMLJENO: 31.08.2010., str 161

Pokrenut je na iOS uređajima u listopadu 2010. godine. Program može primijeniti različite filtere na snimljenim fotografijama pomoću kamera ugrađenih u pametne telefone. Dodatno se fotografije mogu dijeliti s prijateljima, registriranim na Instagramu.⁴²

3.5. LinkedIn



Slika 8 Službeni logo društvene mreže LinkedIn

LinkedIn je najveća i najpopularnija poslovna društvena mreža na svijetu s preko 290 milijuna aktivnih korisnika, koja od nastanka 2003. godine do danas bilježi konstantni rast. Kada se otvara osobni profil, ispunjava se što više podataka: gdje i što radite, koja iskustva imate, na kojim ste projektima radili, životopis i slično.⁴³

Korisnici na LinkedIn-u u svojim profilima navode stručna znanja i industriju u kojoj rade, učlanjuju se u grupe koje se bave specijaliziranim temama i prate najnovije vijesti o određenima tvrtkama ili organizacijama prateći njihove korporativne profile.

Registrirajući se na LinkedIn-u polagano se gradi mreža kontakata koji lako mogu dovesti do velikih kompanija, do poslovnih mogućnosti, mogućnosti zapošljavanja, preporuka od strane nekoga tko je u njihovim kontaktima na mreži. Isto tako, poslodavci mogu nuditi poslove i tražiti potencijalne kandidate.

LinkedIn je, dakle, društvena mreža koja povezuje poslovne ljude te tako povećava šansu za pronalaženje potencijalnog poslovnog partnera, a samim time su objave na LinkedIn-u bogate informacijama i osobnim podacima građana.

⁴² <https://hr.wikipedia.org/wiki/Instagram>, Datum pristupanja 24.10.2017.

⁴³ Danijel Levatić : <https://www.linkedin.com/pulse/20140811072131-23581580--cro-za%C5%A1to-je-linkedin-izuzetno-va%C5%BEan-za-va%C5%A1e-poslovanje-ili-pronala%C5%BEenje-posla> Datum pristupanja 24.10.2017.

Kako je LinkedIn uglavnom poslovna društvena mreža, svi podaci koji se tamo plasiraju i objavljuju mogu dovesti do krizne situacije.

Situacija u kojoj određena baza podataka iscuri smatra se kriznom. Većinom se takve situacije događaju zbog ljudskog faktora ili ranjivosti podataka koji su dostupni online. U najgorim globalnim slučajevima, npr, LinkedIn, dogodili su se hakerski napadi u kojima su kompromitirane baze podataka.⁴⁴

3.6. Twitter



Slika 9 Službeni logo društvene mreže Twitter

Twitter je društvena mreža namijenjena za slanje i čitanje kratkih poruka tzv. *mikro-blogging*, a korisnici za komunikaciju koriste poruke koje se nazivaju *tweets*, a koje su nazvane prema imenu mreže *tweet-ovima*. Poruke na Twitteru su bile ograničene do najviše 140 znakova, no, nedavno su napravljene nove izmjene pa je na Twitteru omogućeno dvostruko duže pisanje od 280 znakova, što i dalje omogućava brzu i efikasnu komunikaciju.⁴⁵ Na Twitteru se najviše objavljuju aktualna događanja, dijele informacije o događajima i osobama koje se mogu komentirati i diskutirati s drugim ljudima.

⁴⁴ Časopis LIDER, specijalno izdanje u sklopu Weekend Media Festivala, 22. rujan 2017., str. 40

⁴⁵ <https://www.bug.hr/drustvene-mreze/kraj-jedne-ere-za-twitter-280-znakova-svima-1298> Datum pristupanja 11.11.2017.

Na Twitteru se jednako kao i na ostalim društvenim mrežama stvara lista prijatelja tako da se dodaje osoba na prijateljsku listu ako je profil privatn, no, ako je profil javan tada se omogućava praćenje osobe, popularno zvano *followeri*.

Mediji koriste Twitter radi prijelomnih vijesti, jer veliki mediji odmah dijele 'breaking news'.⁴⁶ Stoga je Twitter ujedno prvi i najbrži izvor informacija i vijesti o najnovijim događajima.

Društvena mreža Twitter je vrlo jednostavna za korištenje i ima veliki broj korisnika. Ljudi se na Twitteru mogu poznavati od prije, ali ne nužno, može se pratiti bilo koga.

3.7. Zloupotreba informacija na društvenim mrežama

Postoji mnogo opasnosti koje „vrebaju“ na društvenim mrežama, kao što je primjerice ovisnost o društvenim mrežama, zatim, „cyber-bulling“⁴⁷, uznemiravajući sadržaji, nasilje, te zloupotreba informacija koje se tamo plasiraju.

Na društvenim mrežama mnogi često objavljuju svoje pravo ime i prezime, broj telefona, osobnu fotografiju, te ostale osobne podatke bez imalo oklijevanja. Općenito, na internetu se često otkrivaju mnogi podaci o sebi samo zato što se zaboravi uključiti mogućnosti za zaštitu privatnosti ili stoga što se ustupa više podataka nego što je nužno.⁴⁸

Društvene mreže ponekad izazivaju brojne probleme korisnicima i sudionicima. Šimović i Ružić-Baf navode kako neki korisnici u svoj profil na društvenim mrežama ostavljaju previše osobnih informacija u elektroničkom obliku. Zlonamjerne osobe mogu iskoristavati postavljene elektroničke informacije. Poslodavci također mogu iskoristiti te informacije. Nerijetko neki korisnici stavljaju na društvene mreže datum kada idu na ljetovanje (na primjer: na moru sam idućih tjedan dana...), što također mogu iskoristiti lopovi iz susjedstva. Problem na društvenim mrežama predstavlja provala od strane zlonamjernih osoba na Facebook profile i mail sustave i krađa identiteta. Čak pedofili, ubojice i sl., mogu iskoristiti informacije s društvenih mreža.⁴⁹

⁴⁶ Žlof, K., Herljević, Z., Hadžić, S.: *Predodžbe novinara o važnosti društvenih mreža u proizvodnji medijskih sadržaja*, Media, culture and public relations, 5, 2014., 1, str. 20

⁴⁷ „Cyber-bulling“- široki raspon ponašanja koja uključuju uznemiravanje od nepoznatih osoba.

⁴⁸ Aftab, P., (2003.), *Kako prepoznati opasnosti interneta*, Neretva, Zagreb, str. 76-77

⁴⁹ Šimović, V., Ružić-Baf, M., (2013.) *Suvremeni informacijski sustavi*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za odgojne i obrazovne znanosti, Pula, str. 206

Pri odabiru kandidata za posao, poslodavci često pregledavaju njihov profil na društvenim mrežama, pa ako su određene informacije i podaci neadekvatni i neprimjereni, vrlo često mogu utjecati na odabir kandidata za radno mjesto.

Sve ono što pojedina osoba radi i čime se bavi daje mnoštvo informacija o toj osobi. Posao, obiteljske navike, životne navike i hobiji dio su nečijeg identiteta, a time i dio ranjivosti, ističu Petar i Marjanović.⁵⁰

Ljudi sude o drugima isključivo na temelju onog što su napisali, pa ako sami to ne odluče otkriti, nitko drugi ne zna da li je netko muško, žensko, visok, nizak, crvenokos ili svijetle kose, crnac, bijelac, Azijat, Latinoamerikanac, te je li netko možda u invalidskim kolicima ili ne, navodi Shields.⁵¹

Osobno pravo čovjeka je i pravo na identitet, tj. pravo osobe da u javnom životu i kontaktu s drugima bude priznata i prepoznata onakvom kakva jest.⁵² Ako se identitet ne sačuva tako da se kontroliraju podaci i informacije koje se plasiraju na društvenim mrežama, tada može doći do zlouporabe, odnosno, do krađe identiteta.

Krađa identiteta je postala jedna od najznačajnijih djelatnosti na internetu. Kriminalci koriste informacije izvučene iz društvenih mreža kako bi slali neželjenu poštu ili čak ciljano napadali pojedince i kompanije.⁵³

Prema Conry-Murray i Weafer, identitet se na internetu sastoji od niza elemenata poput korisničkih imena, lozinki, jedinstvenih matičnih brojeva, raznih brojeva računa i drugih osobnih podataka. Ti digitalni identiteti rade pod pretpostavkom da ste vi jedina osoba koja zna svoje podatke. To je loša pretpostavka i olakšava kriminalcima da počinu zločin.⁵⁴

Prema tome, sve popularnije društvene mreže otvorile su vrata prevarantima. Takve stranice potiču na otkrivanje sve više osobnih podataka te razmjenu informacija i fotografija putem interneta. Postoje kriminalci koji traže upravo one osobe koje su otkrile previše osobnih informacija. Često koriste tzv. društveni inženjering (*social engineerig*) ili manipuliranje kako

⁵⁰ Petar, S., Marjanović, B., (2003.), *Jeste li sigurni da ste sigurni?*, Andromeda, Rijeka, str. 12

⁵¹ Shields, R., (2001.), *Kulture interneta*, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, str. 155

⁵² Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 33

⁵³ <https://www.sigurnostnainternetu.hr/index.php/kako-se-zastititi/sigurnost-podataka-na-drustvenim-mrezama.html> Datum pristupanja 25.10.2017.

⁵⁴ Conry-Murray, A.; Weafer, V., (2005.), *Sigurni na Internetu, praktičan vodič za siguran rad na Internetu kod kuće*, MIŠ, Zagreb, str. 9

bi naveli osobe da otkriju previše podataka o sebi. Ti se podaci zatim nezakonito koriste u svrhu pribavljanja proizvoda i usluga bez njihova znanja. Problemi koji time nastaju uključuju uhođenje u virtualnom svijetu, uznemiravanje, krađu identiteta i iznude.⁵⁵

Conry-Murray i Weafer također ističu kako je društveni inženjering maštovit način varanja ljudi. Oslanja se na vaše prirodno povjerenje u ljude (lakovjernost) naročito u ljude koji imaju određene društvene uloge, poput onih u uniformama, s iskaznicama ili u poslovnim odijelima.⁵⁶

Govoreći o virtualnom uznemiravanju, Težak podrazumijeva uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije, posebno interneta, koju pojedinci ili skupine rabe radi dodijavanja drugim pojedincima, skupinama ili organizacijama. Ono uključuje krivo optuživanje, monitoring prenošenje prijetnji, krađu identiteta te skupljanje informacija radi stalnog uznemiravanja.⁵⁷

Šimović i Ružić-Baf, nadalje, pojašnjavaju kako nije mali broj slučajeva u kojima se na društvenim mrežama nalaze pogrešni elektronički podaci u koje ljudi vjeruju, tj. pogrešne informacije ili dezinformacije. Dezinformacije se razlikuju od informacija po tome što nemaju nikakvu vrijednost za korisnike društvenih mreža.⁵⁸

Kao rezultat informatičke tehnologije, čovjekova moć nad njegovom okolinom uvelike se povećava, a razmjerno tome raste i njegova podložnost manipulacijama. Informatička tehnologija može doprinijeti stupnju otvorenosti u društvenim i političkim procesima. Rajko u knjizi *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, pojašnjava da moć utemeljena na monopolu informacija nije ništa manje opasna od vlasti koja se temelji na goloj prisili. Manipulacija i monopolizacija izvora informacija može biti čak uspješnija u uspostavljanju odnosa trajne dominacije. Postoji veliki broj mogućih oblika zlouporabe informacija, kao što su primjerice, ograničavanjem ostvarivanja pravne zaštite (npr. ograničena dostupnost informacija o pravima u postupku, nejednaki pristup podacima koji mogu poslužiti kao dokazno sredstvo), zatim, zlouporabom

⁵⁵ <https://www.sigurnostnainternetu.hr/index.php/vrste-prijevara/drustvene-mreze-i-krada-identiteta.html> Datum pristupanja 27.10.2017.

⁵⁶ Conry-Murray, A.; Weafer, V., (2005.), *Sigurni na Internetu, praktičan vodič za siguran rad na Internetu kod kuće*, MIŠ, Zagreb, str. 11

⁵⁷ Težak, Đ., 2010., *Internet – poslije oduševljenja*, Hrvatska sveučilišna naklada; Zagreb, str. 29

⁵⁸ Šimović, V., Ružić-Baf, M., (2013.) *Suvremeni informacijski sustavi*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za odgojne i obrazovne znanosti, Pula, str. 219

osobnih podataka, i slično. Na području ugrožavanja sigurnosti identiteta i osobnih podataka ubrajaju se tradicionalne metode krađe identiteta (npr. krađa dokumenata), tzv. *phishing* (lažna elektronička pošta), tzv. *pharming* (lažne internetske stranice) te tzv. *spyware* (aplikacije koje nadgledaju rad korisnika računala, kako bi se došlo do podataka poput pinova, lozinki, brojeva kreditnih kartica i slično).⁵⁹

Privatnost i sigurno objavljivanje i dijeljenje informacija i osobnih podataka bi trebalo biti na prvom mjestu, a sigurnost polazi od nas samih. Na bilo kojoj društvenoj mreži dijeljenje obiteljskih ili privatnih fotografija ne može jamčiti sigurnost tih istih fotografija, one mogu biti ili preuzete ili izgubljene. Na internetu postoje predatori koji sustavno pretražuju fotografije djece kako bi se s istim razmjenjivali ili stvarali lažne profile na društvenim mrežama radi komunikacije s drugom djecom. Fotografije koje se nekima čine nevino i čisto, drugi ljudi ih mogu gledati iz sasvim drugačijih poriva. Vrlo često se pronalaze privatne fotografije djece u bazama u kojima se nalaze fotografije i video uradci sa sadržajima zanimljivim pedofilima, što jasno govori da privatne i obiteljske fotografije znaju završiti u albumima internet predatora. Objavljivanjem fotografija vlastitog djeteta odaje se više informacija o njegovoj lokaciji ili navikama djeteta nego što su ljudi svjesni. Svaka odrasla osoba, roditelj ili staratelj bi se trebao zapitati koliko osobnih informacija o djetetu je dostupno javno preko društvenih mreža, poput škole koju pohađa, godine i datuma rođenja, adrese, broja telefona ili mobitela. Takve informacije se mogu iskoristiti kao početne informacije za komunikaciju s djetetom.⁶⁰

Vidljivo je da je sigurnost društvenih mreža, kao i sadržaja pohranjenog na njima, ugrožena na različite načine. Otkrivanjem osobnih podataka na društvenim mrežama korisnici se izlažu brojnim opasnostima od kojih se samo neke odnose na krađu identiteta, otkrivanje povjerljivih korisničkih informacija, itd. Veliki broj sigurnosnih incidenata na društvenim mrežama nije direktna posljedica zlonamjernih napada ili napada kriminalnih osoba, nego se dogodio zbog loše zaštite društvene mreže, sigurnosnih propusta u korištenim tehnologijama, ali i zbog nepažnje korisnika, navodi Osmanbegović.⁶¹

⁵⁹ Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb, str. 44-47

⁶⁰ <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/fotografije-djece-na-drustvenim-mrezama-za-ili-protiv---487719.html> Datum pristupanja, 28.10.2017.

⁶¹ Osmanbegović, E., (2001.), *Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine*, Godina XII – Tuzla-Travnik-Zagreb-Beograd-Bukurešt, br. 28., str. 5

Zaključno, na društvenim mrežama je osoba sigurna u onoj mjeri u kojoj kroz kritičko razmišljanje otkriva svoje osobne podatke, odnosno svoju kućnu adresu, adresu elektroničke pošte, broj mobitela, svoju fotografiju, godinu rođenja i slično.

Važno je na društvenim mrežama pristupati s jakim i sigurnim lozinkama te ne otvarati poštu nepoznatih ili sumnjivih osoba, isto tako, nikome ne davati svoje lozinke.

Ako postoji opravdana sumnja da je netko zloupotrijebio nečije podatke te se utvrdi da je došlo do krađe osobnih podataka u slučajevima u kojima je netko u tuđe ime sklopio pretplatnički ugovor s operaterom, tada se osoba može javiti Agenciji za zaštitu osobnih podataka. Agencija za zaštitu osobnih podataka je osnovana Zakonom o zaštiti osobnih podataka te je nezavisno tijelo koje provodi nadzor nad obradom osobnih podataka, odnosno poduzima odgovarajuće mjere ako je došlo do povrede prava na privatnost ili zloupotrebe osobnih podataka.

4. PRAVO NA OSOBNOST I PRAVNA ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA

Čovjek se pojavio kao ličnost kad je društvo počelo gubiti svoju poveznju snagu, a on postao svjestan razlike između svog života i života prividno vječite kolektivnosti.“

M. Horkheimer

Za čovjeka gotovo da i nema interesantnije teme od njega samoga. Njegova sigurnost, prosperitet, duhovni i materijalni razvoj u žarištu su interesa, a iz činjenice da egzistira u društvu s drugim ljudima proizlazi njegova svijest i obveza da se upozna sa svim svojim pravima. U koncepciji subjektivnih prava poseban položaj pripada pravima osobnosti, navodi Dropulić.⁶²

Jedno od osnovnih ljudskih prava koje se štiti odredbama međunarodnog i nacionalnog zakonodavstva pravo je na zaštitu osobnosti. Osobnost čini skup psihofizičkih osobina čovjeka (lik, izgled, glas, emocije, talent, inteligencija, dostojanstvo, čast i ugled). Horvat i Živković navode kako je osobnost moralna i „neimovinska imovina“, koja osobu čini ličnošću i po kojoj se ljudi razlikuju. Pravo osobnosti je pravo svakog pojedinca da traži od drugih, a osobito od države, poštovanje i slobodan razvoj svoje osobnosti.⁶³

Pravo na zaštitu osobnih podataka, prema Klarić, jednako kao i pravo na osobnost i privatnost jedno je od najvažnijih ljudskih prava. Ono je temeljno ljudsko pravo, uređeno propisima različitih država. Zbog razvoja suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, ovo će pravo dobivati sve više na značaju jer se nerijetko može svjedočiti njegovu izravnom kršenju, kao i zlouporabi suvremenih medija, poput interneta, koji omogućuje da se praktički svaki podatak može objaviti i nakon toga nekontrolirano širiti. Upravo je zbog toga zaštita osobnih podataka globalan problem jer nacionalna zakonodavstva najčešće uređuju zaštitu osobnih podataka u okviru nacionalnih jurisdikcija, dok internet, kao globalna virtualna mreža, ne poznaje nacionalne granice ni barijere.⁶⁴

⁶² Dropulić, J., (2002.), *Pravo na privatni život i duševni integritet*, VIZURA, Zagreb, str. 3

⁶³ Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 27

⁶⁴ Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4, str. 975

4.1. Osobni podaci kao dio osobnosti i privatnosti

Govoreći o osobnosti, Brezak tada izričito misli na sve ono što predstavlja osobu i njezin osobni život, dok privatnost obuhvaća širi krug značajki osobe koje ne moraju imati neko značenje, ali povezane u postojanu strukturu rezultiraju portretom osobe, za koji najčešće samo ta osoba treba znati.⁶⁵

Informacijska osobnost je zahtjev pojedinca, grupa ili institucija da samostalno odluče kada će, kako i koje informacije o sebi ustupiti drugima. Rajko navodi kako to podrazumijeva da pojedinac, u uvjetima demografskog društva, odlučuje kada, kome, koliko i kako će priopćiti osobne podatke, vodeći računa o svojim pravima i potrebama, ali i o pravima i potrebama zajednice u kojoj živi.⁶⁶

Prema Horvat i Živković, privatnost označava intimu čovjeka, njegov osobni i obiteljski život. U intimnu sferu u načelu nitko nema pristup, a podaci iz privatne sfere koju osoba dijeli s ukućanima, liječnikom, odvjetnikom, itd., načelno se ne smiju dijeliti trećim osobama. Liječnike, odvjetnike i pripadnike sličnih profesija na čuvanje podataka o pacijentima, klijentima, itd. obvezuje profesionalna tajna. Pravo na privatnost je pravo čovjeka da bude sam kad to želi, što uključuje pravo da ga se ne nadzire, te da podatke o sebi ne mora dijeliti s drugima. Hoće li osoba sama odabrati da o privatnim podacima govori drugome ili, štoviše, da te podatke objavljuje ili dopusti objaviti, ovisi o njoj samoj.⁶⁷

Često se pravi razlika između informacijske, tjelesne, komunikacijske i prostorne privatnosti. Prema takvoj podjeli:

- *informacijska privatnost* uključuje uspostavu pravila upravljanja, prikupljanja i korištenja osobnim podacima kao što su kreditne informacije ili zdravstveni podaci;
- *tjelesna privatnost* odnosi se na fizičku zaštitu pojedinca od različitih postupaka kao što su testiranje na drogu ili pretraživanje;
- *komunikacijska privatnost* odnosi se na sigurnost i privatnost pošte, telefona, elektroničke pošte i drugih oblika komunikacije;

⁶⁵ Brezak, M., (1998.) *Pravo na osobnost : pravna zaštita osobnih podataka od zlouporabe*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 13

⁶⁶ Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb, str. 80

⁶⁷ Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 29

- *prostorna privatnost* odnosi se na određivanje granica nedopuštenog miješanja u obiteljsko i drugo okruženje (npr. radno mjesto ili javni prostor);
- *medijska privatnost* obuhvaća različite aspekte ljudskog ponašanja, a posebno one najosjetljivije poput seksualnih navika i sklonosti, političkih aktivnosti i vjerskih običaja, i to kako u privatnom tako i u javnom životu čovjeka.⁶⁸

Prema Dragičević, onaj dio života koji nazivamo privatnim producira različite životne činjenice koje bi trebale biti nedostupne ostalim ljudima (tajna sfera) ili dostupne točno određenim ljudima (privatna sfera). Privatna sfera uključuje relacije s obitelji i prijateljima, tajna sfera obuhvaća manji krug ljudi, najčešće jednu osobu. Tajna sfera se odnosi na neotuđiv i neponovljiv unutrašnji svijet svakog ljudskog bića, privatna se odnosi opet na osjećaje i odnose u obitelji i prijateljima, koji su ipak djelomično otuđivi. Razlika između njih najuočljivija je kada se dogodi povreda privatnog života – različite su posljedice i način njihova uklanjanja. Povreda tajne sfere implicira veću štetu i teži način uspostavljanja ranijeg duševnog mira. Povreda privatne sfere, s druge strane, često implicira veći broj povrijeđenih, svih onih koji dijele privatni život s neposredno oštećenim.⁶⁹

Kada se govori o povredi osobnih podataka, Brezak navodi da se ne misli na povredu materijalnih vrijednosti, već na povredu osobe (duševna bol i sl.). Zaštitom podataka od neodgovarajuće uporabe štiti se u konačnici subjekt podataka, tj. osoba, stoga šteta koja je nanesena tiče se osobe a vrijednost koju treba zaštititi je osobnost.⁷⁰

U članku 2. Zakona o zaštiti osobnih podataka stoji da je osobni podatak svaka informacija koja se odnosi na identificiranu fizičku osobu ili fizičku osobu koja se može identificirati; osoba koja se može identificirati je osoba čiji se identitet može utvrditi izravno ili neizravno, posebno na osnovi identifikacijskog broja ili jednog ili više obilježja specifičnih za njezin fizički, psihološki, mentalni, gospodarski, kulturni ili socijalni identitet.⁷¹

⁶⁸ Dragičević, D., (2015) *Pravna informatika i pravo informacijskih tehnologija*, Narodne novine, Zagreb, str. 103

⁶⁹ Dropulić, J., (2002.), *Pravo na privatni život i duševni integritet*, VIZURA, Zagreb, str. 48

⁷⁰ Brezak, M., (1998.) *Pravo na osobnost : pravna zaštita osobnih podataka od zlouporabe*, 1998., Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 6-12

⁷¹ Zakon o zaštiti osobnih podataka, pročišćeni tekst zakona, NN 103/3, 118(06, 41/08, 130/11, 106/12, Poglavlje I., Temeljne odredbe, čl 2, <https://www.zakon.hr/z/220/Zakon-o-zaštiti-osobnih-podataka> Datum pristupanja 19.10.2017.

Osobnim se podatkom smatra svaki oni podatak koji nedvojbeno identificira pojedinca ili je povezan s određenim pojedincem, odnosno koji se odnosi na utvrđenu ili utvrdivu fizičku osobu čiji se identitet može utvrditi izravno i neizravno, navodi Klarić.⁷² Dakle, osobni podatak je svaka informacija o fizičkoj osobi na temelju koje se ta osoba može identificirati na temelju obilježja i informacija koja su specifična za njezin identitet. Osobni podaci su primjerice: ime i prezime, adresa fizičke osobe, datum i godina rođenja, broj telefona, e-mail adresa, osobna fotografija, OIB (osobni identifikacijski broj), podaci o obrazovanju, podaci o plaći, podaci o računima u banci i kreditnom zaduženju, biometrijski podaci (otisak prsta, snimka šarenice oka).

Zakon o zaštiti osobnih podataka razlikuje i posebne kategorije osobnih podataka: podaci o zdravlju i spolnom životu, rasnom ili etičkom podrijetlu, politička stajališta, vjerska ili druga uvjerenja, podaci o kaznenom ili prekršajnom postupku, sindikalna članstva. Posebne kategorije osobnih podataka su tzv. osjetljivi podaci koji uživaju posebnu zaštitu u odnosu na druge podatke i mogu se obrađivati samo iznimno uz uvjete propisane Zakonom o zaštiti osobnih podataka.

Osobni podatak identificira osobu, on je informacija o identitetu te osobe. Postoji izravna i neizravna identifikacija. Izravna identifikacija određuje se kao utvrđivanje identiteta s pomoću imena i prezimena, adrese ili javno dostupnog identifikacijskog broja. Neizravna identifikacija jest svaka druga identifikacija osim izravne, primjerice, boja očiju. Ako sve osobe u skupini imaju plave oči, „čovjek s plavim očima“ neće biti osobni podatak dovoljan za identifikaciju. Kombinacija više osobnih podataka pruža vrlo dobar uvid u osobnost i daje vjernu sliku osobe. U današnjoj digitalnoj sredini, u kojoj se podaci prenose lako i brzo, a umrežavanjem se omogućuje povezanost različitih baza podataka, velika je mogućnost otkrivanja i objedinjavanja osobnih podataka.⁷³

Prema navedenom, zaključuje se da su osobni podaci dio osobnosti svakog pojedinca. Potreba za osobnošću nastala je iz razloga kako bi svaki pojedinac sačuvao svoj identitet i cjelovitost svoje osobe, a samim time je nastala i potreba za zaštitom svoje osobnosti odnosno osobnih podataka.

⁷² Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4, str. 976-979 Izvor: www.hrčak.hr Datum pristupanja: 18.11.2017.

⁷³ Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 47

4.2. Pravna zaštita osobnih podataka

Pravo na informacijsku osobnost, toliko nužno u modernim tehnološkim uvjetima, ostvaruje se učinkovitom pravnom zaštitom osobnih podataka. Kako bi se priznalo pravo na osobnost dolazi do povećanja broja zakona i regulativa čiji je cilj zaštita pojedinca od miješanja u njegov život, navodi Brezak.⁷⁴

Svrha zaštite osobnih podataka je zaštita privatnog života i ostalih ljudskih prava i temeljnih sloboda u prikupljanju, obradi i korištenju osobnih podataka.⁷⁵

Ljudi su osobito osjetljivi kad se evidentiraju njihovi intimni podaci (primjerice podaci o zdravlju i seksualnom životu, podaci vezani uz etničku ili vjersku pripadnost, socijalni status, informacije o broju socijalnog i zdravstvenog osiguranja, JMBG-u, broju bankovnog računa, brojevima kreditnih kartica) stoga se nastoji zakonskim mjerama obvezati posjednike takvih podataka da ih zaštite i da se prema njima odnose s dužnom pozornošću prilikom obradbe, pohranjivanja ili ažuriranja, navodi Sudar-Kulčar.⁷⁶

Razvoj suvremenog društva senzibilizirao je odnos prema informacijama. Oduvijek su postojale informacije koje su bile dostupne širem pučanstvu i podaci koji su bili pridržani određenim pojedincima pa su se zvali „tajni“.⁷⁷

Osobna prava u subjektivnom smislu su prava građanskopravne (privatnopravne) naravi. Ova prava pripadaju pravnom subjektu, dajući mu neposrednu pravnu vlast glede onih njegovih osobnih, neimovinskih dobara čiju zaštitu jamči pravni poredak. Ovlašćuju ga da s tim dobrima i koristima od njih čini što ga je volja. Točnije da svakoga drugoga od tog isključi, ako to nije protivno tuđim pravima ni zakonskim ograničenjima. Osobna prava proizlaze iz Ustavom zajamčenih temeljnih sloboda i prava čovjeka i građanina. Pored zaštite osobnih prava u okviru pravnog poretka Republike Hrvatske postoji zaštita osobnih prava putem Europskog suda za ljudska prava (sa sjedištem u Strasbourg-u). Osobna prava su emanacije temeljnih sloboda i

⁷⁴ Brezak, M., (1998.) *Pravo na osobnost : pravna zaštita osobnih podataka od zlouporabe*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 23

⁷⁵ <http://azop.hr/prava-ispitanika/detaljnije/zastita-osobnih-podataka> Datum pristupanja 29. 10. 2017.

⁷⁶ Sudar-Kulčar, M: *Zaštita privatnosti i sigurnost pohranjenih podataka s osvrtom na izravni (direktni) marketing*, Politička misao, Vol. XLII, (2005.), br. 4, str. 102

⁷⁷ *Zaštita osobnih podataka i dostupnost informacija*, Preporuke Vijeća Europe, Hrvatski državni arhiv, Zagreb, 2002., str. 7

prava čovjeka i građanina. Priznata su i zajamčena Europskom konvencijom za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, kao i dodatnim protokolima.⁷⁸

Kada su u pitanju društvene mreže, Kirkpatrick postavlja pitanje oko toga smije li bilo koja društvena mreža prikupljati i kontrolirati toliko informacija u svojoj infrastrukturi? Količina osobnih podataka koja se nalazi na Facebooku predstavlja pitanje zakonske zaštite privatnosti. Ljudi žele imati kontrolu nad svojim digitalnim identitetom. Čak i ako Facebook obećava da će se odgovorno odnositi prema našim podacima, kako možemo biti sigurni da će to obećanje i ispuniti, ne samo sada već i u budućnosti? Facebook će se, kako se bude razvijao njegov odnos prema zaštiti podataka, svakako suočavati i s reakcijama korisnika i zakonskim regulativama.⁷⁹

Prema Šimović i Ružić-Baf, od najuočljivijih preporuka za korištenje stranica virtualnih mreža je poticati podizanje osviještenosti i obrazovne kampanje, kao i kampanje komuniciranja „licem u lice“. Daljnje širenje korištenja modernih informacijsko-komunikacijskih tehnologija ukazuje i na potrebu brze i učinkovitije razrade pravnih propisa koji reguliraju njihovo korištenje, odnosno pridonose boljoj zaštiti podataka. Potrebno je proučiti i reinterpretirati zakonske okvire.⁸⁰

Zaključno, pravo na zaštitu osobnih podataka predstavlja jedno od temeljnih ljudskih prava.

Koliko su ljudi osviješteni kada je u pitanju sigurnost njihovih informacija i osobnih podataka govori o tome koliko imaju znanja o osobnim podacima i njihovom plasiranju na društvenim mrežama.

Pravna zaštita osobnih podataka je instrument prava u zaštiti prava osobnosti. Takva informacijska osobnost, podrazumijeva pravo pojedinca da samostalno odlučuje kada, kome, koliko i kako će priopćiti svoje osobne podatke.

⁷⁸ Marović, A., Medvidović, L., Štimac, S., (2006.) *Zaštita prava osobnosti*, Europski pokret Split / Grafika, Osijek, str. 42

⁷⁹ Kirkpatrick, D., (2012.), *Facebook efekt*: [istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta], Lumen izdavaštvo, Zagreb, str. 222

⁸⁰ Šimović, V., Ružić-Baf, M., (2013.) *Suvremeni informacijski sustavi*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za odgojne i obrazovne znanosti, Pula, str. 105-106

4.3. Pravna zaštita osobnih podataka u Republici Hrvatskoj

Zaštita osobnih podataka u Republici Hrvatskoj ustavna je kategorija i osigurana je svakoj fizičkoj osobi u Republici Hrvatskoj, a pitanje obrade osobnih podataka usklađeno je s europskom pravnom stečevinom, te je posebno uređeno Zakonom o zaštiti osobnih podataka.

Ustav Republike Hrvatske, u poglavlju III., pod nazivom „Zaštita ljudskih prava i temeljnih sloboda“, u potpoglavlju 2., koje nosi naziv „Osobne i političke slobode i prava“, u čl. 37. stoji da se svakom jamči sigurnost i tajnost osobnih podataka. Bez privole ispitanika, osobni se podaci mogu prikupljati, obrađivati i koristiti samo uz uvjete određene zakonom. Zakonom se uređuje zaštita podataka te nadzor nad djelovanjem informatičkih sustava u Republici Hrvatskoj. Zabranjena je uporaba osobnih podataka suprotna utvrđenoj svrsi njihova prikupljanja.⁸¹

Osim toga, Ustav Republike Hrvatske jamči štovanje i pravnu zaštitu osobnog i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti, kao i sigurnost i tajnost osobnih podataka.

U Temeljnim odredbama Zakona o zaštiti osobnih podataka, navodi se kako je zaštita osobnih podataka u Republici Hrvatskoj osigurana svakoj fizičkoj osobi, neovisno o državljanstvu i prebivalištu, te neovisno o rasi, boji kože, spolu, jeziku, vjeri, političkom ili drugom uvjerenju, nacionalnom ili socijalnom porijeklu, imovini, rođenju, naobrazbi, društvenom položaju i drugim osobinama.⁸²

Zakonom je uređeno i tržište informacijama. Tržište informacijama će cvjetati jer baze podataka postoje svugdje. Do gubitka privatnosti nije došlo samo zbog odluka političara, već je to dijelom i rezultat trgovačkih aktivnosti, i činjenica jest da sada postoji golemo međunarodno tržište informacija na kojemu se podaci mogu prodavati, razmjenjivati i kupovati u cijelome svijetu, unatoč sigurnosnim smjernicama koje su propisali Zakon o zaštiti podataka i Zakon o slobodi informiranja.⁸³

⁸¹ Ustav Republike Hrvatske, „NN“ br. 56/90, 135/97, 8/98 – pročišćeni tekst, 113/2000, 124/2000 – pročišćeni tekst, <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>, čl. 37. Datum pristupanja 16.10.2017.

⁸² Zakon o zaštiti osobnih podataka, pročišćeni tekst zakona, NN 103/3, 118(06, 41/08, 130/11, 106/12, Poglavlje I., Temeljne odredbe, čl 1, <https://www.zakon.hr/z/220/Zakon-o-zaštiti-osobnih-podataka> Datum pristupanja 19.10.2017.

⁸³ Gibb, J., (2005.), *Tko vas promatra*, Naklada LJEVAK, Zagreb, str. 181

Ako se utvrdi da su povrijeđena prava na zaštitu osobnih podataka tada se osoba može obratiti nacionalnom tijelu za zaštitu osobnih podataka, primjerice Agenciji za zaštitu osobnih podataka.

Agencija za zaštitu osobnih podataka zadužena je za nadzor nad provedbom zaštite osobnih podataka u Republici Hrvatskoj. Zakon o zaštiti osobnih podataka predviđa njezinu samostalnost u obavljanju poslova utvrđenih zakonom i odgovornost prema Hrvatskom saboru kojem podnosi izvješća o radu. Agencija obavlja poslove nadzora provedbe zaštite osobnih podataka po službenoj dužnosti, na zahtjev ispitanika ili na prijedlog treće osobe. Agencija ukazuje na uočene zlouporabe prikupljanja osobnih podataka, nadzire iznošenje osobnih podataka iz Republike Hrvatske, prati uređenje zaštite osobnih podataka te surađuje s tijelima nadležnim za nadzor nad zaštitom osobnih podataka u drugim zemljama. Iako Agencija sama nema ovlasti izravnog sankcioniranja povreda, odnosno, prekršaja, ona je ovlaštena podnositi prijedloge za pokretanje postupaka za utvrđivanje kaznene i prekršajne odgovornosti pred nadležnim tijelima.⁸⁴

Prema Klarić, posebno je važno napomenuti kako Zakon o zaštiti osobnih podataka dosljedno slijedi europsku regulativu, pa se u Zakonu izričito određuje kada se osobni podaci mogu prikupljati i dalje obrađivati.⁸⁵

4.4. Europske regulative o zaštiti osobnih podataka

Pravo na zaštitu osobnih podataka uređeno je čitavim nizom različitih propisa u različitim zemljama, a na području Europske unije uređeno je regulatornim okvirom, koji generalno vrijedi za sve članice Unije. Ovaj regulatorni okvir u prvom redu se temelji na Direktivi Europskog parlamenta i Europskog vijeća o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i slobodnom protoku takvih podataka. Kao drugi važan dokument smatra se i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, koja obuhvaća puno širi sadržaj nego direktiva Europske unije. Ona se smatra važnim pravnim okvirom kako za zaštitu

⁸⁴ Dragičević, D., (2015.) *Pravna informatika i pravo informacijskih tehnologija*, Narodne novine, Zagreb, str. 127-129

⁸⁵ Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4, str. 983

prava pojedinaca općenito, tako i za zaštitu ljudskih prava na području zaštite osobnih podataka.⁸⁶

Europska komisija načinila je u svibnju 2001. dokument pod nazivom Zaštita podataka u Europskoj Uniji. Vijeće Europe još je u siječnju 1981. godine donijelo Konvenciju o zaštiti pojedinaca u vezi s automatskom obradbom osobnih podataka, a u veljači 1999. godine Preporuku br. (99) 5 koja se odnosi na internet, tj. korisnike i pružatelje usluga na mreži. Direktiva Europskog parlamenta pod oznakom 2002/58/EC iz lipnja 2002. odnosi se na obradbu osobnih podataka i zaštitu privatnosti u području elektroničke komunikacije. Organizacija za europsku suradnju i razvoj donijela je tijekom godina cijeli niz smjernica, primjerice: u rujnu 1980. godine Smjernice za zaštitu privatnosti i prekograničnoga “protoka”, tj. prometa osobnih podataka; u veljači 1998. godine Smjernice koje se odnose na privatnost u elektroničkom okruženju: fokus na Internet. Iako je svrha brojnih zakona u različitim državama, kojima se propisuju načini postupanja s osobnim podacima, zaštita slobode i prava pojedinca na privatnost (primjerice čl. 8 Europske konvencije za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda) prevladava mišljenje da zakoni, ako su u nekim zemljama koji osim definiranja poštenog načina izvještavanja o kreditnim zaduženjima obrađuje i pojavu neautorizirane objave tuđih podataka od strane zaposlenika, te krađu identiteta, navodi Sudar-Kulčar.⁸⁷

Europska konvencija preuzela je načelo zaštite privatnosti iz članka 12. Opće deklaracije o pravima čovjeka o zabrani miješanja ili napada na privatni život pojedinca te ga člankom 8. i razradila. Praksa Europskog suda je pokazala da je pravo na privatni život jedno od najznačajnijih „materijalnih ljudskih prava“. Pravo na privatni život odnosi se na pravo pojedinca na osobni identitet (izbor imena, načina oblačenja i spolnog identiteta), zatim pravo na moralni ili fizički integritet, pravo na privatni prostor, zaštitu od prikupljanja i uporabe informacija te pravo na spolne aktivnosti i društveni život.⁸⁸

Uredba Europskog parlamenta i vijeća od 27. travnja 2016. godine, govori da načela i pravila o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom njihovih osobnih podataka trebala bi poštovati njihova temeljna prava i slobode, a posebno njihovo pravo na zaštitu osobnih podataka, bez obzira na

⁸⁶ Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4, str. 975

⁸⁷ Sudar-Kulčar, M: *Zaštita privatnosti i sigurnost pohranjenih podataka s osvrtom na izravni (direktni) marketing*, Politička misao, Vol. XLII, (2005.), br. 4, str. 100-102

⁸⁸ Dropulić, J., (2002.), *Pravo na privatni život i duševni integritet*, VIZURA, Zagreb, str. 75-76

nacionalnost ili boravište pojedinaca. Ovom Uredbom želi se doprinijeti uspostavi područja slobode, sigurnosti i pravde te gospodarske unije, gospodarskom i socijalnom napretku, jačanju i približavanju gospodarstva na unutarnjem tržištu te dobrobiti pojedinaca.⁸⁹

Cilj uredbe je uvesti red u kompanijsku poslovnu praksu prikupljanja i prije svega obrade osobnih ili osjetljivih podataka građana tako da se poštuje pravo svakoga na zaštitu osobnih podataka. Da je to potrebno, pokazali su rezultati Eurobarometra iz 2015. godine prema kojima se sedam od deset ispitanika brine zbog toga što se njihovi podaci upotrebljavaju za svrhe drukčije od onih zbog kojih su ih podijelili, a čak 31 posto smatra da nemaju nikakvu kontrolu nad informacijama koje dijele internetom. Uredba će građanima pružiti uvid i veću kontrolu nad uporabom njihovih osobnih podataka.⁹⁰

U svibnju 2018. godine stupa na snagu europska direktiva o zaštiti podataka (EU General Data Protection Regulation, odnosno, Opća uredba EU o zaštiti podataka) koja će utjecati na način kako se upotrebljavaju osobni podaci te će osigurati zaštitu prava i temeljnih sloboda pojedinaca u vezi s obradom njihovih osobnih podataka.⁹¹

Opća uredba EU o zaštiti osobnih podataka daje građanima veću kontrolu nad dijeljenjem svojih podataka. Ovom uredbom će se ubuduće građane transparentno i izričito pitati vezano za dijeljenje podataka osobama i tvrtkama koje ih to zatraže.

⁸⁹ Uredba (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća od 27. travnja 2016., <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> Datum pristupanja 26.10.2017.

⁹⁰ Časopis LIDER, specijalno izdanje u sklopu Weekend Media Festivala, 22. rujan 2017., str. 40

⁹¹ Časopis LIDER, poslovni tjednik, godina XIII., 22. rujna 2017., str. 9

5. ISTRAŽIVANJE O UPRAVLJANJU INFORMACIJAMA I OSOBNIM PODACIMA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

5.1. Definiranje problema istraživanja

Ne vodeći brigu o zaštiti osobnih podataka i informacija, korisnici društvenih mreža mogu se suočiti s raznim problemima kao što su lažno predstavljanje korisnika, krađa identiteta, *phishing*⁹², lažne dojave o osvajanju nagrada, uhođenje, napastvovanje i uznemiravanje telefonom ili elektroničkom poštom radi nudi netraženih proizvoda i usluga.

Korisnici objavom osobnih podataka mogu postati žrtve zlouporabe, stoga je potrebno posvetiti pažnju na informacije i osobne podatke koje objavljuju na društvenim mrežama.

5.2. Definiranje predmeta istraživanja

Društvene mreže su danas u upotrebi na svim razinama društva, a objavljivanje, razmjena informacija i nepromišljeno dijeljenje osobnih podataka postala je svakodnevica svakog korisnika društvenih mreža.

Zbog toga je predmet istraživanja, na kojemu se rad i temelji, bilo saznati koliko je razumijevanje temeljnih pojmova a koji se odnose na osobne podatke, privatnost i zaštitu poznato i koliko su korisnici društvenih mreža upoznati s opasnostima koje tu „vrebaju“.

5.3. Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je istraživanja je saznati brinu li korisnici društvenih mreža o svojoj privatnosti, te koliko znanja i informacija imaju o mogućim opasnostima i posljedicama koje im prijete na društvenim mrežama ako ne osvijeste i ne kontroliraju informacije i osobne podatke koje javno objavljuju.

⁹² *PHISHING* – prijevara putem elektroničke pošte odnosno elektroničke poruke. Pošiljatelj navodi žrtvu da otkrije osobne informacije njihovim upisivanjem na lažnoj internetskoj stranici čije je poveznica dana u poruci, pri čemu su adresa i sadržaj te lažne stranice vrlo slični adresi i sadržaju neke autentične stranice.

Također, doznati znaju li ispitanici kako postupiti ako im se dogodi zlouporaba osobnih podataka na društvenim mrežama.

5.4. Vrsta istraživanja, izvori i metoda prikupljanja podataka

Istraživanje obuhvaća analizu primarnih i sekundarnih podataka. Prvi dio rada odnosi se na pretraživanje sekundarnih izvora podataka koji će poslužiti za izradu teorijskog dijela rada.

Sekundarni izvori podataka obuhvaćaju izvore iz znanstvene i stručne literature, literature s internetskih stranica, odnosno digitalno objavljene znanstvene članke, te web izvore vezane uz predmet rada.

Primarni podaci odnose se na istraživački dio rada, a kao instrument istraživanja koristi se anketni upitnik. Anketni upitnik je anonimn te se sastoji od 15 pitanja, od toga su 13 pitanja zatvorenog tipa (ispitanik bira jedan ili više odgovora, ovisno o obliku pitanja) i 2 pitanja otvorenog tipa (ispitanik sam formulira odgovor). Anketni upitnik je postavljen na Google Forms servisu koju nudi tvrtka Google, čija se poveznica distribuirala elektronički putem *e-mail* adrese, te putem društvene mreže Facebook. Analiza dobivenih podataka obavljena je kvalitativno/kvantitativnom metodom. Anketni upitnik je proveden u razdoblju od 6. 11. do 14. 11. 2017 godine.

5.5. Koncept istraživačkog upitnika

Istraživački upitnik (anketni upitnik) započinje demografskim pitanjima (rod, odnosno, spol, dob i obrazovanje). Daljnja pitanja odnose se na suštinski predmet istraživanja, a obuhvaća informacije o korištenju društvenih mreža, znanju i prepoznavanju što sve spada u osobne podatke, te pitanja koja se odnose na mišljenja i ponašanja ispitanika kod objavljivanja svojih osobnih podataka na društvenim mrežama.

Istraživački upitnik je sastavljen i postavljen samostalno, te se sastoji većim dijelom od niza pitanja zatvorenog tipa, te manjim dijelom pitanja otvorenog tipa, kojima će se potvrditi ili opovrgnuti postavljene hipoteze.

Vrijeme potrebno za ispunjavanje upitnika je 10 minuta.

5.6. Istraživačke varijable

U anketnom upitniku postavljene su :

a) Nezavisne varijable:

- rod (spol);
- dob;
- obrazovanje.

b) Zavisne varijable:

- stavovi ispitanika o objavljivanju određenih informacija na društvenim mrežama koje ulaze u privatnu sferu življenja;
- stavovi ispitanika o važnosti zaštite privatnosti osobnih podataka;
- znanje ispitanika o tome što sve spada u osobne podatke;
- ponašanja ispitanika vezano za objavu informacija i osobnih podataka na društvenim mrežama;
- stavovi ispitanika o dijeljenju osobnih podataka na društvenim mrežama;
- znanje ispitanika s mjerama i regulativama vezano za zaštitu osobnih podataka.

5.7. Uzorak

Ciljnu skupinu čine fizičke osobe iznad 18 godina života, dakle, punoljetne osobe koje su korisnici društvenih mreža. Koristio se *on-line* uzorak nasumično odabranih osoba.

Uzorak istraživanja je prigodni, od 147 ispitanika.

Svi ispitanici su dobrovoljni sudionici u istraživanju, a istraživanje je anonimno.

5.8. Obuhvat i ograničenja

Zbog elektroničkog načina prikupljanja podatka/distribucije upitnika, istraživanje obuhvaća fizičke osobe, punoljetne žene i muškarce na području Republike Hrvatske, a koje imaju pristup internetu te koje koriste društvene mreže.

Upitnik je prvenstveno fokusiran na društvene mreže kao što su Facebook, LinkedIn, Instagram i Twitter jer se na njima najviše objavljuju i dijele informacije i osobi podaci.

Ograničenja koja utječu na istraživanje su:

- mali broj ispitanika što može utjecati na reprezentativnost uzorka;
- upitnik uključuje četiri društvene mreže.

5.9. Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja obuhvaćaju pet razina o kojima se raspravlja kada se uzimaju u obzir upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama. To su prepoznavanje moguće opasnosti zlouporabe osobnih podataka, upućenost i informiranost o tome što su osobni podaci, ponašanja korisnika na društvenim mrežama vezana uz objave osobnih podataka, stav ispitanika o objavama osobnih podataka na društvenim mrežama, te ponašanje ispitanika ako dođe do zlouporabe osobnih podataka.

U skladu s tim definirana su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Znaju li ispitanici prepoznati koje objave na društvenim mrežama ih mogu dovesti do opasnosti od zlouporabe osobnih podataka?
2. Jesu li ispitanici dovoljno upućeni i informirani o tome što sve spada u osobne podatke?
3. Objavljuju li korisnici društvenih mreža previše informacija i osobnih podataka?
4. Smatraju li korisnici da je objavljivanje osobnih podataka na društvenim mrežama bezopasno?
5. Znaju li korisnici adekvatno postupiti ako dođe do zlouporabe osobnih podataka na društvenim mrežama?

5.10. Hipoteze

H1 – Većina ispitanika pridaje manju važnost zlouporabi osobnih podataka na društvenim mrežama.

Za analizu ove hipoteze koristit će se sljedeća pitanja:

- Prema vlastitoj procjeni ocijenite koji od navedenih podataka spadaju u osobne podatke?

- Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: Društvene mreže su bezopasna platforma za dijeljenje informacija i osobnih podataka?
- Prihvaćate li na društvenim mrežama osobe koje niste upoznali u stvarnom životu?
- Koristite li postavke privatnosti na društvenim mrežama?
- Jeste li za korištenje društvenih mreža ikada povjerali ili otkrili svoje korisničko ime i zaporku drugoj osobi?
- Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: Objava osobnih podataka na društvenim mrežama mogla bi pridonijeti potencijalnoj krađi (vašeg) identiteta?
- Vaše objave na društvenim mrežama dostupne su: (između više ponuđenih odgovora).

H2 – Većina ispitanika ne zna kako postupiti u situaciji prilikom zlouporabe osobnih podataka na društvenim mrežama.

Za analizu ove hipoteze koristit će se sljedeća pitanja:

- Krađa identiteta je kazneno djelo?
- Ako se dogodi krađa identiteta na društvenim mrežama, znate kako postupiti u takvoj situaciji?
- Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa „Znam“, kako biste postupili prilikom krađe identiteta na društvenim mrežama?
- Jeste li upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka?
- Ako ste upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, što je za vas osobno važno a što regulira taj zakon?

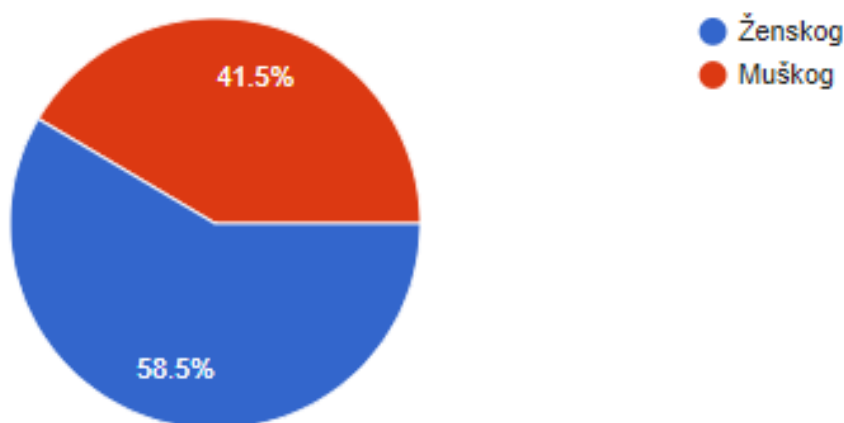
6. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I ANALIZA HIPOTEZA

6.1. Sociodemografski podaci

Temeljem istraživanja koje je provedeno u razdoblju od 6. 11. do 14. 11. 2017. godine, putem *online* anonimne ankete, prema Graf-u 1, sudjelovalo je ukupno 147 ispitanika, od kojih je 86 (58,5) ženskog roda, a 61 (41,5%) muškog roda, iz čega se može zaključiti da su žene više aktivne u korištenju društvenih mreža u odnosu na muškarce.

KOJEG STE RODA (SPOLA)?

147 responses

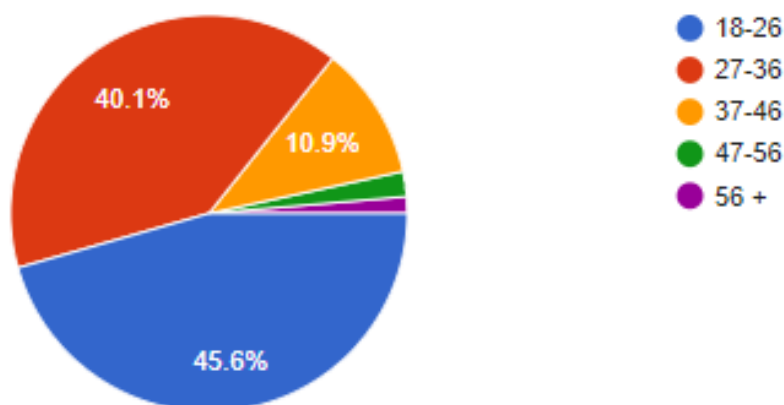


Graf 1 Prikaz roda (spola) ispitanika

Pregledom prikupljenih podataka koji se odnose na životnu dob ispitanika vidljivo je iz Graf-a 2, da od 147 ispitanika, dobnoj skupini od 18 do 26 godina pripada 67 (45.6%) ispitanika, u dobnoj skupini od 27-36 godina pripada 59 (40.1%) ispitanika, zatim, u dobnoj skupini od 37-46 pripada 16 (10.9%) ispitanika, u dobnoj skupini od 47-56 pripada 3 (3.1) ispitanika, a od 56 godine pa na dalje pripada 2 (1.4%) ispitanika, što se može zaključiti da društvene mreže najviše koristi mlađa populacija ljudi, točnije od 18 do 36 godine života.

KOJOJ DOBNOJ SKUPINI PRIPADATE?

147 responses

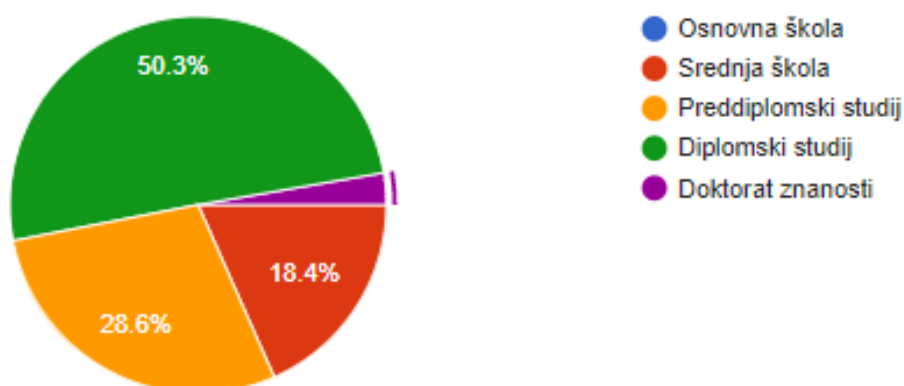


Graf 2 Prikaz dobi ispitanika

Prema razini obrazovanja odnosno stečenoj stručnoj spremi srednju školu je od 147 ispitanika, prema Graf-u 3, završilo 27 (18,4%) ispitanika, preddiplomski studij 42 (28.6%) ispitanika, diplomski studij 74 (50.3%) ispitanika, a doktorat je završilo 4 (2,7%) ispitanika, iz čega se može zaključiti da je u istraživanju najvećim dijelom sudjelovala visoko obrazovana populacija, čak njih 120 (81.6%) ispitanika.

VAŠE OBRAZOVANJE:

147 responses



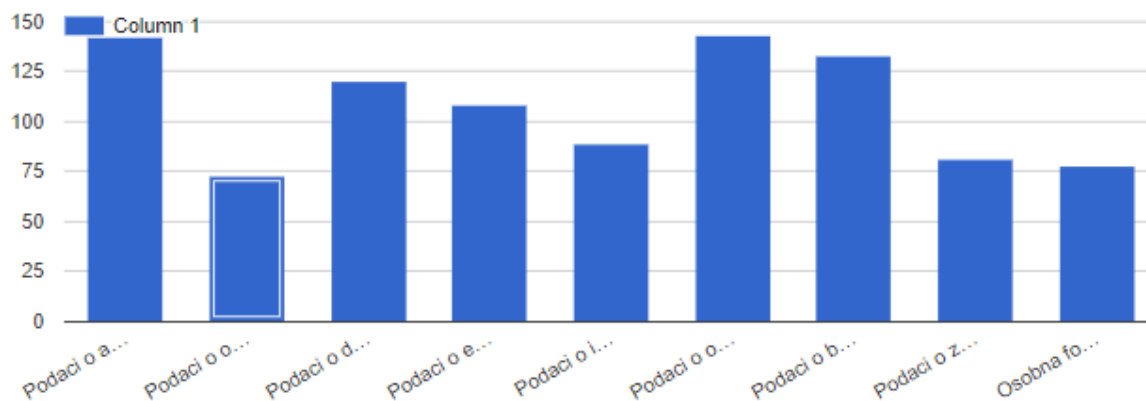
Graf 3 Prikaz stečenog obrazovanja ispitanika

6.2. Ispitivanje stavova, znanja i ponašanja ispitanika vezana za korištenje društvenih mreža te dijeljenje informacija i podataka na društvenim mrežama

Kada se govori o zlouporabi osobnih podataka potrebno je utvrditi pridaje li se važnost zlouporabi informacija iz privatnog i osobnog života na društvenim mrežama ili se važnost tomu uopće ne pridaje? Sljedeća pitanja se odnose na stavove, znanja i ponašanja korisnika vezano o osobnim podacima i dijeljenjem osobnih podataka na društvenim mrežama.

Odluka o tome hoće li i u kojoj mjeri korisnici društvenih mreža objavljivati određene informacije i podatke iz privatnog i osobnog života, ovisi o tome jesu li korisnici društvenih mreža upoznati s tim što sve spada u osobne podatke. U Graf-u 4, ispitanicima su ponuđeni određeni podaci za koje su prema vlastitoj procjeni trebali označiti one podatke za koje smatraju da spadaju u osobne podaci. Od 147 ispitanika, podatke o adresi prebivališta/boravišta označilo je 142 (96,6%) ispitanika, podatke o obrazovanju označilo je 73 (49,6%) ispitanika, o datumu i godini rođenja 120 (81,6%) ispitanika, o *e-mail* adresi 108 (73,4%) ispitanika, o imenu i prezimenu 89 (60,5%) ispitanika, o osobnoj iskaznici 143 (97,2%) ispitanika, o broju telefona 133 (90,4%) ispitanika, o zaposlenju 81 (55,1%) ispitanika, te o osobnoj fotografiji 78 (53,1%) ispitanika. Iako su svi podaci koji su ponuđeni zapravo osobni podaci, iz Graf-a 4, se može vidjeti da ispitanici određene podatke kao što su podaci o obrazovanju, o imenu i prezimenu, o zaposlenju i o osobnoj fotografiji ne smatraju osobnim podacima u istoj mjeri kao neke druge podatke, kao što su to podaci o adresi prebivališta/boravišta, o osobnoj iskaznici, o broju telefona, datumu i godini rođena, te o *e-mail* adresi. Ipak, prema dobivenim rezultatima može se zaključiti da većina ispitanika ima dovoljno znanja da određene informacije spadaju u osobne podatke, odnosno podatke koji su dio njihove privatnosti i koji bi mogli biti ugroženi dijeljenjem na društvenim mrežama.

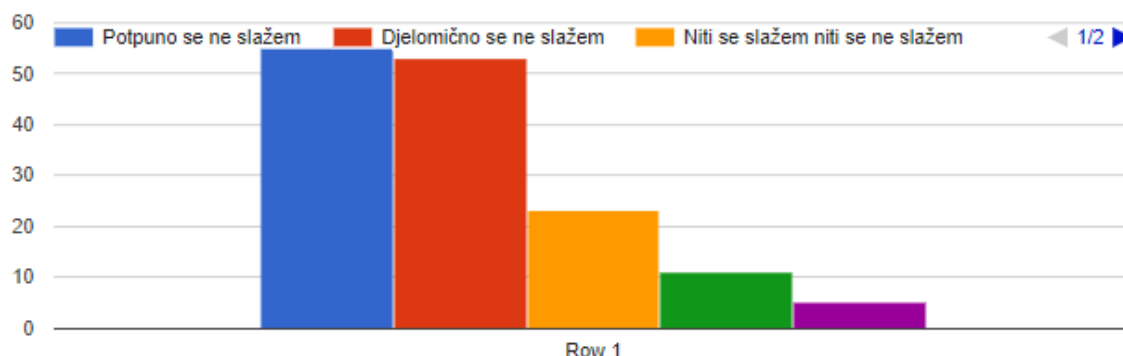
PREMA VLASTITOJ PROCJENI OZNAČITE KOJI OD NAVEDENIH
PODATAKA SPADAJU U OSOBNE PODATKE:



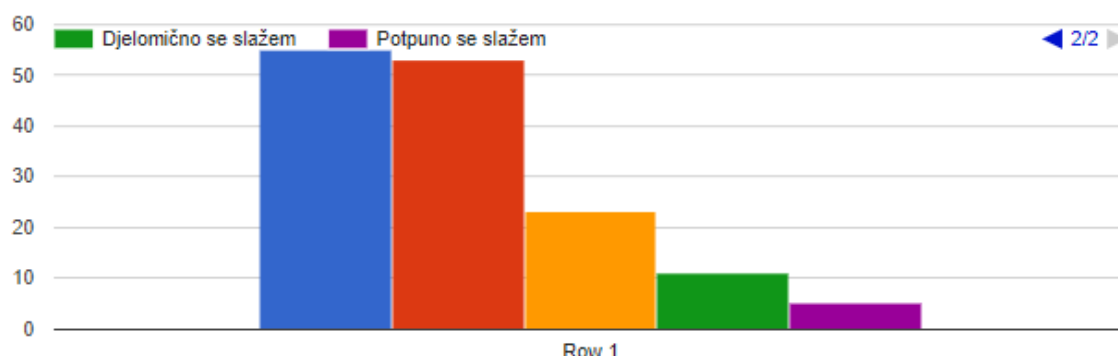
Graf 4 Prikaz odgovora ispitanika koji su prema vlastitoj procjeni označili podatke za koje smatraju da spadaju u osobne podatke

Kada se govori o dijeljenju informacija i osobnih podataka na društvenim mrežama važno je utvrditi kakav stav korisnici imaju kada objavljuju i dijele informacije i podatke iz osobnog i privatnog života, shvaćaju li ispitanici društvene mreže olako ili ipak s rezervom pristupaju kada su u pitanju objave osobnih podataka na njima. Na Graf-u 5, prikazani su odgovori ispitanika, a s navedenom tvrdnjom se od 147 ispitanika, potpuno slaže 5 (3,4%) ispitanika, djelomično se slaže 11 (7,4%) ispitanika, neutralno odgovara 23 (15,6%) ispitanika, 53 (36%) se djelomično ne slaže a dok se potpuno ne slaže 55 (37,4%) ispitanika, iz čega se može zaključiti da većina ispitanika ipak ne smatra društvene mreže potpuno bezopasnim platformama za dijeljenje informacija i osobnih podataka.

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: DRUŠTVENE MREŽE SU BEZOPASNA PLATFORMA ZA DIJELJENJE INFORMACIJA I OSOBNIH PODATAKA?



Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: DRUŠTVENE MREŽE SU BEZOPASNA PLATFORMA ZA DIJELJENJE INFORMACIJA I OSOBNIH PODATAKA?

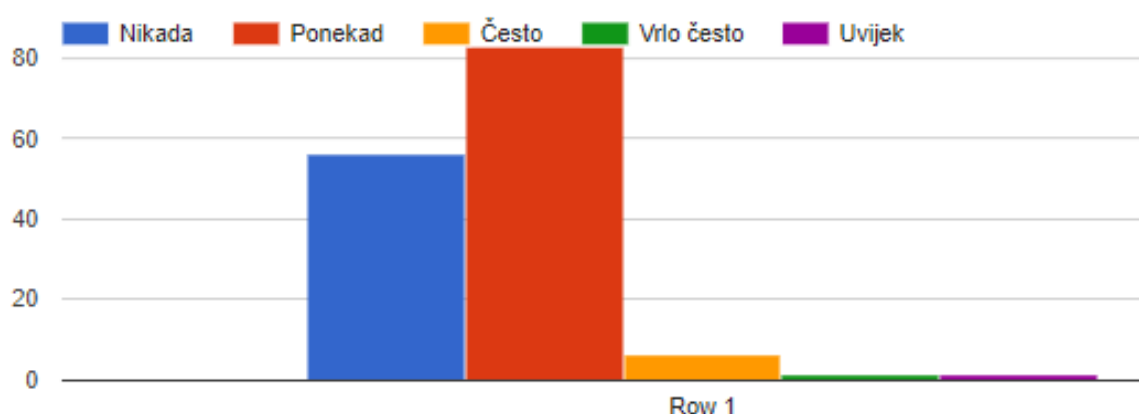


Graf 5 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: “Društvene mreže su bezopasna platforma za dijeljenje informacija i osobnih podataka”

Na društvenim mrežama koje su globalni fenomen, često se dobivaju zahtjevi za prijateljstvo od stranih ili nepoznatih osoba, neki ljudi vole zadirati u privatnost drugih ljudi iz raznih razloga, stoga se postavlja pitanje kako korisnici društvenih mreža postupaju u slučaju takvih zahtjeva za prijateljstvo. Na Graf-u 6 prikazani su rezultati prema kojima se od 147 ispitanika, 56 (38%) ispitanika izjasnilo da nikada ne prihvaća takve zahtjeve, dok 83 (56,4) ispitanika ponekad prihvaća, 6 (4%) ispitanika često prihvaća, dok vrlo često i uvijek, tek po jedan ispitanik (0,68%). Prema ovim rezultatima može se reći da većina ispitanika ipak ne prihvaća

zahtjeve od nepoznatih ljudi na društvenim mrežama, odnosno barem razmišlja o tome i odlučuje samo ponekad prihvatiti takva prijateljstva.

PRIHVAĆATE LI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZAHTJEVE ZA PRIJATELJSTVO OD OSOBA KOJE NISTE UPOZNALI U STVARNOM ŽIVOTU?

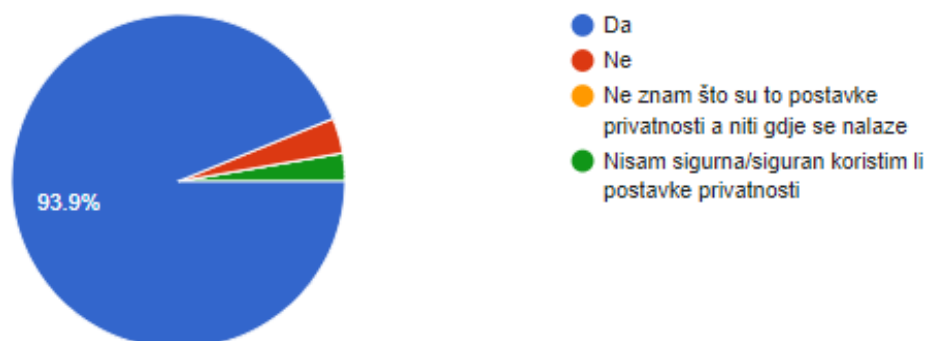


Graf 6 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Prihvaćate li na društvenim mrežama zahtjeve za prijateljstvo od osoba koje niste upoznali u stvarnom životu?”

Korištenje postavki privatnosti na društvenim mrežama uvelike ograničava zlouporabu informacija i podataka iz osobnog i privatnog života, pa ako ih korisnici društvenih mreža koriste, tada vode brigu o svojoj privatnosti. Prema Graf-u 7, od 147 ispitanika, čak 138 (93.9%) ispitanika se izjasnilo da koristi postavke privatnosti, tek 5 (3.4%) ispitanika ih ne koristi, dok 4 (2.7%) ispitanika nije sigurno koristi li postavke privatnosti, dok onih ispitanika koji ne znaju što su to postavke privatnosti niti gdje se one nalaze, nije bilo, što potvrđuje činjenicu da korisnici društvenih mreža ipak vode brigu i pridaju veću važnost zaštiti svoje privatnosti.

KORISTITE LI POSTAVKE PRIVATNOSTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA?

147 responses

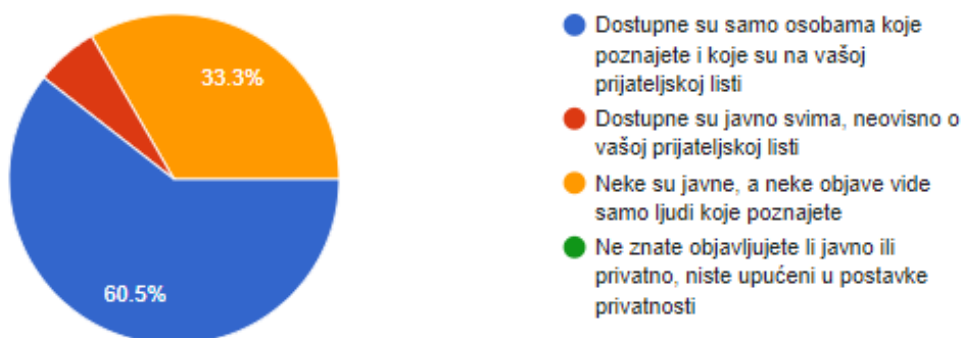


Graf 7 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Koristite li postavke privatnosti na društvenim mrežama?”

Dopuštaju li korisnici društvenih mreža da njihove objave vide svi javno ili samo određeni ljudi, odnosno ljudi koje oni poznaju, a samim time pokazuju kontroliraju li dostupnost vlastitih informacija i osobnih podataka nepoznatim osobama, prikazano je u Graf-u 8, u kojem se od 147 ispitanika, 89 (60.5%) izjasnilo da su njihove objave dostupne samo osobama koje poznaju i koje su na njihovoj prijateljskoj listi, 49 (33.3%) ispitanika dijeli određene objave javno dok određene objave dijeli samo s ljudima koje poznaju, a 9 (6.1%) ispitanika dijeli objave svima, neovisno o njihovoj prijateljskoj listi, iz čega se može donijeti zaključak da ipak većina ispitanika kontrolira svoje objave i ne dijeli svima javno na društvenim mrežama.

VAŠE OBJAVE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA:

147 responses

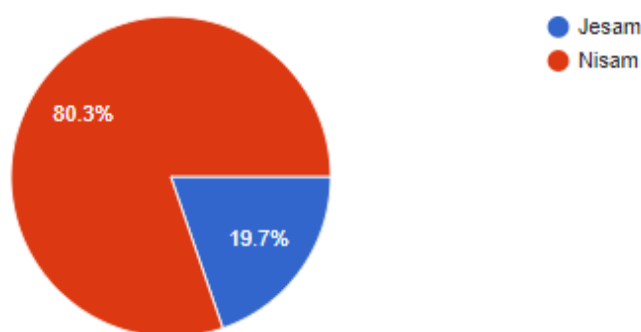


Graf 8 Prikaz javnih u odnosu na privatne objave korisnika na društvenim mrežama

Povjeriti nekomu svojevoljno svoje korisničko ime ili zaporku često zna biti velika pogreška ako dođe do zlouporabe osobnih podataka, stoga je bolje zadržati za sebe privatne informacije, a ne ih olako otkrivati drugim osobama. Prema Graf-u 9, od 147 ispitanika, 29 (19.7%) se izjasnilo da je otkrilo svoje korisničko ime ili zaporku drugoj osobi, dok 118 (80.31%) nije, što govori u prilog tome da ih korisnici društvenih mreža ipak većinom ne otkrivaju, barem ne svojevoljno.

JESTE LI ZA KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA IKADA SVOJEVOLJNO POVJERILI ILI OTKRILI SVOJE KORISNIČKO IME I ZAPORKU DRUGOJ OSOBI?

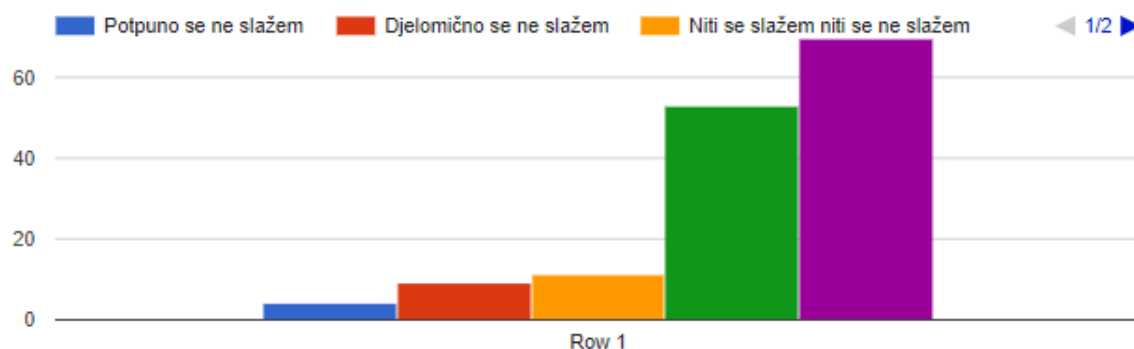
147 responses



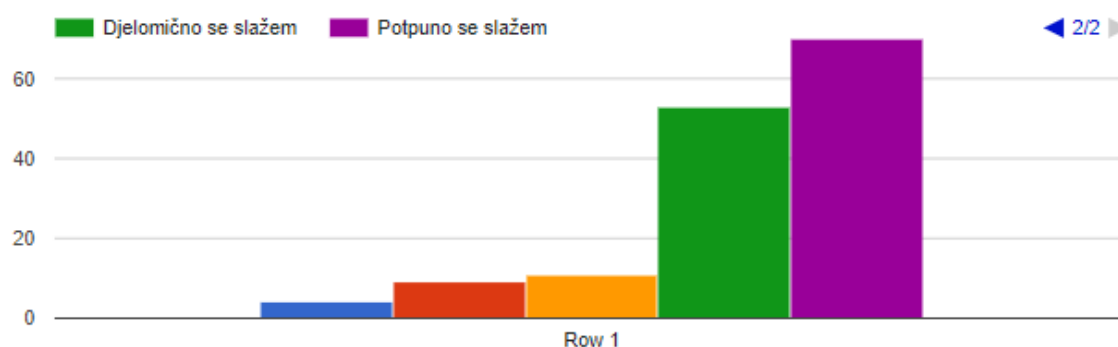
Graf 9 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Jeste li za korištenje društvenih mreža ikada svojevoljno povjerali ili otkrili svoje korisničko ime i zaporku drugoj osobi?”

Slažu li se korisnici društvenih mreža da se objavom osobnih podataka povećavaju mogućnost i njihove zlouporabe, odnosno krađe identiteta, prema Graf-u 10, od 147 ispitanika, potpuno se složilo 70 (47,6%), dok se djelomično složilo 53 (35%) ispitanika, neodlučno je ostalo 11 (7,4%) ispitanika, a djelomično se ne slaže 9 (6%), dok se s ovom tvrdnjom potpuno ne slaže 4 (2,7%) ispitanika, što dovodi do zaključka da ipak veći dio ispitanika ima stav o tome da postoji potencijalna zlouporaba osobnih podataka na društvenim mrežama kao što je to krađa identiteta.

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: OBJAVA OSOBNIH PODATAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA MOGLA BI PRIDONIJETI POTENCIJALNOJ KRAĐI (VAŠEG) IDENTITETA



Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: OBJAVA OSOBNIH PODATAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA MOGLA BI PRIDONIJETI POTENCIJALNOJ KRAĐI (VAŠEG) IDENTITETA



Graf 10 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: „Objava osobnih podataka na društvenim mrežama mogla bi pridonijeti potencijalnoj krađi (vašeg) identiteta“

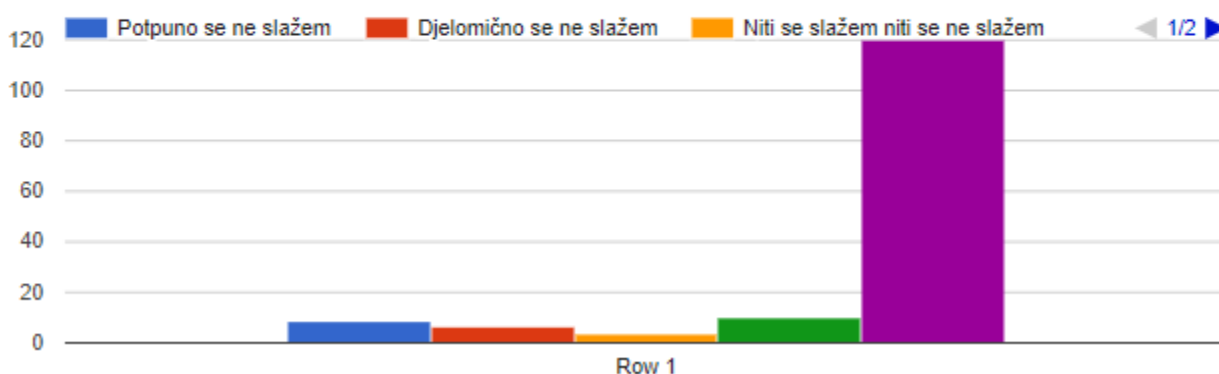
Obradom i analizom rezultata dobivenih istraživanjem na prethodna pitanja, zaključuje se da ipak većina ispitanika pridaje veću važnost zlouporabi osobnih podataka na društvenim mrežama, što znači da hipoteza koja glasi: „**Većina ispitanika pridaje manju važnost zlouporabi osobnih podataka na društvenim mrežama**“, nije potvrđena.

6.3. Ispitivanje stavova, ponašanja i znanja ispitanika vezana za zlouporabu osobnih podataka na društvenim mrežama

Kakve stavove imaju ispitanici imaju oko zlouporabe osobnih podataka, te znaju li kako postupiti ako se dogodi zlouporaba, i u konačnici, jesu li upoznati s mjerama zaštite osobnih podataka, provjereno je u sljedećem nizu pitanja.

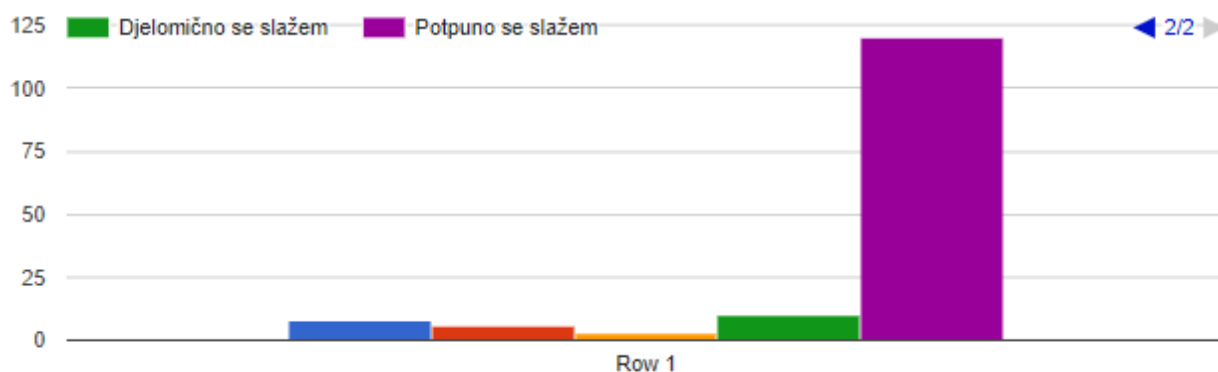
Kako bi se utvrdilo kakvo mišljenje imaju korisnici društvenih mreža o krađi identiteta, odnosno, smatraju li da je krađa identiteta kazneno djelo ili ne smatraju to nikakvih kaznenim djelom, provjereno je ovim pitanjem u kojem se, u Graf-u 11 od 147 ispitanika, s tom tvrdnjom u potpunosti ne slaže 8 (5.4%) ispitanika, djelomično se ne slaže 6 (4%) ispitanika, neodlučno je ostalo 3 (2%) ispitanika, djelomično se slaže 10 (6,8%) ispitanika, a potpuno se slaže s tom tvrdnjom 120 (81,6%) ispitanika, što ipak govori o tome da ispitanici smatraju da je krađa identiteta kazneno djelo, a samim time su spremni reagirati ako se dogodi krađa identiteta za razliku od onih koji tako ne smatraju.

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: KRAĐA IDENTITETA JE KAZNENO DJELO



Graf 11 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: „Krađa identiteta je kazneno djelo“

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: KRAĐA IDENTITETA JE KAZNENO DJELO

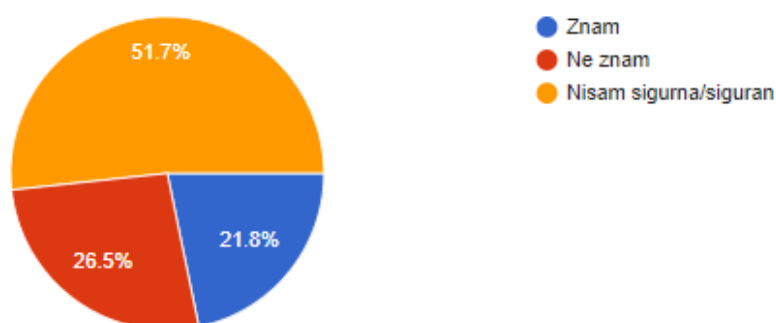


Znaju li korisnici društvenih mreža kako postupiti ako se dogodi krađa identiteta na društvenim mrežama, prikazano je u Graf-u 12 u kojem se 32 (21.8%) ispitanika izjasnilo da zna kako postupiti, 39 (26,5%) da ne zna, a 76 (51.7%) se izjasnilo da nisu sigurni kako postupiti u takvoj situaciji. Prema provedenom istraživanju može se zaključiti da ipak postoji veće neznanje i nesigurnost o tome kako bi se trebalo postupiti ako se dogodi zlouporaba osobnih podataka, kao što je to krađa identiteta na društvenim mrežama. No, da bi se ipak još jednom provjerilo znaju li i na koji način postupiti u takvoj situaciji provjereno je u sljedećem pitanju.

UKOLIKO SE DOGODI KRAĐA IDENTITETA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZNATE LI KAKO POSTUPITI U TAKVOJ SITUACIJI?



147 responses



Graf 12 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: „Ukoliko se dogodi krađa identiteta na društvenim mrežama znate li kako postupiti u takvoj situaciji?“

U anketnom upitniku je bilo postavljeno „lijevak“ pitanje za one ispitanike koji su na prethodno pitanje odgovorili da znaju kako postupiti u situaciji prilikom zlouporabe osobnih podataka na društvenim mrežama. Da bi potvrdili svoje znanje, postavljeno im je pitanje da napišu kako bi postupili ako im se dogodi krađa identiteta. Prema Slici 9, veći dio ispitanika je odgovorilo da bi u takvoj situaciji prijavilo nadležnim institucijama, odnosno policiji, drugi bi prijavili krađu identiteta toj društvenoj mreži, dok su neki ispitanici ostali neodređeni, primjerice s odgovorom: „Kako treba“, a takav odgovor ne potvrđuje zna li osoba zaista adekvatno postupiti prilikom krađe identiteta. S obzirom na to da je mali broj ispitanika reklo da zna kako postupiti prilikom krađe identiteta, te je još manji dio ispitanika to znanje i potvrdilo s „lijevak“ pitanjem, ostaje zaključak da ipak većina ispitanika ne zna ili nije potpuno sigurno kako postupiti ako im se dogodi zlouporaba osobnih podataka na društvenim mrežama.

AKO STE NA PRETHODNO PITANJE ODGOVORILI SA „Znam“, KAKO BISTE POSTUPILI PRILIKOM KRAĐE IDENTITETA?

30 responses

Prijaviti policiji
Prijavila taj profil
Pronašla bih još detaljnije upute na internetu, prijavila i društvenoj mreži i policiji krađu identiteta.
Prijaviti Facebooku
prijaviti na policiju
Prijava nadležnim tijelima.
notificirati facebook i osobu čiji identitet je bio ukraden
Promjeniti sve postojeće zaporce na svim sustavima na kojima sam prijavljen, prijava policiji kojim identitetom bi se mogući kradljivac koristio, naveo sve platforme koje inače koristim. Javio drugačijom platformom ili načinom čim više ljudi koje znam da bih znali adekvatno postupati. Ukoliko je moguće povezivanje s novčanim sredstvima, zatvoriti račune i onemogućiti transakcije bez osobne(žive) potvrde, a ne digitalnim potpisom/pečatom.
MUP
Prijaviti policiji

prijavila bih

Otišao bih do najbliže Policijske postaje, te bih podnio kaznenu prijavu na zapisnik protiv nepoznatog počinitelja. Čl. 146. KZ-a. (Nedozvoljena uporaba osobnih podataka). Isto tako moguće je i pozivanje na čl. 7. Zakona o zaštiti osobnih podataka.

Prijavi se lažni profil, nakon čega ti izbací prozor zbog čega prijavljuješ profil. U prozoru je navedeno nekoliko razloga među kojima je i lažni profil.

Policijska prijava

prijavio policiji

Prijava nadležnim institucijama

Prijavio bih policiji.

Prijavila bih policiji.

Prijavila bih to društvenoj mreži

Prijavila bih osobu policiji.

Prijava na policiju

Prijava

Vjerojatno bih to sam riješio. Ukoliko ne ide, potražio bih gdje mogu prijaviti krađu identiteta.

Prijava policiji, otkazivanje kartica, promjena svih lozinki, upozorenje prijateljima i poznanicima

Obavješćavanje mastera mreže; objava na mreži o krađi (eventualno ime osobe s profila)

Prijava policiji, kontakt društvene mreže

Kako treba.

Prijavila policiji.

Obratiti se policiji

Prijava policiji

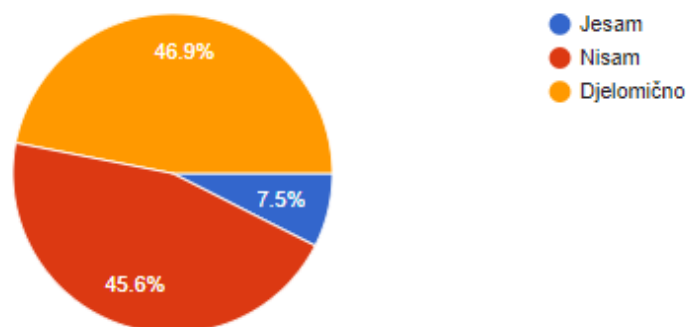
Slika 10 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: „Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa „Znam“ kako biste postupili prilikom krađe identiteta?“

Upoznatost sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka i njegovim regulativama znači da osoba brine o svojim osobnim podacima, te da želi biti informirana o tome kako zaštititi osobne podatke i u konačnici, kako postupiti ako se dogodi povreda privatnosti i osobnosti, odnosno povreda ili zlouporaba podataka iz privatnog i osobnog života. Kolika zainteresiranost i briga oko vlastitih osobnih podataka postoji, te oko njihove zaštite, provjereno je pitanjem u kojem se ispituje upoznatost sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka. Prema Graf-u 13, od 147

ispitanika, 11 (7,5%) se izjasnilo da je upoznato, 67 (45,6%) da nije upoznato, a dok djelomično je upoznato 69 (46,9%) ispitanika.

JESTE LI UPOZNATI SA ZAKONOM O ZAŠTITI OSOBNIH PODATAKA?

147 responses



Graf 13 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Jeste li upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka?”

Kako bi se utvrdilo jesu li ispitanici zaista upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, u upitniku je postavljeno „lijevak“ pitanje da napišu što je za njih osobno važno a što regulira taj zakon. Prema Slici 10, od 8 ispitanika samo je 5 ispitanika adekvatno odgovorilo što im je važno u tom zakonu:

- vođenje zbirke osobnih podataka i odgovornosti povezane s tim
- nadzor nad prikupljanjem, obradom i daljnjim korištenjem vlastitih osobnih podataka
- da se agenciji može podnijeti zahtjev za utvrđivanje povrede
- privole ispitanika
- osobni podaci (JMBG, OIB, telefon, GSM, posao, plaća...).

Na temelju posljednjeg pitanja može se zaključiti da ipak velika većina korisnika društvenih mreža nije upoznata sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka.

AKO STE UPOZNATI SA ZAKONOM O ZAŠTITI OSOBNIH PODATAKA, ŠTO JE ZA VAS OSOBNO VAŽNO A ŠTO REGULIRA TAJ ZAKON?

8 responses

vodjenje zbirka osobnih podata i odgovornosti povezane s time
-
Prije svega nadzor nad prikupljanjem, obradom i daljnjim korištenjem mojih osobnih podataka.
Svi znamo kako društvene mreže prodaju privatne podatke, međutim kako ih koristim za društvene i poslovne svrhe, ne namjeravam se maknuti sa njih. Bilo bi lijepo kada nam ne bi dali podatke radi marketinške obrade, ali činjenice su takve.
Da se agenciji može podnijeti zahtjev za utvrđivanje povrede
Privole ispitanika
Osobni podaci (JMBG, OIB, tel, GSM, posao, plaća...)
Sve.

Slika 11 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Ako ste upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, što je za vas osobno važno a što regulira taj zakon?”

Obradom i analizom rezultata dobivenih istraživanjem na prethodna pitanja, zaključuje se da većina ispitanika ne zna kako postupiti u situaciji prilikom zlouporabe osobnih podataka na društvenim mrežama, stoga, hipoteza koja glasi: „**Većina ispitanika ne zna kako postupiti u situaciji prilikom zlouporabe osobnih podataka na društvenim mrežama**“, je potvrđena.

7. ZAKLJUČAK

Društvene mreže su od svojih početaka do današnjeg vremena brzo napredovale te značajno doprinijele razvoju komunikacije, povezivanju među ljudima i dijeljenju informacija i podataka iz osobnog i privatnog života.

Kako društvene mreže sadržavaju veliki broj korisničkih profila, a samim time i veliki broj korisničkih podataka, utoliko se povećava mogućnost od zlorabe informacija i osobnih podataka podijeljenih i pohranjenih na njima.

Opasnosti koje se pojavljuju na društvenim mrežama najviše se očituju u zlorabi informacija koje se tamo plasiraju, krađi identiteta, uznemiravajućim sadržajima od strane nepoznatih osoba, nasilju, društvenom inženjeringu, *phishingu*, i slično.

Koliko je osoba sigurna na društvenim mrežama ovisi o njenom znanju i promišljanju o tome koje sve opasnosti se pojavljuju ili bi se mogle pojaviti na društvenim mrežama, o kritičkom razmišljanju o otkrivanju podataka iz osobnog i privatnog života, te o postavkama na društvenim mrežama kojima se upravlja vidljivost podijeljenih informacija i osobnih podataka.

Također, koliko su ljudi osviješteni kada je u pitanju sigurnost njihovih informacija i osobnih podataka govori o tome koliko imaju znanja o osobnim podacima i njihovom plasiranju na društvenim mrežama.

Primarno istraživanje, čiji su rezultati navedeni u ovom radu, odnosilo se na istraživanje o tome koliko građani vode brigu o sigurnosti na društvenim mrežama, znaju li ispitanici prepoznati koje objave na društvenim mrežama ih mogu dovesti do opasnosti, objavljuju li korisnici previše informacija i osobnih podataka, odnosno, smatraju li ispitanici da je objavljivanje na društvenim mrežama bezopasno, te znaju li adekvatno postupiti ako dođe do zlorabe osobnih podataka.

Prema provedenom istraživanju koji je bio na prigodnom uzorku, od 147 ispitanika, (a koji nije slika populacije prema obrazovanju, pa se stoga zaključke nije generaliziralo) od kojih su 81% s visokom stručnom spremom (diplomski studiji i doktorat), može se zaključiti (samo za uzorak koji je nakon istraživačkog upitnika dobiven) da su obrazovaniji više odgovorniji oko upravljanja i plasiranja informacija i osobnih podataka na društvenim mrežama, što je ovim istraživanjem i potvrđeno. Većina ispitanika ipak vodi brigu i odgovorno postupa s osobnim

podacima, odnosno, pridaje važnosti zlouporabi osobnih podataka na društvenim mrežama, te ne smatra društvene mreže bezopasnom platformom za olako dijeljenje informacija i osobnih podataka.

Iako se prema istraživanju pokazalo da smo društvo koje ipak brine o svojoj privatnosti, oprezno raspolaže s osobnim podacima te pridaje važnost zaštiti osobnih podataka na društvenim mrežama, ipak postoji određena nesigurnost oko toga kako postupiti ako se dogodi zlouporaba informacija i osobnih podataka na društvenim mrežama.

Kako se zlouporaba podataka na društvenim mrežama ipak događa, kao što je to, primjerice, krađa identiteta, u ovom istraživanju nije potvrđeno potrebno znanje ako se takva situacija dogodi. Većina ispitanika nije potvrdila svoje znanje i upoznatost s dvije glavne odredišne smjernice za zaštitu osobnih podataka, bilo sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, bilo s Agencijom za zaštitu osobnih podataka, a u kojima je jasno definirano što su to osobni podaci, kako ih zaštititi i na koji način postupiti ako se dogodi zlouporaba osobnih podataka.

Postavlja se pitanje zašto je to tako? Možda iz činjenice kako većina korisnika društvenih mreža vodi brigu o svojoj privatnosti i odgovorno postupa s informacijama i osobnim podacima, što su većinom upoznati s postavkama privatnosti i ne prihvaćaju olako nepoznate osobe za svoje prijatelje na društvenim mrežama, te im objave nisu javne i svima dostupne, pa samim time imajući kontrolu dijeljenja i plasiranja informacija i osobnih podataka, smatraju da im se zlouporaba osobnih podataka neće dogoditi, ili pak, vjeruju da za to postoji vrlo mala vjerojatnost. Razlog može biti i taj da živimo na području u kojem ipak nije učestala zlouporaba osobnih podataka, te stoga ljudi nemaju potrebu znati više o toj problematici.

Istovremeno se u istraživanju pokazalo da su ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju većinom osobe mlađe životne dobi. Čak 86% ispitanika spada u skupinu od 18 do 36 godine života, iz čega se može zaključiti kako su mlađi više upućeni u korištenje društvenih mreža, a samim time i u postavke privatnosti te opreznom raspodjelom informacija i osobnih podataka koje tamo plasiraju.

Ono što je, također, važno u ovom istraživanju je to što su određeni ispitanici ostavili povratnu informaciju o samoj kvaliteti i smislenosti ankete. Povratna sprega je bila pozitivnog karaktera, u smislu da im je anketa bila vrlo lagana i „prohodna“, što je vrlo važno, s obzirom na činjenicu da se u današnje vrijeme ljude anketira mnogo više nego prije, te se stoga gubi interes i strpljenje pri ispunjavanju ankete ako je anketa predugačka i zamorna. Određeni ispitanici su rekli da im je anketa bila čak i edukativnog karaktera, prema nekima je anketa izazvala interes i zanimanje

o samoj problematici osobnih podataka na društvenim mrežama, dok je druge potaknula na razmišljanje o tome što sve plasiraju na društvenim mrežama, te jesu li im postavke privatnosti zaista uključene, a o čemu prethodno nisu pretjerano razmišljali.

U konačnici, rezultati istraživanja su pokazali da smo društvo znanja, društvo koje odgovorno brine o svojim informacijama i osobnim podacima, te pridaje važnost zlouporabi osobnih podataka na društvenim mrežama.

Međutim, kako se istraživanjem utvrdilo da većina korisnika ne zna na koji način postupiti ako se već dogodi zlouporaba osobnih podataka na društvenim mrežama, iz tog razloga, korak dalje nakon ovog istraživanja bila bi preventivna edukacija o zlouporabi osobnih podataka, a koja bi trebala započeti već u najranijoj životnoj dobi, primjerice, krajem osnovnoškolskog obrazovanja ili početkom srednjoškolskog obrazovanja.

Zbog sigurnog korištenja društvenih mreža, svakako bi preporuka bila poticati podizanje osviještenosti o opasnostima društvenih mreža u sklopu obrazovnih kampanja koje bi pridonijele boljoj zaštiti informacija i osobnih podataka na mrežnim servisima.

8. LITERATURA

1. Aftab, P., (2003.), *Kako prepoznati opasnosti interneta*, Neretva, Zagreb
2. Bosančić, B., (2016.), *Problem stjecanja znanja kao problem informacijskih znanosti*, Libellarium : časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova, Vol.9 No.1 Srpanj 2016
3. Brezak, M., (1998.) *Pravo na osobnost : pravna zaštita osobnih podataka od zlouporabe*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb
4. Conry-Murray, A.; Weafer, V., (2005.), *Sigurni na Internetu, praktičan vodič za siguran rad na Internetu kod kuće*, MIŠ, Zagreb
5. Časopis LIDER, *Budućnost medija*, specijalno izdanje u sklopu Weekend Media Festivala, 22. rujan 2017.
6. Demeterffy, Lančić, R : *Novi mediji i odnosi s javnošću, izlaganje sa znanstvenog skupa / UDK 316.774:004, 004.738.5:659.4 / PRIMLJENO: 31.08.2010.*
7. Dragičević, D., (2015.) *Pravna informatika i pravo informacijskih tehnologija*, Narodne novine, Zagreb
8. Dropulić, J., (2002.), *Pravo na privatni život i duševni integritet*, VIZURA, Zagreb
9. Gibb, J., (2005.), *Tko vas promatra*, Naklada LJEVAK, Zagreb
10. Grbavac J., Grbavac V., (2014.), *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*, Media, culture and public relations, 5, 2
11. Himanen, P., (2002.), *Hakerska etika i duh informacijskog doba*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
12. Horvat, A., Živković, D., (2012.), *Između javnosti i privatnosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb
13. Jakovac, P.: *Znanje kao ekonomski resurs: osvrt na ulogu i značaj znanja te intelektualnog kapitala u novoj ekonomiji znanja*, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Tranzicija, Vol 14 No. 29 rujan 2012.

14. Kirkpatrick, D., (2012.), *Facebook efekt: [istinita priča o Marku Zuckerbergu i najbrže rastućoj kompaniji svijeta]*, Lumen izdavaštvo, Zagreb
15. Klaić, B., (2002.) *Rječnik stranih riječi, tuđice i posuđenice*, Nakladni zavod Matice hrvatske
16. Klarić, M., (2016.) *Zaštita osobnih podataka i Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 53, 4
17. Kušić, S., (12/2010.), *Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije*, Život i škola, Vol.LVI No. 24, str. 107.
18. Lasić-Lazić, J., (1996.), *Znanje o znanju*, Zavod za informacijske studije, Zagreb
19. Levinson, P., (2001.), *Digitalni McLuhan, vodič za novo doba*, IZVORI, Zagreb
20. Maletić, F., (2014.), *Informacija je ponovo „in“*, In medias res : časopis filozofije medija, Vol.3 No.5 Rujan
21. Marović, A., Medvidović, L., Štimac, S., (2006.) *Zaštita prava osobnosti*, Europski pokret Split / Grafika, Osijek
22. Milardović, A., (2010.), *Globalno selo : sociologija informacijskog društva i cyber kulture*, Centra za politološka istraživanja, Zagreb
23. Osmanbegović, E., (2001.), *Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine*, Godina XII – Tuzla-Travnik-Zagreb-Beograd-Bukurešt, br. 28.
24. Panian Ž.; Ćurko, K.; Vukšić Bosilj, V.; (2010.) *Poslovni informacijski sustavi*, Element, Zagreb
25. Petar, S., Marjanović, B., (2003.), *Jeste li sigurni da ste sigurni?*, Andromeda, Rijeka
26. Rajko, A., (2011.) *Informacijsko upravno pravo : pravo na pristup informacijama, zaštita osobnih podataka i tajnih podataka*, TEB Poslovno savjetovanje, Zagreb
27. Shields, R., (2001.), *Kulture interneta*, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
28. Sudar-Kulčar, M: *Zaštita privatnosti i sigurnost pohranjenih podataka s osvrtom na izravni (direktni) marketing*, Politička misao, Vol. XLII, (2005.), br. 4

29. Šimović, V., Ružić-Baf, M., (2013.) *Suvremeni informacijski sustavi*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za odgojne i obrazovne znanosti, Pula
30. Težak, Đ., (2010.), *Internet – poslije oduševljenja*, Hrvatska sveučilišna naklada; Zagreb
31. Tuđman, M., (2003.) *Prikazalište znanja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb,
32. Tuđman., M., (2014.), *Teorija informacijske znanosti*, Hrvatska sveučilišna naklada, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu
33. Varga, M., (2012.) *Upravljanje informacijama*, Element, Zagreb
34. Vican, D.: *Znanje vrijedno znanja – znanje vrijedno poučavanja*, Pedagogijska istraživanja, Vol.4 No.2 prosinac 2007.
35. *Zaštita osobnih podataka i dostupnost informacija*, Preporuke Vijeća Europe, Hrvatski državni arhiv, Zagreb, 2002.
36. Žlof, K, Herljević, Z., Hadžić, S.: *Predodžbe novinara o važnosti društvenih mreža u proizvodnji medijskih sadržaja*, Media, culture and public relations, 5, 2014, 1

8.1. Internetski izvori

1. <http://ekonomskiportal.com/povijest-drustvenih-mreza-infografika/> Datum pristupanja 22.10.2017.
2. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Instagram>, Datum pristupanja 24.10.2017.
3. Danijel Levatić : <https://www.linkedin.com/pulse/20140811072131-23581580--cro-za%C5%A1to-je-linkedin-izuzetno-va%C5%BEan-za-va%C5%A1e-poslovanje-ili-pronala%C5%BEenje-posla> Datum pristupanja 24.10.2017.
4. <https://www.sigurnostnainternetu.hr/index.php/vrste-prijevara/drustvene-mreze-i-krada-identiteta.html> Datum pristupanja 25.10.2017.
5. Zakon o zaštiti osobnih podataka, pročišćeni tekst zakona, NN 103/3, 118(06, 41/08, 130/11, 106/12, čl 2., <https://www.zakon.hr/z/220/Zakon-o-zaštiti-osobnih-podataka> Datum pristupanja 19.10.2017

6. Ustav Republike Hrvatske, „NN“ br. 56/90, 135/97, 8/98 – pročišćeni tekst, 113/2000, 124/2000 – pročišćeni tekst, <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>, čl. 37. Datum pristupanja 16.10.2017
7. Uredba (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i vijeća od 27. travnja 2016., <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> Datum pristupanja 26.10.2017.
8. Danijel Levatić : <https://www.linkedin.com/pulse/20140811072131-23581580--cro-za%C5%A1to-je-linkedin-izuzetno-va%C5%BEan-za-va%C5%A1e-poslovanje-ili-pronala%C5%BEenje-posla> Datum pristupanja 24.10.2017.
9. <http://azop.hr/prava-ispitanika/detaljnije/zastita-osobnih-podataka> Datum pristupanja 29. 10. 2017.
10. <http://www.inpublic.hr/kratka-povijest-drustvenih-mreza-1-dio/> Datum pristupanja 30. 10. 2017.
11. <http://ekonomskiportal.com/povijest-drustvenih-mreza-infografika/> Datum pristupanja 30.10. 2017.
12. <http://mhanzev.weebly.com/razvoj-druscarontvenih-mre382a.html> Datum pristupanja 31. 10. 2017
13. <https://www.bug.hr/drustvene-mreze/kraj-jedne-ere-za-twitter-280-znakova-svima-1298> Datum pristupanja 11.11.2017.

8.2. Slike

1. Slika 1 Struktura diplomskog rada
2. Slika 2 Transformiranje/interpretacija podataka u informacije
3. Slika 3 Prikaz znanja
4. Slika 4 Piramida – podatak, informacija, znanje, mudrost
5. Slika 5 Društvene mreže
6. Slika 6 Službeni logo društvene mreže Facebook
7. Slika 7 Službeni logo društvene mreže Instagram
8. Slika 8 Službeni logo društvene mreže LinkedIn

9. Slika 9 Službeni logo društvene mreže Twitter
10. Slika 10 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: „Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa „Znam“ kako biste postupili prilikom krađe identiteta?“
11. Slika 11 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Ako ste upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka, što je za vas osobno važno a što regulira taj zakon?”

8.3. Grafovi

1. Graf 1 Prikaz roda (spola) ispitanika
2. Graf 2 Prikaz dobi ispitanika
3. Graf 3 Prikaz stečenog obrazovanja ispitanika
4. Graf 4 Prikaz odgovora ispitanika koji su prema vlastitoj procjeni označili podatke za koje smatraju da spadaju u osobne podatke
5. Graf 5 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: “Društvene mreže su bezopasna platforma za dijeljenje informacija i osobnih podataka”
6. Graf 6 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Prihvaćate li na društvenim mrežama zahtjeve za prijateljstvo od osoba koje niste upoznali u stvarnom životu?”
7. Graf 7 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Koristite li postavke privatnosti na društvenim mrežama?”
8. Graf 8 Prikaz javnih u odnosu na privatne objave korisnika na društvenim mrežama
9. Graf 9 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Jeste li za korištenje društvenih mreža ikada svojevoljno povjerali ili otkrili svoje korisničko ime i zaporku drugoj osobi?”
10. Graf 10 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: „Objava osobnih podataka na društvenim mrežama mogla bi pridonijeti potencijalnoj krađi (vašeg) identiteta“
11. Graf 12 Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: „Krađa identiteta je kazneno djelo“
12. Graf 13 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: „Ukoliko se dogodi krađa identiteta na društvenim mrežama znate li kako postupiti u takvoj situaciji?“
13. Graf 14 Prikaz odgovora ispitanika na pitanje: “Jeste li upoznati sa Zakonom o zaštiti osobnih podataka?”

9. ANKETNI UPITNIK

Istraživanje za potrebe diplomskog rada

Sudjelovanje u istraživanju o upravljanju informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama za potrebe izrade diplomskog rada je potpuno anonimno.

KOJEG STE RODA (SPOLA)? *

☐ Ženskog

☐ Muškog

KOJOJ DOBNOJ SKUPINI PRIPADATE? *

☐ 18-26

☐ 27-36

☐ 37-46

☐ 47-56

☐ 56 +

VAŠE OBRAZOVANJE: *

- ☐ Osnovna škola
- ☐ Srednja škola
- ☐ Preddiplomski studij
- ☐ Diplomski studij
- ☐ Doktorat znanosti

VAŠE OBJAVE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA: *

- ☐ Dostupne su samo osobama koje poznajete i koje su na vašoj prijateljskoj listi
- ☐ Dostupne su javno svima, neovisno o vašoj prijateljskoj listi
- ☐ Neke su javne, a neke objave vide samo ljudi koje poznajete
- ☐ Ne znate objavljujete li javno ili privatno, niste upućeni u postavke privatnosti

PRIHVAĆATE LI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZAHTJEVE ZA
PRIJATELJSTVO OD OSOBA KOJE NISTE UPOZNALI U STVARNOM ŽIVOTU?

	Nikada	Ponekad	Često	Vrlo često	Uvijek
Row 1	☐	☐	☐	☐	☐

...

KORISTITE LI POSTAVKE PRIVATNOSTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA? *

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Ne znam što su to postavke privatnosti a niti gdje se nalaze
- ☐ Nisam sigurna/siguran koristim li postavke privatnosti

JESTE LI ZA KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MREŽA IKADA SVOJEVOLJNO
POVJERILI ILI OTKRILI SVOJE KORISNIČKO IME I ZAPORKU DRUGOJ OSOBI?

- ☐ Jesam
- ☐ Nisam

PREMA VLASTITOJ PROCJENI OZNAČITE KOJI OD NAVEDENIH PODATAKA SPADAJU U OSOBNE PODATKE:

	Column 1
Podaci o adresi boravišta/prebivališta	☐
Podaci o obrazovanju	☐
Podaci o datumu i godini rođenja	☐
Podaci o e-mail adresi	☐
Podaci o imenu i prezimenu	☐
Podaci o osobnoj iskaznici	☐
Podaci o broju telefona	☐
Podaci o zaposlenju	☐
Osobna fotografija	☐

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: DRUŠTVENE MREŽE SU BEZOPASNA PLATFORMA ZA DIJELJENJE INFORMACIJA I OSOBNIH PODATAKA? *

	Potpuno se ne slažem	Djelomično se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Djelomično se slažem	Potpuno se slažem
Row 1	☐	☐	☐	☐	☐

...

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: OBJAVA OSOBNIH PODATAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA MOGLA BI PRIDONIJETI POTENCIJALNOJ KRAĐI (VAŠEG) IDENTITETA *

	Potpuno se ne slažem	Djelomično se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Djelomično se slažem	Potpuno se slažem
Row 1	☐	☐	☐	☐	☐

Procijenite svoje slaganje sa sljedećom tvrdnjom: KRAĐA IDENTITETA JE KAZNENO DJELO *

	Potpuno se ne slažem	Djelomično se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Djelomično se slažem	Potpuno se slažem
Row 1	☐	☐	☐	☐	☐

UKOLIKO SE DOGODI KRAĐA IDENTITETA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZNATE LI KAKO POSTUPITI U TAKVOJ SITUACIJI? *

- ☐ Znam
- ☐ Ne znam
- ☐ Nisam sigurna/siguran

AKO STE NA PRETHODNO PITANJE ODGOVORILI SA „Znam“, KAKO BISTE POSTUPILI PRILIKOM KRAĐE IDENTITETA?

Long-answer text

JESTE LI UPOZNATI SA ZAKONOM O ZAŠTITI OSOBNIH PODATAKA? *

- ☐ Jesam
- ☐ Nisam
- ☐ Djelomično

AKO STE UPOZNATI SA ZAKONOM O ZAŠTITI OSOBNIH PODATAKA, ŠTO JE ZA VAS OSOBNO VAŽNO A ŠTO REGULIRA TAJ ZAKON?

Long-answer text



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Dubravka Dasović, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključiva autorica diplomskog rada pod naslovom **Upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama**, te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Studentica:

Dubravka Dasović

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Dubravka Dasović, neopozivo izjavljujem da sam suglasna s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom **Upravljanje informacijama i osobnim podacima na društvenim mrežama**, čija sam autorica.

Studentica:

Dubravka Dasović

(vlastoručni potpis)