

ПОЖЕЉНО ПОНАШАЊЕ И ЗАШТИТА ПРИВАТНОСТИ НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА



1.

Друштвене мреже у Србији

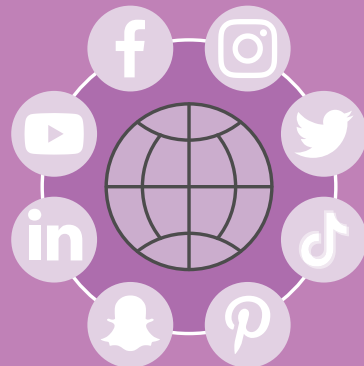
Према подацима из 2020. године преко 3.810.000 грађана Србије користи интернет сваког или скоро сваког дана. Готови сви (97%) активни корисници имају налог на некој од друштвених мрежа. Најпопуларније друштвене мреже су Facebook (82% активних корисника), YouTube (81%) и Instagram (70%), а следе их Твитер, Линкдин, Пинтерест, Снепчет, ТикТок и други.



За YouTube је карактеристично што се релативно често користи и без налога, јер око 18% корисника нема регистровани налог. Са друге стране, постоје корисници који су направили налоге на друштвеним мрежама, али их не користе. То је карактеристично за Facebook, где има око 7% неактивних регистрованих корисника.

Жене чешће од мушкараца користе Instagram (76% наспрам 65%), Pinterest (41% наспрам 13%), Tumblr (6% наспрам 4%) и Snapchat (19% наспрам 9%). Са друге стране, мушки корисници преферирају YouTube, Facebook и LinkedIn.

Instagram је код млађих узраста, од 15 до 24 године, популарнији од Facebook-а (84% наспрам 78%). Корисници овог узраста чешће користе Snapchat (25%) и TikTok (24%) од старијих, док LinkedIn користе ређе (11%).

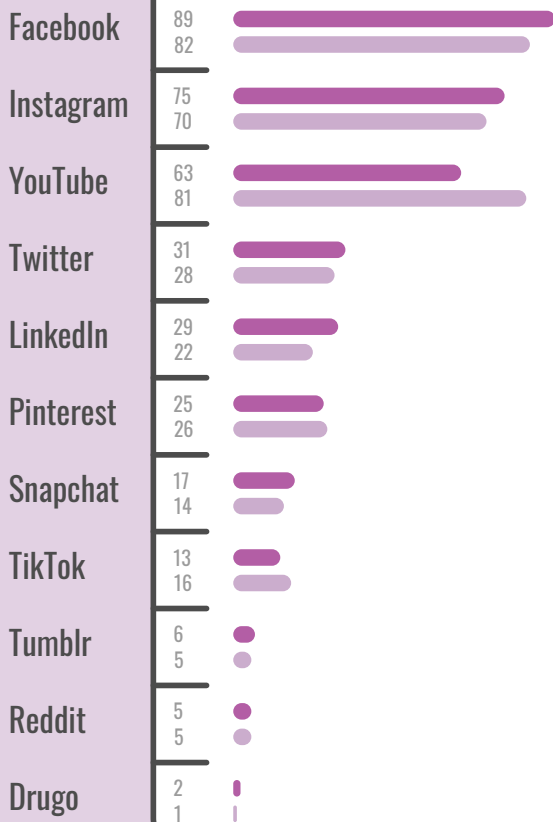


Профил просечног корисника друштвених мрежа у Србији је женска особа, млађа од 32 године, која живи у градској средини. У питању је студенткиња или особа која је завршила четворогодишњу средњу школу, а интернету приступа преко мобилног телефона.

Друштвене мреже су постале најпопуларнија врста медија и извор информација. Грађани Србије дневно проведу 104 минута на друштвеним мрежама, што је више у односу на традиционалне медије попут телевизије, радија и штампе.

О брзини успона популарности друштвених мрежа сведочи податак да је скоро половина корисника креирало своје налоге у протеклих пет до десет година.

Извор: Грађани и медији: конзумација, навике и медијска писменост, 2020. CeSID и Propulsion уз подршку USAID.



Има налог



Користи без обзира на то да ли има налог

2.

Лични подаци корисника друштвених мрежа

Већина корисника друштвених мрежа на њима оставља своје име и презиме, личну фотографију и датум рођења. Ређе се остављају подаци о послодавцу/школи, број телефона и адреса становања.

Прикупљање и коришћење информација са корисничких налога на друштвеним мрежама и њихова анализа назива се социјални инжењеринг. Овај метод прибављања информација може се злоупотребити и користити за планирање и извршење сајбер напада.

Сајбер нападачима нису занимљиве само познате личности. Сви корисници интернета и друштвених мрежа су пожељна мета, јер се њихови подаци могу користити за прибављање новчане и друге користи кроз лажно представљање или продају на црном тржишту.



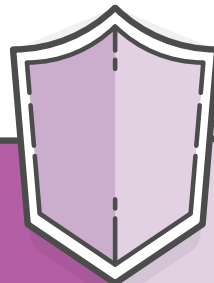
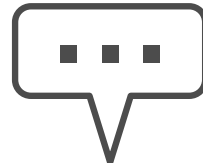


Жене су опрезније од мушкараца када је реч о остављању података о адреси (8% наспрам 18%) и броју телефона (17% наспрам 34%). Када је реч о адреси и броју телефона, мање су опрезне и особе са завршеном основном школом или трогодишњом средњом школом у односу на кориснике са вишим степеном образовања.

Око 60% корисника сматра да уме да заштити личне податке на интернету, док око 25% корисника употребљава додатне методе заштите на интернету као што су апликације за управљање шифрама или двофакторску аутентификацију за приступ налозима.

3.

Препоруке за безбедно коришћење друштвених мрежа



Треба знати да оно што се једном објави на интернету, остаје на интернету. Објаве на друштвеним мрежама су врста дигиталног отиска и представљају трагове које корисници остављају за собом.

Објављивање тренутне локације може указати на то да корисник није код куће. Препорука је да се сачека са објавама фотографија са путовања и догађаја, како корисник друштвених мрежа не би постао мета сајбер криминалаца.



Треба пратити шта пријатељи, породица и колеге објављују о Вама и члановима Ваше породице на друштвеним мрежама, јер све информације могу користити нападачима.

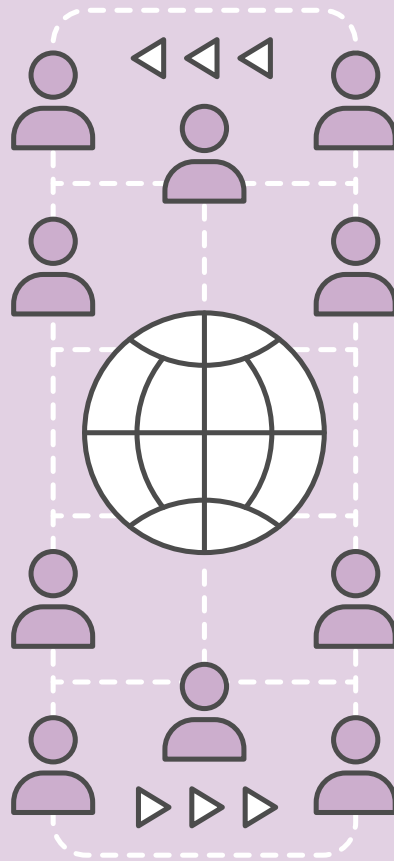


Проверите безбедносна подешавања Ваших налога и ко може приступити Вашим личним подацима и објавама. Користите комплексне лозинке и укључите двофакторску аутентификацију. Пазите шта и када објављујете и коме пишете о себи и својим навикама.

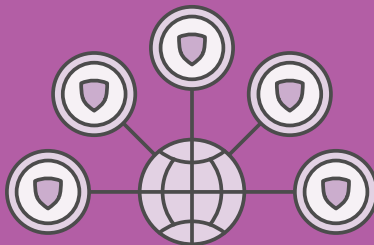


Будите обазриви и немојте објављивати о другима оно што не бисте објавили о себи.

Не будите лака мета и поштујте правила лепог понашања у животу и на друштвеним мрежама.



ПОЖЕЉНО ПОНАШАЊЕ И ЗАШТИТА ПРИВАТНОСТИ НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА



Регулаторна агенција за
електронске комуникације и
поштанске услуге (РАТЕЛ)

Палмотићева 2
11103 Београд
Република Србија

www.cert.rs

Ставови изречени у брошури припадају искључиво аутору и његовим сарадницима и не представљају нужно званичан став Мисије ОЕБС-а у Србији.



Израда ове брошуре омогућена је уз подршку америчког народа путем Америчке агенције за међународни развој (USAID).
За садржај брошуре одговорни су аутори и она не мора нужно да одражава ставове USAID-а или Владе Сједињених Америчких Држава.