

Vilniaus universiteto  
Komunikacijos fakulteto  
Informacijos ir komunikacijos katedra

Dovilė Prielaidienė  
Informacijos sistemų vadybos magistro studijų programos studentė

## **ASMENS DUOMENŲ APSAUGA SOCIALINIŲ TINKLŲ SVETAINĖSE**

Magistro darbas

Vadovė prof. dr. Marija Stonkienė

Vilnius, 2011

## Magistro darbo lydraštis

*Pildo magistro baigiamojo darbo autorius*

Dovilė Prielaidienė  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

Asmens duomenų apsauga socialinių tinklų svetainėse  
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Protection of personal data in social network services  
(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

**Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.**

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

**Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.**

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

*Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas*

**Magistro baigiamąjį darbą ginti** \_\_\_\_\_  
(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

*Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja*

**Magistro baigiamasis darbas įregistruotas**

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)

*Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas*

**Recenzentu skiriu** \_\_\_\_\_  
(recenzento vardas, pavardė)

\_\_\_\_\_  
(data)

\_\_\_\_\_  
(instituto/ katedros vadovo parašas)

*Pildo recenzentas*

**Darbą recenzuoti gavau.** \_\_\_\_\_  
(data) \_\_\_\_\_  
(recenzento parašas)

## REFERATO LAPAS

### Prielaidienė, Dovilė

Pr 95 Asmens duomenų apsauga socialinių tinklų svetainėse : magistro darbas / Dovilė Prielaidienė; mokslinė vadovė Marija Stonkienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2011. – 92, [4] lap. : lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: lap. 80–86 (64 pavad.)

UDK indeksas 347.7 + 004

Reikšminiai žodžiai: socialiniai tinklai, virtualios bendruomenės, socialinių tinklų svetainės, profilis, asmens privatumas, asmens duomenys, asmens duomenų apsauga, socialinių tinklų svetainių asmens duomenų apsaugos politika (privatumo politika), privatumo apsaugos nustatymai.

Magistro *darbo objektas* – asmens duomenų apsauga socialinių tinklų svetainėse. *Darbo tikslas* – išanalizuoti asmens duomenų apsaugą socialinių tinklų svetainėse bei ištirti Lietuvos vartotojų asmens duomenų viešinimo praktiką. *Darbo uždaviniai*: aptarti socialinių tinklų svetainių sampratą; išsiaiškinti socialinių tinklų svetainių populiarėjimo ypatumus; išanalizuoti socialinių tinklų svetainių struktūrą; išnagrinėti asmens privatumo bei asmens duomenų sampratas ir apsaugą; išsiaiškinti asmens duomenims, kaip asmens privatumo dalies, kylančias grėsmes socialinių tinklų svetainėse; išanalizuoti asmens duomenų apsaugos politiką socialinių tinklų svetainėse; nustatyti Lietuvos vartotojų požiūrį į asmens duomenų apsaugą Facebook.com svetainėje ir palyginti su užsienio Facebook.com vartotojų požiūriu.

Taikant mokslinės literatūros analizės metodus (*analizės ir lyginamąjį*) apibrėžta socialinių tinklų svetainių samprata, juose susikuriantys ryšiai tarp vartotojų bei šių svetainių struktūra. Atkreiptas dėmesys į asmens duomenų apsaugos socialinių tinklų svetainėse svarbą bei su duomenų viešinimu susijusias grėsmes. Pastebėta, jog siekiant apsaugoti asmens privatumą bei asmens duomenis socialinių tinklų svetainėse, svarbus vartotojų požiūris bei elgsena.

Dokumentų analizės metodu buvo išnagrinėtos ir palygintos asmens duomenų apsaugos politikos, skelbiamas socialinių tinklų svetainėse (dvi – užsienio, dvi – Lietuvos). Pastebėta, jog minėtų politikų struktūra, turinys bei pagrindinės įvardijamos sąlygos yra panašios. Tačiau nė viena iš nagrinėtų svetainių savo skelbiamoje asmens duomenų apsaugos politikoje nepateikia informacijos, koku tikslu asmens duomenys yra renkami. Taip pat nustatyta, jog trijose iš nagrinėtų socialinių tinklų svetainių, vartotojui registruojantis, apie minėtą politiką nėra užsiminama (nėra jokios nuorodos į ją). Darytina išvada, jog socialinių tinklų svetainės neskatina vartotojų domėtis,

kaip bus naudojami jų asmens duomenys. Taip pat pastebėta, jog socialinių tinklų svetainės laikosi nuostatos, jog tik dalinantis asmenine informacija suteikiamos didelės galimybės žmonėms komunikuoti tarpusavyje, tokiu būdu vartotojai skatinami pateikti kuo daugiau informacijos. Todėl galima teigti, jog norint išvengti ribos tarp privatumo ir viešumo mažėjimo, pats asmuo turėtų pradėti labiau domėtis, kam ir koku tikslu informaciją teikia.

Taikant empirinį tyrimo metodą (*anketinės apklausos*), prieita prie išvados, jog Lietuvos vartotojams viena iš socialinių tinklų svetainių – Facebook.com – yra neatsiejama nuo jų kasdieninės veiklos. Atlikus tyrimą, pastebėta, kad Lietuvos vartotojai pateikia didžiąją dalį save identifikuojančios informacijos, tačiau supratimas apie galimas tokio viešinimo pasekmes lemia, jog dauguma naudojami privatumo nustatymais, apsaugančiais paviešintus duomenis. Tyrimo metu gautus rezultatus palyginus su užsienių atliktų tyrimų duomenimis, pastebėta, jog Facebook.com svetainės Lietuvos vartotojai yra atsargesni – atsižvelgia, ką priima į kontaktų sąrašą, įvertina jų privatumui bei asmens duomenims kylančias grėsmes, atkreipia dėmesį į skelbiamą asmens duomenų apsaugos politiką. Galima daryti prielaidą, jog jei socialinių tinklų svetainės ateityje nesustiprins apsaugos asmens duomenims bei nesilaikys skelbiamos asmens duomenų apsaugos politikos – Lietuvos vartotojų skaičius mažės.

Magistro darbas gali būti naudingas komunikacijos ir informacijos, teisės krypties studentams ir dėstytojams, besidomintiems socialinių tinklų svetainių veikimo principais bei asmens duomenų apsauga jose.

## TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. VIRTUALŪS SOCIALINIAI TINKLAI.....	9
1.1. Socialinių tinklų svetainės.....	10
1.2. Socialinių tinklų svetainių raida ir populiarėjimas.....	17
1.3. Socialinių tinklų svetainių struktūra.....	23
2. ASMENS PRIVATUMAS INTERNETINĖJE ERDVĖJE.....	31
2.1. Privatumas ir jo reikšmė.....	31
2.2. Asmens duomenys ir jų apsauga.....	34
2.3. Privatumas socialinių tinklų svetainėse.....	40
2.4. Asmens duomenų apsaugos politika socialinių tinklų svetainėse.....	43
3. ASMENS DUOMENŲ APSAUGA FACEBOOK.COM SVETAINĖJE: TYRIMAS.....	55
3.1. Privatumo Facebook tyrimų apžvalga.....	59
3.2. Tyrimo <i>Lietuvos Facebook vartotojų požiūris į asmens duomenų apsaugą</i> rezultatai.....	64
3.3. Tyrimo išvados.....	75
IŠVADOS.....	77
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	80
Protection of personal data in social network services (summary).....	87
Priedai.....	89
1. Priedas. Anketa Facebook.com socialinės tinklų svetainės vartotojams.....	89

## IVADAS

XX amžiaus antrojoje pusėje pradėtos kurti socialinių tinklų svetainės, vartotojams suteikusias galimybę nevaržomai bendrauti, dalintis informacija bei kurti virtualias bendruomenes. Atsižvelgiant į vartotojų poreikius, tobulinant teikiamas paslaugas bei svetainių naudojimosi įrankius, minėtos svetainės įgijo didelį populiarumą ne tik tarp jaunimo, bet ir tarp vyresnio amžiaus žmonių. Socialinių tinklų svetainių teikiamos galimybės, išplečiančios tradicinės komunikacijos ribas, nulėmė tai, jog šiomis dienomis dažnam interneto vartotojui socialinių tinklų svetainės tapo neatsiejamos nuo jų kasdieninės veiklos.

**Darbo aktualumas.** Socialinių tinklų svetainių veikimas pagrįstas informacijos viešinimu bei dalinimusi. Dažniausiai vartotojas pateikia save identifikuojančią informaciją, kuri padeda virtualioje erdvėje užmegzti bei palaikyti ryšius su naujais bei jau pažįstamais žmonėmis bei artimaisiais. Darytina prielaida, jog kartu su didėjančiu socialinių tinklų svetainių populiarumu didėja vartotojų pateikiamos asmeninės informacijos kiekis. Kartu ir galimybė paviešintą informaciją apdoroti ir panaudoti kitiems tikslams, nei ši informacija buvo surinkta. Šiomis dienomis susiduriama su **problema** – kaip suteikiant galimybę nevaržomai bendrauti socialinių tinklų svetainėse, kartu užtikrinti saugią teisinę aplinką, kurioje nebūtų galimybių pažeisti žmogaus teisės į informacinio privatumo neliečiamumą. Nors užsienyje tyrimų asmens duomenų apsaugos klausimu socialinių tinklų svetainėse atlikta gana nemažai, tiek socialinių tinklų pozicija asmens duomenų apsaugos klausimu (skelbiama asmens duomenų apsaugos politika), tiek vartotojų patirtis bei požiūris į savo bei kitų informacinį privatumą analizuoti buvo mažai.

**Darbo naujumas.** Mokslinių studijų asmens duomenų apsaugos socialinių tinklų svetainėse klausimu daugiausia atlikta užsienyje. Iš jų galima paminėti Slava Kisilevich, Kevin Lewis, Anna C. Squicciarini, Catherine Dwyer, Filipe Beato, Girma Nigusse, Bernhard Debatin darbus. Socialinių tinklų svetainių atsiradimą bei populiarėjimo aspektus savo darbuose analizavo Danah Boyd, Nicole B. Ellison, C. Nickson, Christine Rosen. Lietuvoje tyrimų, kur būtų analizuojamos socialinių tinklų svetainės, o ypač asmens duomenų apsauga jose, beveik nėra (išskyrus Andriaus Šumino straipsnį, kur daugiausiai aptariama tokių svetainių populiarumas bei naudojimas kaip politinės komunikacijos priemonė).

**Darbo objektas** – asmens duomenų apsauga socialinių tinklų svetainėse.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti asmens duomenų apsaugą socialinių tinklų svetainėse bei ištirti Lietuvos vartotojų asmens duomenų viešinimo praktiką.

Darbo tikslui pasiekti išsikelti šie **uždaviniai**:

- aptarti socialinių tinklų svetainių sampratą;
- išsiaiškinti socialinių tinklų svetainių populiarėjimo ypatumus;
- išanalizuoti socialinių tinklų svetainių struktūrą;
- išnagrinėti asmens privatumo bei asmens duomenų sampratas ir apsaugą;
- išsiaiškinti asmens duomenims, kaip asmens privatumo dalies, kylančias grėsmes socialinių tinklų svetainėse;
- išanalizuoti asmens duomenų apsaugos politiką socialinių tinklų svetainėse;
- nustatyti Lietuvos vartotojų požiūrį į asmens duomenų apsaugą Facebook.com svetainėje ir palyginti su užsienio Facebook.com vartotojų požiūriu.

Siekiant išnagrinėti problemą teoriniu lygiu, buvo atlikta straipsnių, kitos mokslinės literatūros, teisinių dokumentų analizė, sisteminimas bei lyginimas. Magistro darbe naudotasi svarbiausiais bendraisiais mokslo tiriamaisiais metodais – aprašomuoju, analitiniu, literatūros ir šaltinių analizės. Teorinei asmens duomenų apsaugos socialinių tinklų svetainėse analizei panaudoti spausdinti ir interaktyvūs šaltiniai. Daugiausia remtasi elektroniniais informacijos šaltiniais – teisinių dokumentų, įvairių informacijos bei komunikacijos, teisės krypties specialistų recenzuotais straipsniais, organizacijų, asociacijų ir kitų institucijų, besirūpinančių asmens duomenų apsauga, pranešimais, konferencijų medžiaga bei kita informacija. Socialinių tinklų svetainių asmens duomenų apsaugos politikoms išanalizuoti atlikta jų skelbiamų privatumo politikų analizė ir palyginimas.

Darbe pristatomam kiekybiniam tyrimui „Asmens duomenų apsauga Facebook.com svetainėje“ taikytas anketinės apklausos metodas.

Darbą sudaro įvadas, trys skyriai, išvados, santrauka anglų kalba, bibliografinių nuorodų sąrašas ir priedai.

Pirmojoje darbo dalyje nagrinėjama socialinių tinklų samprata, aptariamos virtualių socialinių bendruomenių kūrimo priežastys. Atskleidžiamos pagrindinės socialinių tinklų svetainių rūšys, svetainių raida bei populiarėjimas. Analizuojami socialinėse tinklų svetainėse susikuriantys ryšiai bei socialinių tinklų svetainių struktūra.

Antrojoje dalyje analizuojama privatumo samprata bei svarba žmogui, asmens duomenų, kaip privatumo dalies svarba bei teisinis reglamentavimas. Nagrinėjami galimi asmens duomenų apsaugos bei privatumo pažeidimai socialinių tinklų svetainėse. Apžvelgiamos keturių pasirinktų populiarių socialinių tinklų svetainių skelbiamos asmens duomenų apsaugos politikos.

Trečiojoje magistro darbo dalyje pristatomi užsienyje atlikti tyrimai, kuriuose dalyvavo Facebook.com svetainės vartotojai. Šių tyrimų pagrindu buvo parengta ir atlikta Lietuvos Facebook.com svetainės vartotojų apklausa. Tyrimo metu nagrinėta Lietuvos vartotojų asmens

duomenų viešinimo praktika Facebook.com svetainėje, požiūris į asmens duomenų viešinimą, skelbiamos privatumo politikos žinojimas, privatumo nustatymų naudojimas ir kt.

Magistro darbas gali būti naudingas komunikacijos ir informacijos, teisės krypties studentams ir dėstytojams, besidomintiems socialinių tinklų svetainių veikimo principais bei asmens duomenų apsauga jose.



## 1. VIRTUALŪS SOCIALINIAI TINKLAI

Besivystančios informacinės technologijos vis labiau skverbiasi į visuomenės gyvenimą. Atsiradusios naujos informavimo ir komunikavimo galimybės tapo prieinamos bene kiekvienam žmogui. Žiniatinklis tapo ne tik darbo, mokslo, informacijos paieškos įrankiu, bet ir būdu bendrauti su draugais ar kitaip leisti laisvalaikį.

Galimybė laisvai bendrauti žiniatinklyje, įvairūs įrankiai, leidžiantys pasiekti informaciją bei ją publikuoti, nulėmė ir socialinių tinklų<sup>1</sup> persikėlimą į virtualią erdvę (virtualių socialinių tinklų<sup>2</sup> formavimąsi).

Sąvoka žiniatinklis<sup>3</sup> (angl. World Wide Web) šiame darbe yra suvokiama kaip visuotinis informacijos tinklas, kuriame žmonės perduoda informaciją ir bendrauja. Kaip teigia docentas Algimantas Čepulkauskas, „<...> informacija pasauliniame tinkle peržiūrima tinklalapiuose (angl. Web page), kurie apibrėžiami kaip tekstiniai dokumentai, parašyti specializuota HTML kalba“. Tinklalapių, kuriuos sieja bendra tema, visuma, failai, papildyti grafine, garsine ar kitokia daugialypio turinio informacija, sudaro interneto svetainę [7, 4]. Iš pateikto apibrėžimo galima teigti, jog žiniatinklis formuoja atvirą, vartotoją įtraukiantį komunikacijos kanalą, nes vartotojui suteikiama galimybė ne tik peržiūrėti esančią informaciją, bet ir pačiam ja dalintis, t. y. kurti bei keisti dokumentus, dalintis savo patirtimi, požiūriais, istorijomis, sudaryti bendruomenes. Vartotojams pildant ir naudojantis duomenų bazėmis, dalinantis savo patirtimi, jos tampa išsamesnės ir pritraukia dar daugiau vartotojų. Galima daryti prielaidą, jog šios paslaugos populiarumą lėmė duomenų prieinamumas iš bet kurios pasaulio vietos, turint bet kokią kompiuterį ar programinę įrangą bei plati bendravimo galimybė.

Viena iš žiniatinklio teikiamų paslaugų yra virtualios socialinių tinklų svetainės (angl. social network service) (toliau – STS). STS, tokios kaip Facebook, MySpace, Cyworld ir kt., šiomis dienomis pritraukia milijonus vartotojų (Slava Kisilevich, Kevin Lewis, Jason Kaufman, Danah M. Boyd ir kitų mokslinių straipsnių autorių teigimu) [30; 33; 3]. Tampančios itin populiaria komunikavimo priemone, suburiančia daugybę vienas kito nepažįstančių žmonių, skatina juos bendrauti, dalintis asmenine informacija, dalyvauti įvairiose diskusijose. Daugeliui vartotojų STS tampa neatsiejamomis nuo jų kasdieninės veiklos, darbo ar laisvalaikio praleidimo. Socialinių tinklų svetainės suteikia galimybę bendrauti bet koku metu, bet kokioje vietoje, su žmonėmis iš

---

<sup>1</sup> Socialinis tinklas - tai tarpusavio ryšiais susietų individų, jų grupių ar organizacijų darinys [27].

<sup>2</sup> Virtualūs socialiniai tinklai – tai virtualios bendruomenės, kuriose vartotojai susikuria asmeninis profilis, bendrauja ir dalinasi informacija. Socialiniai tinklai sujungia žmones turinčius skirtingus interesus, tačiau juos vienija bendras pomėgis, kultūra, veiklos sritis ir pan. [10, 61].

<sup>3</sup> Žiniatinklis ( angl. World Wide Web-WWW) yra interneto grafinė hipertekstinė paslauga, naudojanti HTTP protokolą, tinklalapiams siųsti ir vaizduoti. Tai interneto ryšių tinklas, naudojamas verslo, mokslinei ir kitai informacijai, saugomai kompiuteriuose visame pasaulyje, pasiekti. Tai populiariausia interneto paslauga [62].

įvairiausių pasaulio šalių, taip pat pagreitina ir globalizuoja informacijos dalijimąsi (viso žiniatinklio vartotojai gali komentuoti, dalyvauti diskusijose, dalintis muzika, nuotraukomis ir pan.). „Nucleus Research“, comScore ir kiti atlikti tyrimai rodo, jog šiomis dienomis socialinių tinklų svetainės aplanko milijonai žmonių, tiek paauglių, tiek vyresnio amžiaus, namuose ar net savo darbo vietose [57; 17]. Tam, kad būtų pasiektas šiame darbe išsikeltas tikslas – išanalizuoti asmens duomenų apsaugą socialinių tinklų svetainėse bei ištirti Lietuvos vartotojų asmens duomenų viešinimo praktiką – reikalinga socialinių tinklų svetainių, kaip reiškinio analizė. Šioje darbo dalyje nagrinėjami žiniatinklio virtualių socialinių tinklų teoriniai aspektai: socialiniai tinklai, žiniatinklio socialinių tinklų svetainių samprata, tipai, jų raida ir populiarėjimas bei socialinių tinklų svetainių struktūra.

### 1.1. Socialinių tinklų svetainės

Ingridos Gečienės teigimu, „socialiniai tinklai tapo viena pagrindinių sąvokų tyrinėjant socialinius santykius sociologijoje, antropologijoje, medicinoje, vadyboje, komunikacijos ir kituose socialiniuose moksluose“ [23, 130]. Galima teigti, jog šiose paminėtose mokslo srityse tarp žmonių užsimezgantys ryšiai yra įvairūs, dėl to ir socialinių tinklų termino aiškinimas turi gana platų suvokimo spektrą.

Socialinio tinklo apibrėžimas gali būti aiškinamas išskiriant žmogų kaip pagrindinį objektą: „Socialinį tinklą sudaro individai (rečiau individų grupės), kurie susieti tarp savęs socialiniais ryšiais“ [23, 131], arba teigiant, jog, <...> tai tam tikros rūšies santykiai, siejantys žmones, daiktus arba įvykius“ [2, 4]. Jakobo Moreno teigimu, socialiniams ryšiams susikurti įtakos turi jau susiformavusios struktūros: „egzistuoja daugiau ar mažiau patvarios struktūros, kurios apjungia individus į didelius tinklus“ [23, 131]. Kaip pastebima šiame apibrėžime, struktūros skatina kurtis bei stiprėti įvairiems ryšiams. Steven Vertovec teigimu, socialinius tinklus galima apibūdinti kaip ryšius tarp individų grupių, organizacijų, įmonių, visuomenių, globalių korporacijų [23, 131]. Atkreiptinas dėmesys, jog šiame apibrėžime akcentuojami ryšiai susidarantys ne tik tarp žmonių, bet ir tarp jų sudarytų struktūrų ar grupių. Terminas *tinklas* nusako žmonių sąryšio, jungimosi į grupes, santykių ir bendravimo pradžia. Galima teigti, kad savo socialiniame tinkle individas gali turėti skirtingus ryšius (tarp sutuoktinių, verslo partnerių, migrantų ir pan.), nes socialinį tinklą gali sudaryti didelis kiekis žmonių. Tokiu būdu gali susidaryti skirtingi lygiai tarp egzistuojančių ryšių.

Ch. Kadushino nuomone, socialinis tinklas yra vienas iš esminių asmens socialinės integracijos ir socialinės adaptacijos veiksnių. Svarbiausias socialinių tinklų formavimosi motyvas – saugumo siekis [37]. Daroma prielaida, jog būnant tinklo dalimi žmogus jaučiasi apsaugotas, nevienišas. Jakobo Moreno teigia, kad „tik individų tarpusavio santykiai suteikia grupėms socialinę realybę“, o tokie svarbūs socialinio gyvenimo aspektai kaip „prigimtis ir aplinka veikia tik per

tarpusavio santykių ryšius“ [23, 131]. Šiuose teiginiuose išryškėja ryšių užmezgimo ir egzistavimo svarba individo gyvenime.

Socialiniai tinklai gali būti skirstomi į [23, 132]:

- Horizontalius ir vertikalius. Horizontaliuose sudaroma palanki terpė pasitikėjimo kitais žmonėmis ir savitarpiskumo normų formavimuisi, skatinamas individų jungimasis bendrai veiklai ir bendradarbiavimas tarp jų siekiant kolektyvinių tikslų;
- Uždarus ir atvirus. Tinklo uždaramą gali lemti tinklo tankumas arba stiprūs hierarchiniai ryšiai, palaikomi grupės lyderio;
- Įtraukiančius ir atribojančius. Įtraukiantys ryšiai yra atviresni ir apima platesnį socialinį ratą, o atribojantys ryšiai turi tendenciją susieti grupės narius, sustiprinti jų tapatumą ir homogeniškumą;
- Formalius ir neformalius. Formalūs tinklai sieja formalių organizacijų (pavyzdžiui, pilietinių organizacijų) narius, neformalūs tinklai susikuria tarp šeimos, draugų, bendradarbių ar kitų artimų žmonių. Tiek formalūs, tiek ir neformalūs tinklai skatina tarpusavio pasitikėjimą ir toleranciją;
- Paremtus silpnais, stipriais arba nedalyvaujančiais ryšiais. Stipriais ryšiais, visų pirma, laikomi šeimos narių ir draugų santykiai, silpnais – pažįstamų ratas, kuris yra mažiau tankus. Nedalyvaujantys ryšiai yra tokie ryšiai, kuriems tiek trūksta artumo, emocinio intensyvumo, pagalbos lūkesčių, kad sunku juos pavadinti net silpnais ryšiais.

Kaip galima pastebėti iš pateiktų apibūdinimų, visuose socialiniuose tinkluose egzistuoja įvairūs ryšiai, nurodantys santykių pobūdį. Kiekvienas asmuo (grupė) turi tik jam būdingą, individualų socialinį tinklą, kuris, kaip, galima daryti prielaidą iš pateiktų apibrėžimų, skatina žmogų veikti, nes jis jaučia bendruomeniškumą, palaikymą. Be to, galima prieiti prie išvados, kad jungimasis į socialinius tinklus žmonėms suteikia ne tik socialinę ar emocinę paramą, bet ir informaciją, jos sklaidą.

Atsiradus žiniatinkliui, atsiranda poreikis bendrauti interaktyviai. Taip į virtualią erdvę persikelia ir socialiniai ryšiai. Galima teigti, jog atsiranda galimybė įveikti egzistuojančius socialinius barjerus, nes informacija tam tikrais ryšiais susietus žmones pasiekia greitai, tarp jų vyksta komunikacija, nepaisant fizinio atstumo. Atsiranda nauja sąvoka, apibrėžianti socialinius tinklus žiniatinklyje, – virtualios bendruomenės. Nathan Vivian ir Fay Sudweeks teigimu, taip vadinamos tos bendruomenės, kurios egzistuoja žiniatinklyje, besinaudojančios jo ištekliais (elektroniniu paštu, pokalbių konferencijomis ir pan.) susisiekimui su kitais bendruomenės nariais [59,1434]. Anita Blanchard ir Tom Horan, atsakydami į klausimą, kas yra virtualios bendruomenės, teigia, kad nepaisant kai kurių mokslininkų nuomonės, jog tokias bendruomenes galima būtų laikyti „pseudo bendruomenėmis“, jų nuomone, jos yra tikros bendruomenės vien dėl to, jog

bendruomenės nariai tiki esą bendruomenėje [2, 7]. Galima daryti prielaidą, jog virtualios bendruomenės nariai, įsitraukdami į bendruomenės veiklą bei aktualijas, bendrauja taip, kaip ir realiame gyvenime, dėl minėtos priežasties šios bendruomenės gali būti laikomos tikromis.

Uždaros virtualios bendruomenės, susikuriančios žiniatinklyje, vadinamos virtualiais socialiniais tinklais, o svetainės, kuriomis naudojama bendraujant (pvz., *Facebook*, *MySpace*), – socialinių tinklų svetainėmis [55, 27]. Tokiose svetainėse suteikiama galimybė individams save pristatyti, kurti socialinius tinklus ir nustatyti bei palaikyti ryšius su kitais. Kaip teigiama Andriaus Šumino straipsnyje apie socialinių tinklų svetaines, jos yra išskirtinės ne dėl to, kad leidžia asmenims virtualioje erdvėje sutikti nepažįstamuosius ir megzti naujas pažintis, bet todėl, kad leidžia vartotojams aiškiai įvardyti ir padaryti matomus savo realybėje esamus socialinius tinklus. Dažniausiai socialinių tinklų svetainėse tarpusavio ryšius palaiko asmenys, kurie ir realiame pasaulyje turi sąsajų, tačiau tikrovėje tas ryšių palaikymas nevyktų taip intensyviai kaip žiniatinklyje [55, 26–27]. Darytina išvada, jog žiniatinklis padeda palaikyti egzistuojančius ryšius, žmonės yra skatinami įsitraukti į virtualios bendruomenės komunikacijos procesą, nes juose dalinamasi informacija ir bendraujama apibrėžtame vartotojų rate, šių dienų realiame pasaulyje aktualiomis temomis.

Fahriye Seda Gürses daktaro disertacijoje, bei Pensilvanijos informacijos mokslų ir technologijų koledžo dėstytojos Anna C. Squicciarini straipsnyje teigiama, jog STS yra naujos kartos žiniatinklio sistema, kurioje pagrindinis dėmesys skiriamas komunikacijai. STS pritraukia daugybę vartotojų, suteikdamos galimybę dalintis įvairaus pobūdžio informacija, formuoti vartotojų saviraišką bei padeda jiems socializuotis kibernetinėje erdvėje [22, 122; 50, 1]. Kaip galima pastebėti, šiame apibrėžime akcentuojama komunikacijos bei savęs pristatymo kitiems virtualios erdvės vartotojams svarba, o tai lemia tokį didelį vartotojų susidomėjimą šia žiniatinklio paslauga.

Oksfordo universiteto Teisės ir informacijos technologijų informaciniame žurnale STS apibrėžiamos „kaip sistemos, kuriose yra skelbiami įvairūs aprašomieji ir vaizduojamieji duomenys apie individus bei asmenis, su kuriais jie bendrauja“ [32, 2]. Minėti duomenys yra sujungti į visumą ir atskleidžia daugybę per socialinį (visuomeninį) tinklą ryšiais susietų asmenų. [32, 2]. Pastebėtina tai, kad šiame apibrėžime STS samprata atskleidžiama iš technologinės pusės, nes įvardijama kaip tam tikra sistema, kurioje yra kaupiami bei saugomi duomenys bei egzistuoja įvairios sąsajos.

Tarptautinės bibliotekų asociacijų ir institucijų federacijos (IFLA) konferencijos pranešime, STS nurodomos kaip formuojančios virtualias žmonių bendruomenes sistemas, kuriose dalinamasi informacija apie savo veiklą, interesus ir domimasi informacija apie kitus asmenis [53, 3]. Panašus STS apibrėžimas pateikiamas ir 2006 m. Pitsburge vykusiame seminare „*Imagined Communities*“, kur buvo pabrėžiama, kad tokiose virtualiose bendruomenėse individai pateikia savo „asmenybę“

(informaciją apie save), taip sukurdami kitiems matomą savo asmeninį profilį<sup>4</sup> [1, 2]. Kaip teigia, internetinės enciklopedijos wikipedia.org technologas Domas Mituzas, „šios virtualios bendruomenės atsirado vartotojams pradėjus taikyti socialinių tinklų paslaugą. Paslaugos esmė – kurti bei tvirtinti virtualias bendruomenes (socialinius tinklus) žmonėms, kuriuos sieja tie patys pomėgiai ar veikla“ [63]. Daugelis STS vartotojams siūlo keletą bendravimo būdų: pokalbių svetainės (su vaizdo bei garso pokalbiais), laiškų rašymą, laikmenų parsisiuntimą, galimybę įkelti muziką arba vaizdo įrašus, dienoraščių rašymą, diskusijas ir kt. „Buvimas tokiose bendruomenėse leidžia vykdyti socializaciją platesniame rate, užmegzti platesnes ir laisvesnes pažintis“ [63]. Išanalizavus STS apibrėžimus, galima daryti išvadą, kad socialinių tinklų svetainėse žmogus gali pateikti informaciją apie save ir tokiu būdu ieškoti sau artimų žmonių (formuoti virtualias bendruomenes) bei nevaržomai ir patogiu būdu su jais bendrauti ir palaikyti ryšį.

Informacijos ir komunikacijos specialistai Danah M. Boyd ir Nicole B. Ellison savo straipsnyje nagrinėdami socialinių tinklų svetaines, jų sąvoką atskleidžia per STS atliekamas funkcijas:

- STS suteikia galimybę apribotos sistemos viduje žmonėms susikurti savo viešai prieinamą arba dalinai prieinamą vartotojo profilį;
- suteikiama galimybė įtraukti vartotojus, su kuriais sieja tam tikri ryšiai, į savo „draugų“ (kontaktų) sąrašą bei laisvai su jais komunikuoti;
- sužinoti, kokie ryšiai sieja kitus vartotojus (šie ryšių tipai ar savybės gali kisti, priklausomai nuo svetainės pobūdžio) [3].

Pastebėtina, jog šis apibrėžimas per atliekamas funkcijas apjungia prieš tai pateiktus aiškinimus į vieną visumą ir atspindi tiek STS teikiamas galimybes, tiek jų esmę.

Christine Rosen straipsnyje STS taip pat apibrėžiama kaip priemonė, skirta bendrauti ir kurtis virtualioms bendruomenėms [46].

Kaip pastebėta, bendruomenė pradeda kurtis nuo pavienio vartotojo, jam susikūrus savo profilį. Vėliau, dalinantis tam tikra informacija (nuotraukomis, muzika ir kt.) bei ieškant bendraminčių (draugų, pažįstamų, bendradarbių ir pan.) virtuali bendruomenė plečiasi. Prisijungus prie STS, vartotojai yra raginami surasti ir prisijungti kitus svetainės narius, su kuriais juos sieja tam tikri ryšiai. Priklausomai nuo svetainių, minėtų ryšių sudarymas įvardijamas skirtingai – „draugai“, „kontaktai“, „ryšiai“ ir kt. Priklausomai nuo svetainių ypatybių, vartotojas dažniausiai turi galimybę ištirti savo draugų ryšių tinklą (peržiūrėti vartotojų, esančių kontaktų sąrašą, profilius)

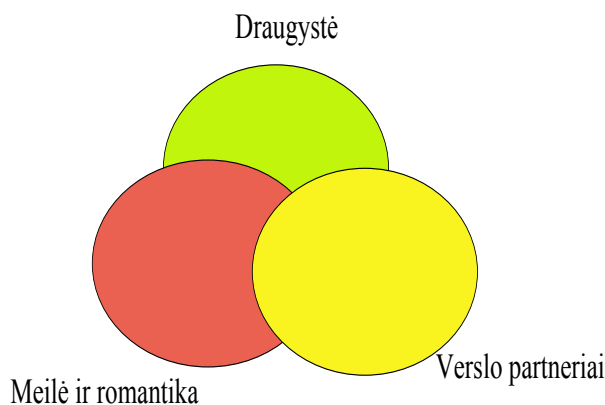
---

<sup>4</sup> Profilis - tipinių bruožų visuma [8].

Naudotojo profilis - naudotojo duomenys, individualizuojantys jo darbą su programa. Reikalingas, kai ta pačia programa naudojami keli asmenys, norintys turėti savas programos nuostatas ir kitus duomenis, reikalingus darbui su ta programa. Kai programa paleidžiama, ji pirmiausia paklausia naudotojo vardo, gal ir slaptažodžio, ir toliau veikia su to naudotojo profilyje esančiais duomenimis.

[3]. STS privalumas yra tas, jog jame gali užsimegzti ir vystytis įvairiausi ryšiai: nuo draugystės iki verslo partnerių (žr. 1 pav.). Daugelyje STS naudotojams yra suteikiama galimybė profiliuose palikti pranešimą, pakomentuoti bet kurį iš savo kontaktuose esančių žmonių. Minėtieji pranešimai, komentarai bei žinutės, naudotojams komunikuojant tarpusavyje, yra plačiai paplitę.

1 paveikslas. Socialiniuose tinkluose užsimezgantys bendravimo ryšiai [6]



Kaip matyti iš pateikto paveikslėlio, visi ryšiai STS yra persipynę, susiję. Kadangi jų lankytojai yra daugybė įvairiausių žmonių, užmegzti ir palaikyti norimą ryšį su tam tikru asmeniu nėra labai sudėtinga. Kai kuriems tai daryti yra net lengviau virtualioje erdvėje nei realiame gyvenime.

Anot Lietuvos valstybinės duomenų apsaugos inspekcijos direktoriaus pavaduotojos R. Vaitkevičienės, STS paskirtis – skatinti žmonių bendravimą, dalijantis tarpusavyje įvairiausio pobūdžio informacija. Virtuali bendruomenė nuolatos plečiasi, į informacijos dalijimąsi įsitraukiant vis naujiems asmenims, nes socialinių tinklų svetainių neriboja valstybių sienos, kartais vartotojai netgi nežino, kas yra duomenų valdytojas ir kokioje šalyje jis registruotas [44]. Visa tai sukuria STS specifiką, nes asmenys, norėdami prisijungti prie minėtų svetainių ir vėliau tapę aktyviais jų nariais, paprastai skelbia daug asmeninės informacijos.

Technologijų pagalba STS komunikacija kinta sparčiai, nes yra atsižvelgiama į besikeičiančius vartotojų poreikius. STS kinta žmonių tarpusavio bendravimo būdai ir galimybės. Pabrėžtina tai, kad ypač jauni žmonės itin greitai perpranta naujas technologijas, ir vis daugiau žmonių nebeskiria ribos tarp virtualios ir nevirtualios veiklos [25]. Kaip pastebėta, žiniatinklyje esanti socialinė erdvė palengvina bendravimą, bendradarbiavimą ir tenkina poreikį komunikuoti ir dalintis ryšiais. STS leidžia vartotojams tvarkyti, kurti, formuoti duomenis apie save. Svetainėse dažniausiai yra leidžiama sukurti įvykių, kompanijų, netgi valstybinių partijų profilius. Suteikiama galimybė pakviesti bendrauti, keistis informacija bet ką, esantį tame pačiame socialiniame tinkle [25]. Dažniausiai pradiniuose nustatymuose yra leidžiama pasirinkti profilio matomumą – *viešas*

*rodymas* (t. y. informacija yra prieinama ir tiems asmenims, kurie nėra tinklapio nariai) *ar privatus rodymas* (profilis matomas tik nurodytiems nariams arba tik prie STS prisiregistravusiems žmonėms). STS naudotojai gali rinktis, kam leisti naudotis jų informacija – matyti profilį, ryšius ir kitą informaciją – t. y. apibrėžti kitų asmenų priėjimo galimybes [25]. Galima daryti išvadą, jog tokia struktūros, profilio matomumo bei prieinamumo pasirinkimo galimybė yra vienas iš pagrindinių socialinių svetainių bruožų, skiriančių jas vieną nuo kitos.

2007 metų spalį Daksh Sharma paskelbė sąrašą, kuriame buvo nurodyta 350 nuorodų į STS, iš kurių daugelis skatina vartotojus „išreikšti save“, suteikiant galimybę pateikti savo nuotraukas, vaizdo įrašus, muziką, asmeninius komentarus. Minėtos svetainės skiriasi viena nuo kitos savo siūlomomis paslaugomis, turiniu, jos yra pritaikytos skirtingiems vartotojų poreikiams. Galima išskirti keletą STS tipų:

- Svetainės, kurių pagrindą sudaro narių profiliai, su pateikta informacija juose (šalis, amžius, elektroninis paštas ir kt.), nuotraukomis, nurodytais pomėgiais [25]. Tokių svetainių pavyzdžiai – Facebook, Myspace, Bebo. Vartotojai turi galimybę kitų profiliuose palikti komentarus, trumpas žinutes, įvertinimus.

- Turiniu paremtos STS. Šiuose svetainėse vartotojo profilis taip pat yra svarbus organizuojant ryšius, tačiau čia pagrindas yra pateikiama informacija (turinys) [25]. Pvz. Youtube bendruomenės susidarė dėl tikslo pasidalinti turiniu (vaizdo įrašais, muzika ir kt.). Kitas pavyzdys – last.fm, kur programinės įrangos pagalba yra nurodoma, kokios muzikos klausosi vartotojai [25], jų aktyvumas ir veikla atsispindi profiliuose (pvz., rodoma, ką neseniai išklausė ar peržiūrėjo). Taip susiformuoja žmonių grupės su tais pačiais interesais bei poreikiais (žmonės, kurie yra išklausę tų pačių dainų, kuriems reikia tam tikro klipo ir pan.).

- Svetainės, kuriose yra grupių kūrimo funkcija, leidžianti vartotojams kurti tam tikras mini bendruomenes svetainės viduje [25]. Tai tokios svetainės kaip PeopleAggregator ir Ning, kuriose yra galimybė kurti ir prisijungti prie bendruomenių. Nariai gali susikurti individualias mažas STS susigalvota tema, remiantis įvykiu ar tam tikra veikla. Kurti ir kontroliuoti tokius socialinius tinklus yra kūrėjo atsakomybė [25].

- STS, kuriose vartotojai gali bendrauti su vienas kito virtualiu atvaizdu. Vartotojų funkciniai profiliai yra tokie, kuriuos pats vartotojas susikuria ir kontroliuoja (virtualioje erdvėje jis gali tapti bet kuo – supermenu, verslininku, žuvimi, paukščiu ir pan.) [25]. Draugų sąrašai dažniausiai būna privatūs ir nerodomi viešai. Tokių STS pavyzdžiai – Second Life, World of Warcraft.

- Daugelis STS, tokie kaip MySpace, Twitter, siūlo mobiliojo ryšio paslaugas per STS, kad vartotojai galėtų bendrauti su savo draugais skambindami [25]. Čia galima priskirti STS, kuriose vartotojai taip pat turėdami savo profilį gali dalintis ir peržiūrėti vaizdo įrašus, muziką,

nuotraukas, naudojantis vadinamais mobiliojo ryšio tinklapiais (angl. mobile networks) (pvz. MYUBO).

- Kita rūšis socialinių tinklų svetainių yra tokie kaip Jaiku, kur yra leidžiama palikti trumpas (140 ženklų, įskaitant ir tarpus) žinutes, viešai arba tik tam tikros grupės nariams. Šios svetainės yra sukurtos, kad būtų galima dalintis informacija tokiu pat principu kaip su mobiliojo ryšio telefonais, tik, kad tai būtų daroma žiniatinklyje. Yra galimybė pasirinkti statusą, būseną, kurie atspindėtų užimtumą, nuotaiką, prieinamumą (pvz., netrukdyti, pašalinęs, užkalbink ir kt.) [25].

- Tokios svetainės kaip Wink ir Spokeo, kur atliekant paiešką yra pateikiama informacija apie viešus žmonių profilius, esančius įvairiuose socialiniuose tinklapiuose (kur kūrėjų yra leidžiama pateikti tokią informaciją) [25].

Pastebėtina, kad kai kuriuose straipsniuose apie socialinių tinklų svetainių įvairovę yra išskiriami du pagrindiniai STS tipai: ego-centriški (angl. ego-centric) ir objekto-centriški (angl. object-centric). Ego-centriškuose STS pagrindas yra asmuo su pateikta informacija apie save [53]. Kitose minėtose svetainėse didesnis dėmesys yra skiriamas kitiems objektams – vaizdo įrašams, muzikai, nuotraukoms, kelionių aprašymams, instrukcijoms, hipersaitams, naujienoms ir kt. [53].

Apžvelgus skirtingus STS tipus, pastebėta, jog jų yra daug ir įvairių, siekiant atitikti kiekvieno vartotojų individualius poreikius. Galima daryti prielaidą, kad kuo daugiau rūšių šių svetainių yra kuriama, tuo didesnis vartotojų skaičius pritraukiamas, nes žmogus šioje virtualioje erdvėje randa tai, ko jam reikia, norint patenkinti bendravimo, savęs socializavimo ir informacijos perteikimo kitiems poreikį.

Išanalizavus literatūrą, galima išskirti keletą pagrindinių STS teikiamų galimybių vartotojui:

- bendravimas su savo kontaktuose esančiais vartotojais, naujų kontaktų paieška, plėtojimas;
- galimybė susikurti asmeninį profilį, kurio duomenis galima koreguoti, papildyti taip, kaip norima reprezentuoti save kitiems;
- peržiūrėti, surasti informaciją tiek apie kitus, tiek apie STS esančią kitą informaciją (reklamos, skelbimai ir kt.);
- įkelti pageidaujama turinį (nuotraukas, vaizdo įrašus, muziką ir pan.), dalintis ir pačiam naudotis kitų vartotojų skelbiamu turiniu;
- rašyti pranešimus, komentarus – tiek privačius, tiek viešus;
- bendrauti, diskutuoti su kitais vartotojais įvairiose grupėse.

Apibendrinant galima teigti, kad STS yra tam tikra socialinė struktūra, sudaryta iš individų (ar organizacijų), kurie yra sujungti vienas su kitu tam tikrais draugystės, giminystės, finansiniais ar kitais ryšiais (sudaro socialinį tinklą), bendraujant žiniatinklio pagalba teikiantys informaciją apie



save ir naudojantys įvairias tokių svetainių teikiamas paslaugas, pagal kiekvieno vartotojo individualius poreikius.

## 1.2. Socialinių tinklų svetainių raida ir populiarėjimas

Ne visų socialinių tinklų svetainių pradžia buvo vienoda. Vienos savo veiklą pradėjo kaip pranešimų tarnybos (pvz., kinų QQ), kitos kaip tinklai, suburiantys tam tikras bendruomenes (pvz., LunarStorm) ar kaip diskusijų forumai (Korėjos Cyworld), laikui bėgant jose atsirasdavo socialiniams tinklams būdingų bruožų. Tai buvo STS pradininkės.

Kaip teigiama C. Nickson 2010 m. straipsnyje „The history of social networking“, vieną iš pirmųjų socialinių tinklų pradininkių galima įvardinti 1980 m. pradėjusią veikti BBS (Bulletin Board System) [38]. Joje vartotojai su tam tikrais kodais prisijungdavo prie sistemos ir jos pagalba atsisiųsdavo failus ar žaisdavo žaidimus bei galėjo rašyti žinutes kitiems vartotojams. Ši sistema buvo pasiekama telefono linijomis per modemą [38]. Jos technologijų lankstumo ir vartotojų aktyvumo dėka BBS išliko populiarūs iki 1990 m., kai žiniatinklis tapo sparčiai populiarėjančiu reiškiniu. 1970 metais taip pat pradėjo veikti CompuServe paslauga, kuri iš pradžių buvo skirta su verslu susijusiai komunikacijai, vėliau, apie 1980 m., išsiplėtė ir tapo visiems prieinama ir naudojama [38]. Joje buvo leidžiama nariams keistis failais ir sužinoti apie įvykius, naujienas. Pastebėtina tai, kad ši svetainė siūlė naują bendravimo galimybę – dalyvavimą įvairiuose forumuose ir diskutavimą su daugybe vartotojų iš viso pasaulio apie tam tikrą įvykį ar temą [38]. Tokie forumai tapo ypač populiarūs ir padėjo pagrindus tiems, kuriuos mes žinome šiandien. Kaip nurodoma straipsnyje, pirmoji panašiausia į šių dienų STS buvo AOL (America Online), leidusi vartotojams tapti bendruomenės nariais, susikūrus savo profilį, kuriame pateikdavo informaciją apie save [38]. Lyginant su kitomis svetainėmis, ši buvo labiausiai pažengusi. Kaip matyti, pirmosiose STS buvo beveik visos pagrindinės šių dienų STS teikiamos funkcijos: failų keitimosi, informacijos pateikimo, bendravimo bei diskutavimo galimybės. Tai, jog ši paslauga išpopuliarėjo, rodo, jog jau 1970 m. buvo poreikis pradėti bendravimą virtualioje erdvėje ir dalintis bei keistis informacija naudojantis žiniatinkliu.

1995 m. pradėjusi veikti svetainė Classmates.com leido atlikti paiešką ir bendrauti su savo mokyklos ar koledžo draugais, tačiau vartotojai negalėjo kurti savo profilių ir kontaktų sąrašų [3]. Kadangi žmonių poreikiai augo, jiems reikėjo sistemos, per kurią būtų galima patogiai ir lengvai komunikuoti – SixDegrees.com buvo pirmoji STS, kuri tokią paslaugą suteikė. Kaip nurodoma šaltiniuose, pradėjusi veikti 1997 metais SixDegrees.com. vartotojams leido susikurti savo profilį, kontaktų sąrašą, o nuo 1998 metų peržiūrėti draugų profilius [3]. Galima teigti, jog ji apjungė visas išvardintas funkcijas į vieną visumą, siekdama patenkinti vartotojų poreikius ir pritraukti kuo

didesnį narių skaičių. Save pristačiusi kaip priemonę žmonėms susisiekti ir palikti vienas kitam pranešimus, ši svetainė pritraukė milijonus vartotojų, tačiau dėl menko verslo plėtojimo 2000 m. nustojo veikusi. Šios svetainės įkūrėjo A. Weinreich nuomone, „ši paslauga atsirado tiesiog per anksti, nes dauguma žmonių, kurie naudojami žiniatinklio paslauga, neturėjo draugų, kurie taip pat ją naudotųsi, dėl šios priežasties jų kontaktuose žmonių skaičius buvo mažas“ [3]. Atkreiptinas dėmesys, jog pirmieji nariai skundėsi, kad jiems pažįstamų žmonių tinkle yra mažai, o su svetimais bendrauti jie nebuvo linkę. Taip pat galima daryti prielaidą, jog pirmoji STS netapo itin populiaria tarp vartotojų dėl nedidelio dėmesio skyrimo savireklamai, pritraukiančiai didesnį vartotojų skaičių. Naujos paslaugos per menkas populiarinimas lėmė tai, jog ji nustojo veikusi.

Nuo 1997 m. iki 2001 m. svetainių, perėjusių prie STS būdingos struktūros ir savybių (profiliai, kontaktai, komentarai, privatūs pranešimai bei įvairios priemonės jų valdymui), kurios nuolat kito ir buvo atnaujinamos, skaičius išaugo. Vienos iš tokių buvo AsianAvenue, BlackPlanet ir MiGente, leidusios vartotojams kurti asmeninius, profesinius ir pasimatymams skirtus profilius, rinkti draugus pagal jų profiluose esančią informaciją, o tarpusavio bendravimui nereikėjo jokio ryšių patvirtinimo (buvo sudaromi vienusipusiai ryšiai angl. one-directional connections) [46]. Tokiu būdu, kaip galima pastebėti, buvo suteikiama galimybė stebėti pasirinktų žmonių įrašus, duomenis ir kitą privačią informaciją apie vartotoją. Atkreiptinas dėmesys, jog pirmosiose STS asmens privatumo išsaugojimui buvo skiriama mažai dėmesio.

Kai kurios STS buvo sukuriamos tam tikram geografiniam regionui arba tam tikros kalbos grupės vartotojams, tačiau vartotojai ne visuomet atitikdavo šiuos kriterijus. Pavyzdžiui, Google's Orkut buvo sukurtas Jungtinėse Amerikos Valstijose anglakalbiams, tačiau portugalų kalba kalbantys brazilai pakankamai greitai tapo dominuojanti vartotojų grupė šioje STS [32]. Taip pat, daugelis STS buvo sukurtos su tam tikra etnine, religine, politine ar kita idėja, siekiant pritraukti tam tikras žmonių grupes, tačiau dalis jų išpopuliarėjo ir tarp platesnio vartotojų srauto. Ir šiomis dienomis yra STS, sukurtų tam tikrai interesų grupei, pavyzdžiui, yra naminių augintinių, t. y. šunų (Dogster.com) ir kačių (Catste.com) STS, kurių profilius tvarko augintinių šeimininkai. Galima daryti išvadą, jog skirtingų svetainių kūrimą nulemia tai, jog siekiama pritraukti kuo daugiau vartotojų, stengiantis atitikti visų žmonių poreikius. Tokiu būdu žmonės yra skatinami jungtis į tinklus ir dalintis savo patirtimi, istorijomis, jiems rūpimu klausimu, nes žino, kad bus „išgirsti“. Šių dienų tokios svetainės pavyzdys yra 43things.com, skatinantis žmones dalintis savo asmeniniais tikslais, norais. Paspaudus ant vieno iš tikslų, esančių svetainėje, pvz., „mažiau žiūrėti televizorių“, vartotojas pamato 1300 kitų narių, kurių tikslas yra toks pats [46, 17]. Jam suteikiama galimybė su jais diskutuoti, pateikti savo požiūrį, sulaukti patarimų. STS – taip pat palanki vieta, siekiantiems pritraukti žmonių dėmesį, – prekiautojams, politikams ir įvairios informacijos siuntėjams (angl.

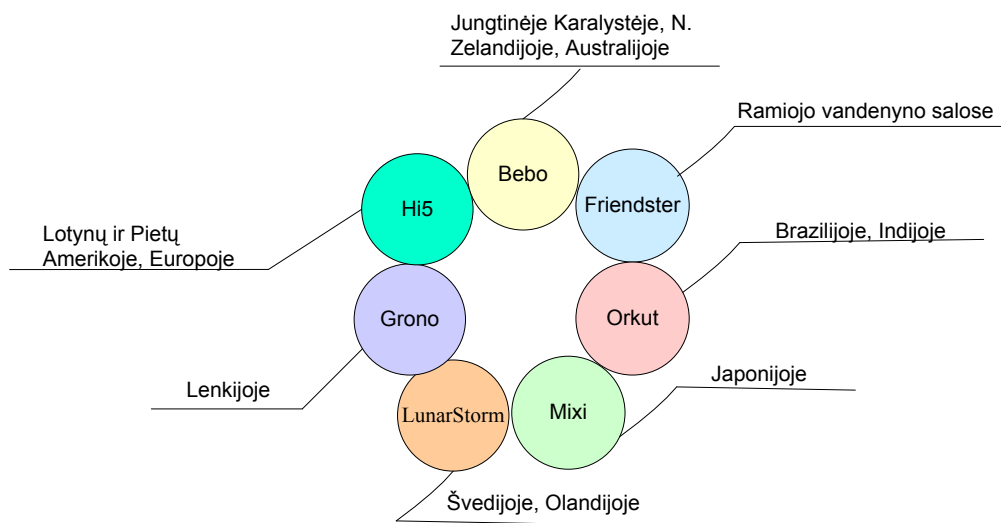
spammers). Įvairių žinučių bei pranešimų siuntimas yra dažnas reiškinys STS. Knygų personažai, filmų herojai ar net atskiros firmų reklamos būna įkeltos STS [46, 17].

2003 m. pradėjo veikti daugybė STS. Kai kurios iš jų, kaip jau buvo minėta, buvo orientuotos į tam tikrą auditoriją (verslininkus, universiteto studentus ir kt.). Tačiau jos visos suteikdavo galimybę nepažįstamiems žmonėms, turintiems bendrus interesus, komunikuoti tarpusavyje. Kaip teigiama Danah M. Boyd ir Nicole B. Ellison straipsnyje, kai svetainėse atsirado nuotraukų, vaizdo įrašų ir muzikos įkėlimo/dalinimosi galimybės, STS kaip reiškinio populiarumas pradėjo didėti [3]. Galima teigti, jog ši nauja paslauga, skatinanti vartotojus dalintis asmenine informacija bei pažiūrėti kitų asmenų skelbiamą informaciją, buvo tai, ko dar trūko STS ir taip, kaip jau buvo minėta, pritraukiančiai nemažai susidomėjusių žmonių. Vėliau šie įrankiai tapo atskiromis STS. Pavyzdžiai yra Flickr (nuotraukų keitimosi), Last.FM (muzikos klausymosi) ir YouTube (vaizdo įrašų keitimosi/peržiūros) svetainės.

2003 m. buvo įkurta kita STS – Myspace, kuri pradėjo konkuruoti su tuo metu buvusiomis Friendster, Xanga ir AsianAvenue. Įkūrėjai siekė pritraukti kuo daugiau Friendster svetainės vartotojų. Pasklidus gandams, kad Friendster įves mokėjimo sistemą, tarp vartotojų prasidėjo žinučių platinimas, skelbiantis ir skatinantis narius prisijungti prie naujų nemokamų STS, tarp jų buvo ir MySpace [3]. Būtent dėl šios priežasties Myspace pradėjo populiarėti, pritraukti vis daugiau Friendster svetainės vartotojų. Tarp skatinančiųjų jungtis prie naujos STS buvo nemažai tokių asmenų, kurie buvo pašalinti iš Friendster svetainės už taisyklių nesilaikymą (pvz., muzikinės grupės). Taigi tarp STS prasidėjo konkurencija. Siekiant pritraukti kuo didesnę vartotojų skaičių, buvo žadamos naujos galimybės ar tiesiog paskleidžiama klaidinanti informacija apie konkurentų svetaines. Myspace, pasinaudojusi muzikinėmis grupėmis, tapo puiki vieta muzikinių grupių ir renginių populiarinimui, vaizdo įrašų, nuotraukų bei muzikos keitimuisi. Bendravimo su muzikos grupėmis galimybė pritraukė nemažai vartotojų. Jų komunikacija buvo abipusė: muzikantai galėjo susisiekti su savo gerbėju, pranešti apie koncertus, tuo tarpu gerbėjas džiaugdavosi sulaukęs dėmesio iš savo mėgstamos muzikos grupės atlikėjo. Masinis paauglių tapimas Myspace nariais prasidėjo 2004 m. Kai kurie iš jų nebuvo Friendster vartotojais, tačiau MySpace susidomėjo dėl savo mėgstamos grupės ar tiesiog buvo pakviesti vyresnio šeimos nario. Būdami nariais, jie kviesdavo ir kitus savo bendraamžius [3]. Taigi Myspace, pakeitusi ankstesnę savo politiką, leido prie svetainės jungtis visiems nepilnamečiams. Augant vartotojų skaičiui, išryškėjo kelios pagrindinės vartotojų grupės: menininkų/muzikantų, paauglių ir išsilavinusių žmonių. Kartu su didėjančiu populiarumu iškilo ir šios svetainės saugumo klausimas, kadangi joje vyko artimas bendravimas tarp paauglių ir suaugusiųjų. Tačiau žiniasklaidos domėjimasis MySpace didino visų ST svetainių populiarumą visame pasaulyje. Kaip teigiama Danah M. Boyd ir Nicole B. Ellison

straipsnyje, STS nariais tapo daugybė vartotojų iš įvairių pasaulio šalių, skirtingų STS populiarumo pasiskirstymą 2004–2006 m. galima pavaizduoti (2 pav.):

2 paveikslas. STS populiarumo pasiskirstymas pagal šalis [3]



Be to, kai kurios anksčiau buvusios kitokio pobūdžio svetainės papildė savo funkcijas ir tapusios STS ėmė sparčiai populiarėti. Kinų QQ, buvusi trumpų pranešimo pateikimo svetainė, tapo viena iš didžiausių STS, Cyworld (Korėjiečių), Xanga, LiveJournal, Vox pritraukė taip pat plačią auditoriją. Skyrock tapo populiari Prancūzijoje, „Windows Live Spaces“ – daugelyje šalių visame pasaulyje, ypač Meksikoje, Italijoje ir Ispanijoje [3]. Galima daryti išvadą, jog, matant kitų svetainių populiarėjimą, kiekvienos STS kūrėjai stengėsi tobulinti teikiamas paslaugas, papildyti jas naujomis bei kiek įmanoma labiau prisitaikyti prie vartotojų poreikių. Tokiu būdu atsirado nemaža konkurencija ir skirtingų svetainių populiarumo pasiskirstymas skirtingose šalyse.

Šalia paminėtų STS kūrėsi kitos, pradėdamos nuo tam tikrų interesų grupių ir tik paskui išpopuliarėjusios tapo masiškai vartojamos visų žmonių. Viena iš tokių buvo Facebook, kuri buvo sukurta kaip komunikavimo priemonė tarp studentų. 2004 m. jos nariais galėjo tapti tik Harvardo universiteto studentai, turintys jo elektroninį pašto adresą (@harvard.edu) [3]. Vėliau nariais galėjo tapti ir kitų aukštųjų mokyklų studentai, taip pat turintys tų mokyklų elektroninį pašto adresą. Buvo stengiamasi išlaikyti uždara, privačią, tuos pačius interesus turinčių žmonių bendruomenę. Tačiau didėjant žmonių susidomėjimui ir norui plėsti draugų ratą, Facebook'e nuo 2006 m. galėjo savo profilį susikurti galėjo bet kas, kam virš 13 m. [3]. Atsižvelgiant į tai, vartotojų skaičius ėmė sparčiai didėti. Dabar tai – viena populiariausių STS. 2009 m. gegužės mėn. duomenimis, Facebook'u naudojasi daugiau nei 200 milijonų vartotojų visame pasaulyje [52, 1]. Yra išskiriamos kelios tokio populiarumo priežastys: vieni nurodo ją kaip itin patogią naudoti; kiti – kad joje yra daug lengvai prieinamų funkcijų, be to pavadinimas daugumai lengvai įsimenamas [3]. Kaip teigia

Christine Rosen, iki šiol ši STS populiariausia jaunimo tarpe, nes tai pagrindinis jų būdas bendrauti vienam su kitu. Milijonai studentų ir moksleivių aplanko šį tinklapį keletą kartų per dieną, praleisdami po keletą valandų siųsdami ir skaitydami žinutes, peržiūrėdami draugų įvairiausias nuotraukas, gaudami naujausią informaciją apie jų veiklą [46, 17]. Galima teigti, jog ši svetainė, sujungusi reklamą, patogius irankius naudotis svetainės paslaugomis bei orientuota į vartotojų poreikį dalintis informacija, subūrė daugybę vartotojų. Galima daryti prielaidą, jog šios svetainės populiarumą lėmė gera strategija ir, galbūt, nedarant kitų prieš tai buvusių svetainių klaidų. Palyginus Myspace'ą ir Facebook'ą populiarėjimą, išryškėja pagrindinis skirtumas, jog Myspace siekė pasinaudoti konkurentų silpnosiomis pusėmis, kad pritrauktų jų vartotojus pas save, tuo tarpu Facebook'e visų pirma buvo sukurta patogi komunikavimo priemonė tam tikrai interesų grupei (tarp studentų), vėliau patobulintos jos galimybės, pritaikytos plačiai auditorijai, tokiu būdu buvo pritrauktas didelis susidomėjusiųjų ratas.

STS entuziastai įrodinėja, jog tokios svetainės nėra vien tik gero laiko praleidimo vieta, jos taipogi moko vartotojus virtualios erdvės taisyklių. Danah Boyd teigia, kad: „<...> tokie tinklai leidžia nevaržomai mokytis. Čia galima išmokti socialinių normų, taisyklių, kaip bendrauti su kitais, dalintis pasakojimais tarpusavyje ir grupėse, netgi raštingumo“ [46, 22]. Šis pastebėjimas leidžia daryti prielaidą, jog virtualus bendravimas gali turėti visapusiškos naudos – vartotojas keičiasi informacija, komunikuoja ir kartu mokosi, kaip tinkamai tai daryti virtualioje erdvėje. Tačiau tai – kol kas tik tvirtinimai, o ne įrodyti faktai.

2010 m. Briuselyje vykusiame interneto bendrovių Europos komisijos konferencijoje („Safer Internet Day“), buvo teigiama, kad „Socialinių tinklų svetainės, kuriomis Europoje nuolat naudojasi 41,7 mln. žmonių, yra naujas socialinis ir ekonominis reiškinys, keičiantis internetinio bendravimo formas“ [49]. Pastebėta, kad per praėjusius metus socialinių tinklų svetainių naudotojų skaičius Europoje išaugo 35 proc., ir prognozuojama, kad iki 2012 m. jis pasieks 107,4 mln., t. y. išaugs daugiau nei dvigubai. „Siekiant užtikrinti tolesnę socialinių tinklų plėtrą, būtina užtikrinti, kad „internautai“, plėsdami savo pažinčių tinklą arba keisdami asmeninę informaciją, jaustųsi saugūs“ [49]. Dėmesys yra atkreipiamas ne tik į spartų STS svetainių populiarėjimą, besikeičiančias visuomenės bendravimo formas, bet kartu pradedama diskutuoti ir duomenų saugumo klausimais ir pastebimos neigiamos tokių svetainių pusės.

2007 m. rugpjūtį comScore atliko tyrimą, pasirinkusi tam tikras šalis, siekdama nustatyti ir palyginti STS populiarumą ir naudojimą tarp įvairių šalių vartotojų. 1 lentelėje pateikiami duomenys apie vyresnių nei 15 m. amžiaus vartotojų prisijungimą prie STS iš namų ar darbo vietų, neįskaitant STS naudojimo viešuosiuose kompiuteriuose (internetu kavinėse ir pan.).

1 lentelė. STS naudojimas skirtingose šalyse [57]

Teritorija	Iš viso lankytojų	Žmonių, naudojančių interneto paslaugas šalyje, procentinė išraiška	Vartotojo per mėnesį praleistų ST svetainėse valandų vidurkis	Vartotojo peržiūrėtų STS puslapių skaičiaus vidurkis per mėnesį	Vartotojo apsilankymų STS skaičiaus vidurkis per mėnesį
Europa	127,297	56.4	3.0	523	15.8
Jungtinė Karalystė	24,857	77.9	5.8	839	23.3
Vokietija	15,475	46.9	3.1	423	13.8
Prancūzija	13,332	49.6	2.0	476	16.8
Ispanija	8,828	61.5	1.8	251	14.9
Italija	8,736	49.3	1.8	346	12.6

Iš šios lentelės galima spręsti, kad iš Europoje gyvenančių STS vartotojų didžiąją dalį (apie 20 proc.) sudaro Jungtinės Karalystės gyventojai. Lyginant su kitomis Europos šalimis, jų praleistų valandų, apsilankymų skaičius ST svetainėse per mėnesį ženkliai didesnis nei kitose nagrinėtose Europos valstybėse. Darytina prielaida, kad anglakalbėse šalyse STS pritraukia daugiau vartotojų, nes daugumos populiariųjų STS įkūrėjai yra JAV arba Jungtinėje Karalystėje gyvenantys žmonės. Dėl to didžiausio susidomėjimo pirmiausia sulaukiama būtent ten, nes labiausiai atitinka vartotojų poreikius (svetainės sukurtos anglų kalba ir pan.).

Šiuo metu nėra tikslių duomenų, koks vartotojų skaičius naudojami STS, nors tyrimai rodo, kad STS tampa vis populiarsnės visame pasaulyje. Didėjantis STS populiarumas daugelį korporacijų paskatino nemažai laiko ir pinigų skirti STS kūrimui, tobulinimui, reklamavimui. Tačiau, galima išvengti ir neigiamų STS naudojimosi aspektų. Dėl šios priežasties kai kurių šalių įstaigose draudžiama darbuotojų prieiga prie STS. Pagrindinis argumentas, skatinantis darbdavius blokuoti prieigą prie tokių svetainių – mažėjantis darbo našumas. 2009 m. liepos mėn. „Nucleus Research“ atliktas tyrimas atskleidė, kad bendrovėse, kuriose darbuotojams leidžiama naudotis STS, darbo našumas vienoje darbo vietoje vidutiniškai sumažėja 1,5 proc. Šio tyrimo rezultatai liudija, kad po tokias svetaines darbo metu naršantys darbuotojai sugaišta iki 2 val. per dieną. Paklausti, ar STS naudoja darbo reikalais, 87 proc. respondentų atsakė neigiamai [64]. Prieita prie išvados, kad bendraujant STS yra sugaištama nemažai laiko, blaškomas dėmesys, nepilnamečiams užmegztos pažintys kai kuriais atvejais gali būti žalingos. Christine Rosen straipsnyje apie virtualų bendravimą teigiama, kad tik dabar yra pradedama plačiau analizuoti vartotojų naudojimosi ST svetainėmis poveikis žmonių santykiams, privatumui, bendruomeniškumui ir tapatumui [46]. Pabrėžiama, kad reikia apsvarstyti, kokios rūšies elgesį žiniatinklyje skatina socialiniai ryšiai.

Keliamas klausimas, ar ši nauja technologija su savo taisyklėmis (kontaktais, profiliais, būsenomis ir kt.) kokiais nors būdais gali pakenkti mūsų asmenybei [46]. Į virtualų gyvenimą pasinėrusio žmogaus tapatybė skyla į keletą dalių ir jis dažnai nebežino, koks iš tiesų esąs. Artimi ryšiai žiniatinklyje praranda savo vertę – draugai kolekcionuojami ne norint nuolat su jais bendrauti, o bandant susikurti visų mėgstamo žmogaus įvaizdį.

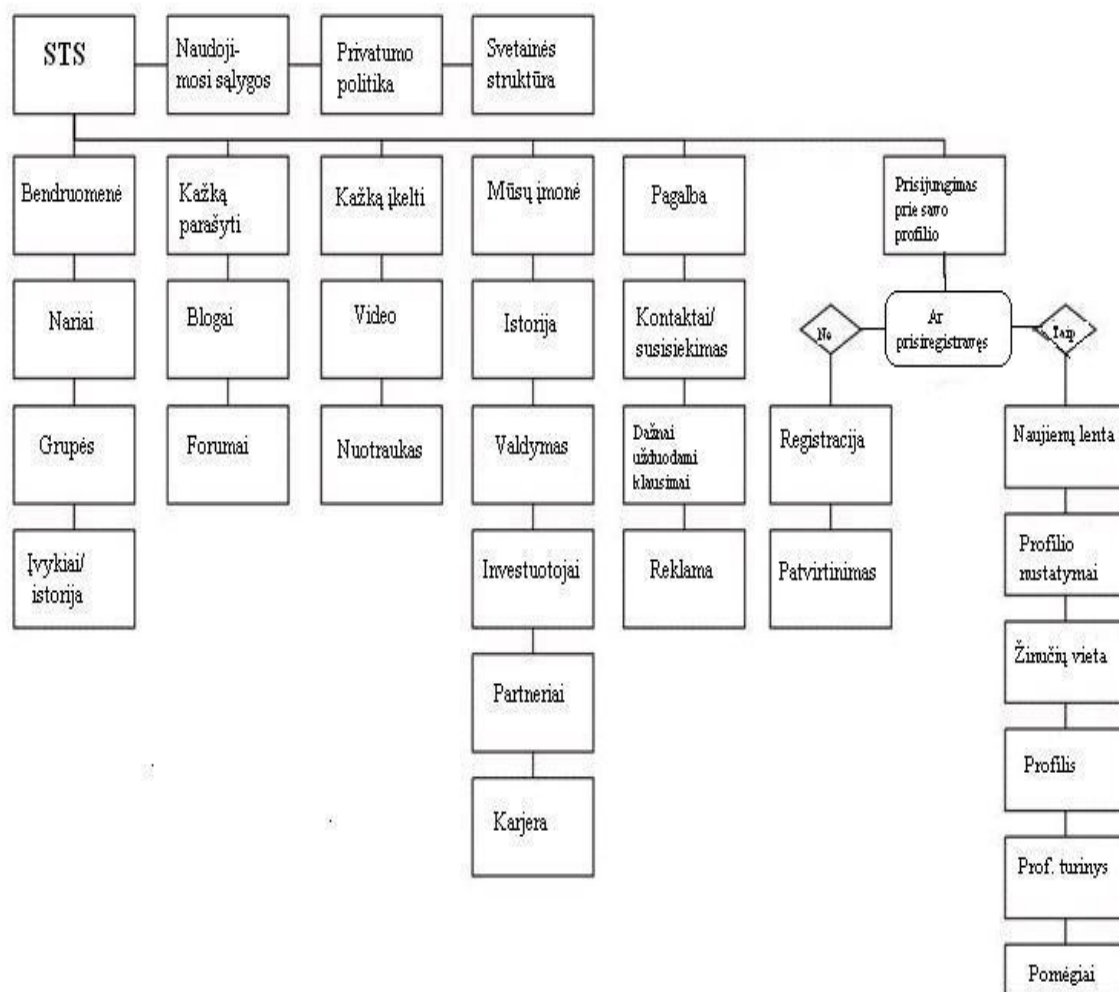
Kaip pastebėta, pirmųjų STS (BBS, SixDegrees.com) atsiradimas paskatino šimtus kitų socialinių svetainių kurtis, plėstis, populiarinti save, diegti naujas galimybes ir taip pritraukti kuo didesnę vartotojų ratą. Buvo kuriamos naujos funkcijos ir STS įrankiai, siekiant turėti konkurencinį pranašumą prieš kitas sparčiai besikuriančias svetaines. Pačių žmonių noras ieškoti lengvesnių bendravimo būdų, pasitelkus naujausias technologijas, atskleisti bei parodyti save kitiems, paskatino juos domėtis, rinktis ir tapti tokių svetainių nariais.

Pastebėtina, kad, nors STS dažniausiai yra plačiai prieinamos, dauguma jų pritraukia panašius pomėgius, kultūrą, įsitikinimus turinčius žmones. Taigi nėra neįprasta rasti vienoje socialinių tinklų svetainėje susitelkusių žmonių grupes, kuriuos sieja tautybė, amžius, išsilavinimas ar kiti veiksniai, net jei tai ir nėra svetainės tikslas. Visos STS nuo pat savo susikūrimo pradžios siekia tobulėti ir plėstis, atsižvelgiant į pagrindinį savo objektą – vartotoją. Tos svetainės, kurios neišliko iki šių dienų, iki galo neatitiko vartotojų poreikių, nesugebėjo pritraukti kuo didesnio narių skaičiaus ir, neatsilaikiusios prieš didėjančią konkurenciją, nustojo veikusios.

### **1.3. Socialinių tinklų svetainių struktūra**

Daugelio šių dienų STS struktūra bei teikiamos paslaugos yra panašios. Visos jos siekia pritraukti kuo daugiau vartotojų, skatinti komunikaciją tarp jų bei informacijos dalinimąsi. Dažniausiai svetainės būna sukurtos taip, kad vartotojui būtų paprasta suprasti ir naudotis visomis joje teikiamomis paslaugomis. Vartotojas nesunkiai randa naudojimosi sąlygas, privatumo politiką, dažniausiai užduodamų klausimų sąrašą, informaciją apie STS ir panašią informaciją. Tipinę šių dienų STS struktūrą būtų galima pavaizduoti žemiau esančia schema (žr. 3 pav.).

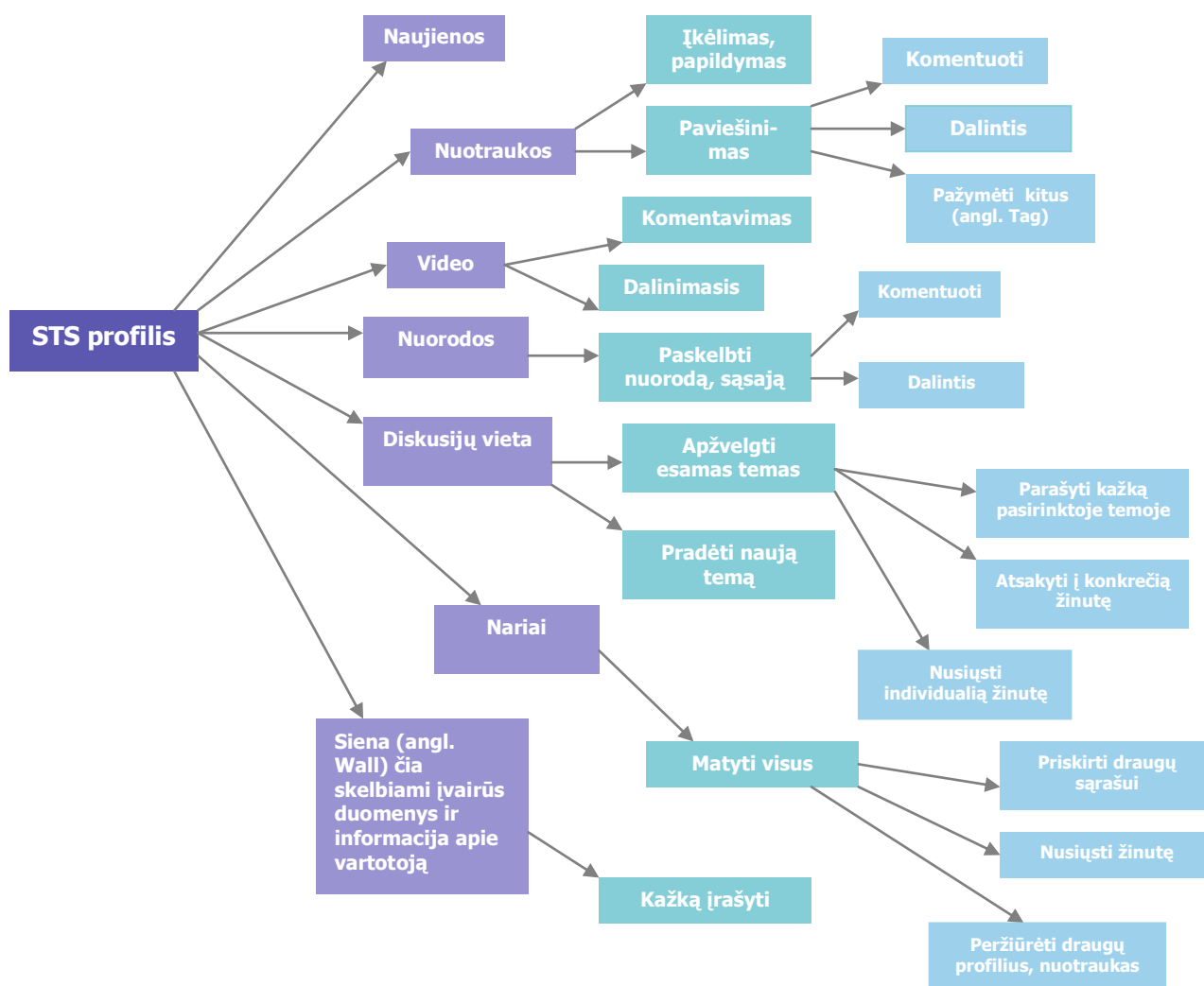
3 paveikslas. STS struktūra [48]



Norint prisijungti prie STS (tapti jos nariu) reikia užpildyti tam tikras formas, atsakyti į pateikiamus klausimus. Tokiu būdu yra sukuriamas vartotojo profilis pagal pateiktus atsakymus, tokius kaip amžius, gyvenamoji vieta, interesai, pomėgiai ar tiesiog informacija „apie mane“. Daugelyje ST svetainių profiliai yra unikalūs puslapiai, kur vartotojas gali skelbti informaciją apie save. Dauguma socialinių svetainių skatina vartotojus savo profilyje pridėti nuotrauką (–as), kai kur yra leidžiama įkelti daugialypį turinį (ang. multimedia) (muzikos failus, vaizdo įrašus ir kt.) ar pakeisti profilio stilių, perteikti savo nuotaiką. Žemiau pateikiama STS profilio schema (žr. 4 pav.), kuri būdinga daugeliui STS, siūlančių daugiau ar mažiau funkcijų savo vartotojams.



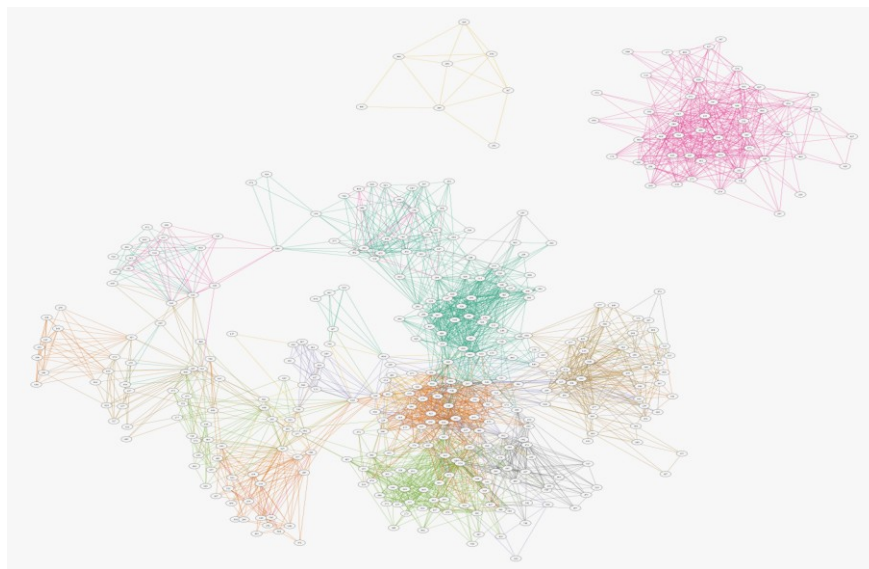
4 paveikslas. STS profilio turinys ir galimos vartotojo pasirinktys [pagal 12]



Kaip jau buvo minėta ir kaip matyti iš pateiktos schemos, profilį sudaro vartotojo pateikta informacija: nuotraukos, vaizdo įrašai, draugų sąrašas ir kiti skelbiami duomenys (nuomonė, dienos įvykiai, naujienos, asmeninė informacija). Savo profilyje kiekvienas vartotojas gali pasirinkti, kaip skirtingo pobūdžio informaciją valdyti, t. y. viešinti, komentuoti, paskelbti, dalintis, įkelti ir pan. Pagal savo poreikius kiekvienas vartotojas turi teisę rinktis, ar nori dalyvauti diskusijose, įkelti savo nuotraukas, vaizdo įrašus, jas viešinti, komentuoti, pažymėti kitus STS vartotojus, esančius nuotraukose, skelbti, dalintis bei komentuoti nuorodas, skelbti įvairią informaciją apie save (savo nuotaiką, naujausius įvykius, ir pan.), rinktis vartotojus į draugų sąrašą. Galima teigti, kad profilis – tai unikalus kiekvieno vartotojo susidarytas puslapis, padedantis paprasčiausiu ir greičiausiu būdu dalinantis informacija, bendrauti su kitais žmonėmis. Galima daryti prielaidą, jog informacija, paskelbta profilyje, vysto komunikaciją tarp vartotojų (tampa lengva virtualioje erdvėje rasti pažįstamus žmones, dalintis su jais naujausia informacija apie save, išsakyti savo nuomonę, pateikti naudingas nuorodas ir pan.).

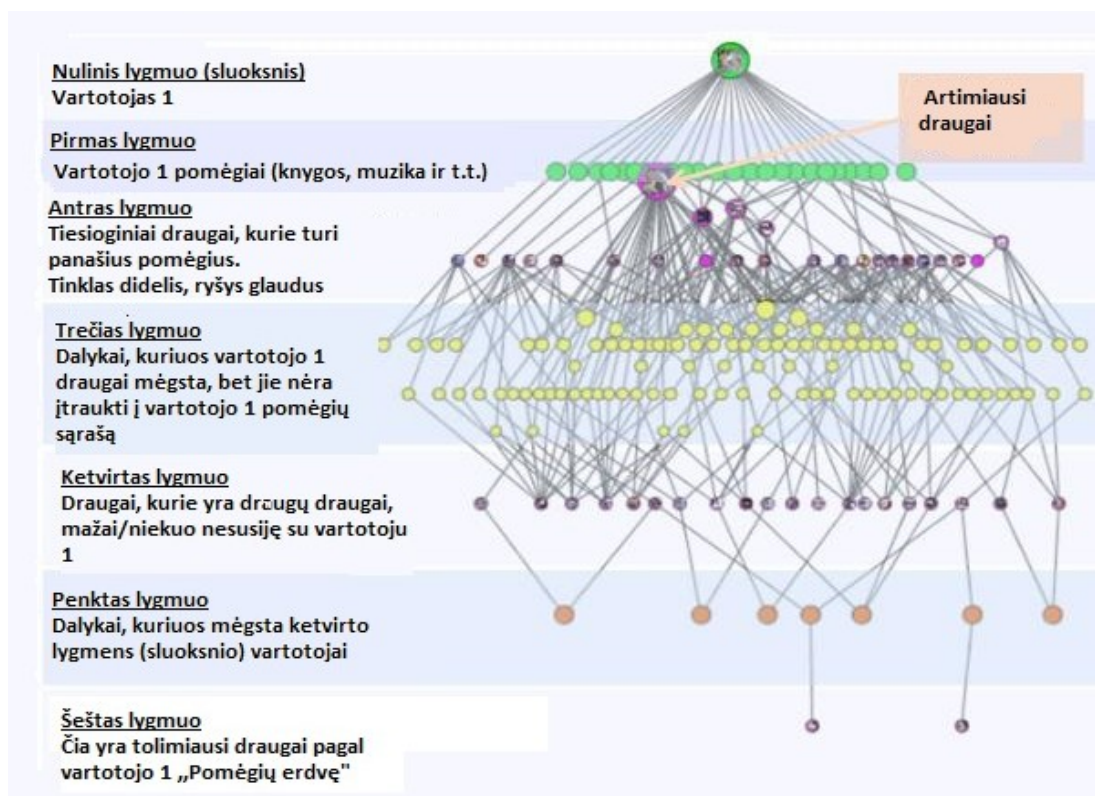
Vartotojai, prijungdami vienas kitą prie draugų sąrašų, sudaro tam tikras atskiras bendruomenes (pagal gimimo ar gyvenamą vietą, baigtą universitetą, darbovietę ir pan.), turinčias panašius interesus, pomėgius, patirtį ir kita. Tokios atskiros vartotojų grupės dažnai turi sąsajas su kitomis susidariusiomis grupėmis (turėdamos vieną ar kelis bendrus vartotojus), kaip matyti 5 paveikslėlyje.

5.paveikslas. STS vartotojų grupės [9, 3]



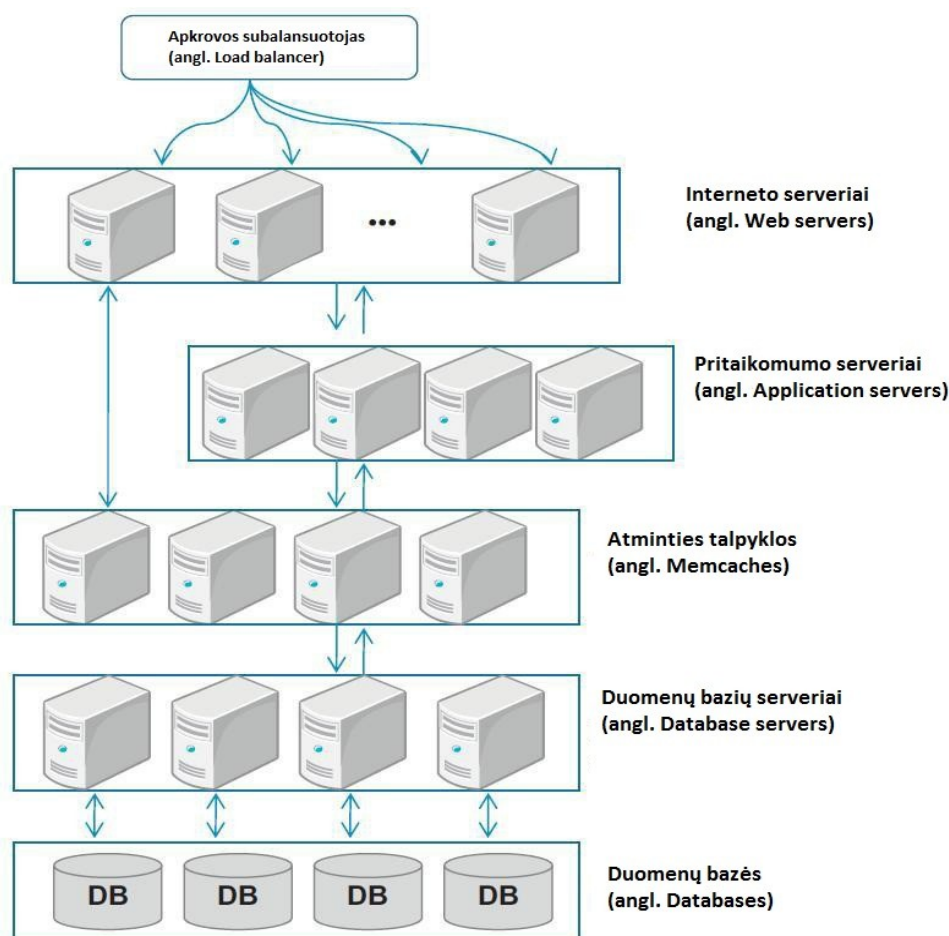
Kaip teigiama Annos C. Squicciarini straipsnyje apie privatumo politiką STS [50, 1], tokių svetainių komercinė sėkmė priklauso nuo pritrauktų vartotojų skaičiaus, todėl yra skatinama vartotojams jungtis kuo daugiau narių į savo kontaktų (ryšių) sąrašą ir dalintis įvairia informacija tarpusavyje. Taip suteikiama galimybė ne tik bendrauti su jau pažįstamais žmonėmis, bet ir susipažinti su naujais. Kaip nurodoma, Jungtinėse Amerikos Valstijose vykusioje Informacinių sistemų konferencijoje pagrindinė motyvacija, dėl ko žmonės jungiasi į STS, tai yra komunikacija su kitais nariais ir santykių palaikymas. Kai vartotojas susikuria savo profilį, kitas žingsnis būna jungtis draugus ar pažįstamus į kontaktų sąrašą, su kuriais bus dalinamasi informacija ir palaikomas ryšys [14, 2]. Tokiu būdu, kaip buvo minėta anksčiau, susidaro vartotojų tinklas, kuris dažniausiai būna pagrįstas panašiais pomėgiais, veikla ir pan. Minėtų tinklų lygiai (sluoksniai), vaizduojami 6 paveikslėlyje, parodančiame, kad vartotojo 1 tolimiausi žmonės (šeštame lygyje), matantys duomenis ir informaciją apie jį, neturi jokių sąsajų (t. y. jų nesieja tie patys pomėgiai, veikla ir pan.) su nulinio lygmens vartotoju, jie tėra draugų draugai. Tokiu būdu, kaip teigia Anna C. Squicciarini, pirminis vartotojas, dažnai nežino ir nesuvokia realaus auditorijos kiekio, turinčių prieigą prie jo duomenų. Toks atviras duomenų prieinamumas, jos teigimu, gali turėti įtakos daugybei su asmens duomenų saugumu susijusių rizikų (informacijos platinimui be savininko žinios, naudojimui, viešinimui ir pan.) [50, 1].

6 paveikslas. STS vartotojo draugų lygiai [19]



Dauguma STS sudarytos taip, kad jomis vartotojui būtų lengva naudotis, būtų suprantamos bei patrauklios (spalvos, apipavidalinimas, paaiškinimai ir pan.). Kaip nurodoma Malaizijos Informacijos technologijų universiteto specialistų straipsnyje apie STS architektūrą, kai STS vartotojų skaičius sparčiai išaugo, inžinieriai turėjo išspręsti tris su architektūra susijusias problemas: paslaugos tolesnį pateikimą (vykdymą), kokybę ir prieinamumą [45, 47–48]. Tam, kad suprastų ir pašalintų galimybių apribojimus, susijusius su tolesniu paslaugos teikimu ir jos kokybe, inžinieriai pradėjo naudoti sistemos ir tinklo stebėsenos, interneto srauto ir prisijungtų failų analizės priemones. Kadangi srautai, vartotojų skaičius, saugomas duomenų kiekis didėjo, STS, nepaisant to, turėjo veikti ir reaguoti realiu laiku į kiekvieno vartotojo atliktą veiksmą, užklausą. Reikėjo palaikyti tą patį kokybės lygį, net jei srautai labai išaugtų. Prieinamumo gerinimas buvo vykdomas tam, kad visus vartotojus aprūpintų visomis paslaugomis ir prieiga prie informacijos bet kuriuo metu [45, 48]. 7 paveikslėlyje pavaizduota prototipinė didelės STS, tokios kaip Youtube, MySpace, Facebook ir kitų architektūra.

7 paveikslas. STS architektūra [45, 48]



Kaip teigiama Malaizijos Informacijos technologijų universiteto specialistų straipsnyje, interneto serveriai atlieka svarbų vaidmenį. Svetainės administratorius turi užtikrinti, kad interneto serveriai nebūtų perkrauti. Serveriai valdo įeinančias užklausas, naudodami įvairias priemones, tokias kaip ugniasienės (angl. firewalls) ir HTTP srauto valdytoją tam, kad blokuotų arba nukreiptų nepageidaujamus srautus ar blogai suformuotas užklausas. Srautų valdytojas taip pat pašalina užklausų srautų perteklių. Dėl geresnio aptarnavimo ir veikimo, didžiulės svetainės naudoja interneto serverius, sudarytus iš galingų kompiuterių su didele atmintimi ir kietojo disko talpa. Didžiulės STS, kaip matyti 7 paveikslėlyje, taip pat įsidiegė apkrovos balansuotoją ir pagalbinius/pavaduojančius serverius (angl. Reverse proxy servers). Jie įdiegti į apkrovos balansavimo sistemą ir saugo tiek statišką, tiek dinamišką turinį, taip užtikrindami papildomą apsaugą nenumatytiems atvejams.

Atminties talpyklos naudojamos palaikyti sklandų paslaugos veikimą ir kokybę. Dauguma STS, tokių kaip Myspace ir Youtube, paprastai dažnai naudojamą, atvirą informaciją ir slaptą saugo atskiruose serveriuose.

Kadangi didelės STS susiduria su dideliu, įvairaus tipo duomenų kiekiu, skirtingų duomenų valdymas yra paskirstomas skirtingiems serveriams. Duomenų bazės yra suskirstytos pagal

paslaugas (profiliai, elektroninis paštas, naujienos, vaizdo įrašai ir kt.). Kiekvienai duomenų bazei naudojamas skirtingas serveris. Taip paskirstoma apkrova tarp duomenų bazių serverių ir duomenų bazių. Taip pat, atminties talpyklos saugo po kelias kopijas visų duomenų bazių [45, 48–49].

Kadangi visa STS architektūra susideda iš didelio kiekio techninės įrangos, gedimų pasitaiko dažnai. Dėl šios priežasties dauguma svetainių sujungia serverius su atsarginiais serveriais. Tai padeda pasiekti vartotojų prieinamumą bet kuriuo paros metu. Jei serveris užstringa ar sugenda, atsarginis serveris perima apkrovą. Tačiau, kaip teigia Malaizijos Informacijos technologijų universiteto specialistai, duomenų bazės, kaip visuma arba tam tikra pasirinkta dalis, yra tikrinamos vieną kartą per dieną, savaitę, kas dvi savaites ar mėnesį [45, 49].

Šiame skyriuje nagrinėjant socialinių tinklų svetainės sampratą pastebėta, jog visų pirma nurodoma erdvė, kurioje dalinamasi informacija apie save, bendraujant tarp žmonių suformuojami tam tikri ryšiai bei naudojamos kitomis tokių svetainių teikiamomis paslaugomis pagal kiekvieno individualius poreikius. Apžvelgus STS architektūrą, pastebėta, jog norint užtikrinti didelės sistemos sklandų veikimą kūrėjai turi pasirūpinti įvairiomis techninėmis galimybėmis (balansuotojais, didelėmis atminties talpyklomis, sukurti daugybę duomenų bazių ir pan.), o duomenų išsaugojimą užtikrinti tinkama apsauga.

Socialinių tinklų svetainės suteikia galimybes susikurti profilį, pasirinkti draugus į savo kontaktų sąrašą bei stebėti kitų asmenų skelbiamą informaciją, jų ryšius. Šiomis dienomis iš daugybės socialinių tinklų svetainių, siūlančių skirtingus turinius bei paslaugas, kiekvienas žmogus turi galimybę pasirinkti labiausiai atitinkantį jo poreikius. Dažnai pasitaiko, kad tas pats žmogus būna užsiregistravęs keliose STS, ten bendrauja su skirtingais žmonėmis, galbūt net pateikia skirtingą informaciją apie save.

Peržvelgus socialinių tinklų svetainių istoriją, pastebima, kad pirmosios svetainės atsirado kaip failų keityklos. Laikui bėgant kiekviena stengėsi pritraukti kuo didesnę auditoriją, dėl to savo funkcijas plėtė, taip įgydama konkurencinį pranašumą prieš kitas jau esančias ir naujai besikuriančias STS. Pastebėtina tai, jog pirmosios, panašiausios į dabartines socialines svetaines, iš pradžių nesulaukė labai didelio vartotojų susidomėjimo. Pagrindinė priežastis buvo ta, jog sudaryti didelio kontaktų sąrašo su savo draugais nepavykdavo, nes tuo laiku internetu naudojosi nedidelis skaičius žmonių, o su svetimais bendrauti nebūdavo poreikio. Taigi socialinių tinklų svetainių teikiamos funkcijos buvo neišnaudojamos, nes jos neatrodė patrauklios vartotojams. Apžvelgus šių dienų STS struktūrą, matyti, kad šios svetainės sukurtos taip, kad vartotojas galėtų laisvai bendrauti bei dalintis informacija bet kuriuo paros metu su žmonėmis, esančiais bet kurioje vietoje. Vartotojui siūlomas patrauklus turinys ir patobulintos funkcijos.

Tai, kad tokiose STS galima būti bet kuo, bendrauti nevaržomai, stebėti informaciją apie kitus žmones, jų ryšius, dalyvauti įvairiose diskusijose ir reikšti savo nuomonę, dalintis įvairia

informacija, daro šias svetaines vis labiau populiarėjančias. Kaip buvo išanalizuota, tokio bendravimo poreikis vis didėja, nes žmonėms, ypač neturintiems daug laisvo laiko, patogiu bendrauti su draugais, užmegzti naujas pažintis tai darant niekur neišeinant iš namų ar net savo darbovietėse. Be to, tai puiki galimybė bendrauti su draugais bei pažįstamais iš įvairių pasaulio šalių, sparčiausiu būdu dalintis su jais naujausia informacija apie save bei sulaukti greito grįžtamojo ryšio. Vartotojai jungiasi į tinklus pagal panašius pomėgius ar susijusias veiklas, tačiau tokie tinklai, kaip pastebėta, dažniausiai tampa labai dideli ir, deja, vartotojas dažnai nesuvokia auditorijos, turinčios prieigos prie jo informacijos, gausos.

Visi išvardintieji aspektai šiomis dienomis sparčiai didina STS narių skaičių, STS tampa net tik puikus laisvalaikio praleidimo, bet kartu ir santykių užmezgimo, verslo plėtojimo, savęs kaip asmenybės išreiškimo būdu, nepaisant neigiamų šių svetainių pusių, kurios plačiau yra aptariamoms antroje šio darbo dalyje.

## 2. ASMENS PRIVATUMAS INTERNETINĖJE ERDVĖJE

Šiomis dienomis vystantis naujoms technologijoms bei atsiradus galimybei surinkti ir sukaupti didžiulį informacijos kiekį, lengvai jį apdoroti ir greitai panaudoti kitais tikslais nei buvo surinkta, atsiranda grėsmė žmogaus teisei į privatumą. Pasauliniu mastu susiduriama su problema – kaip sudaryti palankias sąlygas tolesnei informacijos technologijų plėtrai ir sukurti saugią teisinę aplinką, kurioje nebūtų galimybių pažeisti žmogaus teisės į privataus gyvenimo neliečiamumą. Saugoti duomenis naujų technologijų amžiuje tampa būtinumu, ne tik dėl galimo jų neteisėto naudojimo, bet ir dėl jų patikimumo, kadangi neatsargus informacijos technologijų panaudojimas gali juos sugadinti ar kitaip iškreipti. Kuriantis vis naujoms technologijoms iškyla naujų pavojų asmens privataus gyvenimo neliečiamumui tiek privačioje, tiek viešoje erdvėje (darbe ir kt.). Nors įstatymais ir kitais teisės aktais asmens duomenų apsauga yra reglamentuota, tačiau žurnalo „*BusinessWeek*“ ir kitų tyrimų duomenimis, šiomis dienomis asmens privatumo pažeidimų skaičius vis didėja. Dėl šios priežasties naujausių technologijų amžiuje yra reikalinga asmens duomenų apsaugos analizė.

Šioje darbo dalyje nagrinėjama privatumo samprata bei svarba žmogui, asmens duomenų, kaip privatumo dalies, svarba bei teisinis reglamentavimas. Analizuojami galimi asmens duomenų apsaugos bei privatumo pažeidimai socialinių tinklų svetainėse. Apžvelgiamos keturių pasirinktų populiarių socialinių tinklų svetainių skelbiamos asmens duomenų apsaugos politikos.

### 2.1. Privatumas ir jo reikšmė

Praėjo nemažai laiko, kol teisė į privatumą tarptautiniu mastu buvo įtvirtinta kaip visuotinai pripažinta socialinė vertybė. 1948 m. Jungtinių Tautų organizacija (toliau – JTO) *Visuotinėje žmogaus teisių deklaracijoje* (12 str.) skelbė: „Niekas neturi patirti savavališko kišimosi į jo asmeninį ir šeimyninį gyvenimą, jo buto neliečiamybę, susirašinėjimo slaptumą, kėsinimosi į jo garbę ir orumą. Kiekvienas žmogus turi teisę į įstatymo apsaugą nuo tokio kišimosi arba tokių pasikėsinimų“ [58]. 1950 m. paskelbtos Europos žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos 8 str. buvo papildomas draudimu valdžios pareigūnams kištis į naudojimąsi šia teise, išskyrus įstatymo numatytus atvejus ir kai tai būtina demokratinėje visuomenėje valstybės saugumo, viešosios tvarkos ar šalies ekonominės gerovės interesams [17]. Šiuose pamatiniuose žmogaus teisių šaltiniuose asmens teisė į privatumą bei slaptumą įtvirtinta kaip pagrindinė (nors ne absoliuti) žmogaus teisė. Kaip pastebi advokatas Mindaugas Civilka, tais laikais dar nebuvo kalbama apie asmens duomenis. Pagrindinis dėmesys kreipiamas į asmens privatumo apsaugą. Dėl

to istoriškai asmens duomenų apsaugos koncepcijos šaknys glūdi būtent asmens teisėje į privatumą [4, 6].

Vieni iš pirmųjų, pabandžiusių apibrėžti asmens teisę į privatumą, buvo JAV teisininkai Samuel Warren ir Louis Brandeis. Jie 1890 m. parašytame straipsnyje „The right to privacy“ privatumą apibrėžė kaip „teisę būti paliktam vienam <...>“, o nuosavybės terminas buvo apibrėžiamas plačiau, kaip apimantis kiekvieną turėjimo/valdymo formą – tiek apčiuopiamą, tiek neapčiuopiamą [60]. Teigiama, jog pačiam individui privatumas pasidarė daug reikšmingesnis nei buvo iki tol. Šiame straipsnyje teisė į privatumą buvo akcentuojama kaip didžiulė socialinė vertybė.

Stanfordo universiteto filosofijos enciklopedijoje aiškinama, jog dauguma teoretikų pripažįsta, kad privatumas yra reikšminga ir vertinga sąvoka. Filosofiniai debatai dėl privatumo apibrėžimų ypač paaštrėjo XX amžiaus antroje pusėje ir tai lėmė privatumo apsaugos įstatymų keitimą. Vieni privatumą aiškino kaip susitelkimo ties informacijos apie save kontrolę (Parent, 1983), kiti – kaip platesnę sąvoką, reikalingą žmogaus orumui (Bloustein, 1964), intymumui (Gerstein, 1978; Inness, 1992). Privatumas buvo aiškinamas ir kaip būtinybė įvairių ir reikšmingų tarpasmeninių santykių išsivystymui (Fried, 1970, Rachels, 1975) ar kaip vertybė, kuri mums suteikia gebėjimus kontroliuoti kitų prieigą prie informacijos apie mus (Gavison, 1980; Allen, 1988; Moore, 2003). Privatumo sąvoką galima apibrėžti ir kaip normų kompleksą, būtiną ne tiktai prieigos prie informacijos kontroliavimui, bet taip pat ir asmeninės ekspresijos ir pasirinkimo galimybių didinimui (Schoeman, 1992). Kaip matyti, privatumo sampratos aiškinimų ir diskusijų yra įvairių, tačiau galima daryti išvadą, kad privatumas yra tai, ką kiekvienas vertina, nes tai saugo jų laisvę nuo kitų kišimosi, taip išsaugomas kiekvieno individualumas. Kaip pažymima enciklopedijoje, tai taip pat yra apsauga nuo dominavimo, degradacijos, fizinės žalos moterims ir kitiems asmenims [51]. Australijos Informacijos technologijų specialistas Roger Clarke privatumo terminą apibrėžia kaip „teisę, kurią asmuo turi savo asmeninėje erdvėje, apsaugotą nuo kitų fizinių ar juridinių asmenų kišimosi“ [5, 3].

Kaip nurodoma Harvardo Teisės mokyklos moksliniame leidinyje „Youth, Privacy and Reputation“, daugelį privatumo sampratų trumpai galima suskirstyti į šešias pagrindines pozicijas: „1) teisė būti vienam; 2) kitų ribota prieiga prie asmens, galimybė apsaugoti save nuo nepageidaujamo kitų žmonių kišimosi; 3) paslaptis arba tam tikrų dalykų nuo kitų nuslėpimas; 4) galimybė kontroliuoti informaciją apie save; 5) asmenybės, individualumo ir orumo apsauga; 6) intymumas, kai kontroliuojama arba ribojama prieiga prie informacijos apie savo intymius santykius ar kitus gyvenimo būdo aspektus“ [35, 10–11]. Bloustein, Gerstein, Inness, Fried bei Schoeman teigimu, privatumas užtikrina santykių vystymą, asmenybės ekspresiją, pasirinkimo laisvę – savirealizaciją [51]. Kiti mokslininkai – Gavison, Parent – privatumą suvokia kaip galimybę kontroliuoti visą informaciją apie save, kartu ir kitų prieigą prie jos [51]. O Roger Clarke



ir Samuel Warren ir Louis Brandeis teigimu, tai tiesiog žmogaus teisė būti paliktam vienam, savo asmeninėje erdvėje [51; 5]. Atkreiptinas dėmesys, jog paskutinis leidinyje „Youth, Privacy and Reputation“ pateiktas apibrėžimas apjungia visus prieš tai įvardijamus privatumo aiškinimus į vieną visumą, suskirstant privatumo sąvoką į keletą pozicijų.

*Globalios interneto laisvės organizacija* (angl. *Global Internet Liberty campaign*) aiškina, jog asmens teisės į privatumą turinį sudaro keturi savarankiški ir kartu tarpusavyje susiję elementai:

- informacinis privatumas, kuris apibrėžia taisykles ir yra susijęs su duomenų apie asmenį tvarkymu ir rinkimu, asmens teise žinoti apie savo duomenų tvarkymą, susipažinti su savo asmens duomenimis, kai juos tvarko kiti asmenys, reikalauti ištaisyti savo duomenis ir pan. [5] Dar kitaip tai gali būti vadinama duomenų privatumu;

- fizinis privatumas (angl. *bodily privacy*), t. y. nesant žmogaus sutikimo, jo atžvilgiu negali būti atliekami jokie medicininiai ar moksliniai bandymai (pavyzdžiui, privaloma tvarka atliekami narkotikų testai ir pan. [24];

- komunikacinis privatumas, kuris apima asmens susirašinėjimo, pokalbių telefonu ir kitų komunikacijos priemonių neliečiamumui apsaugą [24];

- teritorinis privatumas, kuriuo siekiama nustatyti neliečiamumą vidinei erdvei, tokiai kaip namai, darbovietė ar kita teritorija [24].

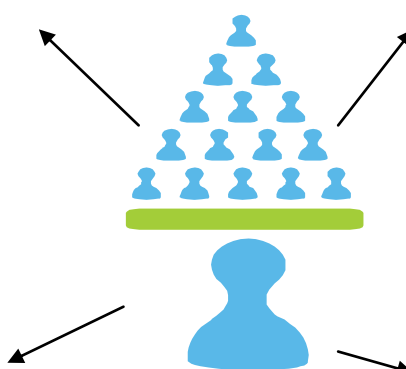
Galima daryti išvadą, jog tokiam suskirstymui atsirasti turėjo įtakos tai, jog pažeidus nors vieną iš išvardintųjų punktų, žmogui padaroma žala, atskleidžiama nemaža dalis tam tikros informacijos apie jį. Ir ši informacija gali būti atskleista skirtingais būdais (t. y. naudojantis telekomunikacijos priemonėmis, privačia asmens teritorija, duomenų rinkimu ir kt).

Kalbėdamas apie privatumą, Roger Klarke teigia, jog žmogui ši teisė yra svarbi dėl tokių aspektų: psichologinių, ekonominių, sociologinių, politinių [5, 4] (žr. 8 pav.):

8 paveikslas. Privatumo svarba žmogui [5, 4]

- *Psichologinio, nes kiekvienam asmeniui yra reikalinga privati erdvė tiek viešumoje, tiek namuose. Tai siejasi su tuo, kad žmogui reikia susipažinti su aplinka, įvertinti, ar netoliese žmonės nekelia jam grėsmės, nustatyti, kaip reikia elgtis konkrečiose situacijose.*

- *Ekonominio – žmonėms turi būti suteikiama galimybė kurti naujoves. Sumanumas turi būti skatinamas, nesikišant, neribojant minčių laisvės.*



- *Sociologinio – žmonės turi turėti galimybę elgtis taip, kaip nori, bendrauti su kitais, elgtis pagal socialinius papročius, tačiau be grėsmės būti sekamam. Priešingu atveju žmogus jaučiasi sumenkintas ir suvaržytas.*

- *Politinio – žmonėms turi būti suteikiama galimybė laisvai reikšti mintis, ginčytis ir veikti. Žodžio laisvės ir elgesio varžymas riboja žmogaus laisvę.*

Apžvelgus privatumo sampratą, galima prieiti prie išvados, jog privatumas reiškia individualumo užtikrinimą, individo laisvę nuo kitų kišimosi. Privatumo apsauga, kaip buvo pastebėta, asmeniui yra svarbi ne tik dėl psichologinio, bet ir dėl sociologinio, ekonominio bei politinio aspektų. Iš to galima daryti prielaidą, jog žmogui, kuriam yra užtikrinama jo privatumo apsauga, suteikiama galimybė realizuoti save, veikti nevaržomai. Galima teigti, jog jeigu yra užtikrinama apsauga informacijai, tiesiogiai ar netiesiogiai susijusiai su individu, atskleidžiančiai jo tapatybę, – asmens privatumas yra išsaugomas.

## 2.2. Asmens duomenys ir jų apsauga

Kaip buvo išsiaiškinta anksčiau darbe, asmens duomenys sudaro svarbią dalį asmens privatumo. Asmuo paprastai identifikuojamas pagal tokią informaciją kaip jo vardas, pavardė, gimimo data, amžius ir t.t., arba pagal jam suteiktą tam tikrą kodą – asmens kodą, socialinio draudimo pažymėjimo kodą, banko kodą ir kt., tai yra jo asmens duomenys. Kadangi minėtieji asmens duomenys tiesiogiai nurodo konkretų asmenį, pasako apie jį nemažai informacijos, netinkamai naudojant tokius duomenis kyla grėsmė žmogaus privatumui. Galima teigti, jog asmens privatumas tiesiogiai susijęs su tuo, kaip naudojami, apsaugomi bei prižiūrimi asmens duomenys.

Asmens duomenys sąvoka šiuo metu yra apibrėžta šiuose tarptautiniuose teisės aktuose: 1995 m. spalio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje (95/46/EB) „Dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo“, Strasbūro konvencijoje „Dėl asmenų apsaugos ryšium su asmens duomenų automatizuotu tvarkymu“, Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (toliau – EBPO) rekomendacijoje „Dėl asmens privatumo apsaugos ir asmens duomenų judėjimo tarp valstybių narių“ gairėse.

Europos Sąjungos mastu priimtos dvi svarbios duomenų apsaugai direktyvos:

- Direktyva 95/46/EC *dėl asmenų apsaugos, susijusios su asmens duomenų tvarkymu ir laisvu šių duomenų judėjimu* (toliau – Duomenų apsaugos direktyva);
- Direktyva 97/66/EC *dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos telekomunikacijų sektoriuje* (toliau – Duomenų apsaugos telekomunikacijų sektoriuje direktyva).

Duomenų apsaugos direktyva siekiama ginti pagrindines teises ir laisves, ypač fizinių asmenų teisę į asmeninį gyvenimą, tvarkant asmens duomenis (2 dalis) ir suvienodinti besiskiriantį duomenų apsaugos lygį valstybėse narėse taip, kad būtų užtikrintas laisvas prekių, paslaugų, kapitalo judėjimas vidaus rinkoje (3, 7 ir 8 dalys) [13]. Ši direktyva taikoma tiek viešajame administravime, tiek kiekvieno asmens buityje. Direktyvos taikymo išimtinės sritys yra šios:

- užsienio ir valstybės saugumo politikos bendroji veikla;
- veikla teisingumo ir vidaus reikalų bendradarbiavimo srityse;

- nacionalinis valstybinis saugumas;
- gynyba;
- nusikaltimų tyrimas;
- asmens duomenų tvarkymas asmens ar šeimos veiklos kontekste [13].

Kiekviena duomenų tvarkymo forma – kaupimas, saugojimas, keitimas, naudojimas iki persiuntimo ar ištrynimo – laikoma kišimusi į pagrindines žmogaus laisves, todėl ji turi būti tinkamai įteisinta. Įteisinimas reiškia nedviprasmišką duomenų subjekto sutikimą, teisinės nuostatos, būtinybę įvykdyti sutartį ar užduotį, tarnaujančią visuomenės interesams ar apsaugoti gyvybiškai svarbius duomenų subjekto interesus [13, 7 str.].

Kuo dažniau asmens duomenų tvarkymas atliekamas naudojant tarptautinius tinklus (pvz., internetą), tuo asmeniui tampa sunkiau pasinaudoti savo teisėmis: susipažinimo, ištaisymo, ištrynimo, kompensacijos ir t. t. Techninės ir organizacinės priemonės prieš neteisėtą duomenų keitimą, neteisėtą duomenų atskleidimą ar neteisėtą susipažinimą su asmens duomenimis yra labai reikšmingos.

Pagal Duomenų apsaugos direktyvos 2 str., asmens duomenys reiškia bet kurią informaciją, susijusią su asmeniu (duomenų subjektu), kurio tapatybė yra nustatyta arba gali būti nustatyta; asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta, yra tas asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta tiesiogiai ir netiesiogiai, ypač pasinaudojus nurodytu asmens identifikavimo kodu arba vienu ar keliais to asmens fizinei, fiziologinei, protinei, ekonominei, kultūrinei ar socialinei tapatybei būdingais veiksniais [16].

Duomenų apsaugos direktyva išskiria keletą asmens duomenų klasių:

- Ypatingi asmens duomenys: duomenys apie rasinę ar etninę kilmę, politines pažiūras, religinius ar filosofinius įsitikinimus, narysę profesinėse sąjungose, taip pat duomenys apie sveikatą ar intymų gyvenimą. Tokių duomenų tvarkymas gali būti leidžiamas tik esant išimtinėms aplinkybėms [16, 8 str.].

- Kiti asmens duomenys: šių duomenų tvarkymas paremtas tik teisinėmis nuostatomis arba gavus duomenų subjekto sutikimą.

- Statistiniai duomenys: šie duomenys nėra susiję su konkrečiu asmeniu ir gali būti tvarkomi be apribojimų [16].

Duomenų apsaugos telekomunikacijų sektoriuje direktyva įpareigoja Europos Sąjungos valstybes nares saugoti komunikacijų konfidencialumą viešuosiuose telekomunikacijų tinkluose ar apskritai prieinamuose telekomunikacijų tinkluose. Kompiuteriais grindžiamos komunikacijų sistemos palengvina didelės apimties duomenų kaupimą apie skambinčius asmenis, skambučių kainas, skambučių trukmę, telefono numerio atpažinimą, teleparduotuvių informacijos kaupimą ar

video teksto paslaugas. Duomenų subjektai turi teisę neleisti naudoti šių duomenų rinkos tyrimo sumetimais, bet turi sutikti dėl duomenų kaupimo jungimo bei apskaitos tikslams.

Duomenų apsaugos telekomunikacijų sektoriuje direktyva klasifikuoja telekomunikacinius duomenis, būtinus atsiskaitymams, per sąskaitas ir telekomunikacinių priemonių sujungimą. Direktyva nurodo, jog valstybės narės privalo prižiūrėti atsakomybės nuostatų laikymąsi ir sankcijas, išplečia duomenų apsaugos ribas, įtraukdama juridinius asmenis [13].

Tiek pagal 1981 m. Europos Tarybos konvenciją „Dėl asmenų apsaugos, susijusios su automatizuotu asmens duomenų tvarkymu“, tiek pagal EBPO rekomendaciją „Dėl asmens privatumo apsaugos ir asmens duomenų judėjimo tarp valstybių narių gairių“ asmens duomenys apibrėžiami kaip bet kokia informacija, susijusi su identifikuotu ar identifikuotinu asmeniu [31].

Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo (toliau – ADTAI), taip pat kaip ir prieš tai minėtuose tarptautiniuose teisės aktuose, 2 straipsnio 1 dalyje apibrėžiama, kad „asmens duomenys – bet kuri informacija, susijusi su fiziniu asmeniu – duomenų subjektu, kurio tapatybė yra žinoma arba gali būti tiesiogiai ar netiesiogiai nustatyta pasinaudojant tokiais duomenimis kaip asmens kodas, vienas arba keli asmeniui būdingi fizinio, fiziologinio, psichologinio, ekonominio, kultūrinio ar socialinio pobūdžio požymiai“ [34]. Lyginant keturis išvardintus teisės aktus, visuose asmens duomenys apibrėžiami akcentuojant du kriterijus – tiesioginį ir netiesioginį asmens tapatybės nustatymą. Tai apima labai daug duomenų, kurie turi labai menką ryšį su konkrečiu asmeniu. Tai reiškia, kad duomenys gali būti asmeniniai netgi jeigu jų pagalba asmuo gali būti identifikuotas tik derinyje su kitais pagalbiniais duomenimis.

Remiantis šiuo apibrėžimu, visus asmens duomenis, kurių apsauga turi būti užtikrinta, galima suskirstyti į tris grupes [56]:

- informacija, susijusi su fiziniu asmeniu, kurio tapatybė yra žinoma;
- informacija, susijusi su fiziniu asmeniu, kurio tapatybė gali būti tiesiogiai nustatoma;
- informacija, susijusi su fiziniu asmeniu, kurio tapatybė gali būti netiesiogiai nustatoma.

Kaip paaiškėjo anksčiau darbe, asmens duomenys yra privatumo dalis. Taigi bet kokių duomenų, suteikiančių informacijos apie asmenį, apsauga, tinkamas naudojimas bei priežiūra užtikrina asmens informacinį privatumą.

EBPO gairėse „Dėl privatumo apsaugos ir asmens duomenų judėjimo tarp valstybių narių“, reglamentuojama privatumo bei asmens duomenų apsauga tarptautiniu lygiu. Pagal EBPO rekomendaciją, asmens duomenys gali būti ginami tik tada, jei tvarkymo būdas ar kontekstas kelia pavojų privatumo ar asmens laisvei [29, 17]. EBPO gairėse dominuoja du principai: duomenų tvarkymo tikslumas ir duomenų tvarkymo tikslingumas.

Šiame dokumente suformuluoti pagrindiniai asmens duomenų apsaugos principai, nustatantys minimalius asmens duomenų apsaugos standartus, kuriais vadovaujasi šalys. Šie principai yra:

- Tikslo nurodymas – asmens duomenų rinkimo tikslai turi būti aiškiai nurodyti bei apibrėžti nuo pat jų rinkimo pradžios;
- Duomenų rinkimo ribojimas – rinkti duomenis galima tik vadovaujantis įstatymais bei su asmens duomenų subjekto sutikimu;
- Atvirumo principas – duomenų naudojimo tikslas bei jų naudojimo politika turi būti atvira asmens duomenų subjektui;
- Apsaugos principas – duomenys turi būti renkami bei laikomi saugiai, siekiant išvengti šios informacijos vagysčių, praradimo ar pakeitimo;
- Asmens duomenų naudojimo apribojimas – duomenys gali būti naudojami tik tuo tikslu, kuriuo yra surinkti;
- Duomenų kokybė – duomenys turi būti tikslūs, surinkti tik griežtai apibrėžtais tikslais bei nuolat atnaujinami, jei tai būtina;
- Individualus dalyvavimas – asmens duomenų subjektas turi turėti teisę susipažinti bei turėti priėjimą prie savo asmens duomenų;
- Atskaitomybės principas – duomenų valdytojai bei tvarkytojai turi laikytis aukščiau nurodytų principų [40].

Kaip matyti iš pateiktų principų, laikantis reglamentavimo, asmens duomenys turėtų būti renkami tik aiškiu tikslu, o jų naudojimas apribotas daugeliu principų.

Duomenų apsaugos direktyva suteikia asmeniui, kurio asmens duomenys yra tvarkomi, įvairias teises [13, 10–12, 14 str.]:

- teisę į informaciją apie tvarkytoją, gavėjus ir tvarkymo operacijos tikslą;
- informaciją apie duomenų rūšis;
- teisę susipažinti su asmens duomenimis;
- teisę į ištaisymą;
- teisę į ištrynimą;
- teisę stabdyti duomenų tvarkymą;
- teisę prieštarauti;
- teisę į kompensaciją.

Išanalizavus ES direktyvas bei EBPO gaires, reglamentuojančias duomenų apsaugą, pastebėta, jog EBPO gairėse dėmesys kreipiamas į duomenų rinkimo bei naudojimo sąlygas, o ES teisės aktuose, dar atsižvelgiama į būtinybę suvienodinti besiskiriantį duomenų apsaugos lygį valstybėse narėse. Galima teigti, jog tokiu būdu, užtikrinant vienodą reglamentavimą skirtingose šalyse, siekiama sustiprinti apsaugą bei išvengti galimų pažeidimų.

Lietuvoje asmens duomenų teisinę apsaugą reglamentuoja 1998 m. priimtas Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas [toliau – įstatymas]. Šio įstatymo tikslas – „ginti žmogaus privataus gyvenimo neliečiamumo teisę tvarkant asmens duomenis“ [34]. Jame reglamentuojami santykiai, atsiradę tvarkant asmens duomenis automatinio būdu, taip pat neautomatinio būdu tvarkant asmens duomenų susistemintas rinkmenas: sąrašus, kartotekas, bylas, sąvadus ir kita. Įstatymas nustato fizinių asmenų, kaip duomenų subjektų, teises, šių teisių apsaugos tvarką, juridinių ir fizinių asmenų teises, pareigas ir atsakomybę tvarkant asmens duomenis [34]. Šiame įstatyme, kaip ir EBPO gairėse, nurodoma, kad duomenų valdytojas privalo užtikrinti, kad asmens duomenys būtų: renkami apibrėžtais ir teisėtais tikslais ir toliau nebūtų tvarkomi tikslais, nesuderinamais su nustatytais prieš renkant asmens duomenis; tvarkomi tiksliai, sąžiningai ir teisėtai; tikslūs ir, jei reikia dėl asmens duomenų tvarkymo, nuolat atnaujinami; netikslūs ar neišsamūs duomenys turi būti ištaisyti, papildyti, sunaikinti arba sustabdytas jų tvarkymas; tapatūs, tinkami ir tik tokios apimties, kuri būtina jiems rinkti ir toliau tvarkyti; saugomi tokia forma, kad duomenų subjektų tapatybę būtų galima nustatyti ne ilgiau, negu to reikia tiems tikslams, dėl kurių šie duomenys buvo surinkti ir tvarkomi [34]. Taip pat nurodoma, jog asmens duomenys, surinkti kitais tikslais, gali būti tvarkomi statistikos, istoriniais ar mokslinio tyrimo tikslais tik įstatymų nustatytais atvejais, kai įstatymuose nustatytos tinkamos duomenų apsaugos priemonės.

Pastebėtina, jog į asmens duomenų teisinę apsaugą dėmesys buvo kreipiamas tiek ankstesniais laikais, tiek šiomis dienomis. Tiek Lietuvoje, tiek tarptautiniu mastu, dažniausiai dėmesys kreipiamas į asmens duomenų naudojimo tikslų teisėtumą, duomenų kokybę, saugojimą, duomenų subjekto teises bei duomenų perdavimo teisėtumą telekomunikacijų tinklais.

Atkreiptinas dėmesys į tai, jog, nors šiomis dienomis naujausios technologijos tapo nepakeičiamu įrankiu kasdienėje veikloje, o žiniatinklio teikiamos paslaugos, kaip pastebėta pirmoje šio darbo dalyje, populiarėja, palengvindamos susisiekimą bei bendravimą, tyrimai rodo, jog susirūpinimas privatumo bei asmens duomenų apsaugos klausimais vis didėja. Remiantis žurnalo „*BusinessWeek*“ 2000 m. išspausdinto tyrimo dėl grėsmių privatumui duomenimis, galima spręsti, jog asmens duomenų pažeidimų kiekvienais metais vis daugėja.

2 lentelė. H. Poll nurodoma auganti grėsmė asmens privatumui, 2000 m. (BusinessWeek, 2000 m. kovas)

	2000 metais	1998 metais	1995 metais
Taip, buvo pažeistas	27 %	25 %	25 %
Ne, nebuvo pažeistas	70 %	75 %	74 %
Nežinau	2 %	–	–

Duomenys nurodomi tinklapyje: <http://www.businessweek.com/datedtoc/2000/0012.htm> [žiūrėta 2011 m. balandžio 23 d.]

H. Pollo 2000 metų kovo 2 – 6 dienomis telefonu buvo vykdoma apklausa. Joje dalyvavo vienas tūkstantis keturiolika suaugusiųjų, jų atsakymai buvo apibendrinti, išanalizuoti ir palyginami su anksčiau vykdytų tyrimų duomenimis.

Atsakant į klausimą *Ar buvo pažeistas Jūsų privatumas?* (žr. lent. 2) 1995–2000 m. duomenis, matyti, kad 2000 m. pažeidimų skaičius pakito (padidėjo). Galima daryti prielaidą, jog tai galėjo nulėmti didėjantis mobiliųjų telekomunikacijų įrenginių bei žiniatinklio vartotojų skaičius, nes, kaip buvo išanalizuota anksčiau darbe, žiniatinklis yra tokia erdvė, kurioje atsiranda nemažai nišų asmens duomenų apsaugos pažeidimams (naudojantis internetinės bankininkystės paslaugomis, mobiliuoju telefonu ar prisijungiant prie duomenų bazės naudojant slaptyvardį bei slaptažodį). Apklausoje nurodoma, kad 55 % žmonių teko lankytis tokiose interneto svetainėse, kur buvo nurodoma, kokiais tikslais jų įvesti asmens duomenys bus naudojami, tačiau nemažas skaičius žmonių (43 %) nurodė, jog tokių paaiškinimų tinklapiuose nėra matę. Taip pat į pateiktą klausimą *Ar internetinės svetainės, kiekvieną kartą prieš naudojantis žmogaus įvestais duomenimis, turėtų prieš tai informuoti asmenį?* didžioji dalis vartotojų (žr. lent. 2) atsakė, kad tai turėtų būti daroma visada.

Kaip matyti iš atlikto tyrimo duomenų, nepaisant prieš tai išanalizuoto asmens duomenų apsaugos reglamentavimo, interneto svetainių kūrėjai nėra linkę laikytis keliamų reikalavimų, nes nemaža dalis nenurodo duomenų naudojimo tikslo. Dėl šios ir kitų galimų priežasčių didelė dalis apklaustųjų tokiose svetainėse jautėsi, jog jų privatumas buvo pažeistas.

3 lentelė. H. Poll nurodoma asmens pageidaujamos pasirinkimo galimybės, valdant jo duomenis, 2000 m. (BusinessWeek, 2000 m. kovas)

Duomenys	Visada	Kartais	Tik pirmąjį kartą (kai asmuo pats įveda savo duomenis)	Niekada
Vardas, adresas, telefono numeris	86%	3%	5%	6%
Elektroninio pašto adresas	79%	7%	8%	6%
Demografinė asmens informacija (amžius, rasė ir pan.)	69%	11%	11%	7%
Medicininė informacija	85%	3%	4%	8%
Finansinė informacija	86%	2%	4%	8%
Interneto „naršymo“ ar apsipirkimų įpročiai	77%	8%	8%	7%

Duomenys nurodomi tinklapyje: <http://www.businessweek.com/datedtoc/2000/0012.htm> [žiūrėta 2011 m. balandžio 23 d.]

Toliau analizuojant pateiktus atsakymus, matyti, jog svarbiausiais duomenimis, kuriais nenorėtų, kad būtų domimasi be asmens sutikimo, yra asmeniniai duomenys bei finansinė

informacija. Gavus šią informaciją gali būti padaryta didžiausia žala žmogaus saugumui. Visi kiti asmens nurodomi duomenys bei jų saugumas asmenims taip pat atrodo svarbūs ir prieš jais naudojantis, duomenų savininkai norėtų būti informuojami. Pateikta apklausa patvirtina, kad asmenys nori būti informuoti dėl jų duomenų naudojimo tikslų, kaip tai nurodo įstatymai. Tačiau didžiausia problema, kaip galima pastebėti, yra ta, jog internete informacijos srautus, asmeninius duomenis bei jų naudojimą sukontroliuoti labai sudėtinga.

### 2.3. Privatumas socialinių tinklų svetainėse

*Globali interneto laisvės organizacija* išskiria pagrindines šių dienų tendencijas, kurios prisideda prie galimo pasikėsینimo į asmens privatumą:

- Globalizacija – panaikina geopolitinius suvaržymus asmens duomenų srautų judėjimui. Globalinės technologijos geriausias pavyzdys – internetas;
- Konvergencija (angl. convergence) – eliminuojami technologiniai barjerai tarp informacinių sistemų. Šiuolaikinės informacijos sistemos yra vis labiau sąveikaujančios su kitomis sistemomis ir gali abipusiškai apsikeisti ir apdirbti skirtingas duomenų formas;
- Daugialypė terpė (angl. Multimedia) – sujungia kelias duomenų perdavimo formas. Taigi informacija, surinkta tam tikroje formoje ar formate, gali būti lengvai perkelta/performuota į kitas formas [24].

Atkreiptinas dėmesys, kad kartu su technologijų kaita bei naujomis galimybėmis atsiranda grėsmė žmogaus privatumui, nes visais atvejais technologijomis perduodami ar naudojami tam tikri duomenys bei informacija. Kaip įvardijama, internetas panaikina geopolitinius suvaržymus ir galima teigti, jog dėl šios priežasties tampa svarbiu komunikacijos ir paieškos įrankiu. Be to, kaip minėta organizacija pastebi, internetas vis dažniau naudojamas kaip įrankis komerciniams sandoriams. Duomenų apimtis, greitis ir interneto patikimumas vis gerėja, taip nuolat į naują erdvę pritraukiama vis daugiau vartotojų. Bet jo struktūra neapsaugo nuo kišimosi ir kontrolės. Kadangi ši daugialypė terpė yra nauja, dažnai pritrūksta apsaugos jos erdvėje esantiems duomenims bei informacijai [24].

Slava Kisilevich, Kevin Lewis, Jason Kaufman, Danah M. Boyd ir kitų mokslininkų teigimu, STS šiomis dienomis yra vienos iš sparčiai populiarėjančių interneto paslaugų [3; 30; 33]. Kaip buvo minėta pirmoje dalyje, norint tapti STS nariu ir nevaržomai bendrauti su kitais, reikia pateikti nemažai asmeninės informacijos apie save (asmens duomenis). Tokiu būdu žmogus atskleidžia dalį savo privatumo – įkelia asmenines, šeimos nuotraukas, aprašo gyvenimo būdą, keliones, patirtus nuotykius, pomėgius. Kiekvienas vartotojas gali pasirinkti, kiek privačios informacijos ir kam atskleisti, tačiau, kaip teigia Valstybinės duomenų apsaugos inspekcijos direktoriaus pavaduotoja Rita Vaitkevičienė, „ST svetainėse yra labai didelės galimybės piktnaudžiauti svetimu privatumu:



pelnyti asmens pasitikėjimą prisidengus anoniminiu vardu, kopijuoti svetimą medžiagą ir panaudoti ją kitais tikslais“ [44]. Kaip nurodoma Harvardo Teisės mokyklos moksliniame leidinyje „Youth, Privacy and Reputation“, darbdaviai, teisėsaugos, vyriausybės organizacijos, mokyklų direktoriai, draudimo kompanijos ir kitos korporacijos gali pasinaudoti socialinėmis tinklų svetainėmis tam, kad surinktų informaciją apie būsimą darbuotoją, galimus įstatymų pažeidėjus, studentus, pirkėjus ir pan. Minėtas svetainės gali būti panaudoti vyriausybės organizacijos, surenkant profilio informaciją, net jei ji yra apsaugota privatumo nustatymais. Taip pat daugelis socialinių tinklų svetainių pelnosi iš asmeninės informacijos pardavimo, t. y. pagal vartotojo elgesį bei pomėgius nukreipiamos atitinkamos reklamos, stebimas vartotojų elgesys kitose tokio pobūdžio svetainėse ir leidžiama trečiosioms šalims naršyti po vartotojo ir jo draugų informaciją [35, 30–31]. Apibendrinant galima teigti, jog, nepaisant to, kokia apsauga taikoma asmens privatumui bei žmogaus pateiktiems asmens duomenims, virtualioje erdvėje paskelbus informaciją, ji tampa vieša. Taigi interneto vartotojai gali prieiti, pasinaudoti, kopijuoti, keisti kitų asmenų įkeltą informaciją.

Socialinėmis tinklų svetainėmis naudojasi daugybė žmonių, dėl šios priežasties išskyla kita grėsmė asmens duomenims ir kartu privatumui – paskelbus informaciją virtualioje erdvėje, ji viena ar kita forma išliks (gali būti, kad kažkas tą informaciją išsisaugos savo kompiuteryje, perduos kitam ir pan.). Kaip pastebi Valstybinės duomenų apsaugos inspekcijos direktoriaus pavaduotoja Rita Vaitkevičienė, nemaža rizika yra klaidingas socialinio tinklo uždaro suvokimas. Yra galvojančių, kad informaciją jie pateikia tik uždarei draugų grupei, tačiau negalima užmiršti, kad draugai yra susieti ryšiais su kitais asmenimis, todėl asmens duomenys gali tapti žinomais platesniam subjektų ratui [44]. Kaip jau buvo pastebėta, jei vartotojas B yra vartotojo A draugas, tai jo profilyje yra įtraukiama informacija apie vartotoją B (daugelis STS paslaugų teikėjų leidžia vartotojams pateikti duomenis apie kitus asmenis, pvz., parašyti vardą prie nuotraukos, įvertinti asmenį, įtraukti asmenis į sąrašus, pavadinimu „žmonės, su kuriais susipažinau ir (arba) noriu susipažinti“). Taip pat jei vartotojas A yra kokios nors grupės narys ir jis informaciją apie save ir grupę skelbia viešai, tokiu būdu jis paviešina informaciją apie kažką kitą. Taigi vartotojo A požiūris į asmens duomenų apsaugą atžvilgiu turi įtakos ir vartotojo B duomenims. Taip pat, įkėlus skaitmeninius atvaizdus, išlieka tikimybė, kad įkeltos nuotraukos ar filmuota medžiaga gali patekti į netinkamas rankas. „Dar vienas iš riziką keliančių aspektų yra tai, kad socialiniai tinklai neturi sienų ir srauto duomenys pereina iš vieno serverio į kitą“ [44].

Kaip pažymima moksliniame straipsnyje apie privatumą socialinių tinklų svetainėse, problema dėl asmens duomenų apsaugos padidėjo, kai STS pradėjo palaikyti sąveiką su pasauliu už sistemos ribų. T.y. su kitomis sistemomis, pvz., tokiomis kaip Google Mail (Gmail), Yahoo ir kt. STS tokį pasirinkimą grindžia tuo, kad STS veikimo tikslas yra sukurti sąveiką tarp žmonių, dėl

šios priežasties STS sistema yra atvira [42, 4]. Galima pastebėti, jog informacijos ir duomenų sklaida joje ir už jos ribų paslaugų kūrėjams atrodo natūralus reiškinys.

Duomenys, paskelbti STS, gali būti klasifikuojami į šiuos lygius (pagal jų atskleidimą bei prieigą) [42, 4]:

Privatūs duomenys: jie žinomi tik STS valdytojams, naudojami vidiniais tikslais. Šie duomenys negali būti atskleisti bei viešinami kitiems, nebent būtų duotas aiškus savininko sutikimas (tai tokie duomenys kaip elektroninio pašto adresai, pateiktas registracijos metu).

Grupiniai duomenys: yra pateikiami STS valdytojui ir gali būti prieinami kitiems tos pačios STS vartotojams, kurie yra susieti su vartotoju tam tikrais ryšiais.

Bendruomenės duomenys: yra žinomi STS valdytojams ir prieinami visiems registruotiems ir prisijungusiems STS nariams. Duomenys nėra prieinami anoniminiams STS lankytojams (tai tokie duomenys kaip vartotojo statusas, jo kontaktai, nuotraukos ir kt.).

Vieši duomenys: yra žinomi STS valdytojams ir prieinami visiems STS lankytojams, įskaitant ir anoniminius: tai gali apimti tokius duomenis kaip informaciją, ar vartotojas yra prisiregistravęs STS, vartotojo vardas, svečių knyga.

Išvardintieji lygiai priklauso ir nuo STS požiūrio į privatumą, kadangi asmens duomenys yra informacinio privatumo dalis. STS valdytojas nustato privatumo politiką, kuri bus vykdoma. Tačiau, iš pateiktos duomenų klasifikacijos ir prieš tai atliktos analizės galima daryti išvadą, jog internetinėje erdvėje paskelbti duomenys daugeliu atveju tampa viešais, nes yra prieinami nemažam žmonių ratui.

Apibendrinant galima teigti, jog privatumas socialinių tinklų svetainėse itin susijęs su asmens duomenų apsauga, kuriai turėtų būti skiriamas didelis dėmesys, nes kitu atveju gali būti susiduriama su šiomis grėsmėmis:

- asmeninės informacijos naudojimas be savininko žinios (parsisiuntimas, išsaugojimas, platinimas ir pan.);
- tolesnis asmens duomenų viešinimas, asmeniui išsiregistravus iš socialinės tinklų svetainės;
- klaidinančios informacijos pateikimas, siekiant gauti prieigą prie asmens duomenų [30, 3];
- asmens duomenų naudojimas neįvardytais tikslais (dažniausia prie duomenų prieigą turi neprisiregistravusieji, t. y. išorės vartotojai, duomenys taip pat yra naudojami komerciniais tikslais);
- esant prieinamam dideliame kiekiui asmeninės informacijos, kitų asmenų galimybė ją kaupti, rinkti ir pasinaudoti savais tikslais: asmens tapatybės vagystėms, sukčiavimui,

priekabiavimui, persekiojimui, apsimetinėjimui, šmeižtui, seksualiniam išnaudojimui ir pan. [39, 131].

Kaip matyti, STS ir visoje internetinėje erdvėje daugiausiai pažeidžiamas informacinis ir komunikacinis privatumas (pateikiant informaciją ir bendraujant virtualioje erdvėje), kurie buvo išskirti kaip sudėtinės asmens teisės į privatumą dalys 2.1. dalyje.

#### **2.4. Asmens duomenų apsaugos politika socialinių tinklų svetainėse**

Asmens duomenų apsaugos politika (dar vadinama privatumo politika) skelbiama asmenims registruojantis arba jau prisiregistravus prie socialinių tinklų svetainių. Joje apibrėžiama, kokius asmens duomenis reikia pateikti, norint tapti minėtos svetainės nariu, kaip šie duomenys bus naudojami, prižiūrimi bei apsaugoti. Dažniausiai būna nurodyta ir kur kreiptis, iškilus papildomiems klausimams. Asmens tapimas STS nariu rodo jo sutikimą su minėta politika bei svetainės administratoriaus nurodytais duomenų naudojimo tikslais. Galima teigti, jog tinkama privatumo politika ir jos laikymasis galėtų užtikrinti asmens duomenų, paskelbtų svetainėje, apsaugą.

Siekiant nustatyti, kokie asmens duomenys pateikiami registruojantis ir kaip jie naudojami, saugomi bei platinami, tapus STS vartotojais, buvo atlikta pasirinktų keturių socialinių tinklų svetainių skelbiamų asmens duomenų apsaugos politikų analizė bei atliktas jų palyginimas.

Tyrimas buvo vykdomas 2010 m. gruodžio mėn., taikant dokumentų analizės ir lyginamąjį metodus. Pasirinkus dvi populiarias užsienio (Facebook.com – 500 milijonų aktyvių vartotojų [18], Myspace.com – apie 120 milijonų vartotojų [36]) bei dvi Lietuvos socialinių tinklų svetaines (Klase.lt, Frype.lt), buvo nagrinėjamos jų skelbiamos privatumo politikos. Svetainių pasirinkimą nulėmė daroma prielaida, jog kitų, mažiau populiarių STS, skelbiamų privatumo politikų turinys yra panašus. Šios svetainės buvo pasirinktos siekiant nustatyti, kokia asmens duomenų apsaugos politika yra skelbiama populiariausiose STS. Analizuojant skirtingų socialinių tinklų svetainių skelbiamas asmens duomenų apsaugos politikas, dėmesys buvo kreipiamas į tai, ar jose nurodomi bei apibrėžiami šie Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatyme bei EBPO gairėse skelbiami asmens duomenų apsaugos principai:

1. Tikslo nurodymas – asmens duomenų rinkimo tikslai turi būti aiškiai nurodyti bei apibrėžti nuo pat jų rinkimo pradžios;
2. Duomenų naudojimas – duomenys negali būti naudojami bei tvarkomi tikslais, nesuderinamais su nustatytais prieš renkant asmens duomenis;
3. Atvirumo principas – duomenų naudojimo tikslas bei jų naudojimo politika turi būti atvira asmens duomenų subjektui;

4. Apsaugos principas – duomenys turi būti renkami bei laikomi saugiai, siekiant išvengti šios informacijos vagysčių, praradimo ar pakeitimo;

5. Duomenų kokybė – duomenys turi būti tikslūs, surinkti tik griežtai apibrėžtais tikslais bei nuolat atnaujinami, jei tai būtina. Netikslūs ar neišsamūs duomenys turi būti ištaisyti, papildyti, sunaikinti arba sustabdytas jų tvarkymas;

6. Individualus dalyvavimas – asmens duomenų subjektas turi turėti teisę susipažinti bei turėti priėjimą prie savo asmens duomenų.

**Facebook.com privatumo politika.** Vienos iš populiariausių STS Facebook.com (toliau – Facebook) (500 milijonų aktyvių vartotojų [18]) įkūrėjo Mark Zuckerberg teigimu, svetainės privatumo politika 2010 m. buvo pakeista, atsižvelgiant į vartotojų poreikius. Facebook'e atsirado naujų privatumo apsaugos parametru, kurių pagalba kiekvienas vartotojas gali kontroliuoti informaciją apie save, t. y. kam bus matomas jo statusas (būsena, kuri atspindėtų užimtumą, nuotaiką, prieinamumą ir pan.), nuotraukos, vaizdo įrašai ir kita asmeninė informacija [61]. Šioje STS atsirado turinio, kurį vartotojas skelbia, kontrolė (9 pav.).

9 paveikslas. Facebook asmeninės informacijos kontrolė [61]

The screenshot shows the Facebook 'Choose Your Privacy Settings' page. It features a navigation bar at the top with the Facebook logo, a search bar, and links for 'Home', 'Profile', and 'Account'. The main content area is titled 'Choose Your Privacy Settings' and includes sections for 'Basic Directory Information', 'Sharing on Facebook', 'Applications and Websites', 'Block Lists', and 'Controlling How You Share'. The 'Sharing on Facebook' section is the primary focus, displaying a table of settings for different audience groups.

	Everyone	Friends of Friends	Friends Only
My status, photos, and posts	*		
Bio and favorite quotations	*		
Family and relationships	*		
Photos and videos I'm tagged in		*	
Religious and political views		*	
Birthday		*	
Can comment on posts			*
Email addresses and IM			*
Phone numbers and address			*

At the bottom of the page, there is a footer with the text: 'Facebook © 2010 English (US)' on the left and 'About Advertising Developers Careers Terms • Find Friends Privacy Mobile Help Center' on the right.

Vartotojui suteikus skelbiamo turinio kontrolės teises, atsirado galimybė pasirinkti, kokia informacija bus matoma visiems (rekomenduojama: statusas, nuotraukos ir skelbimai, šeima ir ryšiai, mėgstamiausios citatos), kokia informacijos dalis prieinama draugų draugams (rekomenduojama: nuotraukos bei vaizdo įrašai, kuriuose vartotojas pažymėtas, gimtadienis, religinės ir politinės pažiūros) ir kokia informacija matoma tik draugams (rekomenduojama: kontaktinė informacija bei kita informacija, kuri yra aktuali tik tiems, su kuriais yra bendraujama tiesiogiai). Tokiu būdu vartotojas gali pats nuspręsti, kokia informacija apie save jis nori dalintis, tačiau valdyti visos informacijos apie save vartotojas negali, nes, kaip teigiama, nors ir buvo sumažintas, tačiau liko informacijos kiekis, kuris privalo būti matomas visiems [61]. Pastebėtina tai, jog Facebook'o komanda rekomenduoja pagrindinę informaciją palikti prieinamą visiems, grįsdami tai tuo, jog „priešingu atveju žmonės, kurie tave pažįsta, negalės tavęs rasti ir tokiu atveju vartotojui sumažės svetainės naudingumas“ [61]. Atsižvelgiant į tai, pagrindinė informacija apie vartotoją (tokia kaip vardas, pavardė, profilio nuotrauka, statusas) ir toliau liko prieinama visiems žmonėms. Tačiau, kaip matyti, atsirado galimybė kontroliuoti, kas gali matyti vartotojų draugus ir puslapius, – ši informacija nebėra vieša. Facebook'o komanda tikisi, kad nauja saugumo politika pritrauks dar daugiau vartotojų bei pokyčiai bus naudingi esamiems vartotojams [61].

Facebook'o privatumo politiką sudaro 9 dalys. Šios dalys apima tokius klausimus: kokia informacija turi būti pateikiama, kaip vyksta dalijimasis informacija Facebook'e, kaip šioje svetainėje naudojama pateikta informacija, kaip galima pakeisti ar panaikinti pateiktą informaciją bei kaip vartotojų informacija yra apsaugoma.

Dalyje pavadinimu „Informacija, kuria vartotojai dalinasi su trečiosiomis šalimis“ nurodoma, jog Facebook nekontroliuoja svetainių, kurios naudojami šios STS platforma [20]. Tai reiškia, jog kai vartotojas naudojami minėtomis svetainėmis, jo informacija gali tapti prieinama visiems – ne tik Facebook'o vartotojams. Vis dėlto, Facebook draudžia naudoti visą informaciją apie savo vartotojus. Naudojant technines priemones užtikrinama, jog bus naudojama tik leistina informacija (bendroji informacija apie vartotoją): vartotojo ir jo draugų vardai, profilio nuotrauka, lytis, vartotojo ID, tarpusavio ryšiai, kita informacija, kurią vartotojas nurodė, kaip prieinamą visiems. Esant reikalui (saugumo klausimais, amžiaus kontrolei) Facebook trečiosioms šalims gali pateikti kompiuterio ar kito prietaiso vietą, vartotojo amžių. Jei reikalinga daugiau papildomos informacijos, prieš ją pateikiant, kaip nurodoma, yra informuojamas vartotojas [20]. Pastebėtina tai, kad Facebook negarantuoja, jog trečiosios šalys laikysis privatumo taisyklių naudojant asmeninę informaciją. Vartotojui paliekama teisė rinktis, ar tokiomis sąlygomis nori naudotis trečiųjų šalių siūlomomis paslaugomis. Yra galimybė, naudojantis privatumo nustatymais, blokuoti visas trečiųjų šalių internetines svetaines arba tik kai kurias, tokiu būdu sustabdant informacijos apie save plitimą. Tačiau, kaip nurodoma privatumo politikoje, jei reklamos atstovai nurodo tam tikrą demografinę

grupę savo prekei ar paslaugai reklamuoti, Facebook parenka tinkamą auditoriją tai reklamai paskleisti [20]. Tokiu būdu naudojantis asmenų pateikta informacija, Facebook'e platinama reklama.

Norint tapti Facebook'o vartotoju, reikia užpildyti tam tikrus laukus, nurodant tokią informaciją apie save: vardą, lytį, elektroninio pašto adresą, gimimo datą. Tai konstatuojama ir privatumo politikoje (skiltyje Facebook'o gaunama informacija), pridėdant, jog taip pat reikia papildomų duomenų, tokių kaip profilio nuotrauka, gyvenamoji vieta, pomėgiai, veikla, religinės pažiūros ir t. t. [20]. Pabrėžiama, jog jei asmuo nenori, jog metaduomenys, susiję su turiniu, kuriuo bus dalinamasi su kitais vartotojais (pvz., nuotraukomis) būtų saugomi Facebook'e, jis turėtų juos pašalinti prieš įkeliant patį turinį. Politikoje nurodoma, jog yra išsaugoma visa informacija apie pirkimus ir mokėjimus (mokėjimo sąskaitos numeris ir pan.), kurie buvo atliekami Facebook'e, jei vartotojas neištrina šios informacijos naudodamasis mokėjimo skiltimi. Be to, kadangi registruojantis yra nurodomas elektroninio pašto adresas, Facebook suranda ir pasiūlo, kuriuos vartotojus, esančius pašte, galima pridėti prie Facebook'o draugų sąrašo [20], o tie, kurie nėra prisiregistravę Facebook'e, gauna kvietimus. Galima teigti, jog šiuo atveju pasinaudojama asmenine informacija tam, kad būtų praplėstas vartotojų ratas. Apie tai, jog išsiunčiami pakvietimai elektroninio pašto kontaktams, Facebook'o vartotojas nežino. Taip pat nurodoma, jog jungiantis iš kompiuterio, mobilaus telefono ar iš kitos priemonės yra kaupiama informacija apie IP adresą, naršyklės tipą, kitus lankomus internetinius puslapius ir pan. [20]. Tokiu būdu surenkama nemaža dalis informacijos apie vartotoją. O tai su skelbiamu informacijos rinkimo tikslu nėra susiję (tikslas – suteikti vartotojams galimybę bendrauti tarpusavyje).

Apžvelgus Facebook'o privatumo politiką, pastebėta, kad nemažai dėmesio skiriama asmeninės informacijos Facebook'e naudojimui aptarti (su trečiosiomis šalimis, tarp esamų vartotojų ir kt.). Siekiama vartotojus informuoti apie tai, kur bus naudojami jų duomenys. Tačiau, atkreiptinas dėmesys, kad prisiregistruojant nėra nuorodos bei neprašoma jokie patvirtinimo, kad su privatumo taisyklėmis buvo susipažinta.

Privatumo politika buvo pakoreguota, orientuota į vartotojų poreikius, jų duomenų apsaugą bei paslaugų pagerinimą. Pastebėtina, kad laikomasi tos nuostatos, jog tik dalinantis asmenine informacija suteikiamos didelės galimybės komunikuoti su žmonėmis: „kuo daugiau yra dalinamasi savo informacija, tuo pasaulis tampa atviresnis vartotojui“ [20].

**Myspace.com (toliau – Myspace) privatumo politikoje** apibrėžtas naudojimasis šia STS ir asmenį identifikuojančios informacijos (toliau – AII), tokios kaip vardas, elektroninis paštas, adresas, telefono numeris ar kreditinės kortelės numeris, kuriuos vartotojas pateikia prisiregistruodamas prie Myspace'o, dalinimasis. Jei privatumo politikos taisyklės keičiamos,

vartotojai apie tai perspėjami, jo informacija naudojama tokiomis pačiomis sąlygomis, kokiomis jis tapo Myspace'o nariu, tik tuo atveju, jei su naujomis taisyklėmis (kitaip naudoti jo AII) jis sutinka [43].

Prie AII papildomai kaupiama informacija apie vartotojo IP adresą, bendrus vartotojo duomenis, naršyklės tipą. Šių duomenų naudojimas grindžiamas siekimu valdyti ir pagerinti paslaugas bei naudojimosi stebėsenos ir apsaugos tikslais. Vartotojai savo profilyje taip pat gali pasirinkti, ar teikti ir kaupti informaciją, tokią kaip gimimo data, interesai, pomėgiai, gyvenimo būdas, grupės, su kuriomis yra susijęs (pagal mokyklą, universitetą, kompaniją ir pan.), vaizdo įrašai ir/ar nuotraukos, asmeniniai pranešimai, frazės. Kaip nurodoma, minėta informacija, esanti profilyje, kitiems prieinama tik sutikus vartotojui [43]. Atkreiptinas dėmesys, kad privatumo politikoje nurodoma, jog pateikus AII vartotojas bus informuotas, kas renka informaciją, kaip ir kokiais tikslais jo informacija, laikantis privatumo politikos, yra naudojama. Skelbiama, jog naudojant AII Myspace laikosi apibrėžtų privatumo politikos taisyklių [43]. Vartotojus galima rasti per paiešką įvedus registracijos duomenis (pilną vardą ar elektroninį paštą). Myspace taip pat leidžia vartotojams peržiūrėti tam tikrą profilio informaciją, kaip teigiama, kad padėtų šios svetainės nariams susirasti vartotojus, prisijungti juos į draugų ratą (pagal mokymosi įstaigą, kompaniją, kur vartotojai mokosi ar dirba ir kt.) [43]. Taip pat, jei yra pageidaujama, Myspace vartotojui periodiškai siunčia įvairius naujienlaiškius ir kitą informaciją, susijusią su Myspace'o paslaugomis, į jo asmeninį elektroninį paštą.

Skelbiama, kad trečiosiomis šalims vartotojo informacija be jo sutikimo neteikiama. Tačiau Myspace'o paslaugos gali būti susietos su interneto tinklalapiais, valdomais kitų kompanijų. Taip pat gali būti skelbiamos įvairios trečiųjų šalių reklamos [43]. Pastebėtina, jog nurodoma, kad Myspace nėra atsakingas už privatumo politiką trečiųjų šalių tinklapiuose, jų teikiamose paslaugose, reklamose, kuriomis vartotojas naudojasi, jungiasi per Myspace'ą [43]. Vartotojas pats privalo susipažinti su trečiųjų šalių skelbiama privatumo politika ir nuspręsti, ar jo pateikta asmeninė informacija bus naudojama tinkamai.

Atkreiptinas dėmesys, jog privatumo politikoje nurodoma, kad informacija gali būti dalinamasi su dukterinėmis kompanijomis, jei yra tam tikros priežastys tai daryti. Šios priežastys konkrečiau nėra įvardijamos, bet, tikriausiai, tai paslaugos, susijusios su administravimu, reklamos ir kitais minėtais klausimais. Reikėtų akcentuoti, jog vartotojai, esantys Europos Sąjungos (toliau – ES) piliečiais, nusprendę asmeninę informaciją apie save paskelbti viešai, turi užtikrinti, kad informacijos turinys nepažeis ES asmens duomenų apsaugos nuostatų. Myspace neprivalo laikytis ES reglamentuojamos asmens duomenų apsaugos vartotojų paskelbtai informacijai [43]. Darytina išvada, jog Myspace laikosi tik savo privatumo politikoje skelbiamų nuostatų asmens duomenų apsaugai, neatsižvelgdamas į ES bei kitus teisės aktus. Informacijos saugumui užtikrinti, kaip

nurodoma, Myspace naudoja tinkamas administracines bei technines priemones (kokios tai priemonės – nėra įvardijama), siekiant apsaugoti asmenų duomenis nuo praradimo, vagysčių ir neteisėto naudojimosi, atskleidimo ar pakeitimo [43].

Atkreiptinas dėmesys, kad vartotojas, prieš skelbdamas asmeninę informaciją, raginamas apgalvoti, kokius duomenis jis norėtų publikuoti viešojoje erdvėje, kad paskui dėl šios informacijos paskleidimo nesulauktų neigiamų pasekmių (tam tikrą informaciją gali pamatyti darbdavys, nepažįstami asmenys ir pan.).

**Frype.lt asmens duomenų apsaugos taisyklės.** Frype.lt yra Lietuvos STS, kuri, kaip nurodoma, skirta plačiam vartotojų ratui bendrauti ir vykdyti tam tikras veiklas (kokios tai veiklos – nėra plačiau nurodyta) [21].

Paskelbtos naudojimosi taisyklės yra skirtos ir privalomos svetainės vartotojams – tiek prisiregistravusiems, tiek neprisiregistravusiems svetainėje. Atkreiptinas dėmesys, jog visi vartotojai privalo jų laikytis ir reguliariai taisykles peržiūrėti, kad laiku susipažintų su bet kokiais pakeitimais, jeigu tokių būtų [21]. Minėtų taisyklių gale yra pateikiama privatumo taisyklių santrauka (3 punktai). Tačiau visi pagrindiniai reikalavimai bei taisyklės, kurių yra laikomasi tvarkant asmens duomenis, pateikiami svetainės naudojimosi taisyklėse.

Taisyklėse yra apibrėžta, kokią privačią informaciją šioje STS draudžiama platinti ir įkelti:

- kuri žeidžia viešų ar privačių asmenų garbę ir orumą;
- kuri skatina prievartą, smurtą, tautinę, religinę ar rasinę neapykantą ar kitus LR įstatymų draudžiamus veiksmus;
- kuri yra pornografinio ar erotinio pobūdžio;
- kurios turinyje yra ar gali būti kompiuterinių virusų ir kuri sukurta, norint pakenkti ryšių priemonių ir kompiuterių darbui, veiklai bei saugumui [21].

Atkreiptinas dėmesys, jog draudžiama skelbti informaciją, kuri gali turėti įtakos normaliam portalo funkcionavimui, saugumui bei neigiamai paveikti kitus asmenis (pažeisti jų privatumą).

Kiekvienas naujas vartotojas, norintis tapti šios STS nariu, turi gauti pakvietimą iš jau prisiregistravusio vartotojo ir užtikrinti, kad jo pateikta informacija (vardas, pavardė, nuotrauka, amžius, gyvenamasis miestas ir kita informacija) yra jo asmens duomenys. Nurodoma, jog vartotojo profilio nuotrauka turi būti geros kokybės, joje atpažįstamai aiškiai turi matytis pats vartotojas [21]. Galima daryti prielaidą, jog šis reikalavimas svarbus todėl, kad nauji vartotojai iš nuotraukos galėtų atpažinti prisiregistravusius vartotojus ir prašyti jų pakvietimo tapti šio tinklapio nariais. Taip būtų plečiamas vartotojų ratas.

Atliekant šios svetainės analizę, buvo pastebėta, jog įėjus į Frype.lt svetainę, pirmajame puslapyje kiekvieną kartą pateikiamos žinomų žmonių nuotraukos bei jų vardai ir pavardės (žr. 10



pav.). Taip suteikiama galimybė surasti pažįstamą žmogų ir paprašyti jo pakvietimo, norint tapti šio tinklapio nariu. Taip pat tokiu būdu reklamuojama pati svetainė, kaskart parodant skirtingų išymių žmonių duomenis, yra skatinama neprisiregistravusius vartotojus taip pat siekti tapti šios svetainės nariais. Paspaudus ant pasirinktos nuotraukos, pateikiama platesnė informacija apie pasirinktą žmogų, t. y. vardas, pavardė, slapyvardis, keli pasirinkto vartotojo draugai (kurių profilius taip pat galima peržiūrėti) bei su kuo dažniausia vartotojas kalbasi. Tokiu būdu asmeniniai duomenys yra matomi visiems interneto vartotojams, kartu toks asmens duomenų viešinimas padeda plėsti šios svetainės naudotojų ratą.

10 paveikslas. Frype.lt pradinis puslapis [21]



**Klase.lt privatumo politika.** Klase.lt yra lietuviška STS, suburianti klasės draugus, universiteto bendramokslis bei visus bendraminčius. Prisiregistravusių vartotojų galima ieškoti per paiešką, įvedant vardą, pavardę, mokymosi įstaigą ar baigimo metus. Norint tapti šios svetainės nariu, registruojantis reikia užpildyti pateiktą anketą (žr. 11 pav.).

11 paveikslas. Klase.lt registracijos forma [15]

DRAUGŲ PAIEŠKA		KLASIŲ PAIEŠKA		GRUPIŲ PAIEŠKA		REGISTRACIJA	
El. paštas *:	<input type="text"/>	Lauką privaloma užpildyti.					
Vardas *:	<input type="text"/>	Lauką privaloma užpildyti.					
Pavardė *:	<input type="text"/>	Lauką privaloma užpildyti.					
Šalis *:	<input type="text" value="Lietuva"/>						
Miestas *:	<input type="text" value="-- Pasirinkti --"/>						
Tel. nr.:	<input type="text"/>						
Gimimo data *:	<input type="text" value="11"/> <input type="text" value="02"/>						
Lytis *:	<input type="radio"/> Vyras <input type="radio"/> Moteris						
Slaptažodis *:	<input type="text"/>						
Pakartoti *:	<input type="text"/>						
		<input type="checkbox"/> Su registracijos sąlygomis susipažinau ir sutinku					
		Sutinku, kad mano duomenys būtų naudojami tiesioginės rinkodaros tikslais					
		<input checked="" type="checkbox"/>					
<input type="button" value="Registruotis"/>							

Visus anketoje esančius laukus, išskyrus telefono numerį, privaloma užpildyti. Būsimas vartotojas privalo nurodyti savo elektroninio pašto adresą, vardą, pavardę, šalį, gyvenamąjį miestą, gimimo datą, lytį bei susigalvoti asmeninį slaptažodį. Užpildžius visus laukus yra galimybė pasirinkti, ar pageidaujama, kad asmeniniai duomenys būtų naudojami tiesioginės rinkodaros tikslais. Baigus pildyti formą, reikia susipažinti ir sutikti su registracijos sąlygomis, kurias spragtelėjus atsidaro naujas puslapis su išdėstyta Klase.lt svetainėje naudojama privatumo politika.

Privatumo politikoje skelbiama, jog, siekiant vartotojams suteikti aukščiausios kokybės paslaugas, būtina turėti tam tikrą informaciją. Klase.lt saugo, kaip buvo minėta anksčiau, tokius vartotojo duomenis kaip vardas, pavardė, gimimo data, mokymosi įstaigos pavadinimas, baigimo metai ir pan. Kai kuriais atvejais, siekiant užtikrinti efektyvų vartotojų tarpusavio bendravimą, reikalinga ir kita kontaktinė informacija (telefono numeris, adresas ir pan.). Pastebėtina, jog publikuodamas šią informaciją bei nuotraukas, vartotojas suvokia, sutinka ir pageidauja (jei nėra pasirenkama kitaip), kad juos galėtų rasti ir su jais susisiekti kiti svetainės lankytojai ar svetainę administruojantys įgalioti asmenys [15]. Skelbiama, kad įvedami duomenys gali būti kaupiami ir saugomi skirtingais tikslais, remiantis logika, suvokiama ir suprantama pagal svetainės koncepciją (Mano klase, Mano grupė, Mano pažintys, Mano bičiuliai) bei paskirtį, atsižvelgiant į nusistovėjusią praktiką bei tradicijas [15]. Taigi vartotojas, susipažinęs su STS pobūdžiu, turi galimybę apsispręsti, ar jo pateikti duomenys yra reikalingi apibrėžtam tinklapio tikslui pasiekti bei atitinka paties vartotojo poreikius.

Privatumo politikoje įsipareigojama saugoti asmenų pateiktus duomenis ir pasižadama nei operatoriaus, nei kitos trečiosios šalies sprendimu, išskyrus Lietuvos Respublikos įstatymų numatytus atvejus, asmeninių duomenų neperduoti trečiosioms šalims be atskiro ir aiškaus vartotojo sutikimo. Kaip ir daugelyje kitų nagrinėtų socialinių tinklų svetainių, Klase.lt draudžiama pateikti klaidinančią, kitus asmenis ar subjektus kompromituojančią ar įžeidžiančią informaciją, kuri galėtų padaryti tiesioginę ar netiesioginę žalą operatoriui, kitiems asmenims ar subjektams [15]. Asmenys, pateikdami klaidingą (žalingą) informaciją, prisiima pilną atsakomybę už galimus padarinius, atsirandančius dėl tokios informacijos pateikimo. Vartotojai, prisiregistravę prie šios svetainės, įsipareigoja taip pat ir patys visomis išgalėmis saugoti savo ar kitų asmenų pateikiamą asmeninę (ne viešam naudojimui skirtą) informaciją nuo nutekėjimo ar neteisėto panaudojimo (kiekvieną kartą pabaigus darbą spausti nuorodą „atsijungti“, neperduoti savo prisijungimo duomenų trečiosioms šalims bei nekaupiti, nesaugoti ir neperduoti kitų asmenų asmeninės informacijos trečiosioms šalims, taip pat jos nenaudoti jokiais komerciniais ar tiesioginės rinkodaros tikslais ir nesuteikti tokios galimybės trečiosioms šalims) [15].

Nagrinęjant prisiregistravimo tvarką, pastebėta tai, jog vartotojas gali tapti šios svetainės nariu tik tuo atveju, jei pažymi, jog susipažino su minėtomis taisyklėmis. Galima teigti, jog tokiu būdu

siekiami užtikrinti, jog nurodytų taisyklių vartotojai laikysis bei nekils pasipiktinimo dėl paskelbtų asmens duomenų tolesnio naudojimo.

Išanalizavus keturių socialinių tinklų svetainių skelbiamas privatumo politikas, pastebėta, kad minėtų taisyklių struktūra ir turinys bei pagrindinės įvardijamos sąlygos yra panašios. Skirtumai ir panašumai, atsižvelgiant į EBPO gairėse bei kituose teisės aktuose išskirtus asmens duomenų apsaugos principus, pateikiami lentelėje (žr. 4 lent.).

4 lentelė. Socialinių tinklų svetainių skelbiamų privatumo politikų palyginimas

Duomenų apsaugos principai privatumo politikoje	Socialinių tinklų svetainė			
	Facebook.com	Myspace.com	Frype.lt	Klase.lt
Renkamų duomenų tikslo nurodymas	– Skelbiamose privatumo politikos taisyklėse duomenų rinkimo tikslas nėra įvardijamas, tačiau nurodomas pradiniam svetainės puslapyje	– Skelbiamose privatumo politikos taisyklėse duomenų rinkimo tikslas nėra įvardijamas, tačiau nurodomas saugumo rekomendacijose	– Privatumo politikos taisyklėse duomenų rinkimo tikslas nėra įvardijamas. Tačiau naudojimo taisyklių pradžioje nurodoma, jog ši svetainė skirta plačiam vartotojų ratui bendrauti ir vykdyti tam tikras veiklas.	– Privatumo politikos taisyklėse duomenų rinkimo tikslas nėra nurodomas. Jį galima rasti Pažinčių raštelių skiltyje, kur nurodoma, jog <i>asmens duomenys renkami siekiant padėti surasti, susisiekti ir toliau bendrauti su senais mokslų draugais ar kitais pažįstamais, o taip pat padėti surasti naujų draugų</i> [10].
Duomenų naudojimo apibrėžimas	+	+	+	+
Duomenų naudojimas pagal įvardijamus tikslus	– Ne visos nurodomos duomenų naudojimo sąlygos (pvz., IP adreso, informacijos apie mokėjimus saugojimas) atitinka įvardijamus	– Ne visos nurodomos duomenų naudojimo sąlygos (pvz., IP adreso, informacijos apie mokėjimus saugojimas) atitinka įvardijamus duomenų	– Ne visos nurodomos duomenų naudojimo sąlygos (pvz., portale paskelbta tekstinė ar vaizdinė medžiaga yra rodoma interneto	+

Duomenų apsaugos principai privatumo politikoje	Socialinių tinklų svetainė			
	Facebook.com	Myspace.com	Frype.lt	Klase.lt
	duomenų rinkimo tikslus (susisiekti ir dalintis informacija su pažįstamu žmonių ratu)	rinkimo tikslus (leidžia asmeniui išreikšti save viešojoje erdvėje, bendrauti su draugais ir užmegzti naujas pažintis)	paieškos sistemose, pvz., google, su nuoroda į www.frype.lt svetainę ar jos skyrelius) atitinka įvardijamus duomenų rinkimo tikslus	
Privatumo politikos atvirumas (matomumas)	+	+	+	+
	Registruojantis naujam vartotojui nėra privaloma susipažinti su privatumo politika, tačiau Facebook'o svetainės apačioje yra jų nuoroda	Registruojantis rašoma, jog prisiregistravimas reiškia sutikimą su skelbiamomis privatumo politikos taisyklėmis ir pateikiama nuoroda į jas	Privatumo bei naudojimo taisyklių nuorodos yra pradiniam svetainės puslapyje	Registruojantis reikia spragtelėti, jog buvo susipažinta su pateikiama privatumo politika, priešingu atveju vartotojas nepriregistruojamas
Duomenų apsaugos įvardijimas	+	+	-	+
Duomenų kokybės reikalavimas	+	-	+	+
Teisės valdyti savo asmens duomenis apibrėžimas	+	+	+	+
Apibrėžtos sąlygos asmens duomenų dalijimosi su trečiosiomis šalimis	+	+	-	+
				Labai trumpai

Kaip matyti iš pateiktos lentelės, nė viena STS (užsienio ir Lietuvos), savo skelbiamose privatumo politikos taisyklėse nepateikė, kokių tikslų asmens duomenys yra renkami. Šią vartotojui reikalingą informaciją buvo galima rasti tik kitose nagrinėtų svetainių skiltyse. Pastebėtina tai, jog kiekviename iš analizuotų privatumo taisyklių apibrėžiamas tolesnis pateiktų asmens duomenų naudojimas (saugojimas, dalijimasis ir kt.). Tokiu būdu vartotojas yra supažindinamas, kaip jo pateikti duomenys bus valdomi. Atkreiptinas dėmesys, kad tik vienos iš išvardintų svetainių (Klase.lt) nurodomų duomenų naudojimo sąlygos atitinka įvardijamus tikslus. Likusios STS asmens

duomenis naudoja ir kitais tikslais, pvz., reklamos, naujų vartotojų pritraukimui ir kt. Nors tiksluose įvardijama, kad duomenys pateikiami tam, kad leistų susisiekti ir dalintis informacija tarp pažįstamų žmonių, tačiau, kaip matyti, jie gali būti panaudojami ir kitais tikslais. Taip pat tik Klase.lt svetainėje registruojantis riečia susipažinti su privatumo taisyklėmis, kurių laikosi ši socialinių tinklų svetainė. Priešingu atveju vartotojui nebus leidžiama prisiregistruoti. Tai rodo vartotojo sutikimą su skelbiama privatumo politika bei jo asmens duomenų naudojimo principais. Kitose svetainėse to nereikalaujama, taip pat kai kuriose iš jų (Facebook, Frype.lt) registruojantis apie minėtas taisykles nėra užsimenama. Tačiau taisykles vartotojas gali rasti pirmame šių svetainių puslapyje. Pastebėtina tai, kad kaip apsaugomi svetainėje paskelbti asmens duomenys, nėra nurodoma tik vienintelėje svetainėje – Frype.lt. Kitose glaustai, tačiau nurodoma, kokia apsauga paskelbtiems duomenims yra taikoma (naudojamos priemonės, bei kai kur minimi ir teisės aktai). Visų nagrinėtų STS, išskyrus Myspace.com, privatumo politikoje kreipiamas dėmesys į pateikiamų duomenų kokybę (nuotraukas), perspėjama apie galimas pasekmes, kuriant fiktyvius profilius bei registruojantis neturint 13 metų.

Vartotojo teisė valdyti savo paskelbtus duomenis apibrėžta visose privatumo taisyklėse. Valdymas apima duomenų matomumo pasirinkimą, naudojantis tam tikrus parametrus, informacijos koregavimą, profilio panaikinimą ir kt. Duomenų dalijimosi su trečiosiomis šalimis sąlygos plačiau įvardijamos užsienio STS privatumo politikoje. Frype.lt šios sąlygos išvis neminimos. Galima daryti prielaidą, jog galbūt ši svetainė neturi jokių sąsajų su trečiosiomis šalimis ir tokiu būdu informacija apie vartotoją neskleidžiama.

Pastebėta, jog lyginant Lietuvos ir užsienio STS, Lietuvos privatumo politikose trūksta informacijos apie tai, kokia duomenų apsauga paskelbtiems duomenims bus taikoma bei kokiomis sąlygomis prieigą prie duomenų turės trečiosios šalys.

Šioje dalyje apžvelgus privatumo sąvoką pastebėta, jog tai reiškia individualumo užtikrinimą, individo laisvę nuo kitų kišimosi. Pastebėta, jog asmens duomenys pirmiausia yra siejami su asmens privatumu (informaciniu privatumu), kas, kaip buvo pastebėta, yra be galo reikšminga kiekvieno žmogaus gyvenime (žr. 8 pav.).

Nors valstybės mastu kiekviena šalis reglamentuoja skirtingus asmens duomenų apsaugos įstatymus, tačiau atsižvelgiant į didėjančią pažeidimų skaičių yra išleisti teisės aktai ir tarptautiniu, ir Europos Sąjungos šalių narių mastu. Juose yra apibrėžiami pagrindiniai principai ir sąlygos asmens duomenų rinkimo tikslams, naudojimui, perdavimui, saugojimui ir kt. Kaip buvo pastebėta, dažniausiai dėmesys kreipiamas į asmens duomenų naudojimo tikslų teisėtumą, duomenų kokybę, saugojimą, duomenų subjekto teises bei duomenų perdavimo teisėtumą telekomunikacijų tinklais. Tačiau pasigendama didesnio minėtų dokumentų dėmesio ir pritaikomumo šių dienų naujausių technologijų galimybių sąlygomis. Dėl šios priežasties iškyla nemažai abejonių, ar kada nors buvo

ir ar bus įmanoma garantuoti absoliučią teisių į asmens duomenų, tuo pačiu ir privatumo, apsaugą. Šios teisės apsaugos priemonės, ypač šiomis dienomis, sudėtingai ir sunkiai realizuojamos praktiškai. Reguliavimo neefektyvumą taip pat lemia globalizacijos procesų didėjimas, konvergencija, informacinių technologijų progresas, skirtingas pasaulio šalių požiūris į privatumo gynybą. Politiniai ir kiti šalių skirtumai trukdo efektyviai ir vieningai spręsti tarptautinio reguliavimo problemas, susijusias su duomenų apsaugos klausimais.

Darbe apžvelgus STS privatumo politikas ir galimas grėsmes asmens duomenims viešojoje erdvėje, galima daryti išvadą, kad vis didesnė dalis asmeninio pobūdžio informacijos patenka į viešą erdvę ir blogiausia, kad apie tai dažnai atvejais pats asmuo nežino. Galima teigti, jog norint išvengti ribos tarp privatumo ir viešumo mažėjimo, pats asmuo turėtų pradėti labiau domėtis, kam ir kokių tikslu informaciją teikia. Tuo pačiu įvertinti būtinybę naudotis visomis šiuolaikinėmis technologijomis, kurios reikalauja nemažai asmeninių duomenų pateikimo ir dažnai atvejais pažeidžia asmens privatumą.

### 3. ASMENS DUOMENŲ APSAUGA FACEBOOK.COM SVETAINĖJE: TYRIMAS

*Tyrimo aktualumas.* Socialinės tinklų svetainės (toliau – STS) greitai išpopuliarėjo ir tapo pagrindine virtualios sąveikos, socialinių tinklų formavimosi ir savęs pristatymo virtualioje erdvėje priemone. Suburiančios daugybę vienas kito nepažįstančių žmonių, šios svetainės skatina bendrauti tarpusavyje, dalyvauti įvairiose diskusijose, dalintis asmenine informacija. Dėl šios priežasties vartotojų skaičius STS sparčiai auga.

Tapdamas socialinio tinklo nariu, žmogus įkelia nemažą dalį asmeninės informacijos, kuri tampa viešai prieinama kitiems interneto vartotojams, pasiekia su socialinėmis svetainėmis susijusias trečiąsias šalis<sup>5</sup>. Kadangi yra dalinamasi nuotraukomis, vaizdo įrašais ir įvairiomis istorijomis su draugais, šeimos nariais bei kitais vartotojo pasirinktais asmenimis, tai, visų pirma, privatumo išsaugojimas priklauso nuo to, kokią informaciją vartotojas paskelbia bei koks jo požiūris į jo paties bei kitų vartotojų informacinio bei komunikacinio privatumo svarbą. Todėl tampa aktualu išanalizuoti STS vartotojų požiūrį, įpročius bei patirtį, susijusią su jo asmens duomenų naudojimu.

Tyrimo metu iškeltas *probleminis klausimas*, ar pateikdami asmens duomenis vartotojai žino, kokiais tikslais jie bus naudojami ir kokios galimos su tuo susijusios grėsmės.

*Tyrimo naujumas.* Šiuo metu vienos iš populiariausių pagal vartotojų skaičių yra Facebook.com ir Myspace.com svetainės. Pagal pateiktus statistikos duomenis Facebook.com vartotojų skaičius viršija 500 milijonų [18], Myspace.com – apie 120 milijonų vartotojų [36]. Tai rodo, jog socialinių tinklų svetainės pritraukia didelį žmonių skaičių. Darytina prielaida, jog tobulinant teikiamas paslaugas, reklamuojantis ir vis labiau stengiantis prisitaikyti prie vartotojų poreikių, minėti skaičiai ateityje turėtų dar labiau išaugti. Tyrimui atlikti pasirinkta Facebook.com svetainė (toliau Facebook). Šios svetainės pasirinkimą lėmė jos vartotojų skaičius (virš 500 milijonų) – tai rodo didelį šios svetainės populiarumą. Lietuvoje prisiregistravusiųjų skaičius yra virš 880 tūkstančių [41]. Galima teigti, kad beveik trečdalis Lietuvos gyventojų yra Facebook'o vartotojai.

Užsienio atliktuose tyrimuose – *Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai* (2007 m.); *Duomenų (tapatybės) atskleidimas socialinių tinklų bendruomenėse* (2006 m.); *Informacijos atskleidimo ir susirūpinimo privatumu socialinių tinklų svetainėse: Facebook atvejo analizė* (2009); *Pasitikėjimas ir susirūpinimas privatumu socialinių tinklų svetainėse: Facebook ir MySpace palyginimas* (2007 m.) – buvo analizuojamas Facebook'o vartotojų požiūris į privatumo apsaugą, asmens duomenų viešinimą bei tokio viešinimo praktiką,

---

<sup>5</sup> Įvairių kompanijų valdomi interneto tinklalapiai, kurie yra susieti su socialinių tinklų svetainėse teikiamomis tam tikromis paslaugomis (reklamomis, telekomunikacijų ir kt. paslaugomis).

tačiau juose nebuvo bandoma išsiaiškinti, ar vartotojai susipažinę su svetainėje skelbiama privatumo politika bei kokių veiksmų vartotojai ėmėsi ar imtųsi, susidūrę su grėsmėmis jų privatumui.

*Tyrimo objektas* – Lietuvos vartotojų pateikiami asmens duomenys ir patirtis Facebook'o svetainėje.

*Tyrimo tikslas* – nustatyti Lietuvos vartotojų požiūrį į asmens duomenų apsaugą Facebook'o svetainėje.

*Tyrimo uždaviniai:*

1. Išanalizuoti Lietuvos vartotojų duomenų viešinimo praktiką Facebook'o svetainėje.
2. Ištirti asmeninės informacijos (vartotojo profilyje) apsaugos nustatymų valdymą Facebook'o svetainėje.
3. Išsiaiškinti, kokius asmens duomenis Lietuvos vartotojai pateikia Facebook'o svetainėje.
4. Palyginti Lietuvos ir užsienio Facebook'o vartotojų požiūrį į informacinį privatumą bei asmens duomenų viešinimo praktiką.

Tyrimo metu buvo iškeltos šios hipotezės:

1. Lietuvos Facebook'o vartotojai nesinaudoja privatumo nustatymais.
2. Lietuvos Facebook'o vartotojai naudodamiesi Facebook'o svetaine nesuvokia, jog dėl joje viešinamų asmens duomenų kyla grėsmės jų privatumui.
3. Lietuvos Facebook'o vartotojai vadovaujasi „Trečiųjų šalių efekto“ teorija (t. y. neigiamas šalutinis poveikis yra priskiriamas kitiems, o teigiamas poveikis priskiriamas sau) [11].
4. Lietuvos vartotojai Facebook'o svetainėje pastebėję privatumo pažeidimus yra labiau linkę pakeisti savo privatumo nustatymus nei pranešti apie tai atitinkamoms institucijoms.

*Tyrimo metodas.* Norint surinkti duomenis, kurie leistų vertinti Lietuvos vartotojų požiūrį į asmens duomenų apsaugą Facebook'o svetainėje bei duomenų viešinimo šioje svetainėje praktiką, buvo pasirinktas kiekybinis tyrimo metodas – anketinė apklausa. Daryta prielaida, jog respondentų apklausa yra tinkamiausias informacijos apie vartotojų požiūrį bei praktiką rinkimo metodas dėl mažų laiko sąnaudų apklaustųjų atžvilgiu ir minimalių išteklių sąnaudų. Surinkti duomenys tiesiogiai siejasi su tyrimo tikslu ir uždaviniais, o remiantis rezultatais buvo galima pateikti argumentuotas išvadas, atspindinčias Lietuvos vartotojų praktiką Facebook'o svetainėje. Šiame tyrime buvo pasirinktas anoniminio anketavimo metodas, todėl, kad šis būdas suteikė galimybę gauti patikimus duomenis, nes ne visi vartotojai nusiteikę savo poziciją išreikšti atskleisdami savo asmens duomenis.



Anketoje (anketos pavyzdys pateiktas 1 priede) vartotojams buvo pateikta 21 uždaras klausimas, kuriais siekta įvertinti Facebook'o svetainės populiarumą tarp jaunimo, išsiaiškinti, kokius asmens duomenis svetainėje jie pateikia, ar naudojami privatumo nustatymais, ką priima į kontaktų sąrašą. Taip pat siekta nustatyti, ar vartotojai yra pastebėję privatumo pažeidimų ir jei taip, kokie buvo jų tolesni veiksmai. Anketinės apklausos klausimai pavaizduoti žemiau pateikiamoje lentelėje (žr. 5 lent.):

5 lentelė. Facebook socialinės svetainės vartotojų anketinės apklausos klausimai

Konstruktas	Klausimai
Facebook populiarumas tarp Lietuvos vartotojų	Q1. Facebook'o paslaugų naudojimosi laikas Q2. Prisijungimo dažnis Q3. Praleidžiamo laiko per dieną vidurkis
Pateikiami duomenys	Q4. Pagrindinė pateikiama informacija (lytis, santykiai, gimimo diena, gyvenamasis miestas, politinės pažiūros, religija) Kontaktinė informacija (adresas, tinklalapis, elektroninis paštas ir kt.) Pomėgiai (mėgstama televizijos laida, filmas, knyga, muzika ir kt.) Išsilavinimas (studijų sritis, laipsnis, aukštoji mokykla) Darbas (darbdavys, pozicija) Laisvalaikis (pomėgiai, vietos, hobi) Q5. Kokie duomenys nurodomi prisijungiant
Privatumo politika	Q6. Ar vartotojas susipažinęs; privatumo politikos laikymasis; profilio apsaugojimas, naudojant nustatymus; Q7. Privatumo nustatymų koregavimas Q8. Kas gali matyti profilyje esančią informaciją Q9, Q10. Kada sutvarkomi privatumo nustatymai; to priežastys Q18. Požiūris į susipažinimo su skelbiama privatumo politika svarbą
Kontaktai	Q11. Kas yra priimama į kontaktų sąrašą
Pavojai Facebook'e	Q12, Q15. Susidūrimo su problemomis patirtis (patys arba girdėjo iš kitų) Reakcija ir tolimesni veiksmai Q13, Q16. Kokių veiksmų buvo imtasi/-tūsi Q14. Požiūris į galimus pavojus Facebook'o svetainėje
Požiūris į Facebook'ą ir duomenų naudojimą	Q17. Neigiamo poveikio suvokimas savo ir kitų pateiktai informacijai
Demografinė charakteristika	Q19, Q20, Q21. Amžius, užsiėmimas, lytis

Tai, jog anketinės apklausos metodas buvo taikytas užsienio tyrimuose, analizuojant Facebook'o vartotojų patirtį bei požiūrį į duomenų apsaugą, sudarė galimybę atlikti šių duomenų (Lietuvos ir užsienio) palyginimą. Užsienio atliktuose tyrimuose klausimai buvo formuluojami siekiant išsiaiškinti, kokius asmens duomenis vartotojai viešina, kokia tokio viešinimo praktika bei koks Facebook'o vartotojų požiūris į privatumo apsaugą. Sudarinėjant klausimyną Lietuvos

Facebook'ο vartotojams, papildomai siekta išsiaiškinti, ar vartotojai susipažinę su svetainėje skelbiama privatumo politika bei kokių veiksmų ėmėsi ar imtūsi, susidūrę su grėsmėmis savo privatumui.

Anketinės apklausos klausimyno Q6, Q18 (požiūris į privatumo politikos laikymąsi; susipažinimo su privatumo politika svarba), Q13 bei Q16 klausimai, kurių nebuvo užsienio tyrimuose, leido nustatyti Lietuviams būdingus sprendimus, susijusius su jų privatumu, naudojantis Facebook'ο paslaugomis. Q20 klausimas leido išsiaiškinti, kokia veikla užsiimantys lietuviai sudaro didžiąją Facebook'ο svetainės vartotojų dalį. Kiti klausimai, siekiant duomenų palyginimo, buvo formuluojami remiantis užsienio tyrimais.

Q12, Q13 ir Q15 klausimai padėjo įgyvendinti pirmąjį išsikelto uždavinį, Q6–Q10 – antrąjį, Q4 ir Q5 – trečiąjį ir Q6–Q8, Q10, Q11 – ketvirtąjį. Q7, Q9 ir Q16 – kontroliniai klausimai, kuriais siekta išsiaiškinti, ar vartotojai tikrai naudojami privatumo nustatymais bei kokių veiksmų imamasi pastebėjus grėsmes ar pažeidimus jų privatumui.

*Tyrimo vykdymas.* Tyrimas buvo atliekamas 2011 m. balandžio mėn. Tyrime dalyvavo Facebook'ο vartotojai, kurių amžiaus grupė yra nuo 18 iki 24. Ši amžiaus grupė buvo pasirinkta dėl dviejų priežasčių. Pirmoji – remiantis užsienyje atliktais tyrimais, tai aktyviausia vartotojų grupė (30,5%). Antroji priežastis – ši amžiaus grupė sudaro 33,5% Lietuvos vartotojų ir tai yra skaitlingiausia vartotojų grupė [41].

Remiantis Facebook'ο svetainės statistika, Lietuvoje yra 294,960 šios svetainės vartotojų, kuriems yra nuo 18 iki 24 metų (iš viso vartotojų – 880,160), tai imties dydžio nustatymui buvo panaudota V. Rudzkienės pateikta formulė, kai populiacijos dydis yra žinomas [47].

$$n = \frac{N * 1.96^2 * p * q}{\varepsilon^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

čia:

**N** – populiacijos dydis;

**q** – tikimybė, kad nagrinėjamas požymis nepasireikš tiriamoje populiacijoje ( $q = 1 - p = 0,5$ );

**1,96** – reikšmė, kuri atitinka standartizuoto 95 % pasiklovimo lygmenį;

**ε** – pageidautinas tikslumas  $\varepsilon = 0,05$ ;

**p** – numatoma įvykio baigmės tikimybė (požymis būdingas 50 % populiacijos, ir pasirenkama  $p = 0,5$ ).

Remiantis anksčiau minėtu populiacijos dydžiu pagal pateiktą formulę apskaičiuota, jog reprezentatyvi tyrimo imtis yra 384 Facebook'ο Lietuvos vartotojai.

Anketa buvo įkelta į [www.publika.lt](http://www.publika.lt) svetainę ir balandžio pradžioje, naudojantis Facebook'o bei Vilniaus universiteto žiniatinklio paštu, išplatinta Facebook'o Lietuvos vartotojams.

### 3.1. Privatumo Facebook tyrimų apžvalga

*Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai.* 2007 m. grupės mokslininkų (Bernhard Debatin, Jennette P. Lovejoy, Ann-Kathrin Horn, M.A, Brittany N. Hughes) atliktas tyrimas vadinosi *Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai*. Atlikto tyrimo koncepcija paremta trimis visuomenės informavimo priemonių (angl. media) teorijomis: „naudojimasis ir tikslo pasiekimas“, „trečiosios šalies poveikis“ ir „ritualizuotas vartojimas“ [11, 89].

„Naudojimosi ir tikslo pasiekimo“ teorija aiškina, koku tikslu naudojamos visuomenės informavimo priemonės. Visų pirma, kaip teigiama, siekiant patenkinti įvairius poreikius: atsipalaidavimo ir pramogavimo, norą palaikyti socialinius santykius, norą susikurti tapatybę virtualioje erdvėje. Tyrime teigiama, jog Facebook'e yra pasiekiami visi trys tikslai ir būtent dėl šios priežasties vartotojai nepaiso grėsmių asmens privatumui. „Trečiųjų šalių efekto“ teorija teigia, kad žmonės tikisi iš visuomenės informavimo priemonių, kad jos turės daugiau poveikio kitiems nei jam pačiam. Žmonių interesai yra sutelkti ties suvokimu: kaip Facebook'o vartotojai suvokia poveikį jų privatumui ir kokių pasekmių jie tikisi? Kartu su naudojimosi ir tikslo pasiekimo teorija ši teorija padėjo paaiškinti poveikio suvokimą (t. y. neigiamas šalutinis poveikis yra priskiriamas kitiems, o teigiamas poveikis priskiriamas sau). „Ritualizuoto vartojimo“ teorija teigia, kad visuomenės informavimo priemonės yra naudojamos ne tik informacijos gavimo, perdavimo ir pramogų tikslais, jos taip pat nuolat naudojamos kasdienėje veikloje. Pateikiamas pavyzdys, kad kaip susitikimas su draugais žiūrėti pamėgtos televizijos laidos, taip Facebook yra laikomas, kaip tam tikras ritualas, naudojamas kiekvieną dieną. Ši teorija taip pat turėtų padėti atskleisti didelį Facebook'o populiarumą ir per mažą vartotojų skiriamą dėmesį jų pačių privatumui [11, 89].

Remiantis išvardintomis teorijomis *tyrime buvo išsikeltas pagrindinis tikslas* – nustatyti Facebook'o vartotojų supratimą apie galimas grėsmes privatumui bei išsiaiškinti šios svetainės naudojimosi teikiamą naudą [11, 83].

*Tyrimo uždaviniai:* nustatyti, kokią informaciją vartotojai pateikia; išnagrinėti, kaip vartotojai apsaugo savo pateiktą informaciją; ištirti, ar vartotojai buvo susidūrę su grėsmėmis privatumui; palyginti, kaip vartotojai suvokia kylančias grėsmes jų privatumui ir kito vartotojo privatumui [11, 92–91].

*Metodas.* Tyrimas buvo atliekamas dviem etapais: internetu buvo išplatintos anketos ir atliekamas giluminis nestruktūrizuotas interviu. 2007 m. pavasarį buvo atlikta anketinė apklausa,

imtis – 119 koledžo studentų, Jungtinių Amerikos Valstijų vakaruose. Anketinėje apklausoje daugiausiai dalyvavo moterys (68 %), didžioji dalis respondentų priklausė 22–24 metų amžiaus grupei (27 %). Antrajame etape dalyvavo 8 respondentai (2 vyrai ir 6 moterys), kurie buvo atrinkti pagal internetinės anketinės apklausos atsakymus. Buvo vykdomas nestruktūruotas interviu, kuris buvo atliekamas 2007 m. birželio mėn. [11, 90].

Kiekvienas iš respondentų gavo mokslinio tyrimo paaiškinimą bei etikos principus, kurių bus laikomasi tyrimo metu, o susipažinę pasirašė sutikimą dalyvauti tyrime. Tyrimas truko 45–90 minučių. Jis buvo įrašinėjamas ir analizuojamas, sujungiant kokybinę ir kokybinę turinio analizę, retorinę interpretaciją. Pagrindinės kategorijos, naudojamos išsiaiškinti ir interpretuoti vartotojų požiūrį, buvo: privatumo pažeidimai, piktnaudžiavimas pasitikėjimu, ribų pažeidimas, apkalbos ir šmeižtas, nuolatinis ir ritualizuotas naudojimas Facebook'u. Taip pat interviu metu šie išvardinti reiškiniai buvo interpretuojami šiais būdais: tylą – įdomi ar neįprasta išraiška, kuri nurodo svarbą ir/ar emocinį reikšmingumą; metaforos ir palyginimai – dažniausiai rodo pagarbą, su kuria apklaustieji konceptualizuoja Facebook'ą ir naudojamasi juo; užuomina, prielaida – rodo neišreikštą, netiesioginę nuorodą į tai, kas iš tiesų galvojama, žinoma. Šiuo metodu tyrėjai siekė suprasti ir giliau išanalizuoti respondentų požiūrį ir emocinį patyrimą [11, 92].

Tyrime palyginus kokybinę ir kiekybinę analizes, buvo daromos *esminės išvados*:

1. Facebook tapo rutina vartotojų kasdieninėje veikloje;
2. Vartotojai tvirtina suprantantys kylančias grėsmes jų privatumui, tačiau pateikia didelius asmeninės informacijos kiekius (90 % visų respondentų nurodė prisiregistruojantys savo tikru vardu, pateikiantys gimimo datą, lytį, gyvenamąjį miestą, šalį ir kitą informaciją);
3. Buvo nustatyta, kad vartotojai mažai naudojami privatumo nustatymais (pusė apklaustųjų nurodė, kad jų profilyje esančią informaciją gali matyti tik draugai, 31 % respondentų iš viso nesinaudoja duomenų apsaugos nustatymais);
4. Galimus asmens duomenų pažeidimus priskiria daugiau kitiems nei sau;
5. Tie, kurie patyrė kišimąsi į jų privatumą, labiau linkę pasikeisti privatumo nustatymus (80 %), nei tie, kurie tik girdėjo apie tai iš kitų (42 %) [11, 93–95; 100–103].

**Duomenų (tapatybės) atskleidimas socialinių tinklų bendruomenėse.** Šį tyrimą atliko Frederic Stutzman iš Šiaurės Karolinos universiteto (Jungtinėse Amerikos Valstijose) 2006 m. Šio tyrimo aktualumas grindžiamas tuo, jog mokymo institucijose apsauga ir studentų asmeninės informacijos valdymas tapo svarbūs prioritetai. Kaip teigiama, remiantis teisės aktais ir buvusių tapatybės vagysčių patirtimi, mokslo institucijos ėmėsi būtinų priemonių siekiant apsaugoti studentų asmeninę informaciją. Tačiau kartu iškeliamas klausimas, ar gali būti, kad studentai aktyviai kenkia minėtai apsaugai naudodamiesi socialinių tinklų svetainėmis [54, 1].

Kaip pabrėžiama, socialinėse tinklų svetainėse susikūrusiems bendruomenėms būdingas komunikabilumas, kuris pritraukia didelį vartotojų skaičių, ypač jaunimą. Socialinės svetainės ne tik sujungia vartojus į vieną tinklą, bet ir suteikia kiekvienam nariui galimybę susikurti išsamų asmeninį profilį (kur pateikiama asmeninė informacija). Šio tyrimo tikslas – kiekybiniais matavimais įvertinti studentų atskleidžiamus asmeninius duomenis socialinių tinklų svetainėse ir nuomonę apie duomenų apsaugą [54, 1].

Tikslui pasiekti *išsikelti uždaviniai*: išsiaiškinti, kokiose socialinių tinklų svetainėse studentai yra prisiregistravę; nustatyti, kokią asmeninę informaciją juose pateikia; iširti vartotojų požiūrį į informacijos viešinimą [54, 2].

*Metodas*. Atsitiktiniu būdu buvo pasirinkti studentai, kurie atsakė į anketinio klausimyno klausimus apie jų naudojimąsi STS bei išsakė nuomonę apie asmens duomenų atskleidimą. Pirmojoje apklausos dalyje buvo prašoma pažymėti, kokiose STS studentai prisiregistravę, antroje dalyje, sudarius populiariausių STS sąrašą, studentai buvo prašomi atsakyti į klausimus, susijusius su informacijos atskleidimu, nurodant jų sutikimo su teiginiu laipsnį. Teiginiai buvo formuojami taip, kad pavyktų išsiaiškinti, kokia studento nuomonė apie viešą prieigą prie jo asmeninės informacijos. Tyrime dalyvavo 200 žmonių, 19 % (38) tyrime dalyvavo iki galo. Iš jų 20 buvo studentų ir 18 absolventų [54, 3].

*Tyrimo išvados*. 71 % visų apklaustųjų (iš 19 %) nurodė, jog naudojami STS (iš jų 90 % besimokančiųjų). Populiariausios svetainės buvo nurodytos Facebook ir Myspace. Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kokioje svetainėje, kokią informaciją tiriamieji atskleidžia (Facebook'o svetainėje vartotojai nepateikia tik informacijos apie mėgstamas televizijos laidas ir šalį, kurioje gyvena) [54, 4]. Tyrimas leido nustatyti vienos iš populiariausių svetainių Facebook vartotojų asmens duomenų atskleidimo lygius (dažniausiai yra atskleidžiamas vardas, įgyta kvalifikacija (88 % apklaustųjų), 82 % nurodo lytį, elektroninį paštą, draugų sąrašą, nuotraukas, mažiausiai vartotojų (5 %) atskleidžia telefono numerį, nuorodą į asmeninę svetainę) [54, 5]. Taip pat apskaičiavus visų gautų atsakymų vidurkį (5 reišė stiprų pritarimą teiginiui) paaiškėjo, jog visų apklaustųjų pritarimas teiginiui, jog jie jaučiasi gerai, kai prie jų asmeninės informacijos prieigą turi nepažįstami žmonės, lygus 3,15. O su teiginiu, kad tiki, jog socialinės tinklų svetainės tinkamai apsaugo jų asmeninius duomenis, lygus 2,66 [54, 6].

**Informacijos atskleidimo ir susirūpinimo privatumu socialinių tinklų svetainėse: Facebook atvejo analizė.** Šis tyrimą atlikto Alyson L. Young ir Anabel Quan-Haase iš Ontarijo universiteto Kanadoje 2009 m. Šio tyrimo aktualumas grindžiamas tuo, jog, nepaisant padidėjusio susirūpinimo asmeninės informacijos atskleidimu socialinių tinklų svetainėse, vartotojai ir toliau pateikia jose didelius kiekius asmeninės informacijos. Taip pat, kaip teigia tyrėjai, aktyviausi

minėtų svetainių vartotojai yra studentai (maždaug 80–90 %). Galimybė komunikuoti su draugais, dalintis idėjomis ir būti milžiniško žmonių tinklo dalimi, lemia didelį šių svetainių populiarumą studentų tarpe. Tačiau, kaip teigiama, iškyla didelė rizika jų pateiktiems asmens duomenims ir jų saugumui [26, 265].

*Šio tyrimo tikslas* – išnagrinėti veiksnius, kurie turi įtakos studentų asmeninės informacijos pateikimui Facebook'e, taip pat nustatyti, kokiomis privatumo apsaugos strategijomis vadovaujamosi [26, 265].

Tikslui pasiekti *išsikelti uždaviniai*: išanalizuoti informacijos atskleidimo Facebook'e praktiką tarp studentų; ištirti studentų profilio matomumą; išsiaiškinti, ar studentai yra susirūpinę dėl savo privatumo; nustatyti, kokias privatumo apsaugos priemones bei strategijas naudoja studentai Facebook'e [26, 267].

*Metodas*. Pirmąjį tyrimo etapą sudarė apklausa, kurioje dalyvavo studentai iš Kanados universiteto, studijuojantys komunikacijos mokslus. Galutinę tyrimo imtį sudarė 77 respondentai, kurių amžiaus vidurkis buvo 19,25 (nuo 17 iki 25 metų). 71 % apklaustųjų sudarė moterys. Antrajame etape, kuris buvo atliekamas interviu metodu, dalyvavo 21 studentas, iš kurių 16 buvo moterys. Dalyvavimas buvo savanoriškas, 85 studentai užpildė klausimynus, tačiau 8 iš jų nurodė nesantys Facebook'o vartotojai, todėl toliau tyrime nedalyvavo. 19 studentų pasirinko interviu metodą, kur jiems sutikus viskas buvo įrašinėjama, o vėliau transkriptuojama, o likusieji 2 atsakinėjo į klausimus elektroniniu paštu. Interviu metu studentai buvo prašomi parodyti Facebook'o profilio apsaugos nustatymus, kuriuos jie naudoja. Tai suteikė galimybę įvertinti bei palyginti anketinės apklausos atsakymų duomenis bei informaciją, nustatytą interviu metu. Duomenys buvo renkami nuo 2007 m. spalio mėn. iki 2008 m. vasario mėn. [26, 267].

*Tyrimo išvados*:

1. Interviu metu paaiškėjo, jog studentai dažnai pamiršta, kokią informaciją yra pateikę bei kokie apsaugos nustatymai yra aktyvuoti;
2. Paaiškėjo, kad kuo mažiau vartotojas apsaugo savo profilį, tuo daugiau informacijos jame pateikia;
3. Studentai naudojami įvairiomis strategijomis siekdami apsaugoti savo profilį (dažniausios iš jų – nežymi savęs kitų kontaktų nuotraukose ir vaizdo įrašuose, siunčia privačias žinutes vietoj to, kad komentuotų viešai, prisijungę pakeičia Facebook'o svetainės siūlomus privatumo nustatymus, pašalina asmeninę informaciją apie save);
4. Tiek vyrų, tiek moterų daugiausiai atskleidžiama informacija yra: nuotrauka, vardas, pavardė, mokyklos pavadinimas, gimimo diena, draugų nuotraukos, pomėgiai;
5. Daugiau nei pusė (virš 65 %) respondentų nurodė, jog prieigą prie jų asmeninės informacijos turi tik draugai;

6. Tyrimo metu paaiškėjo, jog tarp studentų susirūpinimą bei nepasitenkinimą labiausiai kelia tai, kad politinės partijos Facebook' o svetainėje naudojami priegai prie duomenų ir įvairiomis reklaminėmis akcijomis stengiasi pritraukti studentus.

**Pasitikėjimas ir susirūpinimas privatumu socialinių tinklų svetainėse: Facebook ir MySpace palyginimas.** Šį tyrimą atliko Catherine Dwyer, S. R. Hiltz ir Katia Passerini iš New Yersio Technologijų instituto 2007 m. Kaip ir prieš tai aptartuose tyrimuose, šiame nurodoma, jog socialinių tinklų svetainėse žmonių skaičius auga ir jos sparčiai populiarėja. Įvardijama daugybė priežasčių, dėl ko žmonės tampa minėtų svetainių nariais: stipri motyvacija palaikyti santykius ir bendrauti, dalinimasis nuotraukomis ir vaizdo įrašais, naujausios informacijos apie draugų veiklą gavimas, galimybė matyti didelį socialinį tinklą, „idealizuoto“ savęs pristatymo galimybė, privačių ir viešų žinučių siuntimas. Tačiau kartu iškeliamas susirūpinimo privatumu viešojoje erdvėje klausimas [14, 1].

*Šio tyrimo tikslas* – išanalizuoti vartotojų pasitikėjimą skirtingomis socialinių tinklų svetainėmis ir nustatyti jų elgesio jose skirtumus [14, 3].

*Tyrimo uždaviniai:* išsiaiškinti svetainių naudojimo dažnumą; nustatyti pasitikėjimo svetaine lygį; palyginti vartotojų svetainėse pateikiamą informaciją; nustatyti, kaip svetainėse užmezgami ryšiai [14, 6–8].

*Metodas.* Palyginimui buvo pasirinktos svetainės, turinčios ir panašumų ir skirtumų – Facebook ir Myspace. Kaip tyrėjai nurodo, abi svetainės labai populiarios, turinčios milijonus narių, abi pritraukiančios daugiausiai 18–30 amžiaus grupės žmones. Tyrimas buvo atliekamas internetu. Klausimai abiejų svetainių vartotojams buvo pateikiami vienodi, tik juose buvo naudojama tai svetainei būdinga terminija. Klausimai buvo kuriami siekiant išsiaiškinti pasitikėjimo suvokimą, susirūpinimą privatumu internete, informacijos dalijimosi, naudojimosi svetaine tikslus ir naujų santykių užmezgimą. Norint atlikti tyrimą buvo sukurti profiliai minėtose svetainėse ir nariai buvo kviečiami dalyvauti tyrime. Dalyvavo 117 respondentų, iš jų 69 Facebook' o vartotojai (29 vyrai, 40 moterų) ir 48 Myspace vartotojai (29 vyrai, 19 moterų). Facebook' o apklaustųjų amžiaus vidurkis – 20.36, tuo tarpu Myspace – 22.93 [14, 5–6].

*Tyrimo išvados:*

1. Facebook' o vartotojai labiau linkę pateikti asmeninę informaciją (tikrą vardą – 100 %, elektroninį paštą – 94,2 %; Myspace tikrą vardą pateikia – 66,7 %, elektroninį paštą – 39,6 %);
2. Naudojimosi dažnumas tiek viena, tiek kita svetaine beveik nesiskiria – abiejų svetainių vartotojai yra aktyvūs: 55 % Facebook' o vartotojų ir 60 % Myspace' o vartotojų šiomis svetainėmis naudojami kiekvieną dieną;

3. Didelis pasitikėjimo lygis duomenų apsauga bei duomenų nenaudojimo kitais tikslais išryškėjo tarp Facebook'o svetainės vartotojų (vidurkis Facebook'e – 3,884; Myspace'e – 3,292, kur 5 reiškė stiprų pritarimą teiginiui);

4. Didelis skaičius vartotojų nurodė, jog Myspace'e lengva bendrauti ir užmegzti santykius, taigi buvo daroma išvada, jog pasitikėjimas svetaine bendraujant tarpusavyje nėra svarbus [14, 6–8].

Remiantis užsienyje atliktų tyrimų duomenimis, lyginamajai analizei atlikti (tarp užsienio ir Lietuvos Facebook'o vartotojų) buvo pasirinkti šie tyrimai: *Duomenų (tapatybės) atskleidimas socialinių tinklų bendruomenėse, Facebook ir privatumas viešojo erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai*. Minėtų tyrimų pasirinkimą lėmė tai, jog juose: rezultatai parodė, kokią informaciją Facebook'o svetainėje tiriamieji atskleidžia; susisteminius duomenis, buvo nustatyti vartotojų asmens duomenų atskleidimo lygiai; svetainės populiarumas tarp vartotojų; išanalizuoti į kontaktų sąrašą priimami asmenys; tyrimo rezultatai bei išvados buvo daromos atsižvelgiant į išsikeltas hipotezes bei teorijas [11; 54]. Tai, jog minėti aspektai buvo analizuojami ir Lietuvoje atliktame tyrime, leido palyginti pasirinktų užsienio bei Lietuvos tyrimo duomenis.

### **3.2. Tyrimo Lietuvos Facebook vartotojų požiūris į asmens duomenų apsaugą rezultatai**

Anketoje buvo pateiktas 21 klausimas (žr. 1 priedą): ištirti Lietuvos vartotojų požiūrį į asmens duomenų apsaugą Facebook'e, nustatyti, kokius duomenis vartotojai pateikia, sužinoti vartotojų patirtį naudojantis Facebook'u, galimas grėsmes, skelbiamos privatumo politikos žinojimą. Klausimyno gale buvo pateikti trys demografiniai klausimai apie respondentą. Apklausoje dalyvavo 283 moterys ir 107 vyrai, didžioji dalis respondentų buvo studentai (77 %). 72 % apklaustųjų priklausė 18–24 metų amžiaus grupei, kaip ir buvo planuota tyrimo pradžioje, nes tai leidžia atlikti lyginamąją analizę tarp Lietuvos ir užsienio tos pačios amžiaus grupės Facebook'o vartotojų. Kadangi neįžvelgta jokių bendrų tendencijų tarp skirtingų lyčių, amžiaus grupių ar socialinės padėties respondentų (studentų, dirbančiųjų ar bedarbių), tyrime jie nebuvo skirstomi ar grupuojami.

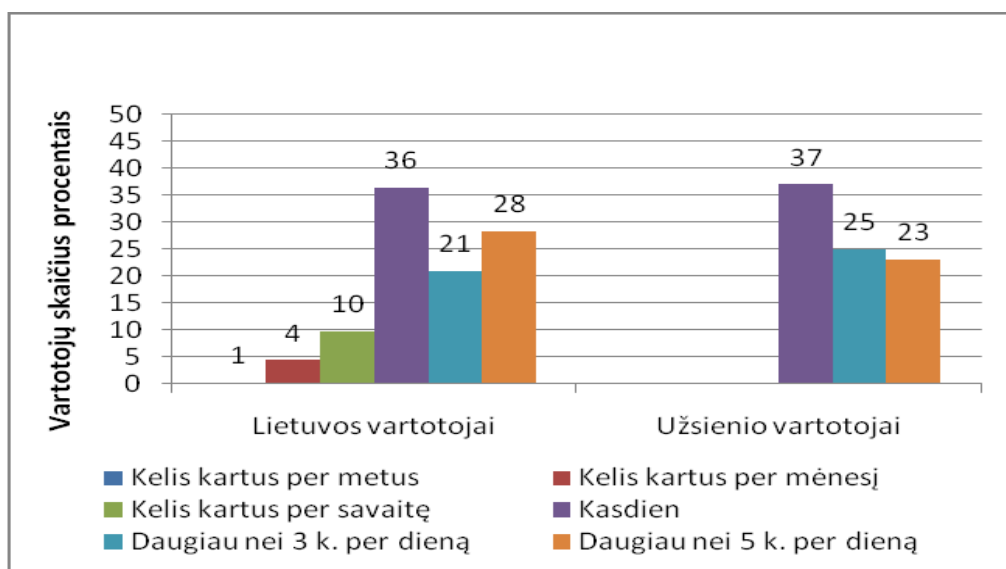
Klausimyno pradžioje pirmieji trys klausimai, susiję su naudojimosi Facebook'u laiku bei dažnumu, turėjo tikslą išsiaiškinti, kiek laiko per dieną vartotojai praleidžia Facebook'e ir ar ilgas naudojimosi laikas gali turėti įtakos respondento pateikiamiems duomenims bei požiūriui į duomenų apsaugą Facebook'o svetainėje. Paaiškėjo, jog 38 % apklaustųjų Facebook'o vartotojai yra iki 2 metų, 26 % iki 3 metų, 19 % daugiau nei 3 metus, 14 % Facebook'o vartotojai yra ne



ilgiau kaip metus ir 3 % iki pusės metų. Lyginant su 2007 m. 3.1. dalyje aptartu tyrimu (pavad. *Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai*) pastebėta, jog daugiausiai Lietuvos (38 %) ir užsienio (50 %) apklaustųjų Facebook'o svetaine naudojasi iki dviejų metų [11, 93]. Darytina išvada, jog šis laiko tarpas yra pakankamas, kad galima būtų įvertinti naudojimosi patirtį.

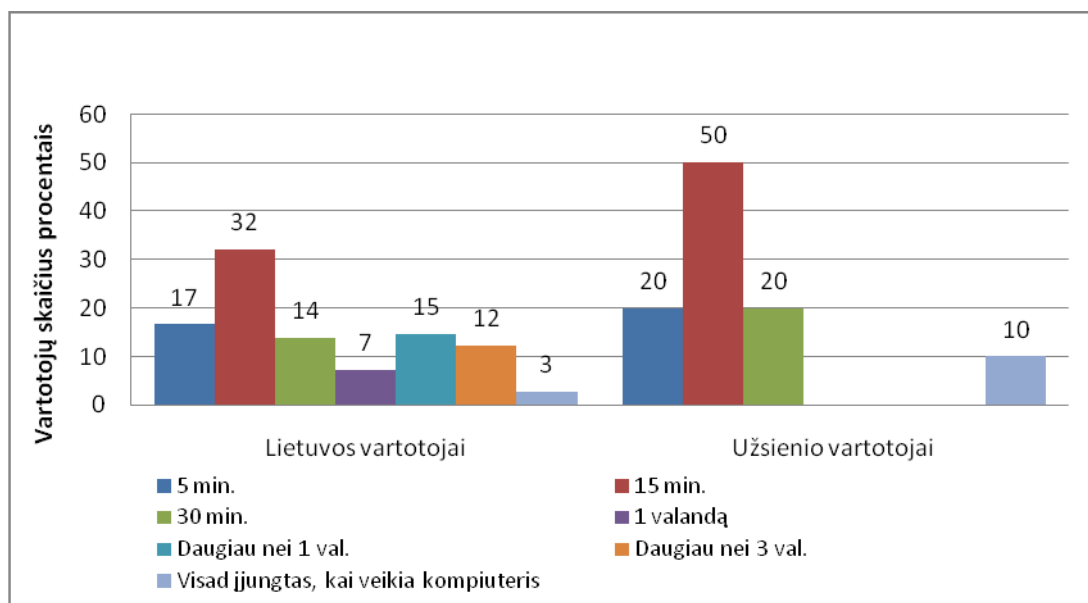
Kaip matyti iš pateiktos diagramos (žr. 12 paveikslą), 36 % apklaustųjų Lietuvos vartotojų nurodė, jog šia svetaine naudojasi kasdien, 28 %, kad daugiau nei penkis kartus per dieną, o 21 %, kad daugiau nei 3 kartus per dieną. Lyginant šiuos duomenis su užsienio „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimu, paaiškėjo, jog beveik toks pat užsienio vartotojų skaičius (37 %) naudojasi minėta svetaine kasdien, 25 % daugiau nei 3 kartus per dieną ir 23 % daugiau nei 5 kartus per dieną [11, 93].

12 paveikslas. Vartotojų naudojimosi Facebook dažnis



Iš trečiojo klausimo *kiek laiko praleidžiate Facebook svetainėje*, paaiškėjo, jog daugiausiai (32 %) apklaustųjų joje praleidžia vidutiniškai 15 minučių per dieną, 17 % – 5 minutes, 15 % – daugiau nei valandą, 3 % patys įrašė, jog minėta svetainė yra įjungta visuomet, kada naudojamas kompiuteris. Lyginant su „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimo duomenimis (žr. 13 paveikslą) pastebėta, jog pusė apklaustųjų (50 %) nurodė, jog svetaine kasdien naudojasi vidutiniškai po 15 minučių ir net 10 % jog ji įjungta nuolat [11, 93]. Šie rezultatai rodo, jog tiek užsienio, tiek Lietuvos vartotojams Facebook tapo rutina, nes prie šios svetainės yra prisijungiama kasdien po kelis kartus ir joje praleidžiama po keliolika minučių. Atsižvelgiant į atsakymo variantus, pastebėtina tai, kad užsienio vartotojai labiau linkę (7 %) palikti Facebook'o svetainę visada įjungtą, kai tik naudojasi kompiuteriu. Galima teigti, jog nors svetaine ir nėra naudojama, poreikis sekti naujienas ir būti matomam (angl. „online“) yra.

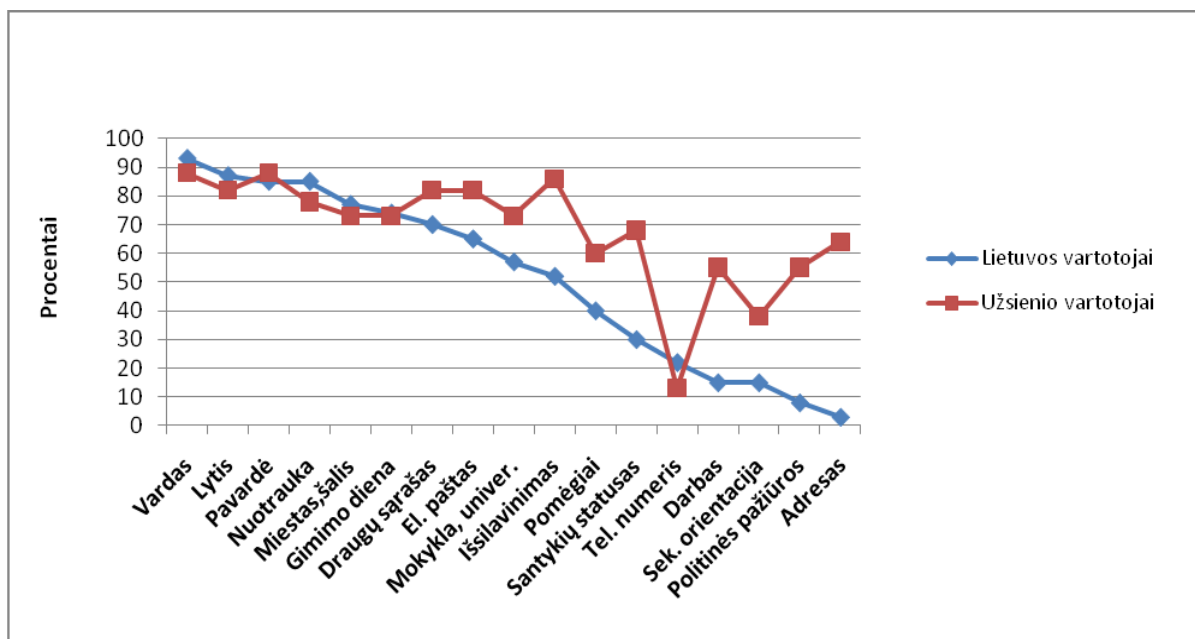
13 paveikslas. Vidutiniškai Facebook svetainėje praleidžiamas laikas



Ketvirtu klausimu buvo siekta išsiaiškinti, kokius duomenis apie save Lietuvos vartotojai pateikia bei kuriuos iš jų pateikia dažniausiai. Iš visų ketvirtame klausime išvardintų atsakymo variantų (žr. 1 priedą) nebuvo pasirinkti keturi: žalingi įpročiai, svoris, kūno sudėjimas, tikslai/planai. Tai reiškia, jog vartotojai nėra linkę savo profilyje atskleisti šio pobūdžio informacijos apie save. 14 paveiksle mažėjimo tvarka, pagal dažnumą, nurodomi Lietuvos vartotojų profilyje pateikiami duomenys, kartu palyginimui pateikti užsienio vartotojų dažniausiai pateikiami asmens duomenys (pagal Frederic Stutzman atliktą „*Duomenų (tapatybės) atskleidimas socialinių tinklų bendruomenėse*“ tyrimą [54, 5]). Iš anketinės apklausos gautų duomenų matyti, jog daugiausiai (93 %) Lietuvos vartotojų nurodo savo vardą, lytį (87 %), pavardę (85 %), pateikia nuotrauką (85 %), nurodo gyvenamąjį miestą ar šalį (77 %), gimimo dieną (74 %). Kaip matyti, minėti duomenys panašiais rezultatais pateikiami ir tarp užsienio šalių vartotojų. Nemažas skirtumas pastebimas tarp užsienio ir Lietuvos vartotojų pateikiant tokius duomenis kaip išsilavinimas (34 % užsienio vartotojų šiuos duomenis pateikia dažniau), elektroninis paštas (17 % užsienio vartotojų šiuos duomenis pateikia dažniau), santykių statusas (38 % užsienio vartotojų šiuos duomenis pateikia dažniau), pomėgiai (20 % užsienio vartotojų šiuos duomenis pateikia dažniau). Paaiškėjo, jog didžiausias skirtumas tarp Lietuvos ir užsienio Facebook'o vartotojų yra pateikiant duomenis apie savo darbą (15 % Lietuvos vartotojų ir 55 % užsienio vartotojų pateikia šiuos duomenis); politines pažiūras (8 % Lietuvos vartotojų ir 55 % užsienio vartotojų); seksualinę orientaciją (15 % Lietuvos vartotojų ir 38 % užsienio vartotojų); adresą (3 % Lietuvos vartotojų ir 64 % užsienio vartotojų). Vertinant šiuos duomenis, galima teigti, jog Lietuvos vartotojai atskleidžia mažesnę dalį asmeninės informacijos apie save, jie nelinkę nurodyti savo adreso,

darbovietės, politinių pažiūrų bei pomėgių. Galima daryti prielaidą, jog Lietuvos Facebook' o svetainės vartotojai yra atsargesni, nes nepaviešina visos asmeninės informacijos apie save.

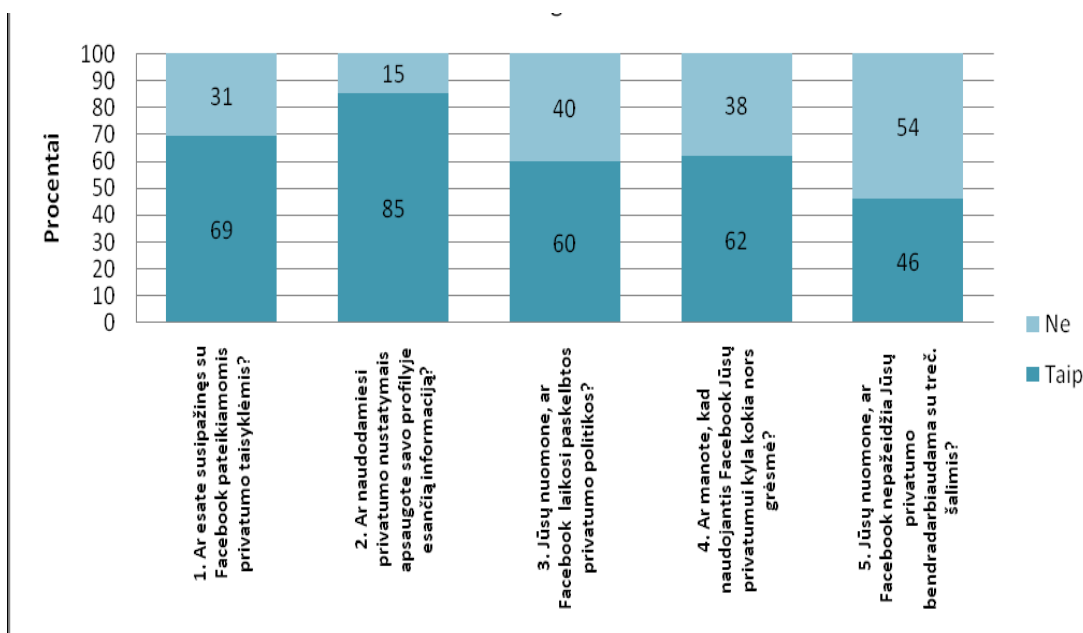
14 paveikslas. Facebook vartotojų pateikiami duomenys



Penktu klausimu buvo siekta išsiaiškinti, ar žmonės registruodamiesi prie Facebook' o pateikia tikrą informaciją apie save. Iš pateiktų atsakymų paaiškėjo, jog 86 % Lietuvos vartotojų registruodamiesi pateikia pagrindinę identifikuojančią informaciją – vardą ir pavardę. Pastebėtina, jog „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ užsienio tyrimo metu paaiškėjo, jog 90 % vartotojų registracijos metu pateikia minėtus duomenis [11, 94]. Lyginant Lietuvos ir užsienio praktiką matyti, jog duomenys, su kuriais yra registruojamasi prie Facebook' o svetainės beveik nesiskiria. 5 % Lietuvos vartotojų tyrimo metu nurodė, jog pateikia tik vardą, 1 % tik pavardę, 4 % slapyvardį, 2 % susikurtą bet kokį vardą, o likusieji, kaip patys įrašė – elektroninio pašto adresą (2 %). Taigi analizuojant respondentų atsakymus į šį klausimą išsiaiškėjo, jog didžioji dalis Lietuvos vartotojų registracijos metu pateikia neišgalvotus duomenis. Galima daryti prielaidą, jog prisistatant tikrais duomenimis, siekiama pritraukti daugiau pažįstamų bei draugų į kontaktų sąrašą.

Šeštame klausime buvo pateikiama lentelė su aštuoniais klausimais (žr. 1 priedą), kur vartotojai galėjo pasirinkti „taip“ arba „ne“ atsakymus. Klausimus galima sugrupuoti į dvi grupes: klausimai, kuriais siekta išsiaiškinti vartotojų požiūrį į Facebook' o privatumo politikos laikymąsi, kylančias grėsmes, privatumo nustatymų naudojimą ir kt. (žr. 15 paveikslą) bei klausimus, kuriais pavyko išsiaiškinti vartotojų požiūrį į Facebook' o svetainės teikiamą naudą bei svarbą (žr. 16 paveikslą).

15 paveikslas. Vartotojų požiūris į privatumo politiką

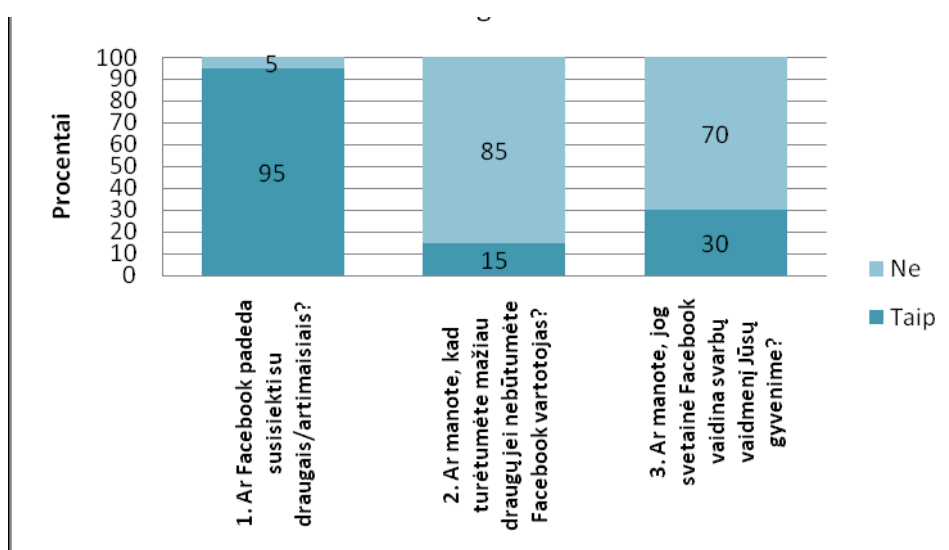


Kaip matyti iš gautų duomenų, didelė dalis (69 %) Lietuvos vartotojų yra susipažinę su skelbiama privatumo politika. Tai rodo domėjimąsi, kur ir kokiais tikslais jų pateikiama informacija bus naudojama bei saugoma. Tačiau pastebėtina tai, kad pakankamai didelė vartotojų dalis (31 %) teigia, jog išvis nėra susipažinę su Facebook'o skelbiamomis privatumo taisyklėmis. Galima daryti prielaidą, jog ši apklaustųjų dalis su jomis susipažintų tik iškilus klausimams, ar konkrečioms problemoms, susijusioms su jų duomenų naudojimu, viešinimu ar saugojimu. Analizuojant apklausos rezultatus matyti, kad didžioji dalis (85 %) apklaustųjų naudodamiesi privatumo nustatymais apsaugo savo profilyje esančią informaciją, taigi išsikelta pirmoji hipotezė (Lietuvos Facebook'o vartotojai nesinaudoja privatumo nustatymais) nepasitvirtino. Maža dalis (15 %) apklaustųjų nurodė, jog nesinaudoja privatumo nustatymais, tai reiškia, jog palieka nekoreguotus Facebook'o svetainės rekomenduojamus privatumo nustatymus, kurie yra pavaizduoti šio darbo antrosios dalies 9 paveikslėlyje. Iš kito klausimo paaiškėjo, jog daugiau nei pusė (60 %) respondentų tiki, jog Facebook laikosi paskelbtos privatumo politikos, tačiau pastebėtina, jog nemaža dalis (40 %) nurodė, jog nesutinka su teiginiu, jog Facebook laikosi paskelbtos privatumo politikos, taigi galima daryti prielaidą, jog buvo susidūrę su konkrečiais pažeidimais arba paskelbta privatumo politika neatrodo patikima. Antroji, tyrimo pradžioje išsikelta hipotezė (*Lietuvos Facebook vartotojai naudodamiesi Facebook svetaine nesuvokia, jog dėl joje viešinamų asmens duomenų, kyla grėsmės jų privatumui*) nepasitvirtino, nes didesnė dalis respondentų (60 %) mano, jog naudojantis Facebook'u jų privatumas gali būti pažeistas. Vertinant šiuos duomenis galima teigti, jog vartotojai įvertina asmeninių duomenų viešinimo galimas pasekmes. Vienas iš galimų pažeidimų atvejų, kurį įvardija daugiau nei pusė apklaustųjų (54 %), yra bendradarbiavimas su trečiosiomis šalimis. Pastebima, jog didesnė dalis vartotojų sutinka, jog Facebook per reklamines

akcijas bei kitaip bendradarbiaujant su įvairiomis kompanijomis gali pažeisti jų privatumą pasinaudodamas asmens duomenimis.

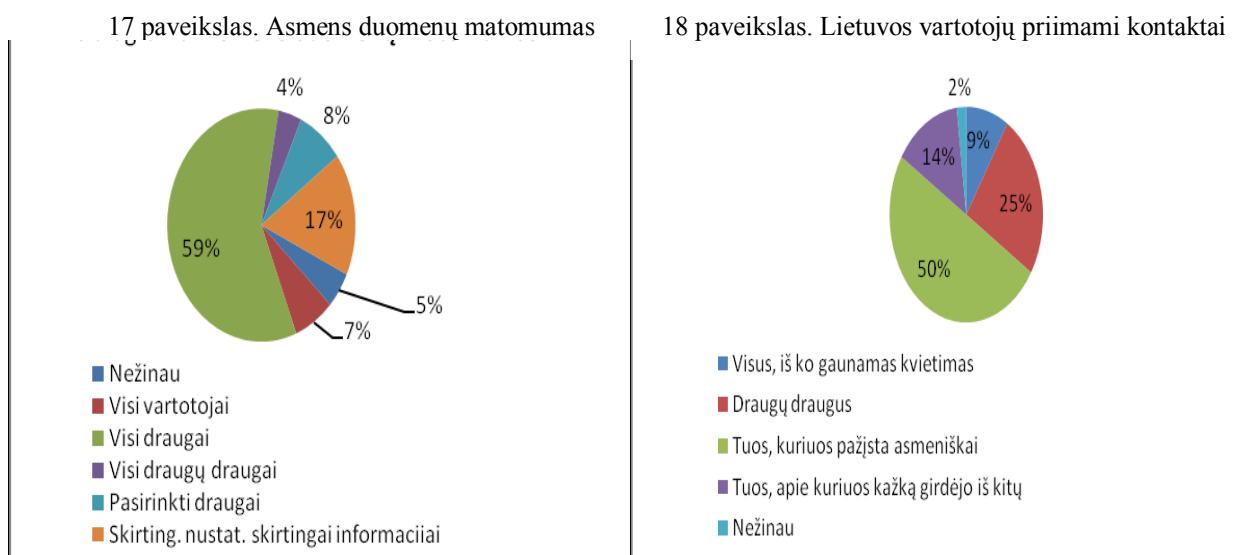
16 paveiksle pavaizduotas Lietuvos Facebook'o vartotojų požiūris į svetainės naudingumą bei svarbą. Iš atsakymų matyti, jog 95 % vartotojų teigia, jog Facebook padeda susisiekti su draugais bei artimaisiais, tačiau draugų skaičius nepriklauso nuo naudojimosi šia svetaine. Darytina išvada, jog, vartotojų nuomone, tapimas Facebook'o nariu neprideda populiarumo tarp bendraamžių, taigi draugų skaičius nesant Facebook'o nariu nemažėja. Pastebėtina, kad, nors antruoju klausimyno klausimu buvo išsiaiškinta, jog Facebook'u naudojama kasdien, vartotojų nuomone (žr. 16 paveikslą), minėta svetainė jiems nėra svarbi (70 %). Taigi ir Lietuvos vartotojams galima pritaikyti anksčiau darbe minėtą „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimo užsienio mokslininkų išsikelta „ritualizuoto vartojimo“ teoriją. Svetainės naudojimas tampa natūraliu kasdieniu dalyku ir nėra sureikšminamas ar vertinamas kaip didelis pripratimas.

16 paveikslas. Vartotojų požiūris į Facebook svetainės teikiamą naudą

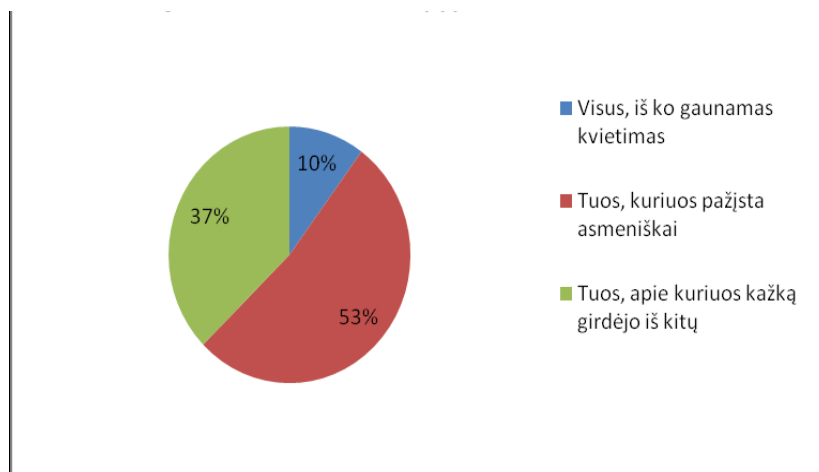


Septintas tyrimo klausimas buvo kontrolinis, kuriuo buvo siekta išsiaiškinti šeštojo klausimo vieno iš atsakymų patikimumą (jei respondentas teigia, jog naudojasi privatumo nustatymais, bet vėliau teigia, jog privatumo nustatymų nekeičia, jo atsakymas laikomas abejotinu). Paaiškėjo, jog 42 % respondentų keičia privatumo nustatymus kartą per metus, 16 % – kartą per mėnesį, 1 % – kartą per savaitę, 20 % respondentų nurodė, jog nekeičia privatumo nustatymų, 15 % nežino, o likusioji dalis (6 %) patys įrašė, jog keičia tada, kai sužino apie Facebook'o padarytus pakeitimus privatumo nustatymų srityje arba kartą per pusmetį. Iš šio klausimo atsakymų matyti, kad nesinaudojančiųjų privatumo nustatymais dalis (20 %) yra panaši kaip buvo gauta apibendrinus šešto klausimo atsakymo duomenis (15 %).

Aštuntuoju klausimu buvo siekta išsiaiškinti, kam sutvarkius privatumo nustatymus Facebook'e yra prieinama vartotojo asmeninė informacija bei duomenys (žr. 17 paveikslą). Paaiškėjo, jog didžioji dalis respondentų informacija apie save dalinasi su visais draugais (59 %). Lyginant su atlikto „Facebook ir privatumas viešoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ užsienio tyrimo duomenimis, panašus respondentų skaičius (50 %) nurodė, jog jų profilyje esanti informacija matoma tik jų draugams [11, 93]. 18 ir 19 paveikslėliuose galima palyginti, ką Lietuvos ir užsienio Facebook'o vartotojai priima į draugų ratą.



19 paveikslas. Užsienio vartotojų priimami kontaktai

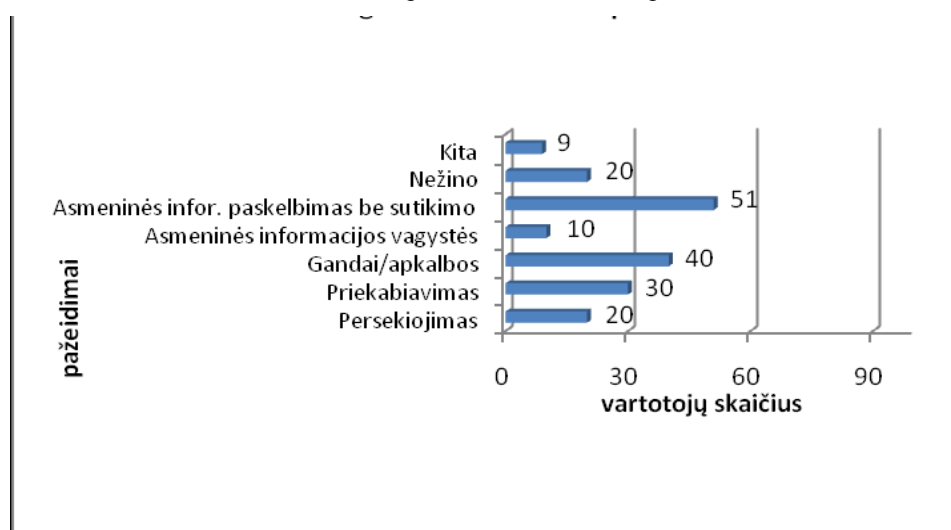


Apibendrinant apklausos duomenis, galima teigti, jog labiausiai vartotojai linkę į draugų ratą priimti žmones, kuriuos asmeniškai pažįsta. Daroma prielaida, jog vartotojai siekia, kad asmeninė informacija nebūtų prieinama bet kam. Lyginant su užsienio „Facebook ir privatumas viešoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimo duomenimis, 23 % mažiau Lietuvos vartotojų linkę suteikti prieigą prie asmeninės informacijos žmonėms, apie kuriuos yra tik kažką girdėję iš kitų. Taip pat nemaža dalis Lietuvos vartotojų (17 %) privatumo nustatymus susitvarko atidžiai ir paskirsto prieigą prie skirtingos savo viešinamos informacijos skirtingiems žmonėms. Tokiu būdu nustatoma, kad asmeninę informaciją matys tik artimiausi žmonės.

Devintuoju ir dešimtoju klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, per kiek laiko po prisiregistravimo prie Facebook'o svetainės Lietuvos vartotojai pakeičia privatumo nustatymus bei dėl kokios priežasties tai daro. Iš atsakymų paaiškėjo, jog didžiausia dalis (34 %) respondentų pakeičia privatumo nustatymus, apsaugančius jų asmeninius duomenis, po to, kai viską smulkiai išsiaiškina bei susipažįsta su privatumo politika. 27 % vartotojų nurodė, jog susitvarko nustatymus iškart po prisijungimo, nemaža dalis vartotojų (26 %) nepamena (galima daryti išvadą, jog tai darė pakankamai seniai), 8 % vartotojų nurodė, jog nustatymų nekoregavo iki šiol. Likusieji (5 %) patys įrašė, jog privatumo pakeitimus padarė praėjus metams nuo prisiregistravimo arba tada, kai perskaitė visuomenės informavimo priemonėse apie asmens duomenų atskleidimo atvejus Facebook'o svetainėje. Pastebėtina, jog viena iš pagrindinių priežasčių, dėl ko Lietuvos vartotojai keičia privatumo nustatymus, tai noras apsaugoti savo asmeninę informaciją, kad ji nebūtų prieinama bet kam (54 %). Kita vartotojų dalis keičiasi privatumo nustatymus, nes yra atsargūs (32 %), 10 % – nes girdėjo apie privatumo pažeidimus Facebook'o svetainėje. Atkreiptinas dėmesys, jog pagal „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimo rezultatus, 38 % vartotojų privatumo nustatymus keitė, nes girdėjo apie pažeidimus Facebook'o svetainėje [11, 93]. Galima teigti, jog tarp užsienio vartotojų pažeidimų, susijusių su asmens duomenimis, pasitaiko dažniau arba jie yra labiau viešinami ir informacija tarp vartotojų sklinda greičiau.

Dvyliktuoju klausimu buvo siekta išsiaiškinti, kokia dalis apklaustųjų susidūrė su privatumo pažeidimais bei kokie jie buvo. Paaiškėjo, jog 46 % (180 apklaustųjų) Lietuvos Facebook'o svetainės vartotojų susidūrė su privatumo pažeidimais, kurie vaizduojami 20 paveiksle.

20 paveikslas. Privatumo pažeidimai



Kaip matyti iš pateiktų duomenų, 51 respondentas nurodė, jog be jo sutikimo buvo paviešinta jo asmeninė informacija. 40 vartotojų įvardino, kad jų asmeninė informacija buvo viešinama per

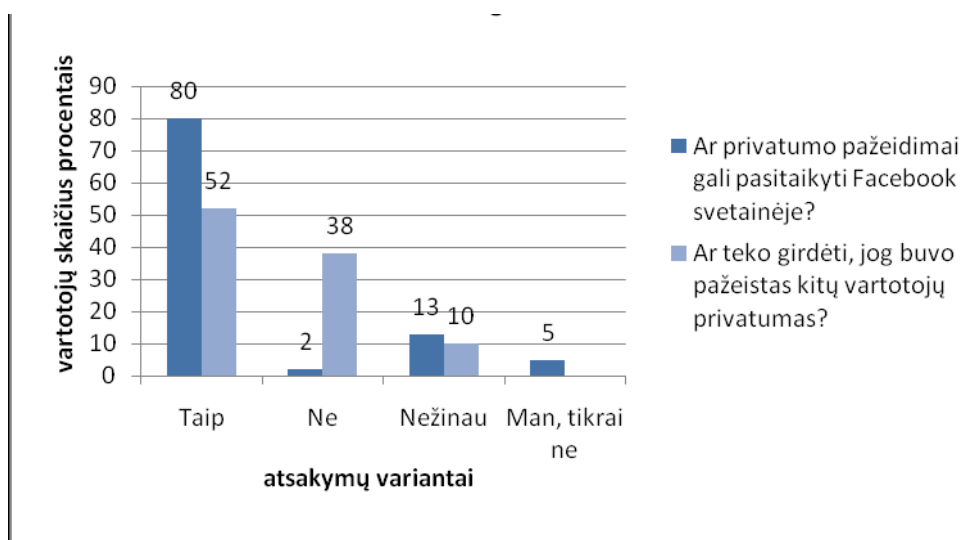
gandus, apkalbas, o 30 patyrė priekabiavimą. 9 apklaustieji patys nurodė, jog be jų sutikimo buvo naudojamos jų nuotraukos (3 vartotojai), platinami virusai per reklamas (4 vartotojai), kurie pažeidė jų kompiuterį bei dingo susikurta anketa (2 vartotojai). Nors analizuojant tyrimo duomenis buvo pastebėta, jog vartotojai linkę susitvarkyti privatumo nustatymus bei riboti prieigą prie savo asmens duomenų nepažįstamiems žmonėms, tačiau, kaip matyti iš šio klausimo atsakymų, su privatumo pažeidimais asmeniškai susidūrė beveik pusė apklaustųjų. Darytina išvada, kad informacija, paskelbta socialinių tinklų svetainėje, tampa lengviau prieinama ir tokiu būdu atsiranda įvairių grėsmių asmens privatumui, nors vartotojai ir naudojami Facebook' o apsaugos nustatymais.

Iš kito klausimo (13 kl.) *kokių tolesnių veiksmų buvo imtasi?* paaiškėjo, jog tik 2 (iš 180 susidūrusių su pažeidimais) kreipėsi į Valstybinę duomenų apsaugos inspekciją, 10 į Facebook' o administraciją, 50 pranešė apie tai draugams bei kontaktams, tačiau niekur nesikreipė, 40 pakeitė privatumo nustatymus. Didžioji dalis iš 180 respondentų nurodė, jog nedarė nieko (68 žmonės), 10 likusiųjų patys įrašė, jog kreipėsi į teisėsaugos institucijas (1 žmogus), susikūrė naują anketą (3 žmonės), nebeviešino asmeninės informacijos apie save (1 žmogus), užblokavo pažeidimus vykdžiusį asmenį (3 žmonės), pašalino iš draugų sąrašo abejotinus asmenis (2 žmonės). Kaip matyti, ketvirta tyrimo pradžioje išsikelta hipotezė (*Lietuvos vartotojai Facebook svetainėje pastebėję privatumo pažeidimus yra labiau linkę pakeisti savo privatumo nustatymus, nei pranešti apie tai atitinkamoms institucijoms*) pasitvirtino, nes Lietuvos Facebook' o vartotojai, pastebėję privatumo pažeidimus, yra labiau linkę pakeisti savo privatumo nustatymus nei pranešti apie tai atitinkamoms institucijoms. Tai patvirtina ir 16 kontrolinis klausimas, kuriame, pateikiant du teiginius, pavyko išsiaiškinti, jog vartotojai, pasiekus informacijai apie privatumo pažeidimus, privatumo nustatymus pakeistų (95 % apklaustųjų), o teisėsaugos institucijoms praneštų 55 % paklaustųjų.

14 bei 15 klausimais buvo siekta išsiaiškinti vartotojų požiūrį į 12 klausime išvardintas galimas grėsmes privatumui Facebook' e taip pat ir tai, ar apklausoje dalyvaujantiems vartotojams teko girdėti apie minėtus pažeidimus, su kuriais susidūrė kiti vartotojai. Kaip matyti iš 21 paveiksle pateiktų apibendrintų tyrimo duomenų, didžioji dalis vartotojų mano, jog Facebook' e gali būti pažeistas jų privatumas.

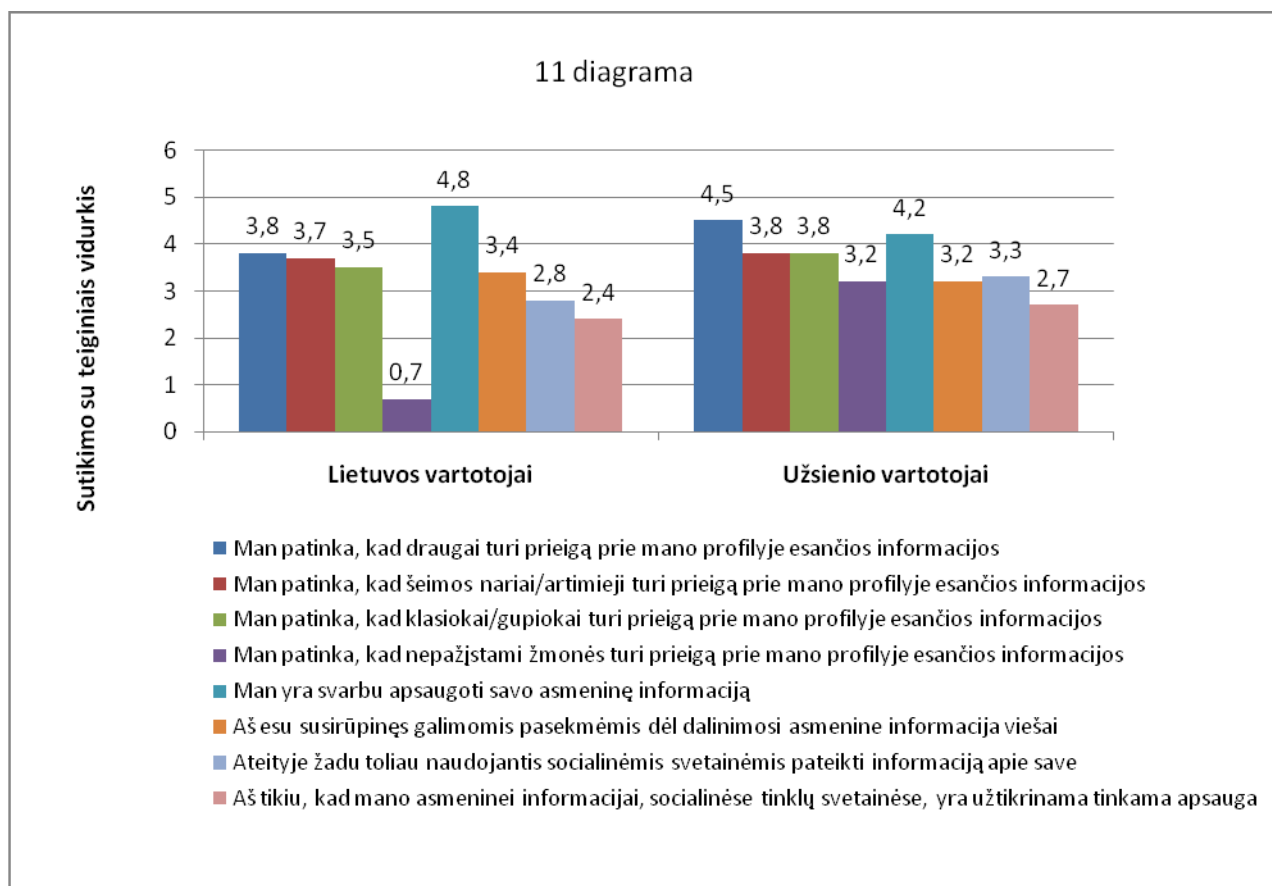


21 paveikslas. Vartotojų požiūris į privatumo pažeidimus Facebook svetainėje



Galima teigti, jog suprantama grėsmė, kylanti paviešintiems duomenims, tačiau vis tiek svetaine naudojamas. Daugiau nei pusė (52 %) vartotojų nurodė, kad apie privatumo pažeidimus yra girdėję iš kitų vartotojų. Galima daryti prielaidą, jog vartotojai tiki, kad bus pažeistas kitų asmenų privatumas, bet ne jų pačių („Trečiųjų šalių efekto“ teorija), tačiau tiesiogiai šiam teiginiui pritarė tik 5 % vartotojų. Remiantis apklausos duomenimis matyti, jog 3 išsikelta hipotezė nepasitvirtino (*Lietuvos Facebook'o vartotojai vadovaujasi „Trečiųjų šalių efekto“ teorija, t. y. neigiamas šalutinis poveikis yra priskiriamas kitiems, o teigiamas poveikis priskiriamas sau*), nes pagal atsakymo variantus matyti, jog vartotojai nėra garantuoti dėl savo privatumo bei asmens duomenų saugumo Facebook'e. Lyginant su užsienio „Facebook ir privatumas viešojoje erdvėje: požiūris, elgesys ir nenumatyti padariniai“ tyrimo duomenimis apklaustieji vadovaujasi „Trečiųjų šalių efekto“ teorija, nes yra labiau linkę galimas grėsmes priskirti kitiems nei sau (apskaičiavus vidurkį sau priskiriama rizika lygi 0.07; kitiems – 0.38) [11, 95].

Septynioliktajame klausime buvo pateikiami aštuoni teiginiai, kuriuos vartotojai turėjo įvertinti nuo 1 iki 5 (1 – visai nesutinka, o 5 – tikrai sutinka). Diagramoje apskaičiuotas teiginių įvertinimo vidurkis. Lyginant užsienio ir Lietuvoje atlikto tyrimo duomenis, buvo siekiama išsiaiškinti vartotojų požiūrį į duomenų viešinimą bei socialinių tinklų svetainių naudojimą bei duomenų apsaugą (žr. 22 paveikslą).



Iš pateiktos diagramos matyti, jog užsienio socialinių tinklų vartotojai yra labiau linkę su draugais dalintis profilyje pateikta informacija. Jiems patinka, kai prie informacijos prieigą turi jų draugai. Atsižvelgiant į pateiktus duomenis, Lietuvos vartotojai atsargesni. Tačiau pastebėtina tai, jog Lietuvos vartotojai labiau linkę viešinti informaciją draugų tarpe nei suteikti prieigą artimiesiems/šeimos nariams. Atsižvelgiant į apklausos rezultatus (1 – visai nesutinka) matyti, jog Lietuvos vartotojams nepatinka, kai prieigą prie jų asmens duomenų turi nepažįstami asmenys. Pastebimas noras išsaugoti savo privatumą, tai ženkliai skiriasi nuo užsienio vartotojų, nes atlikto „Duomenų (tapatybės) atskleidimas socialinių tinklų bendruomenėse“ tyrimo duomenimis, sutikimo su šiuo teiginiu vidurkis yra 3,2 (5 – tikrai sutinka) [54, 6]. Galima daryti prielaidą, jog užsienio vartotojai yra atviresni, labiau linkę bendrauti, ieškoti naujų pažinčių, dėl to ir lengviau suteikia prieigą prie savo skelbiamos informacijos socialinių tinklų svetainėse. Lietuvių norą išsaugoti savo asmens duomenis bei privatumą rodo ir tai, jog labiausiai buvo sutinkama su teiginiu, jog yra svarbu apsaugoti savo asmeninę informaciją. Tiek užsienio, tiek Lietuvos vartotojai, kaip matyti iš atsakymų apibendrinimo, yra susirūpinę dėl galimų pasekmių, dalinantis asmenine informacija viešai, galbūt dėl to nėra tikri, ar ateityje toliau naudosis socialinių svetainių teikiamomis paslaugomis. Su teiginiu, jog asmeninė informacija minėtose svetainėse yra tinkamai apsaugota, nesutiko nei užsienio, nei Lietuvos vartotojai, tai taip pat gali turėti įtakos pasirinkimui,

ar toliau bus naudojamosi socialinių tinklų svetainėmis bei darytina išvada, jog vartotojai buvo susidūrę su privatumo pažeidimais.

Išanalizavus aštonioliktojo klausimo atsakymo rezultatus, paaiškėjo, jog 51 % respondentų teigia, jog su privatumo politika susipažinti yra labai svarbu, 41 % – pakankamai svarbu ir tik 10 % vartotojų neteikia didelės reikšmės socialinių tinklų svetainėje skelbiamai privatumo politikai. Darytina išvada, jog Lietuvos Facebook'o vartotojai siekia apsaugoti savo asmens duomenis, bei mano, jog svarbu žinoti, kokiomis sąlygomis jų pateikta informacija bus naudojama, saugoma bei viešinama.

### 3.3. Tyrimo išvados

Lietuvos vartotojams viena iš socialinių tinklų svetainių – Facebook – tapo rutina, nes 85 % apklaustųjų ją naudojami kasdien po keletą kartų, tačiau patys vartotojai to nevertina kaip pripratimo.

Facebook'e Lietuvos vartotojai daugiausiai pateikia identifikuojančią informaciją apie save – vardą, pavardę, lytį, nuotrauką, gyvenamąjį miestą bei gimimo datą. Įvertinus užsienio tyrimų duomenis, užsienio vartotojai linkę pateikti ir įvairesnę informaciją apie save (tikslus, pomėgius, adresą, darbą, politines pažiūras ir pan.).

Pirmoji hipotezė nepasitvirtino, nes, remiantis atlikto tyrimo duomenimis, paaiškėjo, jog 85 % apklaustųjų Lietuvos vartotojų naudojami privatumo nustatymais, taip siekdami apsaugoti asmeninę informaciją apie save. Lyginant su užsienio tyrimų duomenimis, savo duomenų neapsaugo didesnę dalis užsienio vartotojų – 31 %

Antroji hipotezė nepasitvirtino, nes daugiau nei 60 % respondentų mano, jog, naudojantis Facebook'o svetaine, kyla grėsmė jų privatumui.

Lietuvos vartotojai yra atsargesni nei užsienio vartotojai ir nemėgsta, kai prie jų asmeninės informacijos prieigą turi nepažįstami žmonės.

Beveik pusė – 46 % apklaustųjų Lietuvos vartotojų – buvo susidūrę su privatumo pažeidimais Facebook'e. Lyginant su užsienio tyrimų duomenimis, galima teigti, jog tai didelė dalis, nes tik 18 % užsienio vartotojų nurodė, jog patyrė asmens duomenų apsaugos pažeidimus, o 38 % – girdėjo iš kitų [11, 93].

Trečioji išsikelta hipotezė nepasitvirtino, nes, kaip paaiškėjo iš apklausos duomenų, vartotojai nėra garantuoti dėl savo asmens duomenų saugumo Facebook'o svetainėje, dėl to galima teigti, jog „Trečiųjų šalių efekto“ teorija nesivadovauja. Pastebėtina, jog, remiantis užsienio tyrimo duomenimis, užsienio vartotojai yra labiau linkę galimas grėsmes priskirti kitiems.

Ketvirtoji hipotezė pasitvirtino, nes paaiškėjo, jog Lietuvos vartotojai pastebėję privatumo pažeidimus labiau linkę pasikeisti privatumo nustatymus nei pranešti apie tai teisėsaugos institucijoms.

Lietuvos Facebook'o vartotojai mano, jog svarbu apsaugoti savo asmeninę informaciją ir yra susirūpinę dėl galimų pasekmių, naudojantis svetainės paslaugomis.

Pastebėta, jog Lietuvos Facebook'o vartotojams yra svarbi skelbiama privatumo politika bei jos laikymasis.

Darytina išvada, jog socialinių tinklų svetainės ateityje pritrauktų dar didesnę Lietuvos vartotojų skaičių, jei sustiprintų apsaugą asmens duomenims bei laikytųsi skelbiamos privatumo politikos.

## IŠVADOS

Kaip pastebėta šiame darbe, žiniatinklio teikiamos galimybės nulėmė tai, kad socialiniai tinklai (žmonių bendruomenės) su jiems būdingais bendravimo įpročiais bei ryšiais persikėlė į virtualią erdvę – socialinių tinklų svetaines. STS galima apibrėžti kaip vieną iš žiniatinklio paslaugų, kur dalinamasi informacija, nevaržomai bendraujama, tarp vartotojų formuojami įvairūs ryšiai bei skatinama žmogaus saviraiška. Minėtos svetainės sukurtos taip, kad vartotojas galėtų lengvai jomis naudotis, teikiamos paslaugos būtų paprastai suprantamos. Socialinių tinklų svetainių spartų išpopuliarėjimą nulėmė, tai jog buvo atsižvelgiama į skirtingų vartotojų poreikius, tobulinami bei kuriami svetainėse esantys įrankiai ir paslaugos, kuriamos reklaminės akcijos. Išvardintieji faktai turėjo įtakos, tam kad šiomis dienomis vartotojai pateikia didelę dalį asmeninės informacijos, plečia draugų (ryšių) sąrašą, o socialinių tinklų svetainės kuria bei koreguoja asmens duomenų apsaugos politikas.

Socialinių tinklų svetainių architektūrą sudaro didelis kiekis techninės įrangos, nes kūrėjai stengiasi minėtose svetainėse užtikrinti paslaugų kokybę ir prieinamumą bet kuriuo paros metu. Minėtų svetainių komercinė sėkmė priklauso nuo pritrauktų vartotojų skaičiaus, todėl vartotojai yra skatinami jungtis kuo daugiau narių į savo kontaktų (ryšių) sąrašą ir dalintis įvairia informacija tarpusavyje. Kadangi svetainių struktūra leidžia nariams užmegzti bei palaikyti ryšius ir tarp visai nepažįstamų žmonių, minėtose svetainėse atsiranda komunikacinio bei informacinio privatumo pažeidimų galimybės. Asmens pateiktus duomenis galima panaudoti kitais tikslais nei buvo paskleisti – be savininko žinios informaciją pakeisti, kopijuoti, rinkti, siekiant panaudoti ją savanaudiškais tikslais.

Privatumo sampratą galima apibrėžti, kaip teisę, kurią kiekvienas asmuo turi savo asmeninėje erdvėje, apsaugotą nuo kitų fizinių ar juridinių asmenų kišimosi. Asmens duomenų apsauga yra privatumo dalis, dar vadinama informaciniu privatumu. Galima teigti, jog jeigu yra užtikrinama apsauga informacijai tiesiogiai ar netiesiogiai susijusiai su individu, atskleidžiančiai jo tapatybę – asmens privatumas yra išsaugomas. Kaip buvo pastebėta, STS asmenys atskleidžia nemažą dalį savo asmeninės informacijos, dėl to galima išskirti pagrindines, minėtose svetainėse, iškylančias grėsmes:

- asmens informacijos panaudojimas be savininko žinios (parsisiuntimas, išsaugojimas, platinimas ir pan.);
- tolesnis asmens duomenų viešinimas, asmeniui išsiregistravus iš socialinės tinklų svetainės (informacija STS išlieka ir panaikinus asmeninį profilį);
- kitų asmenų klaidinančios informacijos pateikimas, siekiant gauti prieigą prie asmens duomenų;

- asmens duomenų naudojimas ne įvardytais tikslais (dažniausia prie duomenų turi prieigą neprisiregistravusieji, t.y. išorės vartotojai bei duomenys naudojami komerciniais tikslais);
- esant prieinamam dideliame kiekiui asmeninės informacijos, kitų asmenų galimybė ją kaupti, rinkti ir pasinaudoti savais tikslais: asmens tapatybės vagystėms, sukčiavimui, priekabiavimui, persekiojimui, apsimetinėjimui, šmeižtui, seksualiniam išnaudojimui ir pan.

Nagrinėjant teisės aktus, reglamentuojančius asmens duomenų apsaugą, pastebėta, jog juose dėmesys yra kreipiamas į asmens duomenų naudojimo tikslų teisėtumą, duomenų kokybę, saugojimą, duomenų subjekto teises bei duomenų perdavimo teisėtumą telekomunikacijų tinklais, tačiau pasigendama didesnio minėtų dokumentų dėmesio ir pritaikomumo šių dienų naujausių technologijų galimybių sąlygomis. Galima teigti, kad dabartiniai teisės aktai tik iš dalies gina teisę į asmens duomenų apsaugą, nes pagrindinis reguliavimas yra abstraktus. Atsižvelgiant į informacinių technologijų vystymąsi bei globalizaciją reikalingas teisės aktų pakeitimas tarptautiniu mastu bei visuomenės švietimas siekiant minėtų teisės aktų supratimo. Kadangi STS vartotojų skaičius vis didėja, teisės aktuose turėtų būti reglamentuojama vartotojų bei STS administracijos atsakomybė asmens duomenų neteisėto panaudojimo atveju. Taip pat reikalavimai minėtoms svetainėms įvardinti aiškius informacijos rinkimo bei panaudojimo tikslus, kad esant pažeidimams vartotojai galėtų ginti savo teises teisėsaugos institucijose.

Išanalizavus populiariųjų socialinių svetainių (Facebook, Myspace, Klase.lt, Frype.lt) privatumo politikas buvo pastebėtas jų panašumas. Šių socialinių svetainių privatumo politikose daugiausia dėmesio skiriama vartotojų paskelbtos informacijos tolesnio naudojimo, vartotojų duomenų valdymo galimybių aptarimui. Minėtų svetainių privatumo politikų analizė parodė, kad:

- visose nagrinėtose socialinėse svetainėse registruojantis reikia pateikti duomenis apie save (vardas, pavardė, elektroninio pašto adresas, lytis, gimimo data);
- tai jog daugumoje socialinių tinklų svetainių registruojantis nėra prašoma susipažinti su privatumo politika, rodo kiek atsainų svetainių kūrėjų požiūrį į asmens duomenų apsaugą. Arba tokiu būdu siekiama išvengti vartotojų neigiamos reakcijos, jei duomenys būtų naudojami ne tuo tikslu, nei buvo skelbiama ir jie tikėjosi. Lengvas prisiregistravimo būdas pritraukia dar daugiau vartotojų;
- kai kurie asmenų paskelbti duomenys tampa prieinamais visiems viešai, pvz. per tokias paieškos priemones kaip Google, tai rodo socialinių tinklalapių siekį, paskleidžiant informaciją apie esamus vartotojus, pritraukti vis naujų narių, taip plečiant vartotojų ratą. Tačiau ši galimybė, taip pat, gali turėti ir nemažai neigiamų padarinių (asmens duomenų vagystės, informacijos panaudojimas be savininko žinios, tam tikros informacijos apie asmenį prieinamumas darbdaviams, nusikaltėliams ir pan);

- socialinės tinklų svetainės kai kurias paslaugas atlieka (naudojant asmens duomenis) ne pagal svetainės įvardijamus duomenų rinkimo tikslus.

Atlikus tyrimą paaiškėjo, jog tiek Lietuvos, tiek užsienio vartotojų tarpe, Facebook svetainė yra itin populiari. Joje norint nevaržomai komunikuoti pateikiama nemaža dalis asmenį identifikuojančios informacijos, tačiau pastebėta, jog siekdami ją apsaugoti Lietuvos vartotojai naudojami privatumo nustatymais. Lyginant su užsienio tyrimų duomenimis, užsienio vartotojai mažiau linkę apsaugoti savo paskelbtus asmens duomenis - 31 proc. vartotojų išvis nesinaudoja privatumo nustatymais, tuo tarpu Lietuvoje minėtais nustatymais nesinaudoja dvigubai mažiau tyrime dalyvavusiųjų respondentų. Pastebėta, jog lietuviai yra atsargesni, tačiau nepaisant to, su asmens duomenų apsaugos pažeidimais Lietuvoje buvo susidūrę beveik pusė apklaustųjų (46 procentai). Darytina prielaida, jog svetainėje vartotojų duomenims taikoma apsauga nėra pakankamai efektyvi. Tuo tarpu nedidelė dalis užsienio vartotojų (18 proc.) nurodė, jog buvo susidūrę su privatumo pažeidimų atvejais. Darytina išvada, jog galbūt dėl šios priežasties didesnė dalis užsienio vartotojų, neapsaugo savo paviešintų duomenų arba privatumo pažeidimų suvokimas, tarp Lietuvos ir užsienio vartotojų, yra skirtingas.

Lietuvos vartotojams yra svarbi skelbiama privatumo politika, tačiau, net ir pastebėję asmens duomenų apsaugos pažeidimus, vartotojai nėra linkę kreiptis į teisėsaugos institucijas ar į svetainės administraciją. Tai lemia tolesnį minėtų pažeidimų vykdymą. Darytina išvada, jog siekiant sumažinti asmens duomenų pažeidimus STS vartotojai turėtų mažinti skelbiamos informacijos kiekius, o pastebėję pažeidimus kreiptis į teisėsaugos institucijas bei informuoti apie tai kitus vartotojus. Tuo tarpu STS, siekdamos išlaikyti vartotojų skaičių bei jį didinti, turėtų kurti naujas apsaugos galimybes bei skatinti vartotojus jomis naudotis.

## Bibliografinių nuorodų sąrašas

1. ACQUISTI, Alessandro Acquisti, GROSS, Ralph. Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. In *Lecture Notes in Computer Science*. Heidelberg: Springer Berlin, 2006, p. 36-58. ISSN 0302-9743.
2. BLANCHARD, Anita and HORAN, Tom. *Virtual Communities and Social Capital* [interaktyvus]. USA: Idea Group Publishing, 2000 [žiūrėta 2011 m. balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.164.441&rep=rep1&type=pdf>>.
3. BOYD, Danah M., ELISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11 [interaktyvus]. [USA], 2007. [žiūrėta 2009 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.
4. CIVILKA, Mindaugas. *Asmens duomenų apsauga tarptautinėje ir EB teisėje* [interaktyvus]. Vilnius, 2001 [žiūrėta 2010 m. kovo 3 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.itc.tf.vu.lt/paskaitos/paskait/ada\\_1.12.pdf](http://www.itc.tf.vu.lt/paskaitos/paskait/ada_1.12.pdf)>.
5. CLARKE, Roger. *Introduction to Dataveillance and Information Privacy, and Definitions of Terms* [interaktyvus]. Xamax Consultancy Pty Ltd, 2006 [žiūrėta 2010 m. balandžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/Intro.html>>.
6. *Connecting with others is the most important thing we can do* [interaktyvus]. Social Network, 1995–2009 [žiūrėta 2009 m. spalio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://socialnetwork.com>>.
7. ČEPULKAUSKAS, Algimantas; KULVIETIS, Genadijus. *Interneto svetainių kūrimas ir palaikymas*: mokomoji knyga. Vilnius: Technika, 2006. p. 4-5. ISBN 9986059860.
8. DAGIENĖ, Valentina; GRIGAS, Gintautas; ir JEVSIKOVA, Tatjana. *Enciklopedinis kompiuterijos žodynas* [interaktyvus]. Vilnius: Matematikos ir informatikos institutas; Vilniaus universitetas, 2009 [žiūrėta 2009 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.likit.lt/term/enc.html>>.



9. DANEZIS, George. *Inferring Privacy Policies for Social Networking Services* [interaktyvus]. United Kingdom, 2009 [žiūrėta 2011 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.149.2227&rep=rep1&type=pdf>>.
10. DAWSON, Ross. *Implementing Enterprise 2.0: A practical guide to creating business value inside organizations with web technologies*. CreateSpace, 2009. p. 196. ISBN 978-1441486905.
11. DEBATIN, Bernhard; LOVEJOY, Jennette P.; HORN, Ann-Kathrin; HUGHES, M.A. Brittany N. Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequence. In *Journal of Computer-Mediated Communication* [ineraktyvus]. International Communication Association, 2009, (15) [žiūrėta 2011 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://142.58.129.107:8080/file-newest/10227/facebook10.pdf>>.
12. *Design model* [interaktyvus]. Nicole Blogs, 2011 [žiūrėta 2011 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://nicolewblog.edublogs.org/files/2008/04/facebook-map.jpeg>>.
13. *Directive 97/66/EC of the European parliament and of the council* [interaktyvus]. The European Union, 1997 [žiūrėta 2010 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą: <[http://eur-lex.europa.eu/lt/dossier/dossier\\_27.html](http://eur-lex.europa.eu/lt/dossier/dossier_27.html)>.
14. DWYER, Catherine; HILTZ, Starr; PASSERINI, Katia. *Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace* [interaktyvus]. Americas Conference on Information Systems (AMCIS), 2007 [žiūrėta 2011 m. balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.148.9388&rep=rep1&type=pdf>>.
15. *E.pasas.lt privatumo politika* [interaktyvus]. UAB Epasas.lt, 2006-2010 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.epasas.lt/privatumo-politika>>.
16. *Europos parlamento ir tarybos direktyva dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo: 95/46/EC L282/31* [interaktyvus]. Europos Sąjunga, 1995 [žiūrėta 2010 m. balandžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <[http://eur-lex.europa.eu/lt/dossier/dossier\\_02.htm](http://eur-lex.europa.eu/lt/dossier/dossier_02.htm)>.
17. *Europos žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencija*. Roma, 1950. Iš *Valstybės žinios*, 2000, Nr. 96-3016.
18. *Facebook spaudos kambarys: statistika* [interaktyvus]. Facebook, 2010 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>.

19. *Facebook Visualizations* [interaktyvus]. Web-based Interactive Graph Interfaces [žiūrėta 2011 m. balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.wigis.net/wigi/index.php/fb-vis-menu>>.
20. *Facebook's privacy policy* [interaktyvus]. Facebook, 2010, spalio 5 d. [žiūrėta 2010 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.facebook.com/policy.php>>.
21. *Frype.lt naudojimosi taisyklės* [interaktyvus]. Frype.lt, 2006-2010 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.frype.lt/rules/>>.
22. GURSES, Fahriye Seda. *Multilateral Privacy Requirements Analysis in Online Social Network Services* [Doctor dissertation] [interaktyvus]. Arenberg Doctoral School of Science, Engineering & Technology, Faculty of Engineering, Department of Computer Science, May 2010 [žiūrėta 2011 m. gruodžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.cosic.esat.kuleuven.be/publications/thesis-177.pdf>>.
23. GEČIENĖ, Ingrida. Socialinių tinklų analizė migracijos studijose. Iš *Sociologija. Mintis ir veiksmas* [interaktyvus]. 2009, 2(25) [žiūrėta 2011 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą : <[http://www.ku.lt/sociologija/files/2009-2\\_p.130-143.pdf](http://www.ku.lt/sociologija/files/2009-2_p.130-143.pdf)>
24. Global Internet Liberty campaign. *Privacy and human rights: an international survey of privacy laws and practice: report* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. balandžio 29 d.]. Prieiga per internetą:<<http://gilc.org/privacy/survey/intro.html>>.
25. *Young people and social networking services?* [interaktyvus]. Childnet International, 2007 [žiūrėta 2009 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.digizen.org/socialnetworking/>>.
26. YOUNG, Alyson L.; QUAN-HAASE, Anabel. *Information Revelation and Internet Privacy Concerns on Social Network Sites: A Case Study of Facebook* [interaktyvus]. 2009 [žiūrėta 2011 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą:< <http://sozio-informatik.net/fileadmin/IISI/upload/2009/p265.pdf>>.
27. JANIŪNIENĖ, Erika. Vadybininko informacinė elgsena organizacijoje: socialinių tinklų naudojimas. Iš *Informacijos mokslai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007, t. 40, p. 62.
28. KARDELIS, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas, 2002. p. 344–345. ISBN 9986-948-65-7.
29. KILIAN, Wolfgang; iš anglų kalbos vertė CIVILKA, Mindaugas. *Mokymo apie asmens duomenų apsaugą koncepcija* [interaktyvus]. Hanoverio Universitetas, Teisinės

Informatikos Institutas [žiūrėta 2010 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.itc.tf.vu.lt/mokslas/adak.doc>>.

30. KISILEVICH, Slava; MANSMANN Florian. Analysis of privacy in online social networks of Runet [interaktyvus]. In *SIN '10 Proceedings of the 3rd international conference on Security of information and networks*. New York, USA, 2010 [žiūrėta 2011 m. vasario 9 d.]. Prieiga per internetą:< <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.168.3615&rep=rep1&type=pdf>>.

31. *Konvencija dėl asmenų apsaugos ryšium su asmens duomenų automatizuotu tvarkymu*. ETS Nr. 108. Strasbūras: Europos taryba, 1981. *Valstybės žinios*, 2001, Nr. 32-1059.

32. KOPYTOFF, V. *Google's orkut puzzles experts*. *San Francisco Chronicle* [interaktyvus]. Hearts Communications Inc., 2004 [žiūrėta 2009 m. lapkričio 27 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2004/11/29/BUGU9A0BH441.DTL>>.

33. LEWIS, Kevin; KAUFMAN, Jason; CHRISTAK, Nicholas. The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network. In *Journal of Computer-Mediated Communication* [inyeraktyvus]. International Communication Association, 2008, (14) [žiūrėta 2011 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą:< <http://dev.christakis.med.harvard.edu/pdf/publications/articles/094.pdf>>.

34. Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas. *Valstybės žinios*, 1996, Nr. 63-1479.

35. MARWICK, Alice E.; MURGIA, Diaz Diego; PALFREY, John. *Youth, Privacy and Reputation: Literature Review* [interaktyvus]. The Berkman Center for Internet & Society Research Publication No. 2010/ 5, April 21 [žiūrėta 2011 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą:< [http://www.privacyconference2010.org/upload/Perceptions\\_SSRN-id1588163%20\(2\).pdf](http://www.privacyconference2010.org/upload/Perceptions_SSRN-id1588163%20(2).pdf)>.

36. *Measurement Firms Don't Agree on January 2010 Traffic for Facebook, MySpace and Twitte* [interaktyvus]. Inside Network, Inc., February 24th, 2010 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 30 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.insidefacebook.com/2010/02/24/measurement-firms-dont-agree-on-january-2010-traffic-for-facebook-myspace-and-twitter/>>.

37. MERKYS, Gediminas; BARŠAUSKIENĖ, Viktorija; ANTINIENĖ, Dalia. Lietuvos studentų socialiniai ryšiai: diagnostinis tyrimas naudojant socialinio tinklo matricą. Iš *Psichologija* [interaktyvus]. 2004, (30) ) [žiūrėta 2011 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Psichologija/30/32-46.pdf>>.

38. NICKSON, Christopher. *The history of social networking* [interaktyvus]. Digital Trends, 2009 [žiūrėta 2009 m. lapkričio 27 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>>.
39. NIGUSSE, Girma; DECKER, Bart De. *Privacy Codes of Practice for the Social Web: The Analysis of Existing Privacy Codes and Emerging Social-Centric Privacy Risks* [interaktyvus]. Belgium, 2010 [žiūrėta 2011 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.aaai.org/ocs/index.php/SSS/SSS10/paper/viewPDFInterstitial/1054/1499>>.
40. *OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data* [interaktyvus]. Organisation for economic co-operation and development, 1980 [žiūrėta 2010 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą:< [http://www.oecd.org/document/18/0,3343,en\\_2649\\_34255\\_1815186\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html#recommendation](http://www.oecd.org/document/18/0,3343,en_2649_34255_1815186_1_1_1_1,00.html#recommendation)>.
41. *Online population* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.checkfacebook.com>>.
42. PREIBUSCH, Søren; HOSER, Bettina; GÜRSES, Seda; BERENDT, Bettina. *Ubiquitous social networks – opportunities and challenges for privacy-aware user modeling* [interaktyvus]. June 2007 [žiūrėta 2011 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą:< <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.5376&rep=rep1&type=pdf>>.
43. *Privacy policy* [interaktyvus]. Myspace, Inc., 2008, February 28 [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.myspace.com/index.cfm?fuseaction=misc.privacy>>.
44. *Privatumas socialiniuose tinkluose proporcingas paskelbtai informacijai: Infoplex interviu su Rita Vaitkevičiene* [interaktyvus]. UAB Lexnet, 2009 [žiūrėta 2009 m. rugsėjo 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.infolex.lt/portal/start.asp?act=news&Tema=50&Str=33102>>.
45. ROHANI, Vala Ali; HOCK, Ow Siew. On Social Network Web Sites: Definition, Features, Architectures and Analysis Tools. In *Journal of Computer Engineering* [interaktyvus]. Malaysia, 2009 [žiūrėta 2011 m. balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą: [http://jacr.iausari.ac.ir/No%202/2\\_Doc5.pdf](http://jacr.iausari.ac.ir/No%202/2_Doc5.pdf)>.
46. ROSEN, Christine. Virtual Friendship and the New Narcissism. In *The New Atlantis: a journal of technology and society* [interaktyvus]. 2007 Summer, no. 17 [žiūrėta 2009 m. lapkričio 24 d.], p. 16–22. Prieiga per internetą: <<http://www.thenewatlantis.com/docLib/TNA17-Rosen.pdf>>.

47. RUDZKIENĖ, Vitalija. *Socialinė statistika : vadovėlis*. Vilnius: Mykolo Riomerio universitetas, 2005, p. 34–35. ISBN 9955-19-002-7.
48. *Social Network Web Application Architecture* [interaktyvus]. Web Biz Networks LLC, 2010 [žiūrėta 2011 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.webbizdesigns.com/website-planning/social-network-web-application-architecture>>.
49. Socialiniai tinklai: Komisija tarpininkauja sudarant didžiųjų interneto bendrovių susitarimą [interaktyvus]. Briuselis, 2009 [žiūrėta 2009 m. lapkričio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/232&format=HTML&aged=0&language=LT&guiLanguage=en>>.
50. SQUICCIARINI, Anna C.; SHEHAB, Mohamed; WEDE, Joshua. Privacy policies for shared content in social network sites. In *The VLDB Journal* [interaktyvus]. Springer-Verlag, 30 June, 2010 [žiūrėta 2011 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <[http://sis.uncc.edu/~mshehab/papers/Shb\\_VLDBJ\\_10\\_preprint.pdf](http://sis.uncc.edu/~mshehab/papers/Shb_VLDBJ_10_preprint.pdf)>.
51. *Privacy* [interaktyvus]. In Stanford Encyclopedia of Philosophy CSLI: Stanford University, 2002, May 14 [žiūrėta 2010 m. balandžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://plato.stanford.edu/entries/privacy/>>.
52. STEINER, Heidi. Reference utility of social networking sites: options and functionality. In *Library Hi tech News*. 2009, Number 5/6, p. 1-3.
53. STUTZMAN, F. *Unit structures. Social Network Transitions* [interaktyvus]. 5 November 2007 [žiūrėta 2009 m. rugsėjo 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://chimprawk.blogspot.com/2007/11/social-network-transitions.html>>.
54. STUTZMAN, Frederic. An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities [interaktyvus]. In *International Digital and Media Arts Journal*, 2006 [žiūrėta 2011 m. kovo 29 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.units.muohio.edu/codeconference/papers/papers/stutzman\\_track5.pdf](http://www.units.muohio.edu/codeconference/papers/papers/stutzman_track5.pdf)>.
55. ŠUMINAS, Andrius. Politinė komunikacija socialinių tinklų svetainėse. Iš *Informacijos mokslai* [interaktyvus]. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2009, t.51 [žiūrėta 2011 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos\\_mokslai/51/24-36.pdf](http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/51/24-36.pdf)>.
56. TUZOVAITĖ, Agnė. Asmens duomenų apsauga (žmogaus teisės į privatą gyvenimą užtikrinimas) [interaktyvus]. Iš *Vadovo pasaulis*,

2001/2 [žiūrėta 2010 m. balandžio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.verslobanga.lt/lt/leidinys.full/3c10bc6e9fd9c>>.

57. U.K. *Social Networking Site Usage Highest in Europe* [interaktyvus]. ComScore, Inc., 2007 [žiūrėta 2009 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <[www.comscore.com/press/release.asp?press=1801](http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1801)>.

58. *Visuotinė žmogaus teisių deklaracija* [interaktyvus]. Jungtinių tautų organizacija, 1948 [žiūrėta 2010 m. balandžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <[https://www.urm.lt/popup2.php?item\\_id=8849](https://www.urm.lt/popup2.php?item_id=8849)>.

59. VIVIAN, Nathan; SUDWEEKS, Fay. *Social Networks in Transnational and Virtual Communities*. In *Informing Science* [interaktyvus]. Perth, Australia, June 2003 [žiūrėta 2011 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.57.9839&rep=rep1&type=pdf>>.

60. WARREN, Samuel; BRANDEIS Louis. *The right to privacy* [interaktyvus]. Boston: 1890, vol. IV, December 15, No. 5 [žiūrėta 2010 m. kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <[http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy\\_brand\\_warr2.html](http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy_brand_warr2.html)>.

61. ZUCKERBERG, Mark. *Making control simpler* [interaktyvus]. 2010, gegužės 26 d. [žiūrėta 2010 m. spalio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://blog.facebook.com/blog.php?post=391922327130>>.

62. *Žiniatinklio sistemų technologijos* [interaktyvus]. Kauno technologijos universitetas [žiūrėta 2011 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://proin.ktu.lt/~websis/old/index.php?akcija=showRes&refid=IIZT%20Ivadas&sritys=Vystymas>>.

63. „www“ bendruomenės nepranoks gyvo bendravimo. Iš *Naujienos On Line* [interaktyvus]. 2007. [žiūrėta 2009 m. spalio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/lrt.lt/lrt.lt-www-bendruomenes-nepranoks-gyvo-bendravimo-69.html>>.

64. *54 proc. JAV bendrovių draudžia prieigą prie socialinių tinklų* [interaktyvus]. IT base.lt, 2009. [žiūrėta 2009 m. lapkričio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.itbaze.lt/ivairenybes/1229-54-proc-jav-bendroviu-draudzia-prieiga-prie-socialiniu-tinklu>>.

# PROTECTION OF PERSONAL DATA IN SOCIAL NETWORK SERVICES

Dovilė Prielaidienė

## Summary

Social networking sites' functioning is based on the publicity of information and its sharing. Mostly the user presents self-identifying information which helps to make new contacts and maintain communication with already familiar people and relatives in the virtual space. It is assumed that with the growing popularity of social networking sites, consumers' provided amount of personal information is increasing. At the same time - possibility to process and disseminate the publicized information for the purposes other than it was collected.

Master's thesis object is the protection of personal information data on social networking sites. The aim of thesis is to analyze the protection of personal data on social networking sites and set the users' personal data publishing practices. The thesis tasks: to reveal the conception of social networking sites; clarify the popularity features of social networking sites; analyze the structure of social networking sites; examine the conception and protection of personal privacy and personal data; find the threats rising on social networking sites to the personal data as part of personal privacy; analyze personal data protection policy on social networking sites; determine the Lithuanian consumers attitude to the protection of personal data on Facebook.com website and compare it with foreign Facebook.com users' approach.

Using the scientific literature analysis methods (analysis and comparative) the conception of social networking sites, emerging relations between users and the structure of these sites was defined. Using analytical and comparative methods the attention was drawn to importance of personal data protection on social networking sites and to threats related to data publicity. It is noted that in order to protect personal privacy and personal data on social networking sites the attitude and behavior of consumers is important.

After examining the personal data protection politics published on social networking sites (two - foreign, two - Lithuania 's) by document analysis method and comparing these politics, it was observed that the structure, content and main identified conditions of these politics are similar. However, the examined sites on their personal data protection policy do not provide the purpose for which the personal data are collected. Also it was found that three of examined social networking sites, while user registration do not mention this policy (there is no reference to it). It follows, that social networking sites do not encourage users to be interested in the use of their personal data. Also, it was observed, that social networking sites assume that only by sharing personal information significant opportunities are provided for people to communicate with each other, so users are motivated to provide more information. Consequently, in order to avoid limit's decline between

privacy and publicity the person himself should show more interest for whom and what purpose the information is provided.

By applying empirical method (questionnaire survey), it was concluded that for Lithuanian users one of social networking sites - Facebook.com is an integral part of their daily activities. After research it was noticed that Lithuanian users provide most of self-identifying information but understanding the possible consequences of such publicity determines that majority uses privacy settings that prevent the data leaked. During survey results were compared with the results of overseas researches and it was observed that Lithuanian consumers of Facebook.com sites are more cautious - consider whom they take to the contact list, assess the threats rising to their privacy and personal data, notice the published personal data protection policy. It was assumed, that if social networking sites will not strengthen protection of personal data and will not abide by the policies posted - the number of Lithuanian users will decrease.



## Priedai

### 1. Priedas. Anketa Facebook.com socialinės tinklų svetainės vartotojams

#### Asmens duomenų apsauga socialinių tinklų svetainėse

Gerb. respondentai,  
esu Vilniaus universiteto informacijos sistemų vadybos antro kurso magistrantė. Šis klausimynas yra magistrinio darbo dalis, kuriuo siekiu ištirti asmens duomenų naudojimą socialinių tinklų svetainėse, vartotojų įpročius. Garantuojau konfidencialumą ir patikinu, kad gauta informacija bus naudojama tik tyrimo tikslams. Atsakinėdami, anketoje įrašykite savo nuomonę arba pažymėkite Jums tinkamiausią (-ius) atsakymo (-ų) variantą (-us).

Dėkoju už Jūsų indėlį ir pastangas

#### 1.) Kiek laiko esate Facebook.com svetainės vartotojas?

- Iki 6 mėnesių;
- Iki metų;
- Iki 2 metų;
- Iki 3 metų;
- Daugiau nei 3 metus;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

#### 2.) Kaip dažnai naudojate/prisijungiate prie Facebook.com svetainės?

- Kelis kartus per metus;
- Kelis kartus per mėnesį;
- Kelis kartus per savaitę;
- Kasdien;
- Daugiau nei 3 kartus per dieną;
- Daugiau nei 5 kartus per dieną;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

#### 3.) Kiek vidutiniškai laiko praleidžiate prisijungęs Facebook.com svetainėje?

- 5 min.;
- 15 min.;
- 30 min.;
- 1 valandą;
- Daugiau nei 1 valandą
- Daugiau nei 3 valandas
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

#### 4.) Pažymėkite kokią asmeninę informaciją pateikiate Facebook.com svetainėje esančiame savo profilyje:

Asmens duomenys	Pažymėti
Vardas	
Elektroninio pašto adresas	
Pavardė	
Namų adresas	
Telefono numeris	
Išsilavinimas	
Įgyta specialybė	
Aukštoji mokykla	
Lytis	
Šalis, miestas	
Gimimo data	
Nuotrauka	
Draugų sąrašas	
Seksualinė orientacija	

Asmens duomenys	Pažymėti
Santykių statusas	
Pomėgiai	
Darbas/pareigybė	
Mėgstamiausia muzika/daina	
Mėgstamiausia knyga (-os)	
Mėgstamiausias filmas/serialas	
Mėgstama TV laida	
Baigta mokykla/metai	
Asmeninis pranešimas (nuostata/mėgstamas posakis ir pan.)	
Papildoma informacija:	
Tikslai, planai	
Religija	
Kūno sudėjimas	
Žalingi įpročiai	
Svoris	
Vaikai	
Politinės pažiūros	

**5.) Kokius pagrindinius prisijungimo duomenis pateikėte Facebook.com registracijos metu?**

- Tikrą vardą ir pavardę;
- Tikrai vardą;
- Tikrai pavardę;
- Slapyvardį;
- Susikurtą bet kokį vardą;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**6.) Pateiktuose klausimuose pažymėkite Jums tinkantį atsakymo variantą (taip arba ne):**

Klausimas	Atsakymas	
Ar esate susipažinęs su Facebook.com pateikiamomis privatumo taisyklėmis?	Taip	Ne
Ar naudodamiesi privatumo nustatymais apsaugote savo profilyje esančią informaciją?	Taip	Ne
Ar Facebook.com padeda susisiekti su draugais/artimaisiais?	Taip	Ne
Ar manote, kad turėtumėte mažiau draugų jei nebūtumėte Facebook.com vartotojas?	Taip	Ne
Ar manote, jog svetainė Facebook.com vaidina svarbų vaidmenį Jūsų gyvenime?	Taip	Ne
Jūsų nuomone, ar Facebook.com laikosi paskelbtos privatumo politikos?	Taip	Ne
Ar manote, kad naudojantis Facebook.com Jūsų privatumui kyla kokia nors grėsmė?	Taip	Ne
Jūsų nuomone, ar Facebook.com nepažeidžia Jūsų privatumo bendradarbiaudama su trečiosiomis šalimis (reklaminės akcijos ir pan.	Taip (nepažeidžia)	Ne (pažeidžia)

**7.) Kaip dažnai keičiate privatumo nustatymus?**

- Kartą per metus;
- Kartą per mėnesį;
- Kartą per savaitę;
- Kasdien;
- Nekeičiu;
- Nežinau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**8.) Kas mato Jūsų pateiktus duomenis?**

- Nežinau;
- Visi vartotojai;
- Visi draugai;

- Visi draugų draugai;
- Pasirinkti draugai;
- Turiu skirtingus nustatymus, skirtingos informacijos apie save matomumui;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**9.) Prisiregistravęs prie Facebook.com svetainės kada sutvarkėte savo privatumo nustatymus?**

- Iš karto;
- Tada kai smulkiai viską išsiaiškinau (perskaičiau privatumo politiką);
- Nepamenu
- Nieko netvarkiau iki šiol
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**10.) Jei keičiate privatumus nustatymus, tai dėl kokios priežasties?**

- Esu atsargus žmogus;
- Esu girdėjęs apie privatumo pažeidimus Facebook.com svetainėje;
- Nenoriu, kad mano asmeninė informacija būtų prieinama bet kam;
- Nes tai daro kiti;
- Nežinau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**11.) Kokius žmones priimate į draugų ratą?**

- Visus, iš ko gaunu kvietimą;
- Tuos, kurie yra mano draugų draugai;
- Tuos, kuriuos pažįstu asmeniškai;
- Tuos, apie kuriuos esu kažką girdėjęs iš kitų;
- Nežinau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**12.) Pažymėkite jei, naudojantis Facebook.com svetaine, buvote susidūrę su kuria nors iš išvardintų problemų? (jei nesusidūrėte pereikite prie 14 klausimo)**

- Persekiojimas;
- Priekabiavimas;
- Apkalbos/gandai;
- Asmeninės informacijos vagystės;
- Paskelbimas Jūsų asmeninės informacijos be sutikimo
- Nežinau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**13.) Kokie tolesni buvo Jūsų veiksmai**

- Kreipiausi į Valstybinę duomenų apsaugos inspekciją;
- Kreipiausi į Facebook.com administraciją;
- Pranešiau apie įvykį draugams/kontaktams;
- Pakeičiau privatumo nustatymus;
- Išsiregistravau iš Facebook.com tinklalapio;
- Nieko nedariau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**14.) Ar manote, kad 12 klausime minimi atvejai gali pasitaikyti Facebook.com svetainėje?**

- Taip;
- Ne;
- Nežinau;
- Man tikrai ne

**15.) Ar esate girdėjęs apie 12 klausime minėtus dalykus, nutikusius kitiems vartotojams?**

- Taip;
- Ne;
- Nežinau;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_

**16.) Pažymėkite labiausiai Jums tinkantį atsakymo variantą:**

Klausimas	Atsakymas	
Ar Jus pasiekus informacijai apie privatumo pažeidimus, pakeistumėte savo privatumo nustatymus?	Taip	Ne
Ar ateityje, jei pastebėtumėte privatumo pažeidimus Facebook.com svetainėje, praneštume apie tai atitinkamoms institucijoms?	Taip	Ne

**17.) Pažymėkite ar sutinkate su teiginiais (pažymėkite langelį nuo 1 iki 5, kur 1 – tai visai nesutinku, o 5 – tikrai sutinku):**

Teiginys	Vertinimas				
	1	2	3	4	5
Man patinka, kad draugai turi prieigą prie mano profilyje esančios informacijos					
Man patinka, kad šeimos nariai/artimieji turi prieigą prie mano profilyje esančios informacijos					
Man patinka, kad klasiokai/gupiokai turi prieigą prie mano profilyje esančios informacijos					
Man patinka, kad nepažįstami žmonės turi prieigą prie mano profilyje esančios informacijos					
Man yra svarbu apsaugoti savo asmeninę informaciją					
Aš esu susirūpinęs galimomis pasekmėmis dėl dalinimosi asmenine informacija viešai					
Ateityje žadu toliau naudojantis socialinėmis svetainėmis pateikti informaciją apie save					
Aš tikiu, kad mano asmeninei informacijai, socialinėse tinklų svetainėse, yra užtikrinama tinkama apsauga					

**18.) Ar manote, kad svarbu susipažinti su svetainėje skelbiama privatumo politka?**

- Manau labai svarbu;
- Pakankamai svarbu;
- Nei svarbu, nei nesvarbu;
- Nesvarbu;
- Svarbu tada, kai susiduriama su kokia nors problema;
- Kita (įrašyti)\_\_\_\_\_.

**19.) Jūsų amžius :**

- 15-17;
- 18-20
- 21-24;
- 25-30
- virš 30.

**20.) Esate :**

- Studentas;
- Ką tik baigęs studijas;
- Dirbantis studentas;
- Dirbantysis;
- Bedarbis;
- Pensininkas.

**21.) Jūsų lytis :**

- Vyras;
- Moteris;

**Labai dėkoju už atsakymus!**