

studentica: Ana Vrcelj, Odjel za matematiku, 1. godina

Društvene mreže nešto su noviji fenomen u internetskim sferama, riječ je zapravo o besplatnim online servisima, koje korisnici mogu koristiti. Kod aplikacija za društveno umrežavanje, preduvjet za povezivanje je izrada vlastitog profila koji mogu uključivati osobne podatke, obrazovanje, interese, sklonosti i mnoge druge. Neke od njih može upisati sam korisnik, dok se dio može generirati automatski. Društvene mreže omogućuju pojedincima neku vrstu anonimnosti pri kontaktu s drugim osobama, iako su na korisničkim profilima ispisane osobne informacije. Jednostavnost i lakoća pristupanju nepoznatoj osobi, na temelju zajedničkih interesa nikad nisu bili lakši. Zbog opasnosti koje prijete korisnicima društvenih mreža svakako treba obratiti pažnju na otkrivanje velike količine osobnih ili povjerljivih informacija.

Prva društvena mreža nastala 1997. godine pod imenom **Six Degrees**. Korisnicima ove mreže je bilo omogućeno stvaranje korisničkih profila, stvaranje liste prijatelja, te godinu dana kasnije (1998.) i mogućnost pretraživanja lista drugih korisnika. Sve su ove mogućnosti postojale i ranije, međutim Six Degrees je objedinio sve navedene mogućnosti u jednu cjelinu. Six Degrees je zamišljen kao virtualno mjesto na kojem korisnici mogu izmjenjivati poruke ili komunicirati s drugim korisnicima. Usluga nije nadograđivana novim tehnologijama, te su korisnici počeli gubiti interes za ovim načinom komunikacije. Six Degrees je 2000. godine zbog nedovoljnog broja aktivnih korisnika i nedovoljnih prihoda propao.

Kroz godine stvarao se i cijeli niz društvenih mreža gdje je korisnicima bilo omogućeno stvaranje osobnih i profesionalnih profila ili profila za traženje partnera. Mogućnosti su se s godinama značajno proširile, dodane su neke nove poput stvaranja liste ili stvaranja osobnih bilješki, tekstova koji su bili dostupni drugim korisnicima. Izrađivale su se i specifične društvene mreže za određene skupine ljudi na temelju zajedničkog interesa, poslovnih prilika i dijeljenja podataka/medija.

- **Bitno** je napomenuti da nisu sve društvene mreže postigle jednak uspjeh u svijetu! Tako npr. **Windows live Spaces** (Microsoft) u SAD-u nije postigao uspjeh, dok u Europi je **Myspace** pokrenut 2003. godine, tek je nakon godinu dana postojanja postigao zapažen uspjeh i to pretežito među tinejdžerima. Zatim, primjerice **Mixi** postiže uspjeh u Japanu, **LunarStorm** u Švedskoj, **Hyves** u Nizozemskoj, **Grono** u Poljskoj, **Hi5** na američkim kontinentima i Europi, itd.

Facebook

Facebook je najzastupljenija društvena mreža koju je osnovao Mark Zuckerberg 2004. godine za vrijeme studija na Sveučilištu Harvardu. Društvena mreža je besplatna za korištenje, a zaradu stvara od oglašavanja. Korisničko sučelje je moguće postaviti na hrvatski, ali i određen broj drugih svjetskih jezika. Nakon stvaranja profila, korisnik može odabrati da li želi da njegov profil bude privatn ili javni. Stvaranjem profila korisniku je omogućeno postavljanje osobnih fotografija na profil, liste osobnih interesa, izmjena javnih ili privatnih poruka, te stvaranje grupa koje se temelje na zajedničkim interesima pojedinaca.

Uzrok velike popularnosti društvene mreže Facebook je svakako velik broj mogućnosti koje su na raspolaganju korisnicima mreže, korištenje putem mobitela te najveći izbor funkcija. 2009. Facebook broji 122,7 milijuna posjetitelja, dok danas čak do 500 milijuna!

Twitter

Twitter je besplatna društvena mreža koja korisnicima omogućuje slanje i primanje poruka, pisanje bilješki u obliku bloga, te postavljanje fotografija na korisnički profil. Poruke od najviše 140 znakova prikazuju se na stranici autora, te se šalju korisnicima koji su to odabrali. Svaki korisnik je u mogućnosti odabrati da li želi da se njegove poruke šalju samo korisnicima koji su na listi prijatelja ili svima koji imaju pristup korisničkom profilu pošiljalatelja. Poruke je osim na vlastiti profil moguće primiti i putem SMS-a (eng Short Messaging Service) na mobilni telefon besplatno, međutim slanje poruka na Twitter mrežu putem SMS poruka se naplaćuje po tarifama mobilnih operatera. Također, Twitter mreži je moguće pristupiti putem mobilnog telefona kroz modificiranu aplikaciju namijenjenu mobilnim uređajima. Twitter je s radom započeo 2006. godine, te stekao velik broj korisnika i popularnost diljem svijeta. Jednostavnost korištenja i komuniciranja s drugim korisnicima svakako prednost.

Prednosti društvenih mreža:	Nedostaci društvenih mreža:
<ul style="list-style-type: none">• besplatan neobavezan pristup• stjecanje novih prijatelja• osnivanje novog posla• informatičko obrazovanje• kontaktiranje rodbine/starih prijatelja• praćenje aktualnih tema	<ul style="list-style-type: none">• nema privatnosti• lažni identiteti• stvaranje ovisnosti• Cyber nasilje• uhođenje (eng. Stalking)

Problemi društvenih mreža

Na društvenim mrežama dogodio se velik broj sigurnosnih incidenata, počevši od brojnih **phishing¹** napada pa sve do napada **virusima i crvima** i sve to većinom zbog nepažnje korisnika i sigurnosnih propusta u korištenim web preglednicima. Kod phishing napada, napadači su uspjeli otuđiti korisničke profile određenog broja korisnika, te s njihovih profila poslati phishing poruke e-pošte svim korisnicima na listi prijatelja. Poruke e-pošte su sadržavale poveznicu na ilegalne zlonamjerne stranice koje su imale jednaki izgled kao i originalna stranica društvene mreže. Korisnici koji su upisali svoja korisnička imena i lozinke su bili ugroženi, jer su napadači imali nadzor nad krivotvorenom stranicom. Napadi ovakve vrste dogodili su se na Facebook, MySpace, Twitter i LinkedIn mreži. Na Twitteru se dogodio još jedan incident jer dozvoljava postavljanje komentara u obliku HTML koda zbog kojeg korisnicima nije bilo moguće vidjeti svoj profil nekoliko sati, ali na sreću korisnički podaci su sačuvani i Twitter je nastavio sa normalnim radom.

Korištenjem društvenih mreža svaki se korisnik zapravo svjesno odriče dijela svoje privatnosti, stoga je važno kvalitetno ocijeniti da li bi ga neki podaci mogli ugroziti na bilo koji način te shodno tome (ne)objavljivati pojedine informacije o sebi na nekoj od društvenih mreža.

¹ Pojam phishing napada podrazumijeva aktivnosti kojima neovlašteni korisnici korištenjem lažiranih poruka elektroničke pošte i lažiranih Web stranica financijskih organizacija pokušavaju korisnika navesti na otkrivanje povjerljivih osobnih podataka kao što su korisnička imena i zaporke, PIN brojevi, brojevi kreditnih kartica i sl.