

Kan vi ha tillit til sosiale medier?

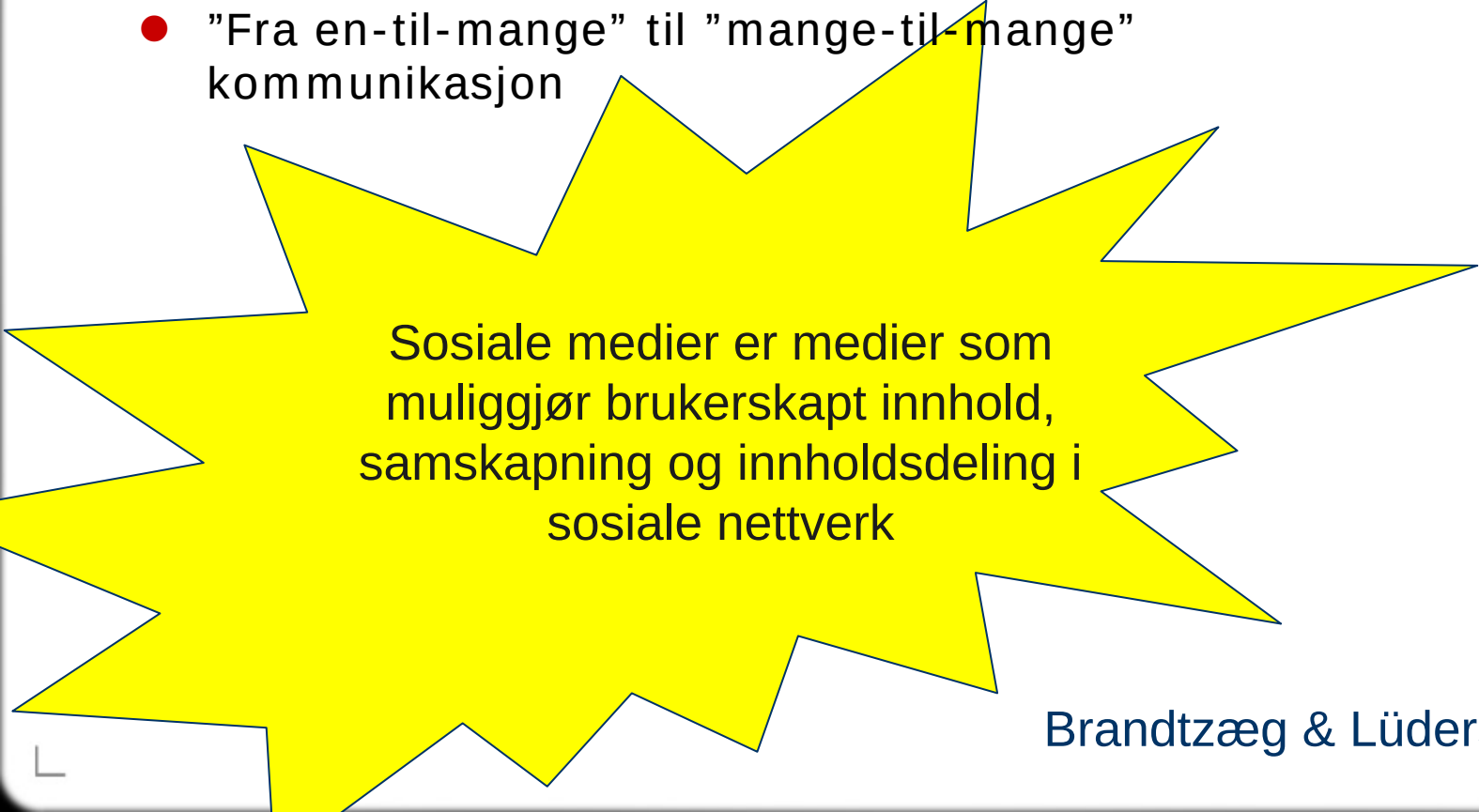
Seminar om håndtering av tillit i elektronisk samvirke

SINTEF 5.november, 2009

Petter Bae Brandtzæg
SINTEF IKT, UiO
@petterbb

Hva er sosiale medier?

- Sosiale medier er medier du og vennene dine er med på å forme
- "Fra en-til-mange" til "mange-til-mange" kommunikasjon



Sosiale medier er medier som muliggjør brukerskapt innhold, samskapning og innholdsdeling i sosiale nettverk

Blogger

facebook

Sosiale nettverk

LinkedIn

Wikis

flickr LOVES YOU TM

RSS

Technorati™

Podcasts

Mashups



Your World. Your Imagination.

Mennesker!

top five countries with the highest percentage of users

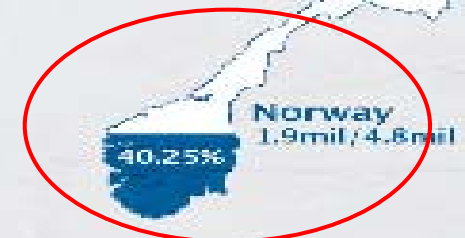
2007



2008



2009



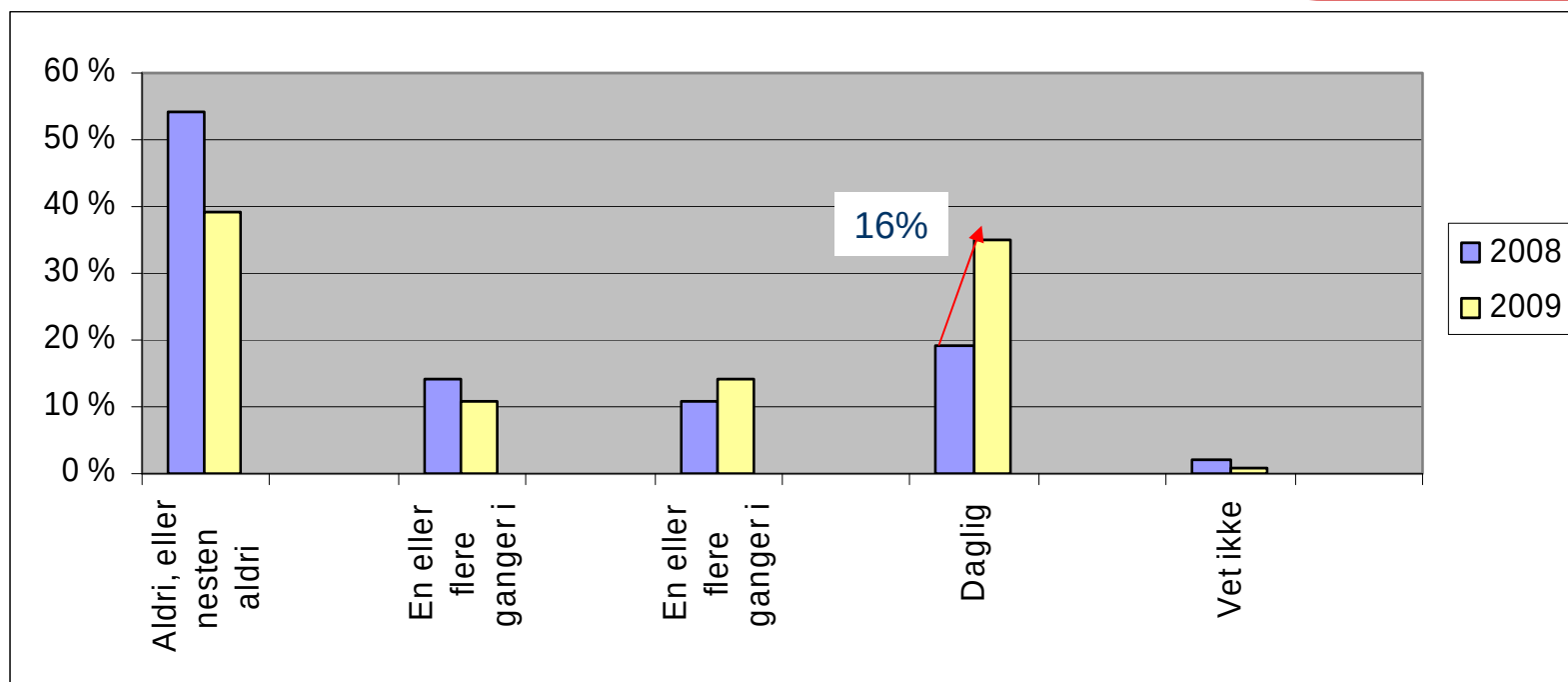
Kilde FB, juli 2009

Created by Statpoint

35% besøker daglig

facebook

(...)..det er jo bare det at alle andre er på Facebook så da er du der og" (M17)

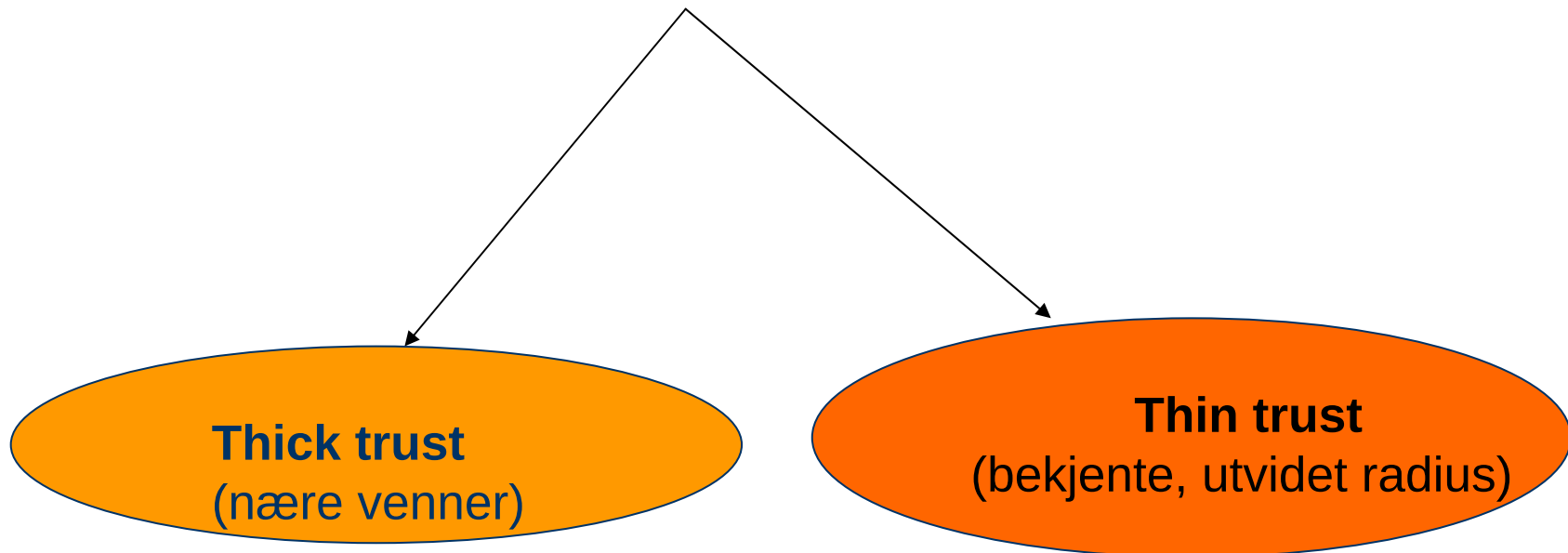


69% i alderen 15-30 år bruker FB daglig

Utvalg = nettbrukere i Norge (Kilde: Brandtzæg og Lüders, 2009)

I sosiale medier handler om tillitt til:

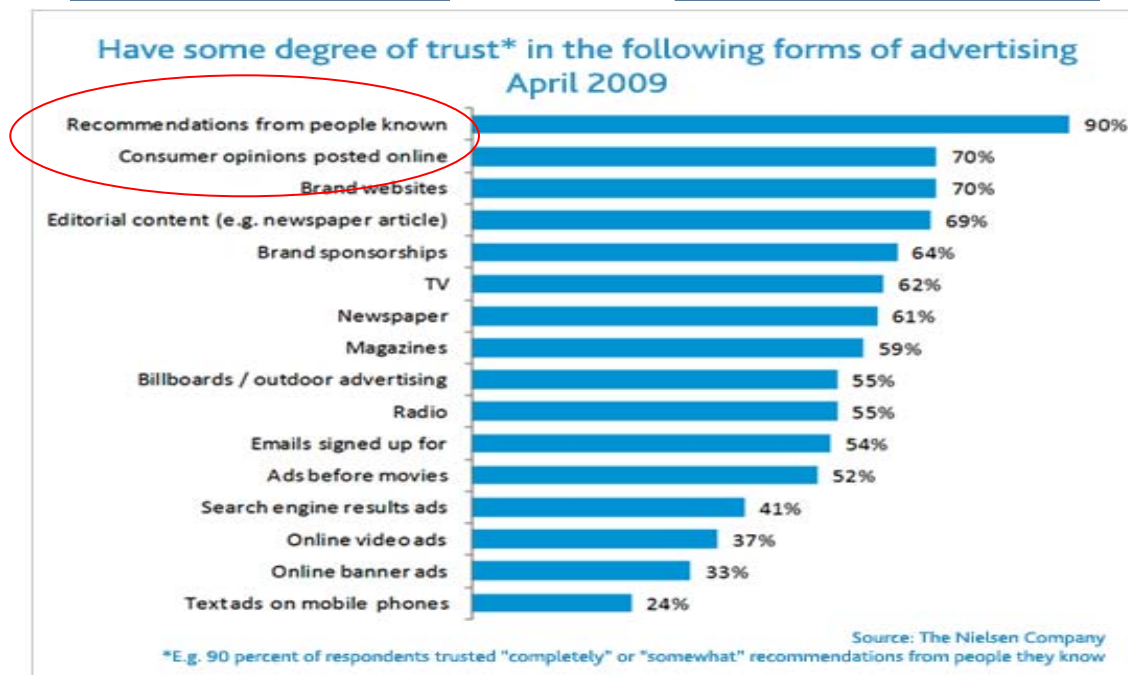
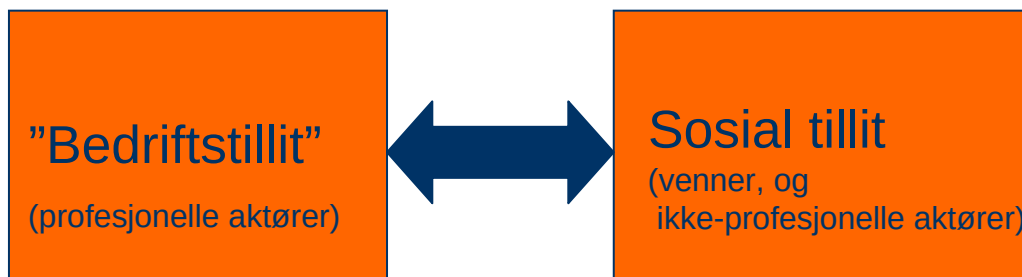
1. Tillit til tjenestetilbyderne (for eksempel Facebook)
2. Sosial tillit (menneskene på nettstedet, svake og sterke bånd)



Tillit til informasjon og innhold

Tradisjonelle medier

Nye sosiale medier



Åpenhet/synlighet



Identitet og roller

Hvis du vil, kan vi sjekke hvem du er slik at de du diskuterer med kan vite at du faktisk er den du gir deg ut for. Med en bekreftet rolle kan du i tillegg skille din tilhørighet når du uttaler deg i kraft av din rolle i en organisasjon. (Fulle navn vises kun når du er logger inn.)



Silje S.
Medelem i Herøy Sp, tredje vara til kommunestyret, **Senterpartiet**



Sagene K.
Sagene Kulturråd



Marius H.
Oppe og Nede - **Åpenbar AS**



Kjetil K. B.
Arbeidernes Ungdomsfylking



Skafti H.
Vikingsliv S. Helgason



Jan P. K.
Tegneseriemuseet i Norge



Carina R. O.
Prosjektleder, Trygg Trafikk



Yngvar A.
Daglig leder, **Kræmmervika Rorbuer AS**



Torgunn R.
Aqua Management AS



Yngvar A.
Styremedlem, **Slow Food Lofoten**



680 har fått bekreftet sitt virkelige navn. 654 kan signere bidrag med offisielle roller i partier, bedrifter eller organisasjoner. 8041 kommentarer og innlegg er signert med en bekreftet rolle.

Anonymitet = lav sosial tillit

- K13: Jeg har sluttet å bruke biip.no fordi det er veldig lett å forfalske en bruker der ,, det er ikke lett å gjøre det på h.u (hamarungdom)(ikke at jeg gjør det) ,,, **det får meg og andre til å føle oss trygge.:** DD
- K15 *Jeg pleide å spille habbo før (...) Jeg fant ikke ut om de jeg snakket med var gamle eller unge mennesker. Syntes det var skummelt å ikke vite om de jeg snakket med var pedofile.*



Åpenhet og synlighet = høy sosial tillit



Coming Soon: Facebook Usernames

[Tilbake til The Facebook Blog](#)

[Neste](#)



Coming Soon: Facebook Usernames

Del +

av [Blaise DiPersia](#) I dag klokken 21:11

From the beginning of Facebook, people have used their real names to share and connect with the people they know. This authenticity helps to create a trusted environment because you know the identity of the people and things on Facebook. The one place, though, where your identity wasn't reflected was in the Web address for your profile or the Facebook Pages you administer. The URL was just a randomly assigned number like "id=592952074." That soon will change.

We're planning to offer Facebook usernames to make it easier for people to find and connect with you. When your friends, family members or co-workers visit your profile or Pages on Facebook, they will be able to enter your username as part of the URL in their browser. This way people will have an easy-to-remember way to find you. We expect to offer even more ways to use your Facebook username in the future.

Arkiverte poster etter dato

2009

[juni](#) (4)
[mai](#) (13)
[april](#) (13)
[mars](#) (15)
[februar](#) (13)
[januar](#) (8)

2008

[desember](#) (15)
[november](#) (14)
[oktober](#) (12)
[september](#) (9)
[august](#) (2)

Men, økt åpenhet betyr også økt sårbarhet

A screenshot of a Twitter interface. The top navigation bar is dark blue with the Twitter logo on the left and links for Home, Profile, Find People, Settings, Help, and Sign out on the right. Below the navigation bar is a tweet. The tweet text is in a large, black, serif font. Below the text is the timestamp '4:29 PM Oct 1st from web'. At the bottom of the tweet, there is a small profile picture and four red dots indicating more options.

twitter

[Home](#) [Profile](#) [Find People](#) [Settings](#) [Help](#) [Sign out](#)

prøver å minske mengden av meg selv
på facebook. herregud så mye.

4:29 PM Oct 1st from web

Personvern - kontroll er viktig!

94 % av brukerne sier det er viktig å ha kontroll over personlig informasjon som de gir fra seg på nett

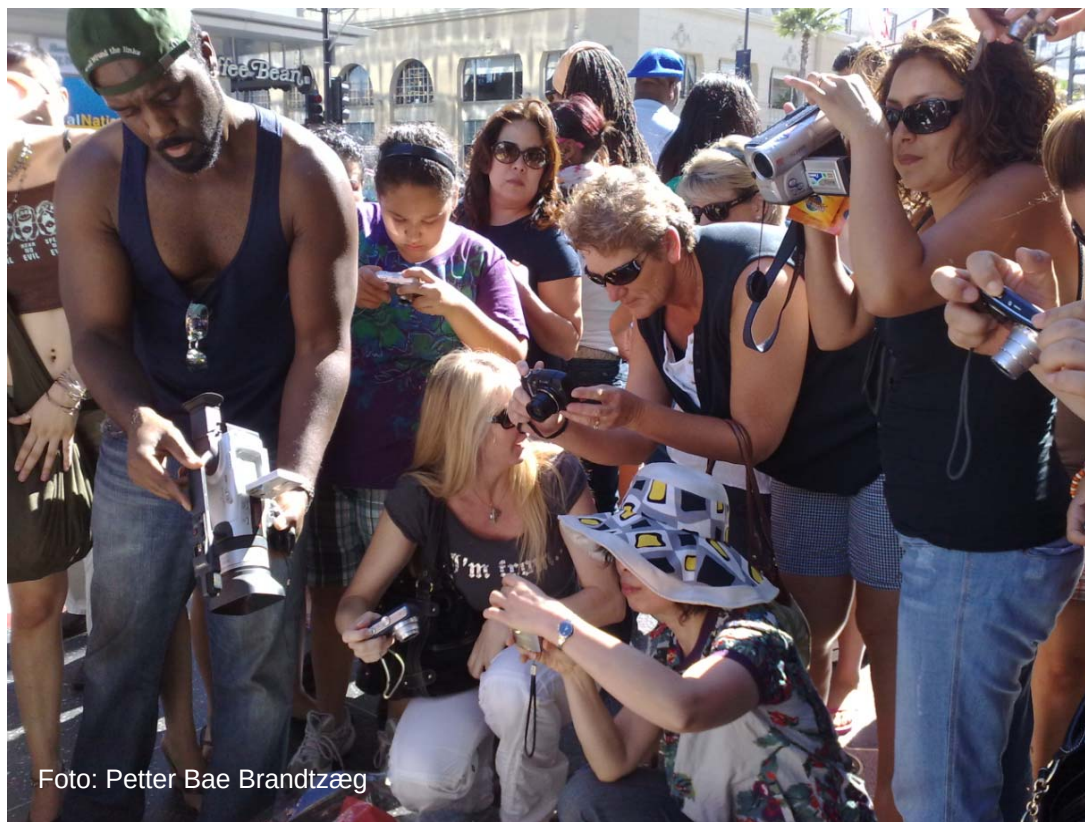


Foto: Petter Bae Brandtzæg

Datagrunnlag (mai-august, 2009):

1. Intervju med 7 utviklere/eksperter av sosiale medier
2. Spørreundersøkelse representativt utvalg nettbefolkningen (1300 personer i alderen 15-75 år)
3. 12 intervjuer med Facebookbrukere, i alderen 16-50 år (6 menn, 6 kvinner),
4. Brukervilkår/TOS

2009 prosjekt som støttes av Forbrukerrådet, Privat 2.0

Sosial tillit?

- K43: "Jeg har jo ikke kontroll over det, folk kan jo legge ut hva søren de vil. Altså kan jeg jo ikke kontrollere hva andre legger ut"

- K23: (...) jeg føler ikke jeg kan gjøre noen ting uten at alle ser det, og det har også vært noen kjipe bilder som har vært tagga som jeg ikke vil at kanskje mamma skal se, (....). Det føler jeg er litt ute av kontroll, og det synes jeg er litt skremmende egentlig, at alt bare blir lagt ut.

Det er i alt 62 % av nettsamfunnsbrukerne som har tatt en quiz siste 6 måneder:

Vi gir fra oss både egen informasjon og **våre venners bilder**

Gi tilgang?

Hvis du gir Friends For Sale! tilgang, kan applikasjonen trekke bilder, informasjon fra vennene dine og annet innhold den



Friends For Sale!

Buy and sell your friends as pets! You can make your pets poke, send gifts, or just show off for you. Make money as a shrewd pets investor or as a hot commodity! Friends for Sale is the bees knees!

Tillat eller avbryt

Hvis du fortsetter, tillater du at Friends For Sale! får tilgang til informasjonen din, og du aksepterer Facebooks betingelser for bruk for bruk av Friends For Sale! Ved å bruke Friends For Sale!, godtar du også Betingelser for Friends For Sale!

Gi tilgang?

Hvis du gir Likeness tilgang, kan applikasjonen trekke ut profilinformasjonen din, bilder, informasjon fra vennene dine og annet innhold den trenger for å fungere.



Likeness

★★★★★

Find out who you're like! Compare yourself with friends and movie stars like Angelina Jolie, Jessica Alba, Keira Knightley, and many more. Can you find a perfect match?

Tillat eller avbryt

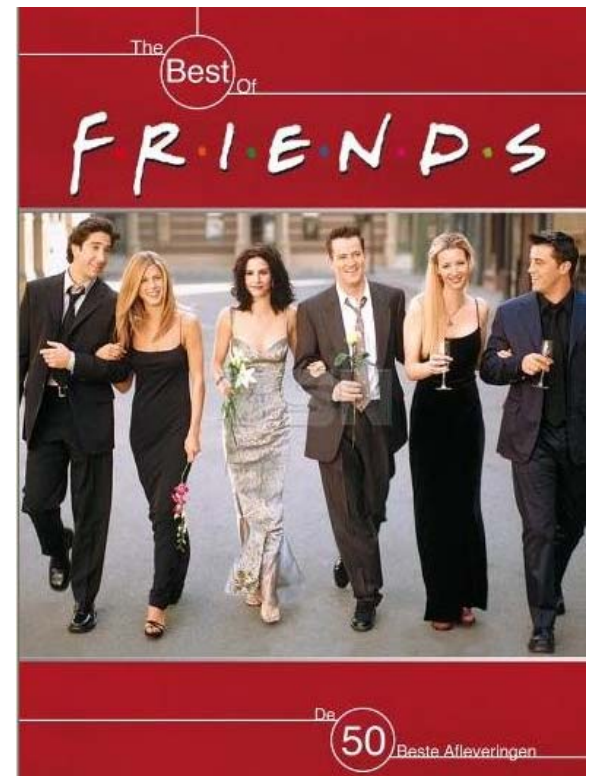
Hvis du fortsetter, tillater du at Likeness får tilgang til informasjonen din, og du aksepterer Facebooks betingelser for bruk for bruk av Likeness. Ved å bruke Likeness, godtar du også Betingelser for Likeness.

Bruken av sosiale medier - den individuelle kontrollen om hvordan du fremstår (innhold om deg) er overlatt til nettverket (thin trust)

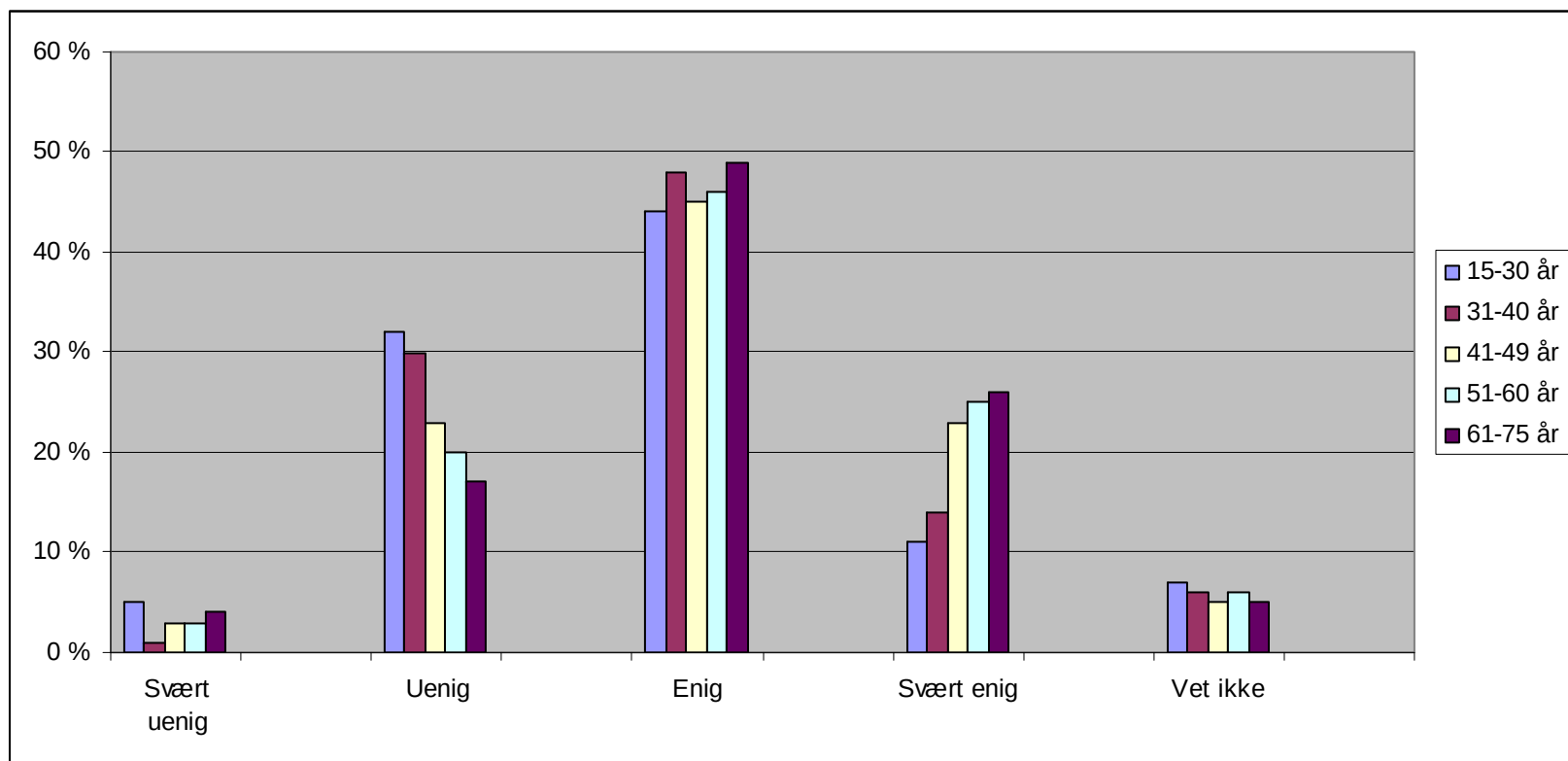
I det nettsamfunnet folk bruker oftest, har:

- 49% flere enn 100 venner
- 24% flere enn 200 venner

Thin trust



67 % er "bekymret for konsekvensene av å dele personlig informasjon knyttet til min identitet på Internett"



Hva så med tillit til sosiale
medietjenestene / nettsamfunnene?

Tjenestene er avhengige av folks tillit sier utviklerne

- **U1:** "Tøyer man grensene blir man også tatt for det av brukerne"
- **U3:** "En risikerer at brukerne snur seg mot deg og mot annonsørene".
- **U4:** "Hvis folk gjør noe vi ikke liker vil brukerne forsvinne".



The screenshot shows a Facebook group interface. At the top is the Facebook logo and a navigation bar with 'Sign Up' and a link to 'Sign up for Facebook to join FACEBOOK OWNS YOU: Protest the New Changes to the TOS!'. Below this is the group header 'FACEBOOK OWNS YOU: Protest the New Changes to the TOS!' with a 'Global' tag. The 'Basic Info' section lists the group's name, category ('Organizations - Advocacy Organizations'), and description. A large red banner on the right says 'facebook OWNS YOU!' with a picture of Mark Zuckerberg. The 'Group Type' section indicates it's an open group. The 'Admins' section lists 'Julius (creator)'. The main content area contains a post from Barry Schmitt, a Facebook spokesperson, dated May 1, 2014. The post discusses the company's response to user concerns about the new Terms of Service, stating that while the company is committed to privacy, it must also protect itself from misuse and that the new terms are necessary for the platform to continue to operate.

Hva er tredjepart?
Brukerne skjønner ikke hva
det er

Tillit til Facebook? Facebook er en plattform

Every month, more
than **70%** of
Facebook users
engage with Platform
applications

More than **350,000**
active applications
currently on
Facebook Platform

Leaderboards for Wednesday, November 12, 2008

Application Leaderboard

1.	 Causes	17,746,773
2.	 Top Friends	17,129,334
3.	 Super Wall	17,018,437
4.	 Slide FunSpace	14,037,604
5.	 Bumper Sticker	7,307,646
6.	 Movies	6,645,493
7.	 (Lil) Green Patch	6,283,304
8.	 We're Related	5,614,075
9.	 Texas HoldEm Poker	5,384,589
10.	 iLike	5,285,080
11.	 Compare People	5,154,941
12.	 SuperPoke!	4,837,626
13.	 Hug Me	4,621,036
14.	 SocialCalendar	4,500,575
15.	 Pieces of Flair	4,413,295

Developer Leaderboard

1.	 Slide, Inc.	36,004,564
2.	 RockYou!	35,186,526
3.	 Causes	17,746,773
4.	 Zynga	16,370,130
5.	 Playfish	13,897,685
6.	 Green Patch	8,013,709
7.	 Chainn Inc.	7,854,831
8.	 LinkedIn	7,307,748
9.	 Flixster	6,645,493
10.	 FamilyLink.com	5,764,409
11.	 iLike, inc	5,605,335
12.	 Watercooler	5,474,439
13.	 SNAP Interactive	4,997,399
14.	 SGN	4,586,776
15.	 SocialCalendar.com	4,500,575

Kilde: Facebook, sept 2009

The ACLU quiz utnytter Facebook selv til å illustrerer hvordan ulike quiz og andre tredjeparts-applikasjoner kan få akseess til info. om brukerne og deres venner

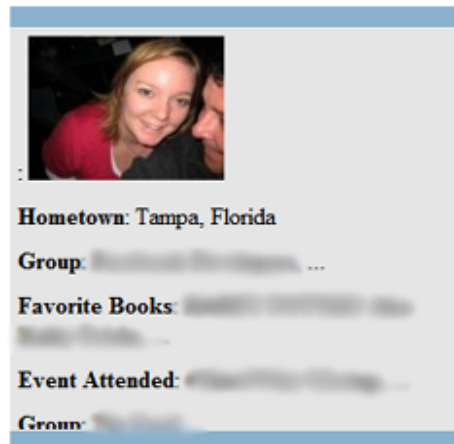
QUESTION 1: When you take a quiz on Facebook, what can the quiz see about you?

- ☐ Only your answers to its questions.
- ☐ Only information that is set as "public" on your profile.
- ☒ **Almost everything on your profile, even if you use privacy settings to limit access.**

Unfortunately, the truth is that almost everything is accessible to quiz authors.

Even if you have your profile information and content set to "private," quizzes can see almost everything that you share with your friends on Facebook: your politics and religion, embarrassing photos, comments you leave on your friends' Wall. It doesn't seem like a quiz developer has any reason to poke around in your profile, but it's temptingly easy to do so.

For example, here are just a few things this quiz can see in your profile:



Mer uoversiktlig og mer kompleks info. flyt -
hvordan skal brukerne vite hvem de skal ha tillit til?



Lange og vanskelige brukervilkår

<i>Tjeneste</i>	<i>Antall sider A4 enkel linje avstand</i>	<i>Antall ord</i>	<i>Lenker til andre nettsider</i>
Internasjonale			
Google	9	4000	Googles personvernside
Google Chrome (8 sider, og 3196 ord)	8	3196	Googles personvernside
Googles retningslinjer for personvern	2-3	2000	Nei
Facebook	11	6857	Til 350 000 tredjepartsapps
LinkedIn	14	6827	Nei
NORSKE			
Nettby – lovverk	1	260	Nei
Sukker	2	1088	Nei
Deiligst.no	2	1240	Nei
Penest.no	3	1280	Nei

K40: jeg skjønner ikke engang dette og så tenker jeg på at en på 13 år skal skjønne dette..
Hallo! Jeg skjønner ikke hva de skriver her engang.

Utviklere/eksperter:
Betenkelig at brukere må stole på andre lands restriksjoner eller lovverk.

Brukerne leser ikke brukervilkårene

- ***Har du bare ignorert brukervilkårene?***

M16: Ja.

Hvorfor det tror du?

M16: Det virker trygt egentlig når så mange andre av vennene mine har det og gjør det.

Tror du de har lest brukervilkårene da?

M16: Nei det tror jeg ikke. Men det har ikke skjedd noe med dem så.

Men når de leser dem blir de overrasket

- M46: “except to the extent your content has been shared with others and they have not deleted it”, står det. (...) Selv om jeg sletter meg fra Facebook så ligger jo bildene der, til de jeg har delt dem med i hvert fall. Hvis ikke de har slettet bildene.

Kan vi virkelig overlate kontrollen/ansvaret til brukerne?

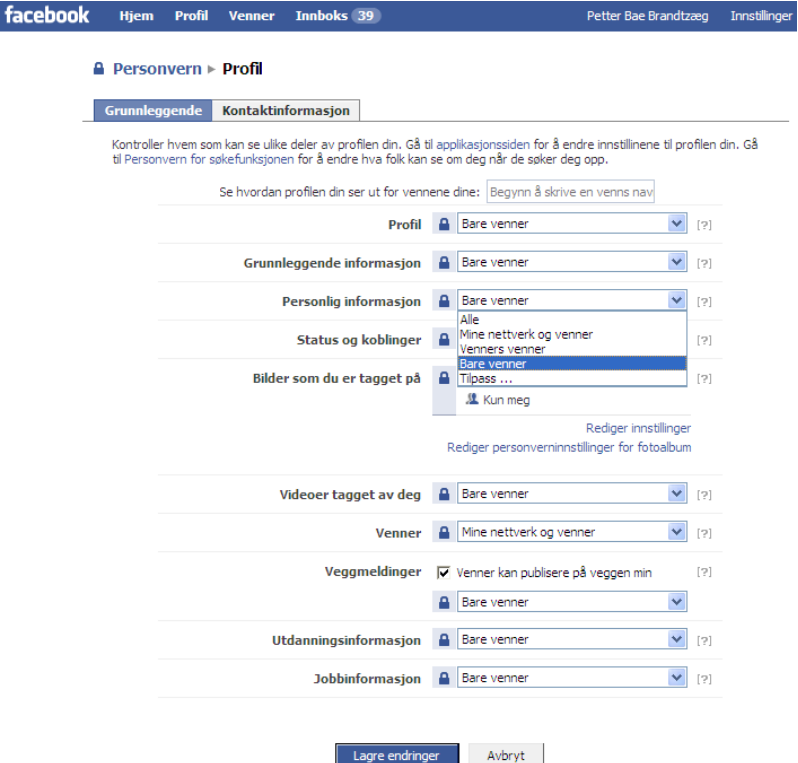


Sean (Lukas Black)
Foto: Photo Credit: Sidney Bladwin

- de skjønner ikke brukervilkårene
- 6 av 10 mener de har mistet all kontroll med hvordan personlig informasjon blir samlet inn og brukt av kommersielle selskaper
- de skjønner ikke personvernsinstillingene

brukerne skjønner heller ikke personvernsinnstillingen i Facebook

- *Hva tror du det betyr at profilen din er synlig for "mine nettverk og venner"?*
K23: Jeg tenkte at det... å, jeg vil egentlig ha "only friends". Jeg tenkte at "my networks" var det.
- (...) det skjønte jeg ikke. Jeg er jo medlem av Norway-nettverket, **det betyr at hele Norge kan se**. Det visste jeg faktisk ikke. Det kommer jeg til å forandre på.



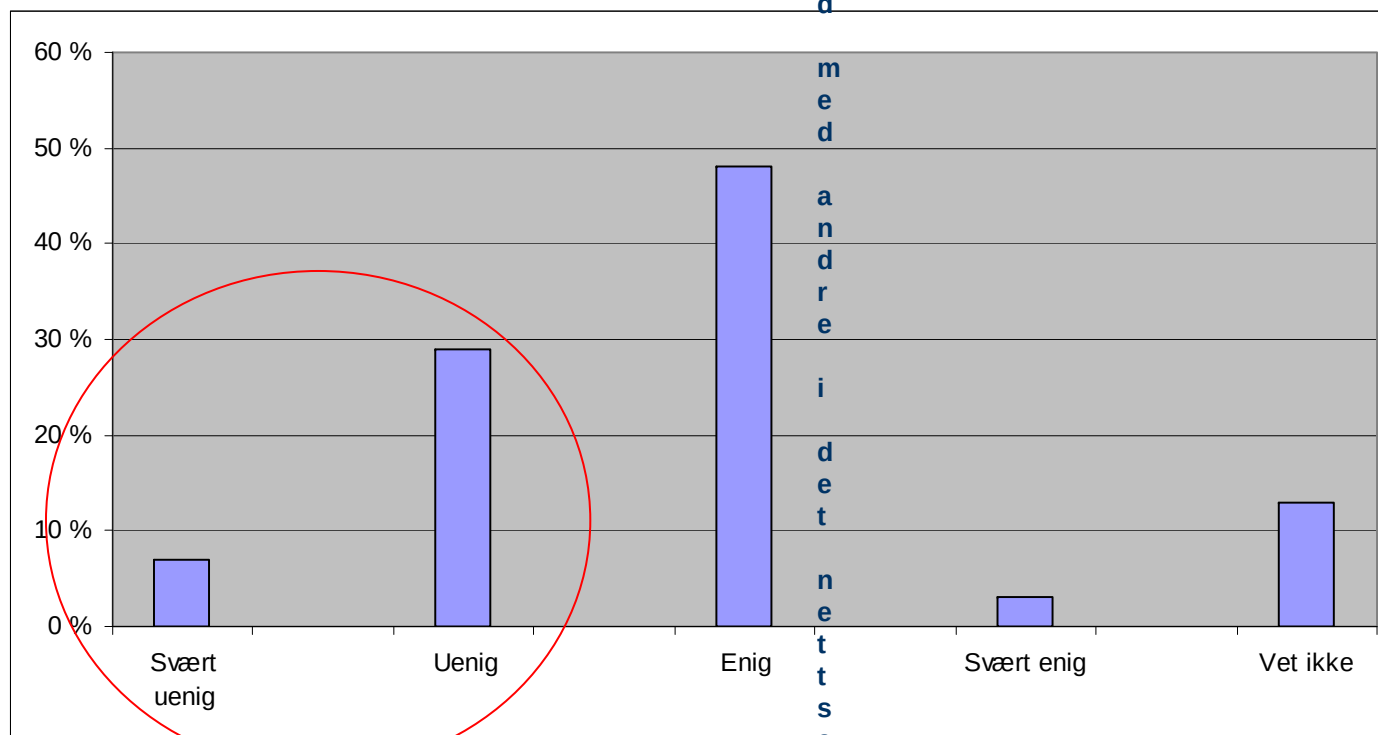
The screenshot shows the Facebook 'Personvern' (Privacy) settings page for a user named Petter Bae Brandtzaeg. The page is in Norwegian. The 'Profil' (Profile) tab is selected. The settings are organized into sections: 'Grunnleggende' (Basic), 'Kontaktinformasjon' (Contact information), 'Personlig informasjon' (Personal information), 'Status og koblinger' (Status and links), 'Bilder som du er tagget på' (Photos you are tagged in), 'Videor tagget av deg' (Videos tagged by you), 'Venner' (Friends), 'Veggmeldinger' (Wall posts), 'Utdanningsinformasjon' (Education information), and 'Jobbinformasjon' (Work information). Each section has a dropdown menu to select the audience. The 'Bilder som du er tagget på' section is expanded, showing options: 'Alle' (All), 'Mine nettverk og venner' (My networks and friends), 'Venners venner' (Friends of friends), 'Bare venner' (Only friends), 'Tilpass ...' (Customize...), and 'Kun meg' (Only me). The 'Bare venner' option is selected. At the bottom, there are buttons for 'Lagre endringer' (Save changes) and 'Avbryt' (Cancel).

Ikke bare dårlig design, de gir også brukerne et skinn av tillit gjennom kvasi-designløsninger

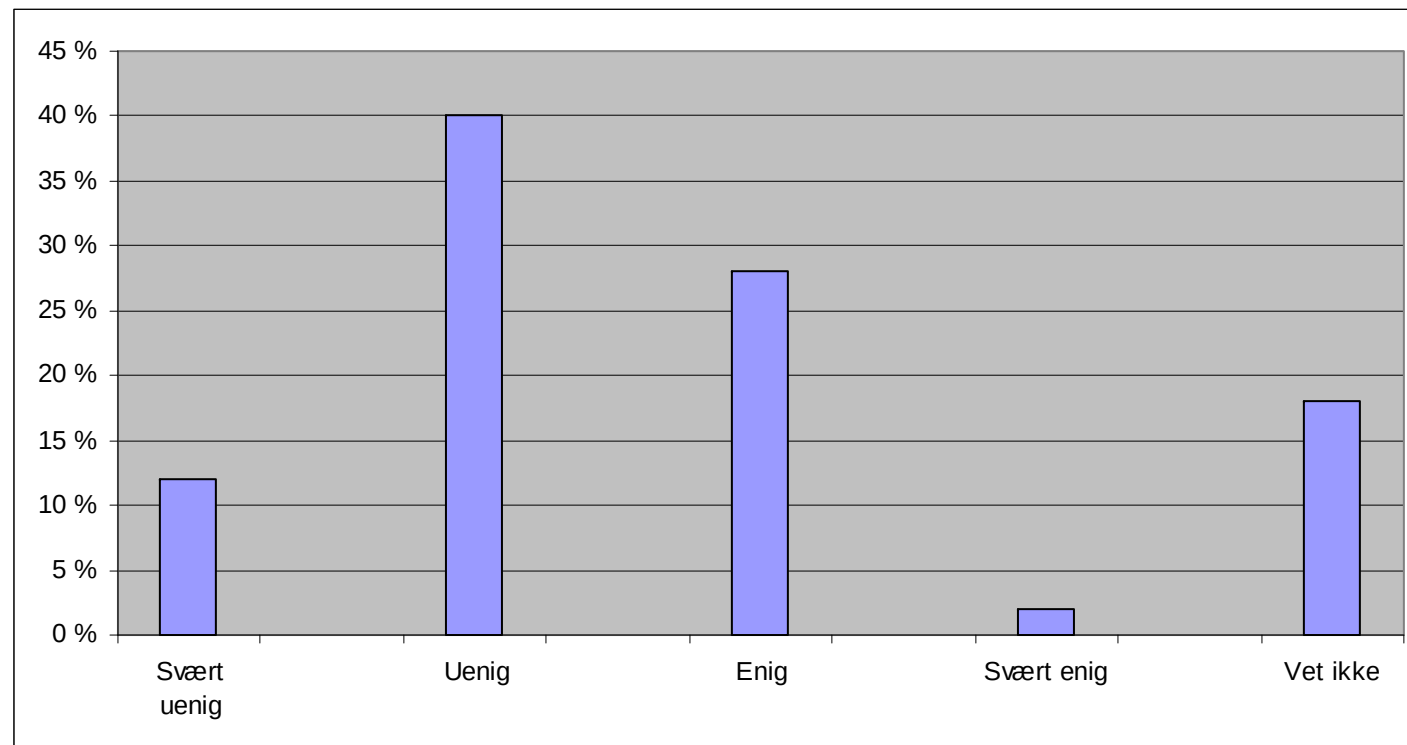


Løsningen må som utgangspunkt være, at brukeren har reell kontroll og valgmulighet, ikke bare opplevd kontroll! (NB! Man får heller ikke slettet FB-profiler)

Jeg stoler på at det er trygt å dele personlig innhold med andre i det nettsamfunnet jeg bruker **oftest** -

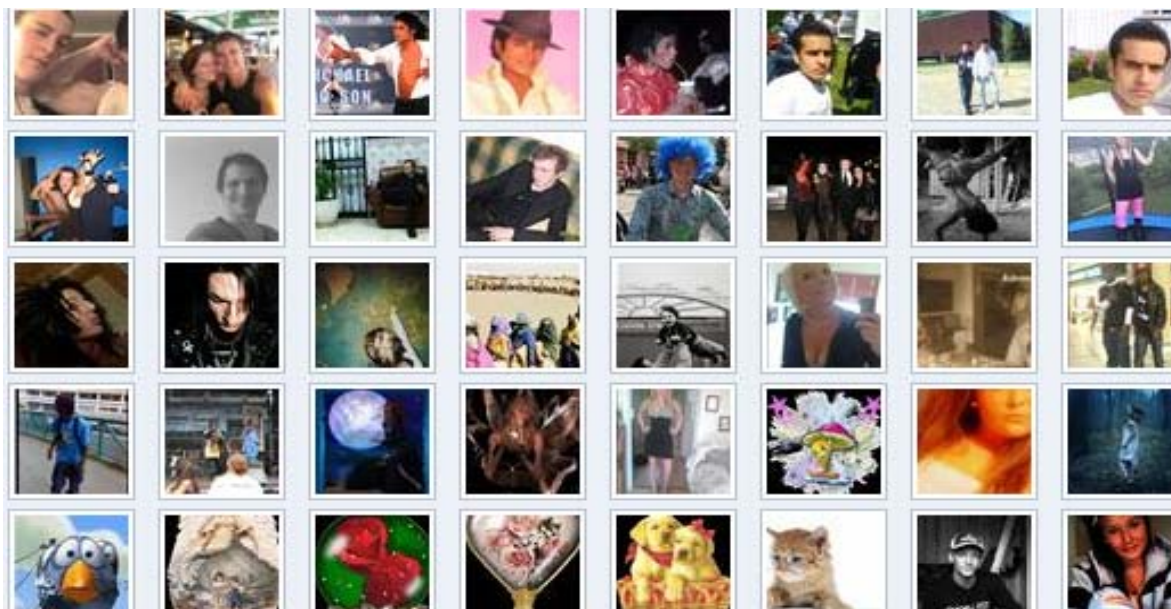


Jeg er sikker på at innhold som jeg legger inn i nettsamfunnet som jeg bruker oftest ikke blir misbrukt til kommersielle forhold



Ambivalens

- Samtidig sier 7 av 10 (70 %) av de mellom 15 og 30 år sier de med stor sannsynlighet vil dele sin personlige informasjon med andre på Internett i fremtiden
- **Kanskje krever vi ikke så mye tillit fra gratistjenester?**
- **Eller har de bare resignert?**



Konklusjon

- **Brukerne**

- Lav sosial tillitt (thin trust) til andre bruker og tjenestene når det gjelder personlig info. Bekymret, men forstår heller ikke rekkeviddene og dynamikken i sosiale nettverk – resignert?

- **Systemene / brukergrensesnittet**

- Designløsningene er kvasi, for vanskelige, komplekse, det samme er brukervilkårene (unntak norske, som nettby)

- **Informasjonsforvalterne / rettigheter**

- Lav tillit - hvem er de (for komplekst)? hvilke rettigheter har vi? (e.g. tredjepartsapplikasjonene på Facebook, Google, ofte i utlandet, vi kjenner ikke rettighetene)

- **Utviklerne**

- mener at tjenestene av sosiale medier er avhengig av brukernes tillit og at kontroll og "privacy" er selvregulerende

Takk for meg, spørsmål?

Kontakt: pbb@sintef.no el @Petterbb på twitter

- Kilder:

Brandtzæg, P.B. (2009). Privat 2.0. Mot økt åpenhet og ønsket nettsynlighet. *Delte meninger – Om nettets sosiale side*. Heidi Grande Røys (Red) (pp. 194-213.) Universitetsforlaget. Oslo, s. 194-213.online: www.deltemeninger.no

Brandtzæg, P.B & Lüders, M. (2009) **Privat 2.0**: Person- og forbrukervern i den nye Medievirkeligheten. SINTEF rapport (kan fåes per epost)