

Házhoz mennek a kellemetlen tapasztalatért

A magyarok jelentős része önként és dalolva adja ki személyes adatait az interneten anélkül, hogy elolvasná az adatbiztonsági szabályzatot, sőt, a 18 és 40 év közöttiek 40%-a kifejezetten előnyösnek tartja, hogy a különböző webhelyek adatokat gyűjtenek róla – derül ki a Lounge Group adatbiztonsággal kapcsolatos kutatásából. A szülők fele előszeretettel kutakodik gyermeke internetes tevékenysége után is.

Nigériai csalás, az eredetire megszólalásig hasonlító klónoldalak, adathalász kísérletek, ellopott bankkártya adatok, online zaklatás – csak néhány az online térben mások kárára elkövetett bűntények közül. Néhány évtizede még mindezek nem létező fogalmak voltak, az internet térnyerésének köszönhetően azonban egyre színesebb palettán mozognak az online visszaélések. Mindez nem is olyan meglepő, hiszen egy friss kutatás szerint volna még mit tanulnunk adataink védelméről. Az online bűntények piacát sajnos mi magunk is alakítjuk a rossz szokásainkkal.

Kinek mi a különlegesen szenzitív adat?

Érdeemes megvizsgálni, mely információkat tartják fontos, különlegesen szenzitív adatnak a 18 és 40 év közötti magyarok. A felmérésből kiderül, hogy másképp gondolkodik a kérdésről az Y és másképp a Z generáció. Míg az Y generáció nagyobb arányban tekint különlegesen szenzitív adatként a szexuális élet, egészségi állapot, vallási/világnézeti meggyőződés, nemzeti vagy etnikai hovatartozás kérdéseire, addig a Z generáció érzékenyebb a munkahellyel, szakképesítéssel, ismerősökkel, utazásokkal és vásárlásokkal kapcsolatos információira. Abban viszont például egyetértés van közöttük, hogy a szexuális életüket nagyobb arányban gondolják különösen védendőnek, mint pénzügyeiket. A rangsort az intim részletek vezetik, ezüstérmesek a vagyoni helyzetre vonatkozó információk, és csak a dobogó harmadik fokára fértek fel a banki adatok.

Egyre inkább tetten érhető azonban a tudatosságra való törekvés, amit jól mutat, hogy a Z generáció tagjai már óvatosabban kezelik adataikat. Ugyanakkor ők azok, akik nagyobb arányban tartják előnyösnek a weboldalak adatgyűjtését, bár náluk is enyhe többségben vannak azok, akik szkeptikusan kezelik a kérdést. „A személyre szabott lehetőségekkel időt és pénzt spórolhatunk, ezt jelenleg a fiatalabb korosztály jobban értékeli. Azonban az online gyűjtött adatok alapján történő szolgáltatás-javaslatok megítélése általánosságban inkább negatív. Nagy felelősségük van a közösségi média oldalaknak abban, hogy ez milyen irányba fog változni.” – mondja Szabó Zsófia, a Lounge Group kutatási divíziójának vezetője.

Így védekezünk mi

A 18-40 éves korosztály 61%-a odafigyel, hogy kizárólag hitelesített weboldalakat látogasson. A legbiztonságosabbnak sorrendben a Gmail-t, a Youtube-ot és a Facebookot tekintik, míg a nagy közösségi oldalak közül a Twitter adatkezelésével kapcsolatban a legbizonytalanabbak. Ugyanakkor 60% teljesen figyelmen kívül hagyja az adatbiztonsági tájékoztatókat, és ahogy nő a felhasználók iskolai végzettsége, úgy romlik ez az arány.

„Minél magától értetődőbb az online működésünk, annál fesztelenebben siklunk át az adatvédelmi tájékoztatókon. Amikor a Guardian újságírója kikérte adatait a Tindertől, legnagyobb meglepetésére egy 800 oldalas dokumentumot kapott magáról. Egy munka-, vagy adásvételi szerződést is átolvastunk, akkor itt miért mulasztjuk el? Hosszútávon elköteleződöttünk az interneten, nem engedhetjük meg magunknak a felkészületlenséget.” – mondja Szabó Zsófia, a Lounge Group kutatási divíziójának vezetője.

Az is elmondható a Lounge Group kutatási eredményei alapján, hogy bár az emberek kétharmada a mobilját használja elsősorban internetezésre, a számítógépeket (85%) jobban védik szoftverekkel, mint telefonjaikat (60%).

A jelszóhasználati szokásaink is megoszlanak: 42% tudatosan cseréli bizonyos időközönként a jelszavát, egy másik 42% viszont csak akkor, ha valamilyen oknál fogva muszáj neki, 12% pedig egyáltalán nem változtat a belépési kódokon. A válaszadók közel egynegyede egyetlen jelszót használ minden fiókjához.

A nigériai herceg levelei

Bár tízből hét felhasználó törekszik arra, hogy külön jelszóval védje a fiókjait, és 81% kiegészítő biztonsági megoldásokat is használ, mindezek ellenére minden hatodik ember esett már áldozatul valamilyen internetes csalásnak. Az egyik legnépszerűbb forma a nigériai csalás, vagyis hagyományosan egy levélben érkező kérés, amelyben kisebb anyagi segítségért cserébe busás jutalmat ígér a csaló. A legklasszikusabb formája, amikor látszólag egy kormányhivataltól kapunk levelet, amelyben egy elhunyt afrikai vezető (például, miniszter, diktátor vagy herceg) vagyonának kimenekítésében kérnek segítséget, melyhez a levél küldője nem fér hozzá közvetlenül. A vagyon megszerzéséhez természetesen a címzett banki adatainak megadásán keresztül vezet az út. Erről a csalási formáról, amely 1980 óta számos formában megjelent már, a válaszadók harmada hallott, közülük 38% személyes tapasztalattal is rendelkezik, 7% pedig válaszolt is rá.

És hogyan védik gyermekeik adatait azok a szülők, akik a saját információikat sem kezelik kellő körültekintéssel? A szülők fele válaszolta azt a Lounge Group kérdésére, hogy ellenőrzik gyermekeik internetes tevékenységét, de közülük csak 80% teszi ezt a gyermek tudtával. Az viszont rendkívül elgondolkodtató, hogy mennyire teszik ezt alaposan: a megkérdezetteknek csupán 1,5%-a válaszolta ugyanis, hogy érte már gyermekét zaklatás, miközben a felnőttek 22%-a ismerte be, hogy érte már korábban inzultus az online térben. „Ilyen esetben a „jelentem” gomb kattintásával tudunk segítséget kérni a közösségi oldalakon. Súlyosabb esetekben pedig a hatóságok bevonására is szükség lehet.” – mondta el Szabó Zsófia.

Bár a szülők és a gyerekek többnyire eltérő felületeket látogatnak, az Unicef adatai szerint a 10 és 18 év közöttiek 88%-a rendelkezik profillal közösségi oldalon. Érdemes szülőként észben tartani, hogy a közösségi oldal használata megalázza a cyberbullyingnak, ahol szinte ellenőrizhetetlenül érhetik a gyerekeket kellemetlen tapasztalatok, hiszen ez az a fórum, ahol arc és név nélkül formálhat véleményt bárki anélkül, hogy vállalnia kellene érte a felelősséget. Éppen ezért nem elég azzal tisztában lenni, hogy milyen oldalakat használnak a család legfiatalabb tagjai, azt is fontos figyelni, hogy ott mi történik velük.

A kutatást 2019. májusában a Századvég Politikai Iskola Alapítvány végezte a New Land Media Kft. megbízásából, mely a Lounge Group tagja. Az 508 fős minta összetétele a legfontosabb szociodemográfiai tényezők szerint, mint nem, iskolai végzettség és településtípus megfelel a teljes 18-40 éves magyar lakosság arányainak. A kutatás során továbbá 3 fókuszcsoportos beszélgetést folytattak le azonos korcsoporton belül internethasználat és adatbiztonság témában. Két fókuszcsoportra Budapesten, egyre pedig Szolnokon került sor.