

Portale społecznościowe – codzienne wyzwania

Informacje o lekcji

Eksperci:	Małgorzata Szumańska, Kamil Śliwowski
Autorka wiedzy w pigułce:	Anna Obem
Autorka scenariusza:	Izabela Meyza
Organizacja publikująca:	Fundacja Panoptykon
Przedmiot:	Etyka
Sugerowany poziom kształcenia:	Gimnazjum
Licencja:	Creative Commons Uznanie autorstwa – Na tych samych warunkach 3.0 Polska

Wiedza w pigułce

Aż 9 na 10 korzystających z Internetu nastolatków w wieku 13–15 lat ma dziś konto na Facebooku. W marcu 2014 r. ten portal społecznościowy miał w Polsce ponad 12 mln użytkowników, z czego ponad 2,7 mln w wieku 13–18 lat. Najpopularniejsze konta polskich użytkowników portalu Ask.fm mają nawet 8 mln fanów (2014 r.). Ich właściciele piszą głównie o modzie i popularnych wśród młodzieży celebrytach, udzielają porad.

Korzystanie z serwisów społecznościowych to najpopularniejszy sposób spędzania czasu w Internecie (deklaruje go 67% badanych, TNS, 2013 r.). W coraz większym stopniu zastępują one inne, w tym elektroniczne, formy komunikacji (np. czat), służą jako album na zdjęcia, źródło informacji o świecie. Są też naturalnym narzędziem do organizowania się: wykorzystują je nauczyciele do kontaktu z uczniami, organizatorzy imprez i wydarzeń kulturalnych do ich promowania, a także aktywiści na całym świecie (np. syryjscy działacze nagłaśniali tą drogą wydarzenia w swoim kraju).

Ta wielofunkcyjność portali tylko częściowo uzasadnia ich wielką popularność. Młodzież, nauczyciele, rodzice – każda z tych grup korzysta z portalu społecznościowego w innym celu, ale rezultat jest ten sam: ten, kto nie ma konta, może stać się wykluczony. Z obawy przed tym dzieci nieraz ignorują zakazy rodziców i obchodzą ograniczenia wiekowe w portalach, podając nieprawdziwe dane.

Internet zastąpił podwórko, a jednocześnie otworzył przed młodymi ludźmi przestrzeń, która daje poczucie większej swobody, a nawet anonimowości. To paradoks, bo w Internecie każdy ruch jest śledzony. Wynika to przede wszystkim z modelu biznesowego, który realizują komercyjni dostawcy usług internetowych, zarabiający na reklamie. Im więcej wiedzą o swoich użytkownikach, tym lepiej są w stanie dopasować reklamy do ich profili, co zwiększa zysk.

Firma, która prowadzi serwis społecznościowy, wchodzi w posiadanie bardzo szczegółowych informacji o stylu życia użytkownika, jego zachowaniach itp. Dotyczy to nie tylko aktywnych użytkowników portali:

nawet osoby, które nie założyły konta, mają swoje „konta-cienie”. Dzieje się tak, jeśli osoba mająca konto udostępni portalowi listę swoich kontaktów z telefonu bądź poczty e-mail.

Portale społecznościowe w uproszczeniu można podzielić na dwie kategorie: te całkowicie „publiczne” oraz te umożliwiające zarządzanie ustawieniami prywatności. Pierwsze z nich najczęściej umożliwiają występowanie pod pseudonimem, ale publikowane treści są dostępne dla wszystkich. Tak działają Twitter czy popularny wśród młodzieży Ask.fm. Coraz częściej sieci społecznościowe o podobnych charakterze tworzą się wokół aplikacji, np. Snapchata (przesyłanie krótkich filmów i zdjęć) czy Instagrama (przesyłanie zdjęć). Portale z drugiej grupy umożliwiają zarządzanie dostępnością publikowanych informacji (np. pozwalają tworzyć grupy znajomych, blokować dostęp do wpisów czy możliwość dodawania komentarzy osobom z różnych grup). Tak działają Facebook, Google+, nk.pl.

Informacje, które użytkownik udostępnia w sieci w różnych miejscach, można łatwo połączyć ze sobą i w ten sposób ustalić jego tożsamość (jeśli np. zintegruje swój anonimowy profil z innym, w którym używa prawdziwego nazwiska, jest to dziecinnie proste).

Ponieważ informacji raz upublicznionych w sieci nie da się usunąć, mają one wpływ na kształtowanie się naszego wizerunku zarówno teraz, jak i w przyszłości. Dzisiejszy nastolatek musi liczyć się z tym, że opublikowane przez niego zdjęcia z wakacji, w przyszłości będzie mógł zobaczyć również potencjalny pracodawca, partner(-ka) i dzieci. Obecność na portalu społecznościowym może się też wiązać z krzywdą emocjonalną. Ktoś może wykorzystać wizerunek użytkownika w reklamie, umieścić złośliwy komentarz, a w skrajnych sytuacjach – opublikować wstydlive czy kompromitujące informacje.

W pewnym stopniu to ryzyko można ograniczyć, dbając o odpowiednie ustawienia prywatności na portalu. Jednak niezależnie od tych ustawień, korzystanie z niego pociąga za sobą techniczną możliwość szerokiego udostępniania informacji. Nigdy nie możemy mieć pewności, że np. osoby z grona znajomych nie wykorzystają danych bez naszej zgody. Wreszcie, bez względu na ustawienia prywatności, do wszystkich informacji zawsze ma dostęp firma zarządzająca portalem i jej pracownicy. Warto też pamiętać, że przy zakładaniu konta na portalu każdy akceptuje jego regulamin i godzi się na wszystko, co jest w nim napisane. Na przykład, zakładając konto na Facebooku, udziela bezpłatnej licencji na korzystanie ze swoich zdjęć.

Łatwość śledzenia i analizowania zachowań użytkowników na portalach społecznościowych może mieć daleko idące konsekwencje dla wolności i praw człowieka. Przekonali się o tym wspomniani syryjscy aktywiści: ponieważ udostępniali na portalach nagrania demonstracji i tą drogą organizowali kolejne, syryjski reżim mógł łatwo zidentyfikować i aresztować wielu z nich. Z drugiej strony, w krajach demokratycznych portale społecznościowe nadal są z powodzeniem wykorzystywane przez obywateli do politycznej mobilizacji. Przykładem masowej akcji, którą ułatwiło m.in. użycie Facebooka, były polskie protesty przeciwko ACTA.

Portale społecznościowe coraz częściej stają się oknem na świat. Jest to jednak okno ograniczone i inne dla każdego użytkownika (to zjawisko tzw. bańki filtrującej). Specjalne algorytmy analizują informacje, które publikuje, ale też te, które trafiają do sieci automatycznie, np. dane o lokalizacji czy informacje, jakie inne strony odwiedza (jeśli mają one tzw. wtyczki społecznościowe). Na tej podstawie wyświetla się nam taki zestaw informacji, jaki – statystycznie – *powinien* nas zainteresować. Dzięki temu portale mogą być skutecznie wykorzystywane w celach propagandowych, a nawet do manipulacji (np. Facebook, nie informując o tym użytkowników, wyświetlał im celowo dobrane treści i badał ich reakcje).

Jak świadomie korzystać z portali społecznościowych?

1. Zanim założysz konto, zastanów się, czy jest to wybór odpowiedni dla Ciebie? Może lepiej wyrazisz siebie za pomocą innego medium, np. bloga?
2. Jeśli chcesz być obecny(-a) na portalu społecznościowym, wiedz, że masz do wyboru wiele różnych usług. Wybierz tę, która zapewni najlepszą ochronę Twoich praw. Poza Facebookiem czy Ask.fm działają też inne serwisy, np. Diaspora, Friendica i Retroshare.
3. Zadbaj o swoją prywatność: ogranicz widoczność wpisów do grona swoich znajomych, możliwość oznaczania Cię na zdjęciach i we wpisach; akceptuj zaproszenia tylko od osób, które rzeczywiście znasz.
4. Zanim opublikujesz jakąś informację czy zdjęcie, zastanów się, jakie to może mieć konsekwencje dla Ciebie i innych. Czy chciałbyś(-abyś), żeby każdy mógł za kilkanaście lat znaleźć tę informację w sieci?
5. Używaj różnych danych i adresów e-mail do logowania się do różnych usług.
6. Wykorzystaj pozytywny potencjał portali: wyszukuj i dziel się wartościowymi informacjami.
7. Żeby zobaczyć pełny obraz świata, szukaj informacji także poza tym portalem społecznościowym. Zajrzyj na strony internetowe mediów, organizacji, instytucji; korzystaj z kanałów RSS.
8. Pamiętaj, że jest też życie poza Internetem. Niektóre sprawy lepiej przenieść do „realu”.

Pomysł na lekcję

W czasie zajęć uczestnicy i uczestniczki poddadzą refleksji fenomen popularności portali społecznościowych. Poznają także pozytywne i negatywne aspekty obecności w tych portalach oraz zastanowią się, jakich informacji na nich nie zamieszczać.

Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- rozumieją przyczyny, dla których portale społecznościowe mają tak wielu użytkowników;
- znają pozytywne i negatywne konsekwencje obecności na portalach społecznościowych;
- wiedzą, jak dbać o prywatność na portalach społecznościowych.

Przebieg zajęć

Ćwiczenie 1.

Czas: 15 min

Metoda: praca w grupach

Pomoce: karta pracy nr 1 „Profil w Internecie” i karta pracy nr 2 „Kto ogląda?”

Podziel uczestników na cztery grupy. Następnie każdej z nich rozdaj kartę pracy nr 1 „Profil w Internecie”. Poproś o zapoznanie się z materiałem.

Następnie rozdaj grupom przypisany im materiał z karty pracy nr 2 „Kto ogląda?”. Poproś o przeczytanie go i odpowiedź na pytania. Następnie poproś każdą z grup o przedstawienie odpowiedzi na pytania na forum.

Ćwiczenie 2.

Czas: 20 min

Metoda: dyskusja

Pomoce: tablica i kreda lub papier i marker

Zapytaj:

- Z jakich portali społecznościowych korzystacie?

Z odpowiedzi wychwyć, że najczęściej spotykamy się z dwoma rodzajami portali społecznościowych, których przykładami są Facebook oraz Ask.fm (lub Twitter). Na Facebooku powinniśmy rejestrować się (zgodnie z regulaminem) pod prawdziwym imieniem i nazwiskiem, ale możemy też zarządzać ustawieniami prywatności (np. udostępniać informacje tylko wybranym osobom, tworzyć grupy). Natomiast na Ask.fm czy Twitterze możemy „ukryć się” pod nickiem, jednak wszystko, co piszemy, dostępne jest nawet dla niezalogowanych osób. Nawiązując do poprzedniego ćwiczenia, zwróć uwagę, że informacje z różnych kont można zintegrować ze sobą i żadne z nich nie gwarantuje anonimowości.

Następnie napisz na tablicy hasło: „Portale społecznościowe – plusy i minusy korzystania”. Podziel tablicę na cztery części, oznacz je „plusy teraz”, „minusy teraz”, „plusy w przyszłości”, „minusy w przyszłości” i poproś uczestników o podawanie przykładów. W dyskusji zwróć uwagę na fakt, że popularność portali społecznościowych wiąże się nie tylko z tym, że odpowiadają na potrzeby użytkowników (utrzymywanie kontaktów ze znajomymi, zdobywanie wiedzy, dzielenie się informacjami, działalność aktywistyczna), ale także z tym, że dla wielu firm udostępniane przez nas dane stają się źródłem zysku (wykorzystaj „Wiedzę w pigułce” i poprzednie ćwiczenie).

Zadbaj, by w dyskusji o plusach i minusach znalazła się refleksja o odległych konsekwencjach korzystania z portali (profil oglądany w przyszłości przez pracodawcę, dzieci itp.). Zwróć uwagę, że wrzucając do sieci informacje i zdjęcia, przenosimy je do sfery publicznej i tracimy nad nimi kontrolę. Przed ich zamieszczeniem warto się więc zastanowić, czym chcemy się podzielić, a co warto zachować w sferze prywatnej.

Pytania pomocnicze do dyskusji:

- Dlaczego portale społecznościowe są tak popularne? Dlaczego sami z nich korzystacie? Dlaczego robią to Wasi znajomi?
- Jaki wpływ na korzystanie z nich ma otoczenie (np. rówieśnicy)? Czy jest wśród Was ktoś lub znacie kogoś, kto nie ma konta na Facebooku? Jak to wpływa na postrzeganie tej osoby przez innych?
- Jak portale społecznościowe (np. Facebook) zachęcają nas (zmuszają?) do dzielenia się informacjami o sobie? Po co to robią?
- Komu może zależeć na zdobyciu informacji o nas z portali społecznościowych? Dlaczego?
- Jak firmy mogą zarabiać na portalach społecznościowych?
- Jakie konsekwencje w przyszłości może mieć nieprzemysłane zamieszczanie informacji na portalach społecznościowych?

Ćwiczenie 3.

Czas: 10 min

Metoda: praca indywidualna

Pomoce: pocięta karta pracy nr 3 „Co zmienię?”

W widocznym miejscu rozłóż pocięte zdania z karty pracy nr 3 „Co zmienię?” Poproś uczestników, żeby do nich podeszli i zapoznali się z hasłami. Następnie zaproponuj, żeby każdy wybrał zdanie, które uważa za najważniejsze w kontekście dbania o swoją prywatność w przyszłości. Poproś chętne osoby, żeby uzasadniły swój wybór. Zaproponuj, żeby każdy włożył karteczkę do kieszeni i zajrzał do niej po lekcji, kiedy będzie korzystał z portalu społecznościowego.

Ewaluacja

Czy po przeprowadzeniu zajęć uczestnicy i uczestniczki:

- znają plusy i minusy obecności w portalach społecznościowych?
- potrafią chronić swoją prywatność na tych portalach?
- mają świadomość, jak ich dane mogą być wykorzystywane przez różne podmioty obecne na portalach społecznościowych?

Opcje dodatkowe

Jeżeli w czasie zajęć uczestnicy mają możliwość korzystania z Internetu, jako uzupełnienie ćwiczenia pierwszego możesz zaproponować, żeby każdy z nich obejrzał historię swojego profilu na Facebooku (lub innym popularnym portalu społecznościowym). Poproś, żeby uczestnicy szczególnie przyjrzeni się starszym wpisom, komentarzom i zdjęciom. Następnie zaproponuj refleksję na ten temat (zapytaj: „Co czujecie, czytając swoje wpisy sprzed roku?”, „Czy dzisiaj zamieścilibyście taki wpis?”). Następnie poproś, by uczestnicy wyobrazili sobie, że czytają te wpisy za kilkanaście lat i zapytaj, co mogliby wtedy czuć. Omawiając ćwiczenie, możesz odwołać się także do pokolenia rodziców (zapytaj: „Co wiecie o Waszych rodzicach, a co o was będą wiedziały Wasze dzieci?”, „Skąd pochodzi/będzie pochodzić ta wiedza?”).

Materiały

- Karta pracy nr 1 „Profil w Internecie”
- Karta pracy nr 2 „Kto ogląda”
- Karta pracy nr 3 „Co zmienię”

Zadania sprawdzające

Zadanie 1

Prawda czy fałsz (P/F)?

1. _ Firmom reklamowym zależy na tym, żebyśmy zamieszczali dużo informacji o sobie na portalach społecznościowych.
2. _ Dzięki dbaniu o ustawienia prywatności na Facebooku mogę mieć pewność, że pewne informacje nie trafią w niepowołane ręce.

3. _ To, co zamieszczę na portalu społecznościowym, mogę bez problemu usunąć tak, że nikt nie będzie miał do tego dostępu.
4. _ To, co dziś napiszę na Facebooku, może mieć wpływ na moje życie za kilkanaście lat.
5. _ Nie ma przepływu informacji między różnymi portalami społecznościowymi, na których mam profile.

Słowniczek

Bańka filtrująca (ang. *filter bubble*) – sytuacja, w której na skutek działania określonego algorytmu osoba korzystająca z sieci otrzymuje wyselekcjonowane informacje, dobrane na podstawie informacji dostępnych na jej temat, takich jak lokalizacja czy historia wyszukiwania.

Media społecznościowe – różnorodne narzędzia umożliwiające użytkownikom Internetu rozbudowaną interakcję. W zależności od charakteru tej interakcji wyróżniamy wśród nich fora, czaty, blogi, portale społecznościowe, społeczności gier sieciowych, serwisy crowdfundingowe i wiele innych.

Nick (ang. *nickname* – przydomek, pseudonim) – podpis (niebędący imieniem i nazwiskiem) wykorzystywany przez użytkowników sieci.

Profilowanie – oparty na określonych algorytmach mechanizm, który służy kategoryzowaniu ludzi według ich cech, zachowań, preferencji. Jest stosowany m.in. w marketingu internetowym, w celu prezentowania reklam dopasowanych jak najściślej do potrzeb określonych użytkowników i użytkowników sieci, w branży bankowej i ubezpieczeniowej, w celu oceny klienta, a także przez państwo, w celu zwiększenia bezpieczeństwa (np. No Fly List w USA).

Czytelnia

1. Katarzyna Szymielewicz, Kamil Śliwowski, Anna Walkowiak, Małgorzata Szumańska, *Niedyskretny profil*, Fundacja Panoptykon [dostęp: 23.12.2014]: <http://cyfrowa-wyprawka.org/teksty/niedyskretny-profil>.
2. Kamil Śliwowski, Anna Obem, *Odzyskaj kontrolę w sieci. Odcinek III: ustawienia prywatności na Facebooku*, Fundacja Panoptykon [dostęp: 15.10.2015]: <http://cyfrowa-wyprawka.org/teksty/odzyskaj-kontrolę-w-sieci-odcinek-iii-ustawienia-prywatności-na-facebooku>.
3. Anna Walkowiak, Kamil Śliwowski, Małgorzata Szumańska, *Dokarmianie profilowego potwora*, Fundacja Panoptykon [dostęp: 15.10.2015]: <http://cyfrowa-wyprawka.org/teksty/dokarmianie-profilowego-potwora-o>.
4. Małgorzata Kulka, *Czy prywatność na Facebooku jest możliwa?*, Socjomania.pl [dostęp: 14.12.2014]: <http://socjomania.pl/czy-prywatność-na-facebooku-jest-możliwa>.

Ten materiał jest częścią projektu „Cyfrowa wyprawka” Fundacji Panoptykon.

Projekt współfinansowany ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**