

Media społecznościowe — nasz świat czy tylko narzędzia?

WIEDZA W PIGUŁCE

Media społecznościowe są narzędziami, które wpływają na to, jak działamy. Czasami wpływ ich widać na pierwszy rzut oka, np. inaczej komunikujemy się na forum, komentując artykuł czy czatując w trakcie gry on-line.

Często jednak nie zdajemy sobie sprawy, jak dalece medium wpływa na nasze zachowania komunikacyjne. Np. nieustanne wyświetlanie aktualności na portalach społecznościowych prowadzi do chęci bezustannego śledzenia zmian. Medium prowokuje nas do częstego dodawania statusów poprzez określoną budowę interfejsu.

Bywa również, że sposoby wyrażania naszych emocji zmieniają się po wejściu do sieci. Wiele osobom łatwiej tam przychodzi wspieranie czy chwalenie, ale też nieraz obrażanie innych. Deklaracje „lubię to” zmieniły sens. Mogą wyrażać współczucie lub zainteresowanie jakąś sprawą.

Portale społecznościowe zachęcają do otwartości i ograniczania sfery prywatnej. W wielu osobach wytworzyło to potrzebę dzielenia się wydarzeniami z życia codziennego, choćby był to tylko spożywany posiłek. Inni starają się chronić swoją prywatność, m.in. zabraniając oznaczania zdjęć i nie określając statusów związku.

Jednocześnie okazuje się, że za pomocą popularnych narzędzi trudno przekazywać treści pełne powagi czy informacje o osobistych tragediach, np. o śmierci bliskich. Dochodzi do groteskowych sytuacji, gdy zmarła osoba nadal ma swój profil.

Społeczności on-line stały się pośrednikiem naszej komunikacji w różnych kręgach społecznych. Wśród znajomych mamy rówieśników, rodzinę, często również nauczycieli czy przełożonych w pracy. Zwykle do wszystkich tych osób odnosimy się zupełnie inaczej, dostosowując nasz wizerunek do sytuacji. Manipulowanie ustawieniami prywatności ułatwia kontrolę nad opinią o nas wśród innych użytkowników. Czy jednak np. nauczyciel może wymagać od nas odpowiedniego zachowania w sieci?

Internet pozwala też na tworzenie wizerunku w oderwaniu od naszych poglądów i działań. Przykładem może być aktywność obywatelska i kulturalna — deklaracja wzięcia udziału w wydarzeniu nie musi iść w parze z faktycznym uczestnictwem.

W mediach społecznościowych możemy przyjmować różne strategie — możemy postawić na szczerość i spójność komunikatów kierowanych do wszystkich lub na kreowanie różnych wizerunków.

POMYSŁ NA LEKCJĘ

Sprawdzamy, w jaki sposób zachowujemy się, pokazujemy swoją tożsamość, a tym samym tworzymy swoje wizerunki on-line i off-line.

Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- mają świadomość, że sytuacja i używane kanały informacyjne on-line i off-line wpływają (ułatwiając lub utrudniając) na wyrażanie pewnych emocji, przekazywanie różnego typu informacji;

- rozumieją, że wizerunek, jaki pokazują on-line i off-line może być analizowany, a w przypadku niespójności podważany przez innych;
- rozumieją szanse i zagrożenia związane z kreowaniem swojego wizerunku w sieci;
- rozumieją, jak medium (interfejs) wpływa na nasze zachowania — np. Facebook zachęca do częstego aktualizowania statusów;
- mają świadomość, że otoczenie on-line i off-line próbuje przykuć ich uwagę i mogą temu przeciwdziałać.

Przebieg zajęć

1.

Czas: 10 min
 Forma: praca indywidualna
 Pomoce: **kopie karty pracy „Zachowania off-line i on-line”**

Rozdaj wszystkim **karty pracy „Zachowania off-line i on-line”** i poproś o ich wypełnienie i zastanowienie się nad pytaniami na końcu.

2.

Czas: 25 min
 Forma: praca w grupach, prezentacja, dyskusja
 Pomoce: wydruk **materiału pomocniczego „Zachowania off-line i on-line — dodatkowe pytania”**, papier dużego formatu, markery

Podziel grupę na cztery podgrupy i poproś o wymienienie się refleksjami i uwagami dotyczącymi wypełnionej karty pracy. Daj każdej podgrupie dodatkowe pytanie z **materiału pomocniczego „Zachowania off-line i on-line — dodatkowe pytania”**, poproś o dyskusję i wypracowanie odpowiedzi (zapisanych na papierze dużego formatu), a potem przedstawienie ich na forum całej grupy. Po poszczególnych prezentacjach daj czas innym podgrupom na zabranie głosu w dyskusji.

3.

Czas: 10 min
 Forma: prezentacja osoby prowadzącej, rozmowa

Podsumuj dyskusję. Możesz skorzystać z poniższych wskazówek i „Wiedzy w pigułce”.
 Zachowania on-line i off-line u jednych bywają bardzo podobne, u innych wyglądają zupełnie inaczej. Każdy, będąc on-line czy off-line, ma prawo kształtować swój wizerunek tak, jak chce. W obu sytuacjach trzeba brać pod uwagę, że zachowanie zostanie zarejestrowane — czy to przez strony, z których korzystamy lub ich użytkowników czy np. miejski monitoring albo któregoś z przechodniów. W obu przypadkach kreowane wizerunki, szczególnie te nieszczerze czy fałszywe mogą być też kwestionowane i podważane.

Rzeczywistość on-line nakłania nas do interakcji — aplikacje migają, wyskakują okienka, pojawiają się pytania o samopoczucie, nowe wpisy znajomych osób w serwisie społecznościowym. Koniecznie trzeba coś polubić, skomentować. Trzeba mieć świadomość, że interfejs jest tak skonstruowany, abyśmy tym mediom poświęcili jak najwięcej czasu. W sytuacjach on-line czujemy się bardziej anonimowi. Często sądzimy, że możemy sobie pozwolić na więcej — możemy kogoś obrazić, przekląć, a może nawet coś zniszczyć. Czy nasz wizerunek powinien być spójny w ramach działań off-line i on-line, a także czy powinna istnieć spójność między oboma wizerunkami? A czy tak samo zachowujemy się wobec różnych naszych znajomych, wobec znajomych i nieznajomych, wobec młodszych i starszych? Różne zachowania w różnych sytuacjach są naturalne. Ważne jest, żeby nie zachowywać się sztucznie, ale w zgodzie z samym sobą.

Ewaluacja

Czy po przeprowadzeniu zajęć ich uczestnicy i uczestniczki:

- mają świadomość, że powinni wybierać odpowiednie kanały informacyjne on-line i off-line do przekazywania różnego typu informacji;
- rozumieją, że jeśli pokażą swoją fałszywą tożsamość on-line i off-line, to może ona zostać zakwestionowana przez innych (znajomych i nieznajomych);
- rozumieją, jak medium (interfejs) wpływa na nasze zachowania — np. Facebook zachęca do częstego aktualizowania statusów;
- są świadomi, że otoczenie on-line i off-line próbuje przykuć ich uwagę i wciągnąć do interakcji; wiedzą, że mogą to regulować.

Opcje dodatkowe

W punkcie 3 zapytaj grupę:

- W jaki sposób można uchronić się przed rozpraszaniem uwagi on-line i off-line?
- Jaki mają sposób na pokazywanie siebie (swojej tożsamości) on-line i off-line? Czego unikają?

Rozważ realizację jednego z ćwiczeń lub całej lekcji „[Wizerunek w sieci](#)” nt. kreowania i interpretowania wizerunku w internecie.

MATERIAŁY

karta pracy „Zachowania off-line i on-line”

materiał pomocniczy „Zachowania off-line i on-line — dodatkowe pytania”

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Prawda/fałsz

1. Słowa wsparcia w ciężkiej sytuacji lepiej przekazywać na osobności lub w prywatnej wiadomości niż publicznie. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]
2. Kliknięcie „lubię to” czy umieszczenie pozytywnego komentarza w serwisie społecznościowym nie jest najlepszym sposobem na wsparcie inicjatywy wymagającej fizycznej pomocy. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]
3. Publiczne przyznanie sobie zasługi przyniesie wizerunkową korzyść, nawet jeśli po jakimś czasie wyjdzie na jaw, że to nieprawda. [rozwiązanie: fałsz] [Prawda/Fałsz]
4. Za każdym razem, gdy Facebook pyta „o czym teraz myślisz”, należy mu szczerze odpowiadać. [rozwiązanie: fałsz] [Prawda/Fałsz]

SŁOWNICZEK

- **interfejs**: część systemu operacyjnego odpowiedzialna za komunikowanie się z użytkownikiem. Interakcja ta może odbywać się za pomocą tekstu i klawiatury, grafiki i kursora lub ruchów palca na ekranie – przetwarzane są sygnały użytkownika i maszyny.

CZYTELNIA

- Hansen Onno, Staszyńska Beata, Zbierski Tomasz i inni, **Dynamiczna tożsamość – o co chodzi? Warsztaty interdyscyplinarne 2012** [PDF], Fundacja Citizen Project, [data dostępu: 03.06.2013], Dostępny w Internecie: <http://dynamicznatozsamosc.org/wp-content/uploads/2012/12/Dynamiczna-Tozsamosc.pdf>.

Tekst: Urszula Dobrowolska, scenariusz: Jan Dąbkowski, konsultacja merytoryczna: Marcin Wilkowski. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez Fundację Nowoczesna Polska.

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/media-spolecznościowe-nasz-swiat-czy-tylko-narzedzia/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Stowarzyszenia Autorów ZAIKS, Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe, Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Informatyka, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

V. Ocena zagrożeń i ograniczeń, docenianie społecznych aspektów rozwoju i zastosowań informatyki.

Etyka, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Rozwijanie wrażliwości moralnej; umiejętność lepszego poznania siebie i rozwijania własnej tożsamości.

Treści nauczania

Człowiek jako osoba i jego działanie. Etyczna analiza aktywności ludzkiej. Motywy podejmowanych decyzji.

Nowa podstawa programowa:

Etyka, liceum i technikum

Treści nauczania

zna różne kryteria moralnego wartościowania i posługuje się nimi przy wyznaczaniu moralnej wartości czynów. wykorzystuje pojęcia dyskursu etycznego do analizowania przeżyć, działań i postaw bohaterów powieści, opowiadań, filmów, spektakli teatralnych, gier komputerowych.

wyjaśnia, dlaczego człowiekowi należy okazywać szacunek; kształtuje postawę szacunku wobec każdego człowieka.

podaje przykłady właściwego i niewłaściwego wykorzystywania nowych technologii, w szczególności technologii informatycznych.

identyfikuje i analizuje wybrane problemy moralne związane z postępem naukowo-technicznym (np. problem ochrony prywatności, ochrony praw autorskich, cyberprzemocy, rozwój sztucznej inteligencji, transhumanizm).

Informatyka, liceum i technikum

Treści nauczania

bezpiecznie buduje swój wizerunek w przestrzeni medialnej.

postępuje zgodnie z zasadami netykiety oraz regulacjami prawnymi dotyczącymi: ochrony danych osobowych, ochrony informacji oraz prawa autorskiego i ochrony własności intelektualnej w dostępie do informacji; jest świadomy konsekwencji łamania tych zasad.