

Karina GIERLACH

<https://orcid.org/0009-0009-9193-4274>

Zagrożenia wynikające z udostępniania informacji w social mediach

Streszczenie

Niniejszy artykuł porusza problem zagrożeń wynikających z udostępniania treści w mediach społecznościowych. Rola informacji we współczesnym świecie, dynamiczna historia rozwoju social mediów, a także problemy dezinformacji i fake newsów – to najważniejsze zagadnienia, które pozwalają zagłębić się w omawiany temat. Kontekst prawny i etyczny pozyskiwania danych z mediów społecznościowych ma także wpływ na poczucie bezpieczeństwa użytkownika. Treść artykułu opracowano na podstawie materiałów z literatury naukowej, czasopism, źródeł internetowych oraz przemyśleń własnych autorki. W celu poznania perspektywy użytkownika odniesiono się do wyników badań ankietowych przeprowadzonych wśród użytkowników mediów społecznościowych, które m.in. pozwoliły na zweryfikowanie, jakie informacje umieszczają i znajdują respondenci oraz znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy ich zdaniem udostępnianie informacji w social mediach może nieść ze sobą negatywne konsekwencje.

Słowa kluczowe: social media, zagrożenie, informacja, fake news, dezinformacja, prywatność, bezpieczeństwo.

Wstęp

Media społecznościowe stanowią ważny i nieodłączny element współczesnego świata, można nazwać je wręcz fenomenem obecnych czasów. Ze względu na rosnącą popularność, a także dynamiczny rozwój – mają ogromny potencjał w wielu dziedzinach. Mogą stanowić formę rozrywki, ułatwiać funkcjonowanie relacji międzyludzkich, a także pełnić rolę edukacyjną. Niemniej jednak, ze względu na ogrom danych dostępnych w social mediach istnieje wiele zagrożeń, m.in. zjawisko dezinformacji. To właśnie zagrożenia wynikające z udostępniania informacji w social mediach stanowią podstawę rozważań niniejszego artykułu.

W kontekście bezpieczeństwa informacji interesującą kwestię stanowi problematyka ochrony danych użytkowników mediów społecznościowych. To, jak

dane są zabezpieczone zależy głównie od użytkownika i jego wyborów w zakresie platform i umieszczanych treści. Mimo istnienia przepisów chroniących prywatność wykorzystanie danych opublikowanych na indywidualnych profilach może budzić pewną etyczną wątpliwość. Granica pomiędzy niewinnym pozyskiwaniem informacji w mediach społecznościowych, chociażby przez organy państwowe, a pozbawieniem użytkownika prywatności jest niezwykle cienka. Niniejszy artykuł ma na celu zidentyfikowanie i omówienie wybranych zagrożeń związanych z publikacją treści w mediach społecznościowych. Aby osiągnąć postawiony cel wykorzystane zostały badania naukowe¹ w postaci sondażu diagnostycznego, które przedstawiono w dalszej części opracowania. Współczesne badania dotyczące mediów społecznościowych obejmują różne aspekty ich funkcjonowania. Wiele z nich koncentruje się na analizie wpływu social mediów na zdrowie psychiczne użytkowników, temat ten poruszają m.in. Jean Marie Twenge i William Keith Campbell w artykule *Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study*. Uwagę badaczy skupiają także mechanizmy dezinformacji i rozprzestrzeniania fake newsów, co ujęte zostało m.in. w *The spread of true and false news online* (autorzy: Soroush Vosough, Deb Roy oraz Sinan Aral). Zagadnienia związane z wiarygodnością informacji oraz świadomością użytkowników w zakresie bezpieczeństwa danych są najczęściej traktowane jako kwestie drugorzędne w badaniach dotyczących innych aspektów mediów społecznościowych. W związku z tym, analizy koncentrujące się bezpośrednio na tych problemach mogą stanowić istotny punkt odniesienia dla dalszych badań w tej dziedzinie.

Informacja odgrywa kluczową rolę we współczesnym świecie, ponieważ kształtuje percepcję rzeczywistości. Dostęp do informacji pozwala na zrozumienie i interpretację wydarzeń społecznych, politycznych i gospodarczych, co z kolei wpływa na podejmowane decyzje i działania. Bez dostępu do rzetelnych informacji społeczeństwo narażone jest na dezinformację i manipulację, co może prowadzić do błędnych decyzji, braku zrozumienia kontekstu globalnych i lokalnych wydarzeń oraz utraty orientacji w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Informacja jest zatem fundamentem świadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu publicznym.

Przy próbie definiowania informacji należy wspomnieć o infologicznej teorii Langefora, która przedstawia omawiane pojęcie jako proces interpretacji danych zachodzący w umyśle człowieka. Langefor stworzył równanie infologiczne, które pozwala opisać informację jako proces interpretacji danych na podstawie posiadanej wiedzy w określonym czasie².

¹ Badania prowadzone na potrzeby pracy magisterskiej autorki.

² M. Grabowski, A. Zając, *Dane, informacja, wiedza – próba definicji*, „Zeszyty Naukowe” 2009, nr 798, s. 104.

$$I = i(D, S, t)$$

gdzie:

I – informacja

D – dane

S – przewidziana

t – czas

Rysunek 1. Infologiczne równanie Langeforsa

Źródło: M. Grabowski, A. Zając, *Dane, informacja, wiedza – próba definicji*, „Zeszyty Naukowe” 2009, nr 798, Kraków, s. 104.

Od jakiegoś czasu coraz częściej możemy spotykać się z określeniem „społeczeństwo informacyjne”. Alistair S. Duff prowadzi rozważania dotyczące tego terminu i podaje, że został on pierwszy raz użyty prawdopodobnie w Japonii w 1964 roku, w tekstach, których autorem był Youichi Ito³. Istnieją również przesłanki, że rok wcześniej, w 1963 roku, Tadao Umesamo użył tego pojęcia w swoim artykule. W 1968 roku natomiast Kenichi Koya wprowadził omawiany termin do świata nauki⁴. Można przyjąć, że wyznacznikami społeczeństwa informacyjnego jest wiedza, komunikacja, technologia i rozwój⁵.

Nie jest możliwe krótkie podsumowanie znaczenia informacji we współczesnym świecie ze względu na jego monumentalny zakres, najbardziej odpowiednim stwierdzeniem wydaje się określenie go jako kluczowego, nieodłącznego czy niezastąpionego. Bez informacji nie ma społeczeństwa, bez komunikacji żadna społeczność nie może istnieć.

Rozwój i rola mediów społecznościowych

Człowiek jako istota społeczna zawsze dążył i dążyć będzie do kontaktu z innymi ludźmi. Rozwój technologii informacyjnej pozwolił stworzyć środowisko idealne do nawiązywania kontaktów międzyludzkich – w postaci mediów społecznościowych. Współcześnie social media są nieodłącznym elementem ludzkiego życia. Niemal każdy posiada profil na portalach takich jak Facebook, Twitter, Instagram czy Snapchat. Coraz częściej młodzi ludzie przenoszą relacje do świata wirtualnego, gdzie dzielą się niemal każdym fragmentem własnego życia poprzez publikację fotografii i tekstów na swoich profilach.

³ A.S. Duff, *Information Society Studies*, New York 2000, s. 3–5.

⁴ S. Buregowa-Czuma, K. Garwol, *Definicje, właściwości i funkcje społeczeństwa informacyjnego*, „Dydaktyka Informatyki” 2011, nr 6, s. 31.

⁵ P. Motylińska, *Bezpieczeństwo informacyjne i medialne w czasach nadprodukcji informacji. Wprowadzenie*, [w:] *Bezpieczeństwo informacyjne i medialne w czasach nadprodukcji informacji*, red. H. Batorowska, P. Motylińska, Warszawa 2020, s. 12.

Istnieje wiele definicji social mediów, jednak za jedną z najbardziej popularnych uznaje się definicję autorstwa Kaplana i Haenleinen. Według niej mediami społecznościowymi nazywamy miejsca w sieci, pozwalające na publikację treści, nawiązywanie kontaktów, czyli budowanie społeczności bądź należenia do niej⁶.

W związku z tym, do tej kategorii możemy zaliczyć:

- serwisy społecznościowe, np. Instagram, Facebook, Twitter czy YouTube,
- różnego rodzaju fora dyskusyjne,
- platformy blogowe, np. WordPress,
- komunikatory, np. Gadu-Gadu, Snapchat,
- portale randkowe, np. Tinder, Badoo,
- a nawet gry online.

Tabela 1. Rozwój mediów społecznościowych

Rok	Wydarzenie
1997	Powstanie pierwszego serwisu społecznościowego – Six Degrees, który zostaje zamknięty 3 lata później
2002	Powstaje Friendster, który docelowo miał być konkurencją dla serwisu randkowego. W jego przypadku zawiodła strona techniczna oraz brak możliwości poradenia sobie z nadmiarem fałszywych kont. Serwis został zamknięty w 2018 roku.
2003	Powstanie LinkedIn oraz Myspace. W 2008 roku Myspace stracił na popularności na rzecz Facebooka. Oba portale istnieją do dziś.
2004	Powstanie serwisu Facebook.
2005	Powstanie serwisu YouTube.
2006	Powstanie serwisu Twitter.
2008	Zdobycie przez serwis Facebook tytułu światowego lidera portali społecznościowych.
2009	Powstanie aplikacji WhatsApp.
2010	Powstanie aplikacji Instagram, czyli aplikacji skierowanej bezpośrednio do użytkowników smartfonów.
2011	Powstanie aplikacji Snapchat.
2012	Wykupienie aplikacji Instagram przez Facebooka.
2014	Wykupienie aplikacji WhatsApp za 16 mld dolarów przez Facebooka.
2016	Social media odgrywają znaczącą rolę w wyborach prezydenckich w USA.
2016	Powstanie aplikacji TikTok.
2017	Facebook przekracza próg 2 mld użytkowników.
2018	Afera Cambridge Analytica, dotycząca nielegalnego pozyskiwania i wykorzystywania danych osobowych użytkowników Facebooka, a następnie wykorzystywaniu ich do celów politycznych.

⁶ T. Aichner, M. Grünfelder, O. Maurer, D. Jegeni, *Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019*, „Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking” 2021, vol. 24, no 4, s. 218–219.

Tabela 1. Rozwój mediów społecznościowych (cd.)

Rok	Wydarzenie
2020	Media społecznościowe odgrywają znaczącą rolę w wyborach prezydenckich w USA, Twitter jako platforma komunikacyjna D. Trumpa.
2021	Zmiana nazwy Facebook na Meta. Facebook ogłoszony najgorszą firmą 2021 roku w plebiscycie Yahoo! Finance.
2022	Elon Musk wykupił Twitter.
2022	Media społecznościowe jako narzędzie w trakcie wojny na Ukrainie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: A. Roguski, *Zrozumieć social media*, Gliwice 2020, s. 20–21; S. Czubkowska, *Afera Cambridge Analytica. Facebook wybrał Amerykanom prezydenta. Czy nam też wybierze? I jeszcze na tym zarobi*, <https://wyborcza.biz/biznes/7,177150,23182834,afere-cambridge-analytica-facebook-wybral-amerykanom.html?disableRedirects=true> [dostęp: 3.11.2023]; J. Kocjan, *Rola mediów tradycyjnych oraz mediów społecznościowych podczas „pandemicznych” wyborów prezydenckich w USA – aspekty prawne i ustrojowe*, <https://compress.edu.pl/e-wydania/item/rola-mediow-tradycyjnych-oraz-mediow-spolecznosciowych-podczas-pandemicznych-wyborow-prezydenckich-w-usa-aspekty-prawne-i-ustrojowe> [dostęp: 3.11.2023]; P. Szostak, *Nie pomógł rebranding Meta. Facebook uznany za najgorszą firmę roku*, <https://wyborcza.biz/biznes/7,177150,27956046,nie-pomogl-rebranding-meta-facebook-uznany-najgorsza-firma.html> [dostęp: 3.11.2023]; D. Dziwiś, *Wojna na media społecznościowe. (Selektywna) polityka informacyjna Facebooka a wojna w Ukrainie*, „Komentarz KBN” 2022, nr 14.

Rozwój mediów społecznościowych następował wraz z rozwojem Internetu i bez wątpliwości jest to proces niezwykle dynamiczny. Wiele osób początek ery social mediów łączy z rokiem 2004, kiedy to powstał Facebook. Nie jest to do końca zgodne z prawdą, ponieważ pierwszy serwis społecznościowy – Six Degrees – powstał w 1997 roku. W momencie szczytowej popularności liczył 3,5 mln kont, jednakże został zamknięty w 2000 roku⁷. Tabela 1. przedstawia najważniejsze wydarzenia związane z rozwojem social mediów w latach 1997–2022, które wpłynęły na obecny kształt i specyfikę tego rodzaju mediów.

Współcześnie niemal każdy człowiek posiada przynajmniej jedno konto społecznościowe na którymś z topowych portali. Taki stan rzeczy wiąże się z ogromną ilością zagrożeń, przykładowo uzależnienie od Internetu i samych mediów społecznościowych stało się powszechnym problemem społecznym. Jest ono zaliczane do uzależnień behawioralnych, objawia się zachowaniami popędowymi w celu poprawy samopoczucia i zmniejszenia napięcia. Innym zagrożeniem wynikającym z istoty mediów społecznościowych jest zjawisko cyberbullyingu – to rodzaj przemocy dokonywanej przy użyciu nowych technologii. Niestety, social media są idealnym środowiskiem do rozprzestrzeniania się tego typu patologicznych tendencji ze względu na swój otwarty charakter. Wśród zachowań klasyfikowanych jako cyberbullying można wymienić: prześladowanie, oczernianie, podszywanie się, ujawnianie tajemnic, wykluczenie, cybernękanie i inne⁸.

⁷ A. Roguski, *Zrozumieć...*, s. 15.

⁸ K. Borzucka-Sitkiewicz, K. Leksy, *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie*, Katowice 2017, s. 49–62.

Niemal każdego dnia postęp technologiczny stawia przed użytkownikami nowe możliwości i funkcje, ale także nowe zagrożenia. To, co jest publikowane może zostać skradzione i wykorzystane bez wiedzy użytkownika niosąc ze sobą negatywne konsekwencje w zakresie samopoczucia czy finansów, a nawet pociągając do odpowiedzialności prawnej. Mimo to, należy podkreślić, że media społecznościowe są bogactwem naszych czasów. Przedstawiają one niezwykle istotną wartość społeczną oferując pokaźny wybór możliwości.

Pozyskiwanie informacji z social mediów w odniesieniu do przepisów prawa

Aby zrozumieć, jaką rolę odgrywają media społecznościowe jako otwarte źródła informacji należy zastanowić się najpierw nad tym, czym są otwarte źródła informacji, a także zdefiniować pojęcie białego wywiadu. Biały wywiad stanowi fascynującą gałąź wywiadu, której istota tkwi w legalnym i transparentnym pozyskiwaniu informacji z otwartych źródeł. W przeciwieństwie do innych form wywiadu, biały wywiad operuje w pełnej jawności, korzystając z dostępnych publicznie danych, co sprawia, że jest on unikatowy⁹. Krzysztof Liedel oraz Tomasz Serafin opisują wywiad jawnoźródłowy jako kategorię działalności wywiadowczej, która polega na zaplanowanym lub niekiedy incydentalnym i tematycznym procesie pozyskiwania danych z otwartych źródeł informacji. Dodatkowo termin ten opisuje także szereg innych czynności, m.in. analizę, segregację, cyfryzację, tłumaczenie, transkrypcję i wiele innych – czyli krótko mówiąc: przetwarzanie danych. Końcowym efektem tych czynności powinien być materiał wywiadowczy – może być nim produkt lub informacja¹⁰.

Ze względu na wybór otwartych źródeł informacji biały wywiad może czerpać z ogromu danych dostępnych w mediach społecznościowych. W dzisiejszym globalnym środowisku informacyjnym, platformy społecznościowe stanowią jedno z najważniejszych źródeł publicznie dostępnych informacji.

Interaktywny charakter mediów społecznościowych sprawia, że informacje mogą być tam rozpowszechniane bardzo szybko. June-Hyuk, Sally Kim, Yong-Ki Lee oraz Kisang Ryu przedstawili pewną zależność stanowiącą o wielkości oddziaływania mediów społecznościowych: interaktywny charakter mediów społecznościowych pomaga przyspieszyć rozprzestrzenianie się informacji, a więc jest związany z liczbą osób, do których dociera komunikat, wiarygodność z kolei jest powiązana z postrzeganiem jakością komunikatu¹¹.

⁹ S.A. Stottlemire, *HUMINT, OSINT, or Something New? Defining Crowdsourced Intelligence*, „International Journal of Intelligence and CounterIntelligence” 2015, vol. 28, s. 584.

¹⁰ K. Liedel, T. Serafin, *Otwarte Źródła Informacji w działalności wywiadowczej*, Warszawa 2011, s. 54.

¹¹ J.-H. Kwon, S. Kim, Y.-K. Lee, K. Ryu, *Characteristics of social media content and their effects on restaurant patrons*, „Sustainability” 2021, vol. 13, s. 1–2.

Niestety, media społecznościowe są doskonałą platformą do szerzenia dezinformacji i publikowania fake newsów. Pozwalają one komunikatom dotrzeć do niebotycznej liczby osób w kilka sekund – w konsekwencji Artur Roguski nazywa te informacje bronią bardziej niebezpieczną niż karabin maszynowy¹², co wydaje się niezwykle właściwym stwierdzeniem.

Pozyskiwanie danych z różnych źródeł zawsze było przedmiotem zainteresowania instytucji zajmujących się bezpieczeństwem publicznym lub agencji wywiadowczych. Jednak dostęp do istotnych informacji jest ważny również dla podmiotów prywatnych, takich jak firmy, które weryfikują swoich partnerów handlowych. Szybki rozwój technologiczny sprawił, że tak naprawdę każdy może znaleźć w Internecie to, czego szuka. Obecnie należy więc spojrzeć na informacje jako na zasób, który w niewłaściwych rękach może stanowić zagrożenie lub działać na niekorzyść jednostki. Dlatego ważne jest, aby postrzegać pozyskiwanie informacji w szerszym kontekście – nie tylko jako techniczne możliwości, które istnieją w tej dziedzinie, ale również jako zjawisko społeczne z określonymi konsekwencjami oraz działaniem podlegającym odpowiednim ograniczeniom prawnym¹³.

Istnieje wiele aktów prawnych chroniących prywatność, są to m.in.: artykuł 47 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności czy Ustawa o Ochronie Danych Osobowych. Oczywiście wydaje się także wymienienie RODO i Ustawy o Prawie Autorskim i Prawach Pokrewnych. Wymienione przepisy regulują zasady zbierania informacji, ochrony danych osobowych oraz praw autorskich. Niemniej jednak, zdarza się, że użytkownicy nie mają świadomości, czy i w jaki sposób udostępnione przez nich dane są chronione i właśnie niewiedza w tym zakresie może być niebezpieczna.

Dezinformacja i fake newsy jako bezpośrednie zagrożenia w social mediach

P.W. Singer i Emerson T. Brooking twierdzą, że nowy rodzaj komunikacji – komunikacja przez media społecznościowe – stał się nowym rodzajem wojny. To, jak bardzo rzeczywista jest to teza doskonale obrazuje przeprowadzona przez ISIS akcja w roku 2014. Wówczas hasztag #AllEyesOnISIS zdominował arabskiego Twittera, a stało się tak ze względu na poczynania samowwających wojowników Państwa Islamskiego, którzy wkroczyli do północnego Iraku i dopilnowali, aby wszyscy o tym wiedzieli. W sieci zaroilo się od mrozących krew w żylach fotografii i nagrań ukazujących m.in. tortury i egzekucje. Najbardziej szokujący wydaje się być fakt, że ludzie z całego świata mogli śledzić przebieg wojny i czy-

¹² A. Roguski, *Zrozumieć...*, s. 185.

¹³ M. Tomaszewska-Michalak, *Prawne aspekty pozyskiwania informacji w Internecie*, „Studia Politologiczne” 2019, nr 54, s. 116–117.

tać wpisy samych dżihadystów na ich profilach w social mediach. Niektórzy użytkownicy próbowali wysyłać do nich wiadomości i zdarzało się, że otrzymywali odpowiedzi. ISIS tym wydarzeniem zapoczątkowało nieznany dotąd rodzaj wojny, w którym bronią był Internet, a narzędziami – media społecznościowe. Co więcej, zmieniło to nieco postrzeganie cyberwojny, pierwotnie kojarzonej tylko z atakami hakerskimi, sieciami przestającymi działać poprawnie czy zakłóceniami rynków finansowych. Okazało się, że aby rozpętać wojnę w przestrzeni cybernetycznej, wystarczą filmy i zdjęcia opublikowane na profilu społecznościowym. Warto zaznaczyć, że ISIS już znacznie wcześniej korzystało z potencjału platform społecznościowych, przykładowo YouTube służył do gromadzenia funduszy, werbowania i szkolenia¹⁴. Z tej perspektywy pozornie przyjazny i kolorowy świat mediów społecznościowych wydaje się brutalną i pełną agresji rzeczywistością.

Jednym z znanych pojęć kojarzonych z praktykami wojennymi jest pojęcie dezinformacji. Sun Tzu w *The Art Of War* opisał działania mające na celu zmylenie wroga, m.in. udawanie niezdolności do ataku w momencie gotowości¹⁵. Obecnie funkcjonujące słowo opisujące te praktyki nie było znane w przeszłości, ale sama idea dezinformacji funkcjonowała już ponad 2000 lat temu. W obliczu tak odległej historii terminologia, która jest stosowana współcześnie, wydaje się być bardzo świeża, ponieważ po raz pierwszy słowo „dezinformacja” pojawiło się dopiero w sowieckim słowniku i tłumaczone było jako wymierzone w demokracje ludowe działania państw kapitalistycznych¹⁶.

Pojęcie dezinformacji ściśle wiąże się z pojęciem fake newsów. Termin ten jest stosowany powszechnie, używany praktycznie każdego dnia zarówno w Internecie, jak i w tradycyjnych mediach, takich jak telewizja, radio czy prasa. Najczęściej jest to termin definiowany jako nieprawdziwa informacja, zazwyczaj o charakterze sensacyjnym, publikowana w mediach z zamiarem wprowadzenia odbiorcy w błąd w celu osiągnięcia korzyści politycznych, finansowych lub prestiżowych¹⁷.

Dezinformacja i fake newsy stanowią istotny problem współczesnego świata i niosą ze sobą ogromną liczbę negatywnych konsekwencji. Walka z dezinformacją nie należy do łatwych przedsięwzięć, niemniej jednak w obliczu tak wielkiego zagrożenia należy dokładać wszelkich starań, aby nie dać się zmanipulować.

¹⁴ P.W. Singer, E.T. Brooking, *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, Kraków 2019, s. 7–22.

¹⁵ Sun Tzu, *The Art Of War*, London 2020, s. 6.

¹⁶ A. Zamojski, *Dezinformacja – sztuka wprowadzania w błąd*, [w:] *Człowiek – Społeczeństwo – Świat*, red. R. Stefański, Toruń – Kielce 2021, s. 49.

¹⁷ M. Żoch, *Fake news jako narzędzie dezinformacji*, „Cywilizacja i Polityka” 2021, nr 19.

Etyka wykorzystywania mediów społecznościowych w białym wywiadzie

Etykę definiuje się jako proces skierowany ku dobru. Słowo to ma swoje korzenie w greckim słowie *ethikos*, które odnosi się do *ethosu*, określającego zwyczaj lub zachowanie. Termin ten często jest używany w kontekście indywidualnego rozważania, podczas gdy moralność dotyczy zachowania określonej grupy ludzi. Postępowanie etyczne jest tożsame z właściwym charakterem. Etyka to zbiorcza refleksja nad moralnością oraz wszelkimi wartościami i ocenami etycznymi¹⁸.

Analizując pod kątem etyki wykorzystywanie mediów społecznościowych w białym wywiadzie, należy zastanowić się, czy etyczne użycie informacji zależy od tego, czy była ona udostępniona intencjonalnie, czy nie. Isabelle Böhm i Samuel Lolagar jako przykład podają sytuację dotyczącą serwisu PayPal. Możliwe jest tam przeszukanie listy użytkowników przy pomocy kilku liter imienia. Często wyszukane profile zawierają dodatkowe informacje, przykładowo adres zamieszkania. Większość osób podała swoje prawdziwe w przekonaniu, że tylko ograniczona liczba osób będzie miała dostęp do tej informacji. W rezultacie część użytkowników nie zdawała sobie sprawy, że niektóre z udostępnionych przez nich danych mogą być uważane za publicznie dostępne¹⁹. W tej sytuacji można snuć przemyślenia czy przetwarzanie danych tych użytkowników jest w pełni etyczne, ze względu na ich niewiedzę. Niemniej jednak należy tu podkreślić, że często to sami użytkownicy ponoszą odpowiedzialność za niedoinformowanie się w kwestii sposobu wyświetlania danych przez platformę, z której korzystają.

Aspektem niejednoznacznym jest również pozyskiwanie informacji z danych dostępnych publicznie wskutek wycieków bądź kradzieży. W kwestii tych informacji i ich dużej wartości, śledczy wykorzystujący zastanawiają się, czy dane te mogą być użyte w procesie śledczym. To pytanie wywołuje zróżnicowane opinie. Niektórzy uważają ich wykorzystanie za nieetyczne, gdyż dane nigdy nie były przeznaczone dla publiczności i zostały pozyskane w sposób nielegalny. Inni z kolei bagatelizują sposób pozyskania danych, widząc w nich doskonałe źródło unikatowych informacji. Jednak dla jeszcze innych istotne jest, w jaki sposób konkretne informacje są wykorzystywane²⁰.

Nie ma możliwości postawienia jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy korzystanie z danych udostępnianych przez użytkowników jest w pełni etyczne. Patrząc na sytuację z perspektywy użytkownika, social media miały być platformą rozrywkową, a stały się miejscem, w którym należy zastanowić się nad

¹⁸ P. Romaniuk, *Wartości etyczne we współczesnym zarządzaniu uczelnią wyższą i samorządem terytorialnym*, „Zarządzanie Publiczne” 2016, nr 4, s. 344.

¹⁹ I. Böhm, S. Lolagar, *Open source intelligence. Introduction, legal, and ethical considerations*, „International Cybersecurity Law Review” 2021, vol. 2, s. 333–334.

²⁰ Ibidem.

każdym publikowanym postem i informacją, jaka może być z niego odczytana. Taki obraz wydaje się przytłaczający, zwłaszcza w kontekście wolności człowieka. Wolność ta nie jest co prawda w żaden radykalny sposób ograniczana, mimo to monitorowanie treści może budzić uczucie niepokoju. W związku z tym wysuwa się niestety dość przykra dla użytkowników konkluzja – obecnie żadne media społecznościowe nie chronią prywatności bezwzględnie, a jedyną przestrzenią dającą pełną swobodę jest często demonizowany przez społeczeństwo darknet. Oczywiście, świat, w którym nie funkcjonowałby biały wywiad i kontrola treści z pewnością byłby niebezpieczny, jednakże zachowanie równowagi wydaje się tutaj jedynym dobrym rozwiązaniem, ponieważ nadmierna kontrola człowieka może urzeczywistnić powstanie dystopijnego świata Orwella²¹.

Badania własne w zakresie zagrożeń w social mediach

Przedmiotem badań wykorzystanych w niniejszym artykule są zagrożenia wynikające z udostępniania informacji w social mediach. Tadeusz Pilch i Teresa Bauman przedstawiają następującą definicję problemu badawczego: „Problemy mają postać pytań. [...] mogą dotyczyć cech przedmiotu, zjawiska, ich właściwości. Mogą też być pytaniem o rodzaj związków między cechami zjawiska, o rodzaj zależności między zjawiskami”²². Na tej podstawie przygotowano poniższe problemy badawcze:

P: Jakie zagrożenia wynikają z udostępniania informacji w social mediach?

P1: Czy zdaniem użytkowników informacje umieszczane w mediach społecznościowych mogą być wykorzystane jako źródło dla białego wywiadu?

P2: Czy zdaniem użytkowników, udostępnianie informacji w social mediach może nieść ze sobą negatywne konsekwencje?

P3: Jaka jest według użytkowników wiarygodność informacji pozyskanych z mediów społecznościowych?

P4: Czy zdaniem użytkowników regulacje prawne dotyczące zbierania informacji na platformach mediów społecznościowych zapewniają poczucie bezpieczeństwa?

P5: Czy według użytkowników edukowanie społeczeństwa w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych jest zadowalające?

W związku z powyższym wysunięto następujące hipotezy:

H: Zagrożenia wynikające z udostępniania informacji w social mediach to, m.in.: zjawisko dezinformacji i niewystarczająca edukacja w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych.

H1: Zdaniem użytkowników, informacje umieszczane w mediach społecznościowych mogą być wykorzystane jako źródło dla białego wywiadu.

²¹ G. Orwell, *Nineteen Eighty-Four*, London 2003.

²² T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 2001, s. 191.

- H2: Zdaniem użytkowników udostępnianie informacji w social mediach może nieść ze sobą negatywne konsekwencje.
- H3: Według użytkowników informacje pozyskane z mediów społecznościowych nie są wiarygodne.
- H4: Zdaniem użytkowników regulacje prawne dotyczące zbierania informacji na platformach mediów społecznościowych zapewniają poczucie bezpieczeństwa.
- H5: Według użytkowników edukowanie społeczeństwa w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych nie jest zadowalające.

Według Jerzego Apanowicza odpowiednio skonstruowane procesy badawcze prowadzą do odkrycia i opisania wartościowych faktów naukowych. Wybór metod, technik i narzędzi badawczych jest kluczowy do osiągnięcia możliwie najlepszych jakościowo wyników badań²³. W związku ze społecznym wymiarem badanego zagadnienia kwestionariusz ankiety stanowił najlepsze możliwe narzędzie badawcze. Metodą badawczą wykorzystaną w niniejszym artykule jest sondaż diagnostyczny, dla którego wykorzystano technikę ankietową i zastosowano kwestionariusz ankiety jako narzędzie badawcze.

Przed rozpoczęciem badania ankietowego wykorzystano metodę sędziów kompetentnych. Polega ona na przekazaniu materiałów do analizy osobom postronnym, posiadającym jednak wystarczającą wiedzę, aby ocenić jakość tych materiałów²⁴. Ankiety przeprowadzono online, udostępniono ją w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram oraz Discord). W badaniu wzięło udział 500 respondentów, zróżnicowanych pod względem wieku, miejsca zamieszkania, wykształcenia oraz aktywności zawodowej. 25,8% z nich zadeklarowało płeć męską, a 74,2% płeć żeńską nadaną przy urodzeniu. Największą grupę ankietowanych – aż 60% – stanowili młodzi dorośli w wieku 18–30 lat, co może wynikać z ich większej aktywności w mediach społecznościowych. W przedziale 31–45 lat znalazło się 27,8% osób, w grupie 46–70 lat 11,4% osób, a kategorię powyżej 71. roku życia zadeklarowały jedynie 4 osoby (0,8%). Większość uczestników – 53,6% respondentów – jako miejsce zamieszkania określiła wieś. Miasta powyżej 100 tysięcy mieszkańców zaznaczyło 19,2% ankietowanych, miasta do 50 tysięcy – 14,8%, a miasta średniej wielkości, od 50 do 100 tysięcy mieszkańców – 12,4%. Najwięcej badanych miało wykształcenie wyższe – 49,2%, a niewiele mniej – 42,2%, ukończyło szkołę średnią. Wykształcenie zawodowe zadeklarowało 5,8% respondentów, a podstawowe 2,8%. Pod względem aktywności zawodowej dominowały osoby pracujące, stanowili oni 45,6% wszystkich uczestników badania. Studia jako główne zajęcie wskazało 23,6% ankietowanych, a 16% łączyło je

²³ J. Apanowicz, *Metodologia uwarunkowania pracy naukowej*, Warszawa 2005, s. 54.

²⁴ O. Gorbaniuk, *Wykorzystywanie procedury sędziów kompetentnych w naukach społecznych i możliwości jej oceny psychometrycznych za pomocą narzędzi dostępnych w statistica*, https://media.statsoft.pl/pdf/czytelnia/wykorzystywanie_procedury_sedziow_kompetentnych.pdf [dostęp: 9.01.2024], s. 5.

z pracą. Grupa osób niepracujących i niestudujących obejmowała 23,6% respondentów. Ankieta została udostępniona 23.12.2023 r., a zbieranie odpowiedzi zakończono 9.01.2024 r.²⁵

W pytaniu z nieograniczoną ilością odpowiedzi: „Z jakich mediów społecznościowych Państwo korzystacie?” większość respondentów zadeklarowała, że jest to Facebook (94,4%), kolejno najczęściej zaznaczano Instagram (68%) i YouTube (61%). Facebook zdecydowanie zdominował wszystkie inne portale, niemniej jednak popularnością cieszyły się także takie portale, jak TikTok, Snapchat czy Twitter (X). Nieco mniejszym zainteresowaniem respondenci darzyli portale randkowe – Tinder czy Badoo. Najczęściej podawanym portalem nie uwzględnionym w formularzu ankiety był Discord (2%), który jest komunikatorem zaliczanym do mediów społecznościowych. Wśród propozycji ankietowanych znajdują się także m.in. platformy Reddit, WhatsApp czy BeReal.

Większość respondentów (67%) w mediach społecznościowych zamieszcza wizerunek osób w formie zdjęć i filmów, nieco mniej niż połowa z nich publikuje zwierząt, rzeczy, przyrody, itd. (zdjęcia, filmy) oraz wiek. Tylko 5,8% z nich nie umieszcza żadnych informacji w social mediach.

Najpopularniejszą odpowiedzią na pytanie „Jakie rodzaje informacji lub treści znajdziecie Państwo na platformach społecznościowych?” okazały się aktualności (82,6%), a także memy rozumiane jako chwytliwe porcje informacji, zwykle w formie krótkich filmów, obrazków lub zdjęć, na których umieszczono jakiś tekst, rozpowszechniane w Internecie (76%) oraz informacje o wydarzeniach społecznych (74%).

Większość ankietowanych (43%) uznała, że informacje publikowane w mediach społecznościowych są raczej wiarygodne, niemniej jednak 30,2% ankietowanych nie ma w tej kwestii zdania. Z kolei 21,2% respondentów ma wątpliwości co do autentyczności informacji dostępnych w social mediach. W związku z tym hipoteza – według użytkowników informacje pozyskane z mediów społecznościowych nie zawsze są wiarygodne – została potwierdzona.

W opinii większości (64,4%) respondentów treści publikowane w mediach społecznościowych mają wpływ na kształtowanie opinii społecznych. Za ledwie 2 osoby uważają zupełnie przeciwnie, a 7 wybrało opcję „raczej nie”.

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie poruszało kwestię wykorzystania zgodnie z prawem przez firmy i organizacje informacji dostępnych w mediach społecznościowych w celach białego wywiadu. W tej kwestii ankietowani mają różne opinie, mimo to najczęściej (31,6%) padła odpowiedź potwierdzająca fakt, że firmy i organizacje mogą tak postępować. Aż 21,2% respondentów wybrało opcję „nie mam zdania” w tym pytaniu, pojawiły się również odpowiedzi „nie” (5,8%) oraz „raczej nie” (12,6%) co świadczy o braku pełnej świadomości ankietowanych co do obowiązujących przepisów.

²⁵ W artykule wykorzystano część badań prowadzonych przez autorkę pod kątem pracy magisterskiej obronionej w lutym 2024 r.

Ponad 75% respondentów podziela pogląd, zgodnie z którym udostępnianie informacji w mediach społecznościowych może nieść ze sobą negatywne konsekwencje. Tylko 1 respondent zadeklarował, że tak nie jest, a zaledwie 8 osób sądzi, że raczej nie ma to szkodliwych skutków. Jest to bardzo ważne, ponieważ badana grupa niemal w pełni ma świadomość, że korzystanie z mediów społecznościowych może wiązać się z pewnymi zagrożeniami. Taka informacja pozwala potwierdzić jedną z hipotez – zdaniem użytkowników udostępnianie informacji w social mediach może nieść ze sobą negatywne konsekwencje.

Blisko połowa respondentów (47,7%) sądzi, że użytkownicy mediów społecznościowych raczej nie są świadomi możliwości wykorzystania informacji przez nich udostępnianych w celach białego wywiadu.

Respondenci mają także wątpliwości co do tego, czy regulacje prawne dotyczące zbierania informacji na platformach mediów społecznościowych są wystarczające, ponieważ 33% z nich uważa, że raczej nie są, a 15%, że nie są w ogóle wystarczające. Co ciekawe, 33,6% ankietowanych nie ma zdania w tym temacie. Oznacza to, że hipoteza „Zdaniem użytkowników regulacje prawne dotyczące zbierania informacji na platformach mediów społecznościowych zapewniają poczucie bezpieczeństwa” nie potwierdziła się, co może wynikać z niezajomości przepisów.

Podobnie kształtuje się sytuacja w kwestii zaufania do sposobu, w jaki platformy społecznościowe chronią dane osobowe użytkowników. Większość respondentów nie ufa platformom w tej kwestii, 28,8% z ankietowanych nie ufa im w ogóle, a 40% raczej im nie ufa. Tylko niewielka część ankietowanych ma inne zdanie.

Ostatnie pytanie kwestionariusza ankiety porusza bardzo istotną kwestię, a mianowicie potrzebę edukacji społeczeństwa w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych. Ponad 75% ankietowanych sądzi, że należy edukować społeczeństwo, a 17,8% uważa, że raczej należy tak postępować. Żaden z ankietowanych nie wybrał odpowiedzi „raczej nie” i tylko 4 z nich zdecydowało się na odpowiedź „nie”. Pozostali nie mają zdania w tej kwestii. Oznacza to, że hipoteza – według użytkowników edukowanie społeczeństwa w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych nie jest zadowalające – jest prawdziwa.

Uzyskane wyniki świadczą o niezwykle istotnym znaczeniu social mediów we współczesnym świecie i wyłaniają zagrożenia widziane przez użytkowników. Ankietowani korzystają z wielu różnych portali, udostępniają mnóstwo danych, mają jednak świadomość, że social media wiążą się z pewnego rodzaju niebezpieczeństwami. Część ankietowanych ma wątpliwości co do wiarygodności danych dostępnych w mediach społecznościowych, co może być spowodowane pojawiającymi się często na różnych platformach fake newsami. Poczucie niewystarczającej ochrony danych prawdopodobnie wiąże się z niezajomością obowiązujących przepisów, brak wiedzy w tym zakresie również może być zagroże-

niem z perspektywy użytkownika. Sam fakt wykorzystywania udostępnianych informacji, przykładowo w celach białego wywiadu może również budzić niepokój.

Warto też zwrócić uwagę za zakres wieku respondentów. Niemal wszyscy mieszczą się w zakresie 18–70, co oznacza, że naprawdę wielka część społeczeństwa na różnych etapach życia korzysta z mediów społecznościowych. Co więcej, z biegiem lat górna granica przedziału będzie się coraz bardziej przesuwac, ponieważ niemal niemożliwy jest scenariusz, w którym kolejne pokolenia po przekroczeniu konkretnego wieku zmieniają nawyki. Skutkować to będzie wzrostem potencjału mediów społecznościowych jako źródła informacji białego wywiadu. Mimo to nie należy zapominać, jak niebezpieczny taki stan rzeczy może być dla użytkowników oraz ich prywatności.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania pokazały potrzebę edukacji użytkowników w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych, a także wątpliwości ankietowanych co do sposobu w jaki ich dane są chronione przez przepisy prawa. Większość użytkowników ma świadomość, że informacje udostępniane w mediach społecznościowych mogą zostać wykorzystane. Co więcej, w opinii respondentów publikowanie w social mediach może nieść ze sobą negatywne konsekwencje. Świadczy to o poczuciu zagrożenia, które jest jak najbardziej słuszne, ze względu na niebezpieczeństwa czyhające w przestrzeni wirtualnej – takie jak chociażby dezinformacja.

Media społecznościowe to bezdyskusyjnie obszerne źródło informacji, ale jednocześnie niepewne i pełne fake newsów. Najbardziej interesująca w tym kontekście jest perspektywa użytkownika, ponieważ to jego dane są przetwarzane. Perspektywy tej nie można niestety nazwać optymistyczną, ponieważ w pewnym sensie funkcjonowanie social mediów jako źródła informacji wywiadowczej ogranicza szerokorozumianą wolność. Jesteś tym, co udostępniasz – coraz bardziej popularne stwierdzenie, które w swej prostocie jest niezwykle porażające. Sprowadza ono bowiem wartość ludzkiego istnienia do relacji na jego profilu. Czy w przyszłości wykreowany świat internetowy zastąpi ten rzeczywisty? Na ten moment wszystko na to wskazuje i bardziej właściwe okazuje się pytanie: Kiedy to się stanie? Wzrost popularności platform społecznościowych następuje bardzo szybko i w związku z tym wiele aspektów ludzkiego życia przenoszona jest do sfery wirtualnej. Pozostaje mieć nadzieję, że nie zakończy się to sytuacją, w której wartość człowieka będzie oceniana wyłącznie przez pryzmat sylwetki wykreowanej w social mediach oraz że uda się uniknąć wprowadzenia bezwzględnej cenzury publikowanych treści. Obraz, w którym człowiek żyje będąc pozbawionym prywatności w wirtualnej iluzji skonstruowanej z niezwykle precyzją, to niezwykle smutna wizja. Dlatego warto podejmować wszelkie wy-

siłki, aby linia oddzielająca dystopijną przyszłość od czasów obecnych nie została nigdy przerwana.

Bibliografia

Materiały publikowane

- Apanowicz J., *Metodologia uwarunkowania pracy naukowej*, Difin, Warszawa 2005.
- Borzucka-Sitkiewicz K., Leksy K., *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.
- Duff A.S., *Information Society Studies*, Routledge, New York 2000.
- Liedel K., Serafin T., *Otwarte Źródła Informacji w działalności wywiadowczej*, Difin, Warszawa 2011.
- Orwell G., *Nineteen Eighty-Four*, BBC Books, London 2003.
- Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Żak, Warszawa 2001.
- Roguski A., *Zrozumieć social media*, Onepress, Gliwice 2020.
- Singer P.W., Brooking E.T., *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, Vis-a-Vis / Etiuda, Kraków 2019.
- Sun Tzu, *The Art Of War*, CreateSpace Independent Publishing Platform, London 2020.

Monografie

- Motylińska P., *Bezpieczeństwo informacyjne i medialne w czasach nadprodukcji informacji. Wprowadzenie*, Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2020.
- Zamojski A., *Dezinformacja – sztuka wprowadzania w błąd*, [w:] *Człowiek – Społeczeństwo – Świat*, red. R. Stefański, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń – Kielce 2021.

Artykuły

- Aichner T., Grünfelder M., Maurer O., Jegeni D., *Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019*, „Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking” 2021, vol. 24, no. 4.
- Böhm I., Lolagar S., *Open source intelligence. Introduction, legal, and ethical considerations*, „International Cybersecurity Law Review” 2021, vol. 2.
- Buregowa-Czuma S., Garwol K., *Definicje, właściwości i funkcje społeczeństwa informacyjnego*, „Dydaktyka Informatyki” 2011, nr 6.
- Dziwisz D., *Wojna na media społecznościowe. (Selektywna) polityka informacyjna Facebooka a wojna w Ukrainie*, „Komentarz KBN” 2022, nr 14.

- Grabowski M., Zając A., *Dane, informacja, wiedza – próba definicji*, „Zeszyty Naukowe” 2009, nr 798.
- Kwon J.-H., Kim S., Lee Y.-K., Ryu K., *Characteristics of social media content and their effects on restaurant patrons*, „Sustainability” 2021, vol. 13.
- Romaniuk P., *Wartości etyczne we współczesnym zarządzaniu uczelniami wyższymi i samorządem terytorialnym*, „Zarządzanie Publiczne” 2016, nr 4.
- Stottlemire S.A., *HUMINT, OSINT, or Something New? Defining Crowdsourced Intelligence*, „International Journal of Intelligence and CounterIntelligence” 2015, vol. 28.
- Tomaszewska-Michalak M., *Prawne aspekty pozyskiwania informacji w Internecie*, „Studia Politologiczne” 2019, nr 54.
- Żoch M., *Fake news jako narzędzie dezinformacji*, „Cywilizacja i Polityka” 2021, nr 19.

Źródła internetowe

- Czubkowska S., *Afera Cambridge Analytica. Facebook wybrał Amerykanom prezydenta. Czy nam też wybierze? I jeszcze na tym zarobi*, <https://wyborcza.biz>
- Gorbaniuk O. *Wykorzystywanie procedury sędziów kompetentnych w naukach społecznych i możliwości jej oceny psychometrycznych za pomocą narzędzi dostępnych w statystyce*, https://media.statsoft.pl/pdf/czytelnia/wykorzystywanie_procedury_sedziow_kompetentnych.pdf
- Kocjan J., *Rola mediów tradycyjnych oraz mediów społecznościowych podczas „pandemicznych” wyborów prezydenckich w USA – aspekty prawne i ustrojowe*, <https://compress.edu.pl>
- Szostak P., *Nie pomógł rebranding Meta. Facebook uznany za najgorszą firmę roku*, <https://wyborcza.biz>

Threats arising from sharing information on social media

Summary

This article addresses the issue of threats arising from sharing content on social media. The role of information in the contemporary world, the dynamic history of social media development, and the problems of disinformation and fake news are the key topics that allow for an in-depth exploration of the subject. The legal and ethical context of data acquisition from social media also affects the user's sense of security. The content of the article is based on materials from scientific literature, journals, online sources, and the author's reflections. To understand the user's perspective, the article refers to the results of surveys conducted among social media users, which, among other things, allowed for verification of what information respondents post and find, as well as answering the question of whether they believe that sharing information on social media can have negative consequences.

Keywords: social media, threats, information, fake news, disinformation, privacy, security.