

2 LEKCJA

Przegląd wybranych platform społecznościowych

Po przeczytaniu tego rozdziału powinieneś umieć:



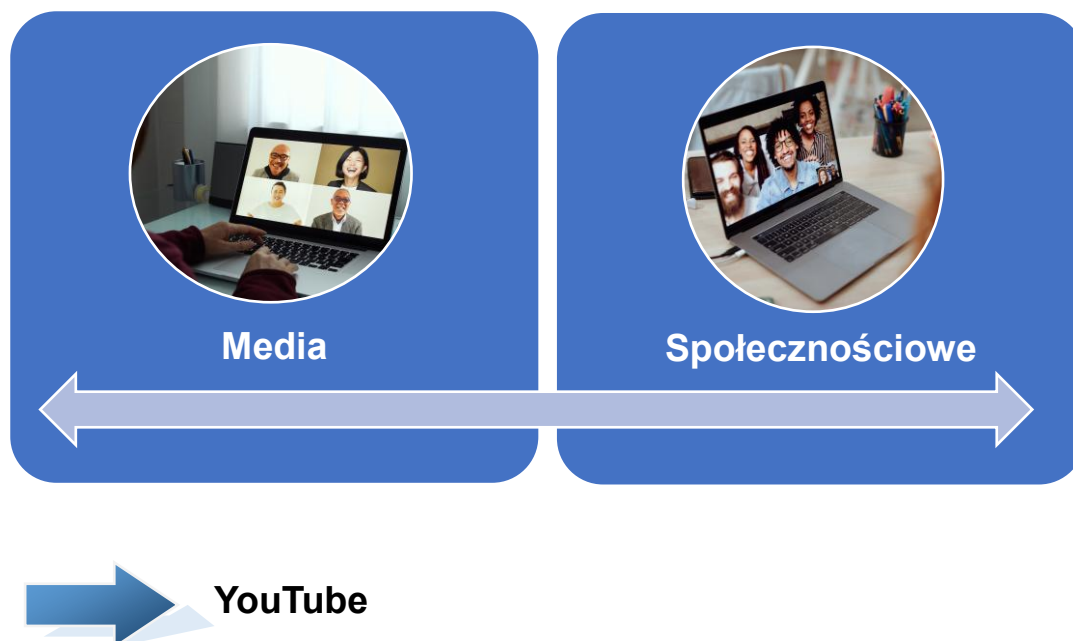
- ❖ Wymienić i omówić podstawowe serwisy społecznościowe.
- ❖

Media społecznościowe są obecnie najpotężniejszym kanałem komunikacji. Zmieniają relacje między użytkownikami i odgrywają istotną rolę w modelach biznesowych wielu firm. Jednakże „sprawne poruszanie się w świecie nowych mediów społecznościowych”, umiejętne tworzenie wizerunku, prowadzenie profilu, zdobywanie i krytyczna ocena informacji pozyskiwanych z serwisu, „nowatorski sposób prowadzenia interesów i budowanie przyjacielskich więzów (...) wcale nie jest łatwe” (Mac, 2011).

Media społecznościowe aktywizują internautów, oddają w ich ręce kanał komunikacji obustronnej (tj. odbioru treści i ich tworzenia), a profesjonalne i eksperckie mogą w szczególności wspierać rynek pracy. Pozwalają podmiotom się prezentować (tworzyć własną markę, reputację), wymieniać się doświadczeniami, rozszerzać specjalistyczną wiedzę, prowadzić poszukiwania talentów lub wakatów. Umożliwiają tworzenia wartościowych sieci kontaktów (Stefaniak, 2016).

Media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem współczesnego życia, oferując różnorodne platformy, które zaspokajają różne potrzeby użytkowników. Każda z niżej opisanych platform ma swoje unikalne cechy i funkcje, które przyciągają różne grupy demograficzne i spełniają różnorodne cele. Zrozumienie, czym się różnią, jest kluczowe dla efektywnego korzystania z nich zarówno przez użytkowników indywidualnych, jak i firmy.





YouTube to serwis internetowy do udostępniania i oglądania materiałów wideo, który należy do najpopularniejszych portali na świecie. **YouTube** powstał w 2005 roku jako serwis umożliwiający łatwe udostępnianie wideo w sieci. Początkowo był niewielką platformą, lecz szybko zyskał popularność dzięki prostocie użytkowania i możliwości przesyłania filmów przez każdego. Z czasem serwis stał się globalnym fenomenem, łącząc miliony twórców i widzów na całym świecie. Dziś **YouTube** należy do Google i jest kluczową platformą wideo, wykorzystywaną zarówno w rozrywce, edukacji, jak i marketingu.

Serwis YouTube umożliwia użytkownikom:

- oglądanie filmów wideo,
- publikowanie własnych nagrań,
- komentowanie i ocenianie treści,
- subskrybowanie kanałów innych twórców.

Z serwisu YouTube korzystają: osoby prywatne, twórcy internetowi, firmy, instytucje i media oraz uczniowie i nauczyciele (materiały edukacyjne).



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO



Tworzenie konta YouTube

Aby w pełni korzystać z YouTube, należy posiadać konto Google. Konto umożliwia publikowanie filmów, subskrybowanie kanałów oraz komentowanie treści. Proces zakładania konta jest szybki i intuicyjny, a rejestracja pozwala od razu korzystać z wszystkich funkcji platformy. Posiadanie własnego konta umożliwia także personalizację rekomendacji i zarządzanie historią oglądania.



Personalizacja profilu i ustawienia prywatności

Po założeniu konta warto je odpowiednio spersonalizować, tak aby oddawało charakter użytkownika lub jego marki. Należy wybrać zdjęcie profilowe, ustawić nazwę kanału oraz dodać krótki opis widoczny dla innych osób. Istotne jest także dostosowanie ustawień prywatności, które pozwalają decydować o tym, kto może oglądać dodawane filmy i zamieszczać komentarze. Odpowiednio skonfigurowany profil nie tylko zwiększa poziom bezpieczeństwa, ale także sprawia, że korzystanie z platformy jest wygodniejsze i przyjemniejsze.



Subskrypcje, komentarze i polubienia

Interakcje, takie jak subskrybowanie kanałów, dodawanie komentarzy oraz zostawianie polubień, są niezwykle istotne na platformie YouTube. Dzięki subskrypcjom użytkownicy mogą być na bieżąco z nowymi treściami swoich ulubionych twórców, komentarze dają możliwość dzielenia się opiniami i prowadzenia dyskusji, a polubienia wpływają na lepszą widoczność filmów. Te funkcje społecznościowe pomagają budować relacje pomiędzy autorami treści a widzami. Aktywne zaangażowanie w społeczność sprawia również, że korzystanie z serwisu staje się ciekawsze i bardziej satysfakcjonujące.



Współpraca i społeczność YouTube

Serwis umożliwia twórcom współpracę i tworzenie wspólnych projektów. Dzięki funkcjom takim jak kolaboracje wideo czy wspólne kanały można zwiększyć zasięgi i dotrzeć do nowych widzów. Budowanie społeczności wokół wspólnych zainteresowań sprzyja lojalności odbiorców. Regularne angażowanie widzów w dyskusje i projekty wspólne wzmacnia markę osobistą lub firmową w sieci.





Edukacja, rozrywka i marketing

YouTube to platforma, która oprócz materiałów rozrywkowych udostępnia także treści edukacyjne i informacyjne. Użytkownicy mają dostęp do poradników, kursów w formie wideo oraz różnego rodzaju instrukcji. Przedsiębiorstwa chętnie wykorzystują YouTube do działań marketingowych, prezentując swoje produkty i usługi w ciekawy i przystępny sposób. Bogactwo dostępnych materiałów sprawia, że każdy może znaleźć tam coś odpowiedniego dla siebie – zarówno do nauki, rozwijania zainteresowań, jak i dla rozrywki.



Film na YouTube

Dodawanie filmów na YouTube jest proste i szybkie. Publikowanie filmów pozwala dzielić się wiedzą, doświadczeniami lub materiałami rozrywkowymi z globalną publicznością. Użytkownicy mogą także dodać tagi, miniaturkę oraz wybrać ustawienia prywatności dla filmu.



Budowanie marki osobistej lub firmowej

Systematyczne dodawanie materiałów wideo pomaga w budowaniu własnej marki oraz zwiększaniu jej rozpoznawalności. YouTube daje możliwość dotarcia do dużej liczby odbiorców, co jest korzystne zarówno dla indywidualnych twórców, jak i przedsiębiorstw. Kanał oferujący wartościowe treści budzi zaufanie widzów i może przyciągać nowych klientów. Profesjonalne podejście do publikowania filmów oraz kontaktu z odbiorcami znacząco zwiększa szanse na osiągnięcie sukcesu na tej platformie.

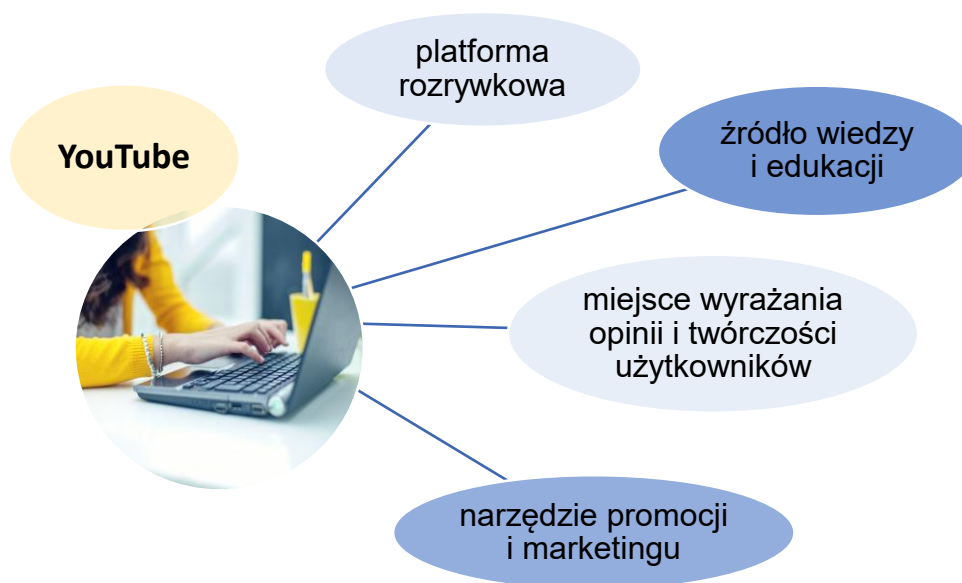


**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030
PROO

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO



Podsumowując,

YouTube jest największą platformą wideo na świecie, która umożliwia oglądanie, tworzenie oraz udostępnianie filmów z różnych dziedzin, takich jak rozrywka, edukacja, muzyka czy marketing. Posiadanie konta Google daje dostęp do wszystkich funkcji serwisu, w tym personalizacji profilu, publikowania własnych materiałów, tworzenia i zarządzania playlistami oraz komunikowania się z innymi użytkownikami za pomocą komentarzy, subskrypcji i polubień. Platforma stanowi również skuteczne narzędzie do budowania marki osobistej lub firmowej oraz promocji produktów i usług poprzez marketing wideo. Kluczowe jest także dbanie o bezpieczeństwo konta oraz przestrzeganie zasad obowiązujących na YouTube, aby korzystać z niego w sposób odpowiedzialny i efektywny.

Wyżej omówione zagadnienie zostały opracowane na podstawie źródła: <https://gps.pc.pl/youtube-co-to-jest/>.





Facebook

Facebook to serwis społecznościowy założony w 2004 roku przez Marka Zuckerberga. Od tego czasu stał się jednym z najpopularniejszych portali na świecie. Facebook, jako jedna z najstarszych i najbardziej rozpoznawalnych platform, oferuje szeroki wachlarz funkcji, które przyciągają różnorodną grupę użytkowników.

Jego użytkownicy to głównie osoby dorosłe, co czyni go idealnym miejscem do nawiązywania kontaktów zarówno osobistych, jak i zawodowych. Jego wszechstronność sprawia, że jest idealnym miejscem do budowania społeczności i utrzymywania kontaktów z rodziną oraz przyjaciółmi.

Serwis pozwala użytkownikom na tworzenie profili oraz udostępnianie zdjęć, filmów, linków i innych treści. Użytkownicy mogą komunikować się ze sobą poprzez prywatne wiadomości lub publiczne posty. Facebook oferuje także szereg dodatkowych funkcji, takich jak grupy, strony, wydarzenia i wiele innych.



Grupy - to przestrzeń, w których użytkownicy mogą spotykać się i dyskutować na wybrane tematy. Mogą być publiczne lub prywatne, a ich tematyka jest bardzo różnorodna – od grup dla fanów muzyki po społeczności zainteresowane zdrowym stylem życia.



Strony - to miejsca, w których firmy, organizacje i osoby publiczne mogą promować swoje produkty, usługi lub idee. Mogą być publiczne lub prywatne, a treści publikowane na stronach mogą być udostępniane przez innych użytkowników.



Wydarzenia - umożliwiają zapraszanie znajomych na różnego rodzaju imprezy, koncerty czy spotkania biznesowe. Podobnie jak grupy i strony, mogą być publiczne lub prywatne i udostępniane innym użytkownikom.

Facebook oferuje także dodatkowe narzędzia, takie jak:



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030
PROO

- **Messenger** – aplikacja do prowadzenia prywatnych rozmów w czasie rzeczywistym,
- **Marketplace** – platforma do kupowania i sprzedawania produktów,
- **Watch** – sekcja umożliwiająca oglądanie filmów i programów wideo.

Serwis udostępnia również zaawansowane **narzędzia reklamowe**, które pozwalają firmom i organizacjom promować swoje produkty i usługi, docierając do szerokiego grona odbiorców.

Podsumowując,

Facebook to rozbudowany serwis społecznościowy, który umożliwia tworzenie profili, udostępnianie treści, komunikację, zakładanie grup, stron i wydarzeń. Dodatkowe funkcje, takie jak Messenger, Marketplace i Watch, a także skuteczne narzędzia reklamowe, sprawiają, że platforma ta jest wszechstronnym narzędziem zarówno dla użytkowników prywatnych, jak i dla firm. Od możliwości tworzenia profili osobistych, przez grupy i wydarzenia, po strony firmowe i reklamy. Facebook jest wszechstronnym narzędziem do budowania społeczności i promowania treści.



Instagram

Na Instagramie najważniejsze są **obrazy i filmy**. Użytkownicy platformy zamieszczają na swoich profilach zdjęcia oraz krótkie filmy, tzw. rolki. Treści publikowane na Instagramie nie muszą być profesjonalne – dla wielu osób serwis pełni funkcję internetowego pamiętnika, w którym dzielą się wspomnieniami z bliskimi. Jednocześnie można tam znaleźć profesjonalnie przygotowane materiały twórców i marek, które często wybierają Instagram jako główną platformę do działań marketingowych.

Profile na Instagramie dzielą się na kilka typów: osobisty, prywatny, twórcy, filmowy.

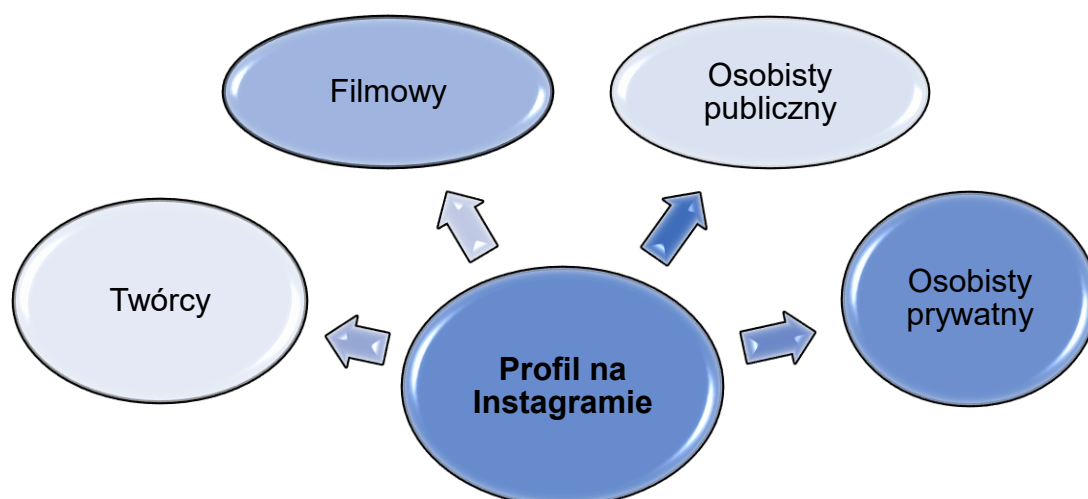


**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030
PROO

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO



- **Osobisty publiczny** – jest to standardowy rodzaj konta, zakładany domyślnie. Pozwala na udostępnianie treści, które mogą znaleźć inni użytkownicy i zacząć nas obserwować.
- **Osobisty prywatny** – daje większą kontrolę nad tym, kto może zobaczyć publikowane treści. Osoba chcąc obserwować nas musi wysłać prośbę o dostęp, którą możemy zaakceptować lub odrzucić.
- **Twórcy** – przeznaczone dla osób prowadzących niewielkie, często jednoosobowe działalności. Konto tego typu umożliwia dostęp do szczegółowych statystyk i lepsze zarządzanie wiadomościami.
- **Firmowy** – skierowane do tradycyjnych firm i marek. Umożliwia tworzenie reklam, analizowanie statystyk oraz podłączenie sklepu internetowego.



LinkedIn jest najpopularniejszym i największym na świecie profesjonalnym serwisem społecznościowym o charakterze zawodowym, który służy do budowania i utrzymywania kontaktów biznesowych oraz rozwoju kariery.

LinkedIn został założony w **2002 roku**, a oficjalnie uruchomiony w **2003 roku**. Jego współzałożycielem był **Reid Hoffman**.

Użytkownicy tej platformy tworzą **profile zawodowe** przypominające CV. Można tam prezentować swoje wykształcenie, doświadczenie, umiejętności oraz osiągnięcia.

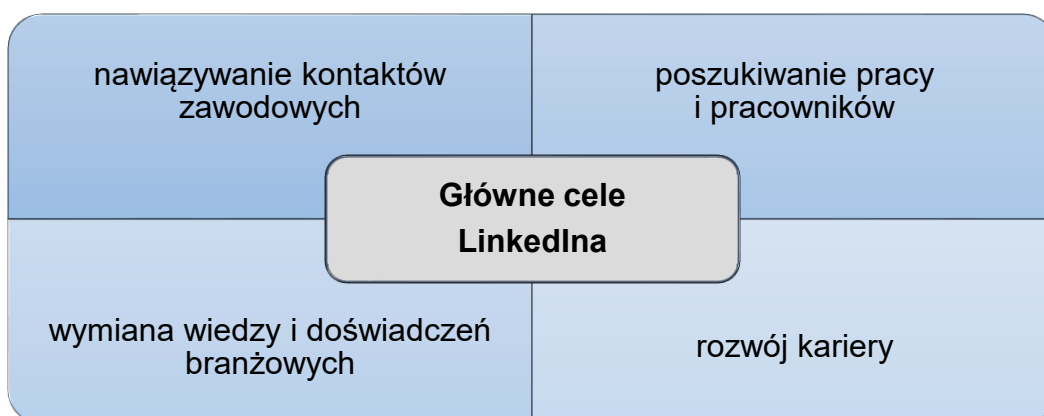
LinkedIn łączy profesjonalistów o bardzo różnych zainteresowaniach, stanowiskach oraz celach zawodowych. Można otrzymać wsparcie przy poszukiwaniach pracy i rozwiązywaniu problemów zawodowych oraz zasoby wiedzy – ludzie dyskutują na forach, budując bazę doświadczeń i informacji.

Z portalu LinkedIn korzystają m.in.:

- pracownicy i specjaliści różnych branż,
- studenci i absolwenci,
- rekruterzy,
- przedsiębiorcy i firmy.

Proces rejestracji użytkownika w serwisie i utworzenie konta wymaga podania danych osobowych, informacji kontaktowych oraz zaakceptowania regulaminu. W założeniu korzystanie z serwisu jest bezpłatne. Na podany adres e-mail wysyłana jest wiadomość zawierająca link aktywacyjny, którego kliknięcie umożliwia uruchomienie konta. Po jego aktywacji użytkownik może uzupełniać swój profil o informacje dotyczące wykształcenia, doświadczenia zawodowego, ukończonych kursów, zdobytych certyfikatów oraz aktualnego zatrudnienia. Profil pełni funkcję wizytówki użytkownika, stanowiąc jego wirtualne CV i narzędzie autoprezentacji.

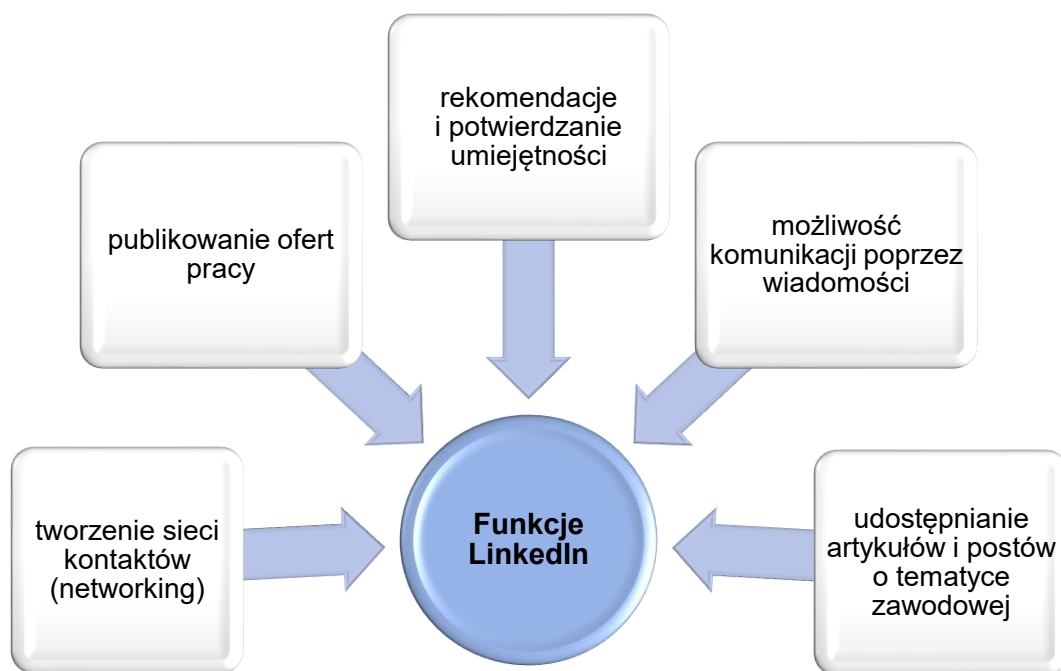




Serwis LinkedIn umożliwia tworzenie sieci kontaktów (z założenia przede wszystkim z ludźmi o podobnych profilach profesjonalnych i zainteresowaniach). Użytkownicy mogą przeglądać ujawniane i udostępniane przez siebie na profilach informacje, obserwować interesujące ich przedsiębiorstwa i organizacje, podglądać aktywność innych. Są informowani o aktualnych wydarzeniach. Uzyskują też możliwość uczestniczenia w aktywnych grupach dyskusyjnych założonych w serwisie, które zbierają ludzi o podobnych zainteresowaniach. Pozwalają one na wymianę informacji/uwag/spostrzeżeń; pozyskiwanie i rozszerzanie wiedzy dzięki informacjom pozyskiwanym od innych użytkowników (nawet spoza sieci kontaktów); poznanie danej branży, jej języka. Są okazją do podzielenia się pomysłem, zdobycia opinii o nim (Stefaniak, 2016).



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO



LinkedIn oferuje swoim użytkownikom dodatkową funkcję potwierdzania umiejętności (ang. *endorse*). Podczas uzupełniania profilu możliwe jest utworzenie wykazu posiadanych kompetencji. Za zgodą właściciela konta lista ta jest udostępniana jego sieci kontaktów, które mogą wskazać i potwierdzić te umiejętności, które – ich zdaniem – dana osoba rzeczywiście posiada.

LinkedIn umożliwia użytkownikom budowanie sieci kontaktów biznesowych, poszukiwanie pracy oraz dzielenie się wiedzą i doświadczeniem zawodowym. Platforma ta jest szczególnie ceniona przez rekruterów i osoby poszukujące nowych możliwości zawodowych.



Twitter to serwis społecznościowy służący do publikowania krótkich wiadomości tekstowych, tzw. tweetów (postów), które mogą zawierać również zdjęcia, filmy, linki oraz ankiety. Platforma jest często wykorzystywana do szybkiego przekazywania informacji, komentowania bieżących wydarzeń, prowadzenia dyskusji oraz wyrażania opinii.

Użytkownicy mogą obserwować inne konta, reagować na wpisy poprzez polubienia, komentarze i udostępnienia (retweety). Twitter jest popularny wśród dziennikarzy, polityków, firm oraz osób zainteresowanych aktualnościami, ponieważ informacje rozprzestrzeniają się tam bardzo szybko. **Hashtagi (#)** ułatwiają wyszukiwanie treści na konkretne tematy i udział w globalnych dyskusjach.

Platforma może być także narzędziem do budowania marki osobistej lub firmowej oraz komunikacji z odbiorcami. Jednocześnie ważne jest dbanie o kulturę wypowiedzi, bezpieczeństwo konta i ustawienia prywatności, ponieważ treści publikowane na Twitterze mogą szybko dotrzeć do szerokiego grona użytkowników.

Twittera to platforma, która wyróżnia się na tle innych swoją specyfiką krótkich, zwięzłych komunikatów. Twitter jest miejscem, gdzie informacje rozprzestrzeniają się szybko, co czyni go idealnym narzędziem do śledzenia aktualnych wydarzeń i trendów. Użytkownicy Twittera to często osoby zainteresowane polityką, biznesem i technologią, co sprawia, że platforma ta jest ważnym kanałem komunikacji dla liderów opinii i dziennikarzy.



TikTok to popularna platforma społecznościowa oparta na krótkich filmach wideo, zwykle trwających od kilku sekund do kilku minut. Użytkownicy mogą tworzyć i oglądać materiały związane m.in. z rozrywką, muzyką, tańcem, edukacją, poradami czy codziennym życiem. Aplikacja wyróżnia się algorytmem, który dopasowuje



wyświetlane treści do zainteresowań użytkownika, dzięki czemu łatwo odkrywać nowe filmy i twórców.

Platforma, zyskał ogromną popularność wśród młodszej generacji dzięki krótkim, kreatywnym filmikom. Jego algorytm promuje treści, które szybko zdobywają popularność, co sprawia, że TikTok jest miejscem dynamicznym i pełnym różnorodnych treści. Użytkownicy TikToka to głównie młodzież, która ceni sobie autentyczność i zabawę.

TikTok umożliwia edycję wideo bezpośrednio w aplikacji, dodawanie muzyki, efektów specjalnych, filtrów oraz napisów. Ważnym elementem są także interakcje społeczne, takie jak polubienia, komentarze, udostępnienia i obserwowanie kont innych użytkowników. Platforma jest chętnie wykorzystywana zarówno przez osoby prywatne, jak i marki, które promują swoje treści, produkty lub usługi.

Ze względu na dużą popularność, szczególnie wśród młodszych użytkowników, istotne jest korzystanie z ustawień prywatności i dbanie o bezpieczeństwo danych. Świadome publikowanie treści oraz kontrola tego, kto może je oglądać i komentować, pomaga bezpiecznie korzystać z TikToka.



Pozostałe portale społecznościowe

- **Pinterest** - to serwis prezentujący treści wizualne i zbierający zasoby graficzne w jednym miejscu. Zawiera katalogi zdjęć, które można komentować, lajkować i dzielić się z innymi użytkownikami.
- **Tumblr** - jest to platforma mikroblogowa, na której użytkownicy mogą publikować wpisy w postaci tekstów, obrazków, plików dźwiękowych, klipów wideo, cytatów czy linków. Treści te można przekazywać i wchodzić w interakcję za pomocą lajków.
- **Snapchat** - to aplikacja mobilna, którą wybierają młodzi użytkownicy mediów społecznościowych, służąca do wysyłania znikających wiadomości do wybranych osób lub umieszczania ich w sekcji Stories.
- **WhatsApp** - to aplikacja, która oferuje komunikację oraz bezpłatne połączenia głosowe i wideo przy użyciu Internetu. Wykorzystuje numer telefonu,



a użytkownicy mogą zezwolić na połączenie z książką telefoniczną, po to, aby nasze kontakty pojawiały się także w aplikacji.

- **About.me** Twoja wizytówka online - to serwis, który pozwala na tworzenie w kilka minut własnej wizytówki.



Podział mediów społecznościowych ze względu na różne funkcje i cechy dominujące

Media społecznościowe można podzielić na kilka głównych rodzajów, z których każdy pełni różne funkcje i ma różne cechy charakterystyczne:

1. **Platformy społecznościowe** (np. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) – umożliwiają użytkownikom tworzenie profili, nawiązywanie kontaktów, dzielenie się treściami i uczestniczenie w dyskusjach.
2. **Platformy do udostępniania zdjęć i wideo** (np. Instagram, YouTube) – skupiają się na wizualnych treściach, umożliwiając użytkownikom publikowanie i przeglądanie zdjęć oraz filmów.
3. **Platformy zawodowe** (np. LinkedIn) – koncentrują się na budowaniu sieci zawodowych, umożliwiając użytkownikom prezentowanie swoich umiejętności i doświadczeń zawodowych.
4. **Platformy do udostępniania treści** (np. Reddit, Tumblr) – pozwalają użytkownikom na dzielenie się różnorodnymi treściami, od artykułów po memy, oraz uczestniczenie w dyskusjach tematycznych.
5. **Komunikatory** (np. WhatsApp, Messenger) – umożliwiają bezpośrednią komunikację tekstową, głosową i wideo między użytkownikami.
6. **Platformy do transmisji na żywo** (np. Twitch, Facebook Live) – pozwalają użytkownikom na transmitowanie wydarzeń na żywo i interakcję z widzami w czasie rzeczywistym.
7. **Platformy do gier społecznościowych**

Różnice między tymi rodzajami mediów społecznościowych wynikają głównie z ich funkcji, sposobu interakcji użytkowników oraz rodzaju udostępnianych treści. Każda z platform ma swoje unikalne cechy, które przyciągają różne grupy użytkowników w zależności od ich potrzeb i zainteresowań.



Podsumowując,

Poszczególne typy mediów społecznościowych różnią się między sobą funkcjami i możliwościami, ale wiążą się również z odmiennymi zagrożeniami dotyczącymi bezpieczeństwa i prywatności. Dlatego użytkownicy powinni mieć świadomość tych różnic i stosować odpowiednie środki ostrożności, aby zabezpieczyć swoje dane osobowe. Do najważniejszych działań należą regularne sprawdzanie i aktualizowanie ustawień prywatności, rozsądne udostępnianie treści oraz wiedza na temat tego, jakie informacje są zbierane i w jaki sposób mogą być wykorzystywane. Takie podejście sprzyja bezpiecznemu i odpowiedzialnemu korzystaniu z mediów społecznościowych.



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Rządowy Program
Rozwoju Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030
PROO

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO