

„Facebook” celowo uzależnienia – wyniki dochodzenia

5 lipca 2018

„Facebook” nie tylko uzależnia, ale robi to świadomie i z upodobaniem celuje w małe dzieci – udowodniło śledztwo prowadzone przez BBC.

Wśród tych, którzy wypowiadali się przeciwko sieci społecznej, był Sandy Parakilas, były menadżer platformy „Facebooka”, który próbował opuścić serwis po opuszczeniu firmy w 2012 roku. Powiedział BBC: „Media społecznościowe są bardzo podobne do automatów gry. Dosłownie czułem, że rzucam palenie. Zdecydowanie byłem świadomy tego, że produkt był wciągający i uzależniający. Masz model biznesowy, który ma Cię zaangażować i sprawić, że zasadniczo wysysasz jak najwięcej czasu ze swojego życia, a następnie oddajesz tę uwagę reklamodawcom. To mnie bardzo denerwuje. Wiedzą, jakie są negatywne skutki i nie są uczciwi.” Sandy Parakilas powiedziała BBC, że celem firmy CEO Marka Zuckerberga było „uzależnienie” ludzi w „niezwykle młodym wieku”.

Inna informatorka, Leah Pearlman, która była częścią zespołu, który zaprojektował przycisk „Lubię to”, wierzy, że przez „Facebooka” czuła się samotna i niepewna. Pearlman, która doznała uzależnienia od sieci społecznościowej, ostrzega teraz osoby, które kompulsywnie sprawdzają „Facebooka”, aby natychmiast zaprzestały korzystania z usługi. Pearlman powiedziała, że zaczęła mierzyć poczucie własnej wartości dzięki informacjom od przycisku, który pomogła zbudować. „Zauważyłam, że zamieściłam coś, co zwykłam publikować”, a liczba polubień „była niższa niż kiedyś” – wyznała. „Nagle pomyślałam, że jestem w pewnym stopniu uzależniona od opinii”. Była kierowniczka próbowała usunąć konto z „Facebooka”, ale twierdzi, że była zbyt uzależniona. „Czujesz się samotny, więc sprawdzasz swój smartfon. Intencją jest pocieszenie samych

siebie.” „Uświadomiłam sobie, że potrzebuję akceptacji, a ja sprawdzam Facebooka i nie ma tam nic, jak źle się czuję” – dodała. Pearlman zaleca teraz młodszym użytkownikom Facebooka, którzy korzystają z usług mediów społecznościowych w sposób kompulsywny, aby unikali ich w ogóle. „Pierwszą rzeczą, którą chciałbym powiedzieć, jest to, że nastolatki wkraczają w inny sposób bycia” – powiedziała. Tajemnica sukcesu „Facebooka” polega na tym, że dzieci machinalnie naśladują kilku liderów i mogą zachęcać innych do naśladowania.

W kluczowym wyznaniu, Sean Parker, który był współzałożycielem Facebooka z obecnym dyrektorem generalnym Markiem Zuckerbergiem, ujawnił, że platforma mediów społecznościowych została zaprojektowana tak, aby od samego początku pochłaniała jak najwięcej czasu dla ludzi. Powiedział: „Wykorzystywaliśmy słabość w ludzkiej psychice. Twórcy („Facebooka”) rozumieli to całkowicie. Ale i tak zrobiliśmy.”

Palihapitiya, który dołączył do Facebooka w 2007 roku i został wiceprezesem ds. wzrostu użytkowników, powiedział, że odczuwa „ogromne poczucie winy” za wpływ „Facebooka” i jego zdolność do manipulowania użytkownikami. Zasugerował także użytkownikom przerwy w korzystaniu z mediów społecznościowych.

Byli pracownicy wyrazili także zaniepokojenie z powodu usługi „Messenger for Kids” („Posłaniec dla Dzieci”), niedawno uruchomionej przez „Facebooka” aplikacji czatowej skierowanej do dzieci w wieku od sześciu do dwunastu lat.

Według badań przeprowadzonych przez BBC, Facebook nie jest jedyną usługą osadzoną w Dolinie Krzemowej, która chce zachęcać do przymusowego przeglądania. Aza Raski, która wcześniej pracowała dla przeglądarkowej firmy Mozilla i marki fitness Jawbone, jest twórcą „niekończącego się przewijania”. Ta technika projektowania stron internetowych ładuje zawartość, gdy użytkownik przewija stronę, eliminując potrzebę kliknięcia w celu uzyskania dostępu do nowej zawartości i potencjalnie decydując się na zakończenie sesji przeglądania.

Klient nie jest w stanie zdecydować, czy chce przejść na kolejną podstronę bo ona się i tak załaduje. Nie można tego uniknąć.

Autorstwo: Brytol

Źródło: Brytol.com