

Katarzyna Garwol

Portale społecznościowe – szanse i zagrożenia dla młodego człowieka

Edukacja - Technika - Informatyka nr 2(16), 183-189

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



KATARZYNA GARWOL

**Portale społecznościowe
– szanse i zagrożenia dla młodego człowieka**

**Social media portals
– possibilities and dangers for the young people**

Doktor, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Matematyczno-Przyrodniczy, Katedra Informatyki, Polska

Streszczenie

Artykuł podejmuje tematykę związaną z możliwościami i zagrożeniami, jakie dają współczesne social media, zwłaszcza w odniesieniu do ludzi młodych. Zawarta jest w nim krótka analiza polskiego rynku portali społecznościowych, opis wybranych badań na ich temat oraz analiza badań własnych autora przeprowadzonych wśród studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Słowa kluczowe: portal społecznościowy, student, zagrożenie, szansa.

Abstract

The article takes up the subject matter connected with the possibilities and dangers which are present in modern social media, especially for the young people. There is presented short analysis of Polish market of social media portals, description of the chosen research concerning them and the analysis of the own research of the author carried out among students of University of Rzeszow.

Key words: social network, student, hazardousness, chance.

Wstęp

W ciągu ostatniej dekady internet stał się w Polsce medium szeroko dostępnym. W 2015 r. korzystało z niego 70% wszystkich Polaków. Wraz z powiększającym się gronem internautów coraz większą rzeszę użytkowników zyskują też serwisy społecznościowe. Jak pokazują badania, w 2012 r. z Facebooka korzystało 13 mln użytkowników, a już 2 lata później było ich 20 mln, czyli 80% wszystkich polskich internautów. Wzrasta też udział w rynku Tweetera, który ma obecnie 3,3 mln użytkowników, co stanowi 13% internautów w Polsce [Internet 1]. Znaczącą część użytkowników portali społecznościowych stanowią ludzie młodzi, którzy często przenoszą do wirtualnej przestrzeni wiele obszarów swojego życia.

Ogólnopolskie badania firmy Millward Brown – NetTrack z 2014 r. pokazały, iż 24% wszystkich użytkowników sieci stanowią osoby młode (15–24 lata) [Penkowska 2014: 11]. Aby zrozumieć i zdiagnozować, jakie korzyści i zagrożenia dla młodzieży niosą portale społecznościowe, przeanalizowano rynek social mediów w Polsce oraz przytoczono wybrane badania na temat sposobów korzystania z nich przez młodych ludzi. Wyniki te zestawiono z analizami badań własnych autora przeprowadzonych wśród studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Serwisy społecznościowe w Polsce

Serwisy społecznościowe, które w Polsce odniosły sukces, można podzielić na 3 grupy: światowi giganci (np. Facebook, YouTube, LinkedIn, MySpace), rodzime odpowiedniki zagranicznych serwisów (np. Nasza Klasa, Fotka), autorskie pomysły skupiające wyselekcjonowaną grupę (np. 28dni). Dzieląc je według sfer życia, których dotyczą, można wyróżnić m.in. aplikacje biznesowe (np. LinkedIn, Goldenline), towarzyskie (np. Facebook), matrymonialne (np. Sympatia) czy hobbyistyczne (np. Flickr) [Internet 2].

Na polskim rynku jest tylko kilka portali społecznościowych, które są w ścisłej czołówce. Portal Wirtualnemedial.pl przytacza wyniki badań, które pokazują procentowy rozkład wykorzystania portali społecznościowych przez osoby powyżej 18 lat, które w 2014 r. przynajmniej raz w miesiącu korzystały z tych serwisów. Na pierwszym miejscu uplasował się YouTube (92%), w dalszej kolejności znalazł się Facebook (85%), blogi (52%), Tweeter (28%), Instagram (25%) i LinkedIn (25%) [Internet 3].

Wśród portali mających polski „rodowód” czołową pozycję zajmuje Nasza Klasa, choć w ciągu drugiego półrocza 2015 r. zanotowała znaczny spadek (z 30 na 23 mln użytkowników). Daje jej to 22. miejsce wśród najczęściej odwiedzanych serwisów tego typu w skali krajowej. Dalej w rankingu są Kwejk.pl (35. miejsce), Wykop.pl (53) i Fotka.pl (59) [Internet 4].

Polskie portale przegrywają jednak na rodzimym rynku walkę o polskiego internautę ze światowymi gigantami, które prześcigają się w przyciąganiu do siebie nowych użytkowników i dostarczaniu optymalnych użyteczności użytkownikom już na nich obecnym.

Charakterystyka badanej zbiorowości

Badaniom poddano studentów kierunków ścisłych (informatyka, mechatronika) oraz humanistycznych (prawo, administracja). Na potrzeby niniejszego artykułu studentów kierunków ścisłych nazywać się będzie roboczo „inżynierami”, a nauk humanistycznych „humanistami”. Wyniki tu przedstawione stanowią wycinek szerzej zakrojonych analiz, które na dziś mają formę pilotażu i obejmują takie obszary, jak: motywacje do łączenia się z siecią, rola internetu w zdo-

bywaniu informacji potrzebnych do pracy lub nauki, „rozrywkowa” funkcja internetu, opinia na temat przydatności tego medium i jego miejsca w życiu współczesnego młodego człowieka.

Objęto nimi 179 studentów zarówno studiów I, jak i II stopnia studiów stacjonarnych oraz niestacjonarnych. Zostały one przeprowadzone za pomocą ankiety online z wykorzystaniem serwisu www.ankiety.interaktywnie.com w miesiącach styczeń–marzec 2016 r.

Wśród badanych więcej było mężczyzn (62,5% – mężczyźni, 37,4% – kobiety). Z uwagi na to, iż byli to studenci, niemal wszyscy wpisywali się w przedział wiekowy 20–25 lat (94,4%). Większość z nich mieszkała na wsiach (44,7%) i w miastach poniżej 50 tys. mieszkańców (30,2%). 1,6% oświadczyło, że żyje w konkubinacie, reszta (98,3%) zadeklarowała, że jest stanu wolnego. Na kierunkach ścisłych studiowało 55,3% badanych, na humanistycznych 44,7%. 95% studentów było słuchaczami studiów stacjonarnych a 16,7% pracowało na różnych formach umowy (umowa o pracę, umowa o dzieło, umowa-zlecenie, własna działalność itd.).

Szanse

Korzystanie z portali społecznościowych przynosi szereg korzyści. Jedną z nich jest możliwość zawierania nowych znajomości oraz podtrzymywania już istniejących. Kontekst relacji interpersonalnych realizowanych w sieci często przejawiał się w wypowiedziach studentów kierunków humanistycznych UR. Oto wybrane odpowiedzi na pytanie „Czym różniłoby się Twoje życie od obecnego, gdyby nie było Internetu?": „Moim zdaniem miałabym utrudniony dostęp do informacji których nie można nabyć wypożyczając książki w bibliotece, ponadto moje zainteresowania są związane z Internetem i portalami społecznościowymi, więc bez dostępu do Internetu nie mogłabym ich rozwijać. Najważniejszą kwestią dla mnie jest to, że mogę utrzymywać stały kontakt z moimi znajomymi oraz rodziną która mieszka daleko, dzielić się z nimi moimi zainteresowaniami”; „Uważam, że życie zmieniłoby się pod względem komunikacji z innymi ludźmi, byłoby o wiele trudniej nawiązywać czy utrzymywać kontakt bez portali społecznościowych czy innych komunikatorów, które zdecydowanie upłynniają szybki kontakt i przesyłanie informacji”.

Inżynierowie częściej twierdzili, iż portale społecznościowe raczej ograniczają kontakty interpersonalne, niż je ułatwiają, ale i wśród ich wypowiedzi można znaleźć przeciwne: „Prawdopodobnie nie miałabym tylu znajomych co w obecnej chwili, ponieważ wielu z nich mieszka w innych miastach/krajach i czasem rozmowy telefoniczne przekraczają mój studencki budżet”; „Byłbym okropnie znudzony. Zdobywanie programów/filmów/muzyki byłoby bardzo utrudnione, wymagałoby częstych wyjazdów. Nie mógłbym rozmawiać swobodnie z moją siostrą, która mieszka w Anglii, ani ze znajomymi z innych krajów”.

Media społecznościowe pomagają też w znajdowaniu pracy dla osób jej szukających i znajdowaniu pracowników przez osoby oferujące zatrudnienie. Z badań przeprowadzonych przez Adecco (światowy lider wśród firm świadczących kompleksowe usługi z zakresu zarządzania kapitałem ludzkim oraz doradztwa personalnego) w 15 krajach, w tym w Polsce, wynika, że im wyższe wykształcenie ma człowiek, tym częściej wykorzystuje sieć do szukania pracy. Najczęściej robili to urodzeni pomiędzy 1946 a 1964 rokiem (56,2%), nieco rzadziej roczniki 1965–1980 (53,8%), najrzadziej natomiast urodzeni po 1981 r. (51%). Uczestnicy badania wskazywali też, do jakich działań wykorzystują *social media* w procesie szukania pracy. 64,9% respondentów korzystało z nich, aby zapoznać się z zawartością strony potencjalnego pracodawcy, 64,1% przeglądało oferty pracy, 60,4% budowało dzięki nim sieci kontaktów personalnych, a 58,7% zbierało w sieci opinie na temat ewentualnego pracodawcy. 47,2% za pośrednictwem tego typu serwisów było gotowych aplikować o pracę, a 44,7% wysłało za ich pomocą swoje CV [Internet 5].

Portalem, który jest niewątpliwie liderem w poszukiwaniu pracy oraz w poszukiwaniu przyszłych pracowników, jest w Polsce LinkedIn. 35,5% badanych przez Adecco przyznało, że jest on użyteczny w poszukiwaniu pracy. Taką przydatność miał Facebook według 17,9% respondentów, Twitter według 3,8%, Youtube – 1,6% i Instagram – 0,8% [Internet 6].

Badani studenci UR nie docenili roli portali społecznościowych w zakresie pomocy w poszukiwaniach pracy. Jedynie 3,2% z nich stwierdziło, iż internet jest w tym użyteczny. Dla 18,8% badanych ważna była możliwość, jaką daje internet w szerokiej promocji swojej osoby lub swojego biznesu. Bardziej istotne od biznesowych okazały się dla respondentów kwestie towarzyskie, jakie dają *social media*. Dla 23,6% studentów najbardziej pozytywną stroną internetu była możliwość poznawania nowych osób w sieci, natomiast dla 64,5% możliwość wirtualnego kontaktu ze znajomymi lub rodziną.

Zagrożenia

Z badania opublikowanego w 2015 r. przez USA Network (amerykańską sieć telewizji kablowej posiadającą 89 mln klientów) wynika, iż 75 mln młodych Amerykanów bierze pod uwagę możliwość skasowania swoich kont na portalach społecznościowych, a 23% badanych uważa taką możliwość za bardzo prawdopodobną. Stoi za tym przede wszystkim obawa młodych ludzi przed szpiegostwem ze strony rządów, a także działalnością cyberprzestępców [Internet 7].

Pierwszy raz zagrożenie wynikające z obrotu danymi osobowymi użytkowników portali społecznościowych Unia Europejska dostrzegła w 2009 r., kiedy to wydano opinię, w której wykazano konieczność ujednolicenia zasad wykorzystywania danych osobowych użytkowników przez reklamodawców oraz wła-

ścicieli portali. Według tej opinii administrator serwisu powinien usuwać dane użytkownika zaraz po zamknięciu przez niego konta. Poza tym użytkownik powinien wyrazić zgodę na gromadzenie danych. Na portalach społecznościowych regulaminy często są jednak tak skomplikowane i obszerne, że internauci zgadzają się na zwarte tam warunki, nie zdając sobie sprawy, na jakie niebezpieczeństwo się narażają [Husak 2011: 189–190].

Media społecznościowe mają również mniej materialną, a bardziej społeczną i psychologiczną negatywną stronę. Wyraża się ona m.in. w możliwości uzależniania od nich, co skutkuje godzinami czasu spędzonymi w ciągu dnia przed monitorem komputera, zaniedbywaniem lub zanikiem kontaktów społecznych w realnym życiu czy pogorszeniem wzroku i chorobami kręgosłupa. Poświęcenie kreowaniu swojej tożsamości w serwisach społecznościowych sprawia też, iż znacznie obniża się umiejętność koncentracji na innych aspektach życia, co dezorganizuje codzienność, spychając obowiązki na plan dalszy. Takim osobom tak bardzo towarzyszy myśl o tym, co się wydarzyło w wirtualnym świecie, że nie są w stanie poświęcić się całkowicie wykonywanym czynnościom w świecie realnym [Internet 8].

Wśród badanych studentów UR 43% stwierdziło, iż to właśnie marnotrawienie czasu jest jednym z najważniejszych negatywnych aspektów korzystania z internetu. 18,8% z nich uznało, że korzystając z internetu, zaniedbują osobiste spotkania z rodziną i przyjaciółmi. Co istotne, w trakcie tego samego badania prawie połowa respondentów (45%) uznała, iż to właśnie internet zdecydowanie pomaga w utrzymywaniu relacji z rodziną i przyjaciółmi. 1/3 (35%) stwierdziła, że raczej pomaga.

W wypowiedziach respondentów przewijał się wątek negatywnego wpływu portali społecznościowych na młodych ludzi objawiający się w uzależnieniach, zaniku kontaktów międzyludzkich w życiu realnym i swoistej izolacji społecznej. Takie zdanie częściej wyrażali inżynierowie. Oto jedna z wypowiedzi: „Pamiętam jak byłem młodszy, gdy nie było Internetu na tak wielką skalę, to były częstsze spotkania. W dzisiejszym czasie te spotkania są raczej w Internecie na forach takich jak Facebook, Twitter. Mało komu chce się teraz wychodzić. Stwierdzam również że wolałbym aby Internetu nie było ponieważ Internet to tak wiele zła jak i dobra. Zło największe to udostępnianie często swoich danych, które nie wiadomo kto może to wykorzystać w zły sposób”.

Podobne opinie pojawiały się także wśród humanistów, choć oni zdecydowanie częściej twierdzili, że to właśnie dzięki social mediom mogą podtrzymywać przyjacielskie relacje z innymi ludźmi, co było cytowane wcześniej: „Gdyby nie było Internetu więcej czasu poświęcałabym na kontakty bezpośrednie ze znajomymi”; „Więcej czasu byłoby na poznawanie nowych ludzi w rzeczywistości a nie tylko na forach, zajmowałabym się czytaniem więcej gazet książek”; „Gdyby nie było Internetu miałabym więcej czasu dla siebie, dla swoich znajo-

mych, rozwijania swoich zainteresowań , uprawiania sportu. Inaczej zupełnie by wyglądał dzień bez Internetu”.

Social media stwarzają niebezpieczeństwo przeniesienia kontaktów społecznych do sfery internetu. Innym istotnym zagrożeniem z nich płynącym jest to, iż z jednej strony pomagają w szukaniu pracy, a z drugiej strony są, jak to określiła J. Szamocka, są „mordercami karier”. Coraz częściej przyczyną niepowodzeń jest bowiem negatywny wizerunek kandydata na portalu społecznościowym. Rekruterzy coraz chętniej wykorzystują internet do prześwietlenia kandydata i weryfikują w ten sposób informacje zawarte w CV. Na podstawie takiego obrazu często decyduje się o zaproszeniu lub nie kandydata na rozmowę kwalifikacyjną [Internet 9].

Podsumowanie

Powodów, dla których ludzie korzystają z mediów społecznościowych, jest kilka. Wymienić tu należy podtrzymywanie istniejących znajomości, zwieranie nowych, presję ze strony otoczenia, które już korzysta z takich mediów, chęć odwdziżenia się za wartościową wiedzę, chęć służenia innym, podglądanie innych, chęć dzielenie się swoją twórczością, potrzebę przynależności [Mitok 2013: 18].

Ogromne możliwości, które dają tego typu serwisy, zdają się przesłaniać ich negatywne strony. Świadomy użytkownik jest w stanie uniknąć większości zagrożeń, o których zazwyczaj wie, ale nie zawsze o nich pamięta. Wydaje się, że krytyczne spojrzenie wyzwalają m.in. właśnie takie badania, jak przeprowadzone przez autora niniejszego artykułu, gdyż zmuszają one do pogłębianej refleksji użytkowników mediów społecznościowych.

Literatura

Husak Z. (2011), *Kilka uwag dotyczących ochrony danych osobowych w Internecie* [w:] M. Szupnar (red.), *Paradoksy Internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, Toruń.

Internet 1: <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/media-spolecznosciowe-jako-kanaly-komunikacji-charakterystyka-uzytkownikow.html>.

Internet 2: https://www.web.gov.pl/g2/big/2009_03/4b73f7a761bf29569a4114ad53b7b8d9.pdf.

Internet 3: <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/facebook-i-youtube-najpopularniejszymi-serwisami-spolecznosciowymi-w-polsce-hyper-social-coraz-mniej-popularne#comments> (1.04.2016).

Internet 4: <http://freeisoft.pl/2015/11/ranking-polskich-portali-spolecznosciowych-na-rok-2015/> (1.04.2016).

Internet 5: <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Pracownik-w-sieci-spolecznosciowej-czyli-o-szukaniu-pracy-przez-social-media-3238868.html>] (1.04.2016).

Internet 6: http://praca.interia.pl/news-pracownik-w-sieci-czyli-o-szukaniu-pracy-przez-social-media_nId,1560878 (1.04.2016).

Internet 7: http://www.forbes.pl/mlodzi-ludzie-moga-odwrocic-sie-od-portali-spolecznosciowych_artykuly,196434,1,1.html (1.04.2016).

Internet 8: http://uzaleznieniabehawioralne.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=151%3A%3Anaduzywanie-portali-spolecznościowych&Itemid=121 (1.04.2016).

Internet 9: <http://kariera.forbes.pl/portale-spolecznościowe-moga-przeszkodzić-w-znalezieniu-pracy,artykuly,159239,1,1.html> (1.04.2016).

Mitok A. (2013), *Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągnij zamierzone efekty*, Gliwice.

Penkowska G. (2014), *Facebook jako nowe medium. Dzieci na Facebooku* [w:] G. Penkowska (red.), *Fenomen Facebooka. Społeczne konteksty edukacji*, Gdańsk.