Ewelina Kaźniuk, Karolina Sienkiewicz
Studenckie Koło Naukowe Kurtyna
Akademia Bialska im. Jana Pawła II

KOMUNIKACJA MIĘDZYLUDZKA WŚRÓD STUDENTÓW AKADEMII BIALSKIEJ IM. JANA PAWŁA II

Streszczenie
Nowe technologie umożliwiają komunikowanie się z innymi ludźmi na wiele sposobów, przy czym zawsze wybieramy kanał ustny lub pisemny przekazu informacji. By rozmawiać z drugim człowiekiem spotykamy się z nim lub wybieramy sms, połączenie online czy czat. Sposób komunikowania się ma wpływ zarówno na relacje jak i odbiór przekazywanych treści. Celem niniejszej pracy było uzyskanie odpowiedzi na pytania związane z preferowanym kanałem komunikacji wśród studentów Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II oraz poznanie ich opinii dotyczącej komunikowania się. Do badań empirycznych wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, a za narzędzie posłużył autorski kwestionariusz ankiety. Warto zaznaczyć, że w badaniu udział wzięło 68 osób, wyników nie należy zatem utożsamiać ze wszystkimi studentami Akademii Bialskiej. Respondenci częściej wykorzystują kanał pisemny w kontaktach z innymi osobami. W relacji z rodziną i bliskimi preferują kontakt bezpośredni i zwracają większą uwagę na przekazywane emocje. Badani w akcie komunikacji interpersonalnej starają się całkowicie poświęcać jej czas, odkładają więc telefon w niewidoczne miejsce (np. kieszeń). Przyznano także, iż po pandemii zwiększył się czas przeznaczony na korzystanie z mediów społecznościowych.

Absrtact
New technologies enable the use of other solutions in many ways, but we always choose the oral or written channel of information transmission. By talking to another person, we meet him or choose a text message, online call or chat. The way it affects relationships and how content is received. The aim of the work was to expand the answers to questions about the preferred communication channel among students of the Akademia Bialska and learning their opinions on how to treat each other. A diagnostic test was used for empirical research, and the tool used in the author's questionnaire was used. It is worth knowing that due to the participation of 68 people, the results should not be equated with benefits for students of the Biała Podlaska University. Response to the main written channel when dealing with other devices. In relationships with their families, they prefer direct contact and pay more attention to emotion. In the act of interpersonal communication, the respondents are fully allocated their time, they put the phone in an inconspicuous place. After pandemy there are risks associated with using social media.

Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, komunikowanie, social media, komunikatory społecznościowe

Wstęp

Komunikowanie to proces, bez którego ludzka egzystencja nie byłaby możliwa. Używa się go już od pierwszych chwil życia, by zaspokoić swoje choćby podstawowe potrzeby. Z biegiem czasu i postępem technicznym komunikacja interpersonalna przechodzi zmodernizowanie, powstają nowe drogi porozumiewania się, także na odległość. Komunikowanie i jego proces jest szerokim zagadnieniem, omawianym w wielu dyscyplinach naukowych.

W ujęciu socjologicznym komunikowanie to narzędzie, dzięki któremu możliwe jest odróżnienie ludzi od innych istot żywych. Tylko istota ludzka jest w stanie kreować i używać znaki w sposób świadomy, by służyły porozumiewaniu się z innymi ludźmi. Co więcej, narzędzie to działa na zasadzie mechanizmu, za sprawą którego kontakty człowiek – człowiek są możliwe. W następstwie istoty ludzkie utrwalają swoje kody, które przechodzą swoją ewaluację w czasie. Co ważne, to właśnie osoby decydują o formie i przebiegu komunikowania. Najczęściej mianem komunikacji określa się kontakt pomiędzy co najmniej dwiema osobami; nadawcą a odbiorcą lub odbiorcami (Ejsmont, Kosmalska, 2005).

Psycholog Katarzyna Młynek (2015), o komunikacji pisze jako o wszelakim przepływie informacji pomiędzy ludźmi. Utożsamienie komunikacji jedynie z przekazywaniem informacji zawęża pole rozumienia tego zagadnienia. Młynek powołuje się przy tym na klasyczny model komunikacji tj. nadawca-komunikat-odbiorca. Łączy komunikację ludzką z językiem, kulturą przyjętą w danym społeczeństwie oraz samoświadomością. Stefan Frydrychowicz (2005) dodaje, że komunikacja nie powinna się zawężać jedynie do przekazywania informacji. W trakcie komunikacji nadawca przekazuje swoje emocje zarówno do samego komunikatu jak i do odbiorcy tych treści. Służy ona również wzajemnej wymianie doświadczeń i ustaleniu planu działania.

Z perspektywy pedagogicznej, według Wincentego Okonia komunikacja interpersonalna jest rotacją informacji, która następuje między nadawcą a odbiorcą. Proces ten zachodzi poprzez nadanie komunikatu.
Komunikowanie może przebiegać na wielu płaszczyznach, stąd też wyróżnia się następujące typy komunikacji:

1. Komunikacja masowa, która jest przesyłaniem komunikatu przez nadawcę za pomocą środków technicznych. Ten rodzaj komunikacji wyróżnia duża liczba odbiorców.
2. Komunikacja instytucjonalna, jest to przekaz informacji przez różnego rodzaju instytucje.
3. Komunikacja publiczna ma miejsce podczas przekazu sformalizowanej treści dużej liczbie odbiorców.
4. Komunikacja grupowa tworzy się, gdy w akcie komunikacji bierze udział kilkanaście bądź kilkadziesiąt osób i role w tej grupie zostają w jakiś

sposób zakłócone, np. nie każdy może nadać swój komunikat tj. nie każdy może być nadawcą.
5. Komunikacja interpersonalna, jest to rozmowa z samym sobą, własne przemyślenia.
6. Komunikacja interpersonalna zachodzi wtedy, gdy jednostka podczas bezpośrednich spotkań podtrzymuje interakcję tj. wymienia werbalne i niewerbalne komunikaty (Ejsmont, Kosmalska, 2005).

Komunikacja interpersonalna zawiera w sobie komunikację werbalną oraz niewerbalną. Fundamentem komunikacji werbalnej jest słowo, którego używa się do rozmów, przekazywania informacji. Natomiast komunikacja niewerbalna to: mowa ciała tj. gesty, mimika, zachowania (Zawada, 2007). Podczas komunikacji interpersonalnej napotyka się na różnego rodzaju zakłócenia tzw. szumy. Można wyróżnić wśród nich dwa typy:

- Szumy zewnętrzne, np. dźwięk nadjeżdżającego samochodu, zbyt wysoka temperatura powietrza, przedmioty w pobliżu, które mogą nas rozpraszać itp.;
- Szumy o charakterze wewnętrznym, są bezpośrednio związane z osobą biorącą udział w akcie komunikacji, np. złe samopoczucie, brak chęci do komunikacji, przeżywane aktualnie emocje itp. (Chodkowski, 2017).

Wpływ na skuteczność komunikacji interpersonalnej ma wiele zróżnicowanych czynników, co potwierdza również Weryszko (2020). Zaliczane są do nich cechy samej osoby biorącej udział w komunikacji, jak i cechy sytuacji w jakiej ma miejsce akt komunikacji. Do pożądanych cech osoby komunikującej się zaliczana jest empatia i otwartość, która definiowana jest jako interakcja charakteryzująca się bliskością, miłością, dużym zaufaniem. Empatia natomiast jest to umiejętność rozpoznawania oraz rozumienia emocji innych ludzi. Jest ona kształtowana całe życie. Empatia wpływa zwłaszcza na komunikaty dotyczące stanów uczuciowych. Komunikacja twarzą w twarz znacząco odbiega od tej podejmowanej przez Internet. Komunikacja przy pomocy Internetu uniemożliwia przede wszystkim bezpośredni kontakt z innymi ludźmi. Ograniczona zostaje też przepustowość kanału informacyjnego. Ten typ komunikacji umożliwia natomiast anonimowość. Pośrednikiem staje się komputer, który czasem może się stać dla osoby ważniejszy, niż sama osoba, z którą jednostka się komunikuje (Juza, Kloc, 2012). Komunikacja przy pomocy Internetu pozwala człowiekowi na ukrycie swoich prawdziwych uczuć, emocji, które przeżywa w danym momencie. Taki sposób porozumiewania się, znacznie ułatwia komunikację osobom nieśmiałym. To, co odbiorca w pierwszej chwili widzi na ekranie swojego komputera bądź też telefonu z dużą pewnością nie jest tym, co obecnie czuje nadawca. Inaczej ten sam komunikat brzmiałby wypowiedziany w obecności odbiorcy, który

odebrać go może w sposób werbalny i niewerbalny. Często jedynym okazaniem emocji podczas konwersacji przy pomocy Internetu są różnego rodzaju Emoji i Emotikony. Największym problemem komunikacji internetowej jest brak kontaktu osobistego z drugim człowiekiem. Może się to wiązać z błędnym odczytywaniem intencji naszego rozmówcy, ponieważ Emoji i Emotikony często używane są w sposób niedbały i chaotyczny (Wasylewicz, 2019).

Jako jeden z pierwszych szeroko znany model komunikacji werbalnej stworzył R. Jakobson w 1960 roku. Uważał on, że w akcie komunikacji biorą udział pewne stałe elementy tj. nadawca przekazuje komunikat do odbiorcy. Komunikat ten musi zawierać także kontekst. By komunikat był efektywny, kontekst powinien być zrozumiały dla odbiorcy. Konieczny do komunikacji jest również kod, który powinien być chociaż częściowo wspólny dla nadawcy i odbiorcy a w idealnych warunkach całkowicie wspólny. Dla efektywnej komunikacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą powinien istnieć kontakt psychiczny i fizyczny, który pozwoli nawiązać i kontynuować komunikację (Kita, 1998).

Obecnie ludzie komunikują się także wykorzystując m.in. Internet. Definiując Internet z jego technicznego punktu widzenia, jest to sieć komputerowa tj. zbiór komputerów połączonych przy pomocy transmisji danych. Jego główną funkcją jest wyszukiwanie informacji. Nieodzownym pojęciem związanym z Internetem są social media, które w języku polskim są zamiennie stosowane z pojęciem mediów społecznościowych. Jak sama nazwa wskazuje, utożsamiane są z pewnymi grupami społecznościowymi zawiązywanymi lub podtrzymującymi kontakt w przestrzeni on-line. Jest to zbiorcza kategoria mechanizmów internetowych, zbiór pewnych platform, których zadaniem jest inicjowanie interakcji pomiędzy użytkownikami. Przedrostek „social" wskazuje na społeczne funkcje tych mediów tj. możliwość komunikacji, zawieranie nowych relacji, wymianę doświadczeń. Media społecznościowe mogą być wykorzystywane na dowolną skalę. Ulegają one jedynie kontroli społecznej. Polega ona na polemice, dialogu członków społeczności internetowej (Laskowska, 2012).

Komunikator internetowy, to program pozwalający osobom z niego korzystającym na przesyłanie komunikatów w czasie rzeczywistym pomiędzy dwoma bądź więcej komputerami przy pomocy Internetu. Są to m. in. Gadu-Gadu, Messenger, Skype (Encyklopedia PWN, 2023).

W XXI wieku do porozumiewania się używamy zarówno kanału ustnego jak i pisemnego. Wyszczególniając aktualne sposoby komunikowania się oraz obserwując w przestrzeniach publicznych ludzi, którzy wręcz nie rozstają się ze swoimi smartfonami, proces komunikacji i jego jakość stają się dość zastanawiające.

Celem niniejszej pracy badawczej było uzyskanie odpowiedzi na następujące problemy badawcze: Jaką formę komunikowania preferują studenci

Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II? Czy studenci Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II stosują częściej kanał ustny czy pisemny w komunikowaniu się?

Materiał i metoda

Badania na potrzeby niniejszego artykułu, zostały przeprowadzone w okresie marca i kwietnia 2023 roku. Wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, technikę ankietowania, a za narzędzie posłużył autorski kwestionariusz ankiety w formie on-line. Respondentami byli studenci Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II. Na potrzeby badań zostało stworzone autorskie narzędzie badawcze, wykorzystane do zebrania danych, składające się z 21 pytań ogólnych i szczegółowych oraz 4 pytań dotyczących metryczki.

W badaniu wzięło udział 68 studentów, w tym 51 kobiet i 17 mężczyzn. Uwzględniając wydział, na którym studiują respondenci dane liczbowe odnośnie uczestników badań zostały umieszczone w tabeli 1.

Tabela 1. Wydziały, na których studiują uczestnicy badań empirycznych

Lp.	Wydział	Uczestnicy badania	
		n	%
1.	Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych	30	44
2.	Wydział Nauk o Zdrowiu	13	19
3.	Wydział Nauk Ekonomicznych	13	19
4.	Wydział Nauk Technicznych	12	18
Ogółem		68	100

Źródło: opracowanie własne

Dane ukazane w tabeli 1 wskazują, że w badaniach brali udział studenci ze wszystkich wydziałów Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II. Najwięcej, 44% ankietowanych osób stanowili studenci z Wydziału Nauk Społecznych i Humanistycznych, a pozostałe wydziały pod względem procentowym kształtują się na bardzo zbliżonym poziomie.

Kolejną zmienną charakteryzującą grupę badawczą było kryterium wieku. Zestawienie danych wskazujących na wiek respondentów zostało ukazane w tabeli 2.

Tabela 2. Wiek uczestników badań

Lp.	Wiek studentów/ek	Uczestnicy badania	
		n	%
1.	18-20 lat	13	19
2.	21-23 lat	33	48
3.	24-26 lat	14	21
4.	>27 lat	8	12
Ogółem		68	100

Źródło: opracowanie własne

Osoby poddane badaniu w większości znajdują się w przedziale wiekowym 18-26 lat, jedynie 12% wskazało, że ma 27 bądź więcej lat. W grupie badanej przeważali respondenci w przedziale wiekowym pomiędzy 21 a 23 rokiem życia – 48% ankietowanych.

Trzecią zmienną charakteryzującą grupę badawczą było miejsce zamieszkania. Dane zostały zebrane w tabeli 3.

Tabela 3. Miejsce zamieszkania uczestników badań

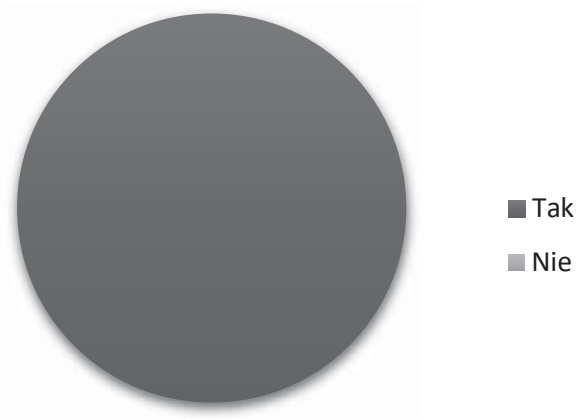
Lp.	Miejsce zamieszkania	Uczestnicy badania	
		n	%
1.	Miasto	37	54
2.	Wieś	31	46
Ogółem		68	100

Źródło: opracowanie własne

W badaniu wzięło udział 54% osób zamieszkujących miasto oraz 46% osób mieszkających na terenach wiejskich. Można stwierdzić, że różnica w miejscu zamieszkania jest minimalna.

Wyniki

Analizując wyniki badań nt. Komunikacji międzyludzkiej wśród studentów Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II, początkowo zbadano pozornie oczywiste zjawisko: czy osoby badane korzystają z mediów społecznościowych.

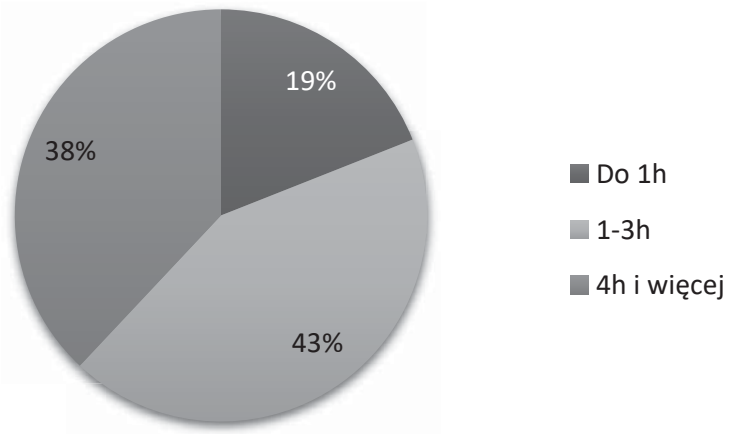


Rycina 1. Korzystanie z mediów społecznościowych

Źródło: opracowanie własne

Wszyscy respondenci (100%) wskazali korzystnie z mediów społecznościowych. Odpowiedzi te udowadniają, jak ważną rolę pełnią media społecznościowe w życiu młodego człowieka. Wyszczególnienie konkretnych nazw mediów społecznościowych oraz ich popularność, zostały opisane poniżej.

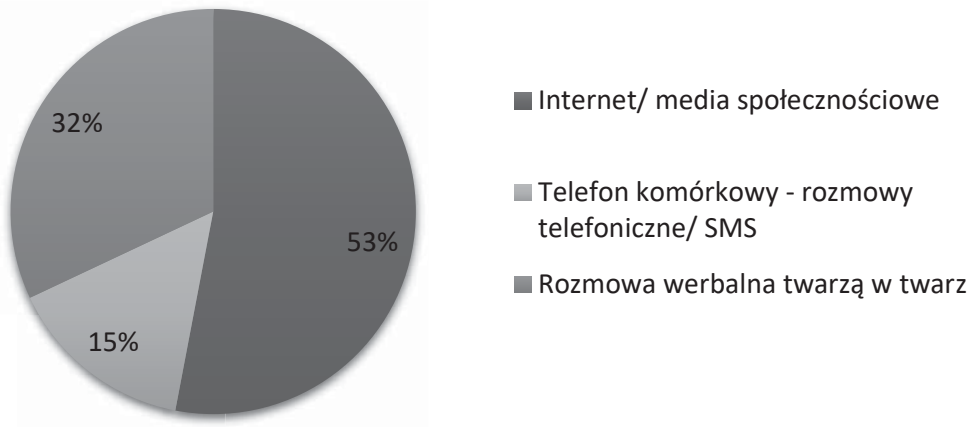
Zdecydowana większość respondentów, bo aż 97% wskazała, że korzysta z komunikatora o nazwie Messenger. Równie dużą popularnością wśród studentów cieszy się portal Facebook- korzysta z niego 94% ankietowanych. Nieco mniej respondentów używa aplikacji Snapchat oraz Tik Tok. Najmniejszą popularnością wśród osób ankietowanych cieszył się komunikator WhatsApp, z którego korzysta jedynie 11,9% respondentów. Badani mogli zaznaczyć więcej niż jeden komunikator/portal społecznościowy. Ilość czasu poświęcanego przez studentów na korzystanie z mediów społecznościowych została zawarta na rycinie 2.



Rycina 2. Czas respondentów poświęcony na użytkowanie mediów społecznościowych

Źródło: opracowanie własne

Prawie połowa respondentów, ponieważ 43% osób poświęca dziennie od 1 do 3 godzin na korzystanie z mediów społecznościowych. Niepokojąco dużo, ponieważ 38% respondentów poświęca aż 4 i więcej godzin dziennie na korzystanie z mediów społecznościowych. Jedynie 19% ankietowanych poświęca na korzystanie z nich do 1 godziny dziennie. Dane te obrazują aktualną ilość czasu w ciągu doby, poświęcaną na korzystanie z mediów społecznościowych. Warto zauważyć, że pod uwagę nie są brane godziny spędzone on-line na innych czynnościach. Następnie respondenci zostali zapytani o to, z jakiej formy komunikacji najczęściej korzystają. Wyniki zostały zaprezentowane na rycinie 3.

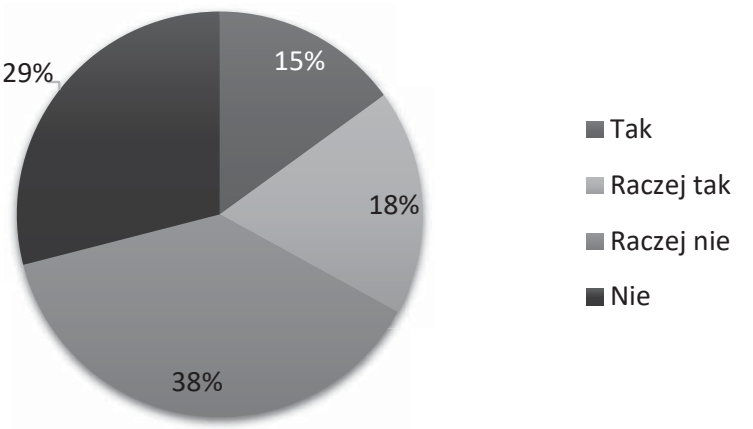


Rycina 3. Formy komunikacji najczęściej stosowanej przez respondentów

Źródło: opracowanie własne

Ponad połowa respondentów – 53%, jako najczęściej wybieraną formę komunikacji wskazała Internet/media społecznościowe. Jedynie 15% wskazało na telefon komórkowy. Ukazuje to skalę, w jakiej media społecznościowe wypierają kiedyś jakże popularne SMS-y oraz rozmowy telefoniczne. Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, iż tylko 32% respondentów wskazało komunikację twarzą w twarz, jako tą wybieraną najczęściej.

Pytanie to zakończyło serię pytań ogólnych o komunikację. Dalsze pytania postawione w autorskim kwestionariuszu ankiety odnosiły się do kontaktów z osobami bliskimi respondentom.



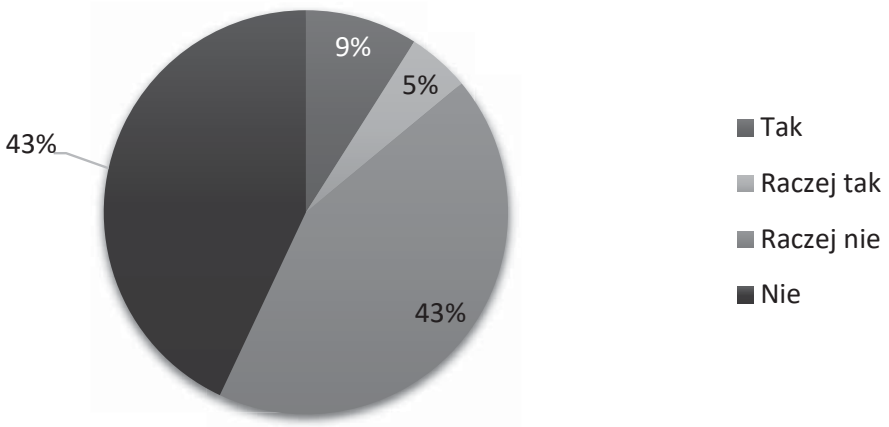
Rycina 4. Najczęstsza forma kontaktu z bliskimi

Źródło: opracowanie własne

Na rycinie 4 zobrazowano, w jaki sposób osoby ankietowane komunikują się z osobami im bliskimi. Zdecydowana większość, bo 67% przyznała, że to rozmowa twarzą w twarz jest częstszą formą kontaktu, w tym 38% zaznaczyło odpowiedź raczej nie, a 29% odpowiedź nie. Regularniejszy kontakt przez komunikatory zaznaczyło 33% respondentów.

W kolejnym pytaniu respondenci, którzy na pytanie „Czy częstszą formą kontaktu z bliskimi jest w Pana/i przypadku komunikator (Messenger, Instagram itp.) niż rozmowa twarzą w twarz?" odpowiedziały twierdząco bądź wskazały odpowiedź „raczej tak", zostały zapytane o podanie przyczyn tego zjawiska. Takowych odpowiedzi udzieliło łącznie 22 osoby. Blisko 70% respondentów jako przyczynę częstszego kontaktu z osobami bliskimi za pomocą komunikatorów internetowych wskazało odległość dzielącą ich od bliskich. Ponad 18% jako powód podało swoją wygodę a 13,6% szybkość zdalnej komunikacji.

Na rycinie 5 przedstawiono wyniki, dotyczące łatwości komunikacji respondentów.



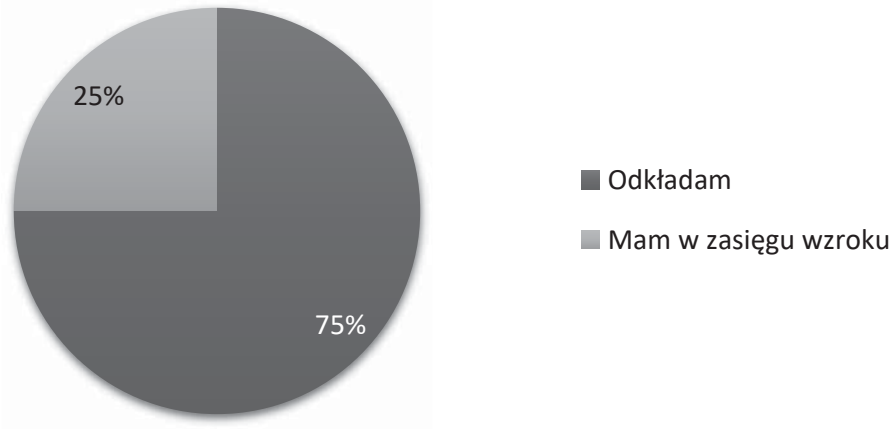
Rycina 5. Łatwość komunikacji za pomocą mediów społecznościowych

Źródło: opracowanie własne

Dane przedstawione na rycinie 5 napawają optymizmem. Jedynie 14% uważa, że zdalna komunikacja jest łatwiejsza, w tym 9% respondentów wskazało, że definitywnie łatwiej komunikuje im się za pomocą mediów społecznościowych niż twarzą w twarz a 5% respondentów wskazuje, że raczej łatwiej im się w ten sposób komunikuje. Aż 86% badanych preferuje kontakt werbalny, w tym 43% respondentów wybrało opcję raczej nie, tyle samo, bo 43% zaznaczyło odpowiedź nie.

Do osób, które na pytanie „Czy uważa Pan/i, że łatwiej komunikuje się Panu/i za pomocą mediów społecznościowych niż podczas rozmowy werbalnej?" została skierowana prośba o wskazanie przyczyny tego zjawiska. Takowych odpowiedzi było 10.

Sześćdziesiąt procent respondentów jako przyczynę komunikacji przez media społecznościowe w kategorii łatwiejszej niż komunikacja twarzą w twarz wskazało możliwość dłuższego przemyślenia swojego komunikatu. Taka możliwość nie zawsze istnieje podczas komunikacji twarzą w twarz. Trzydzieści procent ankietowanych jako przyczynę tego zjawiska wskazało brak widoczności emocji. Z kolei 10% poruszyło aspekt większej swobody podczas takiej komunikacji. Kolejne pytanie w autorskim kwestionariuszu ankiety dotyczyło rozmowy werbalnej.

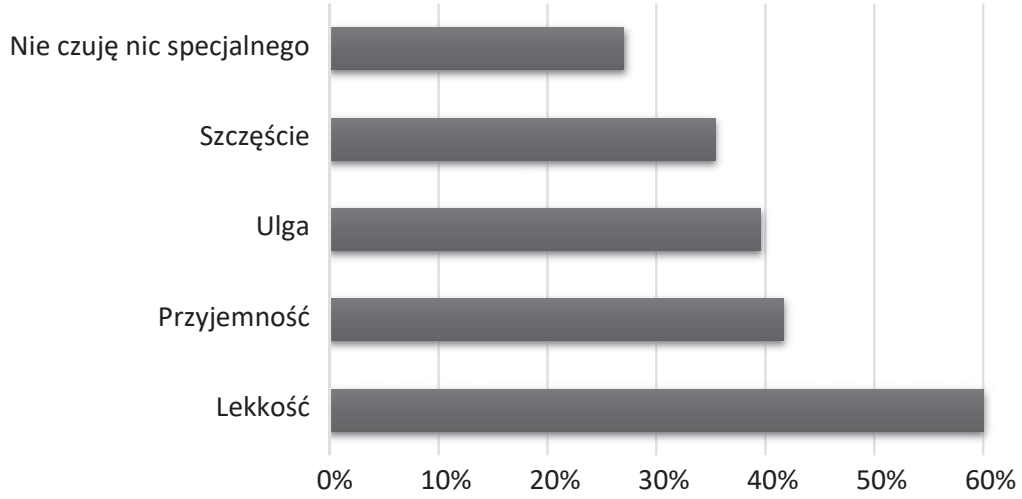


Rycina 6. Telefon komórkowy podczas rozmowy werbalnej

Źródło: opracowanie własne

Aż 75% respondentów zadeklarowało, że podczas rozmowy twarzą w twarz odkłada swój smartfon/telefon w miejsce niewidoczne, np. do torebki czy kieszeni, natomiast 25% osób ankietowanych zostawia go w widocznym miejscu.

Następnie, by dookreślić powyższe pytanie, respondenci udzielili odpowiedzi na kolejne, bardziej szczegółowe, odnoszące się do emocji ankietowanych w trakcie rozmowy werbalnej.

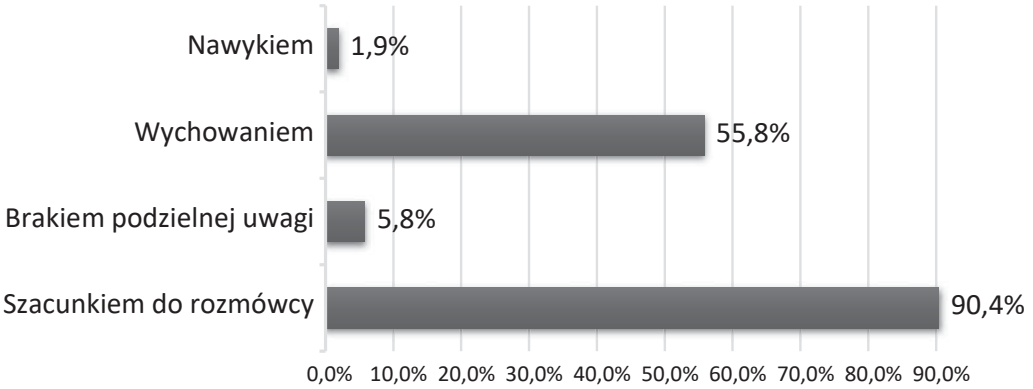


Rycina 7. Emocje towarzyszące przy odłożeniu telefonu w trakcie rozmowy werbalnej

Źródło: opracowanie własne

Odczuwanymi przez respondentów emocjami, które towarzyszą im przy odłożeniu telefonu w niewidoczne miejsce jest lekkość (60%), przyjemność (41,7%), ulga (39,6%) i szczęście (35,4%). Można zatem stwierdzić, że osoby te doceniają kontakt werbalny i czują wymienione powyżej emocje, gdy nie są w tzw. Stanie czuwania przy telefonie. Niektórzy z respondentów (ok. 27%) nie czują przy odkładaniu telefonu w niewidoczne miejsce żadnych specyficznych czy szczególnych uczuć.

Ankietowani, którzy w pytaniu nr 10 udzielili odpowiedzi „odkładam" odnoszącej się do umiejscowienia telefonu w trakcie rozmowy twarzą w twarz, odpowiedzieli na kolejne pytanie szczegółowe.



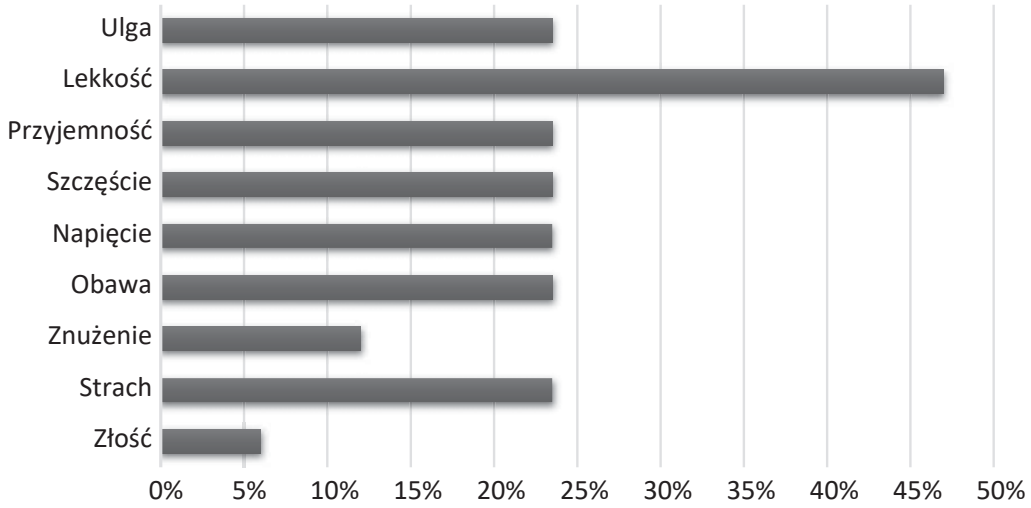
Rycina 8. Powody odkładania telefonu

Źródło: opracowanie własne

Osoby, które brały udział w badaniach ankietowych i udzieliły odpowiedzi, iż odkładają telefon w miejsce niewidoczne w trakcie rozmowy

werbalnej, swoją postawę motywują przede wszystkim szacunkiem do rozmówcy (90,4%), wychowaniem (55,8%). Mniejsza część, bo jedynie 5,8% respondentów przyznaje, że odkłada telefon przez brak podzielnej uwagi.

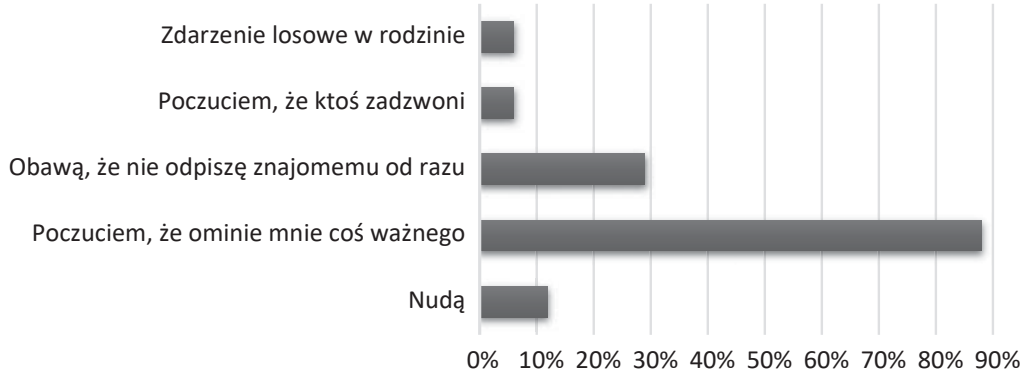
Następnie poddano analizie szczegółowe odpowiedzi osób, które w trakcie rozmowy twarzą w twarz posiadają telefon w zasięgu wzroku. Było to pytanie niejednokrotnego wyboru.



Rycina 9. Emocje towarzyszące posiadaniu telefonu w zasięgu wzroku

Źródło: opracowanie własne

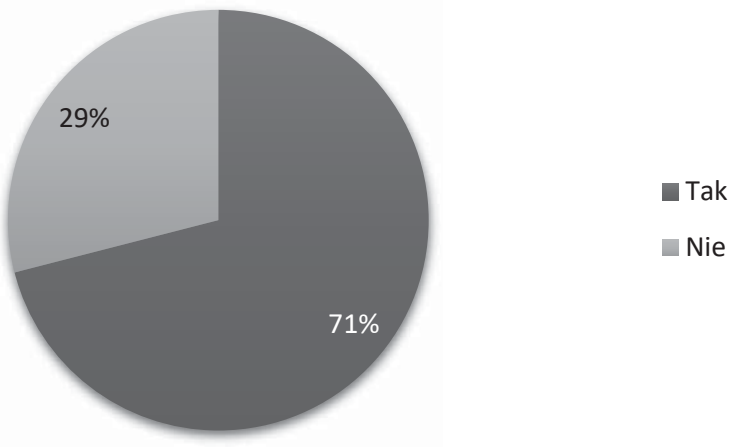
Emocje, które towarzyszą respondentom podczas rozmowy, gdy mają oni swój telefon w zasięgu wzroku są bardzo skrajne. Najwięcej osób ankietowanych, bo 47,1% opisało to czucie mianem lekkości. Kolejno wskazywanymi stanami przez 23,5% respondentów był strach, obawa, napięcie, a z pozytywnych emocji: szczęście, przyjemność, ulga. Pytanie posiadało odpowiedzi niejednokrotnego wyboru. Powody posiadania telefonu komórkowego w trakcie rozmowy twarzą w twarz w zasięgu wzroku, zostały wskazane na rycinie 10.



Rycina 10. Powody posiadania przy sobie telefonu podczas rozmowy

Źródło: opracowanie własne

Głównym powodem pozostawienia telefonu w zasięgu wzroku w trakcie rozmowy werbalnej z bliską osobą, który wskazało większość respondentów, ponieważ aż 88% jest poczucie, że ominie ją/jego coś ważnego. Dane te napawają niepokojem, ponieważ mogą wskazywać na uzależnienie od stałego kontaktu z mediami społecznościowymi. Kolejnym, a zarazem łączącym się z poprzednim powodem jest obawa, że ktoś nie odpisze znajomemu od razu. Taką opcję wskazało 29% badanych. Znacznie mniej – 12% respondentów motywuje swoją odpowiedź poczuciem nudy, a 6% zostawia telefon w widocznym miejscu ponieważ ma przeczucie, że ktoś zadzwoni lub obawia się informacji o zdarzeniu losowym w swojej rodzinie.

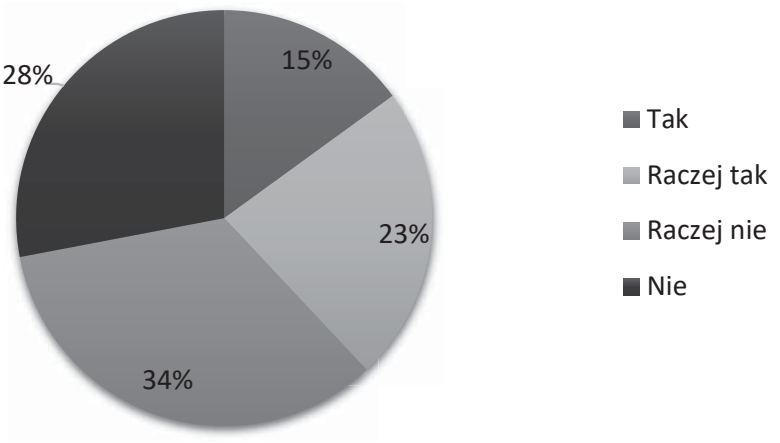


Rycina 11. Różnica w kontakcie twarzą w twarz a poprzez media społecznościowe

Źródło: opracowanie własne

Dane przedstawione na rycinie 11 ukazują, czy respondenci zauważają różnicę pomiędzy kontaktem na żywo, a tym przy pomocy mediów społecznościowych. Aż 71% respondentów wskazuje, że widzi różnice a 29% badanych przyznaje, że jej nie widzi.

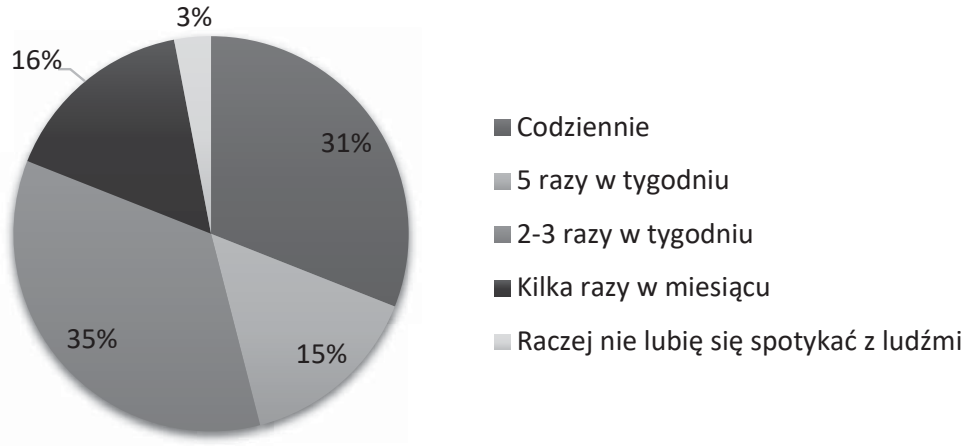
Respondenci, którzy wskazali odpowiedz twierdzącą (48 osób), zostali zapytani o to, jakie konkretnie zauważają różnice. Ponad 60% respondentów jako zasadniczą różnicę pomiędzy kontaktem na żywo a tym przy pomocy mediów społecznościowych wskazało brak możliwości przekazania emocji oraz niewidoczność ekspresji i mowy ciała. Blisko 15% respondentów określiła komunikację twarzą w twarz mianem bardziej szczerej i naturalnej, ponieważ widać intencję rozmówcy. Pozostałe 22,9% uważa, że podczas kontaktu twarzą w twarz następuje mniej niedomówień, niejasności czy sprzeczności niż podczas rozmowy internetowej.



Rycina 12. Trwałość relacji zawartych przy pomocy komunikatorów

Źródło: opracowanie własne

Odpowiedzi na pytanie zawarte na rycinie 12 były zróżnicowane. Więcej niż połowa, bo 62% ankietowanych uważa, że zachowanie trwałych i prawdziwych relacji jedynie przez rozmowy prowadzone za pośrednictwem komunikatorów nie jest możliwe, w tym 34% respondentów zaznaczyło odpowiedź raczej nie, a wariant nie wybrało 28%. Wśród badanych twierdzenie, iż komunikatory społecznościowe umożliwiają trwałą i prawdziwą relację międzyludzką poparło 38%, z czego odpowiedź raczej tak wybrało 23%, a wariant tak zaznaczyło 15% ankietowanych osób.

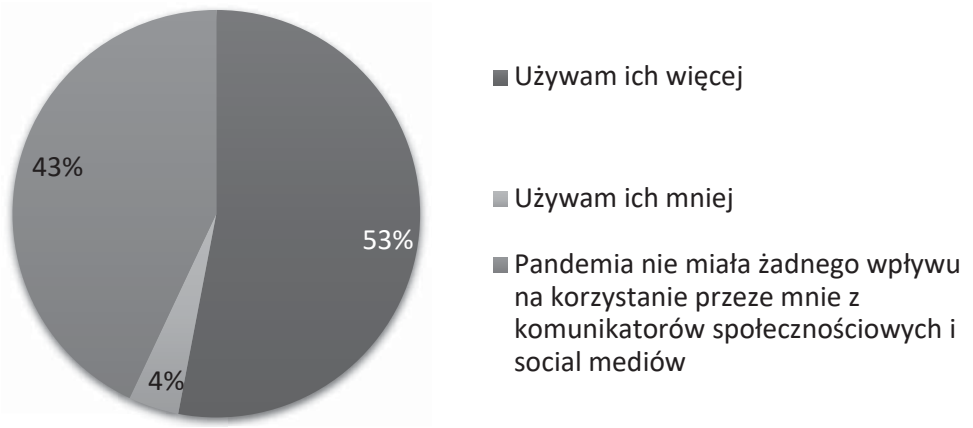


Rycina 13. Częstotliwość spotykania się z bliskimi preferowana przez ankietowanych

Źródło: opracowanie własne

Z danych zebranych na rycinie 13 wynika, że większość respondentów lubi spotykać się z osobami im bliskimi, w tym 81% z częstotliwością m.in. raz w tygodniu. Codziennie spotkania preferuje 31% badanych, 15% zaznaczyło odpowiedź 5 razy w tygodniu, a 35% opowiada się za kontaktem

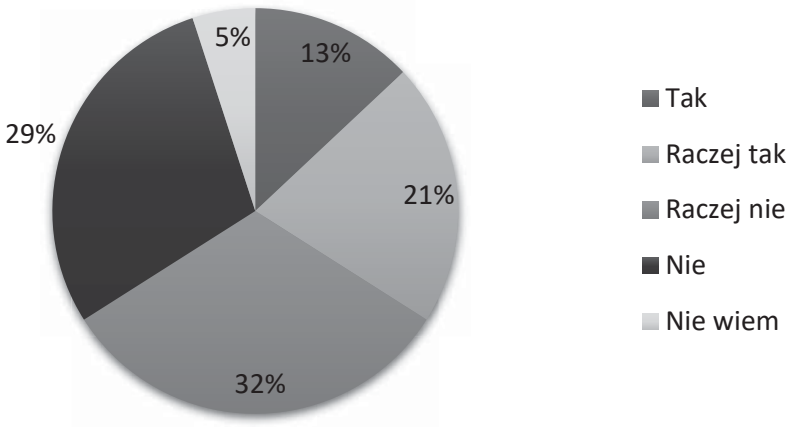
z częstotliwością 2-3 razy w tygodniu. Jedynie 16% respondentów wskazało, że z bliskimi na żywo lubi się spotykać kilka razy w miesiącu, a 3% respondentów deklaruje, że w ogóle nie lubi spotykać się z bliskimi na żywo.



Rycina 14. Wpływ pandemii Covid-19 na korzystanie z komunikatorów internetowych i social mediów

Źródło: opracowanie własne

Pandemia COVID-19 wpłynęła na wiele aspektów życia młodych ludzi. Nie ominęło to również zagadnienia komunikacji międzyludzkiej. Ponad połowa, bo 53% respondentów wskazała, że pandemia wpłynęła na częstsze korzystanie z komunikatorów i social mediów. Jedynie 4% badanych deklaruje, że używa ich mniej niż przed Pandemią. Ponad 40% ankietowanych osób wskazało, że czas ten nie uległ zmianie.



Rycina 15. Uzależnienie od mediów społecznościowych

Źródło: opracowanie własne

Ostatnie pytanie autorskiego kwestionariusza ankiety dotyczyło uzależnienia respondentów od mediów społecznościowych oraz komunikatorów i było jedynie pytaniem kontrolnym. Wśród grupy badanej ponad ¼ (34%)

przyznało, że może mieć problem z uzależnieniem, w tym 13% wybrało odpowiedź tak, a 21% zaznaczyło wariant raczej tak. Ponad 60% ankietowanych nie uważa, żeby miało problem z nadużywaniem social mediów, a 5% nie jest w stanie określić tego zjawiska w swoim życiu.

Wnioski

Internet w XXI wieku jest wszechstronnym narzędziem pomagającym w wielu dziedzinach życia. Dotyczy to również komunikacji interpersonalnej, która coraz częściej z tradycyjnej komunikacji twarzą w twarz zastępowana jest komunikacją przy pomocy komunikatorów internetowych i social mediów.

Wszyscy studenci należący do grupy badanej korzystają z mediów społecznościowych, w tym większość z nich poświęca przynajmniej 1 godzinę dziennie na tę aktywność. Badani częściej kontaktują się za pomocą kanału pisemnego niż na żywo, choć uważają, że to komunikacja twarzą w twarz jest łatwiejsza. W kontaktach ze swoimi bliskimi (przyjaciele/rodzina) studenci preferują kontakt bezpośredni i częściej się z nimi widują, niż kontaktują przy użyciu komunikatorów społecznościowych. Większość badanych poświęca całość swojej uwagi rozmowie werbalnej i niewerbalnej, odkładając w jej trakcie telefon w miejsce niewidoczne z racji szacunku do rozmówcy. Badani zauważają różnice w kontakcie na żywo w stosunku do komunikacji przez media społecznościowe, a najważniejsza z różnic to brak możliwości przekazania emocji i ekspresji mowy ciała przy kontakcie przez komunikator. Ponad połowa ankietowanych potwierdza wpływ pandemii na korzystanie z mediów i tym samym używa ich częściej niż przed pandemią.

Piśmiennictwo

1. Chodkowski Z. (2017), Zarys charakterystyki komunikacji interpersonalnej, możliwe zakłócenia i bariery. Kultura – Przemiany – Edukacja, t. V, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
2. Ejsmont M., Kosmalska B. (2005), Media wartości wychowanie. Oficyna Wydawnicza „Impuls", Kraków.
3. Frydrychowicz S. (2005), Sposoby i wymiary komunikowania interpersonalnego a rozwój człowieka. Psychologia rozwojowa 10, 3, Instytut Psychologii Uniwersytet im. A. Mickiewicza, Poznań, 10, 3.
4. Juza Sz., Kloc J. (2012), Uwikłani w sieci. Wzorce aktywności internetowej w kontekście uzależnienia od Internetu i nieprzystosowania społecznego dzieci i młodzieży. Innowacje Psychologiczne, 1, 1, Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie, Lublin.
5. Kita M. (1998), Przemiany modelu komunikacji werbalnej. W: E. Jędrzejko (red.), Nowe czasy, nowe języki, nowe (i stare) problemy. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

6. Laskowska M. (2012), Komunikacja za pomocą social media – możliwości i zagrożenia. Zarys problematyki. W: M. Biedroń, M. Wawrzak-Chodaczek (red.), Komunikacja – (po)rozumienie – obecność społeczna, Toruń, s. 29-41.
7. Młynek K. (2015), Definiowanie komunikacji. Co należy wziąć pod uwagę, aby stworzyć własną definicję komunikacji. W: M. Wendland (red.), Historia idei komunikacji. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
8. Wasylewicz M. (2019), Emocje w komunikacji młodzieży w dobie mediów elektronicznych. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Chowanna, 1, 52.
9. Weryszko M. (2020), Komunikacja interpersonalna jako esencja interakcji społecznych. Kwartalnik Nawy Fides Et Ratio, 42, 2, s. 253-268.
10. Zawada W. (2007), Komunikacja interpersonalna a potrzeba więzi międzyludzkich w życiu dzieci niepełnosprawnych intelektualnie w stopniu lekkim. Edukacja elementarna w teorii i praktyce. Kwartalnik dla Nauczycieli, 2, s. 32-36.

Źródła internetowe

1. Encyklopedia PWN, https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/komunikator-internetowy; 4201794.html (dostęp: 14.11.2023)