

**Karolina Hołownia, Agnieszka Zgorzałek, Anna Poleszczuk,
Olivia Harmider**
Koło Naukowe Studentów Socjologii
Akademia Bialska Nauk Stosowanych im. Jana Pawła II
Opiekun naukowy: dr Olga Filipiak

WPLYW APLIKACJI SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA RELACJE MIĘDZYLUDZKIE

Streszczenie:

Rozwój Internetu mobilnego a wraz z nim pojawienie się portali społecznościowych znacząco zmienił proces komunikowania się. Social media stanowią jedno z ważniejszych narzędzi nawiązywania kontaktów i znajomości. Celem artykułu jest analiza wpływu konkretnych aplikacji społecznościowych na relacje międzyludzkie. Badania zostały zrealizowane metodą sondażu diagnostycznego na potrzeby, którego opracowano kwestionariusz ankiety. W badaniu wzięło udział 36 osób. Ustalono, iż najbardziej popularnym portalem społecznościowym wśród respondentów jest Messenger, korzysta z niego 34 osób, zaś najmniejszym zainteresowaniem cieszy się Tinder. Korzystający z Instagrama najczęściej wykorzystują go do śledzenia tego, co się dzieje w życiu ich najbliższych. Zdecydowana większość badanych wskazała na średnią ilość czasu spędzanego na korzystaniu z aplikacji, która mieści się w przedziale 0-2 godzin dziennie. Znaczna większość ankietowanych, bo 67% uważa, że przypadkowo poznane osoby w Internecie są w stanie stać się częścią ich życia, ale jednocześnie korzystanie z aplikacji zmniejsza poczucie prywatności. Spośród badanych – 42% sądzi, że Instagram, Facebook, Messenger, Tinder mogą powodować rozpad związków. Ponadto, 50% respondentów uważa, że ich zdaniem aplikacje społecznościowe przyczyniają się do kryzysu prywatności w związkach i poza nimi.

Wstęp

Internet we współczesnym świecie spełnia wiele wymagań użytkowników tego środka przekazu i odpowiada za główny środek komunikacji dzięki komunikatorom do tego stworzonym, pozwala na czerpanie wiadomości ze świata. Ponadto, portale społecznościowe umożliwiają budowanie wzajemnych relacji między użytkownikami. Biorąc pod uwagę zmiany zachodzące w tym obszarze celem pracy jest pokazanie, jaki wpływ mają konkretne aplikacje społeczne na relacje międzyludzkie.

Korzystanie z Internetu i aplikacji społecznościowych – ustalenia terminologiczne i skala zjawiska

Aplikacje internetowe są nieodłącznym składnikiem życia współczesnego człowieka. Towarzyszą człowiekowi w jego całodobowym harmonogramie funkcjonowania oraz w różnych aspektach jego codziennej

działalności. Stanowią nie tylko istotne narzędzie pracy, edukacji formalnej i nieformalnej, ale również są jedną z form wolnoczasowych realizującą głównie funkcję rozrywkową i informacyjną (Tanaś, Welskop, 2019). Nie istniałyby, gdyby nie Internet, który definiuje się jako ogólnoswiatową sieć komputerowa, łącząca lokalne sieci, korzystające z pakietowego protokołu komunikacyjnego TCP/IP, mającą jednolite zasady adresowania i nazywania węzłów (Encyklopedia PWN). Z kolei serwisy społecznościowe definiuje się jako serwis internetowy współtworzony przez użytkowników sieci społecznych o podobnych zainteresowaniach lub potrzebach. Jest to rodzaj społeczności internetowych, dzięki któremu użytkownicy zaspokajają potrzebę kontaktów z innymi ludźmi poprzez wymianę informacji, doświadczeń oraz zainteresowań (Encyklopedia Zarządzania). Funkcje mediów społecznościowych przedstawia się jako m.in.: tworzenie własnego profilu z udostępnianiem informacji o sobie; wyszukiwanie znajomych i tworzenie ich listy; przesyłanie prywatnych wiadomości; tworzenie grup łączących ludzi według określonych cech; dołączanie do grup stworzonych przez innych użytkowników; miejsca do prowadzenia dyskusji (np. fora dyskusyjne); czaty, blogi; umieszczanie odnośników, zdjęć, filmów i utworów muzycznych (Szewczyk 2011, za: Frankowski, Juneja, 2009). Korzystanie z Internetu niesie ze sobą wiele korzyści m.in.: możliwość poznawania nowych ludzi; dzielenia się informacjami ze swojego życia oraz informacjami ze świata; łatwe i szybkie znajdowanie informacji; pozostawanie w kontakcie z rodziną i przyjaciółmi; bycie na bieżąco z wiadomościami i wydarzeniami; jako miejsce pozyskiwania pomysłów i inspiracji; jako oferta różnorodnych form rozrywki (np. oglądanie filmów, seriali); możliwość pracy i rozwoju zawodowego. Istnieją także zagrożenia, m.in. nie mamy pewności kogo poznajemy w Internecie, jakimi są osobami (np. *catfishing*); kradzieże tożsamości (ktoś podszywa się pod inną osobę); doświadczenie hejtu; fake news, oszustwa (mające na celu wyłudzenia danych, kradzież pieniędzy).

Skala zjawiska korzystania z Internetu jest bardzo duża. Według danych ze stycznia 2022 światowa populacja liczyła 7,91 mld ludzi, z czego 4,95 mld to globalni użytkownicy Internetu. W przeciwieństwie do poprzedniego roku liczba użytkowników wzrosła o 192 mln (+4%). Aktywnie z social mediów korzystało 4,62 mld. Badania pokazały 5,31 mld unikalnych użytkowników telefonów komórkowych. Internauci łącznie spędzili w internecie 2,5 bln godzin, średnia wyniosła 6 godzin 58 min dziennie na jednego użytkownika. Najczęściej odwiedzane strony i aplikacje to czaty i pisanie wiadomości (95,6%) oraz social media (95,2%). Największą grupą korzystającą z mediów społecznościowych są osoby w przedziale wiekowym 20-29 lat (32,2%) i 30-39 lat (22,2%). Największą część użytkowników stanowią mężczyźni (53,9%). Średni spędzony czas na social mediach na dzień to 2 godziny 27 min. Kobiety w wieku 16-24 lat oraz 25 – 34 lat to grupy, które najczęściej

przebywały w internecie. Ogółem użytkownicy najchętniej korzystali z takich aplikacji jak: Facebook; YouTube; WhatsApp; Instagram (<https://grupainfomax.com/social-media/social-media-w-polsce-i-na-swiecie-raport-digital-2022/>). W zależności od przedziału wiekowego kobiety wołały: 16-24 lat- Instagram; 25-34 lat – Instagram; 35-44 lat- Facebook; 45-54 lat- Facebook; 55-56 lat – WhatsApp. W przypadku mężczyzn dane przedstawiają się następująco: 16-24 lat –Instagram; 25-34 lat- Facebook; 35-44 lat –Facebook; 45-54 lat- WhatsApp; 55-56 lat –WhatsApp) (<https://grupainfomax.com/social-media/social-media-w-polsce-i-na-swiecie-raport-digital-2022/>).

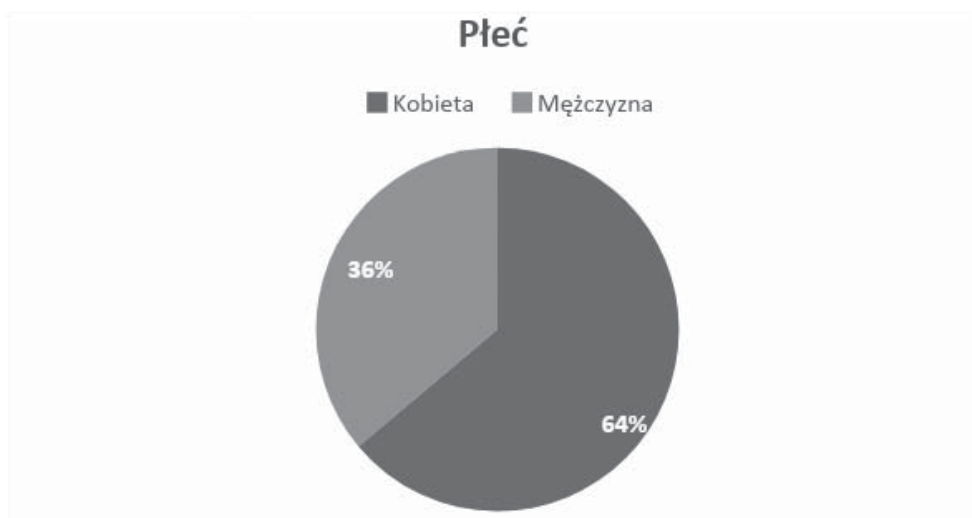
Badania przeprowadzone w Polsce również dają ciekawe doniesienia. W styczniu 2022 ilość mieszkańców Polski wyniosła 37,77 mln, z czego 32,86 mln (87%) osób wskazało, że jest użytkownikami Internetu, a 27,20 mln (72%) aktywnie używa mediów społecznościowych. Mimo, że nasza populacja się zmniejszyła to zwiększyła się liczba osób korzystających z internetu oraz social mediów. Okazało się, że spędzamy w internecie 6h 39 min dziennie, na same media społecznościowe poświęcamy 1h 49 min. Polscy internauci wolą używanie komputera do przeglądania internetu (3h 42 min) niż telefon (2h 58 min). Większość osób użytkowników social mediów to kobiety (51,5%), a przeważająca grupa wiekowa to 25-34 (24,8%) oraz 18-24 (24,2%). Polacy jako powody używania social mediów wskazali: chęć pozostawania w kontakcie z bliskimi (53,4%); poznanie nowych historii (51,2%); wypełnienie czasu wolnego (45,8%); poszukiwanie treści (31,3%). Najczęściej używane platformy społecznościowe to: Facebook (88,1%), Facebook Messenger (79,8%), Instagram (59,6%), WhatsApp (49,8) oraz TikTok (34,1%). Najczęściej śledzimy w nich: rodzinę, przyjaciół, znajomych (48,9%); konta rozrywkowe (31,4%); ulubione zespoły lub wokalistów (31,3%); sportowców (27,8%); firmy, od których coś kupujemy (25,1%) (<https://grupainfomax.com/social-media/social-media-w-polsce-i-na-swiecie-raport-digital-2022/>).

Material i metoda

Celem badań jest pokazanie, jaki wpływ na relacje międzyludzkie mają konkretne aplikacje społecznościowe. Grupą, jaka brała udział w badaniu są osoby między 20-35 rokiem życia. Badanie zostało przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego. W celu realizacji badań została stworzona ankieta online przeprowadzona w kwietniu 2022r. Ogółem przebadano 36 osób. Problemy badawcze zostały określone następująco:

1. Jakie są najpopularniejsze wśród respondentów aplikacje społecznościowe i ile czasu respondenci poświęcają na korzystanie z nich?
2. W jaki sposób portale społecznościowe wpływają na relacje międzyludzkie?
3. Czy korzystanie z Instagrama, Facebooka, Messengera, Tindera wpływa na rozpad związków?

Najwięcej badanych osób – 24 było w przedziale wiekowym 20-24 lata; 6 osób w przedziale wiekowym 25-29 lat oraz 6 osób w przedziale wiekowym 30-35 lat. Wśród badanych było 23 kobiet i 13 mężczyzn (Rysunek 1)

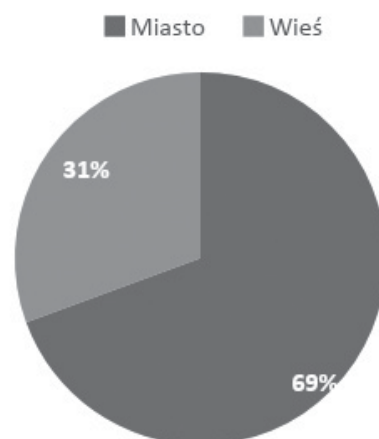


Rysunek 1. Płeć badanych

Źródło: Badania własne.

Ankietowani w większości zamieszkują miasto (69,4%), natomiast (30,6%) osób ankietowanych mieszka na wsi (Rysunek 2).

Miejsce zamieszkania



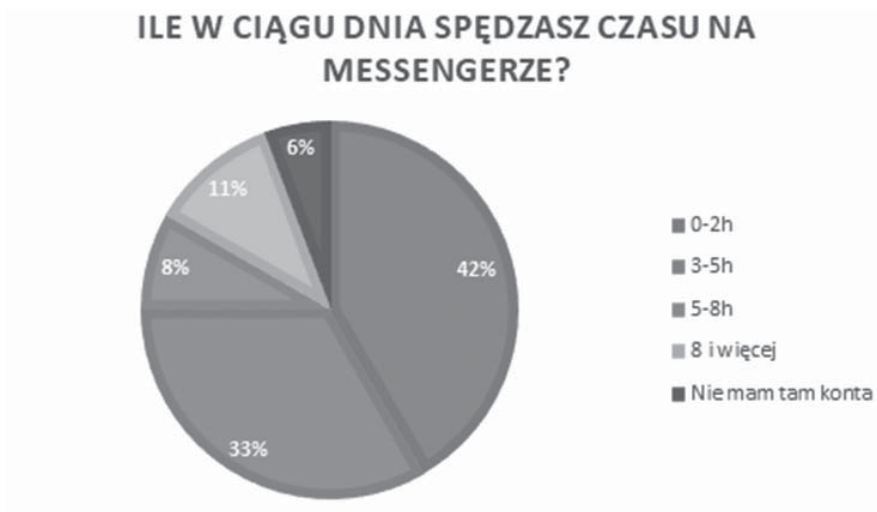
Rysunek 2. Miejsce zamieszkania badanych

Źródło: Badania własne.

Wyniki badań

Z badań wynika, iż najczęściej ankietowanych osób -34 posiada aktywne konto na Messengerze, następnie na Facebooku – 30 osób, Instagramie- 29 osób i Tinderze- 6 osób. Ponadto, 42% ankietowanych osób uważa, że spędza

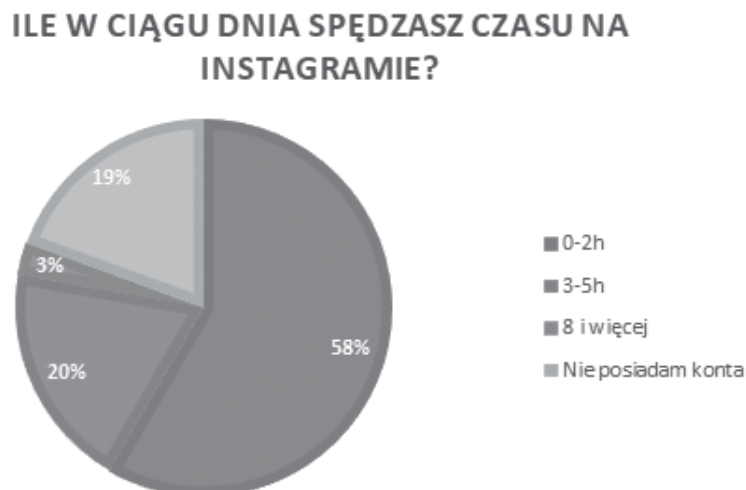
między 0-2h dziennie na Messengerze. Niewiele mniej, bo aż 33% osób korzysta z Messengera od 3-5h. Natomiast 11% aż 8h i więcej, 8% ankietowanych między 5-8h a 6% nie ma tam założonego konta (Rysunek 3)



Rysunek 3. Ilość czasu spędzanego na Messengerze

Źródło: Badania własne.

Znacząca część badanych odpowiedziała, że na Instagramie spędza między 0-2h dziennie. Takie stanowisko zajęło aż 58%, 20% badanych spędza między 3-5h, 3% ankietowanych spędza więcej niż 8h dziennie, a 19% stwierdziło, że nie posiada konta na tej platformie (Rysunek 4).



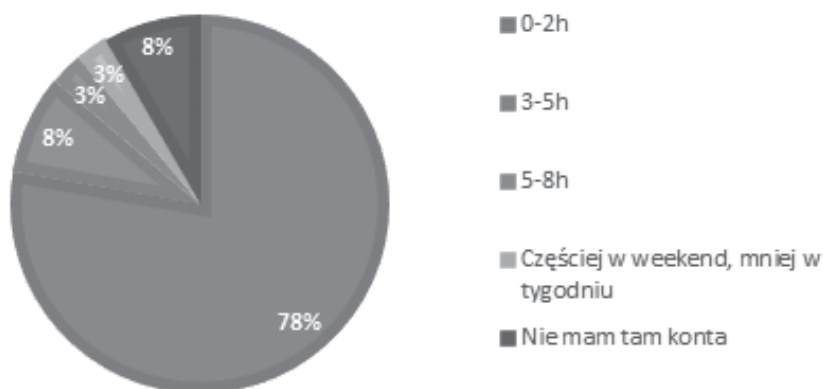
Rysunek 4. Ilość czasu spędzanego na Instagramie

Źródło: Badania własne.

Znaczna część badanych odpowiedziała, że spędza między 0-2h dziennie na Facebooku. Takie stanowisko zajęło aż 77,8%, 8,3% badanych stwierdziło, że spędza na tej aplikacji 3-5h dziennie. Z kolei 8% ankietowanych

nie posiada konta na Messengerze, 3% osób spędza więcej czasu korzystając z Facebooka w weekend, mniej w tygodniu oraz 3% osób spędza między 5-8h dziennie (Rysunek 5).

ILE W CIĄGU DNIA SPĘDZASZ CZASU NA FACEBOOKU?

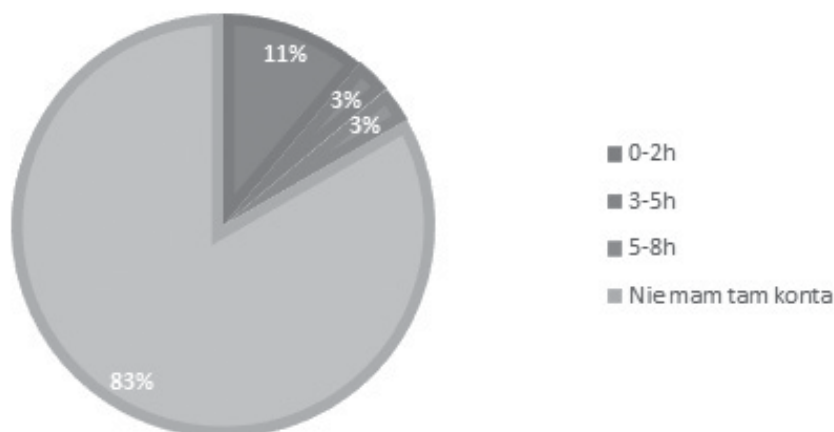


Rysunek 5. Ilość czasu spędzanego na Facebooku

Źródło: Badania własne.

Zdecydowana większość osób ankietowanych nie posiada konta na Tinderze, bo aż 83% ankietowanych, 11% ankietowanych spędza tam między 0-2h dziennie; 3% badanych między 3-5h oraz 3% od 5-8h (ryc.6).

ILE W CIĄGU DNIA SPĘDZASZ CZASU NA TINDERZE?



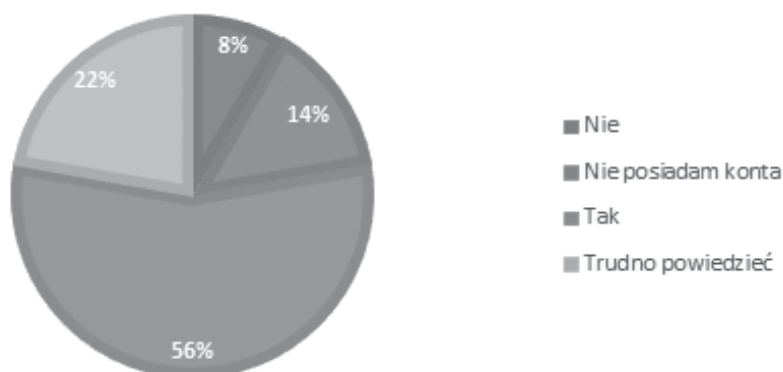
Rysunek 6. Ilość czasu spędzanego na Tinderze

Źródło: Badania własne.

Duża część ankietowanych używa aplikacji społecznościowych, w tym przypadku Instagrama do śledzenia tego, co się dzieje w życiu ich

najbliższych – 56%, 22% osób zadeklarowało, że trudno jest im powiedzieć, 14% nie posiada konta na danej platformie, 8% nie używa aplikacji do śledzenia, co dzieje się w życiu ich bliskich/znajomych (Rysunek 7).

CZY UŻYWASZ APLIKACJI INSTAGRAM BY OBSERWOWAĆ CO SIĘ DZIEJE W ŻYCIU TWOICH BLISKICH/ZNAJOMYCH?

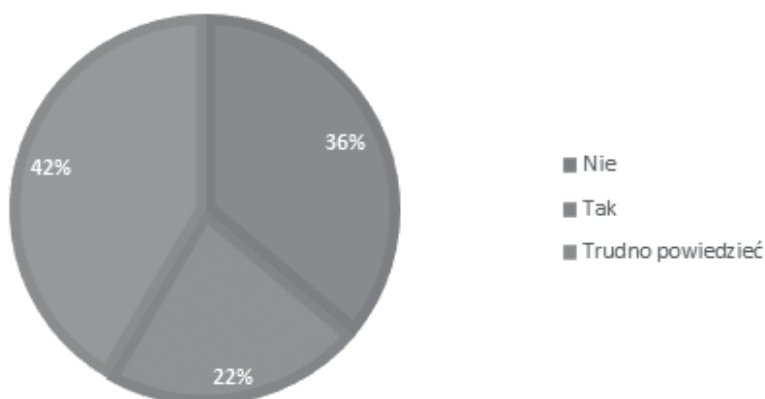


Rysunek 7. Instagram jako źródło informacji o tym, co dzieje się w życiu najbliższych oraz znajomych

Źródło: Badania własne.

Następnie zapytano badanych o traktowanie aplikacji jako źródła stałych relacji. Większa liczba ankietowanych – 42% nie ma konkretnego stanowiska w tym temacie. Natomiast 36% osób uważa, że nie szuka takich relacji, a 22% zadeklarowało, że liczą na długotrwałą relację poprzez te media (ryc.8).

CZY POZNAJĄC KOGOŚ DZIĘKI APLIKACJOM LICZYSZ NA DŁUGOTRWAŁĄ RELACJĘ?

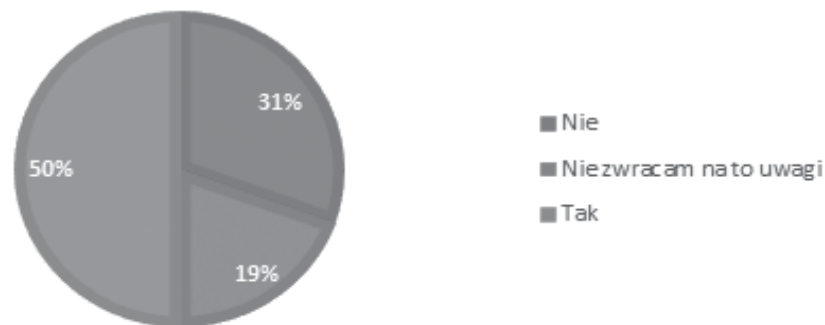


Rysunek 8. Aplikacje jako źródło stałych relacji

Źródło: Badania własne.

Można zauważyć, że najwięcej badanych osób -50% stwierdziło, że utrzymuje długotrwały kontakt z osobami poznanymi poprzez mass media, 31% ankietowanych osób nie utrzymuje takich relacji, natomiast 19% nie zwraca na to uwagi (Rysunek 9).

CZY UTRZYMUJESZ DŁUŻSZY KONKAT Z OSOBAMI POZNANYMI PRZEZ APLIKACJE (INSTAGRAM, FACEBOOK, MESSENGER, TINDER?)

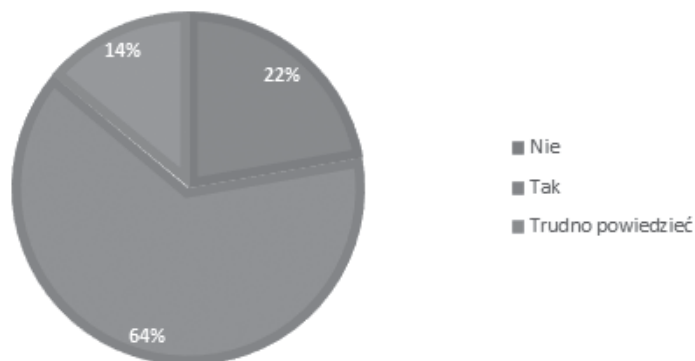


Rysunek 9. Długotrwała interakcja społeczna w social mediach

Źródło: Badania własne.

Zdecydowana większość ankietowanych, bo 64% osób odpowiedziało, że spotyka się z osobami z mediów społecznościowych w realnym świecie, 22% uważa, że nie przenosi takich znajomości do spotkań na żywo, a 14% zaznaczyło odpowiedź- trudno powiedzieć (Rysunek 10).

CZY SPOTYKASZ SIĘ Z TYMI OSOBAMI NA ŻYWO?



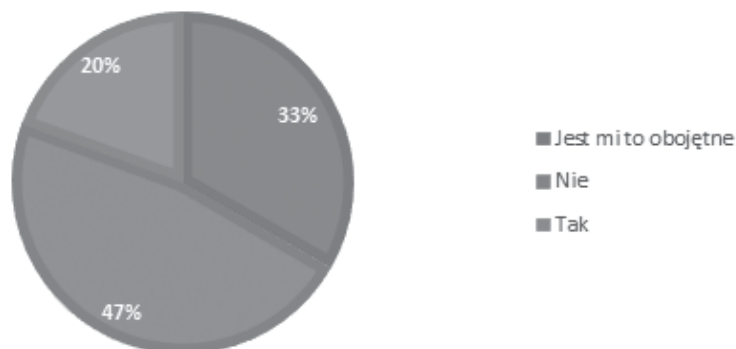
Rysunek 10. Przenoszenie relacji wirtualnych do świata rzeczywistego

Źródło: Badania własne.

Prawie połowa (47%) badanych osób uważa, że nie liczy na znalezienie miłości poprzez aplikacje społecznościowe, 33% ankietowanych uważa,

że jest im to obojętne, natomiast 20% odpowiedziało, iż liczy na znalezienie miłości dzięki mediom społecznościowym (Rysunek 11).

CZY KORZYSTAJĄC Z PORTALI (INSTAGRAM, FACEBOOK, MESSENGER, TINDER) LICZYSZ NA ZNALEZIENIE MIŁOŚCI?

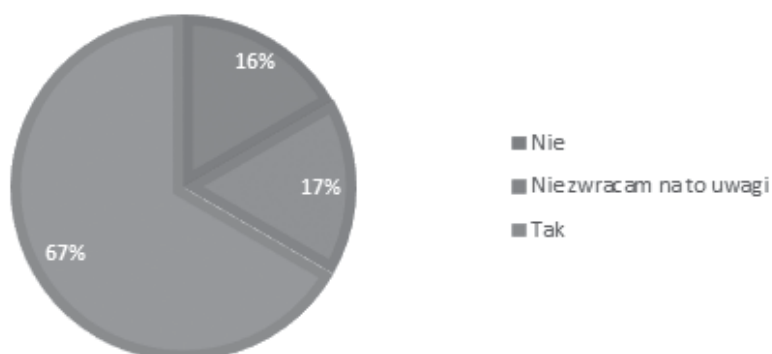


Rysunek 11. Internetowe aplikacje i ich wpływ na znalezienie miłości

Źródło: Badania własne.

Znaczna większość ankietowanych (67%) uważa, że przypadkowo poznane osoby w Internecie są w stanie stać się ich częścią życia, 17% osób nie zwraca na to uwagi. Niewiele mniej (16%) twierdzi, że nie wierzy w to, iż przypadkowo poznane osoby mogą stać się częścią ich życia (Rysunek 12). Ponadto, 42% badanych osób zadeklarowało, że nie mają zdania o tym, czy Instagram, Facebook, Messenger, Tinder mają negatywny wpływ na związki, 30% twierdzi, że mają one negatywny wpływ na związki, natomiast niewiele mniej (28%) uważa, że nie mają one negatywnego wpływu (Rysunek 13).

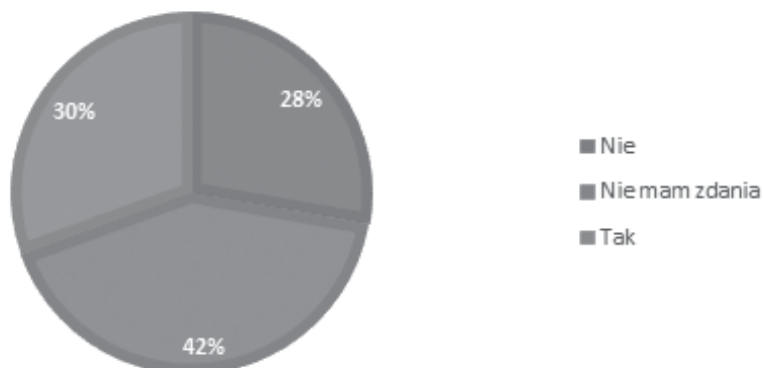
CZY WIERZYSZ, ŻE PRZYPADKOWO POZNANE OSOBY W INTERNECIE MOGĄ STAĆ SIĘ CZĘŚCIĄ TWOJEGO ŻYCIA?



Rysunek 12. Niespodziewane znajomości internetowe i ich możliwość bycia częścią codziennego życia.

Źródło: Badania własne.

CZY UWAŻASZ, ŻE (INSTAGRAM, FACEBOOK, MESSENGER, TINDER) MAJĄ NEGATYWNY PŁYW NA ZWIĄZKI?

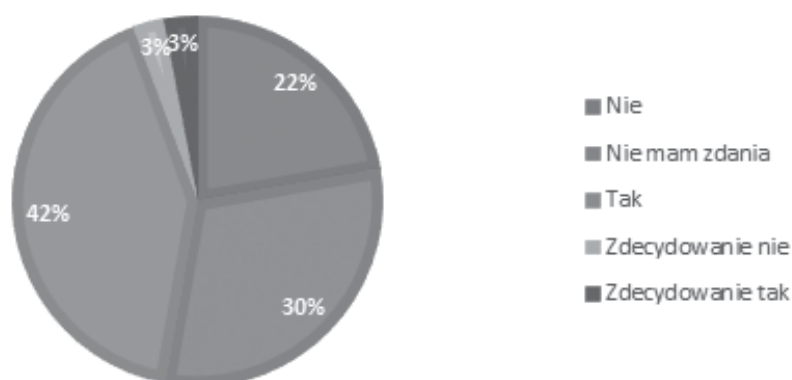


Rysunek 13. Platformy społecznościowe i ich negatywny wpływ na związki

Źródło: Badania własne.

Spośród badanych 42% sądzi, że Instagram, Facebook, Messenger, Tinder przyczyniają się do rozpadów związków, a 30% badanych nie ma zdania na ten temat, 22% osób uważa, że nie mają one wpływu na rozpad związków. Za pozostałymi dwoma przypadkami, tj., zdecydowanie nie i zdecydowanie tak odpowiedziało tyle samo badanych- 3% (Rysunek 14). Uzyskane wyniki mogą świadczyć o dużym oddziaływaniu platform społecznościowych na życie prywatne jednostki, szczególnie w sferze funkcjonowania w związkach. Przebodźcowanie z powodu zbyt dużej ilości spędzanego czasu w mediach społecznościowych może przyczyniać się do pogłębiania kryzysu w związkach poprzez osłabienie więzi społecznych w relacjach z najbliższymi.

CZY TWOIM ZDANIEM WYMIENIONE APLIKACJE PRZYSZYNIĄ SIĘ DO ROZPADÓW ZWIĄZKÓW?

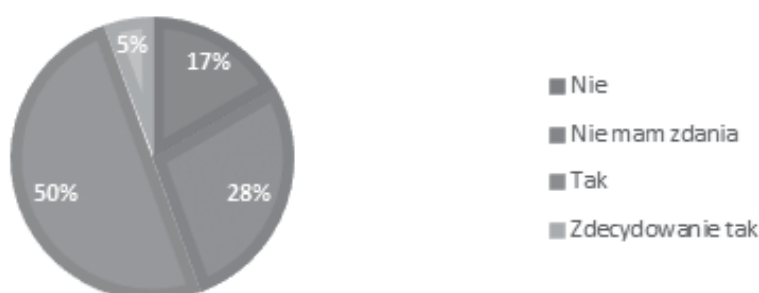


Rysunek 14. Aplikacje społecznościowe jako przyczyna rozpadów związków

Źródło: Badania własne.

Spora grupa respondentów (50%) uważa, że ich zdaniem aplikacje społecznościowe przyczyniają się do kryzysu prywatności w związkach i poza nimi, 28% zapytanych nie ma zdania na ten temat, 17% sądzi, że nie ma to wpływu, natomiast 5% odpowiedziało, że zdecydowanie media społecznościowe przyczyniają się do kryzysu prywatności (Rysunek 15).

CZY TWOIM ZDANIEM APLIKACJE PRZYZCYNIAJĄ SIĘ DO KRYZYSU PRYWATNOŚCI (W ZWIĄZKACH ORAZ POZA NIMI) OSÓB POSIADAJĄCYCH KONTA NA PORTALACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH?

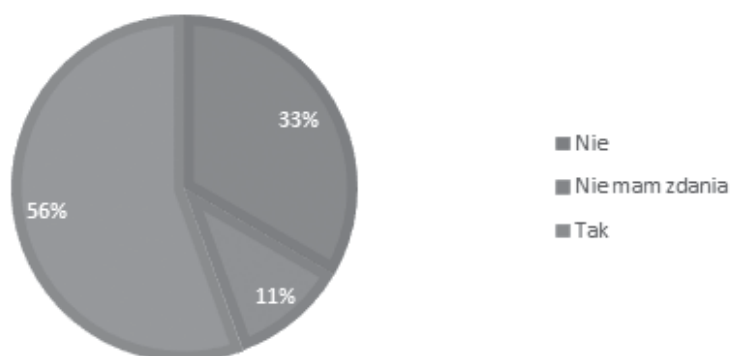


Rysunek 15. Ujawnianie swojej prywatności w mediach społecznościowych i wpływ tego w związkach i nie tylko

Źródło: Badania własne.

Ponad połowa badanych (56%) uważa, że lajkowanie zdjęć innym jest powodem do zazdrości, 33% uczestników badania odpowiedziało, że nie jest to powód do zazdrości, a 11% nie ma zdania na ten temat (Rysunek 16).

CZY LAJKOWANIE ZDJĘĆ INNYCH KOBIET LUB MĘŻCZYŹN MOŻE BYĆ POWODEM DO ZAZDROŚCI?



Rysunek 16. Lajkowanie innym postów jako powód do zazdrości

Źródło: Badania własne.

Duża część respondentów (72%) uważa, że używanie Internetu jest w stanie zmniejszyć poczucie osamotnienia, 25% badanych myśli, że nie przyczynia się on jednak do zmniejszenia tego poczucia, natomiast 3% odpowiedziało, że nie ma zdania na ten temat (Rysunek 17). Takie wyniki mogą oznaczać, iż mamy do czynienia z ogólnym poczuciem osamotnienia we współczesnym świecie i jednostka szuka sposobów w poradzeniu sobie z tym problemem w Internecie. Dostępność Internetu niezależnie od pory dnia powoduje usunięcie barier i daje możliwości korzystania z niego w każdej chwili.



Rysunek 17. Internet jako narzędzie do zmniejszania samotności

Źródło: Badania własne.

Wnioski

Ogólny rozwój Internetu mobilnego oraz pojawienie się portali społecznościowych znacząco zmienił proces komunikowania się. Wydaje się, iż żyjemy w dwóch równoległych światach: wirtualnym i realnym, w których granica zaciera się. Social media są głównym narzędziem nawiązywania kontaktów i znajomości. Dzięki social mediom jesteśmy w stanie wymieniać się informacjami, zdjęciami, filmikami. Nie ogranicza nas czas, przez co jesteśmy w stanie utrzymywać kontakty z innymi na odległość. Wyniki przeprowadzonych badań pozwoliły na ustalenie następujących wniosków:

1. Najbardziej popularnym portalem społecznościowym wśród respondentów jest Messenger, korzysta z niego 34 osób, zaś najmniejszym zainteresowaniem cieszy się Tinder. Korzystający z Instagrama najczęściej wykorzystują go do śledzenia tego, co się dzieje w życiu ich najbliższych.
2. Zdecydowana większość badanych wskazała na średnią ilość czasu spędzanego na korzystaniu z aplikacji, która mieści się w przedziale 0-2 godz dziennie.

3. Znaczna większość ankietowanych (67%) uważa, że przypadkowo poznane osoby w Internecie są w stanie stać się częścią ich życia, ale jednocześnie korzystanie z aplikacji zmniejsza poczucie prywatności.
4. Spośród badanych 42% sądzi, że Instagram, Facebook, Messenger, Tinder przyczyniają się do rozpadu związków. Ponadto, spora grupa respondentów (50%) uważa, że ich zdaniem aplikacje społecznościowe przyczyniają się do kryzysu prywatności w związkach i poza nimi.

Piśmiennictwo:

1. *Encyklopedia Zarządzania*. Pobrane z: https://mfiles.pl/pl/index.php/Serwis_spo%C5%82eczno%C5%9Bciowy (dostęp: 11.07.2022).
2. *Encyklopedia PWN*. Pobrane z: <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/internet.html> (dostęp: 11.07.2022)
3. Pobrane z: <https://grupainfomax.com/social-media/social-media-w-polsce-i-naswiecie-raport-digital-2022/> (dostęp: 06.06.2022)
4. Frankowski P., Juneja A. (2009). *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i modernizacja*, Gliwice: Helion,
5. Szewczyk A. (2011). Popularność funkcji serwisów społecznościowych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 656, *Studia Informatica*, nr 28, 2011, s.1-16, Pobrane z: http://www.wneiz.pl/nauka_wneiz/studia_inf/28-2011/si-28-381.pdf (dostęp: 12.07.2022).
6. Tanaś V., Welskop W.(red.). (2019). *Mass media we współczesnym świecie*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu.