



**Katarzyna Warzecha**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Zarządzania  
Katedra Ekonometrii  
warzecha@ue.katowice.pl

**PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE  
FORMĄ ROZRYWKI I KOMUNIKACJI  
WSPÓŁCZESNEJ MŁODZIEŻY  
– ANALIZA STATYSTYCZNA**

**Streszczenie:** Internet jako narzędzie wykorzystywane do komunikacji z innymi ludźmi powoduje, że jest ona szybka, tańsza i wygodniejsza. Portale społecznościowe to popularny środek komunikacji, szczególnie wśród młodych ludzi, są narzędziem marketingu i bardzo dobrym sposobem na przekazanie określonych informacji. Trudno obecnie znaleźć osobę, która o takiej formie aktywności w obszarze Internetu nie słyszała – ogromna część internautów korzysta z możliwości serwisów internetowych na co dzień. Portale łączą ludzi, zapewniają rozrywkę i ułatwiają kontakty bez wychodzenia z domu, ale z drugiej strony ciągle przesiadywanie młodych ludzi przed komputerem prowadzi do zaniedbywania nauki, pracy, obowiązków domowych, a czasami może dojść do uzależnienia. Głównym celem prowadzonych badań było poznanie aktywności śląskiej młodzieży na portalach społecznościowych (na jakich portalach mają swoje profile, dlaczego korzystają z portali i ile czasu na nich spędzają, ilu mają znajomych i zdjęć, od kiedy są na danym portalu) w podziale na płeć i wiek, a także sprawdzenie, czy ilość czasu poświęcanego na przebywanie na portalach społecznościowych jest zróżnicowana wśród młodzieży niezagrożonej i zagrożonej oraz uzależnionej od Internetu.

**Słowa kluczowe:** portale społecznościowe, młodzież, uzależnienie od Internetu.

**JEL Classification:** I10, L82, L86, C43.

**Wprowadzenie**

Tradycyjne środki komunikacji, nazywane środkami masowego przekazu (takie jak m.in. telewizja, radio, prasa, książka czy kino), oraz tzw. nowe media, do których zaliczamy m.in. Internet czy telefon komórkowy, to środki społecznego oddziaływania, masowej informacji, za pomocą których kieruje się pewne

treści do bardzo licznej i zróżnicowanej grupy odbiorców [Chlaszcz i Pietruszka, 2005, s. 16]. Urządzenia umożliwiające komunikację typu: komputer, tablet, telefon komórkowy, smartfon, a szczególnie te z dostępem do Internetu, to nieodzowne przedmioty wyposażenia współczesnego człowieka towarzyszące mu na każdym kroku. Są one atrakcyjne dla dorosłych, ale także intensywnie użytkowane przez dzieci i młodzież. Współczesną młodzież charakteryzuje silne uzależnienie od technologii i wszelkich nowinek sprzętowych umożliwiających komunikację (m.in. notebooki, iPody, mp3, mp4, tablety, smartfony), bez których nie wyobrażają sobie życia.

Pojawienie się Internetu pod koniec lat 60. XX w.<sup>1</sup> i gwałtowny postęp technologiczny oraz rozwój komputeryzacji były przyczyną tego, że ta globalna sieć (dzięki której mamy łatwy dostęp do informacji i przesyłania danych, a także nieograniczoną możliwość błyskawicznego komunikowania się ze znajomymi na całym świecie) to jedno z najbardziej nowoczesnych i wciągających nowych mediów. Nowe technologie informacyjne z Internetem na czele rozprzestrzeniły się na świecie w ciągu niecałych 20 lat, od połowy lat 70. do połowy lat 90. XX w.<sup>2</sup>

Szczególnie popularną formą komunikacji współczesnej młodzieży są portale społecznościowe [Ross, 2009]. Psychologowie oceniają, że na porozumiewanie się poza godzinami snu przeznaczamy ok. 70% czasu. A zatem większość potrzeb i zadań życiowych realizujemy za pomocą komunikowania się [Pawłowska i in., 2012]. We współczesnych czasach coraz więcej osób komunikuje się przez Internet i telefon komórkowy, często z wykorzystaniem portali społecznościowych. Z danych wynika [www 7], że na świecie jest 3,01 mld użytkowników Internetu, co stanowi 42% wszystkich mieszkańców świata (w Polsce na 38,5 mln mieszkańców 67% populacji – 25,7 mln osób – ma dostęp do Internetu). 29% populacji świata (2,1 mld osób) to użytkownicy portali społecznościowych (w Polsce 34% populacji kraju (13 mln osób) jest aktywnymi użytkownikami).

---

<sup>1</sup> Powstanie Internetu związane było z pracami amerykańskiej organizacji badawczej RAND Corporation, która prowadziła badania nad możliwościami dowodzenia w warunkach wojny nuklearnej. W Polsce pierwsze internetowe łącze analogowe zostało uruchomione 26 września 1990 r. Pierwsza transmisja internetowa w naszym kraju miała miejsce w listopadzie 1990 r. Internet w Polsce dostępny jest oficjalnie od 20 grudnia 1991 r. Dane na podstawie [www 1].

<sup>2</sup> W 2000 r. 95% szkół publicznych w Stanach Zjednoczonych miało dostęp do Internetu. Osiągnięcie pułapu 60 mln odbiorców zajęło radiu 30 lat, telewizji 15 lat, a Internet osiągnął ten poziom w ciągu 3 lat [Castells, 2007, s. 47, 354]. Na podstawie danych GUS [www 2] – w 2015 r. 77,9% gospodarstw domowych miało w domu przynajmniej jeden komputer. Dostęp do Internetu w 2015 r. miało 75,8% gospodarstw domowych, w tym 71,0% – do szerokopasmowego, przy czym gospodarstwa domowe z dziećmi mające dostęp do Internetu stanowiły 95% ogółu badanych gospodarstw, a gospodarstwa domowe bez dzieci mające dostęp do Internetu stanowiły 66,5% ogółu gospodarstw. Więcej na temat wyposażenia gospodarstw domowych w komputery można znaleźć w pracy Warzechy [www 5, s. 87-98].

kami portali społecznościowych, w tym 24% Polaków (9,2 mln osób) korzysta aktywnie z serwisów społecznościowych przez smartfona). Polacy spędzają średnio dziennie w Internecie 4 godz. 51 min, korzystając z komputera lub tableta, natomiast 1 godz. 49 min spędzają średnio dziennie w Internecie, korzystając z telefonu komórkowego. Na portalach społecznościowych Polacy przebywają średnio ok. 2 godz. dziennie. Do najpopularniejszych portali społecznościowych w Polsce należą: Facebook, Google+, Nk.pl, Twitter, LinkedIn, Instagram, Badoo, Pinterest, a także komunikatory Skype, Facebook Messenger.

Według badań EU-NED-ADP<sup>3</sup> portale społecznościowe to najczęstsza forma aktywności internetowej europejskiej młodzieży w wieku 14-17 lat, 90% badanej młodzieży posiadało przynajmniej jeden profil na portalu społecznościowym. Ta forma rozrywki jest bardziej popularna wśród dziewcząt niż wśród chłopców, a osoby spędzające na portalach społecznościowych co najmniej 2 godz. dziennie częściej pokonują za pomocą Internetu samotność niż inni ich użytkownicy. Równocześnie opisywane badania pokazały, że osoby intensywnie korzystające z portali społecznościowych częściej nadużywają Internetu bądź są zagrożone jego nadużyciem [Tsitsika i in., 2012; Makaruk, 2013].

Głównym celem niniejszych badań jest sprawdzenie, jak śląska młodzież wykorzystuje ten popularny wśród młodzieży środek komunikacji, jakim są portale społecznościowe, a także poznanie aktywności śląskiej młodzieży na portalach społecznościowych (na jakich portalach młodzi ludzie mają swoje profile, dlaczego korzystają z portali i ile czasu na nich spędzają, ilu mają znajomych i zdjęć, od kiedy są na danym portalu) w podziale na płeć i wiek na podstawie badań własnych autorki.

## 1. Historia portali społecznościowych

W literaturze przedmiotu zamiennie używa się określeń: serwis społecznościowy, sieć społecznościowa czy portal społecznościowy. Pojęcie „sieć społecznościowa” nie ma definicji w języku polskim. Według oksfordzkiego słownika języka angielskiego *social network* (sieć społeczna/społecznościowa) to „sieć społecznych interakcji i związków osobistych, a także należące do poszczegól-

<sup>3</sup> EU-NET-ADB to międzynarodowy projekt badawczy, którego celem było określenie skali problemu nadużywania Internetu przez europejską młodzież oraz wyodrębnienie czynników powodujących takie zachowania. Badanie zostało przeprowadzone wśród młodzieży w wieku 14-17 lat w: Grecji, Hiszpanii, Islandii, Holandii, Niemczech, Polsce i Rumunii. Realizatorem projektu było konsorcjum złożone zarówno z ośrodków akademickich, jak i organizacji pozarządowych. Z ramienia Polski udział w projekcie wzięła Fundacja Dzieci Niczyje. Opis projektu i raporty z badań dostępne są na stronie internetowej [www 4].

gólnych osób strony internetowe, które pozwalają użytkownikom na komunikowanie się ze sobą poprzez umieszczanie informacji, komentarzy, wiadomości, zdjęć [Kotyśko i in., 2014, s. 178]. Sieci społecznościowe to nieodłączny element codziennego życia, w szczególności ludzi młodych. To bardzo dobre narzędzie marketingu i sposób na przekazanie określonych informacji.

Poniżej zostaną krótko scharakteryzowane najbardziej popularne (czy to na świecie, czy w Polsce) serwisy tego typu, a także te portale, na których była aktywna badana śląska młodzież<sup>4</sup>.

Pierwsze portale społecznościowe powstały w latach 90. w Stanach Zjednoczonych. W 1995 r. powstał Classmates.com – portal stworzony przez Randy’ego Conrada, który umożliwiał kontakt z byłymi kolegami/koleżankami ze szkoły.

W 1999 r. w Wielkiej Brytanii powstał Epinions.com – portal podobny do obecnego Google+ (który powstał w 2011 r.), a w 2003 r. portal MySpace.com, założony przez Toma Andersona i Chrisa DeWolfe’a, który umożliwiał komunikację między użytkownikami, prowadzenie bloga, tworzenie galerii zdjęć oraz profili muzycznych, a także nawiązywanie nowych znajomości. Ze względu na dużą konkurencję portal MySpace jest obecnie portalem typowo muzyczno-rozrywkowym.

W 2006 r. powstał jeden z dwóch najpopularniejszych portali społecznościowych w Polsce – portal Nasza-Klasa.pl (obecnie Nk), założony przez studentów informatyki na Uniwersytecie Wrocławskim: Macieja Popowicza, Pawła Olchawę, Michała Bartoszkiewicza i Łukasza Adzińskiego [www 6]. Głównym celem serwisu jest odnawianie znajomości szkolnych sprzed lat. Zmiany dokonane na portalu w 2010 r. (m.in. polityka dotycząca ochrony danych osobowych, obarczanie użytkowników dodatkowymi kosztami za dawniej darmowe funkcje, inwazyjne reklamy) spowodowały spadek liczby użytkowników portalu. Serwis Nk.pl posiada obecnie 6,188 mln użytkowników w Polsce i zajmuje drugie miejsce po Facebooku w kategorii serwisów społecznościowych [www 8].

Obecnie najbardziej popularnym portalem w Polsce i na świecie jest portal społecznościowy Facebook. Powstał w 2004 r., założony przez studenta Uniwersytetu Harvarda Marka Zuckerberga, a polska wersja językowa serwisu została uruchomiona w maju 2008 r. Użytkownicy portalu (muszą mieć więcej niż 13 lat) mogą: publikować tzw. statusy, posty tekstowe, zdjęcia, krótkie filmy, komentować posty, „lajkować” (czyli zaznaczać polubienie postów, linków, statusów itp.), uczestniczyć w różnych wydarzeniach. Facebook przeznacza obecnie duże środki finansowe na rynek mobile, dla części użytkowników uruchomił Pre-

---

<sup>4</sup> Więcej na temat portali społecznościowych można znaleźć w pracach: [Kotyśko i in., 2014; Warzecha, 2014b; Gil, 2011].

mium Video Aps, czyli 15-sekundowe filmy, które uruchamiają się automatycznie podczas przeglądania strony, na razie w trybie bez dźwięku. Jeśli jednak użytkownik dotknie animacji, ta rozszerzy się na cały ekran i zacznie grać. Ponadto na początku 2014 r. Zuckerberg wykupił mobilny komunikator WhatsApp (bardzo popularny wśród młodzieży), dzięki czemu otrzymał dostęp do danych 450 mln (z czego 70% aktywnych) użytkowników, w tym prywatnych numerów telefonów, które należało podać przy rejestracji konta na WhatsApp. W lipcu 2014 r. Facebook miał 16,108 mln użytkowników w Polsce, czyli ponad 2,5 razy więcej niż portal Nk.pl [www 8].

Twitter, założony w 2006 r., to serwis umożliwiający mikroblogowanie w postaci tzw. tweetów, czyli krótkich (maksymalnie 140 znaków) wiadomości tekstowych, wyświetlanych na stronie użytkownika i udostępnianych jego znajomym [www 3]. W lipcu 2014 r. Twitter miał 2,449 mln użytkowników w Polsce [www 8].

YouTube.com powstał w 2005 r. Jest to popularny na całym świecie serwis internetowy (założony przez Chada Hurleya, Steve'a Chena i Jaweda Karima), umożliwiający swoim użytkownikom bezpłatne umieszczanie i odtwarzanie filmów. Portal YouTube to serwis, na który użytkownicy w ciągu minuty dodają 100 godzin nowych filmów. Portal ten jest połączony z Google My Business (Google Plus – 3,991 mln użytkowników w Polsce w lipcu 2014 r.), dzięki któremu można zwiększyć swoją widoczność w wynikach wyszukiwania Google oraz dodać swoją firmę na Mapach Google. YouTube znajduje się na Google, czyli największej i najchętniej używanej wyszukiwarce internetowej na świecie.

Fotka.pl to polski portal społecznościowy, bardzo popularny wśród młodzieży, skupiający internautów, którzy zamieszczają swoje zdjęcia, komentują i oceniają fotografie innych użytkowników, biorą udział w różnych konkursach i grach.

Photoblog.pl – to rodzaj bloga, internetowego pamiętnika, gdzie podstawową treścią są zdjęcia, do których dodany jest komentarz, opis lub pozdrowienia dla innych blogowiczów.

Tumblr powstał w 2007 r., jest to platforma mikroblogowa (założona przez Davida Karpa), na której jej użytkownicy tworzą różnego rodzaju wpisy w kategoriach: tekst, cytaty, obrazek, klip wideo, plik dźwiękowy, link.

Instagram powstał w 2006 r. – to fotograficzny serwis społecznościowy hostingu zdjęć<sup>5</sup> (założony przez Kevina Systroma i Marka Kriegera), jego użytkownicy dzielą się swoimi zdjęciami (często zretuszowanymi), filmami ze znajomymi i rodziną, które są w prosty sposób udostępniane na serwisach Facebook, Twitter, Tumblr i innych.

---

<sup>5</sup> Hosting to udostępnianie przez dostawcę usług internetowych zasobów serwerowni, czyli zarezerwowanie (oddanie do dyspozycji) określonej objętości dysku twardego.

GoldenLine.pl to serwis koncentrujący wokół siebie osoby zainteresowane rozwojem kariery zawodowej, serwis dla polskich profesjonalistów, który skupia specjalistów określonych dziedzin, osoby poszukujące pracy czy też chcące zdobyć wiedzę w określonej kwestii. W lipcu 2014 r. GoldenLine.pl miał 1,496 mln użytkowników w Polsce [www 8].

Linkedin.com powstał w 2001 r. – to serwis do nawiązywania kontaktów biznesowych. W lipcu 2014 r. Linkedin.com miał 0,914 mln użytkowników w Polsce [www 8].

Wśród młodzieży dużą popularnością cieszą się różnego rodzaju aplikacje mobilne, ponieważ internauci szukają nie tylko rozrywki, ale sprawnych instrumentów komunikacji, np. typu Snapchat (wykorzystywany do dzielenia się zdjęciami, filmikami i komunikacji tekstowej, aplikacja dostępna na urządzenia z oprogramowaniem typu Android oraz iOS pozwalająca wysyłać krótkie filmy, trwające maksymalnie 10 sekund, a także zdjęcia wraz z podpisami, po ustalonym limicie czasowym przesyłane informacje są automatycznie kasowane) czy Ask.fm (serwis społecznościowy Questions and Answers (Pytania i odpowiedzi), w ramach którego zarejestrowani użytkownicy mogą zadawać innym pytania oraz na nie odpowiadać; portal powstał w 2010 r., w 2014 r. Ask.fm miał 2,391 mln użytkowników w Polsce [www 8]). Aplikacja Tinder zyskała sporą popularność w USA, a teraz wkracza także na rynek polski. Tinder to aplikacja społecznościowo-randkowa. Za jej pomocą możemy oceniać oraz poznawać nowe osoby. Ich propozycje są dobierane m.in. dzięki kryteriom odległości i wieku. Aplikacja do logowania wymaga posiadania konta na serwisie Facebook.

## **2. Cele i intensywność korzystania z portali społecznościowych przez młodzież**

Na terenie wybranych szkół gimnazjalnych, szkół ponadgimnazjalnych i szkół wyższych województwa śląskiego przeprowadzono badanie młodzieży w wieku 13-29 lat (za pomocą kwestionariusza własnego autorstwa), aby poznać rodzaje portali społecznościowych, na których przebywa młodzież, a także celów i intensywność korzystania z nich. Cele oraz zakres badań bezpośrednich zdeterminowały wybór metody badawczej, dobór próby oraz sposób analizy zebranych danych. Do badania użyto metody ankiety rozdawanej<sup>6</sup>. W celu doboru jednostek do próby zastosowano procedurę doboru celowego – kwotowego.

---

<sup>6</sup> Jest to jedna z najczęściej wykorzystywanych w badaniach bezpośrednich metod, której zasadniczą zaletą jest krótki czas pomiaru, wysoka zwrotność i wysoki stopień kontroli badań.

Badaną grupę stanowili uczniowie szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych oraz studenci szkół wyższych<sup>7</sup> w wybranych miastach województwa śląskiego<sup>8</sup>. Badanie przeprowadzono w okresie listopad-grudzień 2013 r. oraz w okresie styczeń-maj 2014 r. Przyjętą w badaniu kwotę stanowiła płeć i wiek osób badanych<sup>9</sup> w wieku 13-29 lat w województwie śląskim. Próba badawcza (po odrzuceniu nieprawidłowo wypełnionych ankiet) objęła 470 uczniów szkół ponadgimnazjalnych i 248 uczniów szkół gimnazjalnych oraz 319 studentów. Tym samym próba objęła 600 kobiet (które stanowiły 57,8% badanej zbiorowości) i 437 mężczyzn (którzy stanowili 42,2% badanej zbiorowości). Wiek respondentów wahał się od 13 do 29 lat.

Na podstawie danych zawartych na rys. 1, rys. 2 i w tabeli 1 można stwierdzić, że śląska młodzież jest zróżnicowana pod względem spędzania czasu wolnego w podziale na rodzaj szkoły i płeć. Największy odsetek badanej młodzieży deklarowało, że swój wolny czas spędza, siedząc przed komputerem (przy czym tak postępuje najwięcej uczniów szkół gimnazjalnych – ok. 68%, nieco ponad 63% uczniów szkół ponadgimnazjalnych i ok. 54% studentów). Jeśli ocenić tę aktywność ze względu na płeć badanych, przed komputerem przebywa zdecydowanie więcej mężczyzn niż kobiet we wszystkich badanych rodzajach szkół (rys. 2). Prawie połowa ankietowanych (49% uczniów szkół gimnazjalnych, 48% uczniów szkół ponadgimnazjalnych i ok. 43% studentów) w swoim czasie wolnym ogląda telewizję, a co trzeci uczeń szkoły gimnazjalnej, co czwarty uczeń szkoły ponadgimnazjalnej oraz co piąty student ma jakieś hobby. Zdecydowanie większe różnice w aktywnościach związanych ze spędzaniem czasu wolnego występują między kobietami i mężczyznami. Kobiety zdecydowanie częściej niż mężczyźni wolą w swoim czasie wolnym:

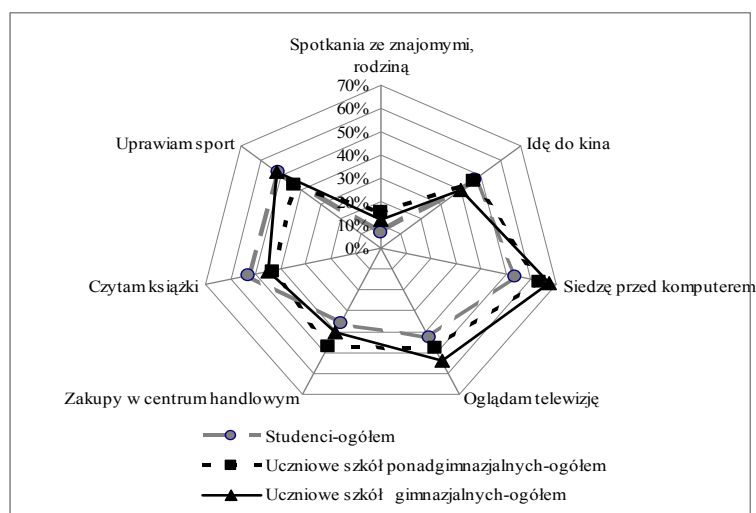
- chodzić na zakupy do centrum handlowego (tak twierdziło ok. 63% uczennic szkół ponadgimnazjalnych, 53% uczennic szkół gimnazjalnych i nieco ponad 52% studentek, dla porównania tylko 24% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, nieco ponad 17% uczniów szkół gimnazjalnych i nieco ponad 20% studentów lubi spędzać swój wolny czas na zakupach w centrach handlowych),
- chodzić do kina (tak twierdziło 56% studentek, ok. 53% uczennic szkół ponadgimnazjalnych, nieco ponad 46% uczennic szkół gimnazjalnych, dla po-

<sup>7</sup> Byli to studenci Uniwersytetu Ekonomicznego, Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej oraz Politechniki Śląskiej w Katowicach.

<sup>8</sup> Uczniowie uczęszczali do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w Chorzowie, Jaworznie, Katowicach, Mysłowicach i Zabrze.

<sup>9</sup> Próba pod tym względem była reprezentatywna, ponieważ odpowiadała strukturze śląskiej populacji osób młodych w wieku 13-29 lat znanej ze źródeł statystycznych GUS. Podstawą do określenia kwot były dane dostępne na stronach internetowych Banku Danych Lokalnych GUS.

- równania tylko 36% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, 37% uczniów szkół gimnazjalnych i 39% studentów lubi swój wolny czas spędzać w kinie),
- czytać książki (tak twierdziło 62% studentek, ok. 58% uczennic szkół gimnazjalnych i połowa ankietowanych uczennic szkół ponadgimnazjalnych, dla porównania ok. 35% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, 38% uczniów szkół gimnazjalnych i ok. 44% studentów lubi spędzać swój wolny czas, czytając książki).



**Rys. 1.** Spędzanie czasu wolnego przez śląską młodzież w podziale na rodzaj szkoły

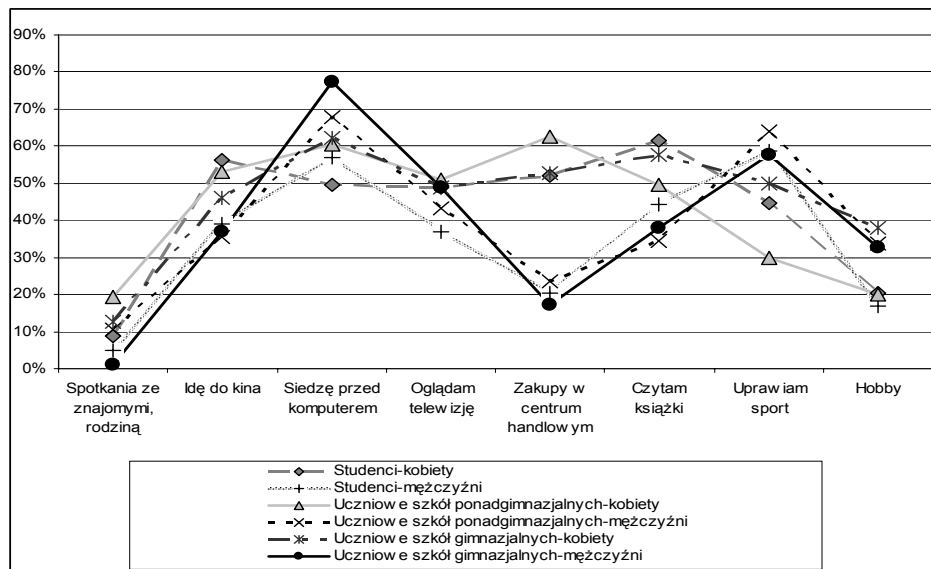
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

**Tabela 1.** Spędzanie czasu wolnego przez śląską młodzież w podziale na rodzaj szkoły i płeć – w odsetkach

Rodzaj aktywności	Uczniowie szkół gimnazjalnych			Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych			Studenci		
	ogółem	K	M	ogółem	K	M	ogółem	K	M
Siedzę przed komputerem	67,7	62,2	77,2	63,4	60,6	67,8	53,5	49,7	56,8
Uprawiam sport	52,8	50,0	57,6	43,2	30,0	63,9	51,7	44,6	58,6
Czytam książki	50,4	57,7	38,0	43,6	49,5	34,4	52,7	61,6	44,4
Zakupy w centrum handlowym	39,7	52,9	17,4	47,4	62,7	23,5	36,1	52,2	20,4
Oglądam telewizję	49,0	49,0	48,9	47,9	50,9	43,2	42,9	49,0	37,0
Idę do kina	42,7	46,2	37,0	46,2	53,0	35,5	47,3	56,1	38,9
Hobby	35,9	37,8	32,6	25,3	19,9	33,9	18,5	20,4	16,7
Spotkania ze znajomymi, rodziną	8,5	12,8	1,1	15,7	19,2	10,4	6,9	8,9	4,9
Inne	11,7	12,8	10,9	6,4	7,7	4,4	4,7	5,1	4,3

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.





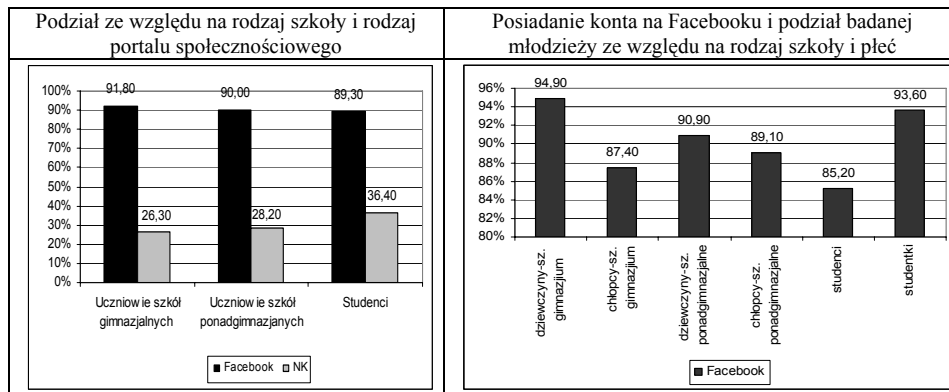
**Rys. 2.** Spędzanie czasu wolnego przez śląską młodzież w podziale na płeć i rodzaj szkoły

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Mężczyźni w porównaniu do kobiet (rys. 2) częściej wolą spędzać swój wolny czas, uprawiając sport (tak postępuje 64% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, ok. 59% studentów i ok. 58% uczniów szkół gimnazjalnych, dla porównania sport uprawia tylko 30% uczennic szkół ponadgimnazjalnych, ok. 45% studentek i połowa uczennic szkół gimnazjalnych).

Na podstawie analizy informacji zawartych na rys. 3, jak i wcześniejszych badań autorki [Warzecha, 2014a, 2014b, 2015a] stwierdza się, że jedną z częstszych form aktywności śląskiej młodzieży w Internecie jest<sup>10</sup> przebywanie na portalach społecznościowych (tak postępuje ok. 87% uczniów szkół gimnazjalnych oraz ok. 89% uczniów szkół ponadgimnazjalnych i studentów).

<sup>10</sup> Więcej na temat celów i intensywności korzystania z Internetu przez śląskich studentów, a także studentów zagrożonych i niezagrożonych uzależnieniem od Internetu można znaleźć w pracach [Warzecha, 2014a, 2015a], a informacje o aktywnościach uczniów szkół ponadgimnazjalnych w [Warzecha 2014b, 2016].



**Rys. 3.** Odsetek śląskiej młodzieży mającej konto na portalu społecznościowym w zależności od rodzaju szkoły i płci

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Badana śląska młodzież jest aktywna na portalach społecznościowych, rys. 3 pokazuje najpopularniejsze portale<sup>11</sup>, którymi są Nk i Facebook. Przy czym, jak wskazują dane zawarte na rys. 3, bardziej popularny wśród badanej młodzieży jest portal Facebook. Wcześniejsze badania autorki pokazały, że zarówno Nk, jak i Facebook są bardziej popularne wśród kobiet niż wśród mężczyzn. Na Facebooku (rys. 3) swój profil ma ok. 95% uczennic szkół gimnazjalnych, ok. 94% studentek i ok. 91% uczennic szkół ponadgimnazjalnych. Wśród ankietowanych mężczyzn użytkownikami Facebooka jest ponad 89% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, ok. 88% uczniów szkół gimnazjalnych i nieco ponad 85% studentów.

Ilość czasu poświęcanego dziennie na przebywanie na portalach społecznościowych jest znacznie zróżnicowana w zależności od rodzaju szkoły oraz dnia tygodnia (biorąc pod uwagę podział na dni w tygodniu i weekendy). Na podstawie danych zawartych na rys. 4 i w tabeli 2 widać, że największy odsetek młodzieży stanowią osoby, które przebywają na portalach społecznościowych od 0,5 godz. do 1 godz. dziennie, zarówno w tygodniu, jak i w weekendy. Ponadto należy zauważyć, że w weekendy odsetek młodzieży przebywającej na portalach społecznościowych ponad 5 godz. dziennie jest zdecydowanie wyższy niż w tygodniu (w weekendy ok. 16% gimnazjalistów, ok. 14% uczniów szkół ponadgimnazjalnych i co dziesiąty student przebywają na portalach społecznościowych ponad 5 godz. dziennie, dla porównania w tygodniu ok. 9% gimnazjalistów i uczniów szkół ponadgim-

<sup>11</sup> Studenci wymieniali również portale: Twitter, Goldenline, Sympatia (był to jednak nieznaczny procent ankietowanych). Natomiast po ok. 2% uczniów szkół ponadgimnazjalnych było aktywnych na portalach: Fotoblog (2,4%), Twitter (2,4%), Tumblr (1,8%), Instagram (1,2%), a uczniowie szkół gimnazjalnych byli aktywni na: Ask (3,2%), Twitter (5,6%), Instagram (3,2%); Tumblr (2,8%).

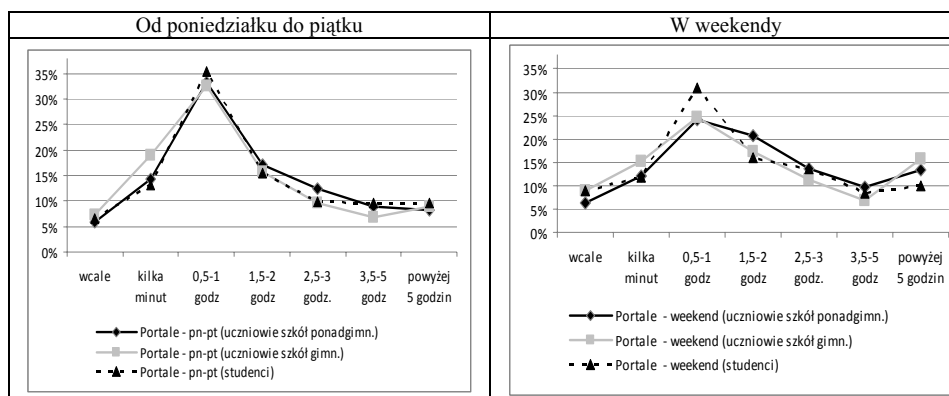
nazjalnych oraz co dziesiąty student przebywają na portalach społecznościowych ponad 5 godz. dziennie).

**Tabela 2.** Odsetek śląskiej młodzieży ogółem przebywającej wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy wg rodzaju szkoły

Ilość czasu	Uczniowie gimnazjum		Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych		Studenci	
	w tygodniu	w weekend	w tygodniu	w weekend	w tygodniu	w weekend
kilka minut	19,0	15,3	14,3	12,1	13,2	11,7
0,5-1 godz.	32,7	24,6	33,2	24	35,8	31,2
1,5-2 godz.	15,7	17,3	17	20,6	15,6	16,1
2,5-3 godz.	9,7	11,3	12,3	13,6	9,9	13,8
3,5-5 godz.	6,9	6,9	8,9	9,8	9,6	8,4
powyżej 5 godz.	8,9	15,7	8,3	13,4	9,9	10,4
wcale	7,3	8,9	6,0	6,4	6,0	8,4

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Czas spędzany na portalach społecznościowych jest znacznie zróżnicowany w zależności od płci badanych (tabela 3). Zdecydowanie więcej czasu na przebywanie na portalach społecznościowych (ponad 3,5 godz. dziennie i więcej) poświęcają w tygodniu, jak i w weekendy, kobiety niż mężczyźni.



**Rys. 4.** Odsetek śląskiej młodzieży spędzającej wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy wg rodzaju szkoły

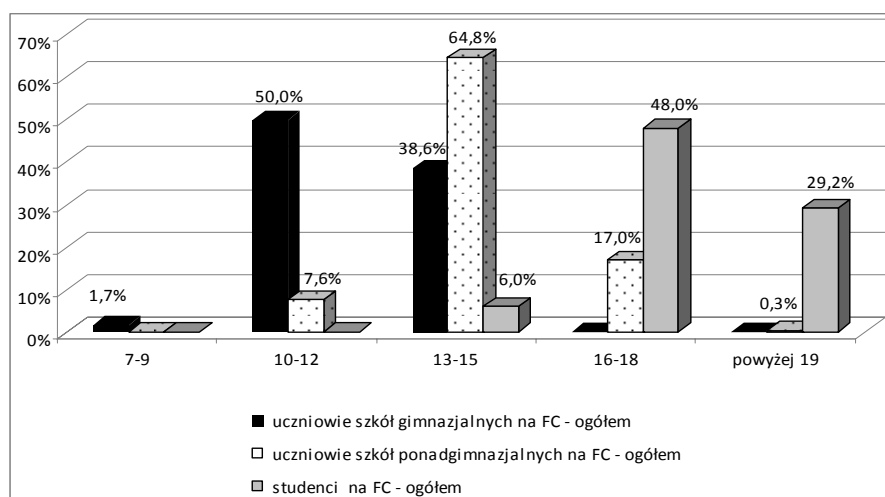
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

**Tabela 3.** Odsetek śląskiej młodzieży przebywającej wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy wg rodzaju szkoły i płci

Ilość czasu	Uczniowie szkół gimnazjalnych				Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych				Studenci			
	w tygodniu		w weekend		w tygodniu		w weekend		w tygodniu		w weekend	
	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M
kilka minut	12,8	29,3	8,3	27,2	10,1	20,8	8,0	18,6	13,4	14,8	10,6	15,3
0,5-1 godz.	30,1	35,9	25,6	22,8	33,8	32,2	23,0	25,7	35,6	40,7	34,5	33,6
1,5-2 godz.	20,5	7,6	17,9	16,3	16,7	17,5	23,0	16,9	16,1	17,0	14,8	20,6
2,5-3 godz.	12,8	4,3	16,0	3,3	13,9	9,8	12,5	15,3	12,1	8,9	16,2	13,7
3,5-5 godz.	9,0	3,3	7,7	5,4	11,1	5,5	11,5	7,1	11,4	8,9	9,9	8,4
powyżej 5 godz.	10,3	6,5	16,2	9,8	9,1	6,6	16,4	8,2	11,4	9,6	14,1	8,4

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

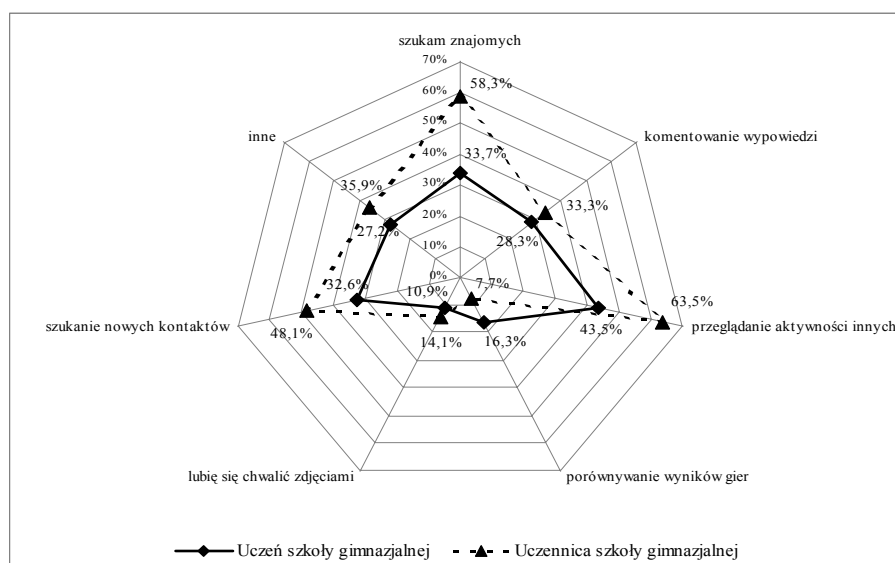
Jak pokazują dane zawarte na rys. 5, najwięcej śląskiej młodzieży (ok. 65% uczniów szkół ponadgimnazjalnych) deklarowało, że na Facebook zapisało się w wieku 13-15 lat. Studenci najczęściej stawali się członkami Facebooka w wieku 16-18 lat (tak powiedziała niecała połowa, bo 48% ankietowanych studentów). Członkiem Facebooka mogą być osoby w wieku 13 lat lub starsze, a zatem z przeprowadzonych badań wynika, że na Facebook zapisywała się młodzież poniżej 13. roku życia, co oznacza, że osoby te musiały podać nieprawdziwe dane odnośnie do swojego wieku (takie dane podała ponad połowa ankietowanych gimnazjalistów (50% gimnazjalistów zapisało się na portal w wieku 10-12 lat, a ok. 2% badanych gimnazjalistów w wieku 7-9 lat) oraz ok. 8% uczniów szkół ponadgimnazjalnych).

**Rys. 5.** Odsetek śląskiej młodzieży pokazujący, od kiedy są na portalach społecznościowych, wg rodzaju szkoły

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

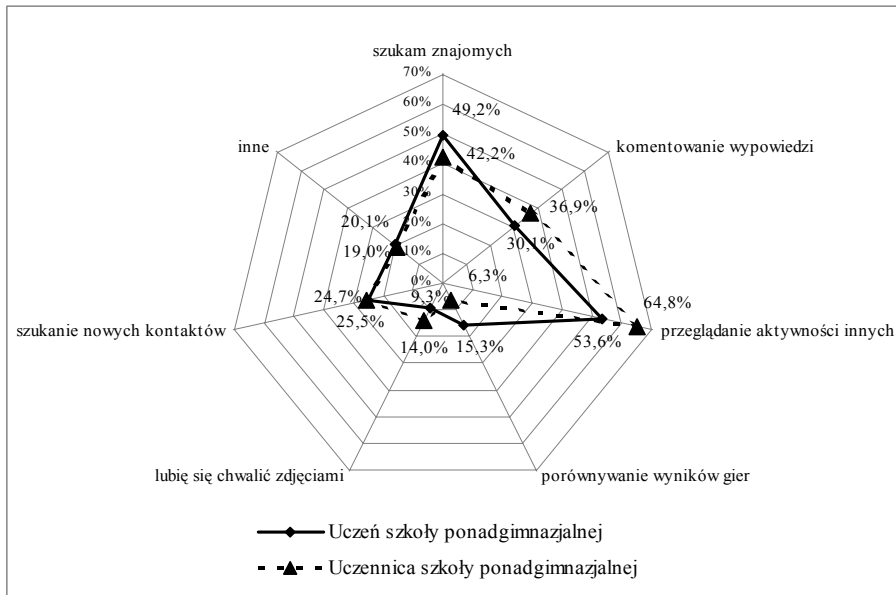
Jak pokazują dane zawarte na rys. 6-8, głównym podawanym przez badaną młodzież powodem, dla którego są na portalu społecznościowym, było przeglądanie aktywności innych ludzi (tak twierdziło ok. 65% uczennic szkół ponadgimnazjalnych, ok. 64% uczennic szkół gimnazjalnych i nieco ponad 57% studentek, dla porównania 54% uczniów szkół ponadgimnazjalnych, nieco ponad 43% uczniów szkół gimnazjalnych i studentów).

Drugim najczęściej wymienianym przez młodzież powodem bycia na portalach społecznościowych było szukanie znajomych (tak twierdziło ok. 58% uczennic szkół gimnazjalnych, prawie połowa uczennic szkół ponadgimnazjalnych i ok. 38% studentek, dla porównania 42% uczniów szkół ponadgimnazjalnych oraz co trzeci uczeń szkoły gimnazjalnej i student). Również ważnym powodem bycia na portalach społecznościowych było dla młodzieży szukanie nowych kontaktów (tak mówiło ok. 48% uczennic szkół gimnazjalnych, 46% studentek i co czwarta uczennica szkoły ponadgimnazjalnej, dla porównania ok. 43% studentów, co trzeci uczeń szkoły gimnazjalnej i co czwarty uczeń szkoły ponadgimnazjalnej). Na portalach społecznościowych prawie co trzecia badana kobieta podawała, że lubi komentować wypowiedzi innych osób, a co siódma lubi się chwalić swoimi zdjęciami, natomiast co siódmy uczeń szkoły gimnazjalnej i szkoły ponadgimnazjalnej podawał, że na portalach porównuje wyniki swoich gier.



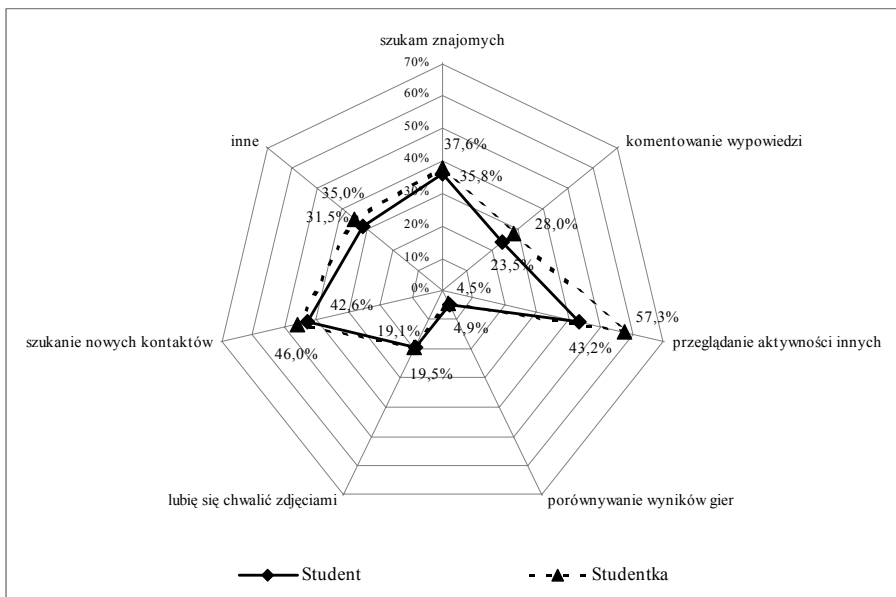
**Rys. 6.** Główne powody korzystania przez uczniów szkół gimnazjalnych z portali społecznościowych (wg płci, w %)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 7. Główne powody korzystania przez uczniów szkół ponadgimnazjalnych z portali społecznościowych (wg płci, w %)

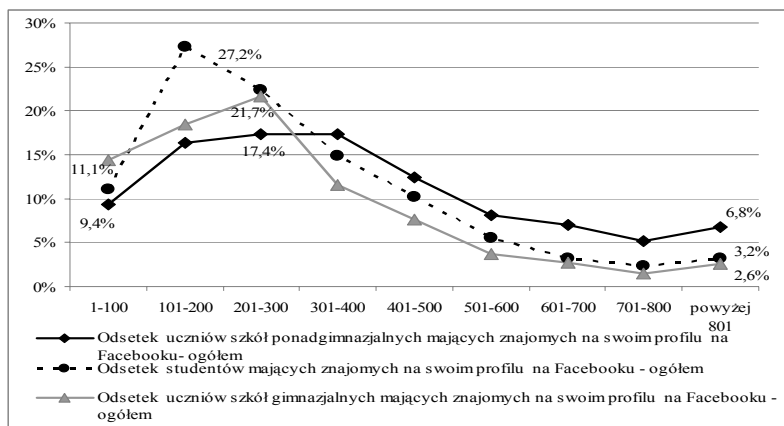
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 8. Główne powody korzystania przez śląskich studentów z portali społecznościowych (wg płci, w %)

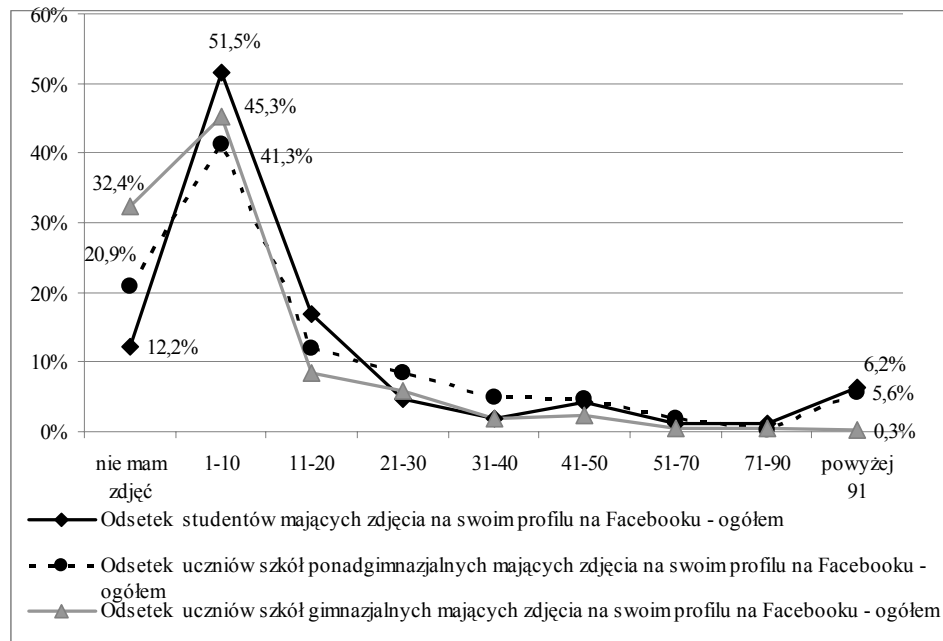
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Jak pokazują badania, młodzież lubi szukać nowych kontaktów i starych znajomych. Dlatego też badana śląska młodzież deklaruje posiadanie znacznej liczby znajomych na swoich profilach społecznościowych (rys. 9). Na swoim profilu na Facebooku największy odsetek młodzieży ma od 101 do 200 znajomych (przy czym taką liczbę znajomych deklaruje ok. 27% studentów, 22% uczniów szkół gimnazjalnych i nieco ponad 17% uczniów szkół ponadgimnazjalnych). Powyżej 800 znajomych posiada na swoim profilu na Facebooku ok. 7% uczniów szkół ponadgimnazjalnych oraz ok. 3% uczniów szkół gimnazjalnych i studentów. Z wcześniejszych badań autorki wynika [Warzecha, 2014a, 2014b, 2015a, 2016], że kobiety mają zdecydowanie więcej znajomych na swoim profilu na portalu społecznościowym niż mężczyźni. Co czwarta kobieta studentka ma od 200 do 300 znajomych, a co piąta kobieta od 301 do 400 znajomych na swoim profilu (rekordzistka miała 1600 znajomych). Mężczyźni studenci najczęściej mają od 101 do 200 znajomych (rekordzista miał 1060 znajomych). Natomiast biorąc pod uwagę uczniów szkół ponadgimnazjalnych, najczęściej uczennic szkół ponadgimnazjalnych ma na Facebooku od 200 do 300 oraz od 301 do 400 znajomych (18,9%), rekordzistka miała 1800 znajomych. Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych najczęściej mają na Facebooku od 101 do 200 znajomych, rekordzista miał 2000 znajomych. Analizując dane uczniów szkół gimnazjalnych [Warzecha, 2015b, s. 638] można stwierdzić, że najczęściej uczennic szkół gimnazjalnych ma na Facebooku 300 znajomych (15% uczennic), rekordzistka miała 2800 znajomych. Uczniowie szkół gimnazjalnych najczęściej mają na Facebooku 200 znajomych (12% uczniów), rekordzista miał 1900 znajomych. Na Facebooku nie ma żadnych znajomych ok. 9% badanych kobiet – uczennic gimnazjum i 21% badanych mężczyzn – uczniów gimnazjum.



**Rys. 9.** Odsetek młodzieży pokazującej znajomych na Facebooku (wg typu szkoły)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



**Rys. 10.** Odsetek śląskiej młodzieży pokazującej swoje zdjęcia na Facebooku (wg typu szkoły)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Jedną z najczęstszych czynności wykonywanych przez użytkowników portali społecznościowych jest robienie zdjęć, obrabianie ich (upiększanie, korygowanie defektów i dodawanie efektów cyfrowych) i udostępnianie innym. Dane przedstawione na rys. 10 pokazują, że badana młodzież na swoim profilu na Facebooku najczęściej ma od 1 do 10 swoich zdjęć (przy czym taką liczbę deklaruje ponad połowa badanych studentów, ok. 45% badanych uczniów szkół gimnazjalnych i ok. 41% badanych uczniów szkół ponadgimnazjalnych). Tylko co dziesiąty student, co piąty uczeń szkoły ponadgimnazjalnej i co trzeci uczeń szkoły gimnazjalnej powiedział, że nie ma żadnego zdjęcia na swoim profilu na Facebooku. Około 6% badanych studentów i uczniów szkół ponadgimnazjalnych miało ponad 91 zdjęć na Facebooku. Z wcześniejszych badań autorki wynika [Warzecha, 2014a, 2014b, 2015a, 2016], że kobiety częściej niż mężczyźni lubią pokazywać swoje zdjęcia i chwalić się nimi na portalach. Tylko ok. 7% kobiet studentek i ok. 18% mężczyzn studentów zadeklarowało, że nie ma żadnego zdjęcia na swoim profilu, w grupie uczniów szkół ponadgimnazjalnych tylko ok. 14% uczennic i 28% uczniów twierdziło, że nie ma żadnego zdjęcia na swoim profilu, natomiast w grupie uczniów szkół gimnazjalnych co czwarta



uczennica i 43% uczniów powiedziało, że nie ma żadnego zdjęcia na swoim profilu na Facebooku. Badana młodzież najczęściej miała na swoim profilu na Facebooku do 10 zdjęć (przy czym wśród studentów rekordzista miał 310 swoich zdjęć, a rekordzistka 1100, wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych rekordzista miał 500 zdjęć, a rekordzistka 306, z kolei wśród uczniów szkół gimnazjalnych rekordzista miał 300 zdjęć, a rekordzistka 120).

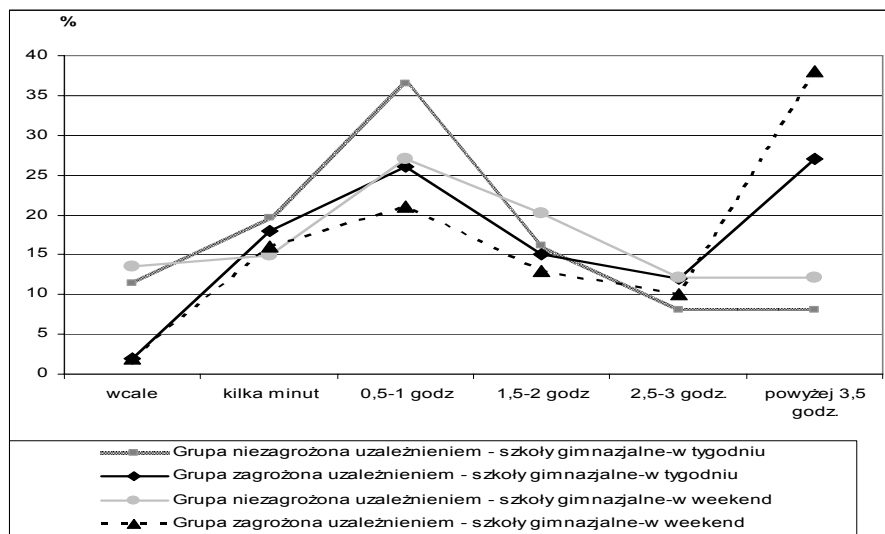
Z literatury przedmiotu wynika, że czas poświęcany przez młodzież na przebywanie na portalach społecznościowych może być znacznie zróżnicowany w zależności od stopnia uzależnienia od Internetu [Poprawa, 2012; Kittinger i in., 2012; Leong i Lee, 2012].

W dalszej części badań sprawdzono, czy osoby zagrożone uzależnieniem i uzależnione od Internetu poświęcają więcej czasu na przebywanie na portalach społecznościowych niż osoby niezagrożone tym uzależnieniem. Do zbadania stopnia zagrożenia uzależnieniem od Internetu młodzieży we wcześniejszych badaniach autorki [Warzecha, 2015a, 2016] wykorzystano test przesiewowy Kimberly Young – Internet Addiction Test. Kryteria zagrożenia i uzależnienia od Internetu spełniało 40,3% uczniów szkół gimnazjalnych (w tym 2,8% to osoby uzależnione od sieci), 43,8% uczniów szkół ponadgimnazjalnych (w tym 3,2% to osoby uzależnione od sieci) oraz 43,9% studentów (w tym 2,2% to osoby uzależnione od sieci). Badania pokazały, że szczególnie kobiety uzależnione od Internetu zdecydowanie więcej czasu spędzały na portalach społecznościowych niż mężczyźni uzależnieni od Internetu (prawie co czwarta kobieta uzależniona i zagrożona uzależnieniem od sieci i co dziesiąty mężczyzna uzależniony i zagrożony uzależnieniem od sieci przebywali na portalach ponad 5 godz. dziennie). Z kolei w grupie młodzieży w wieku 13-19 lat większe różnice w aktywnościach na portalach społecznościowych pomiędzy młodzieżą uzależnioną i zagrożoną uzależnieniem od Internetu występowały na poziomie szkoły gimnazjalnej.

Z danych zawartych na rys. 11-13 wynika, że młodzież podzielona na grupę niezagrożoną uzależnieniem od Internetu i zagrożoną uzależnieniem oraz uzależnioną od Internetu najczęściej przebywała na portalach społecznościowych od 0,5 do 1 godz. dziennie, zarówno w tygodniu, jak i w weekendy. Badana młodzież jest zdecydowanie bardziej zróżnicowana, jeśli chodzi o czas przebywania na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie. We wszystkich badanych typach szkół odsetek osób przebywających na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie jest zdecydowanie wyższy wśród młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu niż wśród młodzieży prawidłowo korzystającej z Internetu.

Dane zawarte na rys. 11 wskazują, że wśród młodzieży gimnazjalnej 38% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na

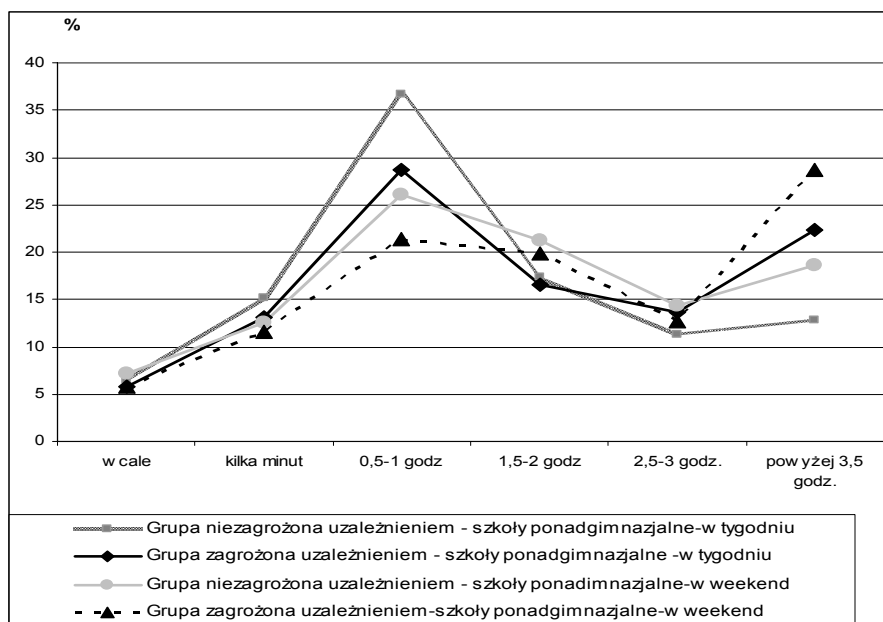
portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w weekendy (przy czym 28% tej młodzieży przebywa na portalach powyżej 5 godz. dziennie), a 27% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w tygodniu (dla porównania odsetek młodzieży niezagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywającej na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie jest prawie trzykrotnie niższy i wynosi odpowiednio: 12,2% (portale w weekendy) i 8,1% (portale w tygodniu)).



**Rys. 11.** Odsetek śląskiej młodzieży szkół gimnazjalnych niezagrożonej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu spędzającej wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

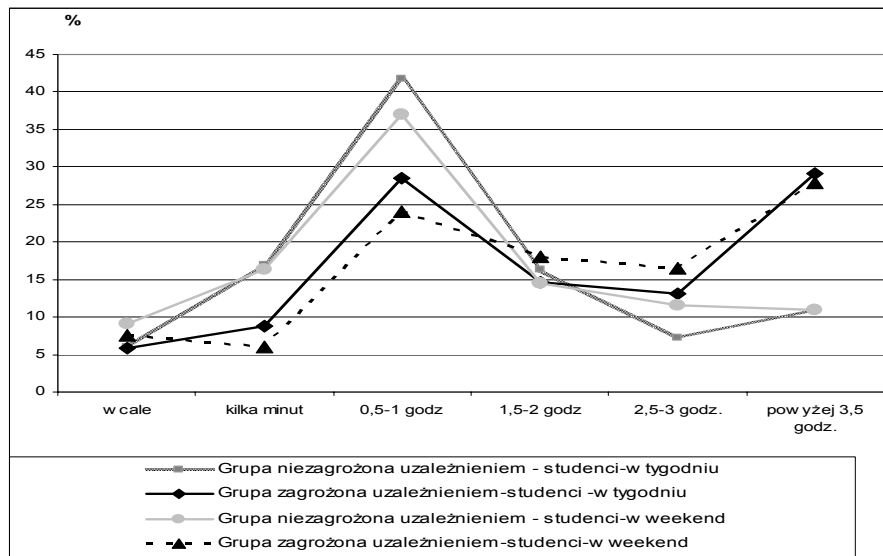
Dane zawarte na rys. 12 wskazują, że wśród młodzieży ponadgimnazjalnej ok. 29% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w weekendy (przy czym 16% tej młodzieży przebywa na portalach powyżej 5 godz. dziennie), a nieco ponad 22% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w tygodniu (dla porównania odsetek młodzieży szkół ponadgimnazjalnych niezagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywającej na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie jest niższy i wynosi odpowiednio: 17% (portale w weekendy) i 13% (portale w tygodniu)).



**Rys. 12.** Odsetek śląskiej młodzieży szkół ponadgimnazjalnych niezagrożonej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu spędzającej wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Dane zawarte na rys. 13 wskazują, że wśród studentów ok. 28% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w weekendy (przy czym ok. 17% tej młodzieży przebywa na portalach powyżej 5 godz. dziennie), a nieco ponad 29% młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu przebywa na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie w tygodniu (dla porównania odsetek studentów niezagrożonych uzależnieniem od Internetu przebywających na portalach powyżej 3,5 godz. dziennie jest niższy i wynosi ok. 11% (zarówno w weekendy, jak i w tygodniu)).



**Rys. 13.** Odsetek śląskich studentów niezagrożonych i zagrożonych uzależnieniem od Internetu spędzających wskazaną ilość czasu na portalach społecznościowych w tygodniu i w weekendy

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Podsumowanie

Współczesny młody człowiek nie wyobraża sobie życia bez dostępu do Internetu, który jest dla niego nieocenionym źródłem informacji. Bardzo atrakcyjną formą komunikacji i rozrywki współczesnej młodzieży stały się portale społecznościowe, które w ciągu ostatnich kilku lat przeżywają bardzo dynamiczny rozwój i ogromny wzrost liczby użytkowników.

W artykule sprawdzono popularność portali społecznościowych wśród śląskiej młodzieży w wieku 13-29 lat. Pokazano aktywności śląskiej młodzieży na portalach społecznościowych (na jakich portalach młodzi ludzie mają swoje profile, dlaczego korzystają z portali i ile czasu na nich spędzają, ilu mają znajomych i zdjęć, od kiedy są na danym portalu) w podziale na płeć i wiek na podstawie badań własnych autorki.

Na podstawie przeprowadzonych badań można wyciągnąć poniższe wnioski:

- jedną z częstszych form aktywności śląskiej młodzieży jest przesiadywanie przed komputerem, a w szczególności przebywanie na portalach społecznościowych, gdyż powszechność „bycia” i stałego kontaktu np. z osobami z klasy czy grupy studenckiej wymusza posiadanie profilu na portalach społecznościowych;

- z badań wynika, że na portalach przebywa ok. 87% uczniów szkół gimnazjalnych oraz ok. 89% uczniów szkół ponadgimnazjalnych i studentów, przy czym odsetek użytkowników portali jest wyższy, niż wynika to z wcześniejszych badań, co może być dowodem wzrostu popularności portali społecznościowych wśród śląskiej młodzieży;
- najwięcej śląskiej młodzieży (ok. 65% uczniów szkół ponadgimnazjalnych) deklaruje, że na Facebook zapisało się w wieku 13-15 lat, natomiast studenci najczęściej stawali się członkami Facebooka w wieku 16-18 lat (tak powiedziała niecała połowa ankietowanych studentów);
- niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że na Facebook zapisywała się młodzież poniżej 13. roku życia (członkiem Facebooka mogą być osoby w wieku 13 lat lub starsze), co oznacza, że osoby te musiały podać nieprawdziwe dane dotyczące swojego wieku (takie dane podała ponad połowa ankietowanych gimnazjalistów (50% gimnazjalistów zapisało się na portal w wieku 10-12 lat, a ok. 2% w wieku 7-9 lat) oraz ok. 8% uczniów szkół ponadgimnazjalnych);
- przeglądanie aktywności innych osób oraz szukanie znajomych to najczęstsze powody przebywania na portalach społecznościowych przez młodzież; ponadto kobiety bardziej niż mężczyźni lubią chwalić się swoimi zdjęciami, z kolei mężczyźni częściej niż kobiety porównują wyniki gier;
- większość badanych osób posiada profil przynajmniej na jednym portalu i korzysta z niego najczęściej od 0,5 do 1 godz. dziennie;
- portale społecznościowe są bardziej popularne wśród kobiet niż wśród mężczyzn;
- młodzież szkół ponadgimnazjalnych ma najwięcej zdjęć i znajomych na swoich profilach;
- kobiety mają więcej znajomych i zdjęć na swoich profilach niż mężczyźni;
- młodzież podzielona na grupę niezagrożoną uzależnieniem od sieci i zagrożoną uzależnieniem oraz uzależnioną od Internetu najczęściej przebywała na portalach społecznościowych od 0,5 do 1 godz. dziennie, zarówno w tygodniu, jak i w weekendy;
- odsetek młodzieży przebywającej na portalach społecznościowych powyżej 3,5 godz. dziennie jest zdecydowanie wyższy wśród młodzieży uzależnionej i zagrożonej uzależnieniem od Internetu niż wśród młodzieży prawidłowo korzystającej z sieci.

Z przeprowadzonych badań wynika, że młodzież ma bardzo dużo znajomych na swoich profilach oraz udostępnia dużą liczbę swoich zdjęć, nie zdając sobie sprawy z możliwych konsekwencji takiego zachowania i zagrożeń dla nich samych. Ich zdjęcia czy nagrywane przez młodzież i umieszczane w sieci filmiki

mogą trafić do nieodpowiednich osób (sprawców cyberprzemocy, którymi mogą być zarówno osoby dorosłe, jak i szkolni rówieśnicy) i po odpowiednim przerebieniu (dodaniu niechcianych i niemiłych dla ich właścicieli komentarzy czy też ośmieszających daną osobę tekstów) mogą trafić bez zgody i wiedzy właściciela do oceny przez innych użytkowników w sieci na różne fora czy portale społecznościowe. Wielu młodych ludzi ma złudne przekonanie, że Internet zapewnia im anonimowość, co powoduje, że pozwalają sobie na wiele ryzykownych i niebezpiecznych działań w sieci [Warzecha, 2015b, s. 639, 648].

Wydaje się, że nauczyciele, a w szczególności rodzice powinni monitorować aktywności swoich dzieci w Internecie i nie dopuszczać do sytuacji, gdy Internet, a w szczególności wielogodzinne przebywanie na portalach społecznościowych, staje się jedyną formą rozrywki, komunikacji i spędzania czasu wolnego młodego człowieka. Ponadto szkoła, w szeroko zakrojonych programach profilaktycznych, które powinny być prowadzone na terenie placówek szkolnych, powinna edukować i przypominać młodzieży o niebezpieczeństwach i zagrożeniach, z jakimi młodzi ludzie mogą się spotkać w Internecie.

## Literatura

- Chlaszcz J., Pietruszka M. (2005), *Media*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Gil A. (2011), *Portale społecznościowe sposobem na społeczny problem samotności* [w:] *Spółczesność informacyjna w świecie rzeczywistym i wirtualnym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 656, „Studia Informatica”, nr 28.
- Kaliszewska K. (2014), *Nadmierne używanie internetu. Charakterystyka psychologiczna*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Kittinger M.A., Correia C.J., Irons J.G. (2012), *Relationship between Facebook Use and Problematic Internet Use among College Students*, „Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking”, No. 15(6).
- Kotyśko M., Izdebski P., Michalak M., Andrysiak P., Pluto-Prądyńska A. (2014), *Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych*, „Alkoholizm i Narkomania”, t. 27, nr 2.
- Leung L., Lee P.S. (2012), *Impact of Internet Literacy, Internet Addiction Symptoms, and Internet Activities on Academic Performance*, „Social Science Computer Review”, No. 30.
- Makaruk K. (2013), *Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*, „Dziecko Krzywdzone. Teoria, Badania, Praktyka”, vol. 12, nr 1.
- Pawłowska B., Dziurzyńska E., Gromadzka K., Wallace B.E., Zygo M. (2012), *Objawy uzależnienia od telefonu komórkowego a korzystanie z internetowych portali społecznościowych przez młodzież*, „Current Problems of Psychiatry”, No. 13(2).

- Poprawa R. (2012), *Problematyczne używanie internetu – symptomy i metoda diagnozy. Badania wśród dorastającej młodzieży*, „Psychologia Jakości Życia”, nr 11(1).
- Ross C., Orr E.S., Sisc M., Arseneault J.M., Simmering M.G., Orr R.R. (2009), *Personality and Motivations Associated with Facebook Use*, *Computers in Human Behavior*, No. 25.
- Siwek-Szczepanik A. (2013), *Młode – uzależnione od mass mediów?* [w:] M. Sitarczyk (red.), *Rodzina w mediach, media w rodzinie*, Difin SA, Warszawa.
- Ślęczek-Czakon D. (2006), *Samotność, osamotnienie, odosobnienie. W poszukiwaniu wartości samotności* [w:] P. Domeracki, W. Tyburski (red.), *Zrozumieć samotność. Studium interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Tsitsika A. i in. (2012), *Internet Addictive Behaviour: Statistics and Cross-National Comparison Report*, EU NET ADP.
- Warzecha K. (2014a), *Internet w życiu współczesnego studenta – cele i intensywność korzystania a zagrożenie uzależnieniem* [w:] J. Buko (red.), *Ekonomiczno-społeczne i techniczne wartości w gospodarce opartej na wiedzy*, „Zeszyty Naukowe”, nr 809, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 113, t. 2, Uniwersytet Szczeciński.
- Warzecha K. (2014b), *Portale społecznościowe ucieczką od samotności śląskiej młodzieży szkół ponadgimnazjalnych* [w:] *Samotność: wybór czy konieczność?* Katedra Pedagogiki Katolickiej KUL, Stalowa Wola.
- Warzecha K. (2015a), *Aktywność wykazywana w sieci przez śląskich studentów niezagrażonych i zagrożonych uzależnieniem od Internetu – analiza statystyczna*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 220.
- Warzecha K. (2015b), *Ryzykowne i niebezpieczne zachowania młodzieży gimnazjalnej w Internecie a prawna ochrona nieletnich przez cyberprzemocą* [w:] *Praworzędność: wczoraj, dziś i jutro*, Katedra Pedagogiki Katolickiej KUL, Stalowa Wola.
- Warzecha K. (2016), *Statystyczna analiza aktywności internetowej śląskiej młodzieży w kontekście uzależnienia od Internetu*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 264.
- [www 1] Malik A. (2011), *Prawdziwy początek internetu w Polsce – sensacyjne odkrycie*, <http://www.komputerswiat.pl> (dostęp: 20.10.2014).
- [www 2] <http://www.stat.gov.pl> (dostęp: 3.01.2016).
- [www 3] <https://twitter.com/> (dostęp: 10.01.2016).
- [www 4] <http://programbadawczy.fdn.pl/> (dostęp: 3.01.2016).
- [www 5] Warzecha K. (2013), *Komputer z dostępem do Internetu jako nieodzwonne wyposażenie współczesnych gospodarstw domowych – cele korzystania oraz zagrożenie uzależnieniem* [w:] P. Ucieklak-Jeż (red.), „Pragmata Tes Oikonomias”, cz. 7, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie”, <http://mp.ajd.czyst.pl/~p.ucieklak-jez> (dostęp: 26.10.2014).
- [www 6] <http://pl.wikipedia.org/wiki/Nk.pl> (dostęp: 3.01.2016).

[www 7] <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015> (dostęp: 3.01.2016).

[www 8] *Raport Media Społecznościowe 2014*, <http://interaktywnie.com/biznes/artykuly/raporty-interaktywnie-com/raport-interaktywnie-com-media-spolecznościowe-2014-248921> (dostęp: 10.01.2016).

**SOCIAL NETWORKING SITES A FORM OF ENTERTAINMENT  
AND COMMUNICATION CONTEMPORARY YOUTH  
– STATISTICAL ANALYSIS**

**Summary:** Social networking is a popular means of communication, especially among young people. Portals connect people, provide entertainment and facilitate contacts without leaving home. In Poland, the most popular social network is Facebook. The main objective of the study was to investigate the activity of the Silesian young people on social networks in total and by sex (for which the networks have their own profiles, why they use portals and how long they spend on them, how many have friends and pictures from when they are on the website).

**Keywords:** social networking sites, youth, Internet addiction.