

**Paulina Perz**

Szkoła Podstawowa Nr 66 im. Misji Pokojowych ONZ  
z Oddziałami Sportowymi w Bydgoszczy

## **KORZYSTANIE Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH PRZEZ BADANE GRUPY DZIECI, RODZICÓW I NAUCZYCIELI<sup>1</sup>**

### **USE OF SOCIAL NETWORKS BY THE STUDIED GROUPS OF CHILDREN, PARENTS AND TEACHERS**

**Streszczenie:** Celem badania własnego, związanego z portalami społecznościowymi, było sprawdzenie, w jakim natężeniu korzystają z nich adolescenty, czy rodzice i nauczyciele używają ich w sposób nadmierny, a także porównanie tych trzech grup w kontekście użytkowania tych portali. W badaniu wzięło udział 290 osób, do analizy wykorzystano dane 236 osób, z czego uczniów było 99, w wieku od 12 do 15 lat, rodziców 96, a nauczycieli 41. Do badania wykorzystano 3 kwestionariusze, które były wypełniane w formie online. Wyniki badania pokazały, że adolescenty spędzają na portalach społecznościowych więcej czasu w porównaniu do rodziców i nauczycieli. Natomiast jeżeli chodzi o samego Facebooka, to uczniowie różnią się w sposobie użytkowania od rodziców, ale nie od nauczycieli. Grupa rodziców i nauczyciele to użytkownicy Facebooka, a uczniowie wybierają Instagram jako portal, na którym spędzają swój czas.

**Słowa kluczowe:** portale społecznościowe, uczniowie, rodzice, nauczyciele, nadużywanie.

**Abstract:** The aim of the own research was to check the intensity of adolescence using social networks and whether parents and teachers use social networks excessively, as well as to compare these three groups in the context of the use of websites. 290 people took part in the study, 236 were taken into analysis, of which 99 were students aged 12 to 15, 96 parents, and 41 teachers. Three questionnaires were used for the study, which were completed online. The results of the study showed that adolescents spend more time on social networks compared to parents and teachers. However, when it comes to Facebook itself, students differ in the way they use from their parents, but they do not differ from teachers. The group of parents and teachers are Facebook users and students choose Instagram as the website where they spend their time.

**Keywords:** social media, students, parents, teachers, abuse.

---

<sup>1</sup> W niniejszym artykule przedstawiam rezultaty badania zrealizowanego na potrzeby pracy magisterskiej nt. „Nadmierne korzystanie z portali społecznościowych z perspektywy dzieci, rodziców i nauczycieli”, przygotowanej pod kierunkiem prof. dr hab. Pawła Izdebskiego, obronionej dnia 14.06.2021 r. (Wydział Psychologii, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy).

## Wprowadzenie

Portale społecznościowe to „część życia” zarówno osób młodszych, jak i starszych. Związany z tym problemem, którym zaczęli interesować się badacze<sup>2</sup>, jest sposób użytkowania portali przez różne grupy społeczne i kwestia ryzyka uzależnienia się od nich. Szczególnie niebezpieczne wydaje się nadmierne korzystanie przez osoby młode, które traktują portale jako sposób na komunikację z innymi i zarazem szeroko rozumianą rozrywkę. Dla nich nieodzowne są smartfony i ich zawartość oraz możliwość szybkiego sprawdzenia wiadomości, odpisania, umieszczenia zdjęcia czy informacji jako postu, skomentowania czy polubienie tego, co umieścił ktoś inny. Proponowany temat jest ważny w kontekście szeroko rozumianej profilaktyki psychopedagogicznej oraz zwrócenia uwagi na to, jak postawa dorosłych może wpływać na to, co robi młodzież i czy korzysta z Internetu, w tym z portali, w sposób bezpieczny. Tym bardziej że sytuacja związana z siecią internetową charakteryzuje się ciągłym rozwojem czy ogólnie dynamiką – młodzież szuka nowych i coraz bardziej atrakcyjnych form rozrywki.

W niniejszym artykule przedstawiono rezultaty badania własnego dotyczące natężenia korzystania z portali społecznościowych przez badanych uczniów, rodziców i nauczycieli, wraz z porównaniem sposobu użytkowania portali, w tym Facebooka, przez wskazane grupy. Badanie zostało zrealizowane na przełomie lat 2020/2021. Wzięło w nim udział 290 osób – uczniowie klas szkoły podstawowej, rodzice uczniów oraz nauczyciele. W grupie uczniów znalazły się osoby z dwóch klas 6., sześciu klas 7. oraz czterech klas 8., którzy uczęszczają do Szkoły Podstawowej Nr 66 im. Misji Pokojowych ONZ z Oddziałami Sportowymi w Bydgoszczy. Grupę rodziców stanowili ojcowie i matki uczniów klas 5, 6, 7 i 8 wskazanej szkoły. Natomiast nauczyciele byli pracownikami Szkoły Podstawowej Nr 66 im. Misji Pokojowych ONZ z Oddziałami Sportowymi w Bydgoszczy oraz Szkoły Podstawowej nr 17 z Oddziałami Dwujęzycznymi w Bydgoszczy. Obie szkoły znajdują się na bydgoskim osiedlu Fordon. Szczegółową charakterystykę osób badanych przedstawiono w tabeli nr 1, zamieszczonej na kolejnej stronie.

---

<sup>2</sup> np. badania przeprowadzone w 2012 roku przez EU NET ABD w 7 krajach europejskich. Makaruk, K., *Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, 2013, nr 1.

**Tabela 1. Charakterystyka osób badanych (N= 236)**

Opis grupy badanej	Cała grupa badana		Uczniowie n=99		Rodzice n=96		Nauczyciel n=41	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
<b>Płeć</b>								
Kobieta	173	72,3	46	46,5	88	91,7	36	87,8
Mężczyzna	66	27,3	53	53,5	8	8,1	5	12,2
<b>Wiek</b>								
12 lat	24	24,2	24	24,2				
13 lat	47	47,5	47	47,5				
14 lat	27	27,3	27	27,3				
15 lat	1	1	1	1				
25–34 lat	28	20,8			12	12,5	16	39
35–40 lat	51	38			37	38,5	12	29,3
41–50 lat	54	40,2			44	45,8	9	22
51–60 lat	6	4,4			3	3,1	3	7,3
Powyżej 60 lat	1	0,7			0	0	1	2,4
Stan cywilny								
W związku					76	79,1	32	78
Wolny					20	20,8	9	21,9
<b>Wykształcenie</b>								
Podstawowe					2	2,1		
Gimnazjalne					4	4,1		
Średnie					30	31,2		
Wyższe					60	62,5		
<b>Staż pracy</b>								
Od 1 r. – 5 lat							10	24,4
Od 6 l. – 10 l.							11	26,8
Od 11 l. – 20 l.							13	31,7
Powyżej 20 l.							7	17,1

Źródło: badania własne.

W badaniu wykorzystano model korelacyjny. Na podstawie literatury przedmiotu, danych z badań naukowych i statystyk zostały postawione hipotezy badawcze:

- Hipoteza 1: Istnieje różnica między badanymi uczniami, rodzicami i nauczycielami w sposobie korzystania z portali społecznościowych, mierzona za pomocą kwestionariuszy SONKSS-14.
- Hipoteza 2: Istnieje różnica między badanymi uczniami, rodzicami i nauczycielami w sposobie korzystania z portali społecznościowych, mierzona za pomocą kwestionariuszy BFAS oraz Kwestionariusza dotyczącego aktywności na portalach społecznościowych.
- Hipoteza 3: Istnieje związek pomiędzy częstotliwością korzystania z portali społecznościowych a badanymi rodzicami i dziećmi.
- Hipoteza 4: Badani adolescenti spędzają na portalach społecznościowych więcej czasu niż rodzice i nauczyciele.
- Hipoteza 5: Istnieją różnice w wyborze danego portalu społecznościowego wśród badanych adolescentów, rodziców i nauczycieli.
- Hipoteza 6: Badani adolescenti częściej są użytkownikami Instagrama, Snapchata, natomiast rodzice i nauczyciele korzystają głównie z Facebooka.

W badaniu zostały wykorzystane narzędzia: Skala Oceny Nadmiernego Korzystania z Sieci Społecznościowych (SONKSS), Kwestionariusz dotyczący aktywności na portalach społecznościowych, Skala Uzależnienia od Facebooka (BFAS).

Skala Oceny Nadmiernego Korzystania z Sieci Społecznościowych służy do oceny zjawiska przesadnego użytkowania sieci społecznościowych. Składa się z 14 pozycji, a odpowiedzi są udzielane w oparciu o pięciostopniową skalę Likerta, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”. Narzędzie powstało w ramach projektu pt. *Osobowościowe uwarunkowania nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych wśród adolescentów*, współfinansowanego ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych, pozostających w dyspozycji Ministra Zdrowia. Projekt był prowadzony w latach 2013–2014 pod kierownictwem prof. dr hab. P. Izdebskiego. Opracowano 56 pytań, z czego ostatecznie wyłoniono 48 pozycji, które obejmowały 7 wskaźników mówiących o nadmiernym korzystaniu z portali społecznościowych. Są to: zaabsorbowanie, utrata kontroli, objawy odstawienia, wzrost tolerancji, zaniedbywanie innych źródeł przyjemności, korzystanie pomimo negatywnych konsekwencji oraz zmiana nastroju / ucieczka. Przeprowadzono analizy czynnikowe i podjęto decyzję o skróceniu kwestionariusza do 30 pozycji i wydzieleniu czterech czynników. Po kolejnych analizach podjęto decyzję o rozwiązaniu jednoczynnikowym, które miało bardzo dobre parametry w confirmacyjnej analizie czynnikowej:

$\chi^2=255,41$ ,  $df=73$ ,  $p<0,001$ ;  $\chi^2/df=3,499$ ;  $GFI=0,966$ ;  $AGFI=0,952$ ;  $RMSEA=0,049$  [0,042-0,055];  $CFI=0,979$ . Procent wyjaśnianej wariancji sprawdzany za pomocą eksploracyjnej analizy czynnikowej wyniósł ok. 57%<sup>3</sup>.

Kwestionariusz dotyczący aktywności na portalach społecznościowych został opracowany w ramach przywołanego już projektu. Autorami są P. Izdebski, M. Kotyśko, M. Michalak i P. Andryszak. Kwestionariusz składa się łącznie z 20 pytań – dwa pierwsze są oznaczone literami A i B, natomiast pozostałe mają numery od 1 do 18. Pytanie A ma na celu wskazanie, czy uczestnik badania posiada konto na jakimkolwiek portalu społecznościowym. Jeżeli udzieli on odpowiedzi twierdzącej, to wypełnia pozostałe pytania, jeżeli negatywnej – kończy wypełnianie kwestionariusza. Pytanie B jest otwarte – badani wpisują, z jakiego portalu korzystają najczęściej. Pytania od 1 do 4 mają z kolei formę zamkniętą; uczestnik zaznacza w nich właściwą dla siebie odpowiedź. Informacje w nich zawarte dotyczą: czasu posiadania konta, liczby logowań na portalu, czasu spędzanego w trakcie jednego logowania oraz czasu spędzanego dziennie na portalu. Pytania 5, 6 i 7 to pytania otwarte, które dotyczą ilości znajomych na danym portalu oraz liczby zdjęć na swoim profilu. Kolejne pytania, czyli 8, 9 i 10, dotyczą zdjęcia profilowego – faktu jego posiadania i przerabiania, wraz z uzasadnieniem. Pytania od 11 do 16 obejmują częstotliwość podejmowania różnych aktywności na portalu, takich jak komentowanie zdjęć i wpisów innych osób, umieszczanie nowych informacji na swojej Tablicy, zmiana statusu, dodawanie nowych zdjęć na profilu, zmiana zdjęcia profilowego oraz „lajkowanie”. Badany wybiera spośród sześciu możliwości: „nigdy”, „kilka razy w ciągu roku”, „rzadziej niż raz w miesiącu”, „kilka razy w miesiącu”, „kilka razy w ciągu tygodnia” oraz „kilka razy w ciągu dnia”. Kolejne dwa pytania Kwestionariusza dotyczą powodów korzystania z portalu i motywów założenia konta na portalu. Lista przyczyn została opracowana pod względem motywów wyodrębnionych w różnych analizach portali. Ostatnie pytanie dotyczy określenia, co sprawiło, że osoba założyła konto na portalu społecznościowym<sup>4</sup>.

Skala Uzależnienia od Facebooka (BFAS) powstała w 2012 roku i jej autorami są C.S. Andreassen, T. Torsheim, G.S. Brunborg, S. Pallesen. Autorami polskiej adaptacji są E. Charzyńska i J. Gózdź<sup>5</sup>. Przeprowadziły one badanie, które miało na celu przygotowanie polskiej adaptacji skali. W badaniu wzięły udział 652 oso-

<sup>3</sup> Izdebski P., Michalak M., Andryszak P., Kotyśko M., (2014) Osobowościowe uwarunkowania nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych wśród adolescentów, pobrane z <https://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/do-pobrania/> (dostęp 3.12.2020 r.), s. 11.

<sup>4</sup> Kotyśko M., „System Ja a sposób użytkowania Portalu Społecznościowego Facebook”, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, 2016, s. 116, praca doktorska niepublikowana

<sup>5</sup> Charzyńska E., Gózdź J., *W sieci uzależnienia. Polska adaptacja Skali Uzależnienia od Facebooka (the Bergen Facebook Addiction Scale) C.S. Andreassen, T. Torsheima, G.S. Brunborga i S. Pallesena*, „Chowanna”, 2014, nr 1, s. 169.

by w wieku 14–30 lat. Pula 18 pozycji została rozpowszechniona wśród badanych wraz z miarami dotyczącymi używania Facebooka, samooceny, poczucia samotności oraz relacji z rodzicami i rodzeństwem. Sześć pozycji cechujących się najwyższą korelacją weszło w skład finalnej wersji narzędzia. Zarówno rzetelność, jak i trafność narzędzia okazały się być dobre. Rzetelność mierzona  $\alpha$ -Cronbacha wynosi od 0,82 do 0,86. Natomiast jeżeli chodzi o trafność, to za pomocą confirmacyjnej analizy czynnikowej wykazano jednoczynnikową strukturę skali. Dopasowanie modelu jest akceptowalne. Wyniki w skali pozytywnie korelują z narcyzmem, lękiem społecznym, samotnością oraz stresem. Negatywne związki uzależnienia zaobserwowano w przypadku ugodowości, stabilności emocjonalnej, otwartości na doświadczenie, samoskuteczności, zadowolenia ze zdrowia, zadowolenia ze snu oraz jakości życia. Skala służy do pomiaru uzależnienia od Facebooka. Oparta jest na sześciu kryteriach uzależnień wyróżnionych przez Griffithsa<sup>6</sup>, gdzie każda pozycja testowa odpowiada jednemu z kryteriów uzależnienia:

1. zaabsorbowanie (dominacja),
2. modyfikacja nastroju,
3. tolerancja,
4. symptomy odstawienia,
5. konflikt,
6. nawroty.

Skala posiada 5-stopniowy format odpowiedzi, gdzie 1 oznacza „bardzo rzadko”, a 5 „bardzo często”. Im wyższy wynik na skali, tym wyższe uzależnienie od Facebooka<sup>7</sup>. Podczas badań własnych dokonano sprawdzenia rzetelności kwestionariusza. W grupie 236 osób współczynnik  $\alpha$ -Cronbacha wyniósł 0,82, a więc zgodnie z wartością uzyskaną w badaniach adaptacyjnych.

## Portale społecznościowe, ich charakterystyka i popularność

W Polsce używa się zamiennie określeń: serwis społecznościowy, sieć społecznościowa, portal społecznościowy<sup>8</sup>. Pomysłodawcy serwisów typu Web 2.0, chcieli, by serwis internetowy dawał jak najwięcej możliwości tym, którzy będą z niego korzystać. W odróżnieniu od wcześniejszych rozwiązań (Web 1.0) tutaj nie są naj-

<sup>6</sup> Griffiths M., D., A „components” model of addiction within a biopsychosocial framework., „Journal of Substance Use”, 2005, nr 10, 4, s. 193-195.

<sup>7</sup> Charzyńska E., Gózdź J., op.cit., s. 170.

<sup>8</sup> Izdebski P., Kotyśko M., Michalak M., Andryszak P., Pluto – Prądyńska A., *Nadmierne korzystanie z portali społecznościowych*, „Alkoholizm i Narkomania”, 2014 nr 27, 2, s. 179.

ważniejsze informacje i komunikaty, ale to, co pomiędzy nimi zachodzi<sup>9</sup>. Portale społecznościowe umożliwiają tworzenie i wymianę treści wygenerowanych przez ich użytkowników. Służą do tworzenia własnych profili i własnych sieci społecznych z podobnymi zainteresowaniami, życiem zawodowym, edukacyjnym czy też prywatnym. Słowem: pozwalają na duży zakres aktywności<sup>10</sup>.

Portale społecznościowe, w zależności od ich charakteru, dzielą się na wiele kategorii. Możemy wymienić portale zewnętrzne (dostępne dla wszystkich użytkowników internetu) i wewnętrzne (dostępne dla zamkniętej społeczności, zrzeszające ludzi np. z tej samej firmy). Dzieląc portale ze względu na rodzaj głównego podmiotu, możemy wymienić portale zorientowane na użytkownika i zorientowane na grupę. Ze względu na charakter możemy podzielić portale na profesjonalne (np. GoldenLine.pl) i towarzyskie (np. Naszaklasa.pl). natomiast pod względem sposobu, w jaki czerpią dochody, wyróżnia się portale uzyskujące dochody z reklam, serwisy udostępniające funkcje po opłaceniu abonamentu i serwisy niekomercyjne, bez reklam<sup>11</sup>. Serwis społecznościowy niezależnie od rodzaju oferuje swoim użytkownikom wiele możliwości: stworzenia własnego profilu, uzupełniania informacji na nim, dodania zdjęcia i znajomych, umieszczania treści (teksty, filmy, linki), wchodzenia w interakcję z innymi uczestnikami (komentowanie postów, zdjęć)<sup>12</sup>.

Obecnie spośród dostępnych sieci społecznościowych możemy wyróżnić te, które cieszą się największą popularnością. Każdy z portali ma inne zadanie i w zależności od tego, do czego chcemy go wykorzystać z różną częstotliwością go odwiedzamy. W 2004 roku student z Uniwersytetu Harvarda, M. Zuckerberg, stworzył serwis społecznościowy Facebook, który adresowany był na samym początku do studentów, a później również do licealistów. Po dwóch latach został udostępniony dla wszystkich zainteresowanych. Warunkiem było posiadanie swojego adresu mailowego oraz ukończenie 13. roku życia. W Polsce możemy korzystać z Facebooka od 2008 roku<sup>13</sup>. Główne narzędzia oferowane przez ten portal to:

<sup>9</sup> Frankowski P., Juneja A., *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i modernizacja*, Gliwice, Helion, 2016, s. 10.

<sup>10</sup> Klingemann J.I., Sierosławski J., *Korzystanie z mediów społecznościowych wśród młodzieży. Wyniki Badań ESPAD w Polsce na tle wybranych krajów europejskich*, „Alcohol Drug Addict”, 2018, nr 31(2), s. 89.

<sup>11</sup> Frankowski P., Juneja A., op. cit., s. 35.

<sup>12</sup> Drabek M., Klimowicz M., *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*, Warszawa - Wrocław, 2013, s. 7, pobrane z: [https://silo.tips/queue/serwisy-spoecznościowe-i-oferowane-przez-nie-moliwoci-monitorowania-losow-zawodow?&queue\\_id=1&v=1607438498&u=MzEuMTMuMTMwLjc2](https://silo.tips/queue/serwisy-spoecznościowe-i-oferowane-przez-nie-moliwoci-monitorowania-losow-zawodow?&queue_id=1&v=1607438498&u=MzEuMTMuMTMwLjc2) (dostęp 1.12.2020r.).

<sup>13</sup> Sigda, K., *Portale społecznościowe – wpływ na dzieci młodzież*, „Kognitywistyka i Media w Edukacji”, 2018, nr 1, s. 64.

- możliwość umieszczania postów, zdjęć, linków, komentarzy na tablicy (*wall*),
- wewnętrzny komunikator,
- możliwość tworzenia, instalowania i udostępniania innym różnych aplikacji,
- *fan page* – specjalna strona przeznaczona głównie dla firm, organizacji, osób publicznych itp.,
- możliwość tworzenia wydarzeń i grup, a także dołączania do nich,
- dostęp do aktualności znajomych i ulubionych stron,
- wideorozmowy i czat grupowy,
- Facebook Connect – możliwość logowania się na inne strony przy wykorzystaniu istniejącego już loginu,
- dostęp administratorów stron do danych statystycznych dotyczących stron typu *fan page* (np. liczba użytkowników aktywnych, interakcje, liczba wyświetleń postu itp.),
- oś czasu – przebudowany profil użytkownika z wpisami i wydarzeniami naniesionymi chronologicznie na linię czasu,
- wsparcie dostępu technologii mobilnych do strony poprzez aplikacje na urządzenia przenośne i optymalizację strony<sup>14</sup>.

Pod koniec 2012 roku Facebook zanotował miliard użytkowników<sup>15</sup>, w 2017 roku miał już ponad 2 miliardy użytkowników<sup>16</sup>. Najnowsze dane mówią o tym, że w drugim kwartale 2017 roku portal miał 2,7 miliarda aktywnych użytkowników, co plasuje go na pierwszym miejscu wśród najpopularniejszych portali społecznościowych na świecie. W ostatnim raportowanym kwartale firma podała, że każdego miesiąca 3,14 miliarda ludzi używa co najmniej jednego z podstawowych produktów firmy (Facebook, WhatsApp, Instagram lub Messenger)<sup>17</sup>. Popularną wśród użytkowników Facebooka jest jego funkcja Messenger, służąca do komunikowania się z innymi – w 2018 roku korzystało z niej 1,3 miliarda

<sup>14</sup> Szymański G., Kowalczyk A., *Rola aplikacji reklamowych Facebooka we współczesnych strategiach marketingowych*, „Studia Informatica”, 2012, nr 31, s. 265-266.

<sup>15</sup> Clement, J., *Facebook: numer of monthly active users worldwide 2008 – 2020*, 2020, pobrano z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> [dostęp 1.12.2020].

<sup>16</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., *Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych*, Warszawa, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, 2018, s. 24

<sup>17</sup> Clement, J., *Facebook: numer of monthly active users worldwide 2008 – 2020*, 2020, pobrano z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (dostęp 1.12.2020 r.).



ludzi. Pomimo tak dużej liczby osób korzystających z Facebooka odnotowuje się w Stanach Zjednoczonych zmniejszenie liczby młodych użytkowników między 12. a 17. rokiem życia<sup>18</sup>.

Drugim popularnym wśród młodych portalem społecznościowym jest YouTube, który został stworzony w 2005 roku. W Polsce pojawił się w 2007 roku. Umożliwia on zamieszczanie i przeglądanie różnych filmów, zarówno amatorskich, nagranych przez użytkowników, jak i profesjonalnych, przygotowanych przez producentów filmowych. Portal stanowi własność firmy Google i jest dostępny w 42 krajach i 54 językach. Codziennie umieszczanych jest tam 85 tysięcy filmów<sup>19</sup>, a oglądanych 200 milionów<sup>20</sup>. Według Stachowiak-Krzyżan<sup>21</sup> YouTube cieszy się popularnością wśród młodych ludzi, którzy używają go w sposób regularny i deklarują, że odwiedzają go kilka razy w ciągu tygodnia lub częściej (90% badanych). Wśród użytkowników częściej wskazuje się mężczyzn niż kobiety – 87% respondentów ogląda filmy codziennie.

Kolejnym popularnym portalem społecznościowym jest Instagram. Został on stworzony przez K. Systroma i M. Kriegera w USA w 2010 roku. Dwa lata później zakupił go Facebook. Instagram pozwala na dzielenie się zdjęciami i krótkimi filmami, które mogą być powiązane z lokalizacją. Można operować zdjęciami poprzez zmianę kontrastu, jasności, cieni czy też ustawianie filtrów. Tym, co odróżnia Instagram od innych portali, które umożliwiają wymianę zdjęć, jest to, że aplikacja nadaje im kwadratowy kształt. Użytkownicy Instagrama mogą obserwować zdjęcia zamieszczane przez innych i komentować je; mogą także, zamieszczając fotografie, pokazać, w jakim miejscu byli i z kim. Ten portal społecznościowy cały czas się rozwija<sup>22</sup>. W 2014 roku miał już 3 miliony użytkowników, a w porównaniu do poprzedniego roku ta liczba podwoiła się<sup>23</sup>. W 2016 roku ogłosił, że ma już 500 milionów zarejestrowanych użytkowników, którzy przesyłają średnio 95 milionów zdjęć dziennie i średnio 4,2 miliarda polubień dziennie<sup>24</sup>. Od czerw-

<sup>18</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., op. cit., s. 26.

<sup>19</sup> Zalewska – Bochenko A., (2016), *Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego*, „Studia Informatica Pomerania”, 2016, nr 2 (40), s. 93.

<sup>20</sup> Frankowski P., Juneja A., op. cit., s. 29.

<sup>21</sup> Stachowiak-Krzyżan M., *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez młodych konsumentów w procesach zakupowych*, „MINIB”, 2019, nr 31, s. 97

<sup>22</sup> Sigda, K., *Portale społecznościowe – wpływ na dzieci młodzież*, „Kognitywistyka i Media w Edukacji”, 2018, nr 1, s. 66.

<sup>23</sup> Kostrzewska M., (2015), *Dlaczego ptaszek nie wszędzie ćwierka tak samo głośno? Czyli social media po polsku*, „Nowy Marketing”, 2015, s. 25, pobrane: <https://nowymarketing.pl/a/7315,social-media-2010-2015-2020-ebook-od-nowego-marketingu> (dostęp 2.12.2020 r.).

<sup>24</sup> Woollaston V., *Instagram now has half a billion users*, 2016, pobrane z: <https://www.wired.co.uk/article/instagram-doubles-to-half-billion-users> (dostęp 01.12.2020 r.).

ca 2018 r. portal zgłosił ponad 1 miliard aktywnych użytkowników miesięcznie na całym świecie, a dzienna liczba aktywnych użytkowników sieci społecznościowej wyniosła 500 milionów. Jest zdominowany głównie przez użytkowników poniżej 35. roku życia, a w Stanach Zjednoczonych jest najbardziej popularnym portalem wśród nastolatków<sup>25</sup>. W Polsce w latach 2017–2018 badania na reprezentatywnej grupie w wieku od 16. do 26. roku życia pokazały, że Instagram to trzeci najczęściej odwiedzany portal społecznościowy (70% badanych). Najczęściej korzystają z niego kobiety<sup>26</sup>, co może być związane z zainteresowaniem modą, ubiorem, a także zdrowym stylem życia<sup>27</sup>.

Portalem społecznościowym, który zdobywa popularność szczególnie wśród młodych ludzi, jest Snapchat; obok Instagrama to najczęściej używany portal<sup>28</sup>. Służy do przesyłania zdjęć, wiadomości obrazkowych i udostępniania multimedialnych, pozwala też na tworzenie różnorodnych efektów (np. wyłupiane oczy, „zamiana” w kota, psa), polegających na rozpoznawaniu twarzy i dopasowaniu określonych nakładek. Snapchat jest tak skonstruowany, aby operować głównie zdjęciami i filmami, a ograniczyć tekst<sup>29</sup>. W 2016 roku liczba dziennych użytkowników tego portalu wyniosła 158 milionów, wśród nich najwięcej było osób młodych (przykładowo: w Wielkiej Brytanii 61% korzystających z aplikacji to osoby od 18. do 29. roku życia<sup>30</sup>). Wielu z nich przestaje korzystać z Facebooka, a funkcje Snapchata niewymagające pisania tekstów przyciągają młodych – 23% to użytkownicy poniżej 17. roku życia. W Polsce pod koniec 2016 roku większość użytkowników portali społecznościowych korzystała z Facebooka – 84%, natomiast ze Snapchatu tylko 14% internautów, ale tendencja jest wzrostowa<sup>31</sup>. W 2019 roku na używanie Snapchatu wskazało około 67% młodzieży i – podobnie jak w przypadku Instagrama – są to głównie dziewczęta<sup>32</sup>.

<sup>25</sup> Clement J., *Instagram - Statistics & Facts*, 2020, pobrano z: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> [dostęp 1.12.2020].

<sup>26</sup> Stachowiak-Krzyżan M., op. cit., s. 98

<sup>27</sup> Bochenek M., Lange R., *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*, Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy, 2019, s. 19, pobrano z: <https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html> (dostęp 7.09.2020 r.).

<sup>28</sup> Bochenek M., Lange R., op. cit., s. 19

<sup>29</sup> Krzysiak, Sz., *Ze Snapchatem otworzysz galerię handlową, zareklamujesz lakier do paznokci i pójdziesz do kina*, „Nowy Marketing”, 2015, s. 16, pobrane: <https://nowymarketing.pl/a/7315,social-media-2010-2015-2020-ebook-od-nowego-marketingu> (dostęp 2.12.2020 r.).

<sup>30</sup> Statista, *Snapchat in Europe - Statistics & Facts*, pobrane z: <https://www.statista.com/topics/3451/snapchat-in-europe> (dostęp 1.12.2020 r.).

<sup>31</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., *Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych*, Warszawa, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, 2018, s. 30.

<sup>32</sup> Bochenek M., Lange R., op. cit., s. 19-20.

## Motywy korzystania z portali społecznościowych z perspektywy adolescentów

Media społecznościowe dla adolescentów są niezbędnym narzędziem do zawierania i utrzymywania kontaktów ze znajomymi i bliskimi. Służą im też do prezentowania siebie innym, do eksperymentowania z własną tożsamością, co daje idealną przestrzeń w procesie dojrzewania. Portale społecznościowe to dla młodzieży miejsce do aktywności w różnych dziedzinach życia. Pozwala im na angażowanie się w akcje społeczne oraz dzielenie się z innymi swoimi zainteresowaniami<sup>33</sup>. Niektórzy młodzi chcą się też rozwijać i samorealizować na portalach społecznościowych – mają swoje pasje, hobby i przez profil na Facebooku czy kanał na YouTube dzielą się nimi z innymi ludźmi<sup>34</sup>.

W 2012 roku portal internetowy EU NET ABD przeprowadził badania w 7 krajach europejskich, w tym w Polsce, wśród młodzieży w wieku 14–17 lat. Powody korzystania z portali społecznościowych, jakie podali badani, to:

- bycie w kontakcie z innymi, z osobami, z którymi badani nie widzą się na co dzień, także bycie na bieżąco z informacjami o nich;
- ciekawość – chęć wejścia na portal, żeby sprawdzić, co słychać u innych;
- uczucie napięcia – napięcie zmniejsza się po odwiedzeniu portalu;
- omawianie ważnych spraw, których badani nie zdążyli poruszyć w szkole;
- poznawanie nowych osób – czasami kontakt z kimś, kogo się zna z widzenia, np. ze szkoły;
- wspólne odrabianie lekcji w klasowej grupie na portalu społecznościowym;
- bycie na bieżąco z informacjami na temat znajomych;
- obserwowanie osób i czerpanie z ich profilów wiedzy na ich temat;
- obserwowanie aktualnych wydarzeń, koncertów czy urodzin znajomych<sup>35</sup>.

Podobne motywy wskazane zostały w badaniach przeprowadzonych w 2017 roku przez badaczy z Uniwersytetu Warszawskiego. Zwrócili oni uwagę, że podstawowym motywem korzystania z portali społecznościowych jest szeroko rozu-

<sup>33</sup> Borkowska A., (2019) *Pokolenie sieci. Obraz współczesnych polskich nastolatków i jego implikacje dla profilaktyki*, „Uzależnienia”, nr 4 (88), s. 26.

<sup>34</sup> Pyżalski J., *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wiadomości z badań jakościowych*, Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy, 2019, s. 71

<sup>35</sup> Makaruk, K (2013), *Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, 2013, nr 1, s. 72-73

miana chęć rozrywki – oglądanie zdjęć innych, używanie nakładek i filtrów na zdjęcia, chęć kontaktowania się z innymi poprzez Messengera<sup>36</sup>.

W maju 2020 roku specjaliści z Instytutu Matki i Dziecka przeprowadzili badanie wśród 2408 osób w wieku od 11 do 18 lat. Chcieli sprawdzić, jakie są potrzeby i obawy młodych ludzi w czasie izolacji. Około 40% badanych zadeklarowało większą aktywność w mediach społecznościowych. Być może dlatego, że połowa respondentów podała, że będąc w domu, nudzi się, nie może w pełni realizować swoich zainteresowań i talentów. 75% badanych uznało brak kontaktu z rówieśnikami za duży kłopot. Niemożność spotkania się ze znajomymi w sposób rzeczywisty, zastąpili sobie spotkaniami online<sup>37</sup>.

### **Motywy korzystania z portali społecznościowych z perspektywy dorosłych**

Ludzie dorośli, którzy urodzili się przed pojawieniem się nowoczesnych technologii, nazywani są „cyfrowymi imigrantami”. Zetknęli się oni z Internetem na pewnym etapie swojego życia. Niezależnie od tego, jakie są ich umiejętności w poruszaniu się w świecie Internetu, nadal oddzielają życie realne od wirtualnego – to dla nich dwie osobne sfery. Są pokoleniem, które potrafi być biegłe w poruszaniu się w cyberprzestrzeni, ale nie będą nigdy traktować środowiska Internetu i portali społecznościowych jak swojego środowiska<sup>38</sup>.

Właśnie wśród osób dorosłych przeprowadzono w 2016 roku badania odnośnie wykorzystywania Internetu w ich życiu. Jedną z badanych kwestii było korzystanie z portali społecznościowych. M. Jabłońska i K. Billewicz<sup>39</sup> podają, że osoby starsze urodzone między 1977–1997 najchętniej korzystają z Facebooka i YouTube'a i jako powód wskazują rozrywkę, z kolei portale GoldenLine i LinkedIn wykorzystują również do celów biznesowych. Dorośli użytkownicy dbają o treści zamieszczane na swoich profilach, chroniąc w ten sposób swoją prywatność. Wśród osób starszych w wieku 50+ korzystanie z portali społecznościowych jest przepustką do młodszego pokolenia i stanowić może nic porozumienia z młodszymi bliskimi z rodziny. Tacy użytkownicy mówią też o byciu w stałym kontakcie ze swoimi bliskimi, którzy mieszkają w innej części Polski

<sup>36</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., op. cit., s. 34- 35

<sup>37</sup> Instytut Matki i Dziecka, 2020, pobrane z: <https://imid.med.pl/pl/aktualnosci/zostan-w-domu> [dostęp 3.12.2020].

<sup>38</sup> Jabłońska M., R., Billewicz K., *Pokolenie przełomu w WEB 2.0*, „Folia Socjologika”, 2016, nr 56, s. 84

<sup>39</sup> Jabłońska M., R., Billewicz K, op. cit., s.91

lub w innym kraju. Starsi wykorzystują także portale do odnowienia swoich znajomości z lat młodości oraz odszukania zaginionych bliskich<sup>40</sup>. Innymi rodzajami motywacji do korzystania z portali jest śledzenie wiadomości ze świata, co odróżnia ich od grupy adolescentów. Szukają też interesujących wydarzeń, a także widzą tam przestrzeń dla wyrażania swoich poglądów poprzez reakcję na posty i komentarze innych osób<sup>41</sup>.

Współczesna szkoła, żeby dobrze zainteresować dzieci czy też być dla nich autorytetem, musi się orientować i być na bieżąco z nowinkami cyfrowymi, w tym portalami społecznościowymi. Nauczyciele, dla których ważna jest komunikacja z uczniami i znalezienie porozumienia z nimi, sięgają właśnie do portali i wykorzystują je w swojej pracy<sup>42</sup>. W 2012 roku firma Librus przeprowadziła badania sondażowe w grupie 160 dydaktyków. Najwięcej z nich wykorzystuje w swojej pracy YouTube, pokazując uczniom filmy, w celu urozmaicenia lekcji. Większość nauczycieli (90%) wykorzystuje takie portale jak Facebook do poszukiwania informacji i przekazania ich na lekcjach. Część (40%) tej grupy zawodowej polecała też swoim uczniom ciekawe treści zamieszczone na innych portalach, uznając, że to im pomoże w procesie kształcenia i rozwijania swoich zainteresowań.

Nauczyciele zostali zapytani o korzyści, jakie widzą z korzystania z portali społecznościowych. Najczęściej wskazywali: większe zaufanie uczniów do dydaktyków, poprawę relacji uczeń – nauczyciel, lepsze przygotowanie dzieci i młodzieży do zajęć, wyższe wyniki w nauce, zwiększenie kreatywności u uczniów i aktywności na danym przedmiocie. Nauczyciele używają też portali społecznościowych i zawartych w nich komunikatorów do kontaktu, tworząc klasowe chaty i grupy. Niewątpliwie jest to szybki sposób na kontakt także z rodzicami uczniów. Nauczyciele, którzy uważają, że sięganie do portali jest czymś naturalnym w edukacji, powinni wykorzystywać je do pokazania uczniom, w jaki sposób z nich korzystać w procesie zdobywania wiedzy, dbając jednocześnie o bezpieczeństwo<sup>43</sup>.

---

<sup>40</sup> Buczak A., *Spoleczeństwo 55+ jako nowy odbiorca innowacji w wirtualnym świecie portali społecznościowych i informacyjnych*, „Prace Naukowe WWSZiP”, 2013, nr 25(5), s. 455

<sup>41</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., op. cit., s. 37

<sup>42</sup> Spławska – Murmyło M., Wawryszczuk A., *Wykorzystanie technologii informacyjno – komunikacyjnych w komunikacji międzyludzkiej*, Warszawa: ORE, 2017, s. 12-13.

<sup>43</sup> Kalinowska S., *Media społecznościowe coraz popularniejsze w szkole, 2012* <https://www.edunews.pl/nowoczesna-edukacja/ict-w-edukacji/2068-media-spoecznościowe-coraz-popularniejsze-w-szkole> (dostęp 3.12.2020 r.).

## **Korzystanie z portali społecznościowych przez badanych – rezultaty badania własnego**

Uzyskane wyniki badania własnego zostaną przedstawione w odniesieniu do wcześniej sformułowanych hipotez oraz skonfrontowane z podstawami teoretycznymi i badaniami prowadzonymi w tym temacie.

### **Hipoteza 1: Istnieje różnica między badanymi uczniami, rodzicami i nauczycielami w sposobie korzystania z portali społecznościowych, mierzona za pomocą kwestionariusza SONKSS-14.**

W celu weryfikacji tej hipotezy wykorzystano test statystyczny Kruskala-Wallis, który pokazał, że adolescenty korzystają w sposób nadmierny w porównaniu do grupy rodziców i nauczycieli, a więc hipoteza została potwierdzona. Należałoby się zastanowić, ilu z badanych uczniów ma problem z ograniczeniem korzystania z portali społecznościowych. Warto byłoby pogłębić badania w tym kierunku w celu wyłonienia osób zagrożonych nałogowym używaniem portali. Wyniki badań własnych potwierdzają rozważania w literaturze przedmiotu oraz przeprowadzone badania i raporty. Przykładowo: badania w latach 2011–2012 na grupie europejskich nastolatków pokazały, że aż 70% nastolatków w wieku 14–17 lat używa portalu codziennie. Młodzież z Polski uzyskała wtedy najniższe wyniki, bo 32%<sup>44</sup>. Od tamtych badań minęło 10 lat, a ilość użytkowników portali społecznościowych wśród młodych ludzi wzrasta co roku. Do tego, że uczniowie mogą nadużywać portali, niewątpliwie przyczyniała się obecna sytuacja w Polsce. Pandemia, która została ogłoszona ponad rok temu, spowodowała, że młodzi ludzie nie mieli wyboru i przenieśli swoje aktywności do sieci. Portale społecznościowe i komunikatory stały się podstawowym źródłem komunikacji i informacji o innych. W roku 2020, pod koniec roku szkolnego, Instytutu Matki i Dziecka przebadano prawie 2500 nastolatków w wieku od 11 do 18 lat, z których 40% podało, że aktualnie korzysta z portali częściej niż poprzednio. Nuda, brak możliwości realizowania swoich zainteresowań, brak kontaktu ze znajomymi, więcej czasu z telefonem w czasie izolacji mogły spowodować częstsze sięganie do portali społecznościowych<sup>45</sup>. Warto nadmienić, że badania były przeprowadzane w grudniu 2020 roku, więc tak naprawdę w kolejnej fazie nauki zdalnej. Być może aktywność adolescentów w tym czasie była zwiększona.

<sup>44</sup> Tsitsika A. i in. (2014) *Online social networking in adolescence: patterns of use in six european Countries and Links with psychosocial functioning*, „Adolesc Health”, 2014, nr 55(1),

<sup>45</sup> Instytut Matki i Dziecka, 2020, pobrane z: <https://imid.med.pl/pl/aktualnosci/zostan-w-domu> (dostęp 3.12.2020 r.).

## **Hipoteza 2: Istnieje różnica między badanymi uczniami, rodzicami i nauczycielami w sposobie korzystania z portali społecznościowych, mierzona za pomocą kwestionariuszy, BFAS oraz Kwestionariusza dotyczącego aktywności na portalach społecznościowych.**

Weryfikacja hipotezy 2 zostanie podzielona, ponieważ była ona sprawdzana za pomocą dwóch kwestionariuszy. Kwestionariusz BFAS mierzy uzależnienie od Facebooka i do sprawdzenia tej części posłużono się testem Kruskala-Wallisa. Wyniki pokazały, że grupa uczniów różni się istotnie od rodziców, ale nie różni się od nauczycieli. W grupie uczniów jest tendencja do nadużywania portali społecznościowych, jak wynika z hipotezy 1, jednak wyniki w teście istotności różnic oraz średnia ( $M=8,59$ ) pokazują, że uczniowie mają najniższe wyniki. Może to wynikać z tego, że uczniowie jednak preferują inny portal niż Facebook i nie identyfikują się z nim. Natomiast w grupie nauczycieli wynik jest wyższy niż uczniów i rodziców, dlatego należałoby przeanalizować w osobnych badaniach z udziałem tylko tej grupy badanych, czy ich wynik obecny będzie się różnił w momencie powrotu do pracy stacjonarnej. Nie znaleziono badań odnośnie nadużywania Facebooka czy też innych portali społecznościowych. Aby poznać, w jaki sposób ta grupa korzysta z portali, w 2012 roku firma Librus przeprowadziła badania sondażowe w grupie nauczycieli, z których większość (90%) korzysta z nich, w tym z Facebooka, do szukania informacji, treści, które mogły im się przydać podczas zajęć z uczniami. Nauczyciele używają też portali społecznościowych i komunikatorów do kontaktowania się z uczniami<sup>46</sup>. W badaniach własnych w analizie aktywności poszczególnych grup nauczyciele wskazali właśnie Facebooka jako najczęściej wybierany portal społecznościowy (75,05%). Należy się zastanowić nad uzyskanymi wynikami w kontekście pracy zdalnej. Podobnie jak u uczniów może być to spowodowane tym, że w momencie ogłoszenia przejścia nauczania w tryb online i braku wypracowania odpowiednich procedur odnośnie kontaktu z uczniami to właśnie Facebook stał się podstawowym źródłem kontaktu z uczniami czy innymi nauczycielami. W kwestionariuszu BFAS, jak podają autorzy, wyższy wynik przekłada się na większe uzależnienie od Facebooka<sup>47</sup>. Natomiast należałoby przeanalizować wszystkie aspekty pracy nauczycieli. Zostali oni zmuszeni – podobnie jak uczniowie – do pracy z użyciem innych narzędzi niż do tej pory. Warto byłoby przeanalizować, jak praca zdalna wpłynęła na ich sposób użytkowania Facebooka.

Natomiast jeżeli chodzi o różnice w częstotliwości używania portali społecznościowych, to wyniki testu istotności różnic chi-kwadrat pokazały, że w poszcze-

<sup>46</sup> Kalinowska S., op. cit.

<sup>47</sup> Charzyńska E., Gózdź J., W sieci uzależnienia. Polska adaptacja Skali Uzależnienia od Facebooka (the Bergen Facebook Addiction Scale) C.S. Andreassen, T. Torsheim, G.S. Brunborga i S. Pallesen, „Chowanna”, 2014, nr 1, s. 169

gólnych grupach istnieją różnice. Do analizy użyto zmiennych: czasu spędzonego na portalu podczas jednego logowania, czasu spędzonego na portalu społecznościowym w ciągu dnia oraz częstotliwości logowania się na portal społecznościowy w ciągu dnia. Podczas jednego logowania 70,73% nauczycieli deklaruje, że spędza tam od 5–30 minut. Patrząc na to, że w tej samej grupie 31,71% nauczycieli deklaruje, że loguje się 3–4 razy dziennie, to rzeczywisty czas spędzany na portalu wydłuża się. Zastanawiające jest to, że 34,15% w tej grupie podało, że w ciągu dnia spędza w opisywany sposób od 30 do 60 minut, co nie zgadza się z poprzednimi wyliczeniami. Może to być związane z tym, że odpowiadając na pytanie, nie byli konsekwentni. Analizując wszystkie grupy, zauważyć można, iż ewidentnie uczniowie spędzają na portalach więcej czasu w ciągu dnia w porównaniu do rodziców i zdecydowanie więcej osób w tej grupie loguje się częściej w porównaniu do rodziców i nauczycieli. Ponad połowa podaje, że jest zalogowana ciągle (52,08%). Tym samym możemy potwierdzić **hipotezę 4**, która brzmiała:

Badani adolescenti spędzają więcej czasu na portalach społecznościowych w porównaniu do rodziców i nauczycieli.

Badania z 2012 roku przeprowadzone przez EU NET ADB pokazały, że wśród młodzieży 65,8% chłopców i 76,7% dziewcząt odwiedza Facebooka codziennie i spędza tam minimum 2 godziny dziennie. W wywiadach młodzież podawała, że od tego zaczynają swój dzień<sup>48</sup>. Prawdopodobnie w przeprowadzonych wywiadach częstotliwość nie zmieniłaby się, tylko rodzaj portalu. Warto sprawdzenia jest to, jak wygląda dzień adolescenta i kiedy wykazuje największą aktywność na portalach społecznościowych.

W dalszych rozważaniach zostaną poddane analizie różne aktywności, jakie podejmują na portalach społecznościowych uczniowie, rodzice i nauczyciele. Badani, którzy podali, że komentują zdjęcia innych, najczęściej – we wszystkich grupach – robią to kilka razy w miesiącu lub kilka razy w tygodniu, jednak wśród nauczycieli i rodziców najczęściej robi to kilka razy w roku. To wskazuje na większą aktywność w tym zakresie uczniów. Najmniej rozproszone wyniki są w aktywności polegającej na zmianie swojego statusu na portalu społecznościowym; 73,7% uczniów, 80,2% rodziców i 73,2% nauczycieli nie robi tego w ogóle. W pierwszej grupie może być to związane z tym, że zmiana statusu jest specyficzną aktywnością na Facebooku, a jeżeli to nie jest najczęściej wybierany przez nich portal, to mogą się z nim nie identyfikować. Wśród rodziców i nauczycieli wynikać to może z tego, że używają Facebooka w innych celach, np. zawodowych lub do kontaktu z innymi osobami<sup>49</sup>. Jeżeli chodzi o aktywność, jaką jest dodawanie zdjęć na swój

<sup>48</sup> Makaruk, K., Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, 2013, nr 1, s. 71

<sup>49</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych, Warszawa, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, 2018, s. 37



profil, to około 30% we wszystkich grupach nie podejmuje tego działania nigdy, natomiast większość robi to kilka razy w roku. Trochę inaczej wyglądają wyniki, jeżeli chodzi o zmianę swojego zdjęcia profilowego. Częściej robią to uczniowie – kilka razy w miesiącu (48,5%) i rzadziej niż raz w miesiącu (20,20%), gdzie ponad połowa (58,3%) rodziców i nauczycieli podaje, że nie wykonuje tego działania w ogóle. To, że uczniowie robią to częściej, może być spowodowane tym, że młodzi traktują portal raczej jako miejsce rozrywki, co potwierdzają badania przeprowadzone w 2017 roku przez zespół z Uniwersytetu Warszawskiego<sup>50</sup>. Ostatnią aktywnością wartą porównania jest to, jak często w poszczególnych grupach dokonuje się polubień treści na profilach innych osób. W grupie nauczycieli częstotliwość rozłożyła się na kilka razy w miesiącu i kilka razy w tygodniu (26,8%) oraz kilka razy w roku (22%). W grupie rodziców 22,9% „lajkuje” treści innych kilka razy w roku, a 27,1% kilka razy w miesiącu. Natomiast w grupie uczniów 17,2% robi to kilka razy w miesiącu, kilka razy w tygodniu deklaruje 15,2% uczniów, ale najwięcej, bo 38,4% podaje, że robi to kilka razy dziennie. Potwierdzają to poprzednie rozważania na temat czasu spędzanego przez uczniów na portalach społecznościowych. Jeżeli znaczna część uczniów podaje, że jest zalogowana ciągle, to otrzymuje również powiadomienia, że ktoś wstawił nowy post lub opublikował zdjęcie. Młodzież jako nośnik Internetu wykorzystuje najczęściej smartfony<sup>51</sup>. Warto dodać, że młodzież, będąc zalogowana cały czas i mając telefon zawsze przy sobie, zaczyna odbierać czas spędzany na portalach jak swojego rodzaju nagrodę<sup>52</sup>.

Co do powodów korzystania z portali społecznościowych to najczęstszym powodem jest kontaktowanie się ze znajomymi. Wyniki uczniów możemy porównać z badaniami z 2012 roku przeprowadzonymi przez EU NET ABD, które wykazały, że w Polsce dzieci w wieku 14–17 lat za główny powód korzystania z portali społecznościowych wymieniały kontaktowanie się z innymi i bycie na bieżąco z różnymi informacjami oraz ciekawość (sprawdzenie, co „słychać” u innych)<sup>53</sup>. W badaniu własnym w swobodnych wypowiedziach też pojawiały się wskazania, że jest to pragnienie śledzenia, co inne osoby robią na portalach. Jako powody założenia profilu na portalu społecznościowym rodzice i uczniowie podają ciekawość, nauczyciele natomiast tę przyczynę wskazują rzadziej, za to za istotny powód założenia konta uważają poszukiwanie znajomych i kontaktowanie się z nimi. Rodzice

<sup>50</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., op. cit., s. 30.

<sup>51</sup> Bochenek M., Lange R., Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów, Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy, 2019, s. 16, pobrano z: <https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html> (dostęp 7.09.2020 r.).

<sup>52</sup> Borkowska A., (2019) Pokolenie sieci. Obraz współczesnych polskich nastolatków i jego implikacje dla profilaktyki, „Uzależnienia”, nr 4(88), s. 25.

<sup>53</sup> Makaruk, K., op. cit., s. 72

i nauczyciele chcą być też zorientowani w najnowszych wydarzeniach. Wyniki uczniów bardziej się rozkładają na inne powody, takie jak uniknięcie poczucia wykluczenia (5,05%), korzystanie z gier i aplikacji (7,07%). Niepokojące jest to, że wśród badanych uczniów wszyscy podali, że korzystają z portali społecznościowych w granicach od 3 do 5 lat. Skoro wiek badanych uczniów mieści się w przedziale od 12. do 15. roku życia, to można zauważyć, że niektórzy posiadają swój profil od co najmniej 9. roku życia. Konto na Facebooku można założyć od 13. roku życia. Jest to ważna informacja w kontekście dalszej psychoedukacji rodziców na temat zasad, reguł i bezpieczeństwa ich dzieci w Internecie.

### **Hipoteza 3: Istnieje związek pomiędzy częstotliwością korzystania z portali społecznościowych a badanymi rodzicami i dziećmi.**

W celu sprawdzenia tej hipotezy posłużono się analizą korelacji Spermmana, gdzie  $p < 0,05$ . Nie wykazała ona związku między częstotliwością korzystania z portali wśród dzieci i rodziców, a więc ta hipoteza nie została potwierdzona. Prawdopodobnie wiąże się to z tym, o czym pisano w weryfikacji powyższych hipotez: uczniowie spędzają więcej czasu na portalach społecznościowych. To, że rodzice korzystają mniej z portali, nie wpływa w żaden sposób na ilość czasu poświęcanego przez dzieci. Można sformułować stwierdzenie, że te różnice w częstotliwości spędzania czasu na portalach wynikają z wieku. Młodzież traktuje portale społecznościowe jak coś normalnego, w czym dorastali wspólnie z innymi rówieśnikami. Korzystają z nich często i jest to ich podstawowe źródło służące do kontaktu z innymi<sup>54</sup>. Natomiast osoby starsze – ich rodzice – nie traktują sieci internetowej, w tym portali społecznościowych, jako czegoś niezbędnego do funkcjonowania. Nie wychowali się w czasach Internetu, więc są w stanie oddzielić świat rzeczywisty i to co się dzieje w portalach społecznościowych; u adolescentów te „dwie rzeczywistości” przenikają się. W przeprowadzonych w 2016 roku badaniach wykazano, że rodzice korzystają głównie z Facebooka. Używali też portali do celów zawodowych i jako źródło informacji na temat różnych wydarzeń<sup>55</sup>. Czy w związku z tym może być tak, że pomimo dużej częstotliwości spędzania czasu ze swoimi dziećmi, poświęcania im uwagi i ich problemom, młodzież i tak będzie spędzać na portalach społecznościowych więcej czasu niż ich rodzice? Warto to sprawdzić i jeżeli potwierdziłoby się takie przypuszczenie, to należy włączyć rodziców, nauczycieli i pedagogów do działań profilaktycznych w celu zadbania o jakość czasu spędzanego na portalach.

<sup>54</sup> Tsitsika A. i in., Online social networking in adolescence: patterns of use in six european Countries and Links with psychosocial functioning, „Adolesc Health”, 2014, nr 55(1),

<sup>55</sup> Jabłońska M., R., Billewicz K., Pokolenie przełomu w WEB 2.0, „Folia Socjologia”, 2016, nr 56, s. 91

### **Hipoteza 5: Istnieją różnice w wyborze danego portalu społecznościowego wśród badanych adolescentów, rodziców i nauczycieli.**

### **Hipoteza 6: Badani adolescenti częściej są użytkownikami Instagrama, Snapchatu, a rodzice i nauczyciele korzystają głównie z Facebooka.**

Do sprawdzenia hipotezy 5 i 6 posłużyło pytanie otwarte w Kwestionariuszu aktywności na portalach społecznościowych, dlatego zostaną one omówione razem. Pytanie brzmiało: Z którego portalu społecznościowego korzystasz najczęściej? Hipoteza 5 potwierdziła się, natomiast hipoteza 6 potwierdziła się częściowo.

Uczniowie korzystają głównie z Instagrama (39,18%), w drugiej kolejności z TikToka (14,43%), a nie jak zakładano ze Snapchatu, bo ten w badaniach własnych wśród uczniów znajduje się na końcu stanowiąc niewielki odsetek (1,03%). Facebook znajduje się na trzecim miejscu (13,40%), natomiast 11,34% uczniów wybiera YouTube. Natomiast z Facebooka, tak jak założono, korzystają głównie rodzice (84,04%) i nauczyciele (75,05%). Różnica może wynikać z tego, że Facebook pojawił się wcześniej niż Instagram – dorośli, którzy się zdecydowali na założenie w ogóle profilu na jakimś portalu, w momencie ruszenia Instagrama, posiadali już konto właśnie na Facebooku. W badaniach przeprowadzonych przez zespół z Uniwersytetu Warszawskiego w 2019 roku wyłonił się profil dorosłego używającego Facebooka jako osoby, która korzysta z niego głównie do sprawdzania informacji ze świata i komunikowania się z innymi. Warto zauważyć, że obecni dorośli nie dorastali z portalami społecznościowymi w przeciwieństwie do ludzi obecnie młodych. Mają dzięki temu większą świadomość zagrożeń płynących z udostępniania swojego wizerunku czy też prywatnych informacji<sup>56</sup>. Natomiast adolescenti udostępniają bardzo dużo, często szczegółowych informacji na swój temat, zdjęć oraz filmów. W 2019 roku badania przeprowadzone przez NASK pokazały, że 25% adolescentów nie korzysta z żadnych zabezpieczeń swojej prywatności oferowanej przez dany portal<sup>57</sup>. Można więc przypuszczać, że młodym ludziom łatwiej jest założyć swoje konto na wielu portalach społecznościowych i przełączać się z jednego na drugie, traktując to jako coś normalnego. Prawdopodobnie każdy portal jest dla nich źródłem czegoś innego.

<sup>56</sup> Gackowski T, Brylska K, Patera M., Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych, Warszawa, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, 2018, s. 37.

<sup>57</sup> Bochenek M., Lange R., op. cit., s. 25.

## Wnioski

1. Adolescenci korzystają z portali społecznościowych częściej niż rodzice i nauczyciele.
2. Adolescenci spędzają więcej czasu i podejmują więcej różnych aktywności na portalach społecznościowych niż rodzice i nauczyciele.
3. Adolescenci różnią się istotnie od rodziców w sposobie użytkowania z Facebooka, ale nie różnią się istotnie od nauczycieli.
4. Nie ma związku pomiędzy rodzicami i nauczycielami w częstotliwości korzystania z portali społecznościowych.
5. Portalem wybieranym przez uczniów jest Instagram, natomiast rodzice i nauczyciele są użytkownikami Facebooka.
6. Adolescenci częściej „lajkują” treści na profilach innych osób w porównaniu do rodziców i nauczycieli.
7. Powodem założenia konta na portalu społecznościowym wśród uczniów, rodziców i nauczycieli jest kontaktowanie się ze znajomymi.

## Bibliografia

- Bochenek M., Lange R., *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*, NASK Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2019, [za:] <https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html> (dostęp 7.09.2020).
- Borkowska A., *Pokolenie sieci. Obraz współczesnych polskich nastolatek i jego implikacje dla profilaktyki*, „Uzależnienia”, 2019, nr 4(88).
- Buczak A., *Spółczesność 55+ jako nowy odbiorca innowacji w wirtualnym świecie portali społecznościowych i informacyjnych*, „Prace Naukowe WWSZiP”, 2013, nr 25(5).
- Charzyńska E., Góźdź J., *W sieci uzależnienia. Polska adaptacja Skali Uzależnienia od Facebooka (the Bergen Facebook Addiction Scale) C.S. Andreassen, T. Torsheim, G.S. Brunborga i S. Pallesen*, „Chowanna”, 2014, nr 1.
- Clement J., *Instagram – Statistics & Facts*, 2020, <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> (dostęp 1.12.2020).
- Clement J., *Facebook: numer of monthly active users worldwide 2008–2020*, <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (dostęp 1.12.2020).
- Drabek M., Klimowicz M., *Serwisy społecznościowe i oferowane przez nie możliwości monitorowania losów zawodowych absolwentów szkół wyższych*, Warszawa–Wrocław, 2013, [za:] [https://silo.tips/queue/serwisy-spoecznościowe-i-oferowane-przez-nie-możliwoci-monitorowania-losowzawodow?&queue\\_id=1&v=1607438498&u=MzEuMTYuMTMwLjc2](https://silo.tips/queue/serwisy-spoecznościowe-i-oferowane-przez-nie-możliwoci-monitorowania-losowzawodow?&queue_id=1&v=1607438498&u=MzEuMTYuMTMwLjc2) (dostęp 1.12.2020).

- Frankowski P., Juneja A., *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i modernizacja*, Helion, Gliwice 2016.
- Gackowski T., Brylska K., Patera M., *Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych*, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, Warszawa 2018.
- Griffiths M., A „components” model of addiction within a biopsychosocial framework., „Journal of Substance Use”, 2005, nr 10, 4.
- Instytut Matki i Dziecka, 2020, <https://imid.med.pl/pl/aktualnosci/zostan-w-domu> (dostęp 3.12.2020).
- Izdebski P., Kotyśko M., Michalak M., Andryszak P., Pluto-Prądyńska A., *Nadmierne korzystanie z portali społecznościowych*, „Alkoholizm i Narkomania”, 2014, nr 27, 2.
- Izdebski P., Michalak M., Andryszak P., Kotyśko M., *Osobowościowe uwarunkowania nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych wśród adolescentów*, 2014, [www.uzaleznieniabehawioralne.pl/do-pobrania/](http://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/do-pobrania/) (dostęp 3.12.2020).
- Jabłońska M., R., Billewicz K., *Pokolenie przełomu w WEB 2.0*, „Folia Socjologia”, 2016, nr 56.
- Kalinowska S., *Media społecznościowe coraz popularniejsze w szkole*, 2012 <https://www.edunews.pl/nowoczesna-edukacja/ict-w-edukacji/2068-media-spolesznosciowe-coraz-popularniejsze-w-szkole> (dostęp 3.12.2020).
- Klingemann J.I., Sierosławski J., *Korzystanie z mediów społecznościowych wśród młodzieży. Wyniki Badań ESPAD w Polsce na tle wybranych krajów europejskich*, „Alcohol Drug Addict”, 2018, nr 31(2).
- Kostrzewska M., *Dlaczego ptaszek nie wszędzie ćwierka tak samo głośno? Czyli social media po polsku*, „Nowy Marketing”, 2015, [za:] <https://nowymarketing.pl/a/7315,social-media-2010-2015-2020-ebook-od-nowego-marketingu> (dostęp 2.12.2020).
- Kotyśko M., *System Ja a sposób użytkowania Portalu Społecznościowego Facebook*, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, 2016, praca doktorska niepublikowana.
- Krzysiak Sz., *Ze Snapchatem otworzysz galerię handlową, zareklamujesz lakier do paznokci i pójdziesz do kina*, „Nowy Marketing”, 2015, s. 16, [za:] <https://nowymarketing.pl/a/7315,social-media-2010-2015-2020-ebook-od-nowego-marketingu> (dostęp 2.12.2020).
- Makaruk K., *Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, 2013, nr 1.
- Pyżalski J., *pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wiadomości z badań jakościowych*, NASK Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2019.
- Sigda, K., *Portale społecznościowe – wpływ na dzieci młodzież*, „Kognitywistyka i Media w Edukacji”, 2018, nr 1.
- Splawska-Murmyło M., Wawryszczuk A., *Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w komunikacji międzyludzkiej*, ORE, Warszawa 2017.
- Stachowiak-Krzyżan M., *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez młodych konsumentów w procesach zakupowych*, MINIB, 2019.

- Statista, *Snapchat in Europe - Statistics & Facts*, <https://www.statista.com/topics/3451/snapchat-in-europe> (dostęp 1.12.2020).
- Szymański G., Kowalczyk A., *Rola aplikacji reklamowych Facebooka we współczesnych strategiach marketingowych*, „Studia Informatica”, 2012, nr 31.
- Tsitsika A. i in., *Online social networking in adolescence: patterns of use in six european countries and links with psychosocial functioning*, „Adolesc Health”, 2014, nr 55(1).
- Woollaston V., *Instagram now has half a billion users*, 2016, <https://www.wired.co.uk/article/instagram-doubles-to-half-billion-users> (dostęp 01.12.2020).
- Zalewska-Bochenko A., *Portale społecznościowe jako element społeczeństwa informacyjnego*, „Studia Informatica Pomerania”, 2016, nr 2 (40).