

СЕКЦІЯ XV. ФІЛОЛОГІЯ ТА ЖУРНАЛІСТИКА

DOI 10.62731/mcnd-03.05.2024.005

WIRTUALNY ŚWIAT W SPOŁECZEŃSTWIE. SOCIAL MEDIA JAKO GŁÓWNE ŹRÓDŁO INFORMACJI. ZAGROŻENIA ORAZ PERSPEKTYWY

Sloiko Diana Serhiivna

Studentka pierwszego roku licencjatu
Dziennikarstwo i Komunikacje Społeczne
Uniwersytet Szczeciński, Polska

Opiekun naukowy: Krzanowska Agnieszka

Doktor Nauk Humanistycznych w zakresie filologii słowiańskiej
Instytut Językoznawstwa, Uniwersytet Szczeciński, Polska

Adnotacja: Artykuł dotyczy wpływu social media na społeczeństwo w nowoczesnym świecie, prezentując różne badania od 2006 do 2024 roku. Ponadto porusza się temat zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów mediów społecznościowych, poparte przykładami, dowodami. Oprócz tego wzięto pod uwagę opinię jednego z psychologów, także artykuł obejmuje wiele kwestii związanych z danym tematem. Analiza potwierdziła znaczny wzrost roli mediów społecznościowych i potrzebę większej kontroli nad danym sektorem.

Wstęp: W XXI wieku media społecznościowe odgrywają coraz większą rolę w świecie. Prawie każdy posiada telefon, komputer, skąd czerpie informację z różnych platform internetowych. Ale czy odwołujemy się do mediów społecznościowych tylko po to, żeby zdobyć potrzebną nam informację?

Celem takiej analizy jest zrozumienie, jak social media wpływają na ludzi, na czym polega rozwój mediów społecznościowych, wyjaśnienie, jakie są ich wady i zalety. Pragnę również podjąć próbę głębszego zrozumienia problematyki social media.

We współczesnym świecie procent osób, korzystających z internetu, co roku szybko się zwiększa. To znaczy, że stajemy się własnością mediów społecznościowych, nie kontrolując samych siebie. Internet coraz bardziej się rozwija, powstają nowe portale, gdzie człowiek może załatwić wszystkie możliwe sprawy, nie wychodząc z domu. Oczywiście takie rozwiązanie problemów jest wygodne i w większości przypadków skuteczne, ale czy nie znaczy to, że człowiek, siedząc całymi dniami przy komputerze, izoluje się od rzeczywistości?

30 lat temu nikt nie mógł sobie wyobrazić, że rozwój Internetu stanie się na tyle szybki, że swoim zasięgiem obejmie całą planetę. [1] Jak podaje icomSEO, początki mediów społecznościowych wiążą się z datą 1978. Wówczas na rynku pojawił się program CBBS, stworzony został przez Warda Christensena. Pozwolił on pasjonatom komputerów na szybkie przekazywanie sobie informacji. Niektórzy uważają CBBC za protoplastę forów

społecznoŝciowych. Potem, w 2004, powstały popularne serwisy społecznościowe takie jak Facebook, do którego na początku mieli dostęp tylko studenci oraz uczniowie Uniwersytetu Harvardzkiego; Instagram, który powstał w 2010 roku.

Trudno się nie zgodzić, że media to różnorodny obszar, który jest ze sobą powiązany. Edukacja, handel, reklama, rozrywka – wszystko to można znaleźć w przestrzeni internetu.

Społeczeństwo coraz bardziej się zagłębia w nieznaną. Wirtualny świat wnika w nasze życie częściej, w wyniku czego powstaje konflikt pomiędzy życiem realnym, a życiem w wirtualnej paŝce.

Wszystkie te wątpliwości, problemy, zalety, przyczyny oraz skutki można poddać analizie. Ale najpierw warto się zapoznać trochę głębiej z takim pojęciem jak social media.

Media społecznościowe. Definicja.

Social media (lub media społecznościowe) to popularne platformy służące interakcji między ich użytkownikami. Mają formę portali internetowych, blogów oraz witryn umożliwiających komentowanie danej usługi bądź oferty. Treści udostępniane przy pomocy social mediów (portali, blogów, forów dyskusyjnych) mogą mieć formę zdjęć, infografiki, animacji czy filmików. Najpopularniejsze obecnie serwisy społecznościowe to Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn, Twitter.

Funkcje mediów społecznościowych:

- **informacyjna** – użytkownicy poszczególnych serwisów, portali mogą udostępniać na swoich profilach treści (zdjęcia, filmy, teksty, a także pliki) związane z różnymi dziedzinami wiedzy;
- **opiniotwórcza** – media społecznościowe służą wymianie poglądów, wyrażaniu opinii i ułatwiają prowadzenie dyskusji z udziałem ich użytkowników;
- **komunikacyjna** – social media sprawdzają się jako narzędzie do wymiany informacji i podtrzymywania więzi między użytkownikami;
- **reklamowa** – ze względu na powszechną dostępność mediów społecznościowych są one skutecznym narzędziem reklamy. Pomagają budować dobry wizerunek i utrwalają świadomość marki wśród potencjalnych klientów.

Rodzaje mediów społecznościowych:

- Serwisy społecznościowe służące do udostępniania zdjęć, filmów, animacji i różnego rodzaju grafiki. Zalicza się do nich takie platformy, jak Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube, Vimeo;
- Portale, których celem jest budowanie społeczności i/lub gromadzenie fanów – są to serwisy typu Facebook, Instragram, LinkedIn;
- Serwisy, które służą głównie do zamieszczania recenzji – są to portale typu Zomato czy TripAdvisor;
- Fora i grupy dyskusyjne;
- Blogi i mikroblogi;
- Portale tematyczne skupiające społeczność hobbystów i miłośników różnych dziedzin. Do takich portali zalicza się między innymi DeviantArt.com. [2]

Prezentacja głównego materiału:

Większość z nas korzysta z mediów społecznościowych dla zdobycia wiedzy, zapoznania się z różnym rodzajem informacji i nie tylko. Posiadając konto na Facebooku, nie każdy się zastanawia, jakie problemy pociągają za sobą założenie takiego konta. W mediach społecznościowych brakuje dostatecznej ochrony prywatności, co sprzyja takim niebezpiecznym zachowaniom, jak, na przykład, molestowanie seksualne. Najczęściej z podobnymi problemami spotykają się nastolatki, które nie wiedzą, jak się zachowywać w internecie. [3]Według raportu Amandy Lenhart, Kristena Purcella, Aarony Smith oraz

Kathryny Zickuhr pod tytułem "Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults" zamieszczonego w 2010 roku przez naukowców z The Pew Internet and American Life Projekt, w którym podano procentowe wyniki zebrane w ciągu kilku lat, widać wzrost w korzystaniu z mediów społecznościowych, mianowicie: w 2006 roku 55 % nastolatków w wieku od 12 do 17 lat były aktywne w mediach społecznościowych. Co roku ten procent rośnie. I tak w 2009 roku wzrósł on do 73%. [4] A już w 2023 r. ,jak podaje Statista, na całym świecie było 5,04 miliarda użytkowników internetu, co stanowiło 62,3% światowej populacji.

Często ludzie się spotykają z oszustwem, ale w takich sytuacjach większość nie zwraca się do policji, myśląc, że taka decyzja nie będzie skuteczna, przez co dany proceder staje się jeszcze bardziej popularny. Trudno znaleźć wysoko płatną pracę, bo prawie wszystko jest związane z internetem. Oprócz tego, czytając byle jakie wiadomości, człowiek bardzo często spotyka się z różnego rodzaju fake'ami, co w konsekwencji prowadzi do kształtowania się i upowszechniania nieprawdziwych opinii. Prasa we współczesnym świecie znika ze sklepów ze względu na niski popyt. Wydawcy różnych tekstów są przed wyzwaniem. Według badań Reuters Institute for the Study of Journalism mamy następującą statystykę, (rys1.):

What news publishers are planning to produce more of

Data from a survey of 314 media leaders in 56 countries for 'Journalism, media and technology trends and predictions 2024'.



Rys.1 Czego wydawcy wiadomości planują produkować więcej?

Wzięto z [5]

W badaniu (rys.1) dominuje odpowiedź o tworzeniu wideo, newslettersów oraz podcastów. Niestety, widać, że wydawaniem tekstów jest zainteresowany bardzo mały procent wydawców przez małą liczbę odbiorców.

Media cyfrowe coraz bardziej się rozwijają i większość szuka informacji w najłatwiejszy sposób. Nie wszyscy mają czas na czytanie jakiegoś artykułu, natomiast słuchanie oraz oglądanie cieszy się większą popularnością, gdyż są dużo łatwiejsze w odbiorze. Podcastów można słuchać, jadąc do pracy lub szykując kolację.

Czy tak szybki rozwój różnorodnych technologii powinien zajmować tak znaczące miejsce w naszym życiu? Otaczanie się internetem, różnymi gadżetami z czasem może się przekształcić w degradację.

Ludzie na tyle przyzwyczaili się do mediów społecznościowych, że brak konta na Instagramie lub niekorzystanie z komórki jest dla nich czymś dziwnym i niezrozumiałym. Nie kontrolując swego życia wirtualnego, człowiek staje się uzależniony od różnego rodzaju mediów, komputera itp.

Social media mają także wpływ na nasz stan psychiczny oraz emocjonalny. Niektórzy z nas zakładają konto po to, żeby nie czuć się samotnym lub po prostu uciec od swoich problemów. Wstawiając różne zdjęcia, wideo, relacje, człowiek odczuwa zainteresowanie ze strony jego obserwujących. Czasami oczekiwanie na komentarz lub jakąkolwiek reakcję odbiorcy, może wpłynąć na nastrój samego użytkownika. Nie otrzymując komentarza, użytkownik czuje się samotny, a niekiedy nawet odrzucony. Taki stan wskazuje na uzależnienie od mediów społecznościowych.

[6] Psycholog Joanna Wiśniewska zwraca uwagę na to, że nasz wizerunek stał się o wiele ważniejszy niż kiedykolwiek przedtem. Do tego stopnia, że naszą wartość utożsamiamy z tym, co robimy, a nie z tym, kim jesteśmy. Oprócz tego podaje kilka porad dla korzystających z mediów społecznościowych, mianowicie:

- warto przyjrzeć się, ile czasu dziennie spędzamy scrollując strony internetowe w social mediach.
- sprawdzić, w jakim celu to robimy
- Warto również zweryfikować, jakie treści są dla nas interesujące i nam potrzebne.
- warto zachować ostrożność i rozważyć listę znajomych oraz sprawdzić, komu udostępniamy nasze treści.

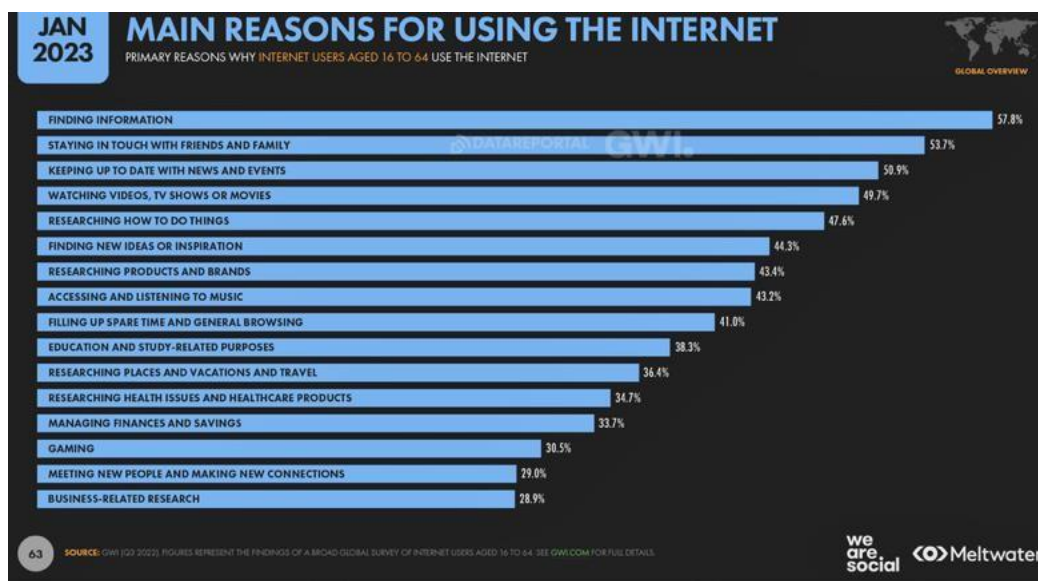
Ponadto raport, który został stworzony przez ITU oraz GSMA Intelligence, prezentuje dość ciekawą statystykę. Autorzy tego raportu prezentują ogólne wyniki dotyczące korzystania z internetu. Na przykład, w 2023 roku liczba użytkowników wzrosła do 5,16 miliardów; rok do roku zmiana ogólnej liczby użytkowników internetu – +1,9%, czyli + 98 milionów; procent całkowitej populacji kobiet, które korzystają z internetu – 61,6 %; procent całkowitej populacji męskiej korzystającej z internetu – 67,2%; średni dzienny czas spędzania czasu w internecie przez każdego użytkownika - 6 godzin 37 minut.; dostęp do internetu oraz urządzeń mobilnych – 92,2 %; dostęp do internetu za pośrednictwem komputerów oraz tabletów - 65,6%; procent całkowitej populacji miejskiej, która korzysta z internetu – 78,3%; procent całkowitej populacji wiejskiej, która korzysta z internetu – 45,8% . [7]

Media społecznościowe oprócz skutków negatywnych posiadają też wiele zalet, o których warto wspomnieć. Po pierwsze, jest to dostęp do informacji. Jak również dostęp do różnych badań naukowych, oprócz tego rozwój nauki staje się szybszy dzięki internetowi. Można załatwić wszystkie sprawy, nie wychodząc z domu. Ponadto media społecznościowe, oprócz funkcji informacyjnej, pełnią też funkcję edukacyjną, rozrywkową, dostarczając swoim odbiorcom różnego rodzaju treści. Podobne możliwości odnoszą się do pojęcia face – to – monitor.

Media społecznościowe stanowią niezwykle potężne narzędzie komunikacji. To pozwala nam wyrażać swoją tożsamość poprzez udostępnianie treści, aktywny udział w dyskusjach na tematy ważne dla użytkowników. Dodatkowo, dla firm i organizacji media społecznościowe stanowią skuteczne narzędzie marketingowe, pozwalające na promocję produktów i usług oraz budowanie lojalności klientów poprzez interakcję i angażowanie społeczności. [8] Jak zaznaczają autorzy, mianowicie Magdalena Grębosz, Dagna Siuda i Grzegorz Szymański w swojej książce pod tytułem "Social Media Marketing" ,wydaną w Łodzi w 2016 roku, model komunikacji hipermedialnej nie jest jedynie prostą syntezą komunikacji interpersonalnej i masowej, lecz modelem opisującym komunikację typu „wielu do wielu”. W przeciwieństwie do mediów klasycznych – Internet umożliwia jednocześnie

komunikację porozumiewawczą (one-to-one), rozsiewczą (one-to-many) i powszechną (many-to-many). Zarówno Internet, jak i telefon komórkowy zaliczamy do metamediów, łączących w sobie cechy komunikacji interpersonalnej i masowej, publicznej i prywatnej. W konsekwencji powstaje nowy, syntetyczny model komunikowania, łączący cechy dotychczasowych modeli (interpersonalny, grupowy, masowy) oraz mający cechy komunikacji sieciowej (networked communications), zrodzonej z interakcji między różnymi składowymi dominującego paradygmatu technologicznego.

Na dodatek przyjrzyjmy się badaniom, w których głównym pytaniem było “Jakie są główne powody korzystania z internetu?” Badanie zostało przeprowadzone przez GWI. [7]



Rys.2 Główne powody korzystania z internetu

Wzięto z [7]

W trójce liderów są takie opcje, jak (rys.2): poszukiwanie różnego rodzaju informacji (57,8%); utrzymywanie kontaktu z przyjaciółmi i rodzicami (53,7%); bycie na bieżąco z wiadomościami i wydarzeniami (50,9%).

Takie zapotrzebowanie na internet jest w dużej mierze spowodowane COVIDem, kiedy większość z nas przebywała w izolacji.

Oprócz tego media społecznościowe wpływają nie tylko na biznes, edukację, ale także na poszerzenie naszego słownictwa. Przez lata spotykamy się z najróżniejszymi słowami, najczęściej będącymi zapożyczeniami z angielskiego. Jako przykład mogą posłużyć następujące leksemy: influencer - osoba mająca wpływ na innych użytkowników mediów społecznościowych, często poprzez publikowanie treści związanych z określonymi tematami lub produktami; vlogging - krótkie filmy lub nagrania wideo, gdzie często ludzie publikują swoje codzienne życie; FOMO (Fear of Missing out) jest to strach przed tym, że ktoś nie doświadcza czegoś, co inni robią lub doświadczają, często wywołane przez przeglądanie postów na mediach społecznościowych; Hashtag - znak # wykorzystuje się w mediach społecznościowych do oznaczania i kategoryzowania treści, umożliwiając użytkownikom łatwiejsze znalezienie informacji.

Wnioski:

Wpływ mediów społecznościowych jest niezaprzeczalny i ma złożone konsekwencje zarówno pozytywne, jak i negatywne.

Można z dużym prawdopodobieństwem założyć, że będą mieć coraz większe znaczenie we współczesnym świecie. Za kilkadziesiąt lat ich zasięg będzie obejmować każdy zakątek

ŝwiata. Jednak warto zauwaŝyć, ŝe tworząc coŝ nowego, trzeba się zastanowić, jakie skutki to będzie miało dla społeczeństwa. Technologie informacyjne ułatwią społeczeństwu ŝycie, jeśli pozostaną pod kontrolą ludzi. Ponadto warto też podkreślić potrzebę edukacji społeczeństwa na temat skutków nadmiernej ekspozycji na treści medialne oraz zachęcenie do budowania pozytywnych relacji online.

Dzięki takiej analizie można zauwaŝyć istotne zmiany w odbieraniu treści mediów społecznościowych, jak one się zmieniają przez lata oraz na czym polega potrzeba sięgania do mediów społecznościowych.

Bibliografia:

1. Ogorzałek, A. (2021). *Poznaj historię Social Media!* IcomSeo sp. z o. o. <https://icomseo.pl/blog/poznaj-historie-social-media/>
2. *Co to Social media?* Fabryka marketingu. <https://fabrykamarketingu.pl/slownik-pojec/s/social-media/>
3. Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., Zickhur, K. (2010). *Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Pew Internet & American Life Project – Pew Research Center. https://www.researchgate.net/publication/286376855_Social_Media_Mobile_Internet_Use_Among_Teens_and_Young_Adults
4. Petrosyan, A. (2024). Number of internet and social media users worldwide as of January 2024(in billions). Statista. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
5. Jordaan, L. (2024). *AI, sustainability, and elections: global editors share key concerns for 2024*. World Association of News Publishers. <https://wan-ifra.org/2024/01/ai-sustainability-and-elections-global-editors-share-key-concerns-for-2024/>
6. Wiśniewska, J. (2021). *Dlaczego social media mogą być pułapką? Psycholog radzi, jak walczyć z uzależnieniem od internetu*. Blog Uniwersytetu WSB Merito – technologia. <https://www.merito.pl/blog/dlaczego-social-media-moga-byc-pulapka-psycholog-radzi-jak-walczyc-z-uzaleznieniem-od-internetu>
7. Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
8. Grębosz, M., Siuda, D., Szymański, G. (2016). *Social Media Marketing. Monografie Politechniki Łódzkiej*. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej