

Kto korzysta z mediów społecznościowych?

W Słowniku języka polskiego serwis/portal społecznościowy to serwis internetowy współtworzony przez społeczność internautów o podobnych zainteresowaniach, umożliwiający kontakt z przyjaciółmi, dzielenie się informacjami, zainteresowaniami itp.

Wartość rynku płatnych reklam w social mediach to niewyobrażalna suma ponad 300 mld dolarów. Wpływy firm takich jak np. Meta/Facebook to kolosalne 85,96 miliarda USD w 2022 roku. Te dane nie pozostawiają złudzeń. Dostawcy tego typu rozrywki zrobią wszystko, aby przyciągnąć użytkowników i generować dalszy zysk.

Często umyka nam prosta prawda, że media społecznościowe powstały nie dla naszej przyjemności, a dla profitów finansowych firm nimi zarządzających. Są rynkiem zbytu, na którym my jesteśmy towarem. My użytkownicy, a tak naprawdę nasze dane, zainteresowania, praca, rodzina... Nasze życie. Jakkolwiek przerażająco by to nie brzmiało, po części sami godzimy się na taki układ.

Po pierwsze nie mamy wyboru. Funkcjonowanie w świecie publicznym, wymaga od nas umiejętności cyfrowych, ich ciągłego dostosowywania i modyfikowania. Zawrócić z tej drogi nie możemy.

Po drugie, czy potrafilibyśmy dziś pracować bez wspomaganie cyfrowego? Chyba nikt z nas, aktywnych zawodowo, nie wyobraża sobie powrotu do analogowej egzystencji, przede wszystkim ze względu na ułatwienia, których doświadczamy. Należy podkreślić, że rola mediów społecznościowych w pracy jest niebagatelna. Przy ich pomocy nawiązujemy kontakty, dzielimy się wiedzą, tworzymy nowe treści, współpracujemy...

Wreszcie sieć Internet, a szczególnie media społecznościowe, to rozrywka na wyciągnięcie ręki, sposób na zaspokojenie potrzeby afiliacji.

Amerykański psycholog Robin Dunbar na podstawie badań określił, że człowiek jest w stanie podtrzymywać relacje ze 148 innymi przedstawicielami jego gatunku. W social mediach liczba znajomych liczona w setkach lub tysiącach to powód do dumy. Paradoksalny jest fakt, że z niektórymi z nich nie zamieniliśmy ani słowa. A niektórych po prostu nie znamy.

I nie bez kozery autorka użyła pierwszej osoby liczby mnogiej. Korzystanie z mediów społecznościowych nie jest domeną nastolatków, czego dowodzą wyniki badań statystycznych.

Fundacja Digital Poland (www.digitalpoland.org) opublikowała raport pod tytułem *Social Media w Polsce*. Badaniem objęto grupę osób w wieku od 16 do 64 lat. Oznacza to, że w dużej mierze diagnozowano zachowania osób dorosłych. Z danych opublikowanych w raporcie za rok 2022 wynika, że z Twittera w Polsce korzystają 4 mln użytkowników, z Tik Toka 10,14 mln. Z Instagrama (10,40 mln użytkowników) odnotowany został odpływ użytkowników na rzecz Tik Toka właśnie. Facebook i Youtube nadal są w czołówce, pierwszy skupiając 17,85 mln użytkowników, drugi 27,5 mln.

Według przytoczonego raportu my dorośli używamy sieci Internet przez 6 godzin i 42 minuty dziennie. Przeglądanie mediów społecznościowych zajmuje 2 godziny i 2 minuty dziennie. Co ważne, odnotowuje się dzielenie tego samego czasu między różne media.

Tyle dorośli. Co z nastolatkami?

Co dwa lata NASK - Państwowy Instytut Badawczy (www.nask.pk) realizuje projekt pod nazwą „Nastolatki 3.0”, którego celem jest diagnoza i interpretacja zachowań polskich nastolatków w Internecie, opinii młodych ludzi oraz rodziców na temat sieci.

Z ostatnich przeprowadzonych w 2021 roku badań wynika, że nastolatki (11-17lat) średnio spędzają w sieci 4,5 godziny dziennie, w weekend ponad 6 godzin, a co dziesiąty z nich - 8 godzin dziennie. Dodatkowo istnieje znaczna rozbieżność między opinią/wiedzą rodzica na temat częstotliwości korzystania z Internetu i zachowań nastolatków w sieci, a tym, co deklarują sami młodzi ludzie.

W odpowiedziach respondentów na pytanie ankietowe „Z których serwisów społecznościowych korzystasz najczęściej?” prym wiódł należący do Google portal YouTube (87,8%), a także Facebook/Messenger (86,7%), Instagram (61,8%), Snapchat (49,6%), TikTok (48,6%).

Pomimo iż grupy badawcze dorosłych i adolescentów w przedstawionych powyżej raportach zająają

się, a odsetek osób korzystających z mediów społecznościowych będzie zapewne większy na początku przyjętej skali wiekowej, musimy przyznać, że ten sposób rozrywki pochłania również nas - dorosłych.

Biorąc pod uwagę ten kontekst oraz rozwój rynku social mediów rodzi się pytanie, czy i w jaki sposób „być” na portalach społecznościowych?

Na pytanie „czy” chyba już za późno. Trudno znaleźć internautę bez konta na Facebook’u.

Możemy natomiast działać aktywnie - publikować treści, komunikować się z innymi użytkownikami, skupiać wokół siebie społeczność uczniowską, co czyni wielu nauczycieli. Bo media społecznościowe ze względu na swą dostępność i zasięg oddziaływania stanowią doskonałe miejsce do dzielenia się wiedzą i pasją, są idealną przestrzenią do ukazania uczniom sposobów mądrego korzystania z ich zalet, ale także punktowania wad.