

## Młodzi w social mediach – wybrane aspekty funkcjonowania polskich i rosyjskich studentów w E-sieci

Natalia Shurlakova<sup>1</sup>  
Monika Wojtkowiak<sup>2</sup>

Zabawa ułatwia wchodzenie w życie społeczne, umożliwia zaspokojenie potrzeb, rozbudza zainteresowania, pomaga poznać rzeczywistość, pozwala ćwiczyć różne czynności, a nawet oczyszcza. Te i inne elementy zabawy znalazły miejsce w nowej rzeczywistości wspomaganą technologią. Internet i zabawa wydają się dobrze współgrać i wzajemnie uzupełniać. Jak pisze Marta Koziół: „zabawa rozgrywa się w innej rzeczywistości, którą możemy nazwać rzeczywistością zabawy lub drugą rzeczywistością. Wymaga ona innego wymiaru – takiej rzeczywistości „na niby”<sup>3</sup>.

163

1 **Natalia Shurlakova** – studentka drugiego roku studiów magisterskich, na kierunku Projektowanie społeczne w Państwowym Uniwersytecie im. F. M. Dostojewskiego w Omsku. Zainteresowania naukowe obejmują: pracę socjalną z osobami niepełnosprawnymi, przemoc w rodzinie, wpływ Internetu na zachowania prospołeczne.

2 **Monika Wojtkowiak** – pedagog, doktor nauk humanistycznych w Zakładzie Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji w Instytucie Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Zainteresowania badawcze obejmują: poradnictwo i pomoc, realizowane zwłaszcza w stosunku do nieletnich, aktualne problemy społeczne w kontekście planowania działań profilaktycznych i pomocowych. Najważniejsze opublikowane prace to: *Cyfrowe istnienie pokolenia sieci. Iluzja wirtualnych relacji w perspektywie poszukiwania zagubionych więzi*, [w:] *Więź i pokój w rodzinie i społeczeństwie*, red. T. Sakowicz, M. Marsollek, Kielce 2017; *Area of counseling as a place of change. The recourses available to both sides of counseling as an element of the area of counseling*, DOCERE nr 3-4/2017; *Autorefleksja w narracjach przedstawicieli „nierefleksyjnego” pokolenia „Z”*, [w:] *Człowiek sam dla siebie wyzwaniem*, red. P. Prüfer, Gorzów Wielkopolski 2018.

3 Koziół Marta, *Pedagogika. Artykuły. Znaczenie zabaw świetlicowych w wychowaniu i kształceniu dzieci o obniżonej sprawności umysłowej*. Dokument dostępny pod adresem: <http://www>.

Internet, mimo swojego technologicznego rodowodu, daje świat mocno wyobrażony. Owa wyobrażeniowość w przypadku Internetu sięga nieco dalej niż dotychczas – dostajemy zatem do ręki, z pomocą technologii – doskonałe narzędzie, które pozwala pomóc naszej wyobraźni. Poprzez technologiczną magię zasobów E-sieci, mamy dostęp do świata fantazji, kolorowego uniwiersum fikcji, w którą często chcemy wierzyć, nawet jeśli dziećmi już nie jesteśmy. Gdzie indziej dotkniemy rzeczywistości płynnie łączącej to, co znamy z tym, co możemy sobie wyobrazić i wypowiedzieć?

Internet to środowisko niezwykle, być może właśnie dlatego, że daje niemal nieograniczone pole ludzkiej wyobraźni. Pierwszy raz mamy do czynienia z tak blisko zlokalizowanym miejscem realizacji potrzeb, które opisywali naukowcy, mówiąc o świecie zabawy: za pomocą komputera mamy dostęp do świata odkrywanego włączeniem klawisza. Granicę między realnością i nierealnością łatwo zgubić, gdy rolę „bramy” między jedną a drugą pełni kliknięcie klawisza. Zabawa ma również funkcję wyrażania siebie, a Internet daje niesamowite poczucie bezkarności i niezniewienia konwenansem. Warto podkreślić, że taka funkcja zabawy jak realizacja potrzeby wyrażania siebie, jest czynnikiem rozwojowym, pomaga w socjalizacji. W niniejszym opracowaniu postanowiono zająć się zabawą w jej szczególnym – wirtualnym wymiarze. Poruszana jest bowiem kwestia social mediów, które dają możliwość spotkania, realizują się poprzez kontakt i w dużej mierze opierają się na doświadczeniu przyjemności „bycia z innymi”. A przecież Wincenty Okoń określa zabawę jako „działalność wykonywaną dla przyjemności, którą sama sprawia, stanowi więc, właśnie przez to czynnik szczególnie pożądanym w procesie uczenia się” (Okoń 1996, s. 265). I takim jest świat mediów społecznościowych: daje możliwość udziału, przyjemności, kontaktu, czemu towarzyszy cię przyzwolenie na fantazjowanie, wyobrażanie sobie czegoś, co nie do końca poważne i niezupełnie „na serio” odbierane jest przez użytkowników.

Jak słusznie zauważa Blanka Brzozowska „wprowadzanie możliwości doświadczenia różnych typów przestrzeni, stało się wymogiem decydującym o kształcie współczesnych środowisk konsumpcyjnych” (Brzozowska 2012, s. 79). Ta teza znajduje swoje odzwierciedlenie w świecie wirtualnym, w którym rzeczywistości jest całe mnóstwo i często są wspierane grafiką, pomagającą wyobrazić sobie miejsca, których nie ma. Internet daje nam cyberprzestrzeń, a ta jest plastyczna, gdyż daje użytkownikom świat doświadczany przede wszystkim wizualnie, ale ułatwia też kontakt z innymi, daje miejsce spotkania i zabawy. Jej wielowymiarowość i elastyczność są zaletami nieprzecenionymi – być może to one wpływają na popularność social mediów.

O negatywnym wpływie Internetu na młodych użytkowników napisano

już wiele, a niektóre powszechnie panujące opinie potwierdzają również badania pedagogów, psychologów oraz psychiatrów<sup>4</sup>. Pamiętać jednak należy, że lawinowy wzrost zarówno liczby użytkowników Internetu, jak i pól jego wykorzystania, jest zjawiskiem nieuniknionym i progresywnym. Warto zatem skupić się na analizie niektórych aspektów funkcjonowania w E-sieci. W niniejszym opracowaniu postanowiono skoncentrować się na opisie specyficznego obszaru, jakim są media społecznościowe (social media), w perspektywie kilku wybranych zagadnień. Przy czym, zdecydowano się na przedstawienie problematyki w perspektywie porównania funkcjonowania użytkowników omawianego typu mediów w Polsce i Rosji.

### Kilka słów o naturze Internetu

Powyższy podtytuł ma w sobie swoistą przewrotność; cyfrowy charakter Internetu rodzi bowiem skojarzenie postrzegania go raczej w kategorii tworu sztucznego, oderwanego od wszystkiego, co naturalne, prawdziwe i przyrodzone. Trzeba jednak pamiętać, że „naturalny” to również definiowany poprzez skłonności jako oczywisty, normalny, przez zachowanie jako swobodny, bezceremonialny, nieprzymuszony, a więc w dużej mierze taki, jakim jest widziany przez użytkowników. Warto zauważyć, że współcześni użytkownicy to ludzie młodzi, którzy mają status nie tyle cyfrowych bywalców, co tubylców świata wirtualnego.

165

O naturze Internetu dyskutuje wielu autorów. Przytoczyć tu można badania Piotra Tomasa Nowakowskiego (Nowakowski 2009, s. 149-157), Mariusza Jędrzejki i Agnieszki Taper (Jędrzejko, Taper 2017), Swietłany Lerionowej (Lerionowa 2013) i innych. Wielość przyjętych perspektyw badawczych definiuje różnorodność spojrzeń, wśród których na uwagę zasługują te, które stanowią swoistą próbę referencji zjawiska według standardów postrzegania świata realnego. Taką optykę przytaczają chociażby Dariusz Ilnicki i Krzysztof Janc, którzy ujmują Internet w kategoriach geograficznych, określając w jego geograficznym aspekcie za Manuelem Castellsem trzy płaszczyzny:

1. „Jego rozwoju technicznego, czyli internetowej infrastruktury technicznej (m.in. liczby łączy – routerów, ich pojemności, liczby linii komunikacyjnych przeznaczonych do przesyłu danych).
2. Rozmieszczenia użytkowników Internetu.
3. Produkcji rozwiązań związanych z rozwojem globalnej Sieci” (Ilnicki,

4 Vide: Pathological Internet Use-An Important Comorbidity in Child and Adolescent Psychiatry: Prevalence and Correlation Patterns in a Naturalistic Sample of Adolescent Inpatients. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/324111748\\_Pathological\\_Internet\\_Use-An\\_Important\\_Corbidity\\_in\\_Child\\_and\\_Adolescent\\_Psychiatry\\_Prevalence\\_and\\_Correlation\\_Patterns\\_in\\_a\\_Naturalistic\\_Sample\\_of\\_Adolescent\\_Inpatients](https://www.researchgate.net/publication/324111748_Pathological_Internet_Use-An_Important_Corbidity_in_Child_and_Adolescent_Psychiatry_Prevalence_and_Correlation_Patterns_in_a_Naturalistic_Sample_of_Adolescent_Inpatients) (dostęp: 17.04.2018).

Janc 2008, s. 7).

Autorzy jednak zgodnie podkreślają, że cyberprzestrzeń wymyka się twardej definicji. Jak słusznie zauważa Wojciech Retkiewicz, „pojawienie się cyberprzestrzeni radykalnie zmieniło dotychczasowe środowisko człowieka, które zyskało nowy, cyberprzestrzenny wymiar. Związana z nim cyberprzestrzeń przenika się i współoddziałuje z przestrzeniami fizyczną, społeczną i kulturową, prowadząc niejednokrotnie do zacierania różnic między tym, co realne i wirtualne w ludzkim świecie”<sup>5</sup>. Taka opinia wydaje się prawdziwa i uzasadniona. Internet jako twór techniczny, nie stanowi sedna tego, czym stał się obecnie. Fenomenem jest cyberprzestrzeń.

166

Definicja cyberprzestrzeni zawiera w sobie coś, co z punktu widzenia człowieka osadzonego w rzeczywistości wyłącznie pozainternetowej, realnej, ma w sobie element i uczestnictwa, i zabawy. Od stworzenia maszyny z jej systemem połączeń i parametrami ułatwiającymi niemal intuicyjne użytkowanie, do stworzenia wirtualnej rzeczywistości, a nawet cyfrowych światów, wiedzie długa droga. Jej podstawą wydaje się być coś, co nierozłącznie kojarzy się z zabawą i rozrywką – wyobraźnia. Jak pisze Katarzyna Sobczak: „wyobraźnia jest nieodłącznym elementem świata wirtualnego, bez którego nie mógłby istnieć. Przeciwstawia ją rozumowi, odgrywającemu główną rolę w świecie realnym” (Sobczak 2014, s. 23). To aktywność internautów prowadzi do wyklarowania e-świata, gdyż ich zaangażowanie staje się swego rodzaju „paliwem napędowym” rozwoju e-przestrzeni. Można zatem nieco ilustracyjnie powiedzieć, że cyberprzestrzeń ma nie tylko swój wymiar graficzny, ale również swoją choreografię, w której ruch jest wymiernym wskaźnikiem dynamiki funkcjonowania, kierunku rozwoju, napędem zmian i tym, co stanowi o atrakcyjności. „W Internecie może zatem funkcjonować każdy, ale również każdy może wpływać na jego kształt. Z rozwojem Internetu zmienia się zarówno jedno jak i drugie. Wyobraźnia i wizualizacja pozwalają przypisywać rzeczywistości wirtualnej nowe przymioty, cechy właściwe (rzeczywistości) realnej, postrzeganej zmysłami rzeczywistości, którą można nie tylko zobaczyć, ale również dotknąć i kształtować za pomocą odpowiednio przygotowanego interfejsu” (Wasilewski 2013, s. 227).

## Internet w społeczeństwie czy kontakt w Internecie?

Osobną kategorią zagadnień, na którą zwracają obecnie uwagę badacze, jest charakter kontaktów indywidualnych i grupowych relacji w E-sieci.

5 *Przestrzenna natura cyberprzestrzeni*. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/306018482\\_Przestrzenna\\_natura\\_cyberprzestrzeni](https://www.researchgate.net/publication/306018482_Przestrzenna_natura_cyberprzestrzeni) (dostęp: 26.04.2018).

To, jak wygląda spotkanie ludzi w Internecie wpływa w dużym stopniu z jego charakteru wirtualnego. O ile bowiem można Internet traktować wyłącznie w kategoriach fizycznych cyberpołączeń, o tyle cyberprzestrzeń już wymyka się takim definicjom. Jest ona bowiem określana ludzką aktywnością, i co więcej – to ludzka aktywność ją tworzy. Implikuje to kolejne pytania o miejsce jednostki i społeczności w owej przestrzeni cyfrowej. Można postawić tezę, że jest to kolejna przestrzeń kolonizowana przez ludzi. Wydaje się zasadnym przyjęcie, dla potrzeb niniejszego opracowania, perspektywy, którą proponuje Kazimierz Krzysztofek. Jak słusznie zauważa Autor: „nie jest to zatem internetowe społeczeństwo, lecz po prostu Internet w społeczeństwie” (Krzysztofek 2008, s. 74). Fenomenem Internetu jest to, że dał ludziom nowe pole do nawiązywania kontaktów.

Mówiąc o jakiegokolwiek interakcyjności w Internecie, należy zwrócić uwagę na szereg czynników, które mogą wpływać na charakter jej przebiegu. Wśród nich można wymienić:

- pokonywanie ograniczeń przestrzennych i niemal nieograniczoną liczbę kontaktów (możliwe kontakty z liczną grupą osób, dzięki zaawansowanym opcjom wyszukiwania, wybierania, filtrowania);
- brak kontaktu fizycznego, który stanowi ważne ograniczenie dla komunikacji;
- anonimowość i powszechną wręcz płynność tożsamości (co owocuje nietypowymi pomysłami w zakresie autoprezentacji uczestników rozmowy, a nawet nadużyciami w tym zakresie);
- redukcję wstydu, konwenansu, zmniejszenie dystansu między rozmówcami;
- zrównanie statusów (które powoduje, że na jakość kontaktu ma wpływ nie: wiek, płeć, wykształcenie, ale wyłącznie umiejętności komunikacyjne osoby prowadzącej dialog);
- rozciąganie i koncentracja czasu (poprzez funkcjonowanie komunikacji w trybie online i opóźnionym, co czyni czas konwersacji nieco „umownym”);
- możliwość permanentnego zapisu i dokumentacji (vide: Aouil 2004, s. 60-61; Szpunar 2005, s. 378-403).

Wszystkie wyżej wymienione cechy E-sieci czynią z niej miejsce spotkań odrębne, charakterystyczne i niepowtarzalne. Z punktu widzenia podjętych rozważań bardzo ważną cechą Sieci jest interaktywność związana z interkomunikatywnością (Łęcicki 2011, s. 61). Z jednej strony daje ona niemal nieograniczone możliwości wyboru, z drugiej może stać się narzędziem manipulacji i prowadzić do postrzegania siebie w kategoriach wyznaczonych opiniami i osądami innych osób. W tym zakresie dotykamy zagadnienia miejsca

social mediów w obszarze spotkań i kontaktów użytkowników Internetu.

## Social media

Wzrost dominującej roli sieci internetowej w naszym życiu przekłada się na wzrost konsumpcji informacji w niej zamieszczanych. Zjawisko to odnosi się głównie do przepływu informacji między użytkownikami. Media społecznościowe to dość obszerny znaczeniowo termin, który wskazuje na fenomen rosnącej atrakcyjności komunikacji i współlistnienia społecznego w Internecie. Dokonując próby dookreślenia definicyjnego, social media określić możemy jako „media społecznościowe «technologie internetowe i mobilne, umożliwiające kontakt pomiędzy użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy”<sup>6</sup>. Są one popularne, bo tak jak Internet, przekraczają granice, wspierają relacje z innymi ludźmi, ułatwiają kontakt, ale ich popularność wiąże się również z faktem, że dochodzi do dominacji wizualizacji świata wyobrażanego. „Media działają na zmysły, oferują obrazy, dźwięki, wartką akcję” (Kołak 2005, s. 74.), a jako takie wpisują się w potrzeby dzisiejszych odbiorców.

168

„Należy zauważyć różnorodności w obrębie social media, które wpływają zarówno na aktywność użytkowników (z których każdy realizuje własne potrzeby w zakresie digital społeczności), jak i na rolę różnego rodzaju platform i portali dla rozwoju różnych dziedzin działalności gospodarczej. Ranking najpopularniejszych platform social media na świecie zdominował Facebooka i jego aplikacje pokrewne”<sup>7</sup>.

Facebook, wciąż najpopularniejszy, nadal jest miejscem spotkań, wymiany informacji, ale także autopromocji i promocji w ogóle. Twitter jest symbolem komunikacji dzisiejszych czasów: przekazywane za jego pośrednictwem informacje mają charakter bardzo krótkich komunikatów, a przez to są skondensowane, co powoduje, że w efekcie raczej oddziałują na zmysły niż stanowią formę szerszego przekazu informacji.

Nieco młodsza inicjatywa, jaką jest Instagram, ma podobny charakter, gdyż opiera się głównie na obrazach mających charakter fleszów. Co ciekawe, Instagram powstał jako aplikacja, a przeżył swoistą ewolucję i dziś określany jest mianem medium społecznościowego (Wysokińska 2016, s. 130). Być może spowodowane jest to potrzebami odbiorców, dla których stanowi on swego

6 <http://sjp.pwn.pl/slowniki/media%20spo%C5%82eczno%C5%9Bciowe.html>; dostęp: 15.05.2018.

7 <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytkownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spoecznoosciowych/>; dostęp: 10.05.2018.

rodzaju zabawę.

Niezależnie od rodzaju, social media stanowią ogromną siłę w zakresie promocji i marketingu produktów. Przez swój charakter, który wiąże się z poczuciem udziału, współpracy i współtworzenia, media społecznościowe stają się polem promocji i marketingu. Jak przewidują specjaliści od marketingu: „Twitter, zarówno w przypadku wydarzeń kulturalnych, jak i aktualności, będzie koncentrował się na momentach i raportowaniu ich w czasie rzeczywistym. Facebook pozostanie topowym narzędziem marketerów, które powoduje konwersję. (...) Dla Facebook Live czy Marketplace przewiduje się także więcej możliwości dla reklamodawców. Instagram zaś traktowany jest jako narzędzie budujące świadomość marki i angażujące użytkowników. Snapchat z kolei „dojrzał” do tego, aby być narzędziem marketingowym i stanowi platformę do dystrybucji contentu, z której z powodzeniem korzystają takie marki jak MTV czy National Geographic. Natomiast LinkedIn to najbardziej profesjonalna z wymienionych platform, która stała się poniekąd osobnym rynkiem dla branży digital”<sup>8</sup>. Trudno ostatecznie określić, jaki przebieg będzie miał rozwój social mediów, z racji bardzo dynamicznego charakteru wszelkich zjawisk związanych z nieprzewidywalnością rozwoju mediów cyfrowych. Warto jednak zauważyć, że stały się one swoistym fenomenem życia społecznego współczesnych.

169

### Korzystanie z social mediów w Polsce

Raport Socialpress podaje, że „według Głównego Urzędu Statystycznego liczba mieszkańców w Polsce na dzień 30 czerwca 2017 roku wynosiła 38,422 milionów kobiet i mężczyzn”<sup>9</sup>. W tym samym dokumencie znajdziemy informacje odnośnie swoistej taksonomii generacji, co przekłada się na liczbę użytkowników E-sieci<sup>10</sup>. Obserwować możemy widoczną na całym świecie rosnącą dominację pokoleń wychowanych w erze cyfryzacji i obytych z funkcjonowaniem w e-przestrzeni. Dane z 2018 roku informują, że „w Polsce (...) aż 78% populacji korzysta z Internetu (29,75 mln), prawie połowa aktywnie używa social mediów, a 37% smartfonów do korzystania z komunikacji

8 <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytkownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spolescnosciowych/>; dostęp: 10.05.2018.

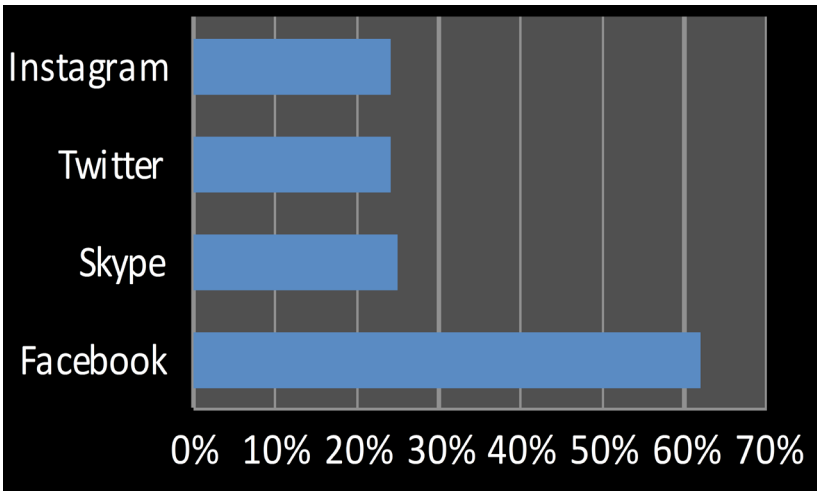
9 *Pokolenia a korzystanie z social media w Polsce*. Dokument dostępny pod adresem: <https://socialpress.pl/2018/03/pokolenia-a-korzystanie-z-social-media-w-polsce/> (dostęp: 30.05.2018).

10 „Najwięcej osób mieści się między 30 a 40 rokiem życia, a najmniej jest tych po siedemdziesiątce. Analizując dane pod kątem liczości poszczególnych pokoleń (Baby Boomers, pokolenia X, Y i Z) otrzymujemy najwięcej Zetów: 8,983 miliona i 23,4% ludności Polski. Drugie co do wielkości pokolenie to Millenials, czyli Y, z wynikiem 22,8%. O 57 tysięcy mniej mamy Baby Boomersów (BB), którzy stanowią 22,7% naszej populacji. Pokolenie X stanowi tylko 20,5% naszej populacji” (ibidem).

społecznościowej”<sup>11</sup>. Dostrzega się również tendencję do korzystania z urządzeń mobilnych, co przekłada się na niemal stały kontakt „online” za pomocą smartfonów, tabletów i innych urządzeń przenośnych. Ta tendencja zaznacza się w danych statystycznych od 2016 roku. Można ją określić jako naturalne następstwo postępu cyfryzacji technicznej obejmującej cały świat.

Polska znajduje się w ścisłej czołówce jeśli chodzi o użytkowników portali społecznościowych. Na podstawie dostępnych danych statystycznych okazuje się, że „Polska zajmuje w rankingu użytkowników, którzy codziennie korzystają z social media w stosunku do całkowitej sumy internautów z danego kraju, trzecie miejsce na świecie. Aż 70 procent Polaków jest aktywnych codziennie na platformie”<sup>12</sup>. Oznacza to, że „15 milionów Polaków (39%) korzysta aktywnie z mediów społecznościowych”<sup>13</sup>.

Rozkład aktywności Polaków w najpopularniejszych platformach social mediów przedstawia poniższy wykres:



Wykres 1. Najpopularniejsze social media w Polsce.

Opracowanie własne na podstawie:

<http://bryks.it/polski-internet-2017-dane-statystyki-i-prognozy/> (dostęp: 07.05.2018).

<sup>11</sup> Ł. Majchrzyk, *Mobile i digital w 2018 roku w Polsce i na świecie*. Dokument dostępny pod adresem: <https://mobirank.pl/2018/02/02/mobile-i-digital-w-2018-roku-w-polsce-i-na-swiecie/> (dostęp: 20.05.2018).

<sup>12</sup> <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytkownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spolecznościowych/> (dostęp: 10.05.2018).

<sup>13</sup> *Polski Internet 2017 – dane, statystyki i prognozy*. Dokument dostępny pod adresem: <http://bryks.it/polski-internet-2017-dane-statystyki-i-prognozy/> (dostęp: 30.05.2018).



W Polsce niewątpliwie najpopularniejszym serwisem pozostaje Facebook i jego pochodne (między innymi Fb Messenger). Poza ujętymi w wykresie platformami, dużą popularnością cieszył się Skype – służący głównie do komunikacji oraz podobne do niego Watsapp i LinkedIn (portal dający możliwość zarządzania swoją tożsamością zawodową i stworzony do tworzenia sieci zawodowych, a także oparty w dużej mierze na wizualności Pinterest). Do niedawna dużą popularnością cieszył się portal NK („Nasza Klasa”), stworzony na potrzeby odnawiania, nawiązywania i podtrzymywania kontaktów, znajomości ze szkoły. „Nasza Klasa” jeszcze w 2010 roku miała około 14 milionów aktywnych kont. Wydaje się jednak, że aktywność użytkowników zamarała na rzecz przeniesienia jej do Facebooka.

O tym, że e-przestrzeń przenika do kolejnych obszarów rzeczywistości i staje się miejscem zagospodarowanym, zwłaszcza przez najmłodsze pokolenia, pisano już wiele. Należy jednak wspomnieć, że w Polsce aktywność w mediach społecznościowych została wykorzystana również w procesie pozyskiwania pracowników i jest to ewenement, który być może stanie się początkiem tego rodzaju działalności firm w zakresie rekrutacji. Jak piszą autorzy *Raportu Emplocity 2017 Sztuczna inteligencja w rekrutacji pracowników*:

„rynkowe trendy pogłębiają wykorzystywanie nowych technologii w rekrutacji. Rosnąca popularność nowoczesnych form rekrutacji jest odpowiedzią firm na oczekiwania pracowników, w szczególności pokolenia Y i Z oraz metodą na dotarcie do pasywnych IT Professionals. Nowe technologie takie jak AI wychodzą poza tradycyjne algorytmy, tworząc systemy, które rozumieją, uczą się i przewidują”<sup>14</sup>

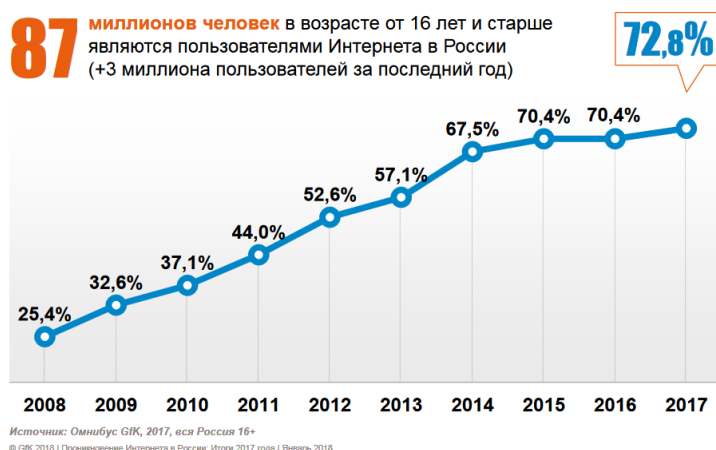
I znów sprawdza się teza że to, co pokoleniom ery cyfryzacji bliskie i znajome, staje się najkrótszą drogą do adaptacji nowych obszarów życia pozacyfrowego dla działalności w e-rzeczywistości. Jednak, jak wspomina przytoczony powyżej raport, „CV screening, automatyzacja i standaryzacja procesów rekrutacji nie wyeliminują jednak czynnika ludzkiego” (ibidem). Mimo rosnącej cyfryzacji, „czynnik ludzki” nadal ma ogromne znaczenie dla życia i realnego funkcjonowania – nie sposób bowiem wyrwać się zupełnie z rzeczywistości realnej i funkcjonować poza nią. Marzenia o ucieczce w świat wirtualny mają jeszcze rys utopii i... wydaje się, że to dobrze z dwóch powodów: po pierwsze ograniczenia możliwości depersonalizacji E-sieci, pozbawiania jej relacyjności, która ma swoje korzenie w życiu rzeczywistym;

14 Raport Emplocity, *Sztuczna inteligencja w rekrutacji pracowników*. Dokument dostępny na stronie: [https://emplocity.pl/static/files/Sztuczna\\_Inteligencja\\_w\\_Rekrutacji\\_\[RAPORT%7D\\_Emplocity\\_2017.pdf](https://emplocity.pl/static/files/Sztuczna_Inteligencja_w_Rekrutacji_[RAPORT%7D_Emplocity_2017.pdf) (dostęp: 26.04.2018).

po drugie: niemożności wykluczenia kontaktu personalnego, rzeczywistego ograniczania, możliwość przekłamań, co dekonspiruje to, co niektórzy nazwać mogą „drugim życiem w Sieci”, a co określa się czasem mianem awatarowości poszerzonej.

## Social media w Rosji

Wspomniana już tendencja wzrostu popularności Internetu i social mediów wydaje się mieć również odzwierciedlenie w rzeczywistości rosyjskiej. Według Wszzechrosyjskiego Centrum Badawczego GfK, do początku 2018 roku, na całkowitą populację 146,8 milionów ludzi, uczestnictwo użytkowników Internetu w Rosji, wśród ludności powyżej 16 roku życia, wynosiło 87 milionów ludzi, czyli o 3 miliony więcej niż przed rokiem (rys. 1)<sup>15</sup>.



Wykres 2. Liczba użytkowników Internetu w Rosji w wieku powyżej 16 lat w latach 2008-2017.  
(źródło: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/>; dostęp: 09.05.2018).

W latach 2015-2016 zasięg internetowej widowni pozostał stabilny. Niemal jedyną istotną zmianą był wzrost mobilnej publiczności internetowej. W 2017 roku ponownie wróciliśmy do wzrostu ilościowego – poziom penetracji Internetu w Rosji wzrósł z 70,4% do 72,8% wśród ludności 16+, a oglądalność mobilnego Internetu wzrosła z 47% do 56%” - komentuje trendy rozwoju

15 Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. 2018. - URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 09.05.2018).

odbiorców Internet Sergey Ketov, kierownik działu badań nad mediami, GfK Rus<sup>16</sup>.

Wśród młodych ludzi poziom korzystania z Internetu niemal osiągnął wartości graniczne dwa lata temu, kiedy liczba młodych ludzi korzystających z Internetu sięgnęła 98%! Oznacza to, że tylko 2% rosyjskiej młodzieży nie jest aktywnymi użytkownikami Internetu. Wzrost liczby osób korzystających z Internetu w ostatnich latach wynika głównie z użytkowania cybersieci przez osoby starsze. W ciągu ostatniego roku wśród osób w wieku 55 lat i starszych, odsetek użytkowników Internetu zwiększył się o jedną czwartą, jednak poziom penetracji Internetu wśród przedstawicieli starszych pokoleń pozostaje niski. Tylko jeden na trzech (36%) Rosjan powyżej 55 roku życia korzysta z Internetu. Dla porównania w grupie wiekowej 30-54 lata liczba ta wynosiła 83% populacji na początku 2018 roku, a wśród młodzieży osiągnęła 98%<sup>17</sup>. W Rosji – tak, jak na całym świecie, to młodzi są najaktywniejszymi użytkownikami Internetu. Warto zauważyć, że młodzi Rosjanie doceniają fakt, że dziś Internet odgrywa ogromną rolę w kształceniu młodego pokolenia. To, z jednej strony, pozwala młodym ludziom „doświadczać” świata kilka razy szybciej niż starsze pokolenie, a z drugiej strony niesie ze sobą poważne niebezpieczeństwa – od banalnej utraty czasu w wirtualnej rzeczywistości, po problemy z doprowadzaniem nastolatków do samobójstwa itp.

173

Jednak rzeczywistość jest taka, że dziś w Rosji, podobnie jak w wielu krajach świata, media społecznościowe utrzymują swoją wysoką pozycję. Udział w różnych mediach społecznościowych, według Ogólnorosyjskiego Centrum Badań Opinii Publicznej ВЦИОМ (Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения), ma ponad 80% rosyjskich użytkowników Internetu. Konta na social mediach posiadają rosyjscy aktorzy i piosenkarze, politycy i partie polityczne, postacie religijne i instytucje różnego typu. W przestrzeni internetowej można znaleźć relacje rosyjskiego prezydenta, patriarchów rosyjskiego Kościoła prawosławnego, gwiazd rosyjskiej sceny muzycznej itp.<sup>18</sup>.

Najpopularniejszymi domenami mediów społecznościowych w Rosji są lokalne „VKontakte”, „Koledzy z klasy” (nazwa oryginalna: „Одноклассники”) i międzynarodowe: „Facebook”, „Twitter”, „Instagram” i inne.

16 Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. 2018. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 09.05.2018).

17 GfK Rus Проникновение Интернета в России. Итоги 2017 года. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 09.05.2018).

18 Е. Макарова, 7 самых популярных социальных медиа в России// Rival IQ. 2015. URL: <https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/> (dostęp: 14.04.2018).

Pierwsze miejsce wśród rosyjskich użytkowników Internetu zajmuje sieć społecznościowa VKontakte (Vk.com). Dane dotyczące liczby zarejestrowanych użytkowników są różne, od 180 do 300 milionów osób. Procentowo w VKontakte zarejestrowano około 75% Rosjan, a miesięcznie odwiedza tę stronę około 60 milionów ludzi<sup>19</sup>. Wydaje się, że głównym powodem takiej popularności jest chęć podtrzymania lub odnowienia kontaktów ze znajomymi. Nie jest to zaskakujące, biorąc pod uwagę, że na tym portalu ludzie mogą znaleźć praktycznie wszystkich swoich kolegów z klasy, przyjaciół, a także krewnych i zwykłych znajomych.

Sieć społeczna VKontakte jest nieoficjalnie uznawana za rosyjski odpowiednik Facebooka. Jednak taka opinia została odrzucona przez Pavła Durova, który zaprojektował tę stronę. Pavel Durov, podobnie jak wielu użytkowników, uważa te sieci społecznościowe za zupełnie inne. Autor na swoim blogu stawia tezę, że „VKontakte” jest w dużej mierze stworzony na wzór amerykańskiego „Facebooka”. Pavel Durov pisze:

174

„myślę, że podobieństwo zewnętrzne, podobieństwo stylu koncepcji, to dobry znak: struktura strony pozwala np. zagranicznym studentom, szybko zrozumieć interfejs (podobny do portali innego kraju). Jest to czynnik, który jednoczy studentów i absolwentów z całego świata. Należy jednak pamiętać, że stworzenie witryny tego typu polega na rozwoju kodu php od podstaw i pewne podstawowe cechy mogą się znacznie różnić”<sup>20</sup>.

Jedną z najbardziej widocznych różnic między Facebookiem a VKontakte jest stosunek do praw autorskich. Na Facebooku zabronione jest publikowanie treści naruszających prawa autorskie (np.: muzyka, filmy, książki itp.). Inaczej jest na portalu VKontakte, który zawiera bardzo dużą ilość treści „pirackich”. Na tej stronie można znaleźć najnowsze albumy muzyczne, wykonawców cieszących się popularnością na całym świecie i nie ma konieczności wnoszenia opłat za ich przesłuchanie<sup>21</sup>. Być może to obfitość darmowych treści jest jednym z głównych czynników, które przyciągają rosyjskich użytkowników.

Drugim pod względem popularności portalem, związanym z mediami społecznościowymi według liczby zarejestrowanych użytkowników w Rosji jest „Одноклассники”, skupiający według danych z 2016 roku 205 milionów

19 Ямбокс Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016. URL: <https://habr.com/companу/yambox/blog/303656/> (dostęp: 26.04.2018).

20 П. Дуров Аналоги Контакта за рубежом. 2007. – URL: <https://vk.com/blog.php?nid=38> (dostęp: 09.05.2018).

21 Разница между «Фэйсбук» и «Вконтакте». 2016. – URL: [https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-fejsbuk-ot-vkontakte/#h2\\_2](https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-fejsbuk-ot-vkontakte/#h2_2) (dostęp: 09.05.2018).

zarejestrowanych użytkowników<sup>22</sup>. Jedną z ciekawych funkcji „Kolegów z klasy” jest to, że liczba użytkowników w średnim i starszym wieku jest na tych portalach kilkakrotnie większa niż liczba młodzieży i nastolatków. Być może dyktowane jest to swego rodzaju sentymentem do powracania do wspólnych wspomnień z lat szkolnych.

Jeśli chodzi o międzynarodowe media społecznościowe takie jak Facebook i Twitter, są one mniej popularne w Rosji niż VKontakte i Одноклассники. Niemniej jednak liczba zarejestrowanych użytkowników rosyjskojęzycznych na Facebooku wynosi około 8 milionów osób<sup>23</sup>. Ostatnio popularność Facebooka w Rosji rośnie bardzo szybko. Facebook jest użytkowany głównie przez młodych, a co za tym idzie, tak jak na całym świecie, jest „oknem” do szybkiego i szerokiego kontaktu ze znajomymi z całego globu.

Instagram w Rosji jest najbardziej „kobieca” ze wszystkich społeczności internetowych. Dla przykładu z danych na przełomie 2015-2016 wśród aktywnych użytkowników strony 77,1% stanowi płeć piękna<sup>24</sup>. Zaś Twitter jest obecnie bardziej popularny wśród mężczyzn<sup>25</sup>. Wydaje się temu sprzyjać forma tego ostatniego, gdyż Twitter ze specyfiką i zwięzłością udostępnianych komunikatów, bardziej odpowiada charakterowi konkretnej i krótkiej komunikacji mężczyzn, zaś Instagram koncentruje się na tym, co estetycznie ciekawe, interesujące wizualnie, promujące określony styl życia.

175

Poruszając problem rosyjskich mediów społecznościowych, warto wspomnieć, że dziś w Rosji zauważalna jest bardziej wyraźna tendencja wykorzystania technologii mobilnych, co przekłada się na aktywność w social mediach. Użytkownicy coraz rzadziej odwiedzają portale społecznościowe ze stacjonarnych komputerów i coraz częściej korzystają z urządzeń mobilnych. We wrześniu 2015 roku ruch mobilny stanowił 58% całkowitego ruchu internetowego w Rosji, a liczba ta stale rośnie<sup>26</sup>. Wspomniana już tendencja wiąże się z jednej strony z rozszerzaniem się sieci i jej dominacji w życiu, a z drugiej z postępującym wzrostem dominacji technologii mobilnych w życiu człowieka w ogóle. Postęp technologiczny, który następuje

22 Ямбокс Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016. URL: <https://habr.com/companу/yambox/blog/303656/> (dostęp: 14.04.2018).

23 Ямбокс Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016. URL: <https://habr.com/companу/yambox/blog/303656/> (dostęp: 14.04.2018).

24 Социальные сети в России, зима 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/social-nye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (dostęp: 09.05.2018).

25 Ямбокс Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016. URL: <https://habr.com/companу/yambox/blog/303656/> (dostęp: 26.04.2018).

26 Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. 2018. - URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 09.05.2018).

bardzo dynamicznie, ma swoje przełożenie na rozwój świata social mediów, a być może, ujmując problem szerzej, na lokację aktywności ludzkiej w e-świecie, również na poziomie interakcji interpersonalnej. Pod tym względem Rosja i Polska niczym się nie różnią ani od siebie, ani od reszty świata.

## Organizacja badań

Podjęcie tematu „social media jako środowiska funkcjonowania młodych” implikowane było badaniem e-przestrzeni w perspektywie realizacji potrzeb społecznych i wyznaczenia przyszłych potrzeb pomocowych. Przedmiotem badań uczyniono to, jak młodzi postrzegają e-środowisko, przy czym w artykule zdecydowano się przedstawić tylko fragmenty uzyskanych danych. Przywołane w niniejszym opracowaniu wyniki stanowią więc część większej całości badań o charakterze ilościowym i jakościowym.

Na przełomie lat 2017 i 2018, niemal równolegle (w grudniu 2017 i styczniu 2018) przeprowadzone zostały badania wśród studentów dwóch uczelni: Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach i Państwowego Uniwersytetu im. F. M. Dostojewskiego w Omsku. Badania przeprowadzone były przy pomocy metody sondażu diagnostycznego<sup>27</sup>, co pozwoliło na uzyskanie danych ilościowych, a także przy użyciu wywiadu pogłębionego (fragmenty niniejszych wywiadów zostaną przytoczone w tekście jako swoista egzemplifikacja zagadnienia).

Badania, których fragmenty przytoczone zostały w niniejszym opracowaniu, stanowią kontynuację przeprowadzonych w 2017 roku, badań dotyczących relacji do Internetu przedstawicieli pokolenia Z. Wówczas, w badaniach przeprowadzonych na terenie uczelni kieleckich uzyskano dość obszerną listę cech, jakie badani przypisali e-środowisku, wyrażonych w krótkich zdaniach<sup>28</sup>.

Owe stwierdzenia stały się inspiracją do dalszej eksploracji tematu „Młodych w Internecie”, czego pokłosiem są badania przedstawione w niniejszym opracowaniu, a przeprowadzone na terenie Polski i Rosji. W ankiecie, którą posłużono się w tych ostatnich, znalazły się powyższe stwierdzenia (sformułowane podczas projektu „E-Eksploracja”). Pozwoliło to na utworzenie kafeterii zdań opisujących E-sieć<sup>29</sup>. Uzyskane wyniki wykorzystano podczas

27 Badaniami objęto 186 osób: 96 studentów w Polsce i 90 w Rosji.

28 Badania przeprowadzono w kwietniu i październiku 2017 roku w ramach programu „E-Eksploracja” realizowanego przez SKN Profil, działającego przy Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach i objęto nimi studentów Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Politechniki Świętokrzyskiej oraz Wszechnicy Świętokrzyskiej.

29 W niniejszym opracowaniu zdania określające stosunek młodych do e-sieci są przytaczane w formie oryginalnej w ten sposób, w jaki zostały umieszczone w kafeterii jednego z pytań ankiety w formie: „w Internecie obowiązuje powierzchowność kontaktu, która daje pewien komfort”, „nie muszę udawać kogoś, kim nie jestem, przybierać masek, zachowywać

badan, których fragmenty przedstawiono w niniejszym opracowaniu. W polsko-rosyjskich badaniach ankietowych poproszono respondentów o wybranie spośród listy zdań opisujących e-środowisko tych, które według nich najlepiej charakteryzują social media.

## **Kontakty, znajomości i poczucie wspólnoty – wybrane elementy porównania aktywności w Polsce i Rosji. E-funkcjonowanie społeczne w świetle wyników badań**

Współcześnie niemal powszechnym zjawiskiem jest fakt, że e-przestrzeń to przestrzeń życia społecznego, zarówno w skali makro- jak i w wymiarze prywatnym i indywidualnym. Czynnikiem, który wpłynął na powstanie niniejszego artykułu było przekonanie, że interesującym jest zwłaszcza ów indywidualny wymiar e-uczestnictwa społecznego. To, jakie postawy wobec Internetu prezentują młodzi, jak odnoszą się do niego jako przestrzeni przenoszenia kontaktów z życia realnego lub rozwijania przyjaźni tylko i wyłącznie wirtualnych, jak postrzegają e-rzeczywistość w perspektywie relacyjności spotkań, które mają w niej miejsce, stało się zatem głównym wątkiem przeprowadzonych wywiadów i ankiet. Podstawowym problemem badawczym było zatem pytanie o to, czy studenci potrafią określić z iloma osobami regularnie kontaktują się w Internecie poprzez social media.

Kwestią, która jest interesująca, z punktu widzenia podjętych badań, był sposób traktowania przez respondentów znajomości w świecie realnym i wirtualnym, a dokładnie to czy zdarza się, że przenoszą (lub kontynuują) znajomości ze świata realnego w wirtualnym (np. poprzez kontakt w social mediach) i odwrotnie: czy ludzi poznanych w świecie wirtualnym poznają również w życiu realnym. W tym celu zadano pytanie odnośnie powyższego, w brzmieniu: „czy zdarza Ci się przenoszenie znajomości ze świata realnego do internetowego?”. I kolejne: „czy zdarza Ci się przenoszenie znajomości ze świata wirtualnego do realnego?”. Kafeterię odpowiedzi uzupełnia zdanie „traktuję te dwa rodzaje znajomości jako zupełnie różne”.

Otrzymane wyniki badań pozwalają stwierdzić, że w obu grupach (polskiej i rosyjskiej) zdecydowanie najczęściej młodzi ludzie kontynuują znajomości ze świata realnego w świecie cyfrowym. W ten sposób odpowiedziało 80 osób, czyli 83% studentów polskich i 77 studentów rosyjskich, co stanowi 85% badanej grupy. Uzasadnieniem takich odpowiedzi była najczęściej możliwość dzielenia się informacjami ze znajomymi szybciej, „bycia razem” online lub np. uczestnictwo w grach sieciowych online. Nieco mniejsza grupa badanych wskazywała, że zdarzało się im w świecie realnym kontynuować



znajomości zawarte w świecie wirtualnym. Przy czym zauważyć można niewielką różnicę we wskazaniach studentów polskich i rosyjskich. Studenci rosyjscy (75%), częściej niż polscy (50%) deklarują przenoszenie znajomości ze świata cyfrowego do rzeczywistości realnej. Tym bardziej zaskakuje istotna rozbieżność w obu grupach. Zaledwie 6,24% badanych w polskiej grupie deklaruje, że znajomości ze świata realnego i te w świecie cyfrowym są dla nich czymś zupełnie innym, zaś w grupie rosyjskich studentów pojawiło się aż 33% wskazań tego typu, co świadczy o tym, że jedna trzecia badanych taką różnicę zauważa. Taki wynik może świadczyć o istniejącym jednak rozgraniczeniu między światem realnym i cyfrowym w perspektywie relatywności kontaktów. Świadczy również o tym, że kontakty tego typu nie są dla młodych ludzi tożsame. Tak więc byłoby zbyt dużym uproszczeniem, gdyby ich odmiennosc, różność, inność traktować w kategoriach przeciwstawności lub nawet kolizyjności. Jednak zauważenie i podkreślenie takiego rozróżnienia, wskazuje na istnienie swego rodzaju odmienności w traktowaniu przez młodzież kontaktów *face to face* od tych, które nawiązywane są drogą cyfrową.

178

W badaniu ankietowym zdecydowano się również zadać pytanie o to, czy według respondentów korzystanie z Internetu wpłynęło pozytywnie na ich życie towarzyskie. W odpowiedzi na to pytanie badani są niemal jednomyślni. Tylko 5,2% respondentów z Polski i 7,7% z Rosji twierdzi, że pozytywnego wpływu korzystania z Internetu na swoje życie towarzyskie nie zauważa. Zdecydowana większość uznaje, że Internet ułatwia kontakty z innymi, ale uzasadnia to w różny sposób. I tak respondenci rosyjscy mówią, że: „Internet pozwala zawierać nowe i podtrzymywać stare znajomości” (RK.4), „otrzymuję wiele informacji i komunikuję się z ludźmi z różnych krajów” (RK.1), „Internet ułatwia chociażby zorganizowanie spotkań (RK.4). Podobne wypowiedzi pojawiają się wśród polskich studentów: „Mam kontakt z bliskimi, nawet gdy nie mam czasu” (PK.3), „Social media są najprostszą drogą podtrzymywania znajomości” (PK.2).

Co ciekawe, badani odpowiadając na powyższe pytanie, wskazywali również cechy Internetu, które mają bezpośredni związek ze specyfiką funkcjonowania społecznego w Sieci. Często badani uzasadniali pozytywny wpływ social mediów na życie towarzyskie tym, że stali się mniej nieśmiali, nie mają barier w komunikowaniu się z innymi, nie wstydzą się, nie obawiają krytyki, a nawet czują większą więź z osobami, z którymi mają stały kontakt przez Internet<sup>30</sup>. Te odpowiedzi wskazują zatem na swoistość Internetu, która daje im możliwość większej otwartości ze względu na nawiązywanie interakcji

30 W tym miejscu warto wspomnieć, że zjawisko poczucia bliskości i więzi implikowanej przez kontakt online opisywali między innymi Tonino Cantelmi i Lisa Giardina Grifo, odwołując się do teorii więzi uczuciowej i „bezpiecznej bazy” (vide: Cantelmi, Grifo 2003, s. 4-86).



o charakterze pośrednim, a to z kolei przekłada się na otwartość w budowaniu relacji online.

## Czym są dla młodych media społecznościowe?

Powierzchność kontaktów z innymi użytkownikami była jedną z najczęściej spotykanych cech Internetu, jaką wskazywali respondenci w roku 2017, we wspomnianych powyżej badaniach. W badaniach stanowiących przedmiot niniejszego opracowania pojawia się wskazanie w brzmieniu: „W Internecie obowiązuje powierzchowność kontaktu, która daje pewien komfort”. Zgadza się z nim dość duża grupa osób: 28% badanych polskich studentów i 36% badanych studentów z Rosji zgodziło się z takim określeniem relacji międzyludzkich w E-sieci. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, że młodzi użytkownicy mają świadomość specyfiki kontaktu w Internecie. Opinie wyrażane w wywiadach są swoistą egzeplifikacją dla tego stwierdzenia. Młoda użytkowniczka z Rosji (22 lata) mówi: *Tam (w E-sieci – przyp. aut.) panują płytkie i płaskie relacje, to nie jest życie realne* (RK.4); *W Internecie nikt się nie przejmuje tym, jak ta znajomość wygląda, bo jeśli nie ta – to inna*, konkluduje student z Polski (21 lat) i kontynuuje – *To jest wygodne. Nie musisz skupiać się, starać, koncentrować na tym, co mówisz, a właściwie piszesz. Każdy wie, że tak po prostu jest w Internecie i już* (PM.1). Literatura przedmiotu wskazuje, że w charakterystyce e-środowiska zwraca się uwagę głównie na powierzchowność panujących w E-sieci kontaktów, a nawet swego rodzaju płytkość relacji. Autorzy podkreślają, że jest to środowisko, w którym na dalszy plan schodzi konwenans, nie można nauczyć się szacunku dla drugiej osoby, a raczej ulega w nim zatarciu podmiotowość drugiego człowieka. Jak wspominają opracowania, relacyjność sprowadza się do spotkań, ale niekoniecznie otwartości i budowania więzi. Te, traktowane są raczej jako zbędne lub sprowadzają się do swego rodzaju konsumpcji i użytkowości. Don Topscott wspomina wręcz o kastomizacji, która (powszechna w Internecie), rozciąga się również na teren relacji międzyludzkich i w istotny sposób przyczynia do obniżenia poziomu relacyjności (vide: Topscott 2010, s. 138-170)<sup>31</sup>.

Na ciekawy problem zwraca uwagę inna respondentka (23 letnia Polka), która pisze: „Internet jest powierzchowny, ale nie każda znajomość musi być bardzo ważna. Tam raczej spotykasz się z kimś i masz świadomość, że to na chwilę. To nie znaczy, że znajomości z Sieci nie przetrwają, ale nie musisz się tak starać i wszyscy to wiedzą” (PK.2). Tak więc świadomość pobieżności kontaktów w Internecie jest wśród młodych ludzi obecna. Potwierdza

31 Kastomizacja rozumiana jako dopasowywanie do swoich potrzeb, w celu zwiększenia mobilności i ułatwienia skutecznego funkcjonowania jest według Autora efektem funkcjonowania w świecie wirtualnym.

ją wskazanie, które również pojawiło się w wypowiedziach respondentów: „Mogę dostosować swoje zachowanie czy dobór znajomości do swoich potrzeb, jeśli ktoś mi nie odpowiada, to go blokuję” (RM.1).

Takiego zdania było 15% Polaków i 10% Rosjan. W podobnym tonie utrzymane były fragmenty wypowiedzi respondentów w wywiadach: „W Internecie, na komunikatorach czy na Facebooku można kogoś zablokować, ludzie czasem wdają się w kłótnie, ale to prostszy sposób, żeby pozbyć się problemów” (PK.1) - mówi studentka z Polski (20 lat). Można pozostawić otwartym pytanie o to, czy taka postawa jest już cynizmem, czy formą adaptacji do świata internetowej komunikacji?

„Z grupą użytkowników tworzymy coś razem, mamy poczucie wspólnoty, do której nie każdy ma dostęp”. Powyższe zdanie uzyskało największą liczbę wskazań zarówno wśród Polaków (54%) jak i Rosjan (58%). Taki wybór nie jest zaskakujący, choć wyraźnie wskazuje na znamienne dla Sieci poczucie wspólnoty. Można zaryzykować tezę, że Internet jest miejscem poszukiwania (i odnajdywania) nie tylko kontaktów z innymi, ale także realizowania czegoś razem, bycia wspólnie, przebywania w grupie.

180

Wspólnotowość Sieci jest często wspomnianym atutem nawiązywania kontaktów internetowych. Pokusić można się o dalej idące założenie, że jest również argumentem wskazującym na zjawisko przenoszenia ludzkiej aktywności na nowy, cyfrowy grunt. Owo przenoszenie aktywności w e-przestrzeń, może być znakiem czasu – wyrazem poszukiwania miejsca, które nadałoby za tempem życia. Wszak mobilność staje się atutem nie tylko maszyn, ale i ludzi. Z drugiej strony, nie sposób oprzeć się refleksji, że to „posiadanie znajomych w telefonie, w kieszeni” (PM.1) - jak określił to jeden z respondentów (dwudziestojednoletni Polak) - jest także znakiem tęsknoty za byciem razem, próbą zachowania kontaktów z innymi nawet wtedy, gdy czas i wielość zadań nie pozwala na spotkanie w tradycyjnej formie.

Istotna wydaje się również wskazana w niniejszym zdaniu, ale także przewijająca się w wypowiedziach respondentów uwaga o pewnej elitarności, dostępności „nie dla wszystkich”. Poczucie elitarności, odgrożenia od powszechności, pewnej hermetyczności lub ekskluzywności nie jest niczym nowym, biorąc pod uwagę chęć bycia razem. Jak pisze Ryszard Kantor: „poczucie elitarności (...) w stosunku do reszty społeczeństwa, wynika z zainteresowań, często bardzo oryginalnych, niepowtarzalnych i rzadko podzielanych przez szersze kręgi społeczne” (Kantor 2013, s. 146). Ale może wynikać również z chęci zachowania „czegoś dla siebie”. Nasuwa się więc refleksja, że w cyfrowym świecie, który z natury jest transparentny, poszukiwanie i tworzenie zamkniętych wspólnot może być swego rodzaju poszukiwaniem bezpiecznego miejsca w Sieci, która jest przewidywalna z natury, dostępna dla wszystkich, kojarzona z otwartością na świat. „Nie muszę udawać kogoś, kim nie jestem,

„przybierać masek”, zachowywać się według czyichś oczekiwań”. Takie zdanie charakteryzujące społeczne funkcjonowanie w Internecie zostało wybrane nader często przez 47% studentów z Polski i 48% studentów rosyjskich. Postanowiono przytoczyć je w niniejszym opracowaniu po to, aby stało się przyczynkiem do refleksji o tym, czy traktowanie świata Internetu wyłącznie w kategoriach środowiska stwarzającego warunki do przekłamań nie jest nadużyciem? Okazuje się bowiem, że badana młodzież uważa to środowisko za na tyle bezpieczne, że aż dające możliwość „bycia sobą”, pozbycia się (a nie: przybierania) masek.

## To, co niepokoi

O problemie uzależnienia od Internetu po raz pierwszy wspomniano 15 sierpnia 1996 roku na 104 konwencji Amerykańskiego Stowarzyszenia Psychologicznego w Toronto (Wołpiuk 2003, s. 53). Zauważalną tendencją jest fakt, że coraz częściej spotkać można informacje o negatywnych zjawiskach związanych z funkcjonowaniem w Sieci dzieci i młodzieży. Analiza opisu zjawisk, które określić można jako szkodliwe, a które wiążą się z Internetem, obejmuje dwojaką grupę zagadnień. Z jednej strony są to zjawiska związane z interakcyjnością i relacyjnością Internetu, czyli wszystkimi tymi cechami, które definiują go w kategorii środowiska (można tu wymienić m.in.: stalking, przemoc, wykorzystanie danych, hakerstwo). Z drugiej strony należy zauważyć zagrożenia, które zamknąć możemy w pojęciu „Internet Addiction Disorder” (lub w skrócie IAD). IAD traktowane jest jako uzależnienie od Sieci, które określane jest na podstawie diagnostyki symptomów, wśród których wymienia się:

1. „Tolerancję (rozumianą jako korzystanie z Internetu przez dłuższy czas w celu uzyskania satysfakcji, wyraźne obniżanie satysfakcji osiąganą przez tę samą ilość czasu);
2. Zespół abstynencyjny (charakteryzujący się zaprzestawaniem lub redukowaniem korzystania z Internetu, pobudzenie psychoruchowe, lęk, obsesyjne myślenie o tym, co dzieje się w Internecie, fantazje o Internecie, dowolne lub mimowolne poruszanie palcami w sposób imitujący pisanie na klawiaturze);
3. Częstotliwość i czas korzystania z Internetu są większe od zamierzonych;
4. Uporczywe pragnienie korzystania z Internetu;
5. Duża ilość czynności związanych pośrednio z Internetem;
6. Ograniczenie lub rezygnacja z innych ważnych czynności społecznych, zawodowych rodzinnych na rzecz korzystania z zasobów sieci;
7. Korzystanie z Internetu pomimo świadomości narastania problemów fizycznych, społecznych psychologicznych” (Wołpiuk 2003, s. 57).

Z punktu widzenia podjętych badań interesujące są wskazania respondentów, które mogą wskazać na pewne niepokojące symptomy we wspomnianym zakresie. W opisywanych badaniach 44% respondentów polskich i 29% badanych studentów z Rosji zgodziło się ze stwierdzeniem: „irytuję się i wpadam w złość, gdy nie mam dostępu do sieci”. Wydaje się zatem, że powyższe zdanie potwierdza tezę, o niemal stałym byciu online – młodych. Brak kontaktu z siecią zakłóca ich poczucie porządku, przeszkadza im, denerwuje. Na pytanie: „dlaczego tak się dzieje?”, wydaje się dawać odpowiedź kolejne dość popularne wskazanie: „czuję przymus bycia w kontakcie, sprawdzania wiadomości”.

182

Dyktat kontroli statutu, sprawdzania list dyskusyjnych, odbierania wiadomości e-mail, aktywności na komunikatorach, to w istocie przymus stałego bycia online, a idąc dalej: uczestnictwa w e-rzeczywistości tak samo jak przebywa się w rzeczywistości, nieprzerwanie. Dobrą egzemplifikacją problemu jest wypowiedź respondentki (23 lata, Polka), która opisuje to zjawisko następująco: „Cały czas sprawdzam Facebooka, po to, żeby widzieć co tam słychać u ludzi, czy ktoś napisał coś ciekawego, czy są jakieś informacje na grupie. Wiem, że moi znajomi robią tak samo. Jak ktoś jest nieaktywny to właściwie nawet trochę się martwię” (PK.2). Inna respondentka (Rosjanka, 21 lat) mówi: „Nie wyłączam telefonu nawet na noc, tuż przed snem jeszcze zerkam, czy jest coś nowego, czasem z kimś porozmawiam. Dzięki temu jestem bliżej ludzi, spotykać się z tyloma osobami na co dzień byłoby kłopotem” (RK.3). Potwierdza to tezę, że rzeczywistość Internetu jest dla młodych równie ważna jak realna, a być może, wobec rosnącego pośpiechu, ważniejsza. Życie towarzyskie on-line, kontakty w świecie wirtualnym, nie są przecież tak „kłopotliwe” jak w świecie realnym. Są nieco pozbawione dystansu, elastyczne w czasie, a przede wszystkim pokonują ograniczenia przestrzeni. Rodzi się zatem pytanie o to, czy są inne od tradycyjnych, a jeśli – to, co je różni? Respondenci w toku wywiadów tak odpowiedzieli: „często spotkanie z innymi ma w sobie trochę humoru, trochę rozrywki i ciut zabawy. Przez komunikator nie rozmawia się wyłącznie poważnie, możesz wkleić obrazek, zrobić zdjęcie, zalinkować” (PK.1) - tak opisuje komunikację przez Internet respondentka z Polski (21 lat). Jej rosyjska rówieśniczka dodaje: „na ogół rozmawia się tak dla przyjemności, dużo się śmieje, żartuje i dużo trzeba sobie wyobrazić” (RK.3). Trudno się nie zgodzić z opinią, że tak pojęta komunikacja ma rzeczywiście pewne elementy zabawy: jest twórcza, nieco przekształca rzeczywistość, pozwala rozwijać siebie. Ma także ów „lekki” charakter, który staje się atutem dla pokolenia „Z”, przywykłego do nawigacji, ruchliwości, multiaktywności.

## Zakończenie

Młodzi, których dzieli ponad pięć tysięcy kilometrów, różnice kulturowe i obyczajowe, a którzy są jednocześnie obywatelami świata cyfrowego, wskazują podobne cechy tego świata i podobnie widzą w nim swoich rówieśników, znajomych oraz relacje między nimi. Nie sposób oprzeć się wrażeniu, że ich cyfrowe światy nieco się różnią, ale łatwość akomodacji w nich już nie. Traktują Internet jako narzędzie, ale także jako miejsce spotkań, wspólnotę i zabawę. Jest to zarazem wirtualne „miejsce dla siebie”, w którym chcą być i często przebywają. Z młodzieńczą łatwością odnoszą się do wyzwań nawigowania po wyobrażanym świecie. Nie cechuje ich ostrożność wobec technologii i nieufność charakterystyczna jeszcze dla pokolenia ich rodziców, ale też byłoby nadużyciem stwierdzenie, że świat wirtualny i realny to dla nich to samo. Często mówi się o nich jako o cyfrowych tubylcach, którzy zasiedlili kolejne miejsce dla swojego funkcjonowania, a którzy odkrywcami są o tyle, że to miejsce sztuczne, oparte na niezliczonych sekwencjach cyfrowych. Jednak istnienie e-świata, jego funkcjonowanie, rozwój, jest bez dwóch zdań zależne od aktywności kreatorów, którymi najczęściej są właśnie młodzi.

Pedagodzy zastanawiają się nad tym, czy świat cyfrowy nie depersonalizuje świata kontaktów międzyludzkich; socjologowie rozpatrują go jako środowisko, w którym przebiegają procesy podobne do tych w świecie społeczeństw niewirtualnych; psychologowie zastanawiają się nad jakością ludzkich emocji, w ich e-wymiarze. Tymczasem świat cyfrowy żyje i ma się dobrze. Nieuniknioność jego rozwoju opiera się na jego popularności. Być może to stało się argumentem do poszukiwania dróg oddemonizowania cyfrowego świata. Analizując wyniki otrzymanych badań, przeprowadzonych wśród studentów polskich i rosyjskich można utwierdzić się w przekonaniu, że e-przestrzeń jest dla młodych miejscem znajomym, pozbawionym atrybutu *novum*, jednak nie jest przez nich wyidealizowane. Dostrzegają ograniczenia, różnice i niedostatki Sieci w płaszczyźnie społecznego funkcjonowania w Internecie. Z całą pewnością rozróżniają realność i wirtualność kontaktów, atrybuty i ograniczenia spotkań w świecie realnym i w e-świecie, choć jak się wydaje nie potrzebują przeprowadzać między jednym a drugim tak wyraźnej granicy jak pokolenie ich rodziców.

## Young People in Social Media – Selected Aspects of Functioning of Polish and Russian Students in the E-network

Natalia Shurlakova  
Monika Wojtkowiak

184

Social media can be treated on the one hand as a specific social phenomenon; on the other hand, as a particular dimension of human activity. The social media has become the means of communication and a place of generating contents, as well as a part of life, especially for young generations. The article is an attempt to present the young people's activity in social media in the Internet. A general presentation of the main portals of that type was made, operating in Poland and Russia, taking into account the similarities and differences between them. The main part of the article is the presentation of several aspects of functioning of students from both countries in the Internet, which has been illustrated with respondents' answers and selected results of the research. The presented contents were categorized according to three main sources of problems: 1. Questions about what the Internet and social media are for the young people, 2. What features the Internet and social media have, according to their opinion, and finally 3. Bringing awareness to the selected phenomena, which can be disturbing. Because of relatively small (186 people) research group, the obtained data cannot be an exemplification that gives the comparison of the image of the phenomenon in both countries; however, they must represent a certain voice in the discussion about the role of the Internet in the life of young generations.

Keywords: Internet, youth, social media in Poland and Russia

### Bibliografia:

Aouil Bassam, *Rzeczywistość wirtualna jako przestrzeń wspomaganie rozwoju i życia człowieka*, [w:] *Jednostka – grupa – cybersieć. Psychologiczne, społeczno-kulturowe i edukacyjne aspekty społeczeństwa informacyjnego*, red. Mieczysław Radochoński, Barbara Przywara, Wydawnictwo WSIZ, Rzeszów 2004, s. 43-70.

Brzozowska Blanka, *W temacie zabawy – zabawa tematem. Ludyczność*

tematyzowana w środowiskach konsumpcyjnych, „Dyskurs” nr 13/14/2012, s. 74-96.

Cantelmi Tonino, Grifo Lisa Giardina, *Wirtualny umysł*, tłum. Lucyna Rodziewicz, Wydawnictwo Bratni Zew, Kraków 2003.

Ilnicki Dariusz, Janc Krzysztof, *Węzłowość i przestrzeń przepływów Internetu: ujęcie globalne i lokalne*, „Geopolis – Elektroniczne Czasopismo Geograficzne”, 2008 (1), s. 5-23.

Ivanova Wiera S., Dreval Anatolij N., *Wpływ Internetu na młodzież studencką: oceny nowicjuszy*, „Biuletyn Uniwersytetu Stanowego Buriacji. Pedagogika. Filologia. Filozofia”, 2013, nr 6, s. 94-100.

(Иванова В.С., Древаль А.Н., Влияние Интернета на студенческую молодежь: оценки первокурсников, „Вестник Бурятского государственного университета. Педагогика” Филология. Философия, 2013, № 6, с. 94-100.)

Kołąk Przemysław, *Kultura masowa jako produkt reklamowo-marketingowy*, Wydawnictwo Marszałek, Toruń 2005.

Kantor Ryszard, *Zabawa w dobre społeczeństwo konsumpcyjne: szkice o ludyzmie, ludy czności i powadze, a w istocie o jej braku*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2013.

Krzysztofek Kazimierz, *Świat wirtualny jako przestrzeń społeczna*, [w:] *Nowa przestrzeń społeczna w badaniach socjologicznych*, red. Zbigniew Rykiel, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2008, s. 71-84.

Larionova Swietłana O., Degterev Aleksiej S., *Uzależnienie od Internetu u studentów: problemy prewencyjne*, „Edukacja pedagogiczna w Rosji”, 2013, nr 2, s. 232-239.

(Ларионова С.О., Дегтерев А.С., Интернет-зависимость у студентов: вопросы профилактики, „Педагогическое образование в России”).

Łęciński Grzegorz, *Etyczne aspekty interkomunikatywności internetowej*, [w:] *Nowe media-możliwości i pułapki*, red. Andrzej Adamski, Małgorzata Laskowska, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Poznań-Opole 2011, s. 55-66.

Nowakowski Piotr Tomasz, *Uzależnienie od mediów*, „Cywilizacja”, Nr 28 (2009), s. 149-157.

Nowakowski Piotr Tomasz, *Środowisko słowa a środowisko obrazu w mediach. Aspekt Pedagogiczny*, [w:] *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*, red. Piotr Drzyzga, Maternus Media, Kraków 2007, s. 27-36.

Okoń Wincenty, *Zabawa a rzeczywistość*, WSiP, Warszawa 1987.

Topscott Don, *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, tłum. Piotr Cypryński, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.

Sobczak Katarzyna, *Tożsamość czy tożsamości? JA w świecie cyberrealnym*, [w:] *Wirtualność jako realność*, red. Zbigniew Rykiel, Jarosław Kinal, Rzeszów 2014, s. 23-42.



Spirkina Tatiana S., *Osobiste cechy użytkowników Internetu, skłonni do uzależnienia od Internetu*, „Izwjestia”. Wydawnictwo Rosyjskiego Państwowego Uniwersytetu Pedagogicznego, 2008, nr 60, s. 473-478.

(Спиркина Т. С., *Личностные особенности пользователей сети интернет, склонных к интернет-зависимости*, „Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена”).

Szpunar Magdalena, *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*, [w:] *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*, red. Elżbieta Hałas, Krzysztof Konecki, Scholar, Warszawa 2005, s. 378-403.

Wasilewski Janusz, *Zarys definicyjny cyberprzestrzeni*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego”, Rocznik 2013, tom 5, numer 2, s. 225-235.

Wołpiuk Anna, *Uzależnienie od Internetu jako nowy problem pomocy psychologicznej*, [w:] „Problemy Poradnictwa Psychologiczno-Pedagogicznego”, 2003, nr 1, s. 50-63.

Wysokińska Aleksandra, *O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza hashtagów na Twitterze i Instagramie*, [w:] *Nowe media w języku, kulturze i literaturze*, red. Krzysztof Sakowski, Łukasz Plęś, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s. 125-147.

186

### **Materiały internetowe:**

#### **Polskojęzyczne:**

Kuchta Monika, *Ilu użytkowników na świecie korzysta z mediów społecznościowych?*, <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spolesnosciowych/> (dostęp: 10.05.2018).

*Polski Internet 2017 – dane, statystyki i prognozy*, <http://bryks.it/polski-internet-2017-dane-statystyki-i-prognozy/> (dostęp: 30.05.2018).

Kozioł Marta, *Pedagogika, Artykuły. Znaczenie zabaw świetlicowych w wychowaniu i kształceniu dzieci o obniżonej sprawności umysłowej*, [http://www.profesor.pl/mat/pd7/pd7\\_m\\_koziol\\_1\\_08012009.pdf](http://www.profesor.pl/mat/pd7/pd7_m_koziol_1_08012009.pdf) (dostęp: 17.04.2018).

Majchrzyk Łukasz, *Mobile i digital w 2018 roku w Polsce i na świecie*, <https://mobirank.pl/2018/02/02/mobile-i-digital-w-2018-roku-w-polsce-i-na-swiecie/> (dostęp: 20.05.2018).

*Pokolenia a korzystanie z social media w Polsce*, <https://socialpress.pl/2018/03/pokolenia-a-korzystanie-z-social-media-w-polsce/> (dostęp: 30.05.2018).

Retkiewicz Wojciech, *Przestrzenna natura cyberprzestrzeni*, [https://www.researchgate.net/publication/306018482\\_Przestrzenna\\_natura\\_cyberprzestrzeni](https://www.researchgate.net/publication/306018482_Przestrzenna_natura_cyberprzestrzeni) (dostęp: 26.04.2018).



Raport Emplocity, *Sztuczna inteligencja w rekrutacji pracowników*, [https://emplocity.pl/static/files/Sztuczna\\_Inteligencja\\_w\\_Rekrutacji\\_\[RAPORT%7D\\_Emplocity\\_2017.pdf](https://emplocity.pl/static/files/Sztuczna_Inteligencja_w_Rekrutacji_[RAPORT%7D_Emplocity_2017.pdf) (dostęp: 26.04.2018).

### Rosyjskojęzyczne:

Durov Pavel, *Analogi „VKontakte” za granicą*. 2007; URL: <https://vk.com/blog.php?nid=38> (dostęp: 09.05.2018).

(Дуров П., Аналогии Контакта за рубежом. 2007; URL: <https://vk.com/blog.php?nid=38>; dostęp: 09.05.2018).

Badanie GfK: *Przenikanie Internetu do Rosji*. 2018; URL: <https://www.gfk.com/en/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 09.05.2018).

(Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. 2018; URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/>; dostęp: 09.05.2018).

Makarova Ewelina, *7 najpopularniejszych mediów społecznościowych w Rosji*// Rival IQ. 2015; URL: <https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/>; dostęp: 08.05.2018.

(Макарова Е. 7 самых популярных социальных медиа в России// Rival IQ. 2015; URL: <https://www.rivaliq.com/blog/russian-social-media-networks/>; dostęp: 08.05.2018).

*Różnica między Facebookiem a W kontakcie (Разница между «Фэйсбук» и «Вконтакте»)*. 2016; URL: [https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-fejsbuk-ot-vkontakte/#h2\\_2](https://thedifference.ru/chem-otlichaetsya-fejsbuk-ot-vkontakte/#h2_2) (dostęp: 09.05.2018).

<https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/>) (dostęp: 23.04.2018).

*Social media w Rosji (Социальные сети в России)*, zima 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы; URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/social-nye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (dostęp: 09.05.2018).

Rosyjskie media społecznościowe Yambox – najważniejsze trendy 2016 (Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016); URL: <https://habr.com/company/yambox/blog/303656/> (dostęp: 26.04.2018).

*Internetowa penetracja GfK Rus w Rosji. Wyniki 2017 roku (GfK Rus Проникновение Интернета в России. Итоги 2017 года)*; URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii/> (dostęp: 14.04.2018).