

10.17951/j.2019.32.3.233-248

---

ANNALES  
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA  
LUBLIN – POLONIA

VOL. XXXII, 3

SECTIO J

2019

---

Lotnicza Akademia Wojskowa. Wydział Bezpieczeństwa Lotniczego

TOMASZ GOŹDZICKI, WIOLETA TOMCZYK

ORCID: 0000-0002-4966-4188; ORCID: 0000-0003-4126-7257

t.gozdzicki@law.mil.pl; w.tomczyk@law.mil.pl

---

*Zagrożenia mediów społecznościowych w opinii studentów  
LAW – w świetle wyników badań własnych*

---

Threats of Social Media in the Opinion of LAW Students – in the Light of the Results  
of Own Research

### STRESZCZENIE

Celem artykułu było przedstawienie charakterystyki mediów społecznościowych i wynikających z ich użytkowania zagrożeń, dokonanej przez studentów cywilnych i wojskowych Lotniczej Akademii Wojskowej w Dęblinie. Autorzy zaprezentowali wyniki autorskiej ankiety, w której główny akcent został położony na charakterystykę relacji w sieci oraz zagadnienia cyberbezpieczeństwa. W badaniu wzięło udział 80 studentów. Wyniki badań przedstawiono w kontekście danych statystycznych polskiej populacji przedstawiających ogólne tendencje w pierwszym kwartale 2019 r.

**Słowa kluczowe:** media społecznościowe; sieci społecznościowe; relacje społeczne; cyberprzemoc; cyberbezpieczeństwo

### WPROWADZENIE

Współczesne media społecznościowe zrewolucjonizowały komunikację społeczną poprzez umożliwienie przepływu informacji między szerokim gronem użytkowników, zgromadzonych m.in. na forach, grupach, blogach i portalach społecznościowych. Wynika to ze stałej możliwości dodawania i modyfikowania zamieszczanych treści, dużej otwartości na poglądy innych oraz możliwości technologicznych. Ciągły rozwój otwiera kolejne możliwości wykorzystania sieci internetowych jako źródła zarobku, prezentowania własnego wizerunku i opinii, rozwijania zainteresowań i korzystania z rozrywki.

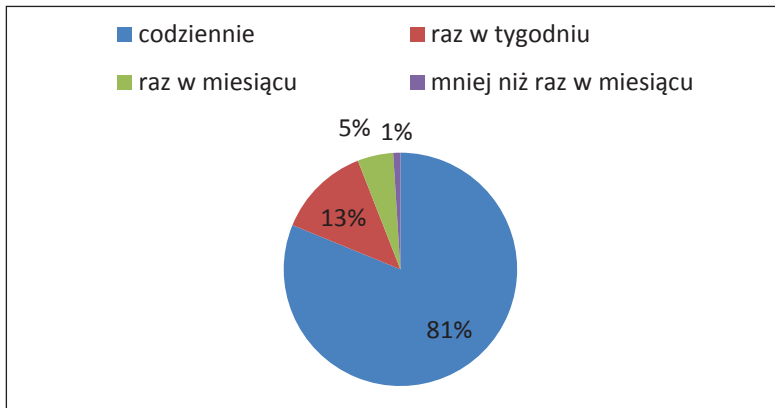
Wielorakie przeznaczenie odzwierciedla różnorodność definicji pojęcia „media społecznościowe”. Według Andreasa M. Kaplana i Michaela Haenleina (2010, s. 59) media społecznościowe to „grupa internetowych aplikacji, opartych na ideologicznych i technologicznych fundamentach Web 2.0, pozwalających na tworzenie i wymianę treści pochodzących od użytkowników”. Dominik Kazanowski (2016, za: Siuda, Grębosz, 2017, s. 308) definiuje social media jako „społeczne środki przekazu podlegające społecznej kontroli, które mogą być wykorzystywane na dowolną skalę, zawierające zarówno treść przekazu, jak i możliwe punkty widzenia odnoszące się do informacji”. W Polsce stosowane są zamiennie określenia: „serwis społecznościowy”, „sieć społecznościowa” oraz „portal społecznościowy”. Mają one jednak podobne cechy:

- dostępność dla wszystkich użytkowników,
- dobrowolny sposób powstawania treści tworzonych i rozpowszechnianych przez określoną społeczność,
- możliwość modyfikacji na każdym etapie powstałej informacji,
- brak uzgodnień między nadawcami komunikatów,
- wszechstronność wykorzystania (Kazanowski, 2008).

Do najbardziej popularnych na świecie platform społecznościowych należą m.in. Facebook (2271 mln aktywnych użytkowników), YouTube (1900 mln), WhatsApp (1500 mln), Instagram (1000 mln) oraz Twitter (326 mln) (stan na styczeń 2019 r.). Charakterystyka polskich użytkowników mediów społecznościowych pozwala stwierdzić, że stanowią oni grupę składającą się z około 18 mln osób, co odzwierciedla 47% całej populacji. W Polsce 89% użytkowników preferuje korzystanie z portalu YouTube, nieco mniej zaś korzysta z Facebooka (85%). Do popularnych portali zaliczają się również Instagram (43%) oraz WhatsApp (32%). Polacy najczęściej korzystają z nich za pomocą: telefonu komórkowego (96% użytkowników mediów społecznościowych), smartfonu (70%), laptopa lub komputera stacjonarnego (80%), tabletu (27%).

Aż 81% polskich aktywnych użytkowników korzysta z internetu codziennie, a 13% – przynajmniej raz w tygodniu (rysunek 1). Łącznie na aktywności internetowej użytkownicy przeznaczają średnio 362 minuty, w tym użytkowanie mediów społecznościowych zajmuje średnio 105 minut. Z kolei 98% korzysta z portali społecznościowych, z czego 74% wykorzystuje aktywnie media społecznościowe w celu pozyskania i wymiany informacji, komunikacji oraz nawiązywania znajomości.

Uniwersalność, powszechność, dostępność i popularność mediów społecznościowych wiąże się z szerokim spektrum motywów, jakimi kierują się użytkownicy tych mediów. Wśród podstawowych przyczyn wyróżnia się możliwość nawiązania kontaktu i podtrzymywania relacji niezależnie od rzeczywistej odległości między rozmówcami, co przekłada się na niższe poczucie samotności u użytkowników sieci społecznościowych (Makaruk, 2013). Badania przeprowa-



Rysunek 1. Częstotliwość korzystania z internetu przez polskich użytkowników (stan na styczeń 2019 r.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Digital Poland 2019).

dzzone przez Tomasza Gackowskiego i in. (2018) wskazują, że dla studentów media społecznościowe stanowią źródło wiedzy, oferują też możliwość wymiany informacji. Grupa aktywnych użytkowników jest także świadoma funkcjonalności portali społecznościowych w obszarze rozwoju zawodowego, co jest przez nich wykorzystywane poprzez promowanie własnej działalności artystycznej, hobby-stycznej czy naukowej. Birol Gülnar, Sükrü Balci i Vedat Çakir (2010) dodają do tych motywów potrzebę autoprezentacji oraz dbałość o własny status i możliwość zarządzania własnym wizerunkiem.

Istnieje wiele zagrożeń związanych z aktywnym użytkowaniem mediów społecznościowych, niezależnie od celu. Jednym z najpowszechniejszych niebezpieczeństw jest nadmierne upowszechnianie danych osobowych, które zostają na trwałe zapisane w sieci. Jak wynika z raportu Davida D. Kirkpatricka (2011, za: Bąk, 2016), aż 86% użytkowników ujawnia swoje imię, a 83% udostępnia dane dotyczące miejsca zamieszkania. Trzy czwarte użytkowników ujawnia prawdziwą datę urodzenia, a 68% dodaje własną fotografię. Zdaniem autora dane te świadczą o dużej otwartości internautów w zakresie publikowania danych osobowych, a jako przyczyna tego zjawiska najczęściej jest podawana chęć zdobycia popularności. Świadomość użytkowników w zakresie bezpieczeństwa stale wzrasta. Raport opublikowany przez IAB Polska (2016/2017) wskazuje, że zmniejszył się odsetek osób podających swoje imię (75%), lokalizację (44%), zdjęcie (49%). Jak wynika z raportu, jedynie 9% użytkowników deklaruje posiadanie pełnej kontroli nad opublikowanymi danymi, a co czwarty respondent twierdzi, że raczej posiada taki nadzór. Dlatego coraz większą wagę internauci przywiązują do edukacji z zakresu cyberbezpieczeństwa mającej na celu lepszą ochronę publikowanych danych osobowych.

Innym zagrożeniem jest phishing, czyli nieuprawnione pozyskiwanie dostępu do haseł i loginów poszczególnych użytkowników. Zagrożeniem mającym wymiar przestępstwa jest cyberstalking, polegający na używaniu wulgarnych słów, przez które dochodzi do nękania ofiary, a także na podszywaniu się pod inną osobę (Andrzejewska, 2014). Kolejnym zagrożeniem jest uzależnienie od korzystania z mediów społecznościowych. Literatura przedmiotu (Grzegorzewska, Cierpiałkowska, 2018) wskazuje na następujące objawy szkodliwego korzystania z portali społecznościowych:

- zaabsorbowanie: utrata kontroli nad czasem spędzonym na portalach społecznościowych, dominacja myśli o korzystaniu nad innymi aktywnościami,
- wzrost tolerancji: spędzanie coraz większej ilości czasu w celu uzyskania podobnego poziomu zadowolenia,
- zmiana nastroju: użytkowanie mediów umożliwi poprawę nastroju,
- symptomy odstawienia: niepokój, rozdrażnienie spowodowane brakiem dostępu do sieci,
- konflikt: pojawienie się wielu problemów w życiu realnym, spowodowanych zbyt dużym zaangażowaniem się w korzystanie z mediów społecznościowych,
- nawroty: nieudane próby ograniczania czasu lub eliminacji korzystania z mediów społecznościowych.

## WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

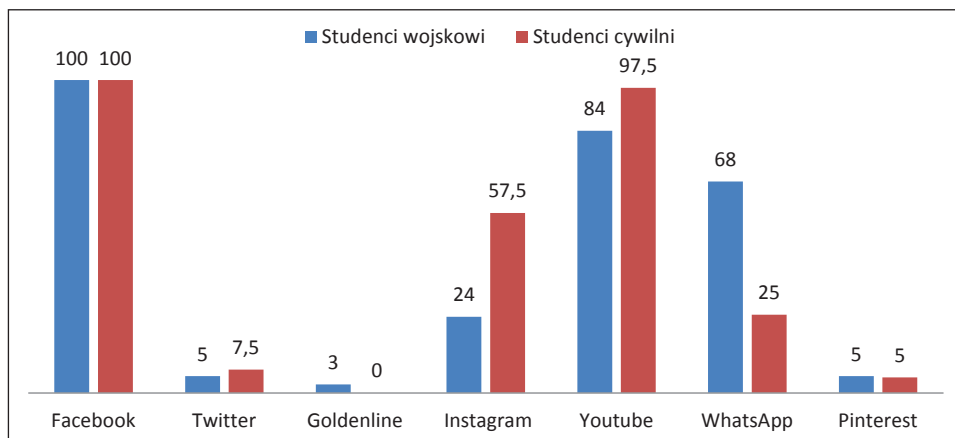
Badaniom ankietowym poddano grupę 80 studentów Lotniczej Akademii Wojskowej w Dęblinie. Wyróżniono dwie równoliczne zbiorowości: studentów cywilnych i studentów wojskowych. Udział w badaniu miał charakter dobrowolny i anonimowy. Zadaniem uczestników było wypełnienie kwestionariusza przygotowanego przez osoby prowadzące badanie, złożonego z 30 pytań oraz metryczki pozwalającej zgromadzić dane na temat społeczno-demograficznej charakterystyki grupy. Celem było poznanie preferencji ankietowanych w obszarze nawiązywania relacji międzyludzkich oraz ewentualnych zagrożeń wynikających z korzystania z sieci społecznościowych. Badanie przeprowadzono w okresie marzec–kwiecień 2019 r.

Wśród badanych zdecydowaną większość stanowili mężczyźni (87% mężczyzn, 13% kobiet). Średnia wieku badanych to 22 lata, większość osób to studenci III roku na kierunku lotnictwo i kosmonautyka. Nieco ponad jedna czwarta badanych mieszkała na wsi (28%), a co piąty (20%) ankietowany – w mieście liczącym 100–500 tys. mieszkańców, natomiast 15% – w małym mieście (do 25 tys. mieszkańców), a 12% – w mieście liczącym powyżej 500 tys. mieszkańców. Najmniejszą grupę (11%) stanowiły osoby ze średniej wielkości miejscowości (25–50 tys. mieszkańców).

Spośród badanej grupy jedynie 3 osoby nie były użytkownikami sieci społecznościowych. Wśród aktywnych użytkowników wszyscy posiadali konto na

Facebooku. Nieco mniej popularne było korzystanie z serwisu Youtube, na które wskazało 91% badanych. Na podobnym poziomie kształtowała się grupa użytkowników portali WhatsApp (45%) oraz Instagram (42%). Zdecydowanie mniejsza liczba studentów korzystała z takich serwisów, jak: Twitter (6%), Pinterest (5%), Goldenline (1%).

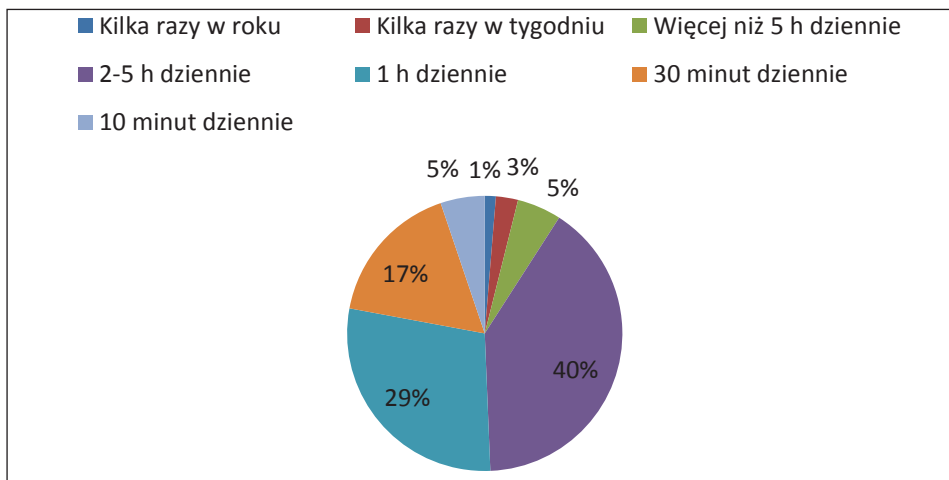
Szczegółowa analiza zgromadzonych danych wskazuje, że grupa badanych studentów nie była jednorodna pod względem preferencji w korzystaniu z portali społecznościowych. Największe rozbieżności wśród ankietowanych dotyczyły portalu WhatsApp. Aż 68% badanych studentów wojskowych i jedynie 25% studentów cywilnych korzystało z tej aplikacji. Wśród studentów cywilnych większą popularnością cieszył się Instagram, z którego korzystało 57,5% tej grupy, oraz Youtube, który był użytkowany przez 97,5% tej grupy. Interesujący wydaje się fakt, że żaden z ankietowanych studentów cywilnych nie miał konta w serwisie Goldenline (rysunek 2).



Rysunek 2. Liczba aktywnych użytkowników portali społecznościowych w grupie studentów cywilnych i wojskowych (%)

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość badanych korzystała z sieci społecznościowych przez 2–5 godzin dziennie (40%). Nieco ponad jedna czwarta badanych (29%) przeznacziała na to 1 godzinę dziennie, a 17% użytkowało sieci społecznościowe w wymiarze 30 minut dziennie. Jedynie 1% ankietowanych sięgał do mediów społecznościowych kilka razy w roku (rysunek 3).



Rysunek 3. Częstotliwość korzystania z sieci społecznościowych przez badanych studentów (%)  
Źródło: opracowanie własne.

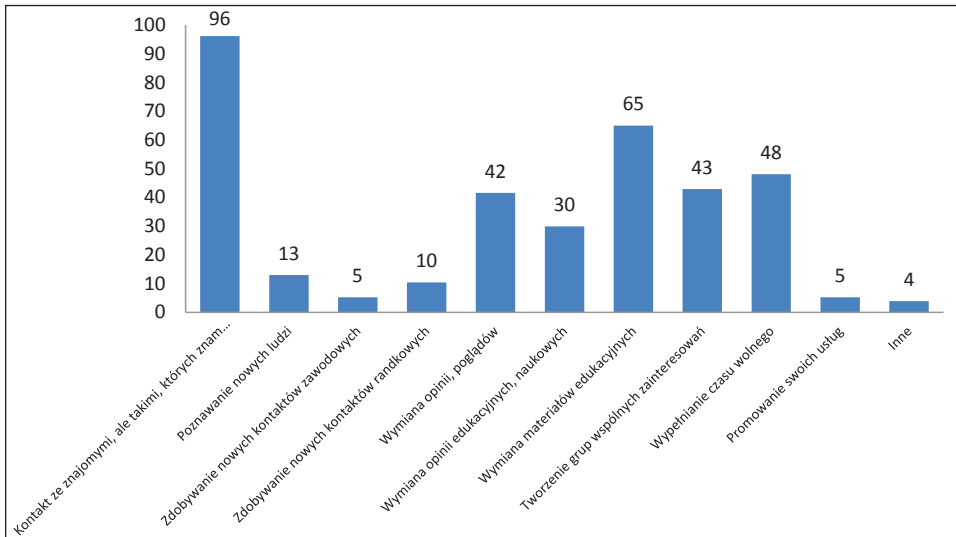
Nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych wiąże się z ryzykiem szkodliwego używania. Jednym z jego przejawów może być odczuwanie negatywnych emocji związanych z brakiem możliwości korzystania z nich. Jedynie 17,5% studentów wojskowych i 10% studentów cywilnych zadeklarowało, że niemożność skorzystania z sieci społecznościowych powoduje w nich powstawanie negatywnych emocji. Innym przejawem szkodliwego używania jest sprawdzanie mediów społecznościowych podczas spotkań ze znajomymi. Wiąże się to z obawą pominięcia ważnej informacji dla użytkownika. Często podczas spotkań towarzyskich sprawdzało informacje w mediach społecznościowych 15% studentów wojskowych i 17,5% studentów cywilnych.

Najbardziej popularnym urządzeniem umożliwiającym dostęp do sieci społecznościowych w grupie studentów LAW był telefon komórkowy, z którego w tym celu korzystało blisko 100% aktywnych użytkowników, podczas gdy z laptopa – blisko trzy czwarte ankietowanych. Jedynie 6% grupy używało tabletu do nawiązywania wirtualnych relacji.

Wśród motywów założenia konta na portalu społecznościowym badani studenci wskazali: ciekawość (28% spośród wszystkich odpowiedzi), odnalezienie dawnych znajomych (17%), podtrzymanie kontaktu z dawnymi znajomymi (16%), presję otoczenia (11%), nawiązanie nowych kontaktów (9%).

Motywy korzystania z sieci społecznościowych u studentów LAW były zróżnicowane. Największy odsetek wskazanych przyczyn (96%) odnosi się do użytkowania sieci społecznościowych w celu podtrzymania rzeczywistych znajomości. Drugą największą grupę stanowi wymiana materiałów edukacyjnych (65%). Blisko połowa motywów wiąże się z wypełnieniem czasu wolnego (48%), two-

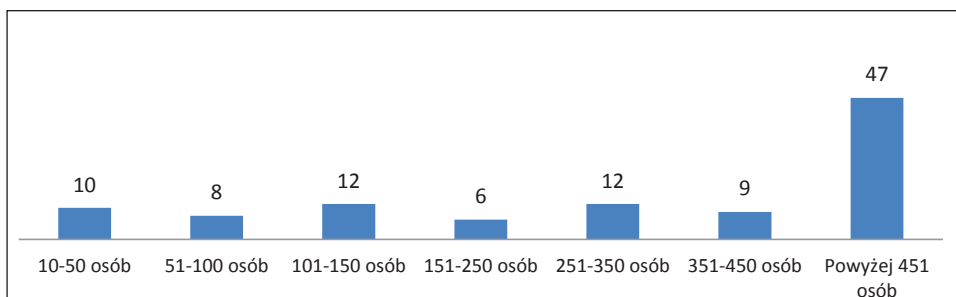
zeniem grup zainteresowań (43%) oraz wymianą opinii i poglądów (42%). Najmniej studentów korzystało z sieci społecznościowych w celach służbowych, np. promowania swoich usług lub pozyskiwania kontaktów zawodowych, co stanowi jedynie 5% wszystkich wskazanych przyczyn korzystania z mediów społecznościowych (rysunek 4).



Rysunek 4. Motywy korzystania z sieci społecznościowych w grupie badanej (%)

Źródło: opracowanie własne.

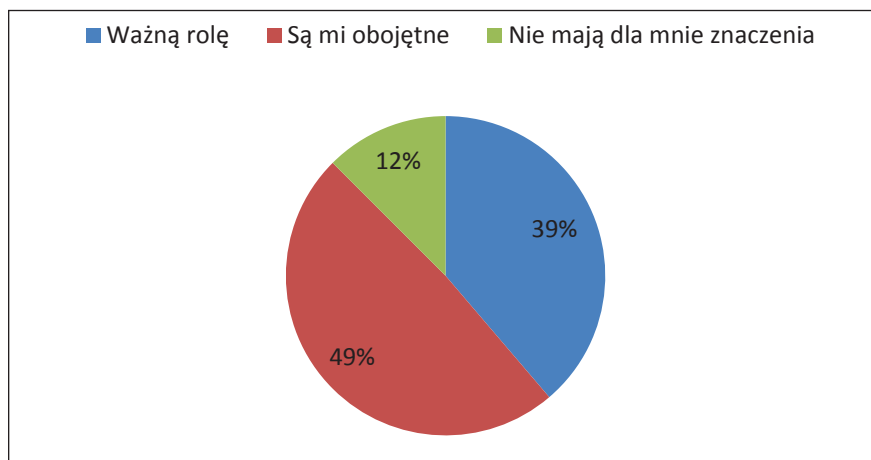
Niemal połowa studentów LAW posiadała dużą liczbę znajomych – powyżej 450. Ten sam odsetek badanych (12%) posiadał odpowiednio 101–150 oraz 251–350 znajomych. Co dziesiąty respondent zadeklarował, że na portalu społecznościowym posiada mniej niż 50 znajomych (rysunek 5).



Rysunek 5. Deklarowana przez badanych liczba znajomych na portalu społecznościowym (%)

Źródło: opracowanie własne.

Sieci społecznościowe dla blisko połowy badanych (49%) nie mają dużego znaczenia, a dla 39% – odgrywają ważną rolę. Co dziewiąty respondent był odmiennego zdania. Szczegółowa analiza wyników wskazuje, że media społecznościowe mają zdecydowanie większe znaczenie dla słuchaczy studiów cywilnych (rysunek 6).



Rysunek 6. Znaczenie mediów społecznościowych dla badanych studentów (%)

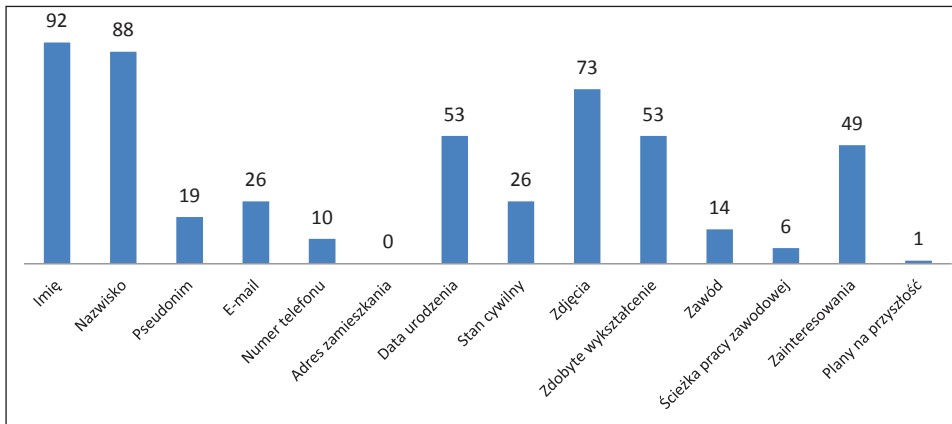
Źródło: opracowanie własne.

Wśród informacji najczęściej publikowanych w sieciach społecznościowych znalazły się: imię (95% respondentów publikuje tę informację), nazwisko (88%) i zdjęcia (73%). Znajduje to uzasadnienie w specyfice najchętniej użytkowanych portali społecznościowych (Facebook, Instagram). Blisko połowa badanych przekazuje informacje dotyczące daty urodzenia (53%), zdobytego wykształcenia (53%) oraz zainteresowań (49%). Żaden z respondentów nie informuje o swoim adresie zamieszkania, a tylko 1% dzieli się planami na przyszłość czy ścieżką pracy zawodowej (6%). Co dziesiąty student podaje swój numer telefonu. Charakterystykę przekazywanych w sieciach społecznościowych danych prezentuje rysunek 7. Nie wystąpiły znaczące różnice w zakresie informacji przekazywanych przez studentów cywilnych i wojskowych.

Respondenci przyznali, że większość publikowanych informacji jest prawdziwa. Prawie trzy czwarte badanych (72,25%) zadeklarowało, że wszystkie publikowane przez nich informacje są prawdziwe. Rzeczywiste dane podaje więcej studentów cywilnych (85%) niż wojskowych (67%).

Druga część badań miała na celu poznanie opinii i preferencji studentów w zakresie tworzenia związków za pomocą sieci społecznościowych. Blisko co trzeci badany poszukiwał partnera w ten sposób. Interesujący wydaje się fakt, że aż 87% badanych zadeklarowało, że ich znajomi nawiązują kontakty towarzyskie przez internet. Uwagę zwraca więc odmienna tendencja w doświadczeniu

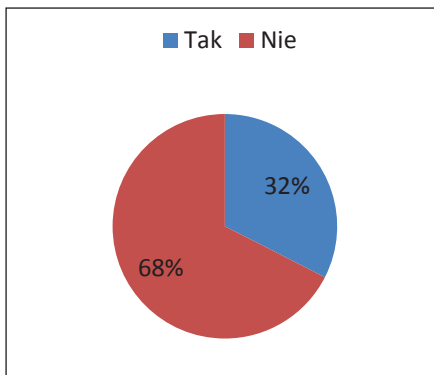




Rysunek 7. Dane społeczno-demograficzne przekazywane przez badanych w sieciach społecznościowych (%)

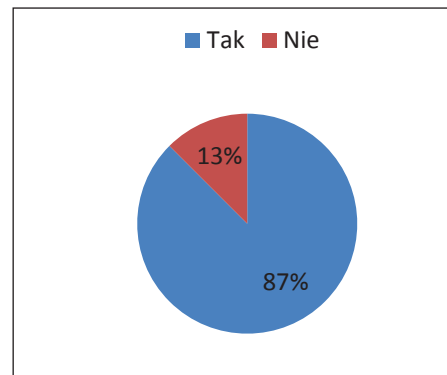
Źródło: opracowanie własne.

własnym oraz w opiniach o osobach z najbliższego otoczenia. Opinię taką posiada nieznacznie więcej studentów wojskowych (90%) niż cywilnych (85%). Można zatem wskazać, że media społecznościowe stanowią jedną z form poszukiwania bliskich znajomości (rysunki 8 i 9).



Rysunek 8. Poszukiwanie partnera za pomocą mediów społecznościowych przez badanych (%)

Źródło: opracowanie własne.

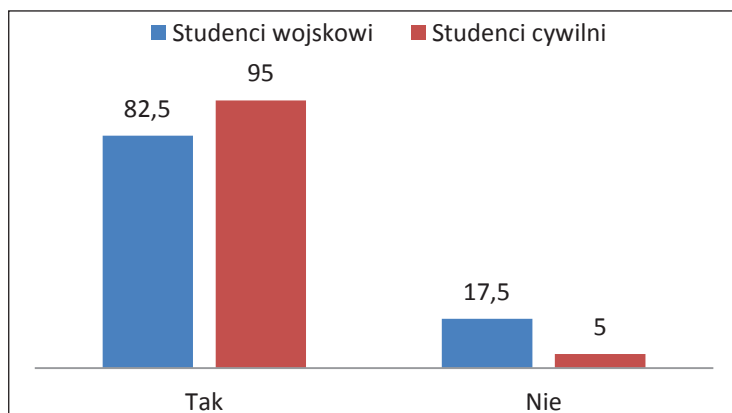


Rys. 9. Poszukiwanie partnera za pomocą mediów społecznościowych przez znajomych osób badanych (%)

Źródło: opracowanie własne.

Podobna grupa studentów cywilnych i wojskowych (62,5% i 65%) stwierdziła, że media społecznościowe nie są dobrym sposobem na znalezienie partnera. Popularność mediów internetowych umożliwia przenikanie się kultur społecznościowych, czego przejawem jest możliwość poznawania nowych osób niezależnie od miejsca zamieszkania, wieku czy przekonań. Analiza grupy badanych wykaza-

ła, że aż 95% studentów cywilnych i 82,5% studentów wojskowych miało okazję poznać osobę, której wcześniej nie znali. Jednocześnie ponad połowa badanych podała, że związki tworzone za pomocą sieci społecznościowych nie są przez nich przekładane na rzeczywiste relacje. Jedynie 41% studentów przekłada ten rodzaj znajomości na spotkania w realnym świecie (rysunek 10).



Rysunek 10. Doświadczenie badanych w zakresie utrwalania znajomości internetowych poprzez kontakty w tzw. realu (% z uwzględnieniem podziału na grupy)

Źródło: opracowanie własne.

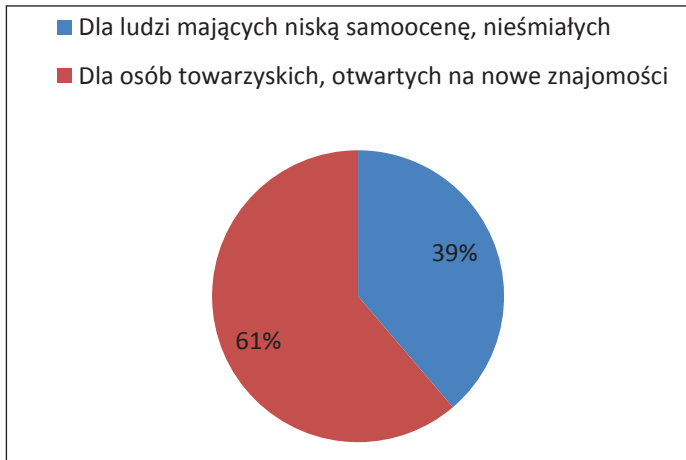
Okazało się, że przez ponad połowę badanych związki tworzone za pomocą sieci społecznościowych nie są przekładane na rzeczywiste relacje. Jedynie 41% studentów przekłada ten rodzaj znajomości na spotkania w realnym świecie (rysunek 11).



Rysunek 11. Doświadczenie badanych w zakresie utrwalania znajomości internetowych w świecie realnym (%)

Źródło: opracowanie własne.

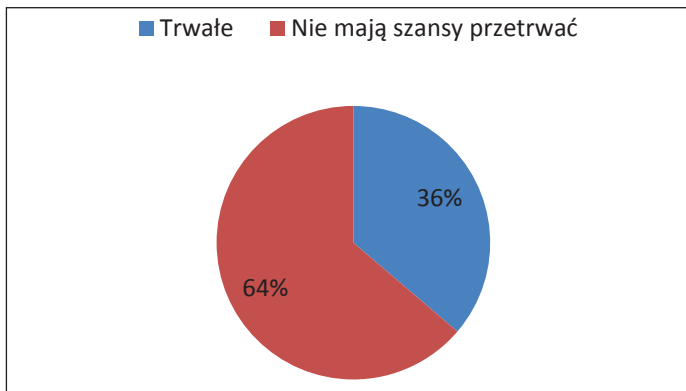
Interesująca jest opinia badanych studentów w zakresie profilu osoby nawiązującej bliskie relacje za pośrednictwem internetu. Według 61% badanych takie relacje są odpowiednie dla osób towarzyskich, chętnie nawiązujących nowe znajomości. Pozostała część badanych stwierdziła, że ten rodzaj relacji jest preferowany przez osoby nieśmiałe, mające trudności w kontaktach społecznych (rysunek 12).



Rysunek 12. Profil osoby nawiązującej relacje za pośrednictwem sieci społecznościowych w opinii badanych (%)

Źródło: opracowanie własne.

Respondenci wskazali, że związki rozpoczynające się znajomością internetową są raczej nietrwałe. Zdaniem 64% badanych nie mają one szansy przetrwać, odmiennego zdania była nieco ponad jedna trzecia studentów (rysunek 13).

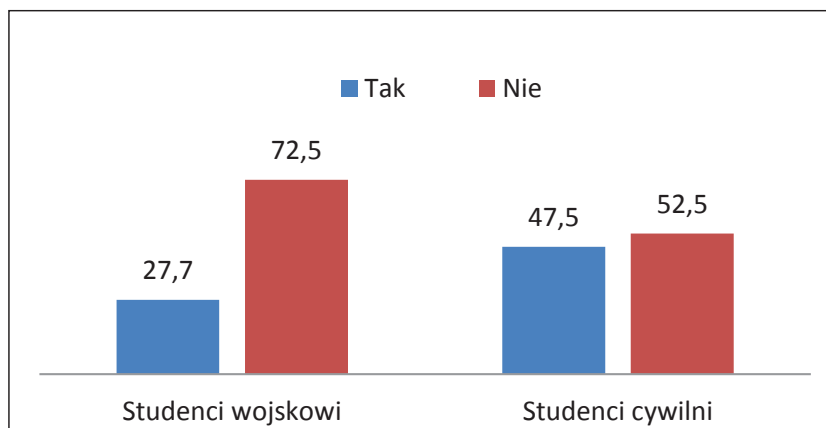


Rysunek 13. Opinia badanych w zakresie trwałości związków rozpoczynających się znajomością internetową (%)

Źródło: opracowanie własne.

Jednym z istotnych zagrożeń komunikacji internetowej jest zatracenie umiejętności komunikacji „twarzą w twarz”. Według nieco ponad połowy badanych zagrożenie to jest realne, przy czym 47,5% uznało, że korzystanie z mediów społecznościowych nie będzie zakłócać komunikacji społecznej w tzw. realu. Szczegółowa analiza danych wskazuje, że istnieją znaczące różnice między grupami studentów cywilnych i studentów wojskowych w tym zakresie.

Komunikacja za pośrednictwem internetu rządzi się odmiennymi prawami niż komunikacja w tzw. realu. Większość badanych jednak nie uważa, że jest to łatwiejsza forma komunikacji. Taką opinię wyraziło 72,5% studentów wojskowych i 52,5% studentów cywilnych. Z kolei 37,5% wszystkich respondentów stwierdziło, że ta forma komunikacji jest dla nich łatwiejsza niż realny kontakt (rysunek 14).

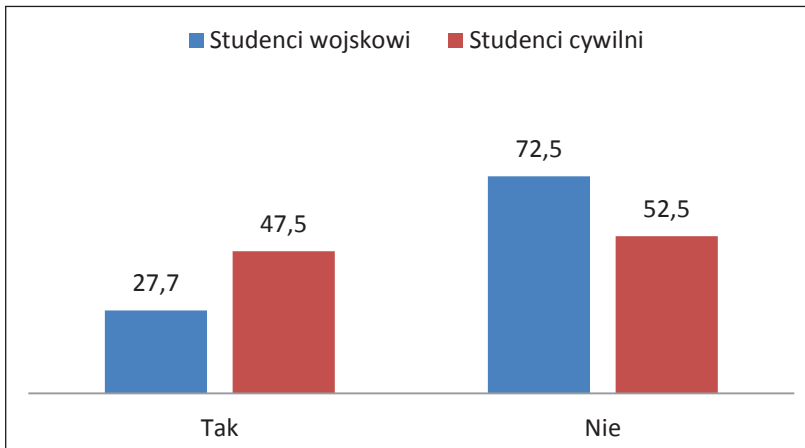


Rysunek 14. Opinia respondentów w zakresie komunikacji za pośrednictwem internetu jako łatwiejszej niż komunikacja bezpośrednia (% z uwzględnieniem podziału na grupy studentów)

Źródło: opracowanie własne.

Większość studentów wojskowych oceniła komunikację internetową za realne zagrożenie dla komunikacji społecznej, lecz znaczna część studentów cywilnych (60%) nie dostrzegła negatywnych skutków komunikacji społecznej dla przyszłej umiejętności nawiązywania dialogu (rysunek 15).

Korzystanie z sieci społecznościowych to nie tylko korzyści, lecz także szereg zagrożeń. Badana grupa była świadoma zagrożeń, jakie niesie za sobą upowszechnianie danych osobowych w mediach społecznościowych. Zdaniem aż trzech czwartych respondentów zamieszczanie informacji na swój temat na portalach społecznościowych nie jest bezpieczne. Jedynie 12,5% badanych z grupy studentów wojskowych uznało, że upowszechnianie danych nie stanowi zagrożenia bezpieczeństwa dla użytkownika. Taką samą opinię zaprezentowało aż 37,5% badanych studentów cywilnych.



Rysunek 15. Korzystanie z portali społecznościowych jako zagrożenie dla komunikacji „twarzą w twarz” w opinii respondentów (% z uwzględnieniem podziału na grupy studentów)  
Źródło: opracowanie własne.

Innymi formami zagrożeń, na jakie wskazali badani studenci, są: zaburzenie kontaktów międzyludzkich (22% odpowiedzi), zaburzenie kontaktów w świecie rzeczywistym (spływanie kontaktów, ich powierzchowność) (22%), negatywne oddziaływanie na psychikę (20%), trudności z podtrzymywaniem kontaktów w rzeczywistości (19%), uzależnienie od kontaktów wyłącznie sieciowych (16%).

Wszystkie przedstawione powyżej zagrożenia dotyczą aspektu komunikacji. Badani studenci LAW najczęściej spotykają się z negatywną komunikacją w internecie – wulgarnymi komentarzami oraz poniżającymi treściami. Odmienną formą zagrożeń, określaną jako cyberprzemoc, jest podszywanie się pod kogoś. Blisko trzem czwartym badanych znany był proceder podawania się za innego użytkownika w sieci. Dwukrotnie częściej zjawisko to było znane studentom cywilnym. Wielu studentów doświadczyło również nagrywania i rozpowszechniania treści ośmieszających inne osoby. Jedynie 13% badanych nigdy nie spotkało się z tym zagrożeniem. Szczegółowa analiza danych grup studentów cywilnych i studentów wojskowych pozwala stwierdzić, że na podobnym poziomie utrzymuje się zjawisko wykluczenia z grona znajomych – 6,25% uczestników studiów wojskowych i 7,5% studentów cywilnych często spotykało się z takim zachowaniem. Wyniki w podgrupach przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Częstotliwość doświadczenia form cyberprzemocy przez studentów cywilnych i studentów wojskowych (%)

Forma cyberprzemocy	Studenci wojskowi			Studenci cywilni		
	często	rzadko	nigdy	często	rzadko	nigdy
Nagrywanie, rozpowszechnianie treści ośmieszających inne osoby	20,0	23,75	6,25	12,5	31,25	6,25
Wulgarnie, poniżające treści w komunikacji internetowej	37,5	8,75	3,75	25,0	17,5	7,5
Wulgarnie komentarze, tzw. hejt	37,5	10,0	2,5	31,25	10,0	8,75
Podszywanie się pod kogoś w internecie	6,25	27,5	16,25	13,75	25,0	11,25
Włamania na konta internetowe	3,75	32,5	13,75	6,25	25,0	18,75
Wykluczenie z grona znajomych	6,25	36,25	7,5	7,5	25,0	17,5

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki badań wskazują, że jedynie jeden na ośmiu respondentów padł ofiarą przestępstwa internetowego. Znacznie wyższy odsetek badanych (30%) podał, że ofiarą przestępstwa internetowego była osoba, którą znają.

Pozytywny wydaje się fakt, że aż 61% studentów wykazało zainteresowanie podniesieniem swoich umiejętności w zakresie bezpieczeństwa podczas korzystania z mediów społecznościowych. Można więc powiedzieć, że w grupie badanych edukacja w tym zakresie była postrzegana jako wartościowa i potrzebna.

## ZAKOŃCZENIE

Badania autorów wpisują się w ogólnopolski trend badań użytkowników sieci społecznościowych. Analiza literatury (IAB Polska, 2016/2017) oraz badania własne wskazują, że najbardziej popularny jest Facebook, następnie zaś Youtube, WhatsApp oraz Instagram. Odmienną tendencją jest wzrost liczby publikowanych na portalach społecznościowych danych osobowych przez grupę badanych studentów LAW. Zdecydowana większość podaje swoje imię (92%), nazwisko (88%) oraz publikuje swoje zdjęcie (73%). Żaden z respondentów natomiast nie podaje swojego adresu zamieszkania. Większą ostrożność w zakresie publikowania danych w mediach społecznościowych w porównaniu ze studentami cywilnymi przejawiają studenci wojskowi. Niezmiennie są natomiast preferencje korzystania z portali społecznościowych. Badani studenci, podobnie jak większość Polaków, najczęściej wybierają do tego celu telefon komórkowy, najmniej popularny jest tablet.

Z analizy danych wynika, że motywy korzystania z sieci społecznościowych u studentów LAW są podobne do motywów dominujących w ogóle polskiego społeczeństwa. Niemal wszyscy badani korzystają z mediów społecznościowych w celu nawiązania lub podtrzymania znajomości. Nie mniej powszechne jest udo-

stępnianie informacji edukacyjnych, wymiana opinii czy wypełnienie czasu wolnego. Studenci LAW znacznie rzadziej niż podobna grupa wiekowa w polskim społeczeństwie wykorzystują portale społecznościowe w celach zawodowych czy dla promowania własnej działalności artystycznej.

Dla badanej grupy media społecznościowe stanowią aktywną formę poszukiwania kontaktów społecznych i nawiązywania bliskich relacji, jednak dwie trzecie respondentów określiło powstałe w ten sposób związki jako nietrwałe. W opinii studentów LAW nawiązywanie znajomości za pośrednictwem internetu nie stanowi łatwiejszej formy komunikacji interpersonalnej. Jest ona postrzegana jako bardziej atrakcyjna dla osób towarzyskich niż mających trudności w kontaktach społecznych.

Znaczna większość studentów spotkała się z przynajmniej jedną formą cyberprzemocy. Najczęściej dotyczyły one publikowania negatywnych i obraźliwych treści. Z inną formą zagrożenia bezpieczeństwa, jaką jest włamanie na konto internetowe czy podszywanie się pod kogoś, nie miał do czynienia jedynie co trzeci badany. Należy równocześnie wskazać, że w zakresie uzyskanych wyników badań nie wykazuje się znaczących różnic pomiędzy grupą studentów cywilnych i grupą studentów wojskowych. Zauważalna jest nieco większa ostrożność w zakresie publikowania danych osobowych oraz korzystania z poszczególnych rodzajów portali społecznościowych. Ciekawym spostrzeżeniem jest również fakt, że badani przypisują znajomym większą otwartość na nawiązywanie bliskich relacji za pośrednictwem internetu, sami zaś nie przyznają się do tego. Może to wynikać z faktu, że poszukiwanie partnera za pomocą sieci społecznościowych w polskim społeczeństwie nadal należy do zjawisk mało akceptowalnych społecznie.

Warto jeszcze podkreślić, że ponad połowa badanych wykazała zainteresowanie podniesieniem świadomości w zakresie cyberbezpieczeństwa. Wyniki potwierdziły, że media społecznościowe odgrywają istotną rolę w życiu grupy młodych dorosłych. Studenci są także świadomi zagrożeń istniejących w cyberprzestrzeni i wyrażają potrzebę poszerzenia wiedzy w tym zakresie. Wnioskiem praktycznym z badań może być dołączenie do programu studiów dodatkowego przedmiotu w zakresie edukacji internetowej.

## BIBLIOGRAFIA

- Andrzejewska, A. (2014). Stalking. W: J. Lizut (red.), *Zagrożenia cyberprzestrzeni. Nowy program dla pracowników służb społecznych* (s. 171–182). Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły im. Janusza Korczaka.
- Bąk, A. (2016). Serwisy społecznościowe – efekt Facebooka i nie tylko. *Media i Społeczeństwo*, (6), 134–146.
- Digital Poland (2019). *Raport Hootsuite. We are social*. Pobrane z: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-poland-january-2019-v01> (dostęp: 28.04.2019).

- Gackowski, T., Brylska, K., Patera, M. (i in.). (2018). *Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka różnych pokoleń medialnych*. Warszawa: Laboratorium Badań Medioznawczych.
- Grzegorzewska, I., Cierpiałkowska, L. (2018). *Uzależnienia behawioralne*. Warszawa: PWN.
- Gülner, B., Balci, S., Çakir, V. (2010). Motivations of Facebook, YouTube and Similar Web SitesUsers. *Bilig*, 54, 161–184.
- IAB Polska (2016/2017). *Prywatność w sieci. Raport z badań*. Pobrane z: [https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2017/03/IAB\\_Polska\\_Prywatnosc\\_w\\_sieci\\_2016\\_2017\\_raport.pdf](https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2017/03/IAB_Polska_Prywatnosc_w_sieci_2016_2017_raport.pdf) (dostęp: 30.04.2019).
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kaznowski, D. (2008). *Nowy marketing*. Warszawa: VFP Communications.
- Makaruk, K. (2013). Korzystanie z portali społecznościowych przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB. *Dziecko Krzywdzone. Teoria – Badania – Praktyka*, 12(1), 69–79.
- Siuda, D., Grębosz, M. (2017). Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 48(2), 307–316, DOI: <https://doi.org/10.18276/sip.2017.48/2-26>.

## SUMMARY

The aim of the article was to present the characteristics of social media and the threats arising from their use, made by civilian and military students of the Aviation Military Academy in Dęblin. The authors presented the results of their own survey, in which the main accent was placed on the characteristics of web relations and cyber security issues. In the study, took part 80 students. The results of the research were presented in the context of statistical data of the Polish population, presenting general trends in the first quarter of 2019.

**Keywords:** social media; social networks; social relations; cyberbullying; cybersecurity