

Karol Sudewicz

ORCID: 0009-0004-4821-0231

Akademia Bialska Jana Pawła II

Stanisława Nazaruk

ORCID: 0009-0005-9712-9373

Akademia Bialska Jana Pawła II

Możliwości budowania i utrzymania relacji w społeczności wirtualnej studentów jako odbiorców medialnych w erze Web 2.0

Abstract

Karol Sudewicz, Stanisława Nazaruk, *Możliwości budowania i utrzymania relacji w społeczności wirtualnej studentów jako odbiorców medialnych w erze Web 2.0* [Opportunities for building and maintaining relationships in the virtual community of students as media audiences in the Web 2.0 Era]. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 1(27) 2025, Poznań 2025, pp. 229–243, Adam Mickiewicz University Press. ISSN (Online) 2719-2717, ISSN (Print) 2300-0422. <https://doi.org/10.14746/kse.2025.27.1.14>

In the modern world, it is difficult to imagine life without the Internet and even without an account on a chosen social networking site. Observing various types of activities on the Internet and the rapid pace of changes occurring there, the need for conducting a research was noticed, in which the key question was formulated: is it possible to build lasting relationships in a virtual community? The research was conducted among students of various fields of study in a group of 236 people. A diagnostic survey method and an author's survey questionnaire were used, due to the fact that no standardized measurement tools have been found for the stated research problem to date. The research was conducted online, which made it easier to reach respondents from different regions of Poland. According to the surveyed students, it is possible to build relationships in the virtual world but they are less lasting than those established in the real world. However, it is difficult to determine whether virtual relationships can develop into friendships. Students are aware of what can destroy interpersonal relationships.

Keywords

virtual world; virtual community; cyberspace; Web 2.0

Wprowadzenie

Powszechnie wiadomo, że w obecnej rzeczywistości człowiek korzysta z Internetu, co ułatwia wykonywanie wielu zadań. Niektórzy szukają informacji, inni rozrywki, komunikacji z drugim człowiekiem, odreagowania sytuacji problemowej, a część wykonuje pracę zawodową lub inne usługi. Wskazane niektóre przykłady korzystania z zasobów sieci internetowej sprawiają, że czas w niej spędzany, czyli tzw. wirtualny, może być znacznie dłuższy w porównaniu z czasem rzeczywistym, co przy braku kontroli lub samokontroli może wpływać na osłabienie relacji interpersonalnych lub prowadzić do osamotnienia, apatii, depresji, a nawet implikować powstawanie uzależnień (Frączkowska, 2021; Jędrzejko i Sarzała, 2010; Kaszuba, 2020; Movahedi i in., 2024). Nie ulega wątpliwości, że korzystanie z Internetu i komunikowanie się z wirtualną społecznością staje się nieodzowną częścią codziennego życia współczesnego człowieka, a kontakty i powiązania w cyberprzestrzeni mają coraz większy wpływ na zachowania społeczne. Jak zauważają niektórzy badacze, społeczna przestrzeń Internetu jest również odzwierciedleniem przestrzeni fizycznej, w której człowiek funkcjonuje. Internet współtworzy pewne wymiary rzeczywistości, zmienia sposób myślenia o przestrzeni, o tym, co jest prawdziwe i realne. Według Magdaleny Szpunar (2015) „Internet przekonuje swoich użytkowników, że ową przestrzenią rzeczywiście jest. Analogicznie do realnego świata internauci wchodzą, oglądają, rozmawiają, wysyłają listy. Internet oferuje swoim odbiorcom pokoje rozmów, kafejki, gdzie odwiedzają poszczególne miejsca i spotykają innych ludzi” (s. 149; por. Mohamed i in., 2024).

Jak pisze Karina Leksy (2016): „Wydaje się, iż współcześnie coraz bardziej naturalnym, powszechnym, a czasem wręcz dominującym elementem składającym się na środowisko życia człowieka jest świat wirtualny” (s. 146). Według niektórych badaczy społeczna przestrzeń Internetu stała się nowym, istotnym elementem w życiu wielu jednostek. Znacząca część ludzkiej aktywności, nie wyłączając aktywności społecznej, przenosi się do przestrzeni wirtualnej zwanej również światem wirtualnym (Leksy, 2016; Szpunar, 2008). Świat wirtualny jest wytworzony przez człowieka, który jest w nim tylko „gościem” i w którym nie można żyć, a jedynie można przebywać przez określony czas i działać. Człowiek jako twórca w tym świecie jest autorem medialnego przekazu, czyli decyduje o treści, formie i sposobie komunikacji. Jednocześnie, jako twórca jest również klientem, który działa zgodnie z poleceniami oprogramowania informatycznego i wykorzystywanych aplikacji. Typowym przykładem świata wirtualnego, jaki stworzył człowiek, jest muzyka i nie chodzi tu bynajmniej o naturalne dźwięki, ale o dzieło człowieka, który wykorzystuje do jego stworzenia różne instrumenty. Świat wirtualny może

przedstawiać świat realny i dawać poczucie, że mamy do czynienia z rzeczywistością, a jego cechą jest m.in. to, że staje się coraz bardziej fascynujący.

Aktywność człowieka w świecie wirtualnym może wynikać z wielu powodów, m.in. z chęci zaistnienia w szerszym kręgu społecznym, zaprezentowania siebie w jak najlepszym świetle, ukrycia wad, może być efektem pogoni za popularnością, co w efekcie ma ułatwiać kontakty społeczne, wzmacniać tożsamość, pomagać w znalezieniu znajomych lub nawiązaniu kontaktów zawodowych, ale z drugiej strony warto się zastanowić, czy prezentowany wizerunek nie odbiega od realnego, czy nie jest tylko formą określonej autokreacji (Moubarak i Afthanorhan, 2024).

Artykuł, jak wskazuje tytuł, koncentruje się na problemie społeczności wirtualnej. Stosunkowo dość dawno zaobserwowano, że sieciowe (internetowe) zbiorowiska albo skupiska tworzą pewną formę społeczności. Społeczność i kultura mogą tworzyć się w ramach różnych miejsc i przestrzeni internetowych (Kozinets, 2012). W tym kontekście Robert Kozinets (2012) zauważa, „iż pojęcie społeczności wydaje się adekwatne, jeśli mamy na uwadze najbardziej fundamentalny sens odsyłający do grupy ludzi, których łączy społeczna interakcja, społeczne więzi oraz wspólna formuła interakcyjna, miejsce lub «przestrzeń», pomimo tego, że w tym wypadku jest to najczęściej wirtualna «cyberprzestrzeń»” (s. 25). Można zatem mówić o społeczności wirtualnej definiowanej jako „skupiska społeczne, które formują się w przestrzeni wirtualnej, kiedy wystarczająco duża liczba osób prowadzi publiczne dyskusje na tyle długo i z dostateczną dozą ludzkich uczuć, by mogły wytworzyć się między nimi osobiste relacje” (Leksy, 2015, s. 150). W ramach funkcjonujących społeczności wirtualnych warto zwrócić uwagę na niezwykle popularne aplikacje społecznościowe, takie jak Facebook, YouTube, TikTok, Messenger, Instagram i WhatsApp. Tym, co szczególnie wyraźnie przejawia się na portalach społecznościowych, jest pozorna przyjaźń między osobami, które w rzeczywistości niejednokrotnie łączy tylko tyle, że uczęszczały do tej samej klasy albo uczestniczyły jeden raz we wspólnym wydarzeniu.

Platformy internetowe dostarczają przestrzeni do umiejscowienia elektronicznego Ja. W wielu sytuacjach wirtualny wizerunek osoby może być dodatkiem do jej prawdziwego życia albo jego uzupełnieniem (Aboujaoude, 2012; Banasiak-Parzych, 2013; Cheung i in., 2023). Z łatwością można zauważyć zalety sieci internetowej w kreowaniu własnej osoby zgodnie z własnymi pragnieniami i wyobrażeniami, tzw. wizerunku życzeniowego (Movahedi i in., 2024). Człowiek może zmieniać te elementy, z których nie jest zadowolony, ponieważ technologia informatyczna pozwala „edytować” samego siebie, retuszować, a nawet usuwać. W ten sposób dochodzimy do istoty komunikacji w cyberprzestrzeni, którą można czasami opisać nie jako komunikację między osobami, ale między osobą a „projek-

tem osoby”, czyli oczekiwaniemi wobec innej osoby albo osób i ich wyobrażeniami, emocjami, które powinien ten wirtualny kontakt zaspokoić. Jak niewątpliwie słusznie zauważają Magda Karkowska i Tomasz Skalski (2010), „wcześniej czy później podczas tego rodzaju działań pojawia się pytanie o to, która z tożsamości jest prawdziwa, w sensie adekwatności do przeżywanych emocji, posiadanych doświadczeń w konfrontacji z kreowaniem się na nowo w cyberprzestrzeni” (s. 52).

Odbiorca medialny Web 2.0

W literaturze przedmiotu można znaleźć różne definicje Web 2.0. Według Rossa Mayfielda termin ten oznacza platformę wymiany informacji oraz współdziałania umiejscowioną w Internecie, wykorzystującą narzędzia informatyczne, która odnosi się do tworzenia społeczności wirtualnych (Mayfield, 2004, s. 35). Analizując zjawisko Web 2.0, warto również zastanowić się nad relacjami zachodzącymi między użytkownikami Internetu jako członkami pewnej społeczności wirtualnej i zwrócić uwagę na trwałość tych relacji (Musser i O'Reilly, 2006). W odniesieniu do studentów można stwierdzić, że należą do odbiorców medialnych Web 2.0. Nowe technologie i nowe sposoby korzystania z technologii informacyjnych nie mogły pozostać bez wpływu na proces komunikacji, język, sposób funkcjonowania i styl społeczności studenckiej. Według niektórych badaczy tego zagadnienia komunikacja za pośrednictwem portali społecznościowych mogła wpłynąć na kształtowanie się nowego typu odbiorcy i nadawcy medialnego (Maćkiewicz, 2023).

Świat wirtualny to gigantyczna skarbnica wiadomości, w której nowe informacje pojawiają się co sekundę, co sprawia, że mogą wystąpić problemy z ich selekcją, oceną i przetwarzaniem (Gajda, 2016; Kita, 2016). Aby zwrócić i utrzymać chociaż na moment uwagę odbiorcy, komunikat powinien być krótki, skondensowany, ekonomiczny i jasny. Poza tym należy zauważyć, że we współczesnych mediach dominuje funkcja fatyczna, w której chodzi o przyciągnięcie odbiorcy, a w przypadku Internetu o próbę pokierowania wyborami użytkowników. Można nawet powiedzieć, że użytkownik Internetu ery Web 2.0 przyzwyczał się do wirtualnego wchodzenia w interakcje z innymi użytkownikami. Jako użytkownik sieci w każdej chwili może przeobrazić się we (współ)autora, komentatora czy krytyka, ponieważ szuka możliwości wyrażenia siebie i swoich opinii. Chce nie tylko komentować i redystrybuować przekazy medialne, lecz także kreować własne przekazy (Szpunar, 2015). Współczesny użytkownik social mediów, korzystający z serwisów takich jak YouTube, Instagram czy Snapchat, raczej ogląda przekazy, niż je czyta. Przyzwyczajony jest do zdjęć, infografiki, kolorowych wyróżnień,

zróżnicowanej typografii, piktogramów i emotikonów. Jego uwagę zwraca tekst, który w jakiś sposób jest zintegrowany z obrazem. Bodźce obrazowe łączą się ze słownymi w sposób dynamiczny i rekurencyjny. Pisząc o nadawcy i odbiorcy Web 2.0, trzeba koniecznie wspomnieć o zjawisku, które w komunikacji jest niezwykle ważne, a mianowicie o budowaniu relacji w społeczności wirtualnej. W związku z rozwojem technologii medialnych, a zwłaszcza z wprowadzeniem Internetu w wersji Web 2.0, zniknął tak zwany odbiorca masowy, a na jego miejsce pojawiły się mniejsze lub większe wspólnoty odbiorcze (wspólnoty dyskursu) (Kresin i in., 2024; Maćkiewicz, 2023; Moubarak i Afthanorhan, 2024). W tym kontekście nasuwa się pytanie: czy osoby studiujące można zaliczyć do pewnego rodzaju wspólnoty? Jak zauważa Bogusław Skowronek (2013): „Określone wspólnoty dyskursu są [...] znakiem nowych form społeczności [...], które powstają nie tylko jako wyraz trwałych związków komunikacyjnych, ale też często w efekcie dobrowolnych i niezrządowo tymczasowych zależności, umacnianych jednoczącymi emocjami” (s. 38). Takie wspólnoty mają zazwyczaj własne znaki rozpoznawcze i rytuały, odpowiednie kody i formy komunikacji (Skowronek, 2013).

Przedstawione z konieczności w skrócie zagadnienia społeczności wirtualnej i odbiorców medialnych Web 2.0 zrodziły potrzebę zaprojektowania badań, których zamierzeniem było pozyskanie wiedzy od studentów o budowaniu przez nich relacji w świecie wirtualnym. Powszechnie wiadomo, że budowanie relacji wymaga czasu, wysiłku i zaangażowania, ale ten wysiłek może przynieść wiele satysfakcji i wzajemnej radości. Dlatego podjęcie badań w aspekcie społeczności wirtualnej tworzonej przez studentów może przyczynić się do otwarcia dyskursu naukowego w tym zakresie.

Materiał i metody badań

Punktem docelowym badań było znalezienie odpowiedzi na główny problem sformułowany w formie pytania: Czy istnieje możliwość budowania trwałych relacji w społeczności wirtualnej przez studentów? Celem podniesienia świadomości problematyki objętej badaniem zostało postawionych kilka pytań szczegółowych:

- Jak oceniają relacje w społeczności wirtualnej i realnej badani studenci?
- Czy relacje nawiązane w sieci są utrzymywane i na jak długi okres?
- Czy poznane osoby w sieci mogą być przyjaciółmi?
- Co może zniszczyć relacje nawiązane w sieci?

Badania ilościowe o charakterze sondażowym przeprowadzono na przestrzeni trzech miesięcy – od września do listopada 2024 roku – wykorzystując do ich realizacji autorski kwestionariusz ankiety opracowany w formie elektronicznej i skier-

rowany do studentów z kilku uczelni w Polsce. Ankietę udostępniono za pomocą poczty elektronicznej, na grupach w social mediach i poprzez inne komunikatory. Przeprowadzenie badań w formie online usprawniło ich organizację i dotarcie do zaplanowanych grup docelowych. W badaniu zastosowano celowy dobór próby, gdyż pozwala on na krytyczne spojrzenie na wskaźniki występujące w populacji, którą chcemy badać i w której są największe szanse na wystąpienie interesujących nas zjawisk czy procesów (Sołoma, 2002). Na podstawie otrzymanych wyników dokonano charakterystyki zjawisk za pomocą miar liczbowych. Policzono średnie arytmetyczne i wskaźniki procentowe. Przeprowadzono interpretację uzyskanych danych.

W badaniu wzięło udział 236 studentów. Rozkład cech demograficznych badanych przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Zestawienie wybranych cech badanych studentów

Lp.	Zmienna	Ogółem	
		<i>n</i>	%
1	Płeć		
	kobiety	182	77,5
	mężczyźni	54	22,5
2	Miejsce zamieszkania		
	miasto	140	59,7
	wieś	96	40,3
3	Wiek		
	17–19 lat	79	33,5
	20–25 lat	126	53,5
	26–46 lat	31	13,0
4	Kierunek studiów		
	pielęgniarstwo	64	26,7
	pedagogika	52	22,0
	ekonomia	19	8,3
	informatyka	18	8,0
	inne kierunki	83	35,0

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do zestawionych danych w tabeli 1 należy stwierdzić, że w badanej grupie osób dominują kobiety, większość badanych mieszka w mieście, najwięcej osób jest w przedziale wiekowym 20–25 lat. Ankietę wypełniło najwięcej osób z kierunków: pielęgniarstwo, pedagogika, informatyka i ekonomia.

Analiza danych

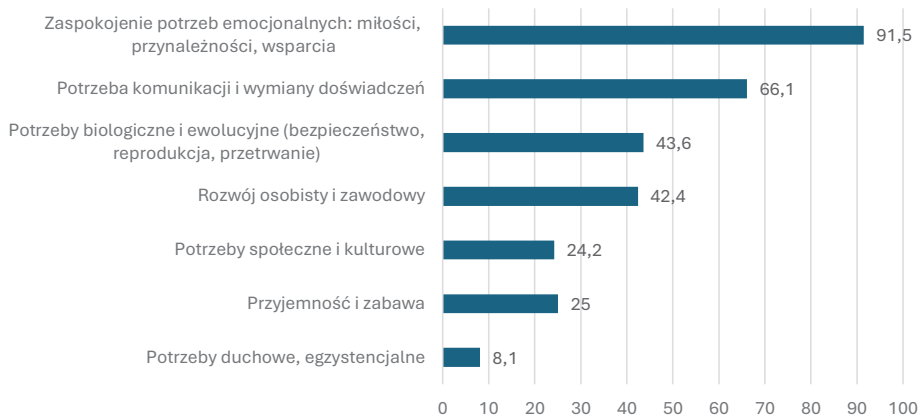
W pierwszej kolejności od respondentów chciano uzyskać informację o rozumieniu przez nich pojęcia *relacja*. Najwięcej osób (90,7%) rozumie relację jako związek między ludźmi lub grupami społecznymi, choć 0,5% wskazało inną odpowiedź: jako stosunek lub zależność między wielkościami, przedmiotami lub pojęciami itp. Natomiast 0,2% badanych rozumie relację jako opowiadanie o przebiegu pewnego wydarzenia. Udzielone odpowiedzi świadczą o pewnej wielowymiarowości słowa *relacja* i możliwości jego użycia w zależności od kontekstu.

Zdecydowana większość badanych studentów (97,9%) określiła ważność relacji w ich życiu oraz funkcjonowaniu zarówno w realnym, jak i wirtualnym świecie. Pozostali mieli inne zdanie.

Respondenci udzielili też odpowiedzi na pytanie, w jakim celu nawiązują relacje. Każda z badanych osób wskazała trzy najważniejsze cele. Zestawienie zebranych odpowiedzi posłużyło do opracowania hierarchii ważności celów w grupie badanych studentów, które zobrazowano na wykresie 1.

Wykres 1

Cele nawiązywania relacji



Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Z przedstawionych danych na wykresie 1 wynika, że relacje służą zaspokojeniu potrzeb emocjonalnych, tj. miłości, przynależności, wsparcia, tak wskazało 91,5% respondentów. Drugim w kolejności celem była potrzeba komunikacji i wymiany doświadczeń, na co zwróciło uwagę 66,1% respondentów. Na trzecim miejscu uplasowała się grupa potrzeb biologicznych i ewolucyjnych (bezpieczeństwo, reprodukcja, przetrwanie) – na którą wskazało ponad 43% badanych.

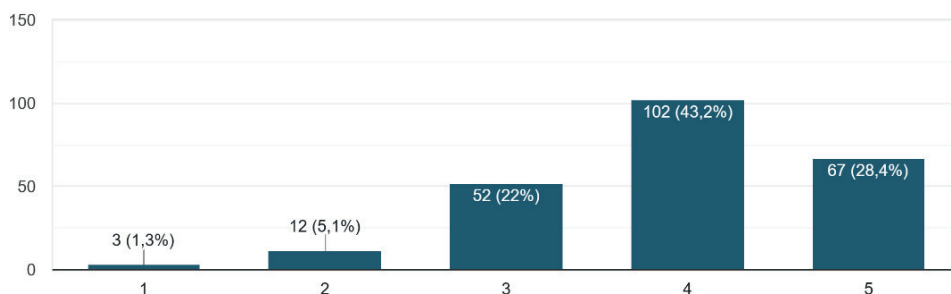
Na końcu listy wskazano potrzeby duchowe, egzystencjalne oraz status społeczny i pozycję.

Pozyskane odpowiedzi pozwoliły na ustalenie, z kim najchętniej badani nawiązują relacje w sieci. Wydawać by się mogło, że adresując badanie do grupy studentów, będą to głównie relacje rówieśnicze, skupione w środowisku studenckim. Zgodnie z przypuszczeniami dominowały odpowiedzi: grupa rówieśnicza – 50%, ale też rodzina – 25%. Na trzecim miejscu ze wskazaniem blisko 10% znalazła się natomiast odpowiedź dotycząca relacji z przypadkowo spotkanymi nieznanymi osobami. Ten wynik może skłaniać do postawienia pytania o przyczyny podejmowania relacji w sieci z nieznanymi i przypadkowo spotkanymi osobami.

Zanim zapytano respondentów o relacje w świecie wirtualnym, wcześniej zapytano ich o ocenę swoich relacji z innymi osobami w grupie studenckiej w świecie realnym. Było to pytanie, w którym do oceny relacji posłużono się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza relację *bardzo złą*, 2 – *złą*, 3 – *umiarkowaną*, 4 – *dobrą*, 5 – *bardzo dobrą*. Wyniki zobrazowano na wykresie 2.

Wykres 2

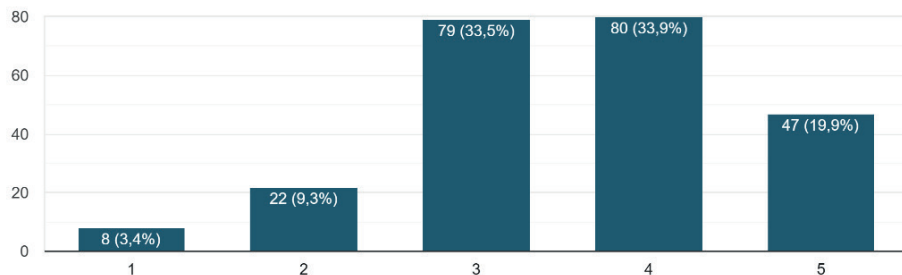
Samoocena badanych relacji w świecie realnym



Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

Z danych zestawionych na wykresie 2 widać, że 71,6% studentów ocenia swoje relacje rówieśnicze w świecie realnym jako bardzo dobre i dobre. Może jedynie niepokoić niewielki odsetek ocen mówiących o złych i bardzo złych relacjach w grupie, co może skłaniać do poszukiwania przyczyn takiego stanu rzeczy.

W badaniach podjęto również próbę oceny relacji w świecie wirtualnym. Pozyskane odpowiedzi badanej grupy studentów miały pokazać różnice bądź podobieństwa między ocenami relacji w świecie rzeczywistym i relacji w świecie wirtualnym. Zestawione odpowiedzi na to pytanie przedstawiono na wykresie 3.

Wykres 3*Samooceńca badanych relacji w świecie wirtualnym**Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.*

Badani, oceniając relacje w świecie wirtualnym, w większości zaznaczyli na skali punkty 3 i 4, natomiast ich oceny relacji w świecie rzeczywistym skupione były na punktach 4 i 5. Co ciekawe, więcej jest również ocen najniższych, czyli wskazujących na złe relacje w świecie wirtualnym. Można zatem wysnuć wniosek, że badani lepiej oceniają relacje rówieśnicze w świecie realnym w porównaniu z relacjami w świecie wirtualnym.

W celu sprawdzenia zaobserwowanych różnic zastosowano test χ^2 Pearsona do ustalenia stwierdzenia, czy różnice są istotne statystycznie. Dane liczbowe przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2*Ocena relacji w świecie realnym i wirtualnym*

Ocena relacji	Relacje w świecie realnym	Relacje w świecie wirtualnym	Wartość testu χ^2	<i>p</i>
	%	%		
Bardzo dobra	28,4	19,9	4,63	0,0315*
Dobra	43,2	33,9	4,33	0,0375*
Umiarkowana	22,0	33,5	7,70	0,0055*
Zła	5,1	9,3	3,17	0,0750
Bardzo zła	1,3	3,4	2,33	0,1272

*Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.** Istotne zróżnicowanie przy $p < 0,05$.

Biorąc pod uwagę wyniki testu χ^2 , analiza statystyczna wykazała istotne zróżnicowanie w zakresie ocen bardzo dobrych, dobrych i umiarkowanych. Nie wykazano natomiast różnic istotnych statystycznie w ocenach takich jak: zła i bardzo zła.

W analizie statystycznej policzono również istotność różnic z uwzględnieniem płci badanych, ponieważ chciano pozyskać wiedzę, czy kobiety oceniają relacje w świecie realnym i wirtualnym tak samo jak mężczyźni. Obliczenia statystyczne zestawiono w tabeli 3.

Tabela 3

Ocena relacji w świecie realnym i wirtualnym z uwzględnieniem płci

Ocena relacji	Relacje w świecie realnym		Relacje w świecie wirtualnym		Wartość testu χ^2	p
	K %	M %	K %	M %		
Bardzo dobra	31,0	23,1	17,4	28,8	3,30	0,0692
Dobra	42,9	42,3	33,2	36,5	0,10	0,7534
Umiarkowana	20,1	25,0	35,9	23,1	2,20	0,1394
Zła	5,4	5,8	10,9	5,8	0,60	0,4378
Bardzo zła	0,5	3,8	2,7	5,8	0,75	0,3869

Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

* Istotne zróżnicowanie przy $p < 0,05$.

Analiza statystyczna nie wykazała istotnych różnic między kobietami i mężczyznami wśród badanych studentów, co wskazuje na to, że płeć nie ma wpływu na ocenę relacji studentów w świecie realnym i wirtualnym.

Badani studenci ustosunkowali się również do możliwości budowania relacji w świecie wirtualnym. Aż 72% badanych potwierdziło możliwość budowania relacji w sieci, jednak 28% osób zaznaczyło, iż nie widzi takiej możliwości. Prawie połowa badanych odpowiedziała, że w ciągu ubiegłego roku poznała w sieci nowe osoby, a druga połowa temu zaprzeczyła, co wskazuje, że część osób nie nawiązuje znajomości w sieci.

W budowaniu relacji w sieci znaczenie ma zapraszanie nowych osób do swojego grona znajomych i również odpowiadanie na komunikaty zaproszeń wysyłanych przez inne osoby. Okazało się, że 80% studentów zaprasza w ciągu jednego miesiąca od 1 do 5 osób do swojego grona znajomych, a 15% od 6 do 20 osób. Natomiast kwestia bycia zapraszonym przez innych wygląda inaczej. Tu wskaźniki są niższe: 63% badanych studentów odpowiedziało, że średnio w ciągu miesiąca otrzymuje zaproszenie od 5 osób, podczas gdy 25% badanych otrzymało takie zaproszenie od 6 do 20 osób. Przedstawione dane wskazują, że więcej studentów w ciągu miesiąca zaprasza inne osoby do swojego grona znajomych, niż jest zapraszanych.

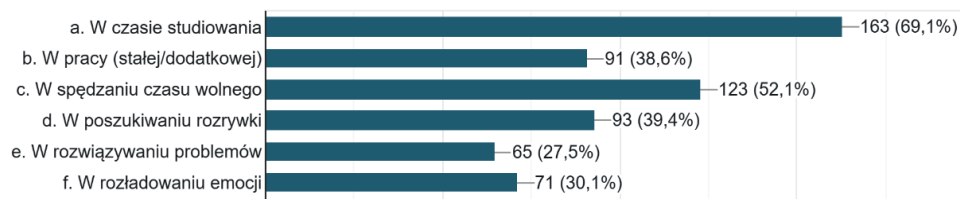
Czy relacje nawiązane w sieci są utrzymywane i na jak długi czas, to kolejne pytanie, na które odpowiadali respondenci. Najwięcej badanych wskazało, że są to krótkotrwałe relacje (prawie 42%), natomiast na długotrwałe znajomości wskazało 25% badanych. Z kolei 33% badanych wskazało na brak nawiązywanych relacji, co jest potwierdzeniem założenia, że nie da się budować relacji tylko w świecie wirtualnym i potrzebujemy świata realnego.

Kolejne pytanie, które zadano, brzmiało: czy poznane osoby w sieci na podstawie budowanych relacji mogą zostać przyjaciółmi? Tu odpowiedzi rozłożyły się prawie równomiernie – po 40% – jedna grupa uważa, że tak, druga, że nie. Jest też spora grupa osób (20% badanych), która była niezdecydowana i nie potrafiła zająć stanowiska w tej kwestii, co może dowodzić pewnej trudności w odpowiedzi na postawione w ten sposób pytanie.

Pozyskano też odpowiedzi na pytanie o sytuacje (obszary), w jakich przydatne/pomocne są relacje nawiązane w sieci. Wskazywane odpowiedzi przedstawiono na wykresie 4.

Wykres 4

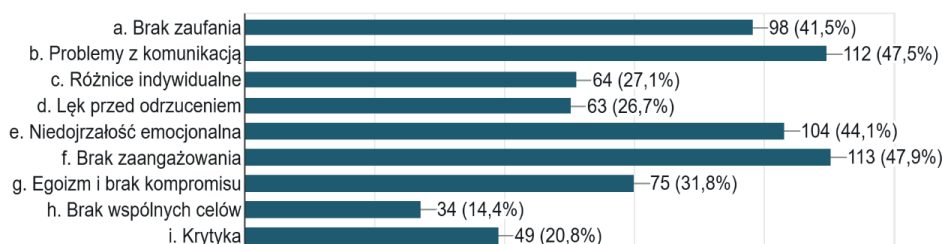
Sytuacje (obszary), w jakich przydatne/pomocne są relacje nawiązane w sieci



Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.

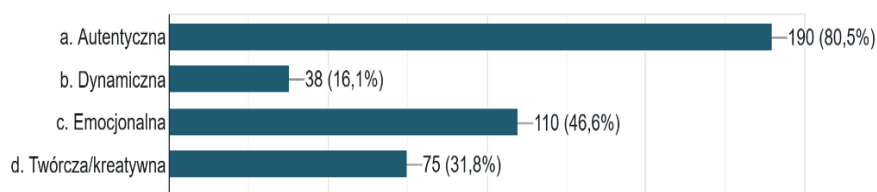
Na wykresie 4 widać, że respondenci najczęściej wskazywali studia jako tę przestrzeń, w której przydatne/potrzebne są relacje nawiązane w sieci; kolejnymi obszarami był czas wolny, rozrywka i praca. Co ciekawe, tylko co trzeci student wskazał na pomoc drugiemu człowiekowi w rozwiązywaniu problemów. Wskazane odpowiedzi były w zasadzie przewidywalne, wiążą się one ze specyfiką badanej grupy, jaką są studenci – osoby, które jednocześnie studiują i pracują oraz są otwarte na pomoc drugiemu człowiekowi.

Powszechnie wiadomo, że w każdej dziedzinie ludzkiego działania występują nie tylko korzyści, ale również trudności i przeszkody, dlatego należało poznać opinię ankietowanych na temat tego, co może niszczyć relacje nawiązywane i budowane w wirtualnej przestrzeni. Odpowiedzi przedstawiono na wykresie 5.

Wykres 5*Zestawienie cech/czynników niszczących wirtualne relacje**Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.*

Na pierwszym miejscu badani studenci wskazali zarówno brak zaangażowania, jak i problemy z komunikacją. Co ciekawe, na kolejnym miejscu pojawiła się niedojrzałość emocjonalna, dalej brak zaufania, egoizm i brak kompromisu, następnie różnice indywidualne i lęk przed odrzuceniem oraz krytykę. Na ostatnim miejscu wskazano brak wspólnych celów. Jak widać, zaangażowanie jest ważne w utrzymaniu relacji, ale ten czynnik wymaga czasu oraz właściwej komunikacji i zaufania. Przy braku tych czynników relacje ulegają osłabieniu i rozpadają się.

W ostatnim pytaniu zamykającym kafeterię pytań zaplanowano poszukać recepty na dobrą relację w świecie wirtualnym. Zapytano zatem studentów o najważniejsze cechy dobrej relacji, które przedstawiono na wykresie 6.

Wykres 6*Cechy dobrej relacji**Adnotacja. Źródło: opracowanie własne.*

Dobra relacja według badanych powinna charakteryzować się przede wszystkim autentycznością, następnie emocjonalnością, twórczością i kreatywnością, a także być dynamiczna. Aby możliwe było spełnienie tych warunków, potrzebny jest czas i zaangażowanie w budowanie, podtrzymywanie i kreowanie relacji, co nie zawsze będzie odpowiadać wszystkim uczestnikom social mediów. Cechy te mogą mieć wpływ na czas utrzymania oraz trwałość relacji.

Podsumowanie

Użytkownicy Internetu są bez wątpienia społecznością, a studenci tworzą jedną z najbardziej aktywnych grup w social mediach. W świecie wirtualnym użytkownicy Internetu zaspokajają swoje potrzeby komunikacyjne i informacyjne, spożywają zasoby Internetu w różnych celach. Badani najczęściej nawiązują relacje w świecie wirtualnym w celu zaspokojenia potrzeb emocjonalnych, tj. miłości, przynależności, wsparcia, komunikacji i wymiany doświadczeń. Z punktu widzenia pedagogiki ważnym środowiskiem wychowawczym, w którym buduje się relacje, jest środowisko studenckie i czas studiowania. Tu warto zauważyć, że takie relacje pomagają w studiowaniu, pracy, spędzaniu wolnego czasu, ale również w sytuacjach problemowych, wymagających pomocy i wsparcia w trudnościach.

Badania pokazały, że badana grupa studentów właściwie rozumie pojęcie relacji i potrafi wskazać jej najistotniejsze cechy, co z pewnością będzie pomocne w ich budowaniu. W odniesieniu do tytułu artykułu studenci uważają, że możliwe jest budowanie relacji w świecie wirtualnym, ale są one mniej trwałe niż te nawiązane w świecie realnym. Oceny studentów dotyczące relacji w świecie wirtualnym i realnym różnią się. Analiza statystyczna wykazała istotne zróżnicowanie w zakresie ocen bardzo dobrych, dobrych i umiarkowanych. Nie wykazano natomiast różnic istotnych statystycznie z uwzględnieniem płci.

Relacje w wirtualnym świecie są zazwyczaj budowane w stosunku do kilku osób, co jest zgodne z postrzeganiem przyjaciół w świecie realnym. Co ciekawe, mniej osób nas zaprasza, niż my zapraszamy innych do grona znajomych, co może stanowić pewną refleksję w kwestii nawiązywania relacji.

Na podstawie uzyskanych wyników badań trudno jest jednoznacznie określić, czy relacje wirtualne przeradzają się w przyjaźń – być może wynika to z faktu, że żyjemy w bardzo zdynamizowanym świecie typu „fast” (*fast food, fast love, fast work*), gdzie wszystko jest płynne i szybko przemija, a przyjaźń wymaga długotrwałych, stałych i pogłębionych relacji.

Z analizy badań wynika, że relacje wymagają podtrzymywania, dlatego warto podkreślić, że zaangażowanie to podstawowa umiejętność, a jednocześnie istotna cecha, której brak powoduje trudności w utrzymaniu relacji. Drugim najważniejszym czynnikiem jest dobra komunikacja międzyludzka, gdyż – jak wynika z badań – jej brak powoduje trudności w nawiązywaniu i utrzymywaniu relacji zarówno w wirtualnym, jak i realnym świecie. Studenci są świadomi i wiedzą, co może niszczyć relacje nawiązane w sieci.

Podsumowując, należy stwierdzić, że obecnie Internet to cenne narzędzie, bez którego trudno sobie wyobrazić życie, ale które z pewnością nie zastąpi spotkania

człowieka z drugim człowiekiem twarzą w twarz oraz prawdziwych relacji międzyludzkich (filozofia spotkania). Zaprezentowany artykuł nie wyczerpuje omawianego zagadnienia, ale jest sygnałem, że warto podjąć kolejne badania.

Bibliografia

- Aboujaoude, E. (2012). *Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości* (tłum. R. Andruszko). Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Banasiak-Parzych, B. (2013). Smartfon zmienia emocje. *Charaktery*, 194(3), 32–35.
- Cheung, V.S.Y., Lo, J.C.Y., Chiu, D.K.W., Ho, K.K.W. (2023). Evaluating social media's communication effectiveness on travel product promotion: Facebook for college students in Hong Kong. *Information Discovery and Delivery*, 51(1), 66–73. <https://doi.org/10.1108/IDD-10-2021-0117>
- Frączkowska, K. (2021). Hikikomori – japanese syndrome of social withdrawal as a problem of contemporary students of polish schools. Analysis of the phenomenon in the light of research on the subject literature and own research. *Rozprawy Społeczne/Social Dissertations*, 15(4), 125–141. <https://doi.org/10.29316/rs/142872>
- Gajda, S. (2016). Nowe media w perspektywie lingwistycznej. W: M. Kita, I. Loewe (red.), *Język w internecie. Antologia* (s. 59–65). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Jędrzejko, M., Sarzała, D. (red.). (2010). *Człowiek i uzależnienia*. Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Karkowska, M., Skalski, T. (2010). *Kultura – socjalizacja – tożsamość*. Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Kaszuba, P. (2020). Niebezpieczeństwa wirtualizacji życia i wartości w cyberprzestrzeni. *Studia Socialia Cracoviensia*, 22(1), 49–72. <https://doi.org/10.15633/ssc.4148>
- Kita, M. (2016). Język w internecie. Rozpoznanie stanu wiedzy. W: M. Kita, I. Loewe (red.), *Język w internecie. Antologia* (s. 10–58). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kozinets, R.V. (2012). *Netnografia. Badania etnograficzne online* (tłum. M. Brzozowska-Brywczyńska). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kresin, S., Kremer, K., Nehring, A., Büssing, A.G.(2024). Students' awareness and conceptions of science-related communication mechanisms on social media. *Journal of Research in Science Teaching*, 62(3), 756–791. <https://doi.org/10.1002/tea.21973>
- Leksy, K. (2016). Świat wirtualny jako przestrzeń życia współczesnego człowieka. Implikacje dla stanu zdrowia. W: K. Borzucka-Sitkiewicz (red.), *Psychospołeczne i środowiskowe konteksty zdrowia i choroby* (s. 145–159). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Maćkiewicz, J. (2023). Odbiorca medialny w erze Web 2.0. *Media Biznes Kultura*, 1(14), 9–17. <http://dx.doi.org/10.4467/25442554.MBK.23.001.18024>
- Mayfield, R. (2004). *Social network dynamics and participatory politics*. semanticscholar.org. <https://pdfs.semanticscholar.org/1784/e72b9898660deb573a4fdde1e4153c5ffe54.pdf>
- Mohamed, A.R., Samy, E., Taref, N.N., Aloufi, R., Behilak, S., Ahmed, M.A., Farag, N.A., Alkalash, S.H., Almowafy, A.A. (2024). Impact of implementing virtual journal club on developing competencies for critical appraisal among post-graduate nursing students. *BMC Nursing*, 23(1), 797. <https://doi.org/10.1186/s12912-024-02401-1>
- Moubarak, H.F.A., Afthanorhan, A. (2024). Risk assessments of virtual interactions on Saudi families. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02743-w>

- Movahedi, N., Hosseinian, S., Rezaeian, H., Nooripour, R. (2024). Mediating role of alexithymia in relationship between cyberbullying and psychotic experiences in adolescents. *BMC Psychology*, 12(1), 465. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01960-x>
- Musser, J., O'Reilly, T. (2006). *Web 2.0: Principles and best practices*, O'Reilly Radar.
- Sołoma, L. (2002). *Metody i techniki badań socjologicznych. Wybrane zagadnienia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- Skowronek, B. (2013). *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.
- Szpunar, M. (2008). Kultura obrazu a ikonosfera Internetu. *Studia Medioznawcze*, 3(34), 105–124.
- Szpunar, M. (2015). Internet i jego wpływ na procesy pamięciowe. *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja*, 18(2(70)), 149–156.

