

*JĘDRZEJ MUSIAŁ*

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

## **ROZWÓJ SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH I ICH WPŁYW NA TERAŹNIEJSZEGO OBYWATELA INTERNETOWEGO**

### **Wprowadzenie**

Człowiek od zawsze poszukuje kontaktu z innymi ludźmi. Nowe znajomości, podtrzymywanie istniejących, dyskusje i rozmowy, a także możliwości wymiany pamiętek w postaci fotografii, filmów są zachętą i motorem do nawiązywania kontaktów międzyludzkich. Rozwojowi szeroko pojętej informatyki i telekomunikacji towarzyszy dostępność nowych mediów wymiany informacji, pojawiają się także zupełnie nowe możliwości sprzyjające rozwojowi wszelkiego rodzaju form aktywności. Fotografia zrobiona przy użyciu telefonu komórkowego w kilka sekund może być przesłana do znajomych lub całkiem obcych osób. Podobnie informacje, przemyślenia, głosy w dyskusjach.

Pojęcie sieci społecznościowej jest znane od dawna i zostało zdefiniowane na długo przed powstaniem globalnej sieci Internetu. Sieć społecznościową można opisać jako zbiór osób, które łączą się ze sobą (każda osoba jest połączona z  $X$  innymi dowolnymi osobami, gdzie  $X \geq 0$ ). Powodem tworzenia takiego połączenia mogą być wspólne zainteresowania, przyjaźnie, znajomości, wspólne cele i pomysły – wszystko to, co może w jakiś sposób łączyć dwie osoby. Sieci społecznościowe istniały od zawsze, ponieważ w naturze człowieka jest głęboko zakorzeniona istota życia w społeczności. A życie w jakiegokolwiek społeczności

wymaga tworzenia przeróżnych związków, aby przetrwać i żyć lepiej. Pierwsze wzmianki o emocjonalnych związkach międzyludzkich, w sensie tworzenia takich sieci, pojawiły się u H.F. Harlowa<sup>1</sup>.

Portale internetowe umożliwiające tworzenie wspomnianych koligacji, łączenie użytkowników witryny i wymianę informacji, zdjęć, filmów, nazwano portalami społecznościowymi. Serwisy społecznościowe (ang. *Social Networking System* – SNS) zyskały ogromną liczbę zwolenników i użytkowników. Po części zastąpiły kontakty rzeczywiste kontaktami przy użyciu komputera, monitora i klawiatury. Najpopularniejszymi serwisami SNS są bez wątpienia Facebook i Myspace. Facebook ma ponad 500 mln aktywnych użytkowników<sup>2</sup>.

W ostatnich latach portale społecznościowe przeżywały dynamiczny rozkwit, stając się najczęściej odwiedzanymi witrynami internetowymi w sieci.

## 1. Rozwój Internetu

Bardzo ważnym aspektem informatyki ostatnich lat jest rozwój sieci internetowej. Liczba witryn internetowych bezustannie wzrasta. Jedną z przyczyn jest ciągły wzrost liczby osób mających dostęp do sieci. W ostatniej dekadzie wzrost ten był stały i gwałtowny. Według najnowszych danych statystycznych<sup>3</sup>, 28,7% (1 966 mln) mieszkańców świata ma dostęp do Internetu. Największa penetracja usługi jest zauważalna w Ameryce Północnej i wynosi 77,4%. Kolejnymi regionami w kolejności malejącej są: Australia i Oceania (61,3%), Europa (58,4%), Ameryka Południowa (34,5%), Bliski Wschód (29,8%), Azja (21,5%) i Afryka (10,9%). Najważniejszy jest fakt bardzo dynamicznego wzrostu wskaźnika penetracji. W ostatnich 10 latach (2000–2010) wzrost liczby osób uzyskujących dostęp do Internetu wyniósł 444,8%, od 360 mln do 1 966 mln osób.

Główny Urząd Statystyczny<sup>4</sup> informuje, że poziom penetracji dostępu do sieci Internet w Polsce wynosi 57% (7,1 mln osób). Inne źródła, według wyników swoich ankiet, donoszą o wartości na poziomie 50%. Różnice mogą wynikać z różnej metodologii lub szczegółowości przeprowadzonych badań, ewentualnie sposobu formułowania pytań ankietowych.

<sup>1</sup> H.F. Harlow, R.R. Zimmermann, *The Development of Affectional Responses in Infant Monkeys*, „Proc. Amer. Philosophical Soc.” 1958, No. 5, Vol. 102, s. 501–509.

<sup>2</sup> Alexa Rank, <http://www.alexa.com>.

<sup>3</sup> Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

<sup>4</sup> Główny Urząd Statystyczny, <http://www.stat.gov.pl/gus>.

Tak ogromna liczba osób z dostępem do Internetu powoduje codziennie olbrzymią liczbę odwołań do witryn internetowych. A najchętniej odwiedzane i najpopularniejsze są właśnie portale społecznościowe.

## 2. Portale społecznościowe

Najpopularniejszym portalem społecznościowym jest bez wątpienia Facebook<sup>5</sup>, z ponad 500 mln zarejestrowanych użytkowników. W związku z tym prawie co 14. osoba na świecie (niezależnie od wieku, regionu zamieszkania czy możliwości uzyskania dostępu do sieci Internet) korzysta z tego portalu społecznościowego, a co czwarta osoba z dostępem do Internetu ma aktywne konto na Facebooku. Portal już dawno przestał być jedynie aplikacją do prezentowania zdjęć i wymiany informacji między znajomymi osobami. Obecnie Facebook można śmiało nazwać rozbudowaną aplikacją internetową. Oczywiście nadal jądrem systemu jest portal społecznościowy, ale wzbogacony o gry przeglądarkowe, sklepy internetowe, ministrony znanych osób, organizacje, przedsiębiorstw.

Kolejnym bardzo popularnym serwisem społecznościowym jest Twitter. Pomimo dosyć krótkiej działalności (został założony w 2006 r.) rozwija się dynamicznie i ma sporą liczbę użytkowników. Paradoksalnie, spektakularne ataki hakerów na Twittera nadały mu rozgłos i rozreklamowały go. Do najgłośniejszych z nich należą:

- a) kwiecień 2007 roku – atak polegał na aktualizacji statusu innej osoby za pomocą krótkiej wiadomości tekstowej SMS;
- b) sierpień 2008 roku – bardzo oryginalnym pomysłem okazało się wykupienie i zamieszczenie reklamy przedstawiającej krótki klip erotyczny, po kliknięciu na baner użytkownik był infekowany wirusem (z rodziny wirusów trojańskich), który pokazywał się jako aktualizacja oprogramowania Adobe Flash;
- c) luty 2009 roku – ataki „clickjacking”;
- d) wiele innych w latach 2009 i 2010.

---

<sup>5</sup> Facebook, <http://www.facebook.com>.

### 3. Portale społecznościowe w pracy – zagrożenie czy korzyści?

Czy korzystanie z portali społecznościowych przez pracowników może przynieść jakieś korzyści? A może portale są tylko i wyłącznie zagrożeniem i korzystanie z nich w godzinach pracy powoduje znaczne obniżenie efektywności pracy? Wyniki bardzo interesujących badań zaprezentowano w pracy E. Trelza, E.T. Gross<sup>6</sup>. Pracownicy wielu przedsiębiorstw uważają, że portale społecznościowe mogą być bardzo użytecznym narzędziem marketingowym, pozwalającym pozyskiwać nowych klientów, podtrzymywać kontakty z istniejącymi, a także prowadzić szeroko zakrojone kampanie reklamowe. Bardzo wiele osób korzysta z subskrypcji informacji, blogów firmowych, co umożliwia darmową i efektywną wymianę informacji. Należy pamiętać o specyficznej odmianie portali społecznościowych związanych z pracą lub jej poszukiwaniem (np. LinkedIn). Bardzo wiele firm prowadzi badania rynku za pomocą takich portali ,żeby znajdować nowych pracowników. Istnieją już wyspecjalizowane przedsiębiorstwa, które na zlecenie korporacji lub mniejszych podmiotów szukają odpowiednich pracowników na portalach społecznościowych.

Portale społecznościowe w biznesie to jednak nie tylko korzyści. Należy pamiętać o wielu zagrożeniach i negatywnych stronach zagadnienia. Stabilny rozwój przedsiębiorstwa może być zagrożony przez pracowników zachęcanych do aktywnego korzystania z portali społecznościowych w celach marketingowych. Osoba, która w ramach wykonywania obowiązków służbowych spędza większość czasu przed komputerem, przeglądając witryny internetowe, powinna pamiętać o kilku ważnych sprawach.

1. Pracodawca zachęcający pracownika do korzystania z portali społecznościowych w pracy powinien mieć świadomość, jak cienka jest granica między wykorzystywaniem portalu do pracy a odwiedzaniem strony dla własnego, prywatnego celu.
2. Korespondencja z klientem odbywa się przez kanał elektroniczny, często przez niezabezpieczone połączenie internetowe. Dlatego z dużą ostrożnością należy podchodzić do przesyłania informacji poufnych lub ważnych strategicznie dla danego przedsiębiorstwa.
3. Należy zachować szczególną ostrożność, zatrudniając nowych pracowników, aby unikać wszelkich oznak dyskryminacji. Na portalach społecznościowych

---

<sup>6</sup> E. Trelz, E.T. Gross, *Social networking sites: a useful tool or a dangerous trap for employers?*, „Missouri Chamber of Commerce and Industry Newsletter” 2009, Vol. 104, s. 7–11.

zamieszcza się wiele informacji drażliwych, które w żadnym wypadku nie znalazłyby się w podaniu o pracę, na przykład kolor skóry, wyznanie, niepełnosprawność.

Równoważenie zagrożeń korzyściami nie jest zadaniem trudnym, wymaga jednak dyscypliny i przestrzegania wcześniej ustalonych zasad oraz ciągłego monitorowania poprawności wykonywanych działań.

#### 4. Portale społecznościowe narzędziem wymiaru sprawiedliwości

Ciekawym i zdobywającym coraz większą popularność zagadnieniem korzystania z portali społecznościowych jest możliwość ich wykorzystywania w celu ustalania miejsc pobytu przestępców lub zdobywania dowodów przestępstw. Obecnie częściej niż kiedykolwiek słyszymy, że jakiś poszukiwany przestępca został schwytany, ponieważ na przykład umieścił na portalu zdjęcia, które demaskują jego miejsce pobytu, komentował inne fotografie lub prowadził wpisy w dziennikach innych osób. Nawet pojedynczy wpis poszukiwanej osoby może być wskazówką dla policji, gdyż jest wiele możliwości ujawnienia miejsca, z którego dana osoba się logowała/łączyła ze stronami portalu. Nagłośniono przypadek polskich żołnierzy sił specjalnych (danych osobistych i wizerunków nie można ujawniać dla bezpieczeństwa kraju, misji i ich samych), którzy umieszczali zdjęcia ze swojej misji na portalu społecznościowym *nasza-klasa.pl*. Na fotografiach było widać ich twarze, mundury i wiele innych szczegółów misji, która powinna pozostać tajna.

E.M. Marsico<sup>7</sup> w swojej publikacji opisuje metody działania stróżów prawa i sposoby wykorzystywania sieci społecznościowych (internetowych portali) jako narzędzia pomocniczego przy chwytniu osób, które złamały prawo.

Policjanci regularnie odwiedzają internetowe portale społecznościowe, analizują ruch, zachowania i wpisy podejrzanych osób. Starają się również analizować wiele informacji wykorzystywanych do zapobiegania przestępstwom. Początkowo policja najbardziej interesowała się serwerami wymiany plików graficznych, ponieważ w tych miejscach często pojawiają się treści pornograficzne z udziałem dzieci. Dzięki dynamicznemu rozwojowi internetowych serwisów społecznościowych można ustalić miejsce pobytu wielu przestępców właśnie za

<sup>7</sup> E.M. Marsico, *Social Networking Websites: Are Myspace and Facebook the Fingerprints of the Twenty-first Century?*, „Widener Law Journal” 2010, Vol. 19, s. 967–976.

pomocą portali społecznościowych. We wspomnianej pracy opisano wiele sytuacji, w których wykorzystanie informacji zawartych na portalach społecznościowych umożliwiło schwywanie groźnych przestępców i zapobieganie wykroczeniom przed ich popełnieniem. E.M. Marisco opisuje badania struktur gangów, poszukiwania ściganych osób czy przestępstwa internetowe.

## 5. Portale społecznościowe, a komunikacja e-mailowa

Gwałtownie rosnąca liczba aktywnych użytkowników portali społecznościowych wpływa na liczbę wysyłanych wiadomości poczty elektronicznej (e-mail)<sup>8</sup>. Wiadomości e-mail mają bardzo długą historię i z pewnością zaliczają się do najważniejszych aspektów wykorzystywania sieci internetowej. I tak było od samego początku, czego dowodzi geneza powstania sieci wojskowej Arpanet. Głównym jej zadaniem, założonym w fazie projektowania, miała być swobodna komunikacja między dowódcami wojskowymi a najważniejszymi komórkami wojskowymi w całym kraju, nawet wtedy, gdyby część sieci została uszkodzona. Aby korzystać z wiadomości, nie trzeba tworzyć żadnej określonej struktury, jak w portalach społecznościowych, gdzie utworzenie odpowiedniej sieci powiązanych ze sobą węzłów (użytkowników) jest niezbędne do kontaktowania się, wymiany zdjęć lub informacji. Wydaje się, że różnica technologiczna obu rozwiązań jest na tyle duża, że oba powinny swobodnie egzystować i nie wpływać znacząco na swój byt.

Przeprowadzono pięcioletnie badania wśród studentów (analizowano logi serwerowe wykorzystujące technologię e-mail i portale społecznościowe) i uzyskano ciekawe wyniki. Dosyć oczywisty jest fakt dynamicznego wzrostu użycia sieci Internet do korzystania z internetowych sieci społecznościowych. Wyniki wskazują wzrost z 6% sesji (odsetek połączeń, które zostały nawiązane w celu zalogowania się do portali społecznościowych) w 2005 roku do 38% w 2009 roku. Jednocześnie zaobserwowano znaczny spadek odsetka osób korzystających z wiadomości e-mail podczas użytkowania sieci Internet – z 68% do 38% w 2009 roku.

---

<sup>8</sup> T. Judd, *Facebook versus email*, „British Journal of Educational Technology” 2010, No. 5, Vol. 41, s. 101–104.

## 6. Badanie ankietowe

Aby sprawdzić sposób zachowania użytkowników, przeprowadzono badanie ankietowe wśród studentów z kierunku zarządzanie Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Wybór studentów tego kierunku nie był przypadkowy, postanowiono pominąć studentów informatyki, aby objąć badaniem średnio zaawansowanych użytkowników komputerowo-internetowych. Studenci reprezentują młodszą część społeczeństwa, wchodzącą w dorosłe życie (praca, samodzielność finansowa i własne mieszkanie). Ankieta zawierała kilka podstawowych pytań określających profil osobowy:

- wiek,
- wykształcenie,
- zajęcie,
- miejsce zamieszkania.

W następnej części badania ankietowego przedstawiono pytania dotyczące korzystania z najpopularniejszego portalu społecznościowego. Zamysłem było utworzenie niewielkiej grupy kontrolnej i na podstawie udzielonych odpowiedzi określenie, czy profil pasuje do obiegowych opinii powszechnie głoszonych na różnych, również naukowych, forach.

Pytania dotyczące użytkowania portalu społecznościowego przedstawiały się następująco:

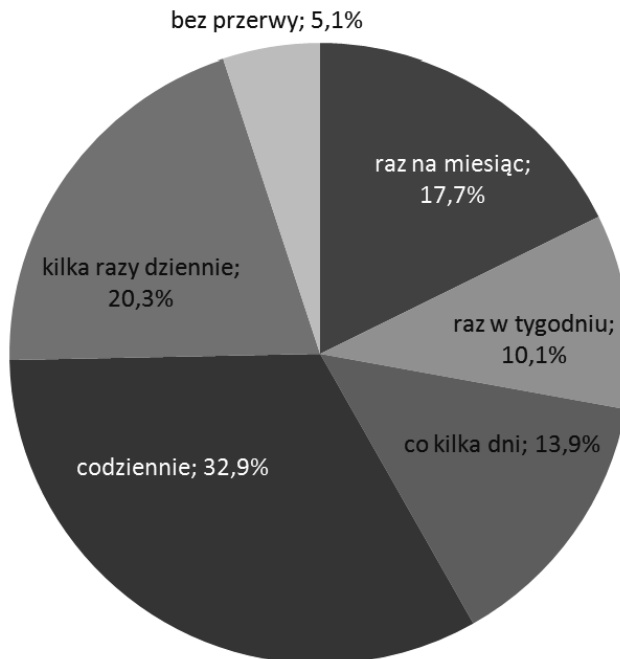
- Czy masz konto na którymś z wymienionych portali społecznościowych?
- Jak często logujesz się na portalu?
- Czy zamieszczasz zdjęcia, opisy?
- Czy komentujesz zdjęcia i wpisy znajomych?
- Czy używasz opcji „lubię to” odnośnie do wydarzeń, przedmiotów, zdjęć?
- Czy korzystasz z mini gier dostępnych na portalu Facebook?
- Z jakich gier przeglądarkowych korzystasz (wymień po przecinku).

W badaniu wzięło udział 82 studentów. Ponad 30% respondentów zadeklarowało, że poza studiowaniem pracuje zarobkowo, 72 osoby zadeklarowały, że mają konto na portalu społecznościowym Facebook – co daje 87,8% ankietowanych osób, 76,8% respondentów zamieszcza zdjęcia, 70,3% bierze aktywny udział w komentowaniu wpisów innych osób, a 73,9% korzysta z opcji „lubię to”. Korzystanie z opcji jest o tyle ważne, że coraz więcej przedsiębiorców traktuje jej używanie jako dodatkową reklamę lub akcję marketingową. Osoby, które polubią daną firmę (wybiorą przycisk „lubię to” przy jej profilu), będą dostawały

aktualności, komunikaty wprost na swój profil, będą mogły wziąć udział w konkursach, losowaniach, dostaną zniżki na zakupy w danym sklepie. Takie działania mają przywiązać klienta i wymusić (w sposób łagodny i nienachalny) śledzenie wydarzeń i informacji przekazywanych wprost ze strony – profilu danego przedsiębiorstwa.

23,2% respondentów gra w gry przeglądarkowe, które poza rozrywką wymuszają częste wizyty na portalu. Zasada rozgrywki jest taka, że gracz, aby uzyskać dobre wyniki, powinien się logować na profilu co kilka godzin (choćby na krótko). Jest to zabieg strictly marketingowy, gdyż każdorazowe logowanie zwiększa ruch na portalu, powiększając tym samym możliwości sprzedaży i prezentowania reklam.

Ważna jest także częstotliwość logowania na portalu społecznościowym, co zaprezentowano na rysunku 1. Z udzielonych odpowiedzi można wysnuć wniosek, że większość osób bardzo aktywnie korzysta z portali – ponad 58% zarejestrowanych użytkowników loguje się co najmniej raz dziennie!



Rys. 1. Częstotliwość logowania na portalach społecznościowych  
Źródło: opracowanie własne.



## Podsumowanie

Pojęcie sieci społecznościowej jest znane od dawna i zostało zdefiniowane na długo przed powstaniem globalnej sieci Internet. Sieć społecznościową można opisać jako zbiór osób, które posiadają połączenia między sobą (każda osoba jest połączona z  $X$  innymi, dowolnymi osobami, gdzie  $X \geq 0$ ).

Portale internetowe pozwalające na uzyskiwanie takich połączeń w środowisku sieci Internet nazwano portalami społecznościowymi. W ciągu ostatnich kilku lat portale przeżywają bardzo dynamiczny rozwój i ogromny wzrost liczby użytkowników z nich korzystających.

W artykule omówiono zasadę działania portali społecznościowych i przybliżono mechanizmy, które one udostępniają. Zaprezentowano także niektóre, mniej oczywiste, powody korzystania z portali, na przykład wykorzystywanie stron do ścigania przestępców czy stricte marketingowe działania przedsiębiorstw.

Artykuł kończą wnioski z przeprowadzonej ankiety, przedstawiające popularność portali społecznościowych wśród studentów kierunku zarządzanie. Jednym z ważniejszych wniosków jest ten, że ponad 58% zarejestrowanych użytkowników loguje się tam co najmniej raz dziennie!

## Literatura

- Harlow H.F., Zimmermann R.R., *The Development of Affectional Responses in Infant Monkeys*, „Proc. Amer. Philosophical Soc.” 1958, No. 5, Vol. 102.  
<http://www.alexa.com> (Alexa Rank).  
<http://www.facebook.com> (Facebook).  
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Internet World Stats).  
<http://www.stat.gov.pl/gus> (Główny Urząd Statystyczny).  
Judd T., *Facebook Versus Email*, „British Journal of Educational Technology” 2010, No. 5, Vol. 41.  
Marsico E.M., *Social Networking Websites: Are Myspace and Facebook the Fingerprints of the Twenty-first Century?*, „Widener Law Journal” 2010, Vol. 19.  
Trelz E., Gross E.T., *Social Networking Sites: a Useful Tool or a Dangerous Trap for Employers?*, „Missouri Chamber of Commerce and Industry Newsletter” 2009, Vol. 104.

**SOCIAL NETWORKING SERVICES EWOLUTION.  
INFLUENCE ON PRESENT INTERNET SOCIETY POEOPLE**

**Summary**

With rapid growth of Internet usage e-commerce projects, such as social networking pages they became one of the most important social collecting web pages over the Internet. In this note most important projects (such as Facebook, Twitter) were described and presented in shortened form. Moreover business usage of social networking systems was analyzed. Worth notice is the fact that police and other law guards are often guest over the SNS portals to find refuges or prevent upcoming crimes by collecting some important information.

A survey was conducted to check and presents behaviors and Internet social networking pages over the students society.

*Translated by Jędrzej Musiał*