

# 1 LEKCJA

## Wprowadzenie do mediów społecznościowych

Po przeczytaniu tego rozdziału powinieneś umieć:



- ❖ Zdefiniować pojęcie mediów społecznościowych i social mediów.
- ❖ Określić rolę social mediów we współczesnym społeczeństwie.
- ❖ Wymienić klasyfikacje mediów społecznościowych.



### Jak powstały media społecznościowe

Media społecznościowe to „kanał komunikacyjny, który (...) zapewnia komunikację obustronną”. Narodziły się w Stanach Zjednoczonych pod koniec XX w. „wraz z powstaniem pierwszych serwisów społecznościowych” (Drożdż, 2013). Portale internetowe 1.0, które pełniły przede wszystkim funkcje informacyjne – służyły do rozpowszechniania aktualnych, codziennych wiadomości – przekształcały się w portale społecznościowe 2.0, tzn. zostały „poszerzone o różnorodne funkcje internetowe” (np. czat, forum dyskusyjne, poczta elektroniczna, wyszukiwarka) „i treści” (np. prognoza pogody), które dostępne są „z jednego adresu internetowego. W intencji twórców ma to zachęcać użytkowników do ustawienia adresu portalu jako strony startowej w przeglądarce www i traktowania go jako bramy do Internetu”. Tym samym wraz z wprowadzeniem technologii 2.0 właściciele portali zapewnili infrastrukturę umożliwiającą użytkownikom interakcje, współtworzenie, zamieszczanie i rozpowszechnianie treści lub jej wybranych typów (Cygan, 2012).



Media społecznościowe od 1995 r. przechodzą prawdziwą metamorfozę i obecnie zaliczamy do nich:

- **blogi i mikroblogi** (np. Twitter) – są „rodzajem strony internetowej zawierającej samodzielne, uporządkowane chronologicznie wpisy, tworzone przez właściciela strony”. Najpopularniejsze wyłaniają nowych liderów opinii (Drożdż, 2013);
- **społeczności kontentowe** (np. Wikipedia) – społeczności użytkowników zgrupowanych wokół danej strony internetowej (np. wokół bloga, portalu lub serwisu społecznościowego) ze względu na dostarczane przez nią treści;
- **wirtualne światy** (wirtualne światy gier, jak np. World of Warcraft oraz wirtualne światy społecznościowe - nazwa nawiązuje do literatury fantastycznonaukowej. Uważane są za najbardziej rozwiniętą formę „trójwymiarowości w Internecie” (Andrzejewska, 2009). Głowacki nazywa je „specyficzną krainą »elektropolis« czy też »cyberkultury«”, gdyż pozwalają użytkownikom „projektować (...) miejsca bez ograniczeń” (Głowacki, 2012);
- **serwisy społecznościowe i portale** (np. Onet.pl) – niewielkie różnice w definicjach obu pojęć weryfikują się w istniejącej tendencji do traktowania serwisu jako synonimu portalu internetowego. „Serwisy społecznościowe (...) to rodzaj społeczności internetowych zgrupowanych w konkretnym serwisie, którego użytkownicy zapewniają swoją potrzebę kontaktów z innymi ludźmi poprzez wymianę informacji, doświadczeń i zainteresowań” (Frankowski i Juneja, 2009). Wraz ze swą społecznością, a może przede wszystkim dzięki niej, tworzą medium społecznościowe (ang. social media) tzn. są środkiem (aktywnej) komunikacji masowej (Stefaniak, 2016).





## Media społecznościowe a socjal media – definicja i różnice



**Media społecznościowe** to serwisy internetowe, które umożliwiają użytkownikom tworzenie publicznych lub półpublicznych profili, budowanie sieci kontaktów oraz komunikowanie się i dzielenie treściami z innymi użytkownikami (Boyd i Ellison, 2007).

Termin social media tłumaczony jest jako media społeczne lub społecznościowe. Odnosi się do społecznych środków przekazu, opartych na łatwo dostępnych technologiach informatycznych. Poszczególnym obywatelom i całym społecznościom, firmom, instytucjom i korporacjom social media dostarczają innowacyjnych narzędzi do szybkiej, skutecznej i taniej komunikacji (Krok, 2011).

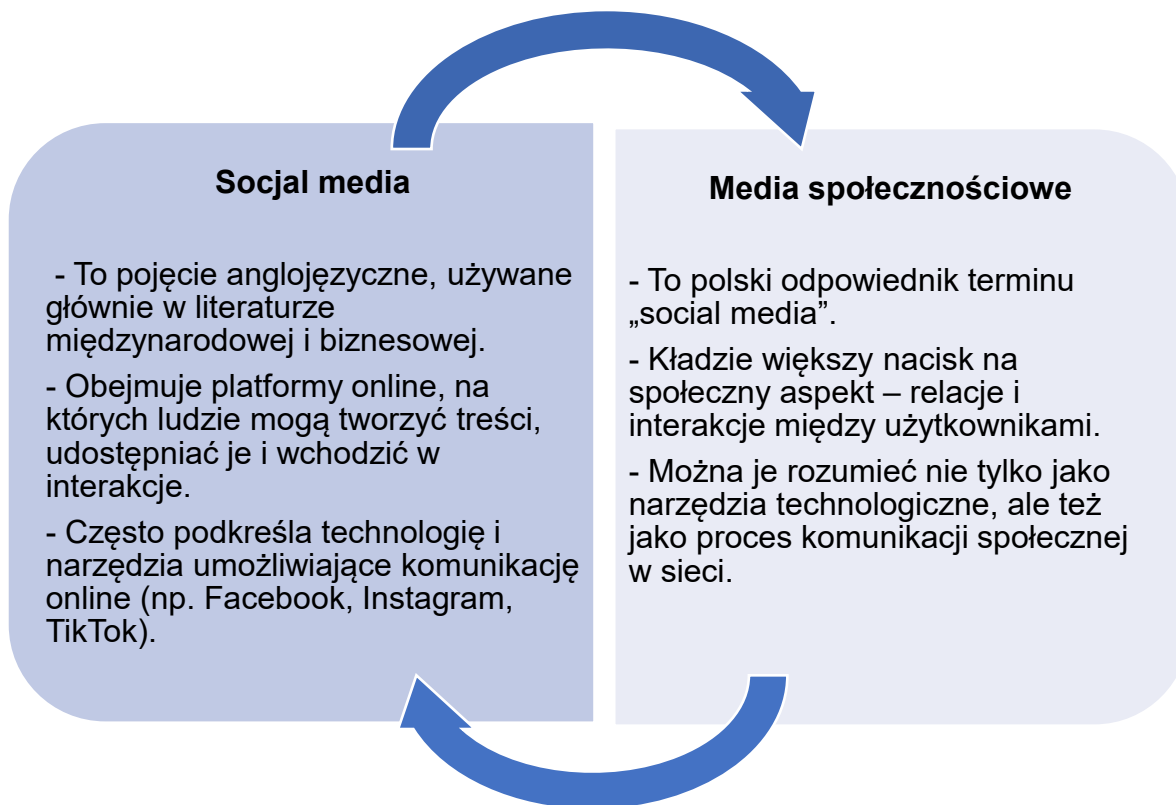
**Social media** to grupa aplikacji internetowych opartych na technologii Web 2.0, które umożliwiają tworzenie i wymianę treści generowanych przez użytkowników (Andreas, Kaplan, Haenlein; 2010). Inna definicja social mediów określa je jako internetowe platformy do rozpowszechniania informacji poprzez społeczne interakcje, umożliwiające zdecentralizowaną treść, interakcje społeczne i publiczną przynależność (Schneiderjans i in., 2013).





## Media społecznościowe a socjal media

W praktyce terminy „social media” i „media społecznościowe” często używane są zamiennie, ale można wskazać subtelne różnice.



## Podsumowanie

- ❖ **Social media** → termin techniczny, podkreśla platformy i narzędzia.
- ❖ **Media społecznościowe** → termin szerszy, podkreśla społeczny charakter komunikacji i interakcji.





## **Rola mediów społecznościowych we współczesnym społeczeństwie**

Media społecznościowe odgrywają dziś niezwykle istotną rolę w życiu współczesnego społeczeństwa. Dzięki nim komunikacja stała się szybka, łatwa i dostępna niemal dla każdego – pozwalają utrzymywać kontakt z rodziną, znajomymi czy współpracownikami, niezależnie od miejsca zamieszkania. Platformy te umożliwiają także tworzenie różnorodnych społeczności i grup tematycznych, w których ludzie o podobnych zainteresowaniach mogą wymieniać się doświadczeniami, wiedzą i pasjami. Takie możliwości sprzyjają integracji społecznej oraz budowaniu więzi między użytkownikami.

Media społecznościowe mają również ogromny wpływ na kształtowanie opinii publicznej i rozpowszechnianie informacji. Dzięki nim wiadomości rozprzestrzeniają się błyskawicznie, a użytkownicy mogą dzielić się swoimi opiniami i wchodzić w interakcje z innymi, co znacząco wpływa na debatę publiczną i świadomość społeczną. W sferze biznesu platformy te stały się niezbędnym narzędziem marketingowym – firmy wykorzystują je do promocji produktów, komunikacji z klientami oraz analizowania trendów rynkowych. Social media umożliwiają bezpośredni kontakt z odbiorcą oraz tworzenie spersonalizowanych kampanii reklamowych, co zwiększa skuteczność działań marketingowych.

Ponadto media społecznościowe pełnią funkcję wspierającą rozwój osobisty i samorealizację. Użytkownicy mogą dzielić się swoimi pasjami, talentami i osiągnięciami, rozwijać zainteresowania oraz zdobywać wiedzę i inspiracje. Dzięki temu platformy społecznościowe zaspokajają potrzeby przynależności, uznania i samorealizacji, co wpisuje się w wyższe poziomy piramidy Masłowa.

Nie można jednak zapominać, że korzystanie z mediów społecznościowych wiąże się także z pewnymi wyzwaniem i zagrożeniami. Mogą one prowadzić do uzależnienia od sieci, dezinformacji, cyberprzemocy czy utraty prywatności. Nadmierne porównywanie się z innymi użytkownikami również wpływa na poczucie własnej wartości i samopoczucie psychiczne. Dlatego bardzo ważne jest świadome i odpowiedzialne korzystanie z tych platform.



## Podsumowując,

Media społecznościowe są nieodłączną częścią współczesnego życia. Mają ogromny wpływ na różne obszary życia człowieka w tym:

- komunikację i łączenie ludzi,
- budowanie społeczności i sieci kontaktów,
- wpływ na opinię publiczną i informacje,
- marketing i biznes,
- samorealizację i rozwój osobisty,
- edukację i kulturę.

Media społecznościowe mają też negatywne skutki, takie jak: uzależnienie od sieci, dezinformacja, cyberprzemoc, utrata prywatności i nadmierne porównywanie się z innymi. Dlatego istotne jest świadome i odpowiedzialne korzystanie z social media.



### Media społecznościowe a tradycyjne media masowe

Obserwując rosnącą liczbę kont na portalach społecznościowych, można stwierdzić, że social media wyznaczają nowy kierunek rozwoju Internetu. Czym różnią się od tradycyjnych mediów masowych? Przede wszystkim skalą przekazu i sposobem odbioru. Treści rozprzestrzeniają się dzięki interakcjom społecznym. Łatwość dostępu do narzędzi umożliwiających tworzenie treści sprawia, że zarówno ich tworzenie, jak i odbiór są praktycznie nieograniczone. Ważne jest również to, że samo opublikowanie informacji to dopiero początek procesu medialnego. Początkowa treść może być wielokrotnie modyfikowana przy udziale społeczności. Zmienia się również znaczenie pojęcia „trwałość informacji”. Treści publikowane przez prasę, telewizję czy radio po emisji nie mogą być zmieniane, a ich życie jest zwykle krótkie. W mediach społecznościowych informacje są przetwarzane, agregowane i praktycznie nie do usunięcia. Media społecznościowe zacierają granicę między nadawcą a odbiorcą – przepływ informacji odbywa się w obie strony. Kolejną cechą odróżniającą je od tradycyjnych mediów jest szybkość. Od momentu stworzenia treści do jej publikacji mija bardzo krótki czas, niemalże natychmiast. Ważnym elementem mediów społecznościowych jest też swobodny sposób



tworzenia treści i niemal całkowity brak kontroli nad ich zawartością. To użytkownicy decydują, co zostanie opublikowane, co przeczytane, a co zmienione (Krok, 2011).



## Jak działają media społecznościowe?



Media społecznościowe opierają swoje działanie na wzajemnych interakcjach między użytkownikami oraz na algorytmach odpowiedzialnych za selekcję i prezentację treści. Ich podstawowym zadaniem jest ułatwianie komunikacji oraz wymiany informacji pomiędzy internautami. Każda platforma oferuje charakterystyczne funkcje, które mają przyciągać użytkowników i zachęcać ich do regularnego korzystania z serwisu. Przykładowo Facebook umożliwia publikowanie wpisów, komentowanie oraz reagowanie na treści innych osób. YouTube skupia się na publikowaniu i oglądaniu materiałów wideo, natomiast TikTok promuje krótkie i kreatywne filmy.

Algorytmy pełnią kluczową rolę w działaniu serwisów społecznościowych. To one decydują, jakie treści są wyświetlane użytkownikom, które posty zyskują większy zasięg oraz jakie reklamy są prezentowane. Zostały one zaprojektowane w taki sposób, aby zwiększać zaangażowanie odbiorców, co często skutkuje promowaniem treści kontrowersyjnych lub sensacyjnych. W konsekwencji może to sprzyjać rozpowszechnianiu dezinformacji oraz pogłębianiu podziałów społecznych. Wielu użytkowników nie zdaje sobie sprawy z tego, jak silnie ich aktywność i odbiór treści w internecie są kształtowane przez te ukryte mechanizmy.

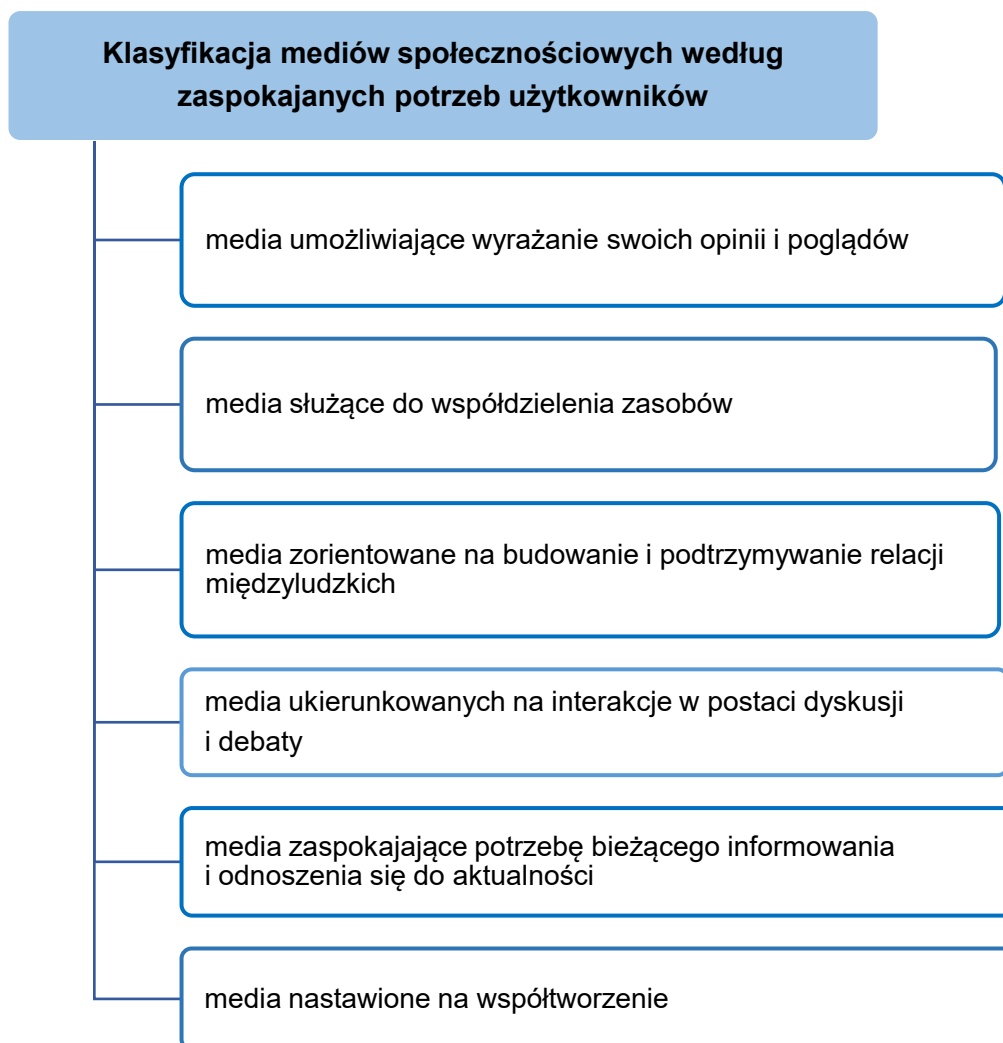


## Klasyfikacja mediów społecznościowych według zaspokajanych potrzeb użytkowników

Dzięki swoim cechom media społecznościowe wprowadzają zasadnicze zmiany w wielu dziedzinach życia – społecznego, gospodarczego i biznesowego. Aby wyjaśnić, dlaczego ich znaczenie rośnie i dlaczego odgrywają tak istotną rolę,



dokonano klasyfikacji mediów społecznościowych w oparciu o potrzeby, które zaspokajają u swoich użytkowników.



Opracowanie na podstawie źródła: Krok, 2011.

- **media umożliwiające wyrażanie swoich opinii i poglądów** - głównym zadaniem takich serwisów/aplikacji /usług jest stworzenie forum do swobodnej, nieograniczonej prezentacji własnych przemyśleń i sądów. Do tej kategorii można zaliczyć między innymi blogi, mechanizmy Wiki, serwisy



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM  
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU  
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO

dziennikarstwa obywatelskiego (citizenjournalism). Są to jedne z pierwszych rozwiązań social mediów i najdobitniej potwierdzają postulat wolności dostępu do tworzenia i odbioru treści.

- **media służące do współdzielenia zasobów** - jest to kategoria jednoznacznie oparta na idei Web 2.0, należą do niej między innymi filmy wideo, zdjęcia, obrazy, prezentacje, aplikacje. Zasoby te są przechowywane i udostępniane z poziomu serwerów sieciowych. Media te nie są nastawione na tworzenie baz wiedzy, ale na budowanie bazy zasobów przetwarzanych i przechowywanych w „chmurze”. Typowe rozwiązania w tej kategorii to YouTube, Flickr czy Slideshare.
- **media zorientowane na budowanie i podtrzymywanie relacji międzyludzkich** – tworzą najpopularniejszą kategorię mediów. Są to przede wszystkim serwisy(portale) społecznościowe – platformy łączące ludzi, których celem nie jest tworzenie treści, ale jednoczenie ludzi i kształtowanie ich wzajemnych relacji.
- **media ukierunkowanych na interakcje w postaci dyskusji i debaty** – do tej kategorii zalicza się funkcjonujące już od dawna w sieci fora internetowe, komunikatory, czaty. Stosowane w nich rozwiązania są obecnie często integrowane w ramach serwisów społecznościowych.
- **media zaspokajające potrzebę bieżącego informowania i odnoszenia się do aktualności** - to kategoria nastawiona na relacjonowanie i ustosunkowywanie się do bieżących wydarzeń. Są to przede wszystkim mikroblogi, blogi, serwisy alertowe (powiadomienia obywatelskie), serwisy typu livestreami livecast.
- **media nastawione na współtworzenie** -są to rozwiązania o małej „atrakcyjności medialnej”, jak na przykład Google Docs,gry MMO (MassiveMultiplayer Online Games), których głównym celem jest współpraca uczestników. Starają się wykorzystywać mechanizm inteligencji zbiorowej, czyli tworzenia nowych zasobów wiedzy na podstawie połączonych



umiejętności i zdolności jednostek, na ogół w ramach społeczności zamkniętych, tworzonych ad hoc i na krótko (Krok, 2011).

Wymienione potrzeby, które spełniają media społecznościowe, wyjaśniają ich ogromną popularność. Analiza celów, dla których użytkownicy z nich korzystają, pokazuje, że social media odpowiadają na potrzeby z wyższych poziomów piramidy Masłowa, takich jak: przynależność, poczucie szacunku i uznania oraz samorealizacja.



## **Profesjonalne media społecznościowe**

Profesjonalne i eksperckie media społecznościowe dają pracownikom oraz pracodawcom możliwość budowania i kształtowania swojej tożsamości zawodowej. Dzięki nim mogą oni prezentować swoje kompetencje, nawiązywać i rozwijać sieci kontaktów, czerpać inspiracje do nowych projektów, poszerzać wiedzę oraz zwiększać skuteczność procesów rekrutacyjnych. Platformy te otwierają również nowe perspektywy rozwoju kariery zawodowej. Należy jednak pamiętać, że profile prowadzone w sposób nieprzemysłany i nieprofesjonalny mogą przynieść ich właścicielom negatywne konsekwencje (Stefaniak, 2016).





**Profesjonalne media społecznościowe** - to takie, których zadaniem jest ułatwienie kontaktów zawodowo-biznesowych, np. serwisy LinkedIn czy portal praca.gratka.pl. Oprócz funkcji społecznościowych spełniają one także inne, np. rekrutacyjną.



**Eksperskie media społecznościowe** - to te, których użytkownicy mogą dzielić się wiedzą i doświadczeniem (jak wisdio.com), np. podejmując wyzwania stawiane przez działy dużych firm, ale nie tylko. Ich twórców i użytkowników łączy chęć dzielenia się specjalistyczną wiedzą i doświadczeniem, szerzenia edukacji i współdzielenia pasji

Opracowanie na podstawie źródła: Stefaniak, 2016.



### Zalety korzystania z mediów społecznościowych

Korzystanie z mediów społecznościowych przynosi wiele korzyści zarówno osobom prywatnym, jak i przedsiębiorstwom. Do najważniejszych zalet należą:

- **kontakt i wymiana informacji** – media społecznościowe pozwalają na szybkie i wygodne porozumiewanie się z innymi użytkownikami, bez względu na miejsce, w którym się znajdują.



**KOMITET  
DO SPRAW  
POŻYTKU  
PUBLICZNEGO**



Rządowy Program  
Rozwoju Organizacji  
Obywatelskich  
na lata 2018–2030  
**PROO**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM  
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU  
ROZWOJU ORGANIZACJI OBYWATELSKICH NA LATA 2018–2030 PROO

- **reklama i działania marketingowe** – firmy mogą wykorzystywać te platformy do promowania swoich produktów i usług, docierania do szerokiego grona odbiorców oraz budowania rozpoznawalnej marki.
- **szybki dostęp do wiedzy** – media społecznościowe stanowią bogate źródło informacji na różnorodne tematy. Użytkownicy mogą obserwować specjalistów, czytać publikacje oraz oglądać materiały wideo związane z ich zainteresowaniami.
- **budowanie relacji i społeczności** – platformy społecznościowe umożliwiają zrzeszanie się osób o podobnych pasjach i poglądach. Dzięki grupom i forum dyskusyjnym można wymieniać się doświadczeniami oraz nawiązywać nowe znajomości.



### Jakie są zagrożenia związane z mediami społecznościowymi?

Pomimo wielu korzyści, media społecznościowe niosą ze sobą również różne zagrożenia. Jednym z głównych problemów jest ochrona prywatności użytkowników. Media społecznościowe mogą także służyć do rozprzestrzeniania nieprawdziwych informacji, co w kontekście polityki jest szczególnie niebezpieczne. Fałszywe lub zmanipulowane treści mogą wpływać na opinię publiczną i procesy demokratyczne, stwarzając poważne ryzyko dla społeczeństwa.

Kolejnym istotnym zagrożeniem jest wpływ tych platform na zdrowie psychiczne użytkowników. Badania wskazują, że nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych może prowadzić do lęków, depresji oraz obniżonej samooceny, szczególnie wśród młodych osób. Ciągłe porównywanie się z innymi, presja społeczna oraz dążenie do akceptacji mogą negatywnie oddziaływać na samopoczucie emocjonalne. Dlatego użytkownicy powinni być świadomi tych zagrożeń i starać się równoważyć czas spędzany online z aktywnościami offline.

