

Miłość, seks i zdrada w mediach społecznościowych

Autor tekstu: **Maciej Twardowski**

Portale społecznościowe przejmują rolę innych dostępnych do tej pory środków komunikacji.

Posiadanie konta na Facebooku często staje się bardziej koniecznością, niż zwyczajem. Idea przyciągnęła już niemal wszystkich. W świecie, gdzie odwiedzanie „profilu” stało się rutyną, warto poszukać nowych perspektyw dla postrzegania relacji międzyludzkich.

Czy prawdą jest, że każde medium po zdobyciu dostatecznej popularności staje się kanałem wymiany informacji o charakterze seksualnym? Na to — pozornie — oczywiste pytanie twierdząco odpowiedział Damon Brown [1], autor książki „Porn & Pong: How Grand Theft Auto, Tomb Raider and other Sexy Games Changed Our Culture”. Autor wspominał o prasie, telewizji, kasetach VHS, telefonach komórkowych, płytach CD/DVD. Czy do listy możemy dopisać portale społecznościowe? Jeśli za główne kryterium przyjmijemy wstępnie powszechność — to jak najbardziej. Zgodnie z [badaniem Megapanel z marca 2011 roku](http://prnews.pl/marketing-i-pr/rola-social-media-w-budowaniu-wizerunku-firm-67011.html) (http://prnews.pl/marketing-i-pr/rola-social-media-w-budowaniu-wizerunku-firm-67011.html), z mediów społecznościowych korzysta bowiem 99,3% internautów, którzy w serwisach tego typu spędzają średnio około 1,5 godziny dziennie. Megapanel z października tego samego roku wskazuje, że Nk.pl (dawniej Nasza-Klasa.pl) posiadała ponad 11 mln użytkowników, Facebook posiadał ich zaś 11,8 mln. Zgodnie z raportem Internet Standard Social Media 2010 [2], łącznie 68,6% użytkowników mediów społecznościowych stanowią ludzie w wieku od 15 do 39 lat.

Jeśli zatem teza Browna jest prawdziwa, media społecznościowe muszą być kopalnią seksu. Gdzie — podług potrzeb — zakochamy się, znajdziemy romans lub jednorazową przygodę. Słowem — znajdziemy wszystko to, co choć wpisane w naszą naturę od zarania dziejów, stało się dzięki sieci dostępne jak nigdy wcześniej.

W marcu 2011 roku [BBC poinformowało](http://www.bbc.co.uk/newsbeat/12784325) (http://www.bbc.co.uk/newsbeat/12784325), że portale społecznościowe są w Wielkiej Brytanii bardziej popularne, niż strony pornograficzne. Tak przynajmniej wynikało z badania przeprowadzonego przez Experian Hitwise - firmę zajmującą się monitorowaniem ruchu w Internecie. O „fenomenie” tym [pisał](http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1678586,00.html) (http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1678586,00.html) już w 2007 roku magazyn Time, gdy okazało się, że młodzi (18-24) mieszkańcy USA są dużo bardziej zainteresowani zawieraniem znajomości oraz wymianą informacji za pośrednictwem portali społecznościowych, niż oglądaniem filmów porno.

Kończymy rozwodem

Portal dla rozwodników Divorce-online.co.uk przeprowadził w grudniu 2009 roku [analizę](http://blog.divorce-online.co.uk/?p=2338) (http://blog.divorce-online.co.uk/?p=2338) 5000 pozwów rozwodowych. Słowo „Facebook” występowało w 20% z nich. Dwa lata później liczba ta wzrosła już do 33%. Popularny portal pojawiał się w kontekstach odkrycia „niewłaściwych wiadomości”, zamieszczonych zdjęć czy nieprzychylnych komentarzy. Przy okazji opublikowania wyników, w serwisie pojawił się komentarz rzecznika prasowego — Marka Keenana:

Media społecznościowe stały się głównym narzędziem komunikacji (...) Jeśli ktoś szuka zdrady lub romansu, media społecznościowe są ku temu najlepszym miejscem. (...) Ludzie muszą jednak uważać, ponieważ to, co piszą na swoich profilach, może zostać uwzględnione przez sądy podczas sprawy rozwodowej. Co może wpłynąć na kwestie podziału majątku lub opieki nad dziećmi. [tłum. MT]

Podobny [artykuł](http://www.dailymail.co.uk/news/article-1334482/The-marriage-killer-One-American-divorce-involve-Facebook.html) (http://www.dailymail.co.uk/news/article-1334482/The-marriage-killer-One-American-divorce-involve-Facebook.html) pojawił się 20 grudnia na łamach Daily Mail. Autor, David Gardner, powołuje się na ankietę przeprowadzoną przez Amerykańską Akademię Prawników Matrymonialnych (American Academy of Matrimonial Lawyers) - 80% prawników zauważyło, że aktywność w mediach społecznościowych pojawia się coraz częściej w charakterze dowodu na zdradę.

Stara miłość nie rdzewieje

Portale społecznościowe pozwalają nam kontaktować się z byłymi partnerami. Na początku bywa to niewinne, ale z upływem czasu może prowadzić do poważnych konsekwencji. Kilka lat temu swoją świetność przeżywała „Nasza-Klasa”. Był to pierwszy polski serwis społecznościowy o tak dużym zasięgu i powszechnie rozpoznawanej marce. Dla logujących się, była to często pierwsza styczność z mediami społecznościowymi w ogóle. W okresie świetności „NK” we Wprost (7/2009) ukazał się artykuł profesora Zbigniewa Lwa-Starowicza „Miłość z Naszej Klasy” (<http://www.wprost.pl/ar/152760/Milosc-z-Naszej-Klasy/?I=1362>). Seksuolog zauważył, że w gabinetach terapeutów coraz częściej padają sformułowania w rodzaju: „stara miłość nie rdzewieje” czy „każdy ma prawo do szczęścia”. Mowa o problemach żon i mężów, którzy po latach mniej lub bardziej udanego pożycia małżeńskiego, odnajdują na „Naszej Klasie” miłości z lat młodzieńczych. Lew-Starowicz podsumował:

Moda na Naszą Klasę sprawiła, że rekonstruowanych związków jest jeszcze więcej. Niektóre z nich rozpadły się z powodu niedojrzałych zachowań w młodości. Każde z partnerów stworzyło nowe związki i dopiero po latach, nawiązując z sobą kontakt, dochodzą do wniosku, że rozstali się z powodu głupiej ambicji czy „szczeniactwa”. Zdarza się, że po latach pierwszy raz wyjaśniają sobie przyczyny swoich reakcji i zerwania. Renesans może dotyczyć związku niespełnionego seksualnie. Po latach kobieta dochodzi do przekonania, że może niepotrzebnie tak broniła twierdzy dziewictwa.

„Plagą zdrad” zainteresowały się media. Choć już rok wcześniej, anonimowy bloger przeprowadził „Projekt Kasandra” (<http://projekt-kasandra.blogspot.com>). Założył fikcyjny profil przystojnego fotografa i zaczął szukać przygód. Na blogu przeczytamy, że już po paru dniach miał trochę propozycji od dziewczyn wolnych, zaręczonych i zamężnych. Z racji anonimowości nie wiem czy to prawda. Jestem natomiast przekonany, że fikcyjny profil pięknej kobiety wysyłającej sprośne wiadomości do losowych mężczyzn, spotkałby się z dziesiątkami — powiedzmy sobie szczerze — bardzo bezpośrednich propozycji.

Badania (<http://www.reuters.com/article/2011/01/25/uk-sex-survey-idUSLNE70004920110125>) na próbie 1200 osób przeprowadzone w 2011 roku przez magazyny „Shape” oraz „Men's Fitness” wskazały, że dzięki mediom społecznościowym chodzimy ze sobą szybciej do łóżka. Takiego zdania było 80% kobiet i 58% mężczyzn. Jeszcze kilkanaście lat temu pozostawanie w kontakcie ograniczało się do randek i rozmów przez telefon. Dzisiaj pozostajemy ze sobą w kontakcie cały czas. 70% kobiet i 63% mężczyzn przyznało się do używania internetu w celu znalezienia potencjalnego partnera. 72% kobiet przyznaje się do podglądania aktywności „byłych” obecnego partnera. Do bycia „rzuconym” przez media społecznościowe przyznało się 43% kobiet i 27% mężczyzn. 81% respondentów przyznało, że nie usuwają swoich byłych partnerów z kontaktów. 75% osób przyznało zaś, że regularnie odwiedza profile swoich „byłych”.

Pete Cashmore, twórca Mashable, jednego z najpopularniejszych blogów na świecie, opublikował na łamach witryny CNN listę [10 fascynujących faktów na temat Facebooka](http://edition.cnn.com/2011/TECH/social.media/05/26/facebook.facts.cashmore/index.html) (<http://edition.cnn.com/2011/TECH/social.media/05/26/facebook.facts.cashmore/index.html>). Część z nich dotyczyła oczywiście seksu. Autor powołał się m.in. na badania przeprowadzone przez [Dana Zarelle](http://danzarrella.com) (specjalistę i badacza mediów społecznościowych) — okazało się, linki mające cokolwiek wspólnego z seksualnością mają o 90% większą szansę na to, że użytkownicy będą chcieli się nimi podzielić. Analiza ta powstała na podstawie „przechwycenia” na Facebooku ponad 12 000 linków prowadzących do stron informacyjnych i blogów. Cashmore wspominał również o badaniach przeprowadzonych w 2009 roku przez serwis Retrevo.com. 711 internautów zostało podzielonych na 2 grupy — poniżej i powyżej 35 roku życia. Okazało się, że 27% osób należących do pierwszej grupy sprawdzało Facebooka więcej niż 10 razy dziennie. 36% przyznało się zaś do korzystania z Twittera i Facebooka natychmiast po odbyciu stosunku seksualnego.

Bardziej bezpośrednio do sprawy podeszła 23-letnia Angielka Laura Michaels, której historie [opisał](http://www.metro.co.uk/news/131778-facebook-sex-add-ict-slept-with-50-men) (<http://www.metro.co.uk/news/131778-facebook-sex-add-ict-slept-with-50-men>) dziennik Metro. Kobieta założyła sobie grupę na Facebooku. Do grupy owej zaprosiła 100 mężczyzn, którzy przypadli jej do gustu. Zdążyła pokochać się z połową z nich, zanim proceder przerwał sam Facebook — kasując nieszczęsną grupę, po tym jak sprawę opisał dziennik.

Sens tej niszy odnalazł Noel Biderman — prezes Avid Life Media, mąż i ojciec dwójki dzieci. Biznesmen ów założył portal AshleyMadison.com. 30% użytkowników portali randkowych ukrywa fakt pozostawania w związku, w tym serwisie nikt zaś nie kryje o co chodzi — skok w bok, romans i zdrada bez zobowiązań. Strona posiada obecnie prawie 13 milionów kont. Jest to pewna popularność — zważywszy, że strona pozwala na znajdowanie przygód poza — jak to zwykle bywało

do tej pory — kręgiem towarzyskim czy znajomymi z pracy. Ciekawe czy konto na portalu posiada żona biznesmena?

Kto używa portali randkowych?

Prof. Zbigniew Izdebski w swoim „Raportie o seksualności” wspomina, że w Polsce już ponad 1,2 miliona ludzi deklaruje, że spotkało się z osobą poznaną przez Internet. Do intymnych zbliżeń przyznała się co czwarta osoba z tej grupy. Według danych PBI/Gemius z marca 2011 roku, w serwisie randkowym Sympatia.pl istnieje już ponad 4 miliony kont. Nieco większą popularnością cieszy się portal E-darling, w którym zarejestrowano 5 milionów profili. Liczby mogą imponować, nawet, jeśli założymy, że część kont jest nieaktywna, a użytkownicy mają zazwyczaj konta na kilku takich portalach. Klucz do zrozumienia takiej popularności, może być związany z faktem, że w „dorosłość” wchodzi obecnie osoby urodzone na fali wyżu demograficznego lat 80. W USA serwisy randkowe przeżywały największą świetność w czasach, gdy poszukiwaniem partnerów w sieci zainteresowało się pokolenie dzieci, których rodzice urodzili się na fali powojennego Babyboomu.

Jednym z większych portali społecznościowych na świecie jest serwis Badoo, posiadający ok. 140 milionów użytkowników. Jego kwatera główna mieści się w Londynie, siedzibą firmy jest Cypr a właściciel to rosyjski biznesmen Andrey Andreev. W grudniu 2011 roku na stronie The Telegraph opublikowano [artykuł](http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8952240/Sex-social-network-Badoo-has-1m-users-in-Britain.html) (http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8952240/Sex-social-network-Badoo-has-1m-users-in-Britain.html) według którego Badoo jest powszechnie używany do poszukiwania partnerów w seksualnych. Choć po wejściu na stronę pierwszym komunikatem, który zobaczymy będzie:

Poznaj nowych ludzi! Rozwiń swoje życie towarzyskie. Czat, flirt, spotkania i dobra zabawa! Zobacz tysiące użytkowników i zdecyduj, kogo chcesz poznać! Zagraj w naszą grę Chybił-Trafił i znajdź wzajemne zainteresowania!

Brzmi niewinnie? Sam wygląd portalu również nie sugeruje, że co trzeci użytkownik Badoo znalazł tam seks. Tak przynajmniej wynika z danych The Telegraph zebranych na podstawie ankiety przeprowadzonej na próbie 85000 Brytyjczyków korzystających z serwisu.

W 2009 roku na łamach magazynu Cyberpsychology & Behaviour ukazał się artykuł [„Psychological characteristics of Internet dating service users: the effect of self-esteem, involvement, and sociability on the use of Internet dating services”](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19630586) (http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19630586). Aby znaleźć charakterystykę przeciętnego użytkownika serwisu randkowego, amerykańscy naukowcy przeprowadzili badanie na próbie 3345 ludzi (47,5% mężczyzn i 52,5% kobiet) w wieku od 19 do 89 lat, których zadaniem było wypełnienie kwestionariusza. Wbrew stereotypom okazało się, że z portali randkowych chętniej korzystają osoby bardziej towarzyskie.

Wygląda na to, że sieć stała się tak samo powszechnym miejscem do szukania potencjalnych partnerów, jak pub czy impreza. Nowoczesne narzędzia pozwalają nam szybciej — jak to w środowisku elektronicznym bywa — realizować zamierzone cele. Nawet, jeśli dotyczą one miłości czy seksualności — sfer, które jeszcze kilka dekad temu pozostawały ukryte za całunem tabu. Z pewnością nie jest również tak, że media społecznościowe — jak chcieliby niektórzy „obrońcy moralności” — stanowią zwodzące na manowce dzieło szatana, wymierzone w samo sedno „tradycyjnych wartości”. To raczej narzędzia, które pozwalają skuteczniej i szybciej realizować te ludzkie potrzeby, które choć towarzyszyły nam od zarania dziejów — dopiero dzięki rewolucji komunikacyjnej stały się tak bardzo powszechne. Seks? Miłość? Nie ma sprawy — wystarczy odpalić komputer.

Przypisy:

[1] Damon Brown jest amerykańskim dziennikarzem i autorem kilku książek z zakresu popkultury. Niestety w Polsce słabo znanych. Warto zajrzeć na jego [stronę internetową](#).

[2] Internet Standard, raport [Social Media 2010](#).

Maciej Twardowski

Redaktor Racjonalisty, sekretarz i członek Zarządu Głównego Polskiego



Stowarzyszenia Racjonalistów. Publikował m.in. w „Gazecie Wyborczej”, „Faktach i Mitach”, „Czasie Kultury” czy serwisie „Krytyki Politycznej”. Współpracował z kilkoma portalami internetowymi i organizacjami pozarządowymi. Obecnie współpracuje z nowopowstającym elektronicznym wydaniem „Czasu Kultury”. Prowadzi na platformie Liberte! bloga [Wolność Myśli Uchem](#).

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 11-03-2012)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,7841) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,7841>)

Contents Copyright © 2000-2012 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2012 Michał Przech

Właścicielem portalu Racjonalista.pl jest Fundacja Wolnej Myśli.

Autorem portalu jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie elementy tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki prezentuje.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl