

Julia Mościbrodzka¹, Anna Rybka²

Koło Naukowe „SÓWKA”, Akademia Bialska im. Jana Pawła II, Biała Podlaska

Stanisława Nazaruk³

Akademia Bialska im. Jana Pawła II, Biała Podlaska

https://doi.org/10.29316/9788368103342_14

MŁODZIEŻ A SOCIAL MEDIA – BUDOWANIE RELACJI I NOWEGO WIZERUNKU

YOUTH AND SOCIAL MEDIA – BUILDING RELATIONSHIPS AND A NEW IMAGE

Streszczenie

Powszechnie wiadomo, że media społecznościowe stanowią nie tylko przestrzeń do aktywności młodych ludzi, ale praktycznie stały się integralną częścią ich codziennego życia, gdzie mogą budować swój wizerunek i wyrażać swoją tożsamość często uzależniając ją od akceptacji innych użytkowników. Wywierają one również wpływ na rozwój osobisty i relacje społeczne oraz kulturę. Dlatego zamierzeniem rozdziału jest przedstawienie aktywności młodzieży w mediach społecznościowych z perspektywy ich rozwoju osobowego, relacji rówieśniczych, nawiązania przyjaźni a nawet wystąpienia zagrożeń. Z racji tego, że rozdział ma charakter przeglądowy do pozyskania materiału wykorzystano rodzaj badań jakościowych z metodą analizy treści. W tym celu skorzystano z baz danych takich jak Google Scholar, Scopus i Web of Science.

Abstract

It is common knowledge that social media are for adolescents not only a space for activity, but they have become an integral part of their daily life, which allows them to build their own image and express their identity, while often making it dependent on other users' acceptance. Social media also affects personal growth as well as social relations and culture. For these reasons, the chapter aims to present the activity of youth in social media taking into perspective their personal growth, peer relations, the establishment of friendships and even the topic of dangers. Due to the review nature of the chapter, qualitative research with the content analysis method was used to obtain the material. For this research databases such as Google Scholar,

¹ studentka, <https://orcid.org/0009-0007-6728-2232>; e-mail: juliamoscibrodzka8@gmail.com

² studentka, <https://orcid.org/0009-0005-4945-2301>; e-mail: anna.rybka7@o2.pl

³ dr, <https://orcid.org/0000-0001-5620-3980>; e-mail: s.nazaruk@dyd.akademiabialska.pl

Analiza zebranego materiału źródłowego pozwoliła na zrealizowanie zamierzonego celu i wyciągnięcie wniosków, które skłaniają do refleksji i podjęcia dyskusji wśród młodych ludzi ze względu na aktualność przedstawionego problemu.

Słowa kluczowe: młodzież, media społecznościowe, relacje społeczne, wizerunek, tożsamość

Scopus and Web of Science were used. The analysis of the collected source material allowed for the intended research to be realized and consequently to draw conclusions that inspire to reflect and start a discussion among youth due to the freshness of the presented issue.

Keywords: youth, social media, social relations, image, identity

Wstęp

Obecnie rola mediów społecznościowych, często nazywanych czwartą władzą, stale się powiększa. Coraz więcej osób nie wyobraża sobie nawet jednego dnia bez korzystania z komunikatorów, które wykorzystują w każdej wolnej chwili, poświęcając im coraz więcej czasu. Media społecznościowe pełnią nie tylko funkcję komunikacyjną, ale również stanowią źródło rozrywki, edukacji, informacji oraz inspiracji. W konsekwencji wiele osób spędza coraz więcej czasu w przestrzeni internetowej, co często prowadzi do zaniedbywania innych ważnych obowiązków w różnych sferach życia. Wpływ social mediów na życie codzienne, a szczególnie na relacje rówieśnicze, staje się przedmiotem rosnącego zainteresowania wielu badaczy, pedagogów i specjalistów. Z jednej strony media społecznościowe oferują młodym ludziom przestrzeń do komunikacji, autoprezentacji i budowania tożsamości, ale z drugiej mogą nieść ze sobą zagrożenia w postaci uzależnienia, cyberprzemocy, porównań społecznych czy spłycenia więzi. Dlatego zwrócenie uwagi na wpływ social mediów na młodzież było motywacją do podjęcia napisania niniejszego rozdziału w którym przedstawiono krótką charakterystykę mediów społecznościowych, sposoby ich użytkowania przez młodzież oraz psychologiczne i społeczne skutki wynikające z ich użytkowania. Szczególną uwagę poświęcono zmianom w strukturze i jakości relacji między rówieśnikami, które mogą być zarówno wzmacniane, jak i osłabiane przez aktywność w przestrzeni wirtualnej. Celem opracowania było ukazanie funkcjonowania młodzieży w social mediach i zwrócenie uwagi na kształtowanie więzi społecznych oraz zidentyfikowanie szans i zagrożeń z tego wynikających. W tym celu pozyskano publikacje naukowe z baz danych, takich jak Google Scholar, Scopus i Web of Science. Zastosowano rodzaj badań pedagogicznych zwanych jakościowymi i metodę analizy treści (Łobocki, 2000).

Aktywność młodzieży w mediach społecznościowych, perspektywa wybranych koncepcji naukowych – krótka refleksja

W mediach społecznościowych dominującą rolę odgrywa komunikacja oraz potrzeba nawiązywania relacji z innymi ludźmi. Jak podkreślają specjaliści Andrzej Nowak i Krzysztof Krejtz, często to właśnie kontakt sam w sobie staje się celem, a nie jedynie środkiem do jego osiągnięcia (Nowak, Krejtz, 2006, s. 7). W obecnej rzeczywistości korzystanie z portali społecznościowych stało się powszechne, szczególnie wśród młodzieży, dla której stanowią one formę spędzania wolnego czasu i pewnego rodzaju rozrywki. Często jednak relacje nawiązane w tego rodzaju mediach pozostają wyłącznie wirtualne i nie przenoszą się do świata rzeczywistego. Jak widać współcześnie młody człowiek funkcjonujący w rzeczywistości kształtowanej przez media społecznościowe i wirtualny świat, żyje nie tylko w szybkim tempie, ale także w świecie pełnym sprzeczności, często doświadczając chaosu informacyjnego i emocjonalnego, nie potrafiąc nazwać, zrozumieć ani odpowiednio zareagować na wiele różnego rodzaju sytuacji, z jakimi się mierzy. W związku z tym przeżywa on liczne dylematy natury osobistej, aksjologicznej, społecznej czy kulturowej. Brakuje mu wyuczonych kompetencji do radzenia sobie w trudnych sytuacjach, a jego poruszanie się po skomplikowanej rzeczywistości wirtualnej staje się wyzwaniem. W mediach społecznościowych młodzież konstruuje swój wizerunek, często uzależniając go od opinii innych użytkowników. Właściwie ze świata wirtualnego czerpie wzorce, czasami trudne do osiągnięcia.

W skali globalnej jedynie część młodych ludzi stara się świadomie analizować rzeczywistość. Istnieją takie osoby, dla których samo posiadanie informacji jest już wystarczające oraz takie, które koncentrują się tylko na „byciu” (Kłak, 2020). Zatem nasuwa się pytanie: czy młodzież w świecie wirtualnym rzeczywiście kieruje się własnymi autonomicznymi wyborami, czy raczej podporządkowuje się panującym trendom i wpływom? To pytanie zarysowuje aktualną problematykę badawczą podejmowaną przez niektórych naukowców. Dzięki prowadzonym badaniom, publikacjom, a także licznym konferencjom i sesjom naukowym, rozwijane są nowe obszary badań naukowych nie tylko w pedagogice medialnej ale i w innych dyscyplinach naukowych.

Rozważając kwestie związane z komunikacją i zachowaniami młodzieży w mediach społecznościowych, warto odwołać się do teorii Ervinga Goffmana (Goffman, 2000). W książce „Człowiek w teatrze życia codziennego” autor przedstawił koncepcję życia społecznego jako swego rodzaju spektaklu teatralnego. W tym ujęciu przestrzeń publiczna funkcjonuje jak scena, na której ludzie to aktorzy codziennie odgrywający określone role. Każdy

z nich posiada własny scenariusz, ale ich działania są powiązane z innymi „aktorami”, przez co muszą dostosowywać swoje zachowania do pozostałych uczestników interakcji. Model ten stanowi punkt wyjścia do zrozumienia relacji i zachowań społecznych w świecie wirtualnym. E. Goffman zwrócił uwagę, że codzienne interakcje społeczne mają charakter przedstawienia, w którym jednostki starają się zaprezentować siebie z jak najlepszej strony wobec „publiczności”, wywołując w niej kontrolowane i pożądane reakcje. Według wymienionej wizji tworzenie tożsamości odbywa się poprzez różnorodne strategie autoprezentacji, takie jak: fasada osobista, idealizacja, dramatyzacja, ukrywanie niepożądanych informacji, czy kontrolowanie widoczności. Ludzie pragną być postrzegani zgodnie z idealnym obrazem samych siebie (Goffman, 2000). Mimo, że teoria Goffmana powstała przed erą Internetu, jej założenia doskonale sprawdzają się w kontekście współczesnego życia online. Stanowią one fundament badań nad sposobami autoprezentacji w mediach cyfrowych i wyjaśniają wiele zjawisk zachodzących w sieci. Serwisy społecznościowe można potraktować jako nowoczesną „scenę”, na której ich użytkownicy pełnią rolę aktorów, udostępniając zdjęcia, nagrania, informacje o swoim życiu, uczuciach czy codziennych działaniach. Angażują się także w rozmowy i komentowanie treści, starając się wywrzeć odpowiednie wrażenie na odbiorcach. W tym celu stosują różnego rodzaju techniki autoprezentacyjne, nawiązują nowe znajomości, których celem jest wywołanie konkretnych reakcji w otoczeniu.

Przeglądając platformy takie jak Facebook i Instagram można wyróżnić dwa podstawowe style autoprezentacji. Pierwszy z nich bliski ujęciu E. Goffmana polega na swoistym „odślanianiu” swojej prywatności, nierzadko w bardzo osobisty sposób. Drugi koncentruje się na tworzeniu idealnego, zgodnego z aktualnymi trendami wizerunku. Obie strategie mają na celu zdobycie akceptacji i pozytywnego odbioru w oczach innych użytkowników.

Społeczności funkcjonujące w sieci rozwijają się w ramach nowoczesnej cyberkultury zestawu norm, wartości i postaw o podłożu społecznym, kulturowym i filozoficznym. Młodzież w świecie wirtualnym podlega silnym mechanizmom wpływu społecznego, który kształtuje lub modyfikuje jej przekonania, zachowania i aspiracje zarówno w rzeczywistości fizycznej, jak i wirtualnej. Trafnym odniesieniem do tego zjawiska jest teoria wpływu społecznego Bibba Latane (Latane, 1981, s. 343-346), rozwijana w obszarze psychologii społecznej. W myśl tej teorii jednostki zmieniają swoje postawy, poglądy, emocje czy zachowania pod wpływem nacisku społecznego. Przykładem tego są: konformizm (zarówno normatywny, jak i informacyjny), czyli uległość wobec zasad dominujących w grupie w celu zdobycia jej aprobaty; naśladownictwo jako kopiowanie zachowań innych użytkowników;

oraz posłuszeństwo wobec autorytetów jako podporządkowywanie się osobom mającym wpływ, władzę lub prestiż w danej społeczności (Wojciszke, 2002). Takie mechanizmy są łatwo zauważalne w mediach społecznościowych, zwłaszcza na Facebooku i Instagramie, gdzie młodzi ludzie prezentują się w sposób zgodny z oczekiwaniami grupy, często kopiując działania osób uznawanych za wpływowe a nawet inspirujące.

Rozważając miejsce jednostki w mediach społecznościowych warto sięgnąć po teorię rang społecznych. Ranga społeczna oznacza pozycję i siłę jednostki w danej społeczności. Osoby z niskim poczuciem tej pozycji mają często przekonanie, że nie są akceptowane ani doceniane przez innych, co wpływa na ich poczucie wartości, atrakcyjności, a także prowadzi do frustracji, podporządkowania, a nawet zaburzeń lękowych i depresji (Andrzejewska, 2021; Gilbert, 2000; Andrzejewska, Bednarek, 2023). Podobne mechanizmy można zaobserwować w świecie wirtualnym, gdzie znaczenie jednostki bywa mierzone m.in. liczbą znajomych obserwujących, tzw. polubień, udostępnień czyli pozycją w sieci. Tego rodzaju status online często wynika z aktywności w realnym świecie oraz z dostępności do określonych zasobów, takich jak wykształcenie, majątek czy sukcesy zawodowe. Stratyfikacja ta wpływa nie tylko na sposób funkcjonowania jednostki w Internecie, ale również na jej samoocenę i relacje z innymi.

Media społecznościowe jako narzędzie budowania wizerunku i tożsamości

Media społecznościowe pełnią dziś funkcję znacznie szerszą aniżeli narzędzie komunikacji, dzielenia się treściami czy poznawania nowych osób. Stały się przestrzenią, w której młodzi ludzie mogą się prezentować i kształtować swoją tożsamość. Na swoich profilach udostępniają nie tylko dane osobowe, ale także zdjęcia, filmy, komentarze opisujące codzienne życie lub ważne momenty.

Jak zauważa Anna Andrzejewska, komunikacja prowadzona online różni się istotnie od tej odbywającej się twarzą w twarz, ponieważ brakuje jej elementów niewerbalnych, takich jak gesty czy mimika. Aby zmniejszyć ten dystans, w sieci stosuje się emotikony oraz symbole językowe, które mają oddawać emocje i nadać rozmowie bardziej osobisty charakter. Coraz powszechniejsze są też rozmowy wideo i wymiana plików multimedialnych, co zbliża komunikację internetową do tej „na żywo” (Andrzejewska, 2021, s. 38). Rozwój technologii daje możliwość człowiekowi tworzenia własnego wizerunku i pokazywania świata, kim się jest, jakie ma się pasje i cele. Media społecznościowe umożliwiają kreowanie tzw. marki osobistej czyli prezentowanie siebie w sposób prawdziwy, lecz jednocześnie atrakcyjny i wyjątkowy

ale zdarza się, że przedstawiany obraz siebie jest silnie dostosowany do oczekiwań odbiorców (Reich, Wheele, 2016, s. 23-24).

Zamieszczane na portalach społecznościowych zdjęcia są starannie selekcionowane a liczba polubień, które otrzymają, wpływa na samoocenę autora i jego postrzeganie przez innych (Brosch, 2014, s. 289). Należy dodać, że młodzież chętnie korzysta z filtrów i edytorów, które poprawiają wygląd, wyszczuplają sylwetkę, tuszują niedoskonałości. W społeczeństwie coraz częściej promowana jest idealna aparycja, niezależnie od tego, czy odzwierciedla ona prawdziwą osobowość jednostki (Melosik, 2010, s. 55).

Według badaczki mediów Magdaleny Szpunar młodzi użytkownicy kreują idealne profile, stosując przemyślane techniki autoprezentacji, co może prowadzić do kreowania postaw narcystycznych. Publikowane treści mają na celu uzyskanie pozytywnej reakcji od rówieśników albo wzbudzenie zazdrości i sprawienie, by inni chcieli żyć w podobny sposób (Szpunar, 2014, s. 69).

Zjawisko nadmiernego ujawniania informacji o sobie w sieci (tzw. oversharing) również wskazuje na postawy narcystyczne. Osoby te obsesyjnie dzielą się swoją codziennością, dążąc do uzyskania potwierdzenia swojej wartości w oczach innych. Odbiorcy pełnią w tym przypadku rolę lustra, w którym narcyz odnajduje potwierdzenie własnej wyjątkowości (Szpunar, 2016, s. 106).

Media społecznościowe umożliwiają kreowanie zarówno tożsamości osobistej, jak i społecznej. Tożsamość osobista odnosi się do samoświadomości, unikalnych cech jednostki i poczucia odrębności, natomiast tożsamość społeczna wiąże się z przynależnością do grupy czy kultury (Andrzejewski, 2018, s. 22). Dzięki tego rodzaju aktywnościom młodzi ludzie mogą poczuć się jak celebryci, obserwowani i oceniani przez innych. Pozytywne reakcje na publikowane zdjęcia mogą poprawiać ich samopoczucie i wzmacniać poczucie własnej wartości. Warto jednak wziąć pod uwagę fakt, że udostępnione materiały mogą pozostać w sieci na zawsze nawet po ich usunięciu, co oznacza, że inne osoby mogą je skopiować i wykorzystać w sposób nieprzewidywalny albo w sposób szkodliwy dla autora treści.

Korzyści i zagrożenia korzystania z mediów społecznościowych

Media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem codzienności wielu osób na całym świecie. Serwisy takie jak Facebook, Instagram, TikTok czy Snapchat diametralnie zmieniły sposób, w jaki ludzie się komunikują i dzielą informacjami, umożliwiając kontakt bez względu na dzielącą ich odległość. Badacze zajmujący się tą tematyką komunikacji w mediach wskazują, że powszechne korzystanie z portali społecznościowych stało się

jednym z głównych sposobów porozumiewania się oraz zdobywania informacji o innych. Zjawisko to szczególnie dotyczy młodzieży i młodych dorosłych, którzy korzystają z mediów społecznościowych z podobnych powodów co w przypadku tradycyjnych form komunikacji (Kłak, 2020; Reout i in., 2017).

Choć rola mediów społecznościowych w życiu młodzieży budzi co raz więcej dyskusji i kontrowersji, nie brakuje również osób, które dostrzegają w nich liczne korzyści. Media z pewnością mogą wspierać codzienne funkcjonowanie, wzmacniać poczucie przynależności do grupy rówieśniczej oraz wspomagać proces budowania tożsamości (Kłak, 2020). Jednocześnie niosą ze sobą potencjalne zagrożenia, takie jak obniżone poczucie własnej wartości czy powierzchowne i nietrwałe relacje zawierane za ich pośrednictwem. Dlatego tak ważna staje się edukacja w zakresie świadomego i odpowiedzialnego korzystania z zasobów Internetu oraz umiejętność zachowania równowagi między światem wirtualnym a rzeczywistym.

Warto również zauważyć, że ogólne użytkowanie Internetu może wywierać negatywny wpływ na samoocenę i sposób postrzegania siebie oraz innych. Często bowiem publikowane w mediach społecznościowych treści prezentują tylko wyidealizowaną wersję rzeczywistości, co zniekształca prawdziwy obraz życia. Tego rodzaju odrealnione przedstawienie może prowadzić do zaburzeń postrzegania własnego ciała, co szczególnie dotyka nastolatków i młodych dorosłych. Niektóre wyniki badań potwierdzają, że media społecznościowe istotnie wpływają na rozwój problemów związanych z obrazem ciała (Acar i in., 2022; Boursier i in., 2020; Costa, Fornabio, 2023). Skutki tego typu zaburzeń bywają bardzo poważne, często trudne do przezwyciężenia, negatywnie odbijając się na kondycji psychicznej i emocjonalnej użytkowników.

Nieustanny rozwój technologii i jej szerokie zastosowanie rodzi liczne pytania o długoterminowe skutki oddziaływania mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne i relacje międzyludzkie (Wróblewski i in., 2023; Acar i in., 2022). Badania prowadzone w Polsce dostarczają ciekawych danych. Przykładowo, dane z początku 2022 roku pokazały, że w populacji liczącej 37,7 mln osób, aż 87% (czyli 32,8 mln) korzysta z Internetu, a 72% (27,2 mln) aktywnie uczestniczy w mediach społecznościowych. Mimo spadku liczby ludności w Polsce, obserwuje się wzrost użytkowników Internetu i mediów społecznościowych, a także wydłużenie czasu spędzanego w sieci, średnio 6 godzin i 39 minut dziennie, z czego około 1 godzina i 49 minut przypada na media społecznościowe. Dane te potwierdzają rosnące znaczenie Internetu jako źródła komunikacji, informacji i rozrywki, co niesie ze sobą zarówno

korzyści, jak i zagrożenia w codziennym funkcjonowaniu a nawet zdrowia psychicznego (Szewczyk, 2011).

Jednym z pomijanych problemów badawczych związanym z korzystaniem z Internetu wydaje się być poczucie samotności. Wynikać może ono z pozornie błahych zachowań w mediach, takich jak brak odpowiedzi na odczytane wiadomości, zwiększona liczba obserwujących niż realnych interakcji, czy obserwowanie życia innych, podczas gdy samemu nie podejmuje się działań. Anonimowość w sieci również sprzyja negatywnym zjawiskom, takim jak hejt. Jednocześnie anonimowość i poczucie izolacji to tylko jedna strona medalu a drugą pozytywne skutki, jak np. większy zasięg kampanii promujących wartości takie jak akceptacja czy zdrowie psychiczne (Vidal i in., 2020). Dlatego ważne jest krytyczne podejście do informacji dostępnych w sieci i umiejętność rozróżniania rzeczywistości od fikcji czy wyidealizowanego obrazu.

Negatywnym skutkiem użytkowania mediów społecznościowych jest również obniżona samoocena, szczególnie wśród młodych ludzi. Badania z 2020 roku przeprowadzone wśród uczniów szkół ponadpodstawowych przez Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie wykazały, że średni poziom samooceny mierzony skalą Rosenberga plasował ich na średnim poziomie (27,33 pkt). Aż 31,2% uczniów miało niską samoocenę, podczas gdy 24,3% – wysoką. Warto jednak zauważyć, że tylko 22% badanych częściej komunikuje się za pomocą mediów społecznościowych niż bezpośrednio, co dowodzi, że większość młodzieży wciąż preferuje kontakty twarzą w twarz, które są ważne w budowaniu zdrowych relacji i rozwoju umiejętności społecznych (Wąchoł, 2024, s.177-192; Czerniawska, Szydło, 2022, s.701-713).

W przypadku kobiet samoakceptacja jest silnie powiązana z oceną wyglądu. Badanie Martyny Madej „Kobiety vs media społecznościowe” pokazało, że 43,9% respondentek nie potrafiło jednoznacznie ocenić wpływu mediów społecznościowych na swoją samoakceptację. Spośród pozostałych 23,6% uznało, że media je zachęcają, natomiast 32,5% stwierdziło, że treści te nie mają pozytywnego wpływu na ich samoocenę (Madej, 2023, s. 87-98).

Raport „Młodzi Cyfrowi” przeprowadzony na 61 tysiącach osób w wieku 12-21 lat pokazał, że 20% młodych osób przedstawia w mediach społecznościowych obraz siebie różny od rzeczywistego. Ponadto 30% badanych uznało, że są uzależnieni od mediów społecznościowych, częściej kobiety niż mężczyźni. Co więcej, 25% czuje się przeciążonych nadmiarem informacji, a 10% zgłasza objawy fizyczne, takie jak bóle głowy czy mdłości. Znaczna część młodzieży (29%) cierpi na niedosypianie, a 10% zapomina o posiłkach. Badania wskazały również związek między uzależnieniem od

mediów a potrzebą akceptacji i lękiem przed samotnością, choć siła tej zależności jest niewielka (Makaruk, Włodarczyk, Michalski, 2017, s.12).

Media społecznościowe jako platformy informacyjne, rozrywkowe i komunikacyjne mają duży wpływ na kształtowanie opinii publicznej oraz nastrojów społecznych. Poprzez odpowiednio zaprojektowane kampanie i treści mogą jednoczyć lub dzielić społeczeństwo, wpływając na zmiany postaw i zachowań (Deluga, 2017; Gromkowska, 2002). Współcześnie prowadzone badania koncentrują się na analizie nowych zjawisk, wyzwań i trendów w korzystaniu z mediów, a także na identyfikacji przyszłych kierunków badań w tym zakresie. W wymienioną problematykę wpisuje się również niniejszy rozdział.

Podsumowanie

Na podstawie analizy literatury i przeglądu wybranych badań naukowych w zakresie zachowań młodzieży w środowisku cyfrowym można zauważyć, że media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem codziennego życia młodych ludzi. To właśnie w mediach młodzież nawiązuje znajomości, podtrzymuje relacje rówieśnicze i kształtuje swój wizerunek a może nawet tożsamość. Świat wirtualny coraz częściej zastępuje bezpośrednie kontakty, a rozmowy twarzą w twarz ustępują miejsca wiadomościom tekstowym, emotikonom i postom publikowanym na profilach społecznościowych. Z czasem jednak można dostrzec, że relacje zawierane w Internecie, choć liczne i pozornie intensywne, często okazują się powierzchowne i krótkotrwałe. Budowane są na iluzji bliskości i natychmiastowości reakcji, jednak brakuje im głębi emocjonalnej, charakterystycznej dla tradycyjnych więzi międzyludzkich. Co więcej, im bardziej młodzi ludzie zanurzają się w świat mediów społecznościowych, tym częściej pojawia się u nich poczucie osamotnienia i izolacji. Paradoksalnie, co można dostrzec w pogoni za ciągłym kontaktem, polubieniami i obecnością online, tracą oni zdolność do tworzenia prawdziwych, trwałych relacji w świecie rzeczywistym.

Podsumowując, media społecznościowe ułatwiają dostęp do informacji i komunikacji, co może poprawiać relacje międzyludzkie. Jednak nadmierne ich używanie niesie ryzyko negatywnych skutków zarówno fizycznych, jak i psychicznych, takich jak wzrost stresu, samotności czy depresji, szczególnie wśród młodzieży, u której obserwuje się obniżoną samoocenę i wzrost lęku. W związku z tym konieczne jest podejmowanie działań edukacyjnych wspierających świadome korzystanie z mediów, zwłaszcza przez rodziców, nauczycieli i specjalistów.

Z przedstawionej treści rozdziału nasuwa się wniosek mówiący o tym, że konieczne jest podjęcie refleksji nad tym, w jaki sposób młodzież korzysta

z mediów społecznościowych. W obliczu rosnącej cyfryzacji życia społecznego niezbędne staje się wspieranie młodych ludzi w rozwijaniu nie tylko kompetencji cyfrowych, ale także umiejętności emocjonalnych i społecznych. Tylko wówczas możliwe będzie zrównoważone funkcjonowanie młodzieży w obu światach – zarówno tym realnym, jak i wirtualnym.

Piśmiennictwo

1. Acar, I. H., Avcılar, G., Yazıcı, G., Bostancı, S. (2022). The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*, 41(10), 6838-6847. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01174-5>
2. Andrzejewska, A. (2021). Aktywność młodzieży w mediach społecznościowych – perspektywa osobowa, społeczna i kulturowa. *Společnostwo. Edukacja. Język*, 14(2), 87-100. [https://doi.org/10.19251/sej/2021.14.2\(7\)](https://doi.org/10.19251/sej/2021.14.2(7))
3. Andrzejewska, A., Bednarek, J. (2023). Osobowe i społeczne aspekty funkcjonowania dzieci i młodzieży w cyberprzestrzeni. *Společnostwo. Edukacja. Język*, 18, 109-121. [https://doi.org/10.19251/sej/2023.18\(8\)](https://doi.org/10.19251/sej/2023.18(8))
4. Andrzejewski, A. (2018). „Lajki” i „followersi” na portalach społecznościowych sposobem na poszukiwanie własnej tożsamości. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, 1, 21-29. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0011.6061>
5. Arbel, R., Shapiro, L. S., Timmons, A. C., Moss, I. K., Margolin, G. (2017). Adolescents' Daily Worry, Morning Cortisol, and Health Symptoms. *Journal of Adolescent Health*, 60(6), 667-673. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2017.01.007>
6. Boursier, V., Gioia, F., Griffiths, M. D. (2020). Objectified body consciousness, body image control in photos, and problematic social networking: The role of appearance control beliefs. *Frontiers in Psychology*, 11, 147. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00147>
7. Brosch, A. (2014). Autoprezentacja nastolatków w mediach społecznościowych. W: M. Sokołowski (red.), *Oblicza internetu. Sieciowe dyskursy (roz)poznawanie cyfrowego świata* (s. 283-289). Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu.
8. Costa, A., Fornabio, C. (2023). Exploring the relationship between social media use and body image disturbances in young adults. *Revista de Psiquiatria Clínica*, 50(4), 24-30.
9. Czerniawska, M., Szydło, J. (2022). Traditionalism, modernism, postmodernism – worldview analysis in the context of values. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 701-713. <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.62>
10. Deluga, W. (2017). Rola mediów społecznościowych w kształtowaniu postaw społecznych. *Problemy Profesjologii*, 2, 35-47.
11. Goffman, E. (2000). *Człowiek w teatrze życia codziennego* (H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, tłum.). Wydawnictwo KR.
12. Gromkowska, A. (2002). *Kobiecość w kulturze globalnej. Rekonstrukcje i reprezentacje*. Wydawnictwo Wolumin.

13. Kłak, E. (2020). Wykorzystanie internetu przez dzieci i młodzież – pozytywne i praktyczne aspekty oraz zagrożenia. *Kultura – Przemiany – Edukacja*, 8, 193-203. <https://doi.org/10.15584/kpe.2020.8.14>
14. Latane, B. (1981). The psychology of social impact. *American Psychologist*, 36(4), 343-356. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.36.4.343>
15. Łobocki, M. (2000). *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
16. Madej, M. (2023). Kobiety vs media społecznościowe – jak Internet oddziałuje na ich życie. *Ogrody Nauk i Sztuk*, 13(13), 87-98. <https://doi.org/10.15503/onis2023.87.98>
17. Makaruk, K., Włodarczyk, J., Michalski, P. (2017). *Kontakt dzieci i młodzieży z pornografią*. Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę.
18. Melosik, Z. (2010). *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*. Wydawnictwo Impuls.
19. Nowak, A., Krejtz, K. (2006). Internet z perspektywy nauk społecznych. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spoleczna przestrzeń Internetu*. SWPS Academica.
20. Szewczyk, A. (2011). Popularność funkcji serwisów społecznościowych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 656, 381-395.
21. Szpunar, M. (2014). Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu. *Kultura – Media – Teologia*, 18, 106-116.
22. Szpunar, M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Wydawnictwo AGH.
23. Szydło, J., Potmalnik, E. (2022). Decyzje zakupowe przedstawicieli pokolenia Z na przykładzie branży modowej. *Marketing i Rynek*, 24(9), 15-26. <https://doi.org/10.33226/1231-7853.2022.9.2>
24. Reich, T., Wheeler, S. C. (2016). The good and bad of ambivalence: Desiring ambivalence under outcome uncertainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 110(4), 493-508. <https://doi.org/10.1037/pspa0000047>
25. Wąchoł, G. (2024). Spowiedź osób z zaburzeniem obsesyjno-kompulsyjnym (OCD). *Teologia i Moralność*, 19(2), 161-177. <https://doi.org/10.14746/TIM.2024.35.1.9>
26. Wojciszke, B. (2002). From the first sight to the last drop: A six-stage model of the dynamics of love. *Polish Psychological Bulletin*, 33(1), 15-25.
27. Wróblewski, F., Żegarski, P., Szydło, J. (2023). Social media w życiu studentów Politechniki Białostockiej. *Akademia Zarządzania*, 7(2), 379-401. <https://doi.org/10.24427/az-2023-0031>
28. Vidal, C., Lhaksampa, T., Miller, L., Platt, R. (2020). Social media use and depression in adolescents: A scoping review. *International Review of Psychiatry*, 32(3), 235-253. <https://doi.org/10.1080/09540261.2020.1720623>