



SPOŁECZNE SKUTKI MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH I INTERNETU

RAPORT • GRUDZIEŃ 2021



INSTYTUT
PROMYKA

**SPOŁECZNE SKUTKI MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH I INTERNETU**

**Bartłomiej Michalski
Krzysztof Białas
Jakub M. Krawiec**

SPOŁECZNE SKUTKI MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH I INTERNETU



Instytut im. Kazimierza Promyka
ul. Jana Zamoyskiego 47A/43
03-726 Warszawa

www.instytutpromyka.pl
e-mail: kontakt@instytutpromyka.pl

Copyright ©
Instytut im. Kazimierza Promyka

Warszawa, Grudzień 2021

**Raport powstał dzięki współfinansowaniu
ze środków NIW-CRSO w ramach Programu
PROO.**



Program Rozwoju
Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030

PROO

Spis treści

Wprowadzenie	2
Słownik terminów	4
Media społecznościowe i dobrostan	6
Zdrowie psychiczne	7
Analizy Pew Research Center	8
Czy media społecznościowe pomagają młodzieży w nauce?	8
Raport #Status of mind	9
Uzależnienie	9
Cyberbullying i syndrom FOMO	12
Raport „Młodzi Cyfrowi”.	14
Bezpieczeństwo i dezinformacja	16
Podsumowanie i przesłanki do polityk publicznych	22
Rekomendacje dalszych kroków przeciwdziałających negatywnym skutkom mediów społecznościowych i internetu:	25
Bibliografia	26

Wprowadzenie

Warto dodać, że samych mediów społecznościowych używa 25,9 mln osób. Porównując te dane z wynikami ubiegłorocznymi, wzrost wynosi aż 2,5 miliona (11%).

”

”

Internet i media społecznościowe stanowią obecnie znaczącą część naszego codziennego życia. Według danych portalu Hootsuite¹ w Polsce z internetu korzysta aktualnie 31,97 mln osób, co stanowi 84,5% populacji (stan na styczeń 2021 r.). Warto dodać, że samych mediów społecznościowych używa 25,9 mln osób. Porównując te dane z wynikami ubiegłorocznymi, wzrost wynosi aż 2,5 miliona (11%). Z kolei średni dzienny czas korzystania z internetu w grupie wiekowej 16-64 lata wynosi 6 godzin 44 minuty, w ramach których 2 godziny poświęcamy właśnie na przeglądanie mediów społecznościowych. Dla porównania, telewizję oglądamy średnio około 3 godziny i 15 minut dziennie, a prasę internetową i drukowaną (łącznie) czytamy przez około 1 godzinę i 16 minut.

Przedstawione liczby wskazują, jak duża część naszego czasu jest spędzana w internecie za pośrednictwem komputerów, tabletów czy telefonów komórkowych. W wyniku wybuchu pandemii COVID-19, życie społeczne w znacznej mierze przeniosło się w sferę wirtualną. Dlatego, coraz więcej badaczy i praktyków zajmujących się zdrowiem psychicznym czy politykami publicznymi zastanawia się w jaki sposób wszechobecność świata online może wpływać na różne aspekty życia społecznego.

W ramach niniejszego raportu przyjrzelśmy się trzem dużym obszarom życia społecznego, na które jak nigdy przedtem, oddziałują media społecznościowe i internet. W wyniku przeglądu literatury wyodrębniliśmy dwa główne obszary tematyczne: wpływ mediów społecznych na dobrostan psychiczny oraz kwestie związane z bezpieczeństwem i rozprzestrzenianiem się dezinformacji. Dodatkowo, w ostatnim rozdziale, zastanawiamy się nad tym, jak specyfika wyróżnionych obszarów wpływa na proces wdrażania polityk publicznych przeciwdziałających negatywnym skutkom sfery cyfrowej względem społeczeństwa. Poprzez analizę najważniejszych badań i rozwiązań, które pojawiły się w ostatnim czasie w tych tematach, chcemy umożliwić praktykom tworzącym polityki publiczne, dziennikarzom oraz działaczom sektora pozarządowego skuteczne działanie na rzecz dobrostanu naszego społeczeństwa.

1 Raport Hootsuite Digital 2021: Poland - <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland> [dostęp 23.09.2021]

Słownik terminów

” Dobrostan - subiektywnie postrzegane przez osobę poczucie szczęścia, pomyślności, zadowolenie ze stanu życia. ”

Bullying - z ang. „znęcanie się”. Najczęściej dotyczy zjawiska werbalnego lub fizycznego znęcania się uczniów nad innymi uczniami. Coraz częściej przyjmuje również formę internetową, wówczas możemy mówić o „cyberbullyingu”.

Dobrostan - subiektywnie postrzegane przez osobę poczucie szczęścia, pomyślności, zadowolenie ze stanu życia.

Dezinformacja - informacja nieprawdziwa lub myląca odbiorcę. Do jej określenia często zamiennie używane jest angielskie sformułowanie „Fake news”.

Fact-checking - z ang. „weryfikacja faktów”. Proces, którego celem jest dokładna weryfikacja źródeł i faktów leżących u podstaw danych wniosków czy wiadomości.

FOMO - potrzeba stałego monitorowania mediów społecznościowych ze strachu przed tym, że ominie nas ważne wydarzenie (ang. Fear of Missing Out).

Nudging - z ang. „impuls” lub „szturchnięcie”. Rodzaj interwencji behawioralnej stosowanej w politykach publicznych; polega na zmianie zachowania decydentów poprzez zmianę architektury sytuacji decyzyjnej, bez stosowania kar ani nagród pieniężnych.

Trollowanie - antyspołeczne zachowanie charakterystyczne dla internetowych forów dyskusyjnych i mediów społecznościowych².

2 <https://pl.wikipedia.org/wiki/Trollowanie> [dostęp 23.09.2021]

Media społecznościowe a dobrostan

**„
Najbardziej szkodliwy dla zdrowia psychicznego i dobrego samopoczucia młodych ludzi okazał się Instagram. Ma on największy wpływ na niekorzystne postrzeganie własnego ciała oraz poczucie samotności; z kolei na Facebooku młodzież najczęściej doświadcza znęcania się ze strony rówieśników.
„**

Rozważania na temat wpływu mediów społecznościowych na ogólny dobrostan ludzi należy zacząć od zdefiniowania samego dobrostanu. PWN definiuje go jako: „subiektywnie postrzegane przez osobę poczucie szczęścia, pomyślności, zadowolenie ze stanu życia”³. Ów stan życia rozumie się szeroko, na trzech płaszczyznach, bowiem na ogólny dobrostan składają się dobrostany psychiczny, fizyczny oraz społeczny. Ważne jest, że nie ma tu mowy o chwilowym nastroju, lecz o względnie trwałym nastawieniu do życia.

W ramach analizy podejmowanej w pierwszej części raportu zostaną przybliżone wyniki badań naukowych z lat 2015-2021 dotyczących wpływu, jaki korzystanie z mediów społecznościowych ma na ogólny subiektywny dobrostan. Raporty, w obszarze omawianego zagadnienia, znacznie różnią się od siebie – jedne wskazują na skrajnie negatywny wpływ analizowanych portali, inne zdają się dowodzić, że jest on bardzo ograniczony, mieszcząc się wręcz w granicach błędu statystycznego. I choć analiz krytycznych dla mediów społecznościowych jest więcej, to zróżnicowanie wyników badań nie pozwala na sformułowanie jednoznacznej opinii na temat wpływu tychże mediów na dobrostan człowieka. Niektórzy twórcy raportów są jednak świadomi tych rozbieżności i w swoich badaniach zaznaczają wielokrotnie, że omawiany problem, obecny w przestrzeni publicznej dopiero od niedawna, jest wciąż niewystarczająco zgłębiony. Dlatego też nie da się w jego sprawie wysnuć definitywnego wniosku. Należy jednak podkreślić, że żadne z badań nie wykazało jednoznacznie pozytywnego wpływu mediów społecznościowych na dobrostan – mowa jedynie o wpływie negatywnym lub o jego braku.

Na wstępie należy zaznaczyć, że niemal wszystkie przytaczane badania prowadzone były na osobach w wieku nastoletnim oraz na młodych dorosłych, a więc w przedziale wiekowym 12-32 lata. Jest to naturalne, gdyż są to właśnie te grupy wiekowe, których niemal wszyscy przedstawiciele korzystają z portali społecznościowych i dla których obecność na omawianych platformach jest bardzo ważna. W przypadku najmłodszych badanych jest to często element obecny od początków ich świadomego życia. Na początku omówione zostaną te analizy, które nie wykazały jednoznacznie negatywnego wpływu mediów społecznościowych na dobrostan, a następnie te o nieco bardziej pesymistycznym wydźwięku.

Zdrowie psychiczne

Badania amerykańskich naukowców z 2019 roku, publikowane m.in. w czasopiśmie Narodowej Akademii Nauk Stanów Zjednoczonych (PNAS), wykazały znikomy związek używania mediów społecznościowych i dobrostanu wśród młodych ludzi – wynosił zaledwie 0.4% na niekorzyść mediów⁴. Nie udowodniono w nich także jakiegokolwiek wpływu mediów na satysfakcję z życia⁵. Trwające 8 lat badanie prowadzone na Uniwersytecie Brigham Younga w stanie Utah, obejmujące pięciuset młodych ludzi

3 <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/dobrostan;3893293.html> [dostęp 23.09.2021]

4 A. Orben, A. K. Przybylski, The association between adolescent well-being and digital technology use, „Nature Human Behaviour”, 2019, <https://www.nature.com/articles/s41562-018-0506-1>, [dostęp 23.09.2021]

5 A. Orben, T. Dienlin, A. Przybylski, Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 2019, <https://www.pnas.org/content/116/21/10226> [dostęp 23.09.2021]

w wieku 13-20 lat, wykazało, że nie ma korelacji między ilością czasu spędzanego w mediach społecznościowych a częstotliwością występowania stanów depresyjnych. Przeciętny nastolatek w wieku 13 lat korzystał z tychże mediów od 31 do 60 minut dziennie i czas ten systematycznie wzrastał w kolejnych latach jego życia, osiągając poziom 2 godzin w wieku 20 lat. Nie pociągało to za sobą jakiegokolwiek pogorszenia stanu psychicznego. Koordynująca badanie Sarah Coyne podsumowała je słowami: „To nie ilość czasu (red. spędzanego w mediach społecznościowych) jest w większości przypadków najważniejsza. Przykładowo, dwóch nastolatków może używać mediów społecznościowych przez dokładnie taką samą ilość czasu, osiągając jednocześnie odmienne wyniki w naszych badaniach ze względu na zupełnie inny sposób ich użytkowania”⁶.

Analizy Pew Research Center

Niejednoznaczne wyniki dały badania przeprowadzone w marcu i kwietniu 2018 roku przez amerykański ośrodek badawczy Pew Research Center na 743 nastolatkach w wieku 13-17 lat⁷. Wykazały, że młodzież dzięki mediom społecznościowym czuje się:

- bardziej przynależna do grupy niż wykluczona z niej (stosunek 71% do 25%),
- bardziej pewna siebie niż niespokojna (69% do 26%),
- bardziej otwarta niż zamknięta w sobie (61% do 34%)⁸,
- bardziej wspierana emocjonalnie przez znajomych (68%)⁹.

Z drugiej strony, te same badania pokazały, że prawie połowa badanych (45%) czuje się przeciążona tym, co dzieje się w mediach społecznościowych, a dla 35% z nich przeciążenie to może stać się powodem zmniejszenia swojej aktywności w mediach lub ograniczenia niektórych wirtualnych relacji. 43% nastolatków czuje presję, by publikować jedynie takie treści, dzięki którym zyskają w oczach innych, a 37%, by dzielić się jedynie takimi treściami, które zdobędą aprobatę rówieśników w postaci polubień lub komentarzy¹⁰.

Czy media społecznościowe pomagają młodzieży w nauce?

W 2018 roku bawarscy naukowcy z Uniwersytetu Ottona i Fryderyka w Bambergu zebrali dane z 59 badań z różnych części świata, dotyczących w sumie 30 tysięcy młodych ludzi i analizujących zależność pomiędzy używaniem Snapchata, Facebooka i Instagrama a wynikami w nauce. Ich raport wykazał, że uczniowie intensywnie wykorzystujący media

6 Cami Buckley, Does time spent on social media impact mental health?, 2019, <https://news.byu.edu/intellect/does-time-spent-on-social-media-impact-mental-health-new-byu-study-shows-screen-time-isnt-the-problem>, [dostęp 23.09.2021]

7 M. Anderson, J. Jiang, Teens' Social Media Habits and Experiences, Pew Research Center, 2018, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/>, [dostęp 24.09.2021]

8 Pew Research Center, 2018, https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-and-their-experiences-on-social-media/pi_2018-11-28_teens-social-media_1-05-2/, [dostęp 24.09.2021]

9 Pew Research Center, 2018, https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/pi_2018-11-28_teens-social-media_0-01-2/, [dostęp 24.09.2021]

10 M. Anderson, J. Jiang, Teens..., op.cit.

społecznościowe w celu komunikowania się w sprawach szkolnych (np. pracy domowej), mają lepsze oceny od pozostałych. Natomiast ci, którzy wielokrotnie w ciągu dnia logują się do mediów społecznościowych i spędzają w nich dużo czasu w celach niezwiązanych z nauką np. regularnie publikują treści i korzystają z Instagrama, mają nieco gorsze oceny od reszty. Różnica jest jednak bardzo niewielka, nie sposób więc na podstawie omawianego raportu mówić o jakiegokolwiek prawdziwości. Co więcej, raport nie wykazał korelacji pomiędzy aktywnością w mediach społecznościowych a czasem poświęcanym na naukę. Jego twórcy, pytani czy da się wykazać zależność między intensywnym korzystaniem z portali społecznościowych a gorszymi wynikami w szkole mówią: „Nie jesteśmy w stanie odpowiedzieć na to pytanie. Oba kierunki przyczyny i skutku są możliwe, nie są jednak silnie wyrażone (red. w badaniach). (...) Niemniej jednak, rodzice powinni interesować się tym, co ich dzieci robią w mediach społecznościowych”¹¹.

Raport #Status of mind

Królewskie Towarzystwo Promocji Zdrowia (RSPH) z Wielkiej Brytanii wydało w 2017 roku kompleksowy raport dotyczący pozytywnego i negatywnego wpływu mediów społecznościowych na zdrowie młodych ludzi. Zawiera on m.in. analizy prowadzone przez Youth Health Movement. Organizacja ta na grupie prawie półtora tysiąca Brytyjczyków w wieku 14-24 lata badała wpływ pięciu najpopularniejszych portali społecznościowych na wsparcie emocjonalne, samotność, depresję, znęcanie się (ang. bullying) czy sen. YouTube, jako jedyne z pięciu badanych mediów, okazał się mieć niewielki wpływ pozytywny. Oddziaływanie pozostałych czterech: Twittera, Facebooka, Snapchata oraz Instagrama zdefiniowano natomiast jako negatywne, przy czym najbardziej szkodliwy dla zdrowia psychicznego i dobrego samopoczucia młodych ludzi okazał się Instagram. Według badań ma on największy wpływ na niekorzystne postrzeganie własnego ciała oraz poczucie samotności; z kolei na Facebooku młodzież najczęściej doświadcza znęcania się ze strony rówieśników¹². Z raportu RSPH płyną ważne rekomendacje dla rządów. Po pierwsze, aby wprowadzić w mediach społecznościowych ostrzeżenia o skutkach ich intensywnego użytkowania. Po drugie, by utworzyć programy wspierające użytkowników, które mogłyby identyfikować publikowane przez nich posty wskazujące na problemy ze zdrowiem psychicznym, a następnie dyskretnie proponować im wsparcie.

Uzależnienie

Zagadnieniem wyjściowym większości omawianych analiz jest uzależnienie od mediów społecznościowych i już na tym etapie ich wyniki znacznie różnią się od siebie. Badania wykonane w 2015 roku przez profesor Patti Valkenburg z Uniwersytetu Amsterdamskiego wykazały 5% uzależnionych młodych ludzi oraz przeciętny czas spędzany

11 Universität Würzburg, Is social media to blame for poor grades?, „ScienceDaily”, Würzburg 2018, <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/02/180219103217.htm>, [dostęp 24.09.2021]

12 Royal Society for Public Health, Young Health Movement, #Status of mind, RSPH, Londyn 2017, <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>, [dostęp 24.09.2021]

dziennie przez nastolatka z Holandii w mediach społecznościowych na 3 godziny¹³. Raport podsumowujący wyniki badań w Polsce w 2019 roku pt. „Młodzi cyfrowi”, który zostanie omówiony w dalszej części niniejszego raportu, wskazywał aż 30% uzależnionych. Te dwa przykłady jasno pokazują, jak duża jest skala rozbieżności – naukowcy nie są zgodni czy problem uzależnienia od mediów społecznościowych dotyczy co dwudziestego czy co trzeciego nastolatka, a to nie pozwala określić skali problemu.

Wsparcie wirtualne – czy można na nim polegać?

Katalog zarzutów wobec mediów społecznościowych, prezentowany w raportach z ostatnich lat, jest bardzo szeroki. Badanie Uniwersytetu Stanu Michigan przeprowadzone na grupie 403 studentów wykazało, że wsparcie udzielane wirtualnie nie wpływa na dobrostan psychiczny tak korzystnie jak wsparcie w świecie realnym¹⁴. „Okazało się, że chociaż wsparcie otrzymywane w mediach społecznościowych nie wpłynęło negatywnie na zdrowie psychiczne naszych badanych, to także nie było w stanie wpłynąć na nich pozytywnie, kiedy już mieli problemy”¹⁵ – mówią organizatorzy badania. „Nie da się tą drogą (red. mediów społecznościowych) nawiązać na tyle znaczącej więzi z drugą osobą, aby uzyskać od niej ten rodzaj wsparcia, który ma ochronne działanie na naszą psychikę”¹⁶. W tym kontekście niepokojąco brzmią wyniki innych badań. Raport „Młodzi Cyfrowi” wskazuje, że aż 10% młodych Polaków jest w związku z osobą, z którą utrzymuje kontakt jedynie za pośrednictwem mediów społecznościowych. Z kolei badanie ponad 16 tysięcy osób powyżej 16 roku życia z 18 krajów na całym świecie, przeprowadzone dla Kaspersky Daily w 2017 roku, pokazuje, że powszechne staje się ograniczanie kontaktów w świecie realnym, ze względu na możliwość kontaktu w świecie wirtualnym. Ankietowani przyznali, że mniej spotykają się ze swoimi rodzicami (31%), dziećmi (33%), partnerami/matłżonkami (23%), znajomymi (35%) i kolegami z pracy (34%), ponieważ mają z nimi kontakt w mediach społecznościowych¹⁷.

Przytaczane już wcześniej badania Królewskiego Towarzystwa Promocji Zdrowia wykazały, że w ciągu ostatnich 25 lat wskaźniki depresji i lęku wśród młodych ludzi wzrosły o 70%, a media społecznościowe zdaniem samych badanych pogarszają ten stan. Raport pokazuje związek między używaniem portali społecznościowych przez ponad 2 godziny dziennie a niską samooceną, myślami samobójczymi oraz złą jakością snu¹⁸. Takie same wnioski płyną także z badania amerykańskich naukowców przeprowadzonego w

-
- 13 Francesca Jenner, At least 5 % of young people suffer symptoms of social media addiction, „Horizon”, 2015 <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/horizon-magazine/least-5-young-people-suffer-symptoms-social-media-addiction>, [dostęp 25.09.2021]
- 14 D. Meshia, M. E. Ellithorpe, Problematic social media use and social support received in real-life versus on social media, Michigan State University, 2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460321001349?via%3Dihub>, [dostęp 25.09.2021]
- 15 Katarzyna Czechowicz, Naukowcy: w mediach społecznościowych nie dostajemy prawdziwego wsparcia, 2021 <https://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C87664%2Cnaukowcy-w-mediach-spoecznościowych-nie-dostajemy-prawdziwego-wsparcia.html>, [dostęp 26.09.2021]
- 16 Ibidem
- 17 Kaspersky Daily, Czy utworzyliśmy media (nie)społecznościowe?, 2017, <https://plblog.kaspersky.com/digital-depression/5900/>, [dostęp 26.09.2021]
- 18 Royal Society for Public Health, Young Health Movement, #Status of mind, op.cit.

2016 roku na grupie młodych dorosłych w wieku 19-32 lata. Próba badawcza, wynosząca 1787 osób, wykazała jednoznaczną korelację między wzrostem czasu spędzanego tygodniowo w mediach społecznościowych a częstotliwością występowania depresji¹⁹. Także badanie 5200 dorosłych amerykańskich użytkowników internetu przez Uniwersytet San Diego wykazało, że im więcej czasu badany spędzał na Facebooku, tym bardziej spadał jego poziom odczuwanego na co dzień szczęścia²⁰.

Zatem jaki aspekt mediów społecznościowych, zdaniem badaczy, wpływa tak negatywnie na zdrowie psychiczne młodych ludzi?

Raport szkockich naukowców z 2020 roku wskazuje na nieustanne porównywanie się z innymi użytkownikami, co w konsekwencji wpływa negatywnie na poczucie własnej wartości, wzmacnia skłonności do unikania ludzi, a nawet mizantropię²¹. Media społecznościowe okazują się być miejscem, w którym użytkownicy stale porównują się z innymi i w tych porównaniach, według nich, wypadają niekorzystnie. W 2017 roku troje pakistańskich naukowców przebadano za pomocą kwestionariuszy i wywiadów 150 studentów z Karaczi. Okazało się, że aż 88% z nich dokonuje porównań z innymi użytkownikami na Facebooku, a przytłaczająca część tychże porównań, bo aż 98%, to te, z których porównujący wyciągają pesymistyczne dla siebie wnioski – tzn. że życie osoby wrzucającej posty oceniają lepiej niż swoje własne²². Według przytaczanego już w niniejszej pracy badania dla Kaspersky Daily z 2016 roku u 57% użytkowników mediów społecznościowych spada zadowolenie z własnego życia na skutek obserwowania udostępnianych przez znajomych informacji o ich sukcesach. 54% badanych przyznało, że czuło się kiedyś źle przez zbyt małą liczbę polubień pod swoimi postami. Co czwarty mężczyzna (24%) przyznał, że niepokoi się, że jeśli zdobędzie mniej polubień, jego znajomi pomyślą, że nie jest popularny. Co ciekawe, u kobiet odsetek ten jest mniejszy i wynosi 17%. Ponadto 12% badanych deklaroowało, że dla uzyskania większej liczby polubień mogłoby udawać kogoś innego²³.

Badanie 112 brytyjskich studentek w wieku 17-25 lat, wykonane przez brytyjskich i australijskich naukowców w 2015 roku, ukazało korelację między wzrostem czasu spędzanego przez badane na Facebooku, a większą chęcią zmiany swojego wyglądu poprzez operacje plastyczne. Wraz z niezadowoleniem z własnego wyglądu pogarszał się także ich dobrostan psychiczny²⁴. By zbadać omawiane zagadnienie w 2019 roku przeprowadzono

19 LY. Lin, J. Sidani, A. Shensa, A. Radovic, E. Miller, J. Colditz, B. Hoffman, L. Giles, B. Primack, Association between social media use and depression among U.S. young adults, 2016, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26783723/>, [dostęp 26.09.2021]

20 H. Shakya, N. Christakis, Association of Facebook Use With Compromised Well-Being, „American Journal of Epidemiology”, 2017, <https://academic.oup.com/aje/article/185/3/203/2915143>, [dostęp 26.09.2021]

21 D. Warrender, R. Milne, How use of social media and social comparison affect mental health, „Nursing Times”, 2020, <https://www.nursingtimes.net/news/mental-health/how-use-of-social-media-and-social-comparison-affect-mental-health-24-02-2020/>, [dostęp 27.09.2021]

22 M. Jan, S. Soomro, N. Ahmad, Wpływ mediów społecznościowych na poczucie własnej wartości, „European Scientific Journal”, 2017, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3030048, [dostęp 27.09.2021]

23 Kaspersky Daily, Czy utworzyliśmy..., op. cit.

24 J. Fardouly, P. C. Diedrichs, L. R. Vartanian, E. Halliwell, Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood, „Body Image”, 2015, <https://uwe-repository.worktribe.com/output/837692>, [dostęp 27.09.2021]

eksperyment – 305 kobiet w wieku 18-30 lat zostało losowo przydzielonych do obejrzenia trzech zestawów zdjęć. Pierwszy zawierał idealnie wyretuszowane zdjęcia innych kobiet z Instagrama, drugi zdjęcia oryginalne (przed retuszem), a trzeci oba te zestawy. Zgodnie z przewidywaniami naukowców, kobiety oglądające drugi i trzeci zestaw były mniej niezadowolone z własnego ciała niż reprezentantki pierwszej badanej grupy²⁵. Warto także przytoczyć badanie wykonane w 2016 roku przez UCLA Brain Mapping Center z Los Angeles na 32 nastolatkach w wieku 13-18 lat, które pokazało, że „te same obwody w mózgu, które aktywują się w momencie jedzenia czekolady lub wygrania pieniędzy aktywują się kiedy nastolatki widzą dużą liczbę lajków pod własnym zdjęciem w mediach społecznościowych”. Mózgi badanych osób reagowały wówczas „równie silnie, jak na widok kochanej osoby”²⁶.

Cyberbullying i syndrom FOMO

Mówiąc o wpływie mediów społecznościowych na dobrostan, trzeba wspomnieć także o znęcaniu się młodzieży nad swoimi rówieśnikami w internecie (ang. cyberbullying). Temat ten poruszają m.in. badania RSPH, wskazując, że „cyberbullying jest coraz większym problemem – 7 na 10 młodych ludzi twierdzi, że go doświadczyło”. Z kolei 37% z nich było ofiarą znęcania w internecie o wysokiej częstotliwości. Waga problemu jest ogromna, niektórzy bowiem doświadczają bullyingu nieustannie – zarówno w budynku szkoły, jak i poza nim, kiedy prześladowania przenoszą się w świat wirtualny. Cyberbullying ma negatywny wpływ nie tylko na zdrowie psychiczne młodzieży, ale także na jej wyniki w nauce czy relacje społeczne. Jego częstymi konsekwencjami są: depresja, poczucie samotności, zaburzenia snu, a nawet samookaleczenia. Mimo, że portale społecznościowe posiadają oficjalnie twardą linię zwalczania prześladowań w internecie, 91% brytyjskiej młodzieży twierdzi, że po zgłoszeniu przez nich takich praktyk, nie podjęto żadnych działań²⁷.

Zdaniem analityków RSPH stan psychiczny pogarsza znacznie także syndrom FOMO, czyli potrzeba stałego monitorowania mediów społecznościowych ze strachu przed tym, że ominie nas ważne wydarzenie (jego nazwa pochodzi od angielskich słów „Fear of Missing Out”). Udostępnianie zdjęć i filmów w mediach społecznościowych oznacza, że młodzi ludzie doświadczają praktycznie niekończącego się strumienia doznań innych ludzi, który może potencjalnie podsycać poczucie, że brakuje im tak ciekawych życiowych przeżyć jak te, którymi dzielą się w internecie ich znajomi. FOMO zostało silnie powiązane z wyższym poziomem zaangażowania w mediach społecznościowych. Oznacza to, że im więcej dana osoba korzysta z portali społecznościowych, tym większe prawdopodobieństwo, że doświadczy tego syndromu²⁸. Co ciekawe, dla wielu młodych osób, które doświadczają FOMO, przez długi czas może to nie stanowić problemu. Coraz częściej jednak młodzi ludzie

25 M. Tiggeman, I. Anderberg, Social media is not real, „New Media & Society”, 2019, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819888720>, [dostęp 27.09.2021]

26 UCLA Brain Mapping Center, The teenage brain on social media, 2016, <https://www.uclahealth.org/news/the-teenage-brain-on-social-media>, [dostęp 27.09.2021]

27 Royal Society for Public Health, Young Health Movement, #Status of mind, op.cit.

28 Przybylski, A. Murayama, K. DeHaan, C. Gladwell, V. 2013. Motivational, emotional and behavioural correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behaviour*. Volume 29, Issue 4, July 2013, Pages 1841–1848. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

zgłaszają, że wspomniane poczucie strachu przed tym, że ominie ich ważne wydarzenie, powoduje u nich skutki w postaci nieprzerwanie towarzyszącego niepokoju psychicznego i poczucia niewystarczalności.



7 na 10 młodych ludzi twierdzi, że doświadczyło cyberbullingu.

Dlatego też twórcy raportu „#Status of mind” z Royal Society for Public Health wzywają do zawarcia tematyki mediów społecznościowych, uzależnienia od nich oraz cyberbullingu na lekcjach w szkole. Wskazują także na konieczność wyróżniania przez portale społecznościowe zdjęć, które zostały zmanipulowane cyfrowo np. poprzez nakładki lub Photoshop. W związku z ciągłym rozwojem mediów społecznościowych, droga psychoedukacji poprzez warsztaty na poziomie szkolnym, może być najefektywniejszym i najtrwalszym sposobem, by wyposażyć uczniów w kompetencje radzenia sobie z wpływem mediów społecznościowych na ich dobrostan.

Raport „Młodzi Cyfrowi”

Cennych informacji w omawianym temacie dostarczyło badanie „Młodzi Cyfrowi” przeprowadzone w 2019 roku przez naukowców z Uniwersytetu Gdańskiego na próbie ponad 61 tysięcy młodych ludzi w wieku 12-21 lat z obszaru całej Polski. Według niego 20% młodych Polaków przyznaje, że ich wizerunek w mediach społecznościowych nie jest zgodny z tym, jaki jest w rzeczywistości. 30% przyznaje z kolei, że jest od nich uzależniona, przy czym tę deklarację częściej składają kobiety (33,7%) niż mężczyźni (25,8%). 20% młodzieży osiąga ekstremalnie wysokie wyniki w badaniach natłogowego korzystania z telefonu komórkowego (fonoholizmu), kolejnych 20% osiąga wyniki wysokie. Tu także rezultaty nie są jednakowe dla obu płci – kobiety uzyskują ekstremalnie wysokie wskaźniki fonoholizmu dwukrotnie częściej niż mężczyźni. Pochylając się nad omawianymi badaniami, nie sposób pominąć zróżnicowania ich rezultatów dla obu płci.

Młode kobiety częściej niż młodzi mężczyźni:

- usuwają swoje zdjęcia lub wpisy w przypadku otrzymania niewystarczającej liczby lajków (robi tak 11% badanych kobiet i 8% mężczyzn),
- regularnie sprawdzają ile lajków otrzymują ich wpisy/zdjęcia (stosunek 35% do 19%),
- doświadczają syndromu FOMO (17% do 10%).

Raport „Młodzi Cyfrowi” ukazuje negatywne konsekwencje używania mediów społecznościowych, ale też samego smartfona, na wielu płaszczyznach: społecznej, zdrowia psychicznego oraz zdrowia fizycznego. 25% badanej młodzieży czuje się przeciążona nadmiarem informacji docierających do niej przez internet. 10% stwierdziło, że odkąd używa telefonu komórkowego, boli ich głowa, mają zawroty głowy lub mdłości. Młodzi deklarują także, że z powodu nadużywania smartfona zdarza im się niedosypiać (29% ankietowanych) lub zapomnieć o posiłku (10%). Według raportu, zabieganie o osiągnięcie perfekcyjnego wizerunku i stres spowodowany stałą dostępnością powodują wydzielanie hormonu stresu, czyli kortyzolu, wpływającego negatywnie na kondycję psychofizyczną.

Analiza podkreśliła istnienie zależności pomiędzy nadużywaniem mediów społecznościowych a pragnieniem natychmiastowej gratyfikacji, skutkującym eskalacją aspiracji wśród młodych ludzi. Wykazała także istnienie związku między poczuciem samotności życiowej a występowaniem syndromu FOMO, choć jest to korelacja o małym znaczeniu. Badania nie udowodniły natomiast zależności między poczuciem samotności a nadużywaniem mediów społecznościowych. Twórcy raportu podkreślają, że: „Wpływ korzystania z internetu na samotność wydaje się niejednoznaczny, bo samo zjawisko jest dość złożone. Badania Moody’ego²⁹ wskazują, że wraz ze wzrostem czasu spędzanego w sieci wzrasta poziom samotności emocjonalnej, obniża się natomiast poziom samotności

29 Moody, E. J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *CyberPsychology & Behavior*, 4(3), 393-401.

społecznej”. Ciężko tu więc o jednoznaczny wartościujący werdykt w sprawie wpływu mediów społecznościowych, bowiem z jednej strony mogą one przyczynić się do intensyfikacji kontaktów społecznych, a z drugiej zaangażować użytkownika do tego stopnia, że nie będzie miał już czasu na budowanie silnych relacji bezpośrednich.

Autorzy „Młodych Cyfrowych” akcentują jeszcze jedno zagadnienie: „Korzystanie z internetu lepiej służy ekstrawertykom niż introwertykom. U ekstrawertyków wraz ze wzrostem czasu spędzonego w internecie spada poczucie samotności i braku czasu, wzrasta natomiast dobrostan i samoocena. W przypadku introwertyków jest przeciwnie: im więcej czasu spędzają w sieci, tym częściej czują się samotni, a ich nastrój ulega obniżeniu”.

Raport dobitnie pokazuje jak wiele niebezpieczeństw grozi młodym użytkownikom mediów społecznościowych i jak negatywny wpływ mogą mieć one na dobrostan młodego człowieka. Tym ważniejsza wydaje się edukacja medialna dzieci przez rodziców, tej jednak bardzo często brak. Co więcej, w wielu przypadkach to dzieci, w zakresie mediów społecznościowych, muszą edukować swoich rodziców. Po raz ostatni oddajmy głos twórcom „Młodych Cyfrowych”: „Młodzi nie upatrują w rodzicach przewodników po cyfrowym świecie, za to prawie połowa uczniów pomaga rodzicom rozwiązywać problemy związane z korzystaniem z sieci. (...) 60,6% uczniów twierdzi, że rodzice nie uczą ich odpowiedzialnego korzystania z internetu oraz smartfona”³⁰. Dochodzimy więc do zagadnienia kluczowego – braku edukacji w zakresie korzystania z mediów społecznościowych, a szerzej internetu. Niezależnie od tego którym badaniom damy wiarę, nie ulega wątpliwości, że negatywne zjawiska na portalach społecznościowych, takie jak cyberbullying, nieustanne porównywanie się z innymi czy syndrom FOMO, istnieją. Dopóki szkoła, rodzice oraz same media społecznościowe nie będą ostrzegały młodzieży przed możliwymi niebezpieczeństwami, dopóty opisane w niniejszej części raportu czynniki będą wywierały szkodliwy wpływ na młodych ludzi.

30 M. Dębski, M. Bigaj, Młodzi Cyfrowi. Nowe technologie. Relacje. Dobrostan., „Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne”, Gdynia 2019, ISBN: 978-83-7489-818-8, https://dbamomozasieg.pl/wp-content/uploads/2021/03/Mlodzi-Cyfrowi.-Nowe-technologie.-Relacje.-Dobrostan_ksiazka-1.pdf, [dostęp 27.09.2021]

Bezpieczeństwo i dezinformacja

Blisko 80% Europejczyków przyznaje, że kilka razy w miesiącu natrafia na informacje, które w ich przekonaniu są fałszywe lub wprowadzające w błąd, a 85% postrzega to jako problem w swoim kraju.

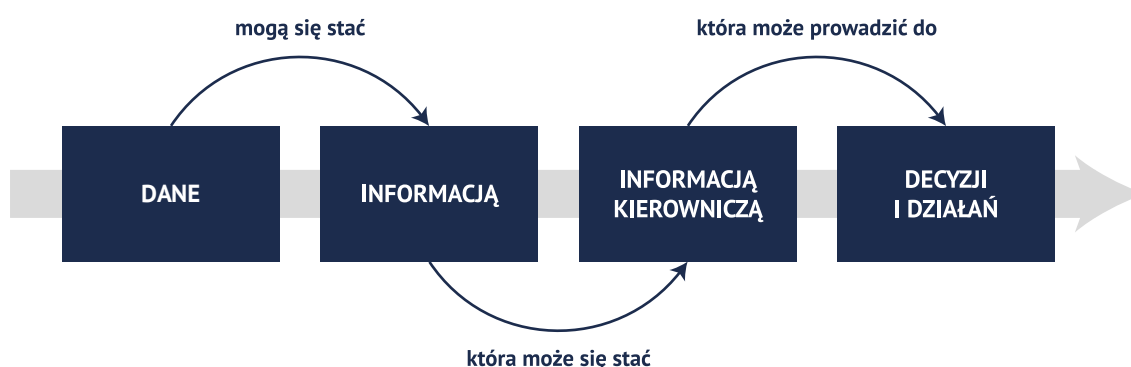
Informacje pełnią bardzo ważną rolę w procesie budowy społeczeństwa obywatelskiego. Szczególną uwagę należy zwrócić na proces powstawania informacji, które mogą przybierać różny charakter, a ich rozpowszechnianiu mogą towarzyszyć konkretne intencje przypisane przez autora. Według J.O Hicksa, informacja to przetworzona dana, która ma znaczenie dla jednostki w konkretnej sytuacji decyzyjnej, a zdaniem jednych z twórców teorii zarządzania informacją w biznesie C. Clare i P. Loucopoulos, informacje są produktem istotnego przetwarzania danych³¹. Rola i znaczenie informacji może wynikać z cech, takich jak:

- dokładność – oznacza, że informacja nie powinna być zbyt ogólna, ale również nie może być za szczegółowa,
- wszechstronność – różnorodność punktu widzenia,
- kompletność – brak wrywkowości,
- aktualność – dostarczenie informacji w odpowiednim czasie,
- rzetelność – prawdziwość źródła informacji oraz jej zawartości,
- celowość – oznacza, że informacja musi czemuś lub komuś służyć³².

Biorąc pod uwagę powyższe można stwierdzić, że informacja to znaczenie, jakie można przypisać danej. Warto zwrócić uwagę: każda informacja jest daną, ale nie każda dana jest informacją, ponieważ odbiorca informacji skorzysta z niej wtedy, gdy będzie w stanie odebrać sygnały i nadać im odpowiednie znaczenie³³.

Poniższy model obrazuje zależność pomiędzy danymi a informacjami.

Rysunek 1. Zależność pomiędzy daną a informacją



Źródło: Z. Malara, J. Rzęchowski, Zarządzanie informacją na rynku globalnym: teoria i praktyka, Warszawa 2011, s. 18.

31 M. Grabowski, A. Zając, Dane, informacja, wiedza – próba definicji, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2009, nr. 798, s. 105.

32 Tamże, s. 106.

33 Z. Malara, J. Rzęchowski, Zarządzanie informacją na rynku globalnym: teoria i praktyka, Warszawa 2011, s. 18.

Dezinformację natomiast najprościej można zdefiniować jako informację nieprawdziwą lub mylącą odbiorcę. V. Volkoff, francuski twórca jednej z teorii dezinformacji ulokował ją pomiędzy wprowadzaniem w błąd a wpływaniem na odbiorcę³⁴. Volkoff wymienia kilka podstawowych metod dezinformacji:

- negacja faktów przy założeniu, że nie ma świadków, którzy mogą potwierdzić i ustalić prawdę,
- mieszanie prawdy, która pojawia się w momencie, kiedy opinia publiczna jest już poinformowana o danym wydarzeniu, ale brak szczegółów w danej sprawie,
- rozmycie, które polega na „zalaniu” głównej informacji przez dużą ilość nieistotnych faktów dla danej sytuacji,
- kamuflaż, który polega na drobiazgowym opisanie sytuacji, aby zakryć istotę głównego przekazu,
- interpretacja, czyli modyfikacja odpowiednich słów i ułożenie ich w taki sposób, aby dana sytuacja prezentowała się zgodnie z intencją autora przetwarzającego informację,
- ilustracja, która polega na użyciu faktu jednostkowego jako obrazu szerszego zjawiska społecznego,
- generalizacja, czyli ukazanie faktu za pomocą jednostkowego przykładu, który może być odstępstwem od normy³⁵.

Globalizacja oraz rozwój środków masowego przekazu niesie za sobą zarówno korzyści, jak i negatywne skutki społeczne. W 2014 roku Światowe Forum Ekonomiczne zwróciło uwagę na gwałtowne rozprzestrzenianie się błędnych informacji w internecie jako jedną z dziesięciu najważniejszych zjawisk zachodzących w nowoczesnych społeczeństwach. Dane statystyczne wskazują, że w 2016 roku dla 57% użytkowników w Unii Europejskiej czytelnicy wiadomości i wyszukiwarki w mediach społecznościowych były głównym sposobem pozyskiwania informacji, a jedna trzecia grupy osób w wieku 18-24 lat twierdziło, że media społecznościowe to ich główne źródło informacji. Problem może pojawiać się w momencie próby weryfikacji informacji. Blisko 80% Europejczyków przyznaje, że kilka razy w miesiącu natrafia na informacje, które w ich przekonaniu są fałszywe lub wprowadzające w błąd, a 85% postrzega to jako problem w swoim kraju³⁶.

34 A. Januszko-Szakiel, Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością, [na:] https://repozytorium.ka.edu.pl/bitstream/handle/11315/89/Januszko-Szakiel_Aneta_Dezinformacja_jako_narz%4c99dzie_medialnej_manipulacji_%c5%9bwiadomo%c5%9bci%4c85_2010.pdf?sequence=4&isAllowed=y, s. 211, dostęp: 26.09.2021 r.

35 Tamże, s. 212.

36 Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, [na:] https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/04/Zwalczanie_dezinformacji_w_Internecie_Komunikat_KE-1-Komunikaty-Komisji-Europejskiej-3.pdf, [dostęp: 26.09.2021 r.].

Współcześnie można również obserwować przykłady działań dezinformacyjnych. W 2020 roku koronawirus znacząco wpłynął na życie społeczne, w tym również na media, które, przekazywały dużo informacji na jego temat. Wśród specjalistycznej i naukowej wiedzy, przekazywanej za pomocą środków komunikacji, m.in. Facebook oraz YouTube, znajdowały się również teorie spiskowe oraz informacje wprowadzające odbiorców w błąd, jak np. celowe stworzenie wirusa przez elitę światową w celu zmniejszenia populacji na świecie. Takie teorie mogą mieć dużo większy, negatywny skutek społeczny, który pociągnie za sobą działania jak np. dezinformacja na temat instalacji sieci 5G, która sprzyja rozprzestrzenianiu się COVID-19. Rezultatem krążenia takich informacji było np. niszczenie masztów telekomunikacyjnych. Udostępniane informacje w mediach społecznościowych nie poparte żadnymi badaniami naukowymi, mogą prowadzić również do podważania wiarygodności instytucji publicznych, a w skrajnych przypadkach do bezpośredniej agresji, jak miało to miejsce w przypadku ataku na punkty szczepień przez antyszczepionkowców.

Przykładów dezinformacji oraz szerzenia się fake newsów jest znacznie więcej. Niejednokrotnie dane jednostki starają się wykorzystać media społecznościowe do zaogniania konfliktów społecznych. Takie działania niejednokrotnie podejmują państwa trzecie, które dążą do skłócenia społeczeństwa w danym kraju. Należy w tym przypadku brać pod uwagę informację jako element wojny hybrydowej między państwami. Jedną z metod jest wdrożenie do obiegu „zartobliwej” myśli zapisanej w obrazku, tak aby odbiorca bez refleksji uznał to za prawdę, zwłaszcza jeśli w minimalnym stopniu świadomość jest podbudowana pewnymi informacjami np. historycznymi. Za przykład może posłużyć podsycanie nastrojów antyukraińskich w Polsce za pomocą „mema”, który przedstawił rzekomą wypowiedź prezydenta Ukrainy Petro Poroszenki. Podczas jego wystąpienia miały wybrzmieć słowa „My, Ukraińcy, nigdy nie pogodzimy się z faktem, że Przemysł pozostaje w rękach Polaków”. Tak przedstawiona, fałszywa informacja, była podana dalej w mediach społecznościowych z przekonaniem, że sytuacja miała miejsce. W rzeczywistości takie słowa nigdy nie padły z ust prezydenta Ukrainy. Uznanie tej informacji za wiarygodną było podbudowane już wcześniejszą dezinformacją o chęci rewizjonizmu terytorialnego Ukrainy względem m.in. terenów przynależnych do Polski³⁷.

W trakcie wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych w 2020 roku również nie brakowało działań dezinformacyjnych, które miały miejsce w mediach społecznościowych odnośnie rzekomego fałszowania wyborów. Na takie działania odpowiedziały serwisy Facebook i TikTok, które zablokowały hasztagi wykorzystywane do szerzenia w mediach społecznościowych dezinformacji, a Twitter zapewnił, że na bieżąco monitoruje treści, jakie pojawiają się w serwisie. Hasztagi takie jak np. „#stopthesteal” (z ang. powstrzymać kradzież) zostały zablokowane w celu ograniczenia szerzenia nieprawdziwych informacji³⁸. Media społecznościowe odgrywają znaczącą rolę informacyjną, dlatego tym większa

37 P. Kmieciak, Bezpieczeństwo informacyjne Rzeczypospolitej w dobie fake news – przykłady wykorzystywania mediów cyfrowych w szerzeniu dezinformacji, [na:] <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-8d7cfb4f-0b80-4c5d-826d-0ff5029cff7d>, s. 97, [dostęp: 27.09.2021 r.].

38 PAP, Facebook i TikTok blokują hasztagi szerzące dezinformację o wyborach w USA, [na:] <https://www.pap.pl/pap-technologie/751668%2Cfacebook-i-tiktok-blokuja-hasztagi-szerzace-dezinformacje-o-wyborach-w-usa>, [dostęp: 27.09.2021 r.].

odpowiedzialność ciąży na firmach kierujących nimi. Muszą bowiem wdrożyć skuteczne metody walki z dezinformacją oraz szerzeniem fake newsów.

Rysunek 2. Fake news na temat słów prezydenta Ukrainy



Źródło: P. Kmieciak, Bezpieczeństwo informacyjne Rzeczypospolitej w dobie fake news – przykłady wykorzystywania mediów cyfrowych w szerzeniu dezinformacji, s. 97.

Współpraca wszystkich sektorów, które są w stanie przeciwdziałać często zamierzonym działaniom dezinformacyjnym, jest kluczowa. Mowa o sektorze publicznym, prywatnym i pozarządowym. Działania zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego zostały już wcześniej wspomniane, natomiast warto zaznaczyć rolę oddolnych inicjatyw społecznych, w tym NGO, jak np. grupa International Fact-Checking Network (IFCN). Grupa w trakcie

pandemii COVID-19 podjęła inicjatywę polegającą na utworzeniu specjalnego hasztagu „#CoronaVirus Facts Alliance” w celu możliwie najbardziej rzetelnego przekazu faktów na temat wirusa³⁹.

Rozwój technologii cyfrowych oraz środków masowego przekazu stanowi wyzwanie dla instytucji międzynarodowych, europejskich i krajowych. Działania powinny uwzględniać ogół zjawiska i stanowić kompleksową odpowiedź na skalę problemu. W odniesieniu do występującego problemu w krajach europejskich, w 2018 roku Komisja Europejska wydała opinię dotyczącą przeciwdziałania dezinformacji, w której zaapelowano o podjęcie działań przez kraje członkowskie na rzecz zwalczania dezinformacji przy jednoczesnym zachowaniu swobód demokratycznych jak np. prowadzenia debat publicznych

W opinii Komisji Europejskiej działaniom powinny przyświecać konkretne cele i zasady:

1. **Przejrzystość** – w celu stworzenia przejrzystości informacji należy stworzyć mechanizmy, które umożliwiają selekcję fałszywych informacji oraz promować zmiany w zachowaniu platform, które zapewnią odpowiedzialny ekosystem informacyjny w swoich serwisach jak np. weryfikacja faktów i zbiorowej wiedzy. Rekomendowane działania opierają się również na:
 - w z moczeniu kontroli umieszczania reklam oraz ograniczenie dochodów dla podmiotów, które są źródłem dezinformacji,
 - przejrzystość treści sponsorowanych, w szczególności reklamy politycznej i tematycznej,
 - wykazanie skuteczności w likwidacji fałszywych kont w serwisach społecznościowych,
 - ułatwienie i zapewnienie dostępu do narzędzi, które pomogą użytkownikom w zgłoszeniu fałszywych informacji.
2. **Różnorodność** – promocja różnorodnych źródeł informacyjnych w celu zwiększania świadomości i decyzji opartych na krytycznym myśleniu.
3. **Wiarygodność** – wsparcie wiarygodności poprzez wskazywanie, czy można ufać innym podmiotom w procesie zdobywania wiedzy w danym temacie np. poprzez poprawę uwierzytelniania wpływowych dostawców informacji.
4. **Integracja** – aby skutecznie długofalowe działania, należy podjąć inicjatywy na rzecz świadomości o istniejącym problemie fake newsów oraz dezinformacji oraz zacieśniania współpracy instytucji publicznych, platform internetowych, reklamodawców, dziennikarzy i grup medialnych⁴⁰.

39 S. Wigienka, Przeciwdziałanie dezinformacji w dobie pandemii COVID-19, [na:] <https://journals.ptks.pl/compress/article/view/247/187>, dostęp: 27.09.2021 r.

40 Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, [na:] https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/04/Zwalczanie_dezinformacji_w_Internecie_Komunikat_KE-1-Komunikaty-Komisji-Europejskiej-3.pdf, [dostęp: 27.09.2021 r.].

Podsumowanie i przesłanki do polityk publicznych

W odniesieniu do występującego problemu w krajach europejskich, w 2018 roku Komisja Europejska wydała opinię dotyczącą przeciwdziałania dezinformacji, w której zaapelowano o podjęcie działań przez kraje członkowskie na rzecz zwalczania dezinformacji przy jednoczesnym zachowaniu swobód demokratycznych jak np. prowadzenia debat publicznych



Przegląd prac i badań w temacie wpływu mediów społecznościowych na społeczeństwo, możemy sprowadzić przynajmniej do kilku spostrzeżeń. Przede wszystkim, warto wskazać na bardzo zróżnicowane i niejednoznaczne wyniki badań. Przy tak różnych raportach badawczych, nie istnieje możliwość sformułowania jednoznacznej opinii na temat wpływu mediów społecznościowych na dobrostan człowieka. Wspomniane wyniki znacznie różnią się od siebie, a zazwyczaj mowa jedynie o wpływie negatywnym lub o jego braku. Wobec tego, trudno oczekiwać od decydentów pojedynczych rozwiązań, które odpowiedzą na wszystkie potencjalne negatywne skutki mediów społecznościowych i internetu⁴¹. Wobec tego, najbardziej odpowiednim podejściem, może jawić się strategia, która obecnie jest szeroko proponowana również w innych domenach polityk publicznych takich jak finanse, zdrowie czy ochrona środowiska - mowa tu o strategii „spostrzeżeń” czy „wglądów” behawioralnych (ang. behavioral insights). Jak piszą Thaler i Sunstein, jedni z propagatorów wykorzystania nauk behawioralnych w politykach publicznych, nie powinniśmy poszukiwać jednej interwencji, która wpasuje się we wszystkie potrzeby (ang. one-size-fits-all solution), tylko starać się zidentyfikować kilka głównych potrzeb społecznych i próbować tworzyć programy wspomagające je oddzielnie. W ten sposób możemy nie tylko aplikować rozwiązania w bardziej dokładny i efektywny sposób, ale również łatwiej mierzyć rezultaty tych „szytych na miarę” rozwiązań. Tego typu podejście jest już od kilku lat z powodzeniem wdrażane m.in. przez brytyjską agencję rządową Behavioural Insights Team (BIT)⁴², stosującą interwencje behawioralne w politykach publicznych. Mowa tutaj m.in. o narzędziach typu nudge (pol. „impuls”, „szturchnięcie”), które wpływają na zachowanie decydentów, bez wprowadzania kar ani nagród. Badania BIT wskazują na wysoką skuteczność polityk publicznych korzystających z interwencji behawioralnych, które są jednocześnie szybsze i tańsze od klasycznych instrumentów legislacyjnych⁴³. Działające interwencje typu nudge, mogą m.in. w łatwiejszy sposób tłumaczyć obywatelom najbardziej adekwatny wybór ubezpieczenia zdrowotnego czy np. przekonywać do zachowań proklimatycznych, odwołując się do norm społecznych⁴⁴. Przykłady nudgingu możemy również znaleźć w polskich realiach. Najnowszy program Polskiego Funduszu Rozwoju, Pracownicze Plany Kapitałowe, jest przykładem na zastosowanie automatycznego zapisu. Automatyczny zapis czy też wprowadzanie tak zwanej „opcji domyślnej”, gdzie decydenci są domyślnie przypisywani do konkretnej opcji (np. rozpoczęcia oszczędzania), ale mają możliwość w każdej chwili by z niej zrezygnować, jest jednym z najprostszych sposobów tworzenia architektury decyzyjnej. Wyniki badań wskazują, że opcje domyślne mogą zwiększyć partycypację w przeróżnych programach (np. oszczędnościowych) nawet o kilkadziesiąt procent⁴⁵. Spośród przyczyn działania opcji domyślnych, badacze najczęściej wyróżniają prokrastynację, niewielką wiedzę w danej dziedzinie, czy po prostu ufnosć architektowi - w tym przypadku pracodawcy

41 Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

42 Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/> [dostęp 23.09.2021]

43 Krawiec, J. M., Piaskowska, O., Piesiewicz, P., & Białaszek, W. (2021, March 22). Tools for Public Health Policy: Nudges and Boosts as Active Support of the Law in Special Situations such as the COVID-19 Pandemic. <https://doi.org/10.31234/osf.io/8sep6>

44 Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

45 Madrian, B. C., & Shea, D. F. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401 (k) participation and savings behavior. *The Quarterly journal of economics*, 116(4), 1149-1187.

czy Państwu. Dodatkowo, opcje domyślne są postrzegane jako swoisty „święty graal” nudgingu⁴⁶. Na pełne wyniki wprowadzonych Planów Kapitałowych należy jeszcze trochę poczekać. Pierwsze wyniki badań, zapowiadają się natomiast bardzo obiecująco⁴⁷.

Po drugie, uważamy, że obszar mediów społecznościowych i internetu jest niesamowicie trudnym obszarem do wprowadzania polityk publicznych wspomagających dobrostan obywateli. Szybko zmieniająca się technologia, wszechobecność świata cyfrowego i wpływ na osoby z bardzo różnych grup społecznych i wiekowych nie ułatwia opracowania jasnych regulacji, będących idealnym rozwiązaniem. Niestety, perspektywy bardziej zdecydowanych regulacji prawnych, często wzmagają w społeczeństwie głosy, że jest to ograniczenie wolności, jaką na co dzień zapewnia internet. W związku z tym, zdaje się, że najbardziej efektywnymi rozwiązaniami zapobiegającymi negatywnym skutkom nowych technologii jest rozsądna edukacja i rozwój utrzymujących się kompetencji wśród obywateli. Jako przykład można wskazać takie interwencje jak przeglądarkowa gra Get Bad News⁴⁸, której celem jest rozwój umiejętności rozpoznawania działań trollerskich na Twitterze i w innych przestrzeniach internetu. Gra stworzona w rezultacie badań zespołu prof. Sandera Van der Linden, działa w oparciu o zasady szczepienia przeciwko fake-newsom, gdzie osoby badane otrzymują niewielkie dawki nieprawdziwych informacji, by lepiej zrozumieć sposoby tworzenia dezinformacji. Wyniki badań pokazują, że jest to skuteczna metoda zwiększenia kompetencji rozpoznawania i nie ulegania dezinformacji.

Kolejną istotną przesłanką, wynikającą z powyższych rozważań, jest nie tylko dostosowanie interwencji do określonych grup społecznych i ich potrzeb, ale również odpowiednio wczesne prowadzenie profilaktycznych działań, zapobiegających negatywnym efektom rozprzestrzeniania się informacji w internecie. Świetnym przykładem jest kampania polskiej agencji NASK „#OznacZDezinfo”⁴⁹, której celem było zachęcenie internautów do proaktywnych postaw w internecie: oznaczania oraz zgłaszania dezinformacji. Dodatkowo, samo hasło kampanii stanowiło jednocześnie skrót, którego rozwinięcie przybiera formę poradnika dla internautów: O – Odpowiedzialnie udostępniaj, Z – Zrozum cel, N – Nie wierz krzykliwym nagłówkom, A – Analizuj treść, C – Czekaj, aż opadną emocje, Z – Zgłaszaj dezinformację. Tak prowadzone kampanie informacyjne nie tylko rozwijają sceptycyzm wobec informacji napotykanych w internecie czy mediach, ale dodatkowo wyposażają obywateli w długotrwałe kompetencje umożliwiające radzenie sobie z dezinformacją w przyszłości. Akcje, takie jak #OznacZDezinfo w połączeniu z bieżącą działalnością organizacji pozarządowych takich jak Stowarzyszenie Demagog czy inicjatyw Wojownicy Klawiatury, mogą w znaczącym stopniu ograniczyć działalność farm trolli czy powstawania fake newsów.

46 Jedynek, T. (2020). Jak efektywnie zachęcić Polaków do oszczędzania na emeryturę? Dorobek ekonomii behawioralnej w konstrukcji pracowniczych planów kapitałowych. *Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje*, 45, 33-46.

47 <https://www.mojepk.pl/aktualnosci/Bardzo-dobre-wyniki-inwestycyjne-uczestnik-w-PPK.html> [dostęp 23.09.2021]

48 Gra przeglądarkowa GetBadNews.pl, ucząca internautów rozpoznawania nieprawdziwych informacji oraz działań trollerskich: <https://www.getbadnews.pl/#intro> [dostęp 23.09.2021]

49 <https://www.nask.pl/pl/aktualnosci/3763,OznacZDezinfo-akcja-NASK-przeciw-infodemii-o-koronawirusie.html> [dostęp 23.09.2021]

Podsumowując, mimo wielu niejednoznacznych zagrożeń, jakie mogą być wynikiem nowych technologii i internetu, istnieje wiele narzędzi, z których twórcy polityk publicznych mogą korzystać. Dodatkowo, uważamy, że efekty ich działań mogą być w znaczącym stopniu wzmocnione przez działalność organizacji pozarządowych, które już od wielu lat starają się budować świadomość obywateli na temat zagrożeń internetu. Jesteśmy przekonani, że sprawne wykorzystanie rządowych i pozarządowych narzędzi, może przyczynić się do skutecznego niwelowania negatywnego wpływu nowych technologii i do zapewnienia społeczeństwu wysokiego dobrostanu psychicznego.

Rekomendacje dalszych kroków przeciwdziałających negatywnym skutkom mediów społecznościowych i internetu:

- edukacja na temat potencjalnych negatywnych skutków mediów społecznościowych wśród młodzieży szkolnej - brak wiedzy np. na temat FOMO wśród rodziców, nauczycieli i uczniów może prowadzić do ignorowania wczesnych objawów tego syndromu, któremu można by wówczas zapobiec,
- tworzenie i wspieranie kampanii informacyjnych na temat bieżących wydarzeń w kraju i na świecie, które przedstawiają rzetelne informacje, w oparciu o analizy specjalistów,
- wdrażanie odpowiednich regulacji na poziomie krajowym i europejskim, ograniczających rozprzestrzenianie się fałszywych informacji,
- wprowadzanie programów wsparcia finansowego dla organizacji sektora pozarządowego, działającego na rzecz walki z dezinformacją,
- rozwijanie kompetencji rozpoznawania nieprawdziwych informacji w mediach społecznościowych i internecie przez organizacje pozarządowe - poprzez gry przeglądarkowe takie jak GetBadnews.pl,
- edukacja na temat dezinformacji internetowej przez oficjalne projekty agencji rządowych takie jak projekt NASK pt. „#OznaczDezinfo” czy organizacji pozarządowych jak Stowarzyszenie Demagog i Wojownicy Klawiatury.

Bibliografia

- Buckley, C. (2019). Does time spent on social media impact mental health? <https://news.byu.edu/intellect/does-time-spent-on-social-media-impact-mental-health-new-byu-study-shows-screen-time-isnt-the-problem>
- Czechowicz, K. (2021). Naukowcy: w mediach społecznościowych nie dostajemy prawdziwego wsparcia. <https://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C87664%2Cnaukowcy-w-mediach-spoecznościowych-nie-dostajemy-prawdziwego-wsparcia.html>
- Dębski, M., & Bigaj, M. (2019). Młodzi Cyfrowi. Nowe technologie. Relacje. Dobrostan. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. https://dbamomojzasieg.pl/wp-content/uploads/2021/03/Mlodzi-Cyfrowi.-Nowe-technologie.-Relacje.-Dobrostan_ksiazka-1.pdf
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. <https://uwe-repository.worktribe.com/output/837692>
- Get Bad News. (2020). Gra przeglądarkowa GetBadNews.pl. <https://www.getbadnews.pl/#intro>
- Grabowski, M., & Zając, A. (2019). Dane, informacja, wiedza – próba definicji. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Hootsuite. (2021). Digital in Poland. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland>
- Januszko-Szakiel, A. (n.d.). Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością. https://repozytorium.ka.edu.pl/bitstream/handle/11315/89/Januszko-Szakiel_Aneta_Deinformacja_jako_narz%4%99dzie_medialnej_manipulacji_%c5%9bwiadomo%c5%9bci%c4%85_2010.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Jedynak, T. (2020). Jak efektywnie zachęcić Polaków do oszczędzania na emeryturę? Dorobek ekonomii behawioralnej w konstrukcji pracowniczych planów kapitałowych. Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje.
- Jenner, F. (2015). At least 5 % of young people suffer symptoms of social media addiction. <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/horizon-magazine/least-5-young-people-suffer-symptoms-social-media-addiction>
- Kaspersky Daily. (2017). Czy utworzyliśmy media (nie)społecznościowe? <https://plblog.kaspersky.com/digital-depression/5900/>

- Kmieciak, P. (2020). Bezpieczeństwo informacyjne Rzeczypospolitej w dobie fake news – przykłady wykorzystywania mediów cyfrowych w szerzeniu dezinformacji.
<https://www.pap.pl/pap-technologie/751668%2Cfacebook-i-tiktok-blokuja-hasztagi-szerzace-dezinformacje-o-wyborach-w-usa>
- Komisja Europejska. (2019). Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów.
https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/04/Zwalczanie_dezinformacji_w_Internecie_Komunikat_KE-1-Komunikaty-Komisji-Europejskiej-3.pdf
- Krawiec, J., Piaskowska, O., Piesiewicz, P., & Białaszek, W. (n.d.). Tools for Public Health Policy: Nudges and Boosts as Active Support of the Law in Special Situations such as the COVID-19 Pandemic.
<https://doi.org/10.31234/osf.io/8sepk>
- Lin, L., Sidani, J., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J., Hoffman, B., Giles, L., & Primack, B. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26783723/>
- Madrian, B., & Shea, D. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401 (k) participation and savings behavior. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Malara, Z., & Rzęchowski, J. (2011). Zarządzanie informacją na rynku globalnym: teoria i praktyka.
- Meshia, D., & Ellithorpe, M. E. (2021). Problematic social media use and social support received in real-life versus on social media.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460321001349?via%3Dihub>
- Moody, E. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *CyberPsychology & Behavior*.
- Muqaddas, J., Sanobia, S., & Nawaz, A. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal*.
- Naukowo-Akademicka Sieć Komputerowa. (2020). #OZNACZDEZINFO – AKCJA NASK PRZECIWIW INFODEMII O KORONAWIRUSIE.
<https://www.nask.pl/pl/aktualnosci/3763,OznacZDezinfo-akcja-NASK-przeciw-infodemii-o-koronawirusie.html>
- Orben, A., Dienlin, T., & Przybylski, A. (2019). Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction. *Proceedings of the National Academy of Sciences*.
<https://www.pnas.org/content/116/21/10226>

- Orben, A., & Przybylski, A. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*.
<https://www.nature.com/articles/s41562-018-0506-1>
- Pew Research Center. (2018). Teens' Social Media Habits and Experiences.
<https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/>
- Pracownicze Plany Kapitałowe. (2020). Bardzo dobre wyniki inwestycyjne uczestnik w PPK.
<https://www.mojepk.pl/aktualnosci/Bardzo-dobre-wyniki-inwestycyjne-uczestnik-w-PPK.html>
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, K., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*.
- Royal Society for Public Health. (2017). Young Health Movement, #Status of mind.
<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Shakya, H., & Christakis, N. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being. *American Journal of Epidemiology*.
<https://academic.oup.com/aje/article/185/3/203/2915143>
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*.
- Tiggeman, M., & Anderberg, L. (2019). Social media is not real. *New Media & Society*.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819888720>
- UCLA Brain Mapping Center. (2016). The teenage brain on social media. <https://www.uclahealth.org/news/the-teenage-brain-on-social-media>
- Universität Würzburg. (2018). Is social media to blame for poor grades? <https://www.sciencedaily.com/releases/2018/02/180219103217.html>
- Warrender, D., & Milne, R. (2020). How use of social media and social comparison affect mental health. *Nursing Times*.
<https://www.nursingtimes.net/news/mental-health/how-use-of-social-media-and-social-comparison-affect-mental-health-24-02-2020/>
- Wigienka, S. (2021). Przeciwdziałanie dezinformacji w dobie pandemii COVID-19.
<https://journals.ptks.pl/compress/article/view/247/187>



Instytut im. Kazimierza Promyka

Copyright ©
Instytut im. Kazimierza Promyka

Warszawa, Grudzień 2021

**Raport powstał dzięki współfinansowaniu
ze środków NIW-CRSO w ramach Programu
PROO.**



Program Rozwoju
Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018–2030

PROO