

ZESPÓŁ SZKÓŁ EKONOMICZNYCH
IM. A. I J. VETTERÓW W LUBLINIE
UL. BERNARDYŃSKA 14
20-109 LUBLIN

Aleksandra Rodaczek

*Media społecznościowe -
szanse i zagrożenia*

Lublin, 2022

Media społecznościowe - szanse i zagrożenia

Media społecznościowe, inaczej nazywane *social mediami*, są to środki przekazu, umożliwiające użytkownikom Internetu wzajemne komunikowanie się i nawiązywanie kontaktu. Ponieważ są one stosunkowo „świeżym” tworem, trudno o jednoznaczną ich definicję. Zaliczają się one do kategorii tak zwanych *nowych mediów*, czyli środków komunikacji, które wykorzystują w swoim działaniu nowoczesną technologię o charakterze cyfrowym. Jako jedne z głównych cech takich mediów wymienia się cyfrowość, interaktywność, hipertekstualność, usieciowienie, wirtualność, czy symulacyjność. *Social media* mogą przybierać bardzo różne formy - są nimi takie popularne serwisy, jak *Facebook*, *Instagram*, czy *YouTube* - a ich cechą wspólną jest właśnie tworzenie przestrzeni, w której będą komunikować się ich grupy docelowe, tworzące całe społeczności. Człon ‘*social*’ odnosi się do społecznego wymiaru tego zjawiska, ‘*media*’ - do charakteru technicznego, konkretnych sposobów i narzędzi komunikacji.

Z badania przeprowadzonego przez *Global Web Index* w 2017 roku wynika, że dziesięcioma najważniejszymi powodami, dla których ludzie korzystają z *social mediów*, są: obserwowanie aktywności naszych znajomych, pozyskiwanie aktualnych informacji i dowiadywanie się o wydarzeniach, wypełnianie wolnego czasu, poszukiwanie zabawnych i rozrywkowych treści, czy ogólne nawiązywanie kontaktu z innymi ludźmi. Kolejnym powodem posiadania przez nas kont w mediach społecznościowych jest fakt, że wielu z naszych znajomych już takie konta posiada; poza tym jest to chęć udostępniania zdjęć i filmów, dzielenie się swoimi opiniami i wyszukiwanie produktów, które chcemy kupić. Dopiero na ostatnim miejscu tej listy plasuje się przesłanka, jaką zwykliśmy przyjmować jako tę najważniejszą, jeśli chodzi o naszą motywację do korzystania z takich platform, czyli chęć poznawania innych ludzi - powód ten jako zasadniczy w swojej decyzji o korzystaniu z *social mediów* wskazało jedynie 27% respondentów.

Chociaż na ogół wydaje nam się, że media społecznościowe są domeną przede wszystkim ludzi młodych, to z badań wynika, iż korzysta z nich coraz więcej osób w różnych kategoriach wiekowych. Według raportu *Hootsuite* za rok 2021, średni czas, jaki w ciągu dnia na media społecznościowe poświęca statystyczny Polak w wieku od 16 do 64 lat wynosi dwie godziny. To dość duża liczba, biorąc pod uwagę fakt, że w samym Internecie spędza on niemal siedem godzin.

Ponieważ zarówno korzystanie z sieci, jak i poruszanie się po przestrzeni samych mediów społecznościowych, wydaje się być ważnym elementem życia współczesnego człowieka, warto zadać sobie pytanie: jakie szanse i zagrożenia niesie za sobą to zjawisko?

Zasadniczą kwestią, która będzie znajdowała swoje odzwierciedlenie we wszystkich poniżej opisanych problemach i zjawiskach jest to, że media społecznościowe różnią się od mediów tradycyjnych sposobem kontroli, jaka jest nad nimi sprawowana. *Social media* podlegają wyłącznie kontroli społecznej, nieinstytucjonalnej, co oznacza, że rządzą się one zupełnie innymi prawami: z jednej strony gwarantuje to większą swobodę użytkowników, którzy sami ustanawiają owe prawa, z drugiej - stwarza wyraźne pole do nadużyć i źle rozumianej wolności słowa, a nawet zagrożenie dla demokracji.

Niewątpliwą zaletą korzystania z mediów społecznościowych jest to, że integrują one ludzi z bardzo różnych miejsc na świecie, dzięki czemu zyskują oni okazję do poznania się, która nie nastąpiłaby bez istnienia takiej platformy - nasz krąg znajomych nie jest tym samym ograniczony wyłącznie do miejsca naszego zamieszkania. Jeżeli nie odpowiada nam nasze lokalne środowisko, bez problemu możemy nawiązać kontakt z osobami z odległych miast, czy krajów. Daje to możliwość ogólnego poszerzania horyzontów, odkrywania nowych perspektyw, czy kultur, ćwiczenia swoich umiejętności językowych. Jeśli żadna ze znanych nam osób (pochodząca z tego samego miejsca zamieszkania) nie podziela naszych zainteresowań, z łatwością możemy wykorzystać media społecznościowe, aby odnaleźć przestrzenie dedykowane jakiemuś konkretnemu hobby - mogą to być grupy lub całe fora. Wiele subkultur swój rozwój zawdzięcza właśnie społecznościom tworzonym w obrębie *social mediów* - są to na przykład miłośnicy *anime* i *mangi*, japońskiej animacji i komiksu, tak zwani 'Otaku', którzy, nie mogąc odnaleźć w swoim środowisku lokalnym osób dzielących ich zainteresowanie, z uwagi na jego oryginalność, osoby do nich podobne odnajdywali w przestrzeni mediów społecznościowych.

Inną zaletą korzystania z *social mediów*, odnoszącą się do nawiązywania kontaktów z innymi, jest podtrzymywanie relacji z osobami bliskimi, z którymi nie mamy szansy widzieć się na co dzień. Możemy w tym celu wykorzystywać bardzo różne formy komunikacji, jakie (w zależności od tego, które z nich wybierzemy) pozwalają nam na bliższy kontakt z wybranymi osobami - może to być zarówno tak zwany *chat*, polegający na wymianie wiadomości tekstowych, rozmowy głosowe lub rozmowy przez kamerę.

Warto zauważyć także, iż media społecznościowe odgrywają znaczącą rolę w kwestii świadczenia usług matrymonialnych. Portale randkowe i aplikacje (takie jak *Tinder*) wpłynęły diametralnie na rzeczywistość wielu osób, poszukujących swojego partnera lub

partnerki, oferując im możliwość poznawania potencjalnych kandydatów na to miejsce w sposób szybki i masowy, niezależnie od lokalizacji, w jakiej się one znajdują. Zjawisko to może być rozpatrywane zarówno jako zaleta, jak i wada. Zwolennicy korzystania z takich platform będą podkreślać wymienione wyżej cechy - szybkość i masowość. Podczas gdy przeciwnicy wskazują często na idące w parze z tym zjawiskiem pewnego rodzaju uprzedmiotowienie drugiej osoby – „używając” *social mediów* o charakterze randkowym, w nieunikniony sposób oceniamy drugiego człowieka przede wszystkim na podstawie jego wyglądu i zdjęć, które tam zamieszcza. Ponadto, w przypadku umawiania się na spotkanie z osobami poznanymi przez portale społecznościowe ryzykujemy tym, że zastaniemy na nim kogoś innego niż człowieka, którego się spodziewaliśmy. *Social media* „pozwalają” nam bowiem na daleko idącą kreację swojego wizerunku - to od nas zależy, ile na nasz temat dowiedzą się inni użytkownicy. W kontekście *social mediów* bardzo powszechne jest zjawisko kreowania i ubarwiania swojego codziennego życia w sposób zupełnie nie odzwierciedlający faktycznego stanu rzeczy. Użytkownicy stykają się z różnego rodzaju poradnikami o charakterze *lifestylowym*, wskazującymi, w jaki sposób powinni oni funkcjonować i w jaki sposób funkcjonują inni, co bardzo często prowadzi do zazdrości, spowodowanej niemożnością spełnienia tych warunków, przedstawiających wyidealizowany i niemożliwy w praktyce do osiągnięcia, stan życia. Umiejętna kreacja swojego wizerunku może nieść za sobą zarówno wady, takie jak ta opisana wyżej, jak i pewne zalety (na przykład wzmocnienie i pielęgnowanie kreatywności, odkrywanie talentów). To dzięki istnieniu mediów społecznościowych zaczęliśmy mieć do czynienia ze zjawiskiem tzw. *influencerów* - osób, które wywierają wpływ (*influence*) na całe rzesze ludzi, jakie składają się na ich grupę docelową. Są to figury opiniotwórcze, cieszące się dużą rozpoznawalnością i zasięgami w obrębie użytkowanych przez siebie mediów. Ich istnienie niesie za sobą z jednej strony bardzo duży potencjał: z uwagi na swoją popularność i możliwość docierania do bardzo wielu odbiorców, mają możliwość szerzenia wartościowych treści i edukacji swoich odbiorców. Z drugiej jednak strony, nie zawsze tak się dzieje i często to właśnie *influencerzy* odpowiedzialni są za szerzenie bardzo szkodliwych poglądów czy zachowań, szczególnie obecnie, w dobie pandemii. Podczas gdy na całym świecie, w tym w Polsce, nakładano kolejne obostrzenia (mające służyć walce z COVID-19), wielu *influencerów* dzieliło się poprzez autorskie kanały *social media* zdjęciami i nagraniami ze swoich wyjazdów, zupełnie bagatelizując przy tym zasady kwarantanny. Dobrym przykładem na szkodliwość działalności *influencerów* jest aktywność takich celebrytów jak Edyta Górniak, którzy, nie mając odpowiedniego wykształcenia w tym kierunku, dzielą się ze swoją

publicznością informacjami o charakterze paramedycznym, zniechęcają ludzi do szczepienia się i przestrzegania obostrzeń.

Zjawisko *influencerów* jest więc z jednej strony dowodem na to, jak dużo dobrego może wynikać z ich działalności - przykładowo teraz, z uwagi na konflikt militarny, jaki ma miejsce w Ukrainie, popularny piłkarz David Beckham powierzył swoje media społecznościowe ukraińskiej lekarce, która relacjonuje światu „okaleczone” oblicze swojej ojczyzny, a z drugiej - jak szkodliwe mogą okazać się w praktyce działania osób, które wypowiadają się w danych obszarach naukowych bez odpowiedniej wiedzy w tym zakresie.

Media społecznościowe służą także do kreowania i dzielenia się różnego rodzaju trendami - zdrowotnymi, modowymi, szeroko związanymi z naszym wyglądem. Daje to możliwość wykazania się kreatywnością i dzielenia się z innymi swoimi pomysłami, wymiany doświadczeń na temat prowadzonego przez nas stylu życia. Niestety, jak pokazują badania, korzystanie z mediów społecznościowych może sprzyjać pogarszaniu się zdrowia psychicznego, zwłaszcza u osób młodszych, które podatne są na opinię innych i łatwiej ulegają wszelkiego rodzaju wpływom. Okres młodości wiąże się często z posiadaniem bardzo niskiej samooceny, która w połączeniu z *social mediami* może mieć tragiczne skutki. Coraz częściej zwraca się dziś uwagę na to, że na nasze zdrowie składa się zarówno komponent fizyczny, jak i psychiczny, i że oba z nich są równie ważne. Istnienie mediów społecznościowych wiąże się często z wykształcaniem się myśli depresyjnych, a nawet samobójczych - znów, zwłaszcza u osób młodych - poczuciem izolacji czy niedopasowania do rówieśników. Ludzie „wchodzący w życie” w sposób naturalny poszukują odpowiednich dla siebie wzorców, które często odnajdują w osobach *influencerów* - i to na nich w dużej mierze spoczywa odpowiedzialność w tym zakresie, to oni odpowiedzialni są za kreowane przez siebie trendy i wartości. Okres dojrzewania jest bardzo trudnym procesem dla osób młodych, często wiąże się on z silną dezaprobatą wobec własnego ciała. Z uwagi na bardzo restrykcyjne wzorce i modele wyglądu (popularyzowane w mediach społecznościowych) młodzież podatna jest na dodatkowe pogłębianie się jej niskiej samooceny, skutkujące nieraz popadaniem w poważne choroby psychiczne – depresję, czy zaburzenia odżywiania, przede wszystkim anoreksję (celem uzyskania „odpowiedniego” i pożądanego wyglądu). Młode osoby, zwłaszcza młode kobiety, chcą sprostać lansowanym kanonom piękna, według których mają być przede wszystkim szczupłe - ponieważ taki właśnie przekaz możemy napotkać u wielu internetowych celebrytów. Sprawę dodatkowo pogarsza fakt, że twórcy tak wielkich platform społecznościowych, jak *Facebook* i *Instagram* doskonale zdają sobie sprawę ze szkodliwości wpływu mediów (których stają się częścią) względem młodych

użytkowników. Badanie z marca 2020 roku przeprowadzone na zlecenie Instagramu wykazało, że aż 32 procent nastoletnich dziewczyn na zadane im pytanie odnośnie do oceny ich własnych ciał odpowiedziało, że nie są z nich zadowolone, a korzystanie z tej platformy dodatkowo pogłębiło to niezadowolenie i sprawiło, że zaczęły myśleć o sobie jeszcze gorzej. Twórcy owego (internetowego) medium, świadomi tego efektu, udostępnili swoim użytkownikom opcję ukrycia licznika polubień pod ich zdjęciami – wskazany zabieg techniczny miał posłużyć zmniejszeniu społecznej presji, jaka wiąże się ze zdobywaniem polubień, jak i zapobieganiu rozwojowi opisanych wyżej zaburzeń. Wszystko to łączy się dodatkowo z bardzo powszechnym i niebezpiecznym zjawiskiem uzależnienia od korzystania z mediów społecznościowych, jakie coraz częściej obserwowane jest u osób w młodym wieku. Opisane tu zjawiska to poważne problemy, z jakimi mierzymy się współcześnie, a rola mediów społecznościowych w kształtowaniu się osobowości młodych osób jest tutaj, jak wynika z licznych raportów, znacząca. Mimo wszystko mogą one sprzyjać także popularyzacji wiedzy w temacie na przykład zdrowia psychicznego i uświadamiać młode osoby odnośnie do ich własnego rozwoju (w Polsce warta wspomnienia będzie tu na przykład działalność psycholożki Leny Smolarek, prowadzącej na *Instagramie* konto ‘nadziejawchorobiepsychicznej’, służące rozpowszechnianiu wiedzy na temat zdrowia psychicznego i tak zwanego *selfcare*, czyli bycia dobrym dla siebie i troszczenia się o własne potrzeby).

Ze względu na trwającą pandemię, media społecznościowe poniekąd zastąpiły ludziom zwyczajne, bezpośrednie relacje z innymi. Jest to szczególnie widoczne w przypadku uczniów szkół, którzy (uczęszczając na zajęcia prowadzone metodą online) nie mieli możliwości zintegrowania się ze swoimi rówieśnikami w zwyczajnych, tradycyjnych (realnych) warunkach, a jedyną sposobnością poznania się stały się rozmowy odbywane właśnie za pomocą mediów społecznościowych. Znow, może to być rozpatrywane zarówno jako zaleta, jak i wada obecnego stanu rzeczy. *Social media* są wprawdzie jedynie substytutem bezpośredniego kontaktu z drugim człowiekiem, jednak nawet taka forma komunikacji wydaje się ważna, szczególnie jeśli żadna inna nie pozostaje (w obecnych warunkach) dostępna. Z drugiej strony, coraz częściej to właśnie kontakt internetowy zastępuje nam relacje z drugim człowiekiem, nie stanowiąc jednocześnie pełnoprawnej relacji z drugą osobą: porozumiewając się z kimś przez Internet, nie mamy pełnego „wglądu” w drugą osobę. Komunikacja między ludźmi osadzona zostaje na sferze werbalnej i niewerbalnej - w przypadku komunikacji internetowej, nie mamy do czynienia

zachowaniami pochodzącymi z drugiego obszaru, co sprawia, że kontakt ten jest znacznie bardziej ubogi.

Niestety, media społecznościowe są również przestrzenią (wręcz idealną) do szerzenia się szkodliwego zjawiska wywodzącego się ze współczesności, czyli *cyberbullyingu* (cyberprzemocy) - zachowania, jakie ma miejsce w przestrzeni internetowej, zorientowanego na sprawianie krzywdy emocjonalnej, takiej zatem, której na pierwszy rzut oka nie widać i która w konsekwencji często bywa bagatelizowana. Pandemia COVID-19 w sposób szczególny sprzyja nasilaniu się tego procederu, z uwagi na to, że młodzi ludzie - bo to oni przede wszystkim stanowią zarówno sprawców, jak i ofiary wspomnianego rodzaju przemocy - coraz więcej czasu zaczęli spędzać w mediach społecznościowych. Z badania przeprowadzonego przez Comparitech w latach 2018-2022 wynikało, że prawie 20 procent rodziców, którzy zauważyli, że ich dzieci były w jakiś sposób dręczone odpowiedziało, że przemoc ta miała miejsce w przestrzeni *social mediów*. Media społecznościowe są wręcz idealnym miejscem dla internetowych *bullych*, co zwiększa natężenie (wzmocnienie) uwagi opinii publicznej. Autorzy wielu artykułów tematycznych przywołują przykłady nastolatków, przede wszystkim dziewczyn, które (nie mogąc znieść *hejtu*, jaki spotykał je w mediach społecznościowych) decydowały się odebrać sobie życie. Problem ten zasługuje na odpowiednią reakcję tym bardziej, kiedy weźmiemy pod uwagę, jak trudno o opiekę psychologiczną i psychiatryczną dla ludzi młodych w Polsce i jak bardzo wzrastają potrzeby społeczne w tym zakresie, przy jednoczesnej niewydolności systemu ochrony zdrowia.

Media społecznościowe odgrywają również swoją rolę w zakresie edukacji, jak zostało to już wspomniane wyżej. Internet w sposób znaczący ułatwia nam sięganie po wiedzę - wiele wartościowych, naukowych artykułów mamy na wyciągnięcie ręki i są one dostępne także za darmo. Jednakże, z uwagi na wielość źródeł informacji, jakie możemy znaleźć w Internecie, powodować to może naszą dezorientację, która wiąże się z istnieniem zjawiska tak zwanego *szumu informacyjnego*. Ponieważ wiadomości tych jest tak wiele, zaczynamy mieć problem z odróżnieniem *newsów* prawdziwych od fałszywych. Jak zostało to opisane wyżej, media społecznościowe mogą być kanałem przekazu zarówno informacji wartościowych, naukowych, jak i tych o charakterze *antynaukowym*, zależnie od specyfiki danego twórcy, czy profilu platformy. Inną cechą *social mediów*, która wiąże się z aspektem edukacyjnym, jest możliwość tworzenia własnych przestrzeni informacyjnych, na których udostępniane treści podlegałyby selekcji. Wydaje się to z jednej strony dobrym rozwiązaniem - odpowiedzią na problem wspomnianego szumu informacyjnego - jednak z drugiej taki stan rzeczy może mieć również swoje wady, które także należy uwzględnić.

Warto w tym kontekście przytoczyć przykład zjawiska *echo chambers* (tak zwanych *komór echa*), oznaczającego sytuację, w której ludzie skupieni w jednej (zamkniętej) przestrzeni internetowej izolują się od innych kanałów informacyjnych, co w konsekwencji odosabia ich i utwierdza w ich własnych poglądach, które potrafią być bardzo szkodliwe. Przykładami tego zjawiska w praktyce są na przykład istniejące na *Facebooku* grupy, zrzeszające osoby określające się jako *antyszczepionkowcy*, którzy udostępniają między sobą wpisy o charakterze paramedycznym i antynaukowym, wzajemnie popierając się w swoich (błędnych) poglądach i nie mając jednocześnie żadnego krytycznego głosu z zewnątrz, który mógłby wejść w polemikę z tymi wiadomościami. Zamknięcie na innych użytkowników i tworzenie odizolowanych przestrzeni internetowych, to również jedna z istotnych cech istnienia *social mediów* oraz wyzwanie, przed jakim dzisiaj stajemy - a także emanacja wspomnianej na początku eseju, kontroli społecznej i braku kontroli instytucjonalnej. Wprawdzie serwisy społecznościowe udostępniają swoim użytkownikom opcję zgłoszenia danej strony czy grupy, jeśli treści przez nie szerzone uznane zostaną za szkodliwe, jednak w praktyce nie zawsze są one kasowane, z uwagi na to, jak wiele tych zgłoszeń napływa - są one rozpatrywane przez system automatyczny, który rzadko jest w stanie wykryć wszystkie nadużycia. Poza tym, w miejsce jednej (usuniętej) grupy zawsze może pojawić się nowa. Niedostateczna kontrola nad tym zjawiskiem sprawia, że owe przestrzenie pozostają właściwie poza naszym zasięgiem. Nieoceniona okazuje się tutaj działalność serwisów weryfikujących prawdziwość informacji udostępnianych w Internecie i walczących ze zjawiskiem *fake newsów*. Również *Facebook* odpowiedzialny jest za wprowadzenie opcji, która sprawia, że gdy dostateczna ilość osób zgłosi dany wpis - pod zarzutem jego nieprawdziwości, post ten, choć nie zostaje usunięty, otrzymuje oznaczenie wpisu o charakterze nieprawdziwym.

Media społecznościowe „zachęcają” nas również do tego, by dzielić się naszymi przeżyciami i życiem prywatnym, udostępniać zdjęcia przedstawiające nas i naszych bliskich. Z jednej strony może to stanowić formę pewnego rodzaju internetowego pamiętnika, służącego utrwalaniu wspomnień, z drugiej - stanowić dość poważne zagrożenie dla naszej prywatności. Słynne powiedzenie *‘w internecie nic nie ginie’* okazuje się być tutaj bardzo słuszne: z chwilą opublikowania przez nas zdjęcia w Internecie możemy całkowicie stracić kontrolę nad tym, co później się z nim stanie, nawet jeśli zdecydujemy się je później wykasować. Może ono zostać wykorzystane na różne sposoby, stanowić obiekt żartu dla innych, a nawet służyć „kradzieży” naszej tożsamości. Szczególnie ważnym postulatem wydaje się być tutaj zwracanie uwagi na aktywność młodych osób w takich mediach

i odpowiedzialne kontrolowanie tego, jakie treści są przez nie zamieszczane. Istotny jest tutaj swoisty wiek inicjacji - ludzie nie powinni zaczynać swojej aktywności w mediach społecznościowych zbyt wcześnie, w zbyt młodym wieku, nie mając podanych wskazówek względem konsekwencji, jakie się z tym wiążą. Internet sam w sobie nie jest wszakże przestrzenią o charakterze *family-friendly*, dostosowaną do potrzeb i stopnia rozwoju najmłodszych. Dlatego istnieje słuszna obawa, że przy zbyt wczesnym kontakcie z mediami społecznościowymi mogliby oni zetknąć się z treściami dla nich nieodpowiednimi. To na rodzicach spoczywa obowiązek nadzorowania aktywności ich dzieci w Internecie, w tym również w przestrzeni mediów społecznościowych.

Bardzo często, w trakcie korzystania z *social mediów*, przestajemy zwracać dostateczną uwagę na naszą prywatność, co może mieć finalnie bardzo różne skutki. Istotnym wydaje się również fakt dbania o to, kto znajduje się w kręgu naszych znajomych, a zatem kto ma dostęp do publikowanych przez nas treści. Media społecznościowe mogą stanowić bardzo przyjemną i pożyteczną formę spędzania wolnego czasu, jak i nieść za sobą poważne zagrożenia. Kluczowe jest tutaj to, by używać ich w sposób odpowiedzialny.

Media społecznościowe są również doskonałą przestrzenią wszelkiego rodzaju reklam i ofert sprzedaży, popularyzacji swoich usług i zbierania grupy docelowej, ciągłego kontaktu z naszymi klientami. Cecha ta może mieć zarówno swój wymiar pozytywny, jak i negatywny - głośne są przypadki niektórych *influencerów*, którzy (wykorzystując użytowaną przez siebie platformę) sprzedawali swoim odbiorcom bezwartościowe produkty po zawyżonych cenach oraz wykorzystywali marketing podprogowy.

Innym zjawiskiem związanym z *social mediami* jest możliwość nawiązywania przez nas kontaktu z osobami znanymi i rozpoznawalnymi, opiniotwórczymi - nie tylko *influencerami*, ale na przykład politykami, aktorami, co dokonuje się często za pośrednictwem portali takich jak *Twitter*. Daje to zarówno szansę na rzetelne i wartościowe dyskusje, jak i sprzyja (niestety) powstawaniu konfliktów, wiąże się z oczernianiem i szeroko pojętym *hejtem*. *Social media* dają nam możliwość wyrażania własnych opinii. Zdanie na dany temat może wyrazić (w związku z tym) absolutnie każdy. Nie podlegają one żadnej ogólnej cenzurze, ani kontroli. Oczywiście, poszczególne portale mają opracowane swoje własne kodeksy, regulaminy, według których postępować muszą ich użytkownicy, a co bardziej rażące przypadki ich naruszeń spotykają się ze stosowną reakcją – nie zawsze jednak się tak dzieje, jak zostało to opisane wcześniej.

W dyskusji o mediach społecznościowych warto jest również podjąć kwestię użytkowania ich przez osoby starsze, a więc takie, które mają zdecydowanie mniej

doświadczenia w korzystaniu z Internetu i są bardziej podatne na szereg różnych (niekorzystnych) zjawisk, związanych z takimi platformami - mogą oni padać ofiarami oszustw i powierzać swoje poufne dane, czy pieniądze osobom, które podają się za przedstawicieli organów państwowych, służb, czy różnych osób cieszących się rozpoznawalnością. Osoby starsze często nie są w stanie zweryfikować prawdziwej tożsamości takich osób i w konsekwencji padają ofiarami ich nieuczciwej działalności.

Jak widać zatem, media społecznościowe to nie tylko same w sobie przestrzenie i konkretne portale, ale całe zjawisko o charakterze społecznym, które odbija się na naszym funkcjonowaniu, w tym również i przede wszystkim - życiu prywatnym. *Social media* zakładają aktywny udział użytkowników w ich społeczności - stają się oni twórcami i producentami mediów, sami sprawują nad sobą nadzór, co znajduje swoje skutki w opisanych wyżej zjawiskach. Znowu stawia nas to przed pytaniem o słuszność brak tutaj owej kontroli instytucjonalnej i o to, czy sama kontrola społeczna wystarcza, by *social media* były przestrzenią bezpieczną dla ich użytkowników. Można z tym polemizować.

Podsumowując, media społecznościowe, definiowane jako przestrzenie internetowe (służące wzajemnej komunikacji ich użytkowników) są zjawiskiem stosunkowo nowym, charakterystycznym dla naszych współczesnych czasów i niosącym za sobą zarówno szanse na przyszłość, jak i poważne zagrożenia. Nie sposób jednoznacznie zdefiniować ich wpływu na społeczeństwo i kategorycznie stwierdzić, że są one wyłącznie dobre lub złe. Bez wątplenia istnieje wiele powodów przemawiających zarówno za jednym, jak i drugim stanowiskiem. Część z nich została przedstawiona w tym eseju. Rozsądnym rozwiązaniem w omawianym zakresie wydaje się ostrożne obserwowanie tego zjawiska, tego, jak media społecznościowe rozwijają się, nieustanne badanie ich wpływu na użytkowników oraz poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, jak możemy ulepszać ich działanie i jaki mają one potencjał, który mógłby posłużyć ogólnemu dobru - jak zostało wykazane, potencjał taki istotnie istnieje. Z całą pewnością media społecznościowe są fenomenem, którego nie da się już w żaden sposób zatrzymać, czy ograniczyć, ponieważ ludzie za bardzo do nich przywykli. Dlatego zamiast jednoznacznie potępiać lub wychwalać ich działanie, należy w sposób rzetelny obserwować i opisywać skutki istnienia takich platform. Media społecznościowe mogą być zarówno bardzo skutecznym i wartościowym narzędziem w szerzeniu cennych, naukowych informacji, służyć integracji ludzi z różnych miejsc na świecie, zbliżaniu ich do siebie i tworzeniu całych (barwnych, inspirujących) społeczności, jak i nieść za sobą niezwykle szkodliwe zjawiska, takie jak cyberbullying, a w efekcie - przyczyniać się do załamania się zdrowia psychicznego ich użytkowników. To właśnie od nas (jako

użytkowników) zależy, jak media społecznościowe będą wyglądać i jakiemu celowi będą one służyć, dlatego powinniśmy stale dążyć do tego, żeby usprawniać ich działanie i korzystać z nich w sposób odpowiedzialny. W związku z taką optyką rodzi się więc potrzeba stworzenia czegoś na wzór etyki *social mediów*, która mogłaby zagwarantować nam bezpieczniejsze z nich korzystanie, na wzór *Karty Etycznej Mediów* z 1995 roku, określającej zasady etyki dziennikarskiej, zawierającej siedem naczelných zasad, według których powinni postępować dziennikarze: zasadę prawdy, zasadę obiektywizmu, zasadę oddzielania informacji od komentarza, zasadę uczciwości, zasadę szacunku i tolerancji, zasadę pierwszeństwa dobra odbiorcy oraz zasadę wolności i odpowiedzialności. Kodeks taki, w przełożeniu na rzeczywistość *social mediów*, mógłby zakładać na przykład konieczność weryfikacji pozyskiwanych w mediach społecznościowych informacji, czy dbania o to, by w kręgu naszych znajomych nie znajdowały się osoby podejrzane, których w istocie nie znamy. Aby tak było, potrzebna jest wola samych użytkowników takich mediów - a więc nas wszystkich.

Bibliografia

1. *Top 10 reasons for using social media*, Global Web Index
(<https://blog.gwi.com/chart-of-the-day/social-media/>);
data odczytu: 25.03.22 r., godz. 20.05.
2. *Social Media w Polsce 2021 - raport*, hootsuite
(<https://empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/>);
data odczytu: 24.03.22 r., godz. 19.20.
3. *10 Internet Subcultures You Need to Know*, Mainak Biswas, *indusnet.co.in*
(<https://www.indusnet.co.in/10-internet-subcultures-need-know/>);
data odczytu: 25.03.22 r., godz. 18.25.
4. *Social media benefits and risks: children and teenagers*, raisingchildren.net.au
(<https://raisingchildren.net.au/teens/entertainment-technology/digital-life/social-media/>);
data odczytu: 24.03.22 r., godz. 17.10.
5. *Pros and Cons: Social Media Influencers*, *springwise*
(<https://www.springwise.com/pros-cons-social-media-influencers/>);
data odczytu: 23.03.22 r., godz. 21.30.
6. *Social Media and Mental Health*, helpguide.org
(<https://www.helpguide.org/articles/mental-health/social-media-and-mental->

[health.htm](#));

data odczytu: 20.03.22r., godz. 18.05.

7. Nicz A., Czubkowska S., *Polscy pato-influencerzy w akcji. Obchodzą zakazy i przesyłają „trochę słońca” z egzotycznych plaż*, *spidersweb.pl*
(<https://spidersweb.pl/plus/2021/04/influencerzy-celebryci-covid-pandemia-zanzibar-kwarantanna>);
data odczytu: 24.03.22 r., godz. 19.50.
8. Fijołek M., *Kontrowersyjne słowa Górniak o szczepionkach dotarły do ministra zdrowia. Szumowski odpowiada*, *spidersweb.pl*
(<https://spidersweb.pl/rozrywka/2020/05/13/edyta-gorniak-minister-zdrowia-szczepionki-odpowiedz>);
data odczytu: 23.03.22 r., godz. 20.10.
9. *Ukraińska lekarka "przejęła" media społecznościowe Davida Beckhama. Pokazała, jak wygląda praca w szpitalu w Charkowie*, *tvn24.pl*
(<https://tvn24.pl/swiat/david-beckham-pomaga-ukrainie-pilkarz-udostepnil-swoje-konto-na-instagramie-lekarce-z-charkowa-5643186>);
data odczytu: 24.03.22 r., godz.18.15.
10. *Facebook Knows Instagram Is Toxic for Teen Girls, Company Documents Show*, *The Wall Street Journal*
(<https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-instagram-is-toxic-for-teen-girls-company-documents-show-11631620739>);
data odczytu: 24.03.22r. , godz.17.50.
11. *Instagram lets users hide likes to reduce social media pressure*, Christina Criddle, *BBC*
(<https://www.bbc.com/news/technology-57254488>);
data odczytu: 23.03.22r., godz.16.48.
12. *Cyberprzemoc rośnie na całym świecie. Pandemia zwiększyła skalę problemu*, Joanna Rokicka, *cyberdefence24.pl*
(<https://cyberdefence24.pl/social-media/cyberprzemoc-rosnie-na-calym-swiecie-pandemia-zwiekszyla-skale-problemu>);
data odczytu: 22.03.22r., godz. 20.21.
13. *Karta Etyczna Mediów*, *spunk.pl*
(<https://spunk.pl/wp-content/uploads/2014/03/Karta-etyczna-mediow.pdf>); data odczytu: 23.03.22r., godz. 15.12.