



Raport techniczny z realizacji zadania publicznego

Program I: Wsparcie badań naukowych dotyczących zjawiska uzależnienia od hazardu lub innych uzależnień behawioralnych a także problemów z tym związanych

Zadanie 1: Przeprowadzenie badań naukowych służących pogłębieniu wiedzy w zakresie uzależnień behawioralnych, w tym hazardu problemowego i patologicznego

Nazwa własna zadania: Zjawisko livestreamingu jako droga do poszukiwania i konstruowania tożsamości młodych osób. Statusy tożsamościowe i style tożsamości młodych osób a nadmierne korzystanie przez nich z sieci społecznościowych

Termin realizacji zadania: 2 stycznia 2017 - 31 grudnia 2018

Umowa nr 24/HM/2017

Umowa nr 163/HBK/2018 oraz 165/HBK/2018

Opracowanie: Jolanta Jarczyńska
Bydgoszcz, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego
Styczeń 2019

Spis treści

1. Charakterystyka projektu.....	3
2. Uzasadnienie potrzeby realizacji projektu.....	5
3. Przyjęte założenia teoretyczne i metodologiczne badań.....	13
4. Własności psychometryczne zastosowanych w badaniach narzędzi.....	35
5. Organizacja badań.....	40
6. Prezentacja wyników badań.....	42
7. Wnioski z badań.....	119
8. Rekomendacje dla praktyki edukacyjnej.....	134

Literatura

Załączniki

Załącznik nr 1a Arkusz oceny dla sędziego kompetentnego dotyczący kwestionariusza ankiety zatytułowanego: „*Livestreaming – moje transmisje na żywo*”

Załącznik nr 1b Arkusz oceny dla sędziego kompetentnego dotyczący kwestionariusza ankiety zatytułowanego: „*Ja online*”

Załącznik nr 2 Deklaracja zgody rodzica/opiekuna prawnego dziecka (do lat 18.) na jego udział w badaniu naukowym

Załącznik nr 3 Scenariusz badania fokusowego prowadzonego z młodzieżą publicznych bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych

Załącznik nr 4 Scenariusz do indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) z młodzieżą publicznych bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych

Załącznik nr 5 Kwestionariusz ankiety „*Ja online*”

Załącznik nr 6 Kwestionariusz ankiety „*Livestreaming - Moje transmisje na żywo*”

1. Charakterystyka projektu

Głównym celem badań była diagnoza i opis zjawiska lifestreamingu (w tym, m.in. opis profili społeczno-demograficznych młodzieży w wieku 16-20 lat nadmiernie korzystających z urządzeń mobilnych, użytkujących zwłaszcza dwie lub większą liczbę sieci społecznościowych) oraz diagnoza statusów i stylów tożsamości badanej młodzieży i analiza związków między nimi a nadmiernym użytkowaniem sieci społecznościowych. Badania prowadzone były na reprezentatywnej dla miasta Bydgoszczy losowo wybranej próbie uczniów publicznych szkół ponadgimnazjalnych zlokalizowanych na terenie miasta Bydgoszczy. Przeprowadzone zostały anonimowe audytoryjne badania ankietowe typu papier-ołówek (do analiz włączono 1.503 kwestionariusze ankiet), które pogłębione zostały o zogniskowane wywiady grupowe, tzw. focus group (6 wywiadów grupowych; N=42) i pogłębione wywiady indywidualne – wywiady swobodne (15 wywiadów). Uczestnicy wywiadów grupowych oraz wywiadów indywidualnych do badań dobierani byli w sposób celowy. Były to osoby biorące udział wcześniej w audytoryjnych badaniach ankietowych (wypełniali oni dwie krótkie skale: Skalę „Livestreaming – moje transmisje na żywo” oraz Skalę SONKSS-14, a także kwestionariusz ankiety pt. „Ja online”). W założeniach koncepcyjnych projektu badawczego kryterium selekcji osób do badań jakościowych - wywiadów grupowych tzw. focusów oraz pogłębionych wywiadów indywidualnych miały być wysokie wyniki uzyskane na obu skalach i w kwestionariuszu ankiety świadczące o nadmiernym korzystaniu z dwóch lub większej liczby sieci społecznościowych oraz aktywnym zaangażowaniu w zjawisko lifestreamingu. W wyniku konsultacji merytorycznych zdecydowano, aby dokonać zróżnicowania badanej próby ze względu na poziom aktywności online, w związku z czym, do badań focusowych oraz pogłębionych wywiadów indywidualnych zaproszono również te osoby, które na ww. skalach otrzymały niską i średnią liczbę punktów.

Badania prowadzone były w odniesieniu do obiektywistycznego modelu nauki, prowadzono je w oparciu o paradygmat postpozytywistyczny, w orientacji badań ilościowych. Główną metodą badawczą była metoda sondażu diagnostycznego. Badania ilościowe zostały pogłębione o analizę jakościową. Metodą analizy zebranego materiału jakościowego była analiza treści. W badaniach zastosowano metodę triangulacji danych. Metodę tę wykorzystano w celu zapewnienia wyższej jakości prowadzonych badań i ograniczenia błędu pomiaru. Polegała ona na zbieraniu danych empirycznych za pomocą dwóch metod: metody sondażu diagnostycznego (technika ankiety) oraz wywiadu (zogniskowane wywiady grupowe, tzw. focus group oraz pogłębione

wywiady indywidualne - wywiad swobodny). Dane uzyskane na drodze badań jakościowych poddano analizie treści. Uzyskane za pomocą tych metod wyniki zostały porównywane, a następnie łączone.

Metoda triangulacji została wykorzystana do pogłębienia wiedzy o:

- kontekście zjawiska lifestreamingu;
- wzorach publikowanych informacji online na swój temat wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych intensywnie korzystającej z nowych mediów elektronicznych, w tym urządzeń mobilnych;
- specyfice nadmiernego korzystania przez nią z sieci/portali społecznościowych;
- realizacji potrzeb rozwojowych młodych osób i kreowania przez nie swojej tożsamości za pomocą urządzeń mobilnych;
- statusach tożsamościowych badanych osób i prezentowanych przez nie stylach tożsamości;
- związku pomiędzy prezentowanymi przez badanych statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych.

2. Uzasadnienie potrzeby realizacji projektu

Od kilku lat w naukach społecznych trwa okres wzmożonej refleksji nad zdrowotnymi, kulturowymi i obyczajowymi konsekwencjami wpływu nowych technologii na szeroko pojęte biopsychospołeczne funkcjonowanie jednostki, w tym również na kreowanie tożsamości młodych osób. Prowadzonych jest coraz więcej badań poświęconych temu zagadnieniu, powstają również naukowe opracowania z zakresu antropologii czy socjologii mediów mobilnych, co wskazuje na to, że dyskurs społeczny nad znaczeniem nowych technologii, w tym mobilnych, stał się w naukach o zdrowiu i w naukach społecznych zagadnieniem istotnym, jednak nadal relatywnie słabo rozpoznany analitycznie. To słabe rozpoznanie dotyczy głównie zjawiska *lifestreamingu*, które możliwe jest dzięki intensywnemu korzystaniu z sieci społecznościowych skupiających rzeszę młodych internautów.

W ostatnich latach to właśnie funkcjonowaniu sieci społecznościowych (*social network sites*) potocznie zwanych portalami poświęca się najwięcej uwagi. Sieci społecznościowe to serwisy łączące w sobie wiele funkcji. Umożliwiają one utworzenie spersonalizowanego konta (profilu), komunikację poprzez wysyłanie wiadomości, rozmawianie na czacie, publikowanie zdjęć, muzyki, wstawianie linków odsyłających do innych sieci społecznościowych czy stron oraz udostępnianie innym internautom różnego rodzaju informacji. Nie dziwi zatem fakt, że w ostatnich latach wzrasta liczba osób korzystających z portali społecznościowych, a zwłaszcza osób młodych. Najpopularniejszą siecią społecznościową na świecie jest Facebook (FB). Statystyki prowadzone przez FB wskazują na szybki wzrost liczby jego użytkowników. Dla przykładu dane z kwietnia 2013 roku wskazywały, że FB miesięcznie odwiedzało ok. 750 mln użytkowników, zaś w marcu 2014 roku było to aż 1.28 biliona użytkowników, a co najmniej 802 miliony z nich logowały się na nim codziennie. Wśród Polaków (stan na grudzień 2018 roku) Facebook cieszy się również największą popularnością, a liczba jego użytkowników wzrasta z roku na rok. Zgodnie z wynikami badania Megapanelu PBI/ Gemius w grudniu 2018 roku w Polsce było łącznie ponad 21 milionów użytkowników Facebooka, podczas gdy w grudniu 2012 roku było ich ponad 13 milionów, a w sierpniu 2015 roku ich liczba opiewała już na niespełna 20 milionów. Facebook to także jedna z najbardziej popularnych stron internetowych, ustępująca jedynie grupie Google i grupie Wirtualna Polska pod względem globalnej liczby użytkowników (<https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-grudzien-2018.html> dostęp; 15.01.2019 oraz <http://www.audience.gemius.pl>; dostęp: 07.10.2015).

Najliczniejszą grupą użytkowników sieci społecznościowych są osoby młode. Według badań EU NET ADB przeprowadzonych w 2013 roku zdecydowana większość młodzieży (90%) w

wieku 14–17 lat w Polsce posiadała profil chociaż na jednym portalu i korzystała z niego codziennie (Makaruk, 2013). Z badań „Nastolatki wobec Internetu” zrealizowanych na przełomie maja i czerwca 2014 roku w grupie młodzieży w tej samej kategorii wiekowej wynika, że prawie 97% badanej młodzieży posiada swój profil na Facebooku, a ponad 60% respondentów korzysta z jakichkolwiek sieci społecznościowych kilka razy dziennie (Raport z badań „Nastolatki wobec Internetu”, 2015). Badania przeprowadzone w Polsce w 2010 roku w młodszej grupie respondentów (9–16 lat) pokazały, że 71% dzieci posiadało swój profil na jednym z portali społecznościowych. Statystyki te z pewnością są już nieadekwatne, z upływem czasu i większą dostępnością do Internetu spodziewać się można wyższego odsetka użytkowników sieci społecznościowych w tej kategorii wiekowej.

Korzystanie przez młodych ludzi z sieci społecznościowych przynosi liczne korzyści, ale również niesie ryzyko negatywnych konsekwencji. Nadmierne ich użytkowanie przyczyniać się może do rezygnacji lub ograniczenia przez nich innych aktywności niezwiązanych z Internetem. Zwiększa się ryzyko wystąpienia problemów w funkcjonowaniu psychospołecznym, tj. poczucie osamotnienia, stany depresyjne (Makaruk, 2013). Problemy te mogą stanowić przyczynę wybierania przez młodzież częściej komunikacji online niż bezpośredniej („twarzą w twarz”) i prowadzić do nadużywania Internetu (Caplan, 2003). W literaturze przedmiotu tego typu zjawisko opisywane jest jako socjomania internetowa (*cyberrelationship addiction*), czyli nawiązywanie kontaktów społecznych wyłącznie poprzez sieć – na portalach/sieciach społecznościowych, poczcie elektronicznej, forach dyskusyjnych, czatach (Andrzejewska, 2014).

Z licznych doniesień badawczych wynika, że znaczącym czynnikiem ryzyka sprzyjającym problematycznemu korzystaniu z Internetu, a w konsekwencji uzależnieniu się od niego jest łatwy dostęp do niego, który nie jest już domeną komputerów osobistych. Obecnie niemal wszystkie urządzenia przenośne (telefony komórkowe, smartfony, tablety, iPody, itp.) są rozwijane z myślą o korzystaniu z usług online. Bezpłatne sieci bezprzewodowe, tzw. hotspoty, będące otwartymi punktami dostępu, umożliwiające połączenie z Internetem, są coraz częściej dostępne w szkołach, na uczelniach, w centrach handlowych, kawiarniach, środkach masowej komunikacji. Rozwój nowych mediów spowodowany szybkim postępem technologicznym umożliwia między innymi zaspokajanie wielu potrzeb młodzieży i młodych dorosłych. Są to głównie potrzeby „tożsamości, informacji o świecie zewnętrznym, wzorów zachowań, kompensacji, roz-

rywki, akceptacji i interakcji społecznej” (Wawrzak–Chodaczek, 2004; za: Sowińska, 2010, s. 169).

Zaspokajaniu tego typu potrzeb sprzyja zjawisko *lifestreamingu*, które nie posiada polskiego odpowiednika znaczeniowego. *Lifestreaming* oznacza intensywne korzystanie z nowych technologii komunikacyjnych, często też obecność użytkownika na więcej niż jednej platformie społecznościowej, co wymaga od niego znajomości środowiska nowych technologii. Z badań wynika, że im wyższa znajomość technologii informatycznych, tym większa ilość generowanego strumienia danych dotyczących ekspozycji własnego Ja.

Zasadnicze znaczenie dla rozwoju praktyk o charakterze *lifestreamingowym* mają z jednej strony stały rozwój Internetu, popularność oraz społeczny charakter wielu platform online, umożliwiających nawiązywanie kontaktów z innymi i zarządzanie publikowanymi treściami, z drugiej zaś – silna ewolucja ku mobilności, przykładem może być popularna aplikacja dla smartfonów zwana snapchatem. Interfejsy urządzeń przenośnych pozwalają zatem z dużą łatwością poruszać się w przestrzeni online, dają użytkownikom możliwość stałego podłączenia do sieci i logowania się na swoje profile w sieciach społecznościowych.

Wielu internautów decydujących się świadomie na systematyczne relacjonowanie swojego życia online wykorzystuje w tym celu aplikacje i narzędzia mobilne. Istotą *lifestreamingu* jest zatem zdolność i chęć do relacjonowania zdarzeń życiowych w dużej mierze niezależnie od lokalizacji, w której się przebywa, co umożliwiają mobilne formy komunikacji.

W szerokim ujęciu pojęcie *lifestreamingu*, rozumie się jako specyficzną praktykę społeczno-kulturową, która manifestuje się poprzez aktywność podejmowaną online. Przyjmuje ona charakter strumienia zapośredniczonej, transmitowanej przez technologie aktywności społecznej; stanowi ciągły dopływ informacji o tym, co jednostka w danej chwili robi, gdzie jest i o czym myśli. Jest to zatem zestawienie cyfrowych śladów pozostawianych online, umożliwiające jednocześnie, zarówno osobom, które określone treści generują, jak i tym, które mogą się z nimi zapoznawać, rodzaj eksploracji Ja. Każdy użytkownik nowych technologii komunikacyjnych, a zwłaszcza sieci społecznościowych ma potencjalną możliwość publikowania i udostępniania online swoich danych „tożsamościowych” (Stachura, 2014).

Dla wielu osób, w szczególności młodych, publiczna ekspozycja Ja stanowi ważny wymiar ich tożsamości. „Coraz szybsze i sfragmentaryzowane życie, pozbawione głębszego sensu i

punktów odniesienia sprawia, iż Internet staje się coraz bardziej popularną formą kreacji siebie. Strony domowe, blogi, czy też uczestnictwo w forach dyskusyjnych, czatach, pozwala zaistnieć, zaprezentować siebie, czasem w jaśniejszym, niż zazwyczaj świetle. Pewna grupa internautów tworzy tożsamości zgodnie z ich codziennym obrazem samego siebie, inni tworzą zupełnie fikcyjne tożsamości, pozwalając dojść do głosu ukrytym popędom lub z obawy przed byciem nieakceptowanym stają się chociaż przez chwilę – zgodnie z panującymi medialnymi standardami – młodszy, piękniejszy, a przez to bardziej atrakcyjny społecznie. Internetowe życie zaspokaja wiele indywidualnych potrzeb, pełniąc funkcje terapeutyczne, autoprezentacyjne, autopromocyjne, twórcze, czy ekshibicjonistyczne” (Szpunar, 2005, s. 378).

Z badań wynika, że stosunek internautów do zmiany internetowych tożsamości jest dość ambiwalentny. Jedni akceptują ten fakt, twierdząc, że zmiana tożsamości jest czymś niewinnym, usprawiedliwionym, pewną formą zabawy maskowej. Inni krytykują tego typu zachowanie, uznając, iż zmiana tożsamości jest niedopuszczalna, a zwłaszcza nieopłacalna szczególnie, gdy chce się uzyskać jakąś pozycję w internetowej grupie – z niestałym nickiem. Zdaniem wielu internautów osoby, które biorą odpowiedzialność za wygłaszane w sieci słowa, nie ukrywają swej tożsamości. Niestety dla wielu niewinna zabawa z tożsamością, może okazać się całkiem niebezpieczna, gdyż wirtualne osobowości mogą stać się zagrożeniem dla realnych osobowości. Pojawia się wówczas zagrożenie multiplikacji osobowości (Stachura, 2014).

Również autorzy Raportu zatytułowanego „Młodzi i media” (2010), który jest zwieńczeniem rocznego projektu badawczego zrealizowanego przez Centrum Badań nad Kulturą Popularną Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod kierunkiem dr. Mirosława Filiciaka wyraźnie wskazują na zdolność cyfrowych mediów do utrwalania niemal wszystkich zapośredniczonych technologicznie działań. Sprzyjają one „wzrostowi refleksyjności jednostek, które mogą za pomocą licznych serwisów uzewnętrzniać i „zobaczyć” swój gust, sprowadzając nieuchwytnie wcześniej kategorie do wymiaru materialnego. Tym samym krążące (i zostawiające ślady) w sieci treści kultury i związane z korzystaniem z nich wybory stają się widocznym dla jednostki i jej społecznego otoczenia budulcem „ja”, podstawowym narzędziem budowy własnej tożsamości” (s.11).

Zeynep Tufekci (2008), badaczka zjawiska *lifestreamingu*, dokonując pomiaru wzorów odkrywania i ujawniania informacji na swój temat wśród młodych osób, sformułowała wniosek, że w określonych grupach i środowiskach istnieje silna potrzeba wykorzystywania nowych techno-

logii komunikacyjnych, by oznajmiać innym swoje stany emocjonalne, zainteresowania czy poglądy i by ten proces miał charakter regularny i trwały. Jedną z takich grup stanowią osoby młode, które są specyficznie związane z urządzeniami zapewniającymi im podłączenie do sieci społecznych. Osoby te często wykazują objawy uzależnienia od tego typu urządzeń, trudno jest im w ogóle wyobrazić sobie, że nie mogą skorzystać z możliwości zakomunikowania czegoś innym czy skontaktowania się z nimi. Ponadto ze zjawiskiem *lifestreamingu* wiąże się często zjawisko sextingu oraz groomingu, zwłaszcza w najmłodszej grupie internautów. Im częstsze przebywanie online, im większe zaangażowanie w tego typu wirtualną aktywność, tym większe ryzyko problemowego korzystania z Internetu, uzależnienia od niego oraz doświadczania licznych szkód /zwłaszcza społecznych i zdrowotnych/.

Rodzaj i liczba aplikacji, które pozwalają na generowanie i publikowanie treści online stale ulega modyfikacjom. Wzrasta też liczba platform umożliwiających *lifestreaming*, gdyż w miejsce narzędzi, które przestają cieszyć się popularnością, pojawia się jeszcze większa liczba nowych, często lepiej dostosowanych do potrzeb potencjalnych użytkowników. Przykładem takich portali społecznościowych jest Facebook, Ask.fm, Instagram oraz szybko rozwijająca się sieć społeczna YouNow.

Obecnie można wyróżnić siedem typów aplikacji czy platform, za pośrednictwem których zamieszcza się różnego rodzaju treści online (tekstowe, jak i audiowizualne). Niektóre z wymienionych narzędzi pełnią jednocześnie funkcję kilku wyróżnionych typów aplikacji bądź platform. Są nimi:

- 1) Serwisy społecznościowe (np. Facebook, Google+);
- 2) Serwisy mikroblogowe (np. Twitter, Tumblr);
- 3) Serwisy z materiałami wizualnymi (np. Instagram, Pinterest, Vine);
- 4) Serwisy z muzyką cyfrową (np. Spotify, Soundcloud, Last. fm);
- 5) Serwisy oparte na geolokalizacji (Glympse, Foursquare, Grindr);
- 6) Serwisy monitorujące aktywność sportową (Endomondo);
- 7) Serwisy ocen usług z ang. ratingowe (np. Yelp) (Stachura, 2014).

Nowe technologie komunikacyjne są interaktywne, co wymaga od ich użytkowników określonej aktywności, sprawstwa, a oni sami dostosowują je do własnych potrzeb i korzystają z możliwości ich konfiguracji. Za ich pośrednictwem można zobaczyć i odczytać wiele przesłanek tożsamościowych. Osoby korzystające z możliwości generowania różnych komunikatów doty-

czących Ja podejmują się społecznej ekspozycji. Może to być relacjonowanie swojej codzienności, sprawozdawanie stanów emocjonalnych, autoprezentacja dotycząca ulubionych filmów, muzyki, sygnalizowanie potrzeby afiliacji czy też dzielenie się doświadczeniami i spostrzeżeniami na dowolny, ważny w danym momencie temat.

Niezależnie jednak od typu platform wykorzystywanych do tego, by zamieszczać w ich obrębie treści, wyróżnia się dwa odrębne typy strumieni danych powiązanych z Ja:

- 1) *strumień egocentryczno-tożsamościowy* – ma charakter bardziej prywatny i intymny. Jest związany z wydarzeniami, do jakich dochodzi w przestrzeni życia codziennego. Za jego pomocą prezentowane są np. treści o charakterze sextingowym;
- 2) *strumień instrumentalno-zawodowy* – ma charakter publiczny, skoncentrowany jest na kwestiach związanych ze szkołą, pracą i dlatego w większej mierze dba się o to, by sprawiał wrażenie fachowości i był przeznaczony dla szerokiej, anonimowej publiczności (Stachura, 2014).

Alice Marwick (2010), autorka studium poświęconego praktykom upubliczniania Ja i określenia swojego statusu online, uważa, że *lifestreaming* jest „rodzajem niematerialnej pracy emocjonalnej, formą uważnego reedytowania Ja. Opiera się na agregowaniu i autokwantyfikacji cyfrowych części Ja, przy czym konsekwencje tego procesu są dwojakie. Po stronie pozytywów A. Marwick wymienia przede wszystkim poprawę relacji interpersonalnych i wzrost pozycji społecznej. Obecność online może więc mieć zasadnicze znaczenie dla zwiększenia poziomu dobrostanu psychicznego oraz kapitału społecznego jednostki. Pozytywne konsekwencje równoważone są przez pojawiające się w efekcie podejmowania praktyki *lifestreamowania* trudności w zarządzaniu prywatnością i związane z tym poczucie cyfrowego nadzoru, a także generalnie zwiększony poziom stresu” (Marwick, 2010; za: Stachura, 2014).

Dla wielu osób, w szczególności młodych, publiczna artykulacja Ja stanowi ważny wymiar ich tożsamości. Badając wzory odkrywania i ujawniania informacji na swój temat wśród studentów, Zeynep Tufekci jako jedna z pierwszych badaczek doszła do wniosku, że w określonych grupach i środowiskach istnieje silna potrzeba wykorzystywania nowych technologii komunikacyjnych, by oznajmiać innym swoje stany emocjonalne, zainteresowania czy poglądy i by ten proces miał charakter regularny i trwały (Tufekci, 2008).

Na znaczenie tego, co dzieje się w szerszej perspektywie, z uwzględnieniem procesu

globalizacji uwagę zwrócili Alicja Senejko i Zbigniew Łoś (2016). Badaczy interesował związek między postawą młodzieży (na przełomie dorastania i dorosłości oraz w fazie wczesnej dorosłości) wobec globalizacji a dominującym u nich stylem przetwarzania problemów tożsamościowych uwzględnionym w koncepcji M. Berzonsky'ego (2012; Berzonsky i in., 2013). Wyniki ich badań wskazują, na to, że zarówno u osób z silnie wyrażoną postawą akceptującą wobec globalizacji, jak i z postawą akceptująco-krytyczną dominował styl informacyjny. Natomiast postawa krytyczna wobec globalizacji, ale powiązana z postawą lękliwą cechowała osoby o dominującym stylu normatywnym. Dla osób z silnie wyrażoną postawą lękliwą wobec globalizacji typowe było stosowanie stylu dyfuzyjno-unikowego lub normatywnego.

Analiza wzorów publikowanych online informacji na swój temat wśród młodych osób nadużywających portali społecznościowych przyczynić się może do lepszego rozpoznania realizacji potrzeb rozwojowych młodych osób i kreowania przez nie swojej tożsamości. Ten aspekt badań nie doczekał się jeszcze pogłębionej eksploracji badawczej w naszym kraju, warto go zatem podjąć celem lepszego poznania badanego zjawiska.

Podsumowując, z analizy problemu wynikają następujące potrzeby:

Przyjmując, że zasadnicze znaczenie dla rozwoju praktyk o charakterze *lifestreamingowym* ma stały rozwój Internetu, popularność wśród młodych osób użytkowania sieci społecznościowych/platform online oraz ich kontekst społeczny, umożliwiający nawiązywanie kontaktów z innymi i zarządzanie publikowanymi treściami, a także obserwację silnej ewolucja młodych osób ku mobilności niezbędnym wydaje się przeprowadzenie zaprojektowanych badań celem:

- lepszego poznania zjawiska *lifestreamingu*;
- poznania wzorów publikowanych informacji online na swój temat wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych nadmiernie korzystającej z nowych mediów elektronicznych, w tym urządzeń mobilnych;
- poznania specyfiki nadmiernego/problemowego korzystania przez młodzież z sieci/portali społecznościowych oraz aplikacji livestreamingowych;
- realizacji potrzeb rozwojowych młodych osób i kreowania przez nie swojej tożsamości za pomocą mediów elektronicznych, w tym urządzeń mobilnych;
- poznanie statusów tożsamości i stylów tożsamości badanych osób;

- ustalenie związku pomiędzy statusami tożsamości młodzieży a problemowym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych i aplikacji livestreamingowych.

Problemy poruszane w badaniu i ich wyniki powinny znaleźć zainteresowanie grona osób zajmujących się socjalizacyjną rolą nowych mediów elektronicznych, zwłaszcza pedagogów, psychologów, nauczycieli, wychowawców, rodziców oraz opiekunów dorastających dzieci. Myślę, że problematyka tych badań bliska jest też terapeutom uzależnień, zwłaszcza nałogów behawioralnych. Zebrane na drodze badań wyniki mogą stanowić cenne źródło informacji decydentów kreujących politykę edukacyjną państwa. Poznanie zjawiska *lifestreamingu* wśród młodzieży szkolnej oraz prezentowanych przez nią statusów tożsamościowych i stylów tożsamości, a także ocena związku pomiędzy prezentowanymi statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem z portali społecznościowych przyczynić się może do bardziej adekwatnego doboru celów oddziaływań wychowawczo-profilaktycznych w grupach młodzieży szkolnej.

3. Przyjęte założenia teoretyczne i metodologiczne badań

Teoretyczne uzasadnienie dla podjętych badań odnaleźć można w pracach Erick Schonfeld, Mizuko Ito, Rich Ling oraz Alice Marwick, którzy wnikliwie opisują problematykę szeroko rozumianego *lifestreamingu*. Największą inspirację dla podjęcia prezentowanej w raporcie problematyki badań stanowią prace Alice Marwick, autorki studium poświęconego praktykom upubliczniania Ja i określenia swojego statusu online oraz ujęcie tożsamości zaproponowane przez Koena Luyckxa i wsp. (2006), który rozwinął klasyczne ujęcie tożsamości i jej roli w funkcjonowaniu człowieka opisywane przez Erika H. Eriksona (1950), a następnie rozwinięte i empirycznie weryfikowane przez Jamesa Marcie (1966). Liczne badania prowadzone nad problematyką tożsamości dowodzą, że nie jest ona stałym konstruktem, lecz ulega dynamicznym przemianom, nie tylko w okresie adolescencji, lecz także w kolejnych etapach dorosłości (Brzezińska, Ciecuch, 2016). Jak wskazują badacze, proces dorastania, a zatem również proces formułowania się tożsamości zmienił się istotnie w stosunku do wcześniejszych pokoleń. Zmiany te uwarunkowane są przemianami społeczno-ekonomiczno-demograficznymi, jakie obserwujemy w Europie i na świecie, obejmują one zarówno zmiany struktury rodziny i relacji międzypokoleniowych, rozwój nowych mediów, jak również wzrost mobilności pokoleń oraz pojawienie się nieznanych wcześniej ofert łączenia nauki z pracą zawodową i różnych form pracy (Brzezińska, Ciecuch, 2016). Te różnorodne przemiany, stwarzają młodym osobom liczne alternatywy i sprawiają, że stoi przed nimi „możliwość nie tylko wyboru, ale i tworzenia własnej ścieżki rozwoju, niepodobnej ani do względnie stabilnej ścieżki wcześniejszych pokoleń, ani do ścieżek wybieranych czy tworzonych przez rówieśników. Ten kierunek zmian daje szansę realizacji projektu własnego życia jako swego rodzaju projektu własnej tożsamości, umożliwia także lepszą adaptację w szybko zmieniającej się rzeczywistości” (Brzezińska, Ciecuch, 2016, s. 206).

Prekursor badań empirycznych nad formowaniem tożsamości, James Marcia (1966). Twierdził on, że w formowanie tożsamości zaangażowane są dwa procesy: (1) eksploracja prowadząca do doświadczania kryzysu dotychczas ukształtowanej tożsamości, ujawniająca się w rozpoznawaniu wariantów działania, stylów życia i stojących za nimi wartości oraz w eksperymentowaniu z rolami w różnych obszarach aktywności, i (2) zobowiązanie będące następstwem podjęcia decyzji i wyboru jednego z wcześniej rozpoznanych wariantów. Skrzyżowanie obu tych wymiarów pozwoliło mu na wyodrębnienie czterech różnych statusów tożsamości traktowanych

jako wynik radzenia sobie przez jednostkę z kryzysem tożsamości. Zostały one uzupełnione o piąty status w wyniku prac badawczych podjętych przez belgijski zespół badaczy kierowany przez Koena Luyckxa. Statusy te w literaturze określa się również jako *wymiary tożsamości*. Wyróżnia się następujące statusy/wymiary tożsamości: tożsamość osiągnięta (*identity achievement*) charakteryzują ją silne zobowiązania podjęte po okresie wzmożonej eksploracji; tożsamość moratoryjna (*moratorium*) cechuje aktualne zaangażowanie w eksplorację przy jednoczesnym braku silnych zobowiązań; tożsamość przejęta (*identity foreclosure*) typowe są silne zobowiązania podejmowane bez wcześniejszej eksploracji, tożsamość rozproszona (*identity diffusion*) wyróżnia natomiast niewielkie zaangażowanie w eksplorację oraz brak silnych zobowiązań; tożsamość eksploracji ruminacyjnej, która ma charakter dezadaptacyjny i związana jest z doświadczaniem trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi. Wysoki poziom eksploracji ruminacyjnej może się wiązać z uporczywym powracaniem do tych samych wzorców zachowań pomimo ich wcześniejszej nieskuteczności i z trudnościami w zakresie podejmowania i identyfikowania się z zobowiązaniami.

Statusy/wymiary tożsamości	Opis	Eksploracja	Podejmowanie zobowiązań
Tożsamość Osiągnięta	-jednostka ceni swoją niezależność -posiada dobrze zintegrowaną osobowość - prezentuje zachowanie konwencjonalne zgodne z normami etycznymi -jest przyjazna, otwarta na kontakty z innymi -pracowita, zaangażowana i wydajna w pracy -posiada wgląd we własne zachowanie	+	+
Tożsamość moratoryjna	-jednostka ceni sobie własną niezależność -nurtują ją dylematy egzystencjalne -osobowość, buntownicza, nonkonformistyczna, nastawiona introspekcyjnie	+	-
Tożsamość przyjęta	-jednostka pewna siebie, spełniona - charakteryzuje ją konwencjonalizm i rygorizm moralny -wyznaje wartości konserwatywne -prezentuje wzmożoną kontrolę nad emocjami -wypiera konflikty	-	+
Tożsamość rozproszona	-jednostkę charakteryzuje nieprzewidywalność zachowania -unika bliskich związków z innymi ludźmi -posiada kruchy system obrony swego Ja -bierna społecznie -brak poczucia sensu życia -wycofuje się z sytuacji trudnych (szczególnie z sytuacji frustrujących)	+	-
Tożsamość eksploracji ruminacyjnej	-wycofuje się z sytuacji trudnych (szczególnie z sytuacji frustrujących) -odczuwa trudności w podejmowaniu decyzji	-	-

	-uporczywie powraca do nieskutecznych zachowań		
--	--	--	--

Źródło: Opracowanie własne

W koncepcji tożsamości Koena Luyckxa i wsp. (2006), tożsamość rozumiana jest jako efekt zachodzących naprzemiennie procesów eksploracji wszerek (EW) i w głąb (EG) oraz podejmowania zobowiązań (PZ) i identyfikowania się z nimi (IZ). Procesy formowania się tożsamości obecne są we wczesnej i późnej adolescencji, ale ujawniają się, zdaniem badacza także w okresie wyłaniającej się wczesnej dorosłości. W taki okres życia wchodzi objęta w tym projekcie badawczym grupa młodzieży szkół ponadgimnazjalnych.

Jak wskazuje A. Senejko i Z. Łoś (2015) między badaczami tożsamości istnieje rozbieżność dotycząca pytań o istotę tożsamości i mechanizm jej formułowania. Najbardziej opozycyjne są wobec siebie dwa stanowiska. W pierwszym przyjmuje się, że istotą tożsamości jest tzw. *prawdziwe Ja*, istniejące w podmiocie niejako *a priori*, a zatem mechanizm kształtowania tożsamości polega na odkrywaniu i aktualizacji tego najistotniejszego aspektu osobowości, z kolei w drugim zakłada się, że istotą tożsamości jest *teoria na własny temat*, *teoria Ja*, co oznacza, że podstawowym mechanizmem jest kształtowanie, budowanie tożsamości, a nie jej odkrywanie. W związku z powyższym podstawę teoretyczną dla przyjętej koncepcji badań stanowi także społeczno-poznawcza koncepcja Michaela Berzonsky'ego (1989, 2011), która stanowi jeden z modeli wyjaśniających różnice indywidualne w zakresie statusów/wymiarów tożsamości. Jest ona również przykładem drugiego podejścia do zagadnień tożsamości, gdyż przyjmuje założenie, że o mechanizmie jej budowania. M. Berzonsky analizuje tożsamość w aspekcie strukturalnym (teoria Ja) i procesualnym. Aspekt strukturalny stanowi teoria Ja. Badacz rozumie ją, jako poznawczą strukturę, stanowiącą istotę tożsamości, która skomponowana jest z luźno zorganizowanego systemu konstruktów osobistych, hipotez, wierzeń itp. odnoszących się do Ja w interakcji ze światem. Składa się na nią zatem wszystko to, co człowiek myśli na własny temat, o tym kim myśli, że jest i co myśli, że chce, niezależnie od stopnia prawdziwości tych przekonań (Berzonsky, 2012, za: Senejko, Łoś, 2015). Wg M. Berzonsky'ego „teorie Ja dostarczają konceptualnych ram dla kodowania, porządkowania i rozumienia doświadczeń i informacji niezbędnych do budowania tożsamości, czyli konceptualnych ram dla społeczno-poznawczego procesu przetwarzania (*social-cognitive identity processing*), tzw. informacji tożsamościowych (...). Teoria Ja (...) pełni też funkcję wykonawczą w tym sensie, że zawiera wiedzę proceduralną oraz struktury operacyjne regulujące wysiłki radzenia sobie w codziennym życiu" (Berzonsky,

2012; za: Senejko, Łoś, 2015, s. 92). Badacz, wskazuje na to, że ludzie różnią się strategiami stosowanymi w procesie radzenia sobie z zadaniem, jakim jest rozwiązywanie kryzysu tożsamości oraz związanych z tym wyzwań i w związku z tym podejmują różne style, które określa on mianem stylów przetwarzania tożsamościowego (*identity processing style*). Style te rozumie, jako preferencje jednostki przy radzeniu sobie z zadaniem kształtowania tożsamości osobistej oraz konfliktami z nim związanymi. M. Berzonsky używa zamiennie terminu: styl tożsamości i orientacja (*identity processing orientation*), podkreślając, że ma na uwadze organizację strategii przetwarzania tożsamościowego. Opracowany przez niego model stylów tożsamości zakłada różnice dotyczące tego, jak młodzi ludzie radzą sobie z zadaniem kształtowania, utrzymywania i zmiany tożsamości lub jak unikają podjęcia się tego zadania. W modelu wyróżnia się trzy style tożsamości - orientacje tożsamościowe: informacyjny, normatywny i dyfuzyjno-unikowy.

Osoby stosujące styl informacyjny (*informacyjna orientacja przetwarzania - informational processing orientation*) aktywnie angażują się w poszukiwanie informacji odnoszących się do Ja oraz w ich ocenę, mają szerokie zainteresowania, krytycznie podchodzą do napływających informacji, stosują strategie radzenia sobie z problemami skoncentrowane na zadaniu. Są to osoby autorefleksyjne, pragnące poznać siebie, wykazujące się umiejętnością krytycznego przyjmowania informacji o sobie, otwarte na nowe informacje i skłonne do sprawdzania i ewentualnej modyfikacji aspektów swojej tożsamości. Wyrażają przekonanie, że wiedza jest relatywna i że ludzie mogą aktywnie uczestniczyć w tworzeniu siebie samego. M. Berzonsky do określenia ich używa kategorii "naukowi teoretycy Ja". Wyniki dotychczasowych badań wskazują na związki między „informacyjnym stylem tożsamości a innymi charakterystykami psychologicznymi tych osób. Są to pozytywne korelacje zarówno z automatyczną, jak i racjonalną regulacją, ciekawością poznawczą, skłonnością do introspekcji, autonomią Ja, dużą tolerancją rozbieżności, rozważaniem alternatywnych strategii, otwarciem na nowe informacje, wartości” (Crocetti, Rubini, Berzonsky, Meeus, 2009; Krettenauer, 2005; za: Senejko, Łoś, 2015, s. 92-93).

Osoby wybierające styl normatywny (*normatywną orientację przetwarzania - normative processing orientation*) cechują się silną potrzebą poznawczego domknięcia, skłonnością do przejmowania wartości i przekonań od osób znaczących i dostosowywania się do zastanych reguł. Łatwo przejmują oczekiwania, wartości, przepisy dotyczące skutecznych i pożądanых form zachowań społecznych od znaczących osób (rodziców, autorytetów). Wykazują się silnym zaangażowaniem w realizację przejętych od innych stylów życia i wartości bez ich uprzedniej eks-

ploracji, często są konformistyczni. Autor dla opisu tej grupy osób używa kategorii: "dogmatyczni teoretycy Ja". Przegląd wyników dotychczasowych badań wskazuje na to, że „styl normatywny pozytywnie koreluje z myśleniem automatycznym, ruminacyjną koncentracją na zachowaniu, wynikającą z potrzeby akceptacji społecznej (np. nieustannym zamartwianiu się, czy zachowano się należycie, czy nie urażono kogoś itp.); małą tolerancją rozbieżności, wysoką potrzebą poznawczego domknięcia, niską potrzebą autorefleksji i niską ciekawością poznawczą” (Berzonsky, 2008; Berzonsky, Sullivan, 1992; Epstein 1998; Kruglanski, Webster, 1996; za: Senejko, Łoś, 2015, s. 93).

Osoby, u których dominuje styl dyfuzyjno-unikowy (*dyfuzyjna orientacja przetwarzania - diffuse-avoidant processing orientation*) cechują się tym, że unikają konfrontacji z problemami i bezpośredniego radzenia sobie z nimi, odsuwają podjęcie decyzji na później, zwłaszcza tych, które wiążą się nieprzyjemnymi decyzyjnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi. Zachowanie tych osób zależne jest od bieżącej sytuacji i spostrzeganych oczekiwań innych osób. Osoby te charakteryzuje „fatalistyczne spojrzenie na rzeczywistość, stąd brak i osłabienie poczucia kontroli, chaotyczne, różnorodne, przeciwstawne opcje utrudniające racjonalne sądy i wybory, w rezultacie wybory sytuacyjne, hedonistyczne i egocentryczne, oparte na bezpośrednich doznaniach i uczuciach, co zdaniem Berzonsky'ego daje Ja rozproszone, sytuacyjne. Stąd też autor nazywa ich mianem "ad hoc teoretycy Ja"” (Berzonsky, 2012; za: Senejko, Łoś, 2015, s. 93).

Doniesienia płynące z dotychczasowych badań wskazują na to, że dla stylu dyfuzyjno-unikowego uzyskano rozbieżne i niesystematyczne wyniki. Niestabilne korelacje dla tego stylu występują „z automatyczną oraz racjonalną regulacją. Pozytywne korelacje odnotowano z potrzebą poznawczego domknięcia, ruminacyjnością związaną z potrzebą akceptacji własnego wizerunku przez otoczenie (tu: nieustannym zamartwianiem się i ciągłą niepewnością, czy właściwie się zachowano, zaprezentowano itp.), niską potrzebą autorefleksji, lękiem i neurotyzmem (Berzonsky, Kuk, 2005; Crocetti i wsp., 2009; Krettenauer, 2005; za: Senejko, Łoś, 2015, s. 93).

M. Berzonsky przy badaniu stylów tożsamości uwzględnia jeszcze jeden ważny czynnik - *zaangażowanie (commitment)*, który jego zdaniem dostarcza jednostce poczucia celu i kierunku. Stabilne osobiste zaangażowanie może odgrywać znaczącą rolę we wspomaganiu funkcjonowania jednostki i jej dobrostanu, czyli w określaniu siły lub jasności osobistych norm, przekonań, celów, do których ona dąży, itp. (Oleszkowicz, Senejko, 2011; 2013; Senejko, 2007; 2010;

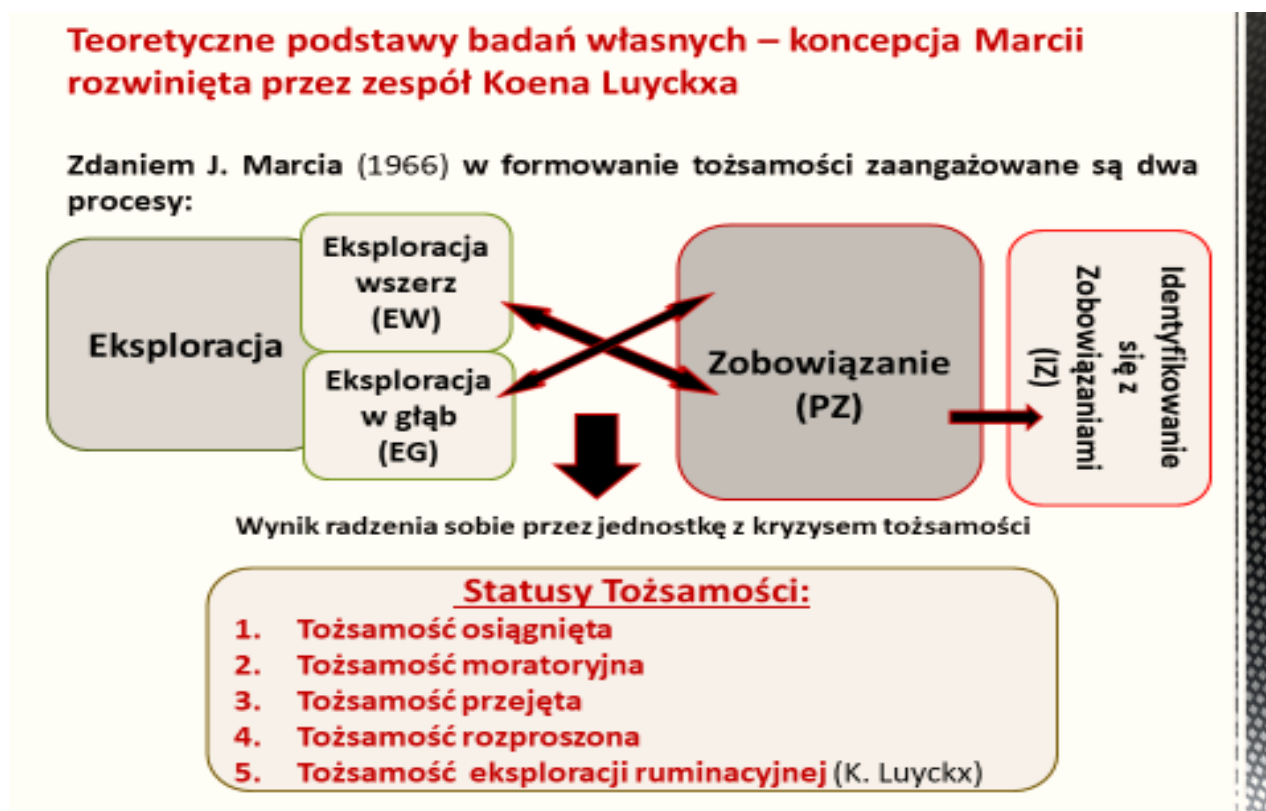
Senejko, Łoś, 2015, s. 93).

Badania przeprowadzone w różnych krajach pokazały, że style tożsamości są wyraźnie powiązane z wymiarami i statusami tożsamości zarówno u adolescentów, jak i w okresie wyłaniającej się dorosłości (m.in. Berzonsky i in., 1999; Berzonsky i in., 2011; Crocetti i in., 2012b; przegląd w: Berzonsky, 2011; Bosch, Card, 2012). Styl normatywny i informacyjny najczęściej wiązały się (korelacje dodatnie) z wymiarami zobowiązań tożsamościowych, przy czym styl normatywny bardziej jest związany ze statusem tożsamości przejętej, w przypadku którego zakłada się, że podjęte zobowiązania są sztywne, a styl informacyjny częściej współwystępuje ze statusami tożsamości osiągniętej (zobowiązania poprzedzone są eksploracją i dokonywaniem przez jednostkę świadomych wyborów spośród dostępnych wariantów) i moratoryjnej (silne, aktualne zaangażowanie w eksplorację, często poprzedzające rozwój w kierunku statusu tożsamości osiągniętej). Styl dyfuzyjno-unikowy jest najczęściej stosowany przez osoby z tożsamością rozproszoną (niewielkie zaangażowanie w eksplorację oraz brak wyraźnych zobowiązań tożsamościowych), ale charakteryzuje również osoby ze statusem moratorium (Schwartz i in., 2000, 2013; Crocetti i in., 2013; za: Senejko, Łoś, 2015).

Model stylów tożsamości M. Berzonsky'ego uzupełniany jest przez samego autora o kilka aspektów. Jednym z nich są źródła kształtowania się tożsamości, które wg autora kształtują się zarówno w sposób świadomy, jak i intencjonalny oraz pośrednio i automatycznie. Automatycznie tożsamość (w tym teoria Ja) formuje się poprzez naśladowanie i modelowanie, zwłaszcza od rodziców, rówieśników, znaczących osób, jak również poprzez szkolną edukację, treningi, przekazy kulturowe, automatycznie przyswajane oraz doświadczenia z bardzo wczesnego dzieciństwa reprezentowane na poziomie podświadomym lub nieświadomym, z których nie zdajemy sobie sprawy. Autor wzbogaca swój model stylów tożsamości również o analizę treściowych atrybutów Ja, czyli atrybutów przypisywanych sobie przez jednostkę i wykorzystywanych w procesie budowania odpowiedzi na podstawowe pytania o istotę tożsamości, czyli na pytanie o to, kim się jest jako osoba w świecie. M. Berzonsky dowodzi, że w badaniach z udziałem adolescentów oraz młodych dorosłych potwierdzono, że style tożsamości różnią się ze względu na relatywny udział poszczególnych aspektów o charakterze kolektywnym, społecznym oraz osobistym. Osobiste atrybuty Ja (standardy, cele, wartości ukierunkowane na samego siebie, np. rozwój autonomii) przeważają w stylu informacyjnym, w stylu normatywnym z kolei dominują kolektywne aspekty tożsamości (rodzina, religia, narodowość), zaś w stylu dyfuzyjno-unikowym

przeważają społeczne atrybuty Ja (reputacja, popularność, wrażenie wywierane na innych) (za: Senejko, Łoś, 2015, s. 94).

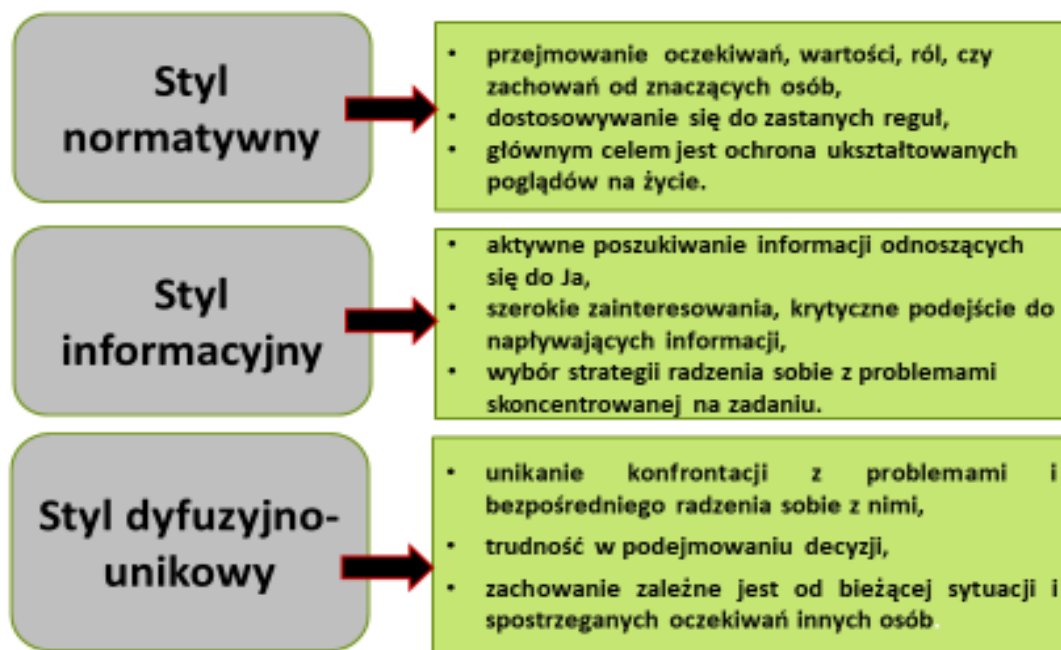
W poszukiwaniu wyjaśnień dla podjętej problematyki uwzględniona została perspektywa rozwojowa (Erickson, Erikson) (podejmowanie umiarkowanego ryzyka przez młode osoby jest normą i środkiem służącym do realizacji ważnych zadań rozwojowych, np. osiągnięcia autonomii, niezależności i samoregulacji (Baer, MacLean, i Marlatt, 1998; Baumrind, 1987; Shedler i Block, 1990) oraz perspektywa poznawcza (zachowanie ryzykowne jest efektem racjonalnego procesu decyzyjnego i może być przewidziane na podstawie oceny ryzyka i korzyści, jakie postrzega osoba) (Ajzen Fishbein, 1980; Lavery i Siegel, 1993), jak również perspektywa zachowań problemowych (pojawienie się zachowania ryzykownego może być przewidziane poprzez korelaty osobowościowe) (Donovan, Jessor i Costa, 1991).



Teoretyczne podstawy badań własnych – style tożsamości

Style tożsamości: różnorodne strategie stosowane w procesie radzenia sobie z zadaniem, jakim jest rozwiązywanie kryzysu tożsamości oraz związanych z tym wyzwań.

Zgodnie z klasyfikacją stylów zaproponowaną przez Berzonsky'ego wyróżnia się:



Metoda badawcza

Główną metodą badawczą była metoda sondażu diagnostycznego. Badania ilościowe zostały pogłębione o analizę jakościową. Metodą analizy zebranego materiału jakościowego była analiza treści. Przy tworzeniu klucza kategoryzacyjnego zastosowano podejście indukcyjne. W jego ramach nowe kategorie dodawane były do klucza w miarę postępu prac empirycznych oraz rozwoju wiedzy badacza na temat analizowanej problematyki. Konstruowanie klucza kategoryzacyjnego w tym podejściu opierało się na wielokrotnej i uważnej lekturze całości materiału badawczego, ze szczególnym uwzględnieniem powtarzalności pewnych kategorii tematycznych, ich wzajemnych powiązań, oraz dążeniu do uchwycenia maksymalnej różnorodności opisywanych zagadnień (do wysycenia). W badaniach zastosowano metodę triangulacji danych. Metodę tę wykorzystano w celu zapewnienia wyższej jakości prowadzonych badań i ograniczenia błędu pomiaru. Polegała ona na zbieraniu danych empirycznych za pomocą dwóch metod: metody sondażu diagnostycznego (technika ankiety) oraz wywiadu (zogniskowane wywiady grupowe, tzw. focus group oraz pogłębione wywiady indywidualne - wywiad swobodny). Uzyskane za pomocą tych metod wyniki zostały porównywane, a następnie

łączone, co pozwoliło uzyskać tzw. synergiczny efekt polegający na uzupełnianiu się danych.

W badaniach zastosowano również metodę analizy dokumentów w ramach, której dokonano aktualnego przeglądu literatury, raportów, opracowań w celu identyfikacji najnowszych publikacji i badań dotyczących zjawiska lifestreamingu oraz używania nowych mediów przez młodzież oraz problematyki tożsamości współczesnej młodzieży. W tym celu przeszukiwano elektroniczne bazy publikacji naukowych (komercyjne bazy publikacji dostępne w sieci UKW oraz bazy otwarte, tj.: Google Scholar <http://scholar.google.pl/>; Google Książki <http://books.google.pl/>; Directory of Open Access Journals (DOAJ) <http://www.doaj.org/>). Przeglądem objęte zostały polskie i zagraniczne (w języku angielskim) prace badawcze opublikowane w ostatnich 16 latach (od 2000 do 2016 roku). Podstawowym ich źródłem były elektroniczne bazy publikacji naukowych (wskazane wyżej) oraz przeglądarka Google. W poszukiwaniach odpowiedniej literatury w elektronicznych bazach danych zastosowane zostały następujące słowa kluczowe: *the identity of the youth, virtual identity of youth, publishing online identity by young people, styles of youth identity, developmental tasks of adolescence, livestreaming phenomenon among young people, livestreaming platform/social services for youth, tools/tests to measure the virtual identity of adolescents*. Przeglądem został objęty również spisy piśmiennictwa, zamieszczone w artykułach uzyskanych via bazy elektroniczne, co pozwoli na identyfikację cennych prac, których nie udało się wyszukać za pomocą słów kluczowych. Kolejnym kryterium wyszukiwania były nazwiska badaczy, czołowych światowych przedstawicieli poruszanej problematyki.

Poniżej zaprezentowano wyniki dokonanego przeglądu.

Kryteria wyszukiwania - na etapie selekcji źródeł – prace opublikowane w języku angielskim i polskim w latach: od 2000 do 2016

Poziom 0 – wszystko co pokazuje się wg słów kluczowych

- 1) tekst w czasopiśmie znajdującym się na liście A, C, B MSW oraz monografie w języku polskim i angielskim,
- 2) metaanalizy opublikowane w czasopismach oraz publikacjach zwartych

Słowa kluczowe w języku polskim	Słowa kluczowe w języku angielskim
tożsamość młodzieży	<i>the identity of the youth</i>
tożsamość wirtualna młodzieży	<i>virtual identity of youth</i>
publikowanie tożsamości online przez młodzież	<i>publishing online identity by young people</i>
style tożsamości młodzieży	<i>styles of youth identity</i>
zadania rozwojowe w okresie adolescencji	<i>developmental tasks of adolescence</i>
zjawisko lifestreamingu wśród młodzieży	<i>livestreaming phenomenon among young people</i>
lifestreamingowe platformy/serwisy społeczno-sciowe dla młodzieży	<i>livestreaming platform/social services for youth</i>

narzędzia/testy do mierzenia wirtualnej tożsamości młodzieży	tools /tests to measure the virtual identity of adolescents
--	---

Baza danych	Ebsco	Wiley Blackwell	Science Direct	Springer	Artykuły z czasopism polskich (BN)	Monografie polskie (Nukat)
Liczba publikacji wyszukanych wg słów kluczowych	133	140	237	159	47	53
Liczba publikacji spełniających kryteria wymienione w pkt. 1	108	119	198	98	34	53

Problemy badawcze:

W ramach powyżej przedstawionej problematyki i celów badań sformułowano pytania badawcze, które podzielono na problemy istotnościowe i zależnościowe.

Problemy istotnościowe:

1. *Jaki odsetek badanej młodzieży szkół ponadgimnazjalnej bierze udział w zjawisku livestreamingu?*
2. *Czym charakteryzuje się to zjawisko w badanej próbie młodzieży? Jaka jest jego specyfika?*
3. *Jaki rodzaj aplikacji/ platform livestreamingowych cieszy się największą popularnością wśród badanych osób?*
4. *Jaki odsetek badanych osób nadmiernie korzysta z sieci społecznościowych?*
5. *Jakie sieci społecznościowe cieszą się największą popularnością w badanej grupie osób?*
6. *Jakie wzory publikowanych informacji online na swój temat prezentują badani uczniowie publicznych szkół ponadgimnazjalnych zlokalizowanych na terenie miasta Bydgoszczy?*

7. *Jaką rolę pełnią media elektroniczne na drodze poszukiwania i konstruowania tożsamości młodych osób?*
8. *Jaki wymiar dla kreowania tożsamości młodych osób stanowi publiczna ekspozycja własnego Ja?*
9. *Jakie statusy tożsamości występują w grupie adolescentów, którzy są uczniami różnych typów szkół ponadgimnazjalnych?*
10. *Jakie style tożsamości prezentuje badana młodzież?*
11. *Czy, a jeśli tak, to jakie wirtualne osobowości kreują badani w świecie wirtualnym?*
12. *Na czym polega fałszywa prezentacja siebie w Internecie? Cemu ona służy i jakie potrzeby pozwala zaspokajać?*
13. *Czy istnieją różnice między osobami o różnych statusach tożsamości pod względem wykorzystywanych przez nie stylów tożsamości?*

Problemy zależnościowe:

1. *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a stosowanymi przez nią stylami tożsamości?*
2. *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych?*
3. *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych?*
4. *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych?*
5. *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych?*

Hipotezy badawcze:

Hipotezy badawcze sformułowano jedynie w odpowiedzi na powyżej przedstawione problemy zależnościowe, w których zakłada się istnienie zależności o określonym kierunku zróżnicowania. Oto one:

H1. *Pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a stosowanymi przez nią stylami tożsamości zachodzi związek. Przewiduje się, że styl dyfuzyjno-unikowy będzie najsil-*

niej związany ze statusami tożsamości eksploracji ruminacyjnej i tożsamości rozproszonej, styl zaangażowany tożsamości z kolei najsilniej związany będzie ze statusem podjęcie zobowiązania i statusem identyfikacji ze zobowiązaniem, zaś styl informacyjny tożsamości najsilniej wiązać się będzie ze statusem eksploracji wszcz.

Uzasadnieniem dla tak sformułowanej hipotezy są wyniki dotychczasowych badań empirycznych, z których wynika, że styl normatywny i informacyjny najczęściej wiązały się (korelacje dodatnie) z wymiarami zobowiązań tożsamościowych, przy czym styl normatywny bardziej jest związany ze statusem tożsamości przejętej, w przypadku którego zakłada się, że podjęte zobowiązania są sztywne, a styl informacyjny częściej współwystępuje ze statusami tożsamości osiągniętej (zobowiązania poprzedzone są eksploracją i dokonywaniem przez jednostkę świadomych wyborów spośród dostępnych wariantów) i moratoryjnej (silne, aktualne zaangażowanie w eksplorację, często poprzedzające rozwój w kierunku statusu tożsamości osiągniętej). Styl dyfuzyjno-unikowy jest najczęściej stosowany przez osoby z tożsamością rozproszoną (niewielkie zaangażowanie w eksplorację oraz brak wyraźnych zobowiązań tożsamościowych), ale charakteryzuje również osoby ze statusem moratorium (Schwartz i in., 2000, 2013; Crocetti i in., 2013; za: Senejko, Łoś, 2015).

H.2: Pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzi związek, który polega na tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych prawdopodobnie najsilniej dodatnio korelować będzie ze statusem eksploracji ruminacyjnej, zaś ujemnie korelować będzie ze statusem tożsamości podjęcie zobowiązania oraz identyfikacja ze zobowiązaniem.

Przyjmując powyżej sformułowany kierunek zależności pomiędzy badanymi zmiennymi powoływano się na badania Jankowskiego (2013). Co prawda nie badano w nich związku pomiędzy statusami tożsamości a nadmiernym, problemowym korzystaniem z sieci społecznościowych, czy Internetu, lecz związek pomiędzy problemem regulacji emocji a statusami tożsamości. Ten związek może przekładać się na większą zdolność do nadmiernego, problemowego użytkowania sieci społecznościowych, a w konsekwencji do rozwoju uzależnienia od nich. Wyjaśniają to genetyczno-neuroprzekaznikowy model uzależnienia o Internetu, a w jego ramach np.

neuropsychologiczny model uzależnienia od Internetu, zaproponowany przez zespół chińskich naukowców K. Young, X. D. Yue i L. Ying (2014).

H.3: *Pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzi związek, który wyraża się w tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych prawdopodobnie najsilniej dodatnio korelować będzie ze stosowaniem przez młodzież stylu dyfuzyjno-unikowego, zaś ujemnie korelować będzie ze stosowaniem przez nią stylu tożsamości zwanego zaangażowaniem.*

Uzasadnienia dla wyżej sformułowanej hipotezy poszukiwano w opracowanym przez M. Berzonsky'ego modelu stylów tożsamości (Senejko, Łoś, 2015, s. 93). Autor tworząc ww. model przyjął, że różnice dotyczące tego, jak młodzi ludzie radzą sobie z zadaniem kształtowania, utrzymywania i zmiany tożsamości lub jak bardzo unikają podjęcia tego zadania. Spośród trzech wyróżnionych stylów przetwarzania tożsamościowego, przyjęto założenie, że styl przetwarzania dyfuzyjno-unikowego charakteryzujący się zwlekaniem, odsuwaniem podejmowania decyzji na później, niechęcią do konfrontowania się z problemami i radzenia sobie z nieprzyjemnymi decyzyjnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi może być typowym stylem charakteryzującym osoby nadmiernie korzystające z mediów społecznościowych, które często prezentują osłabione poczucie kontroli, chaotycznie dokonują wyborów sytuacyjnych, hedonistycznych i egocentrycznych, opartych na bezpośrednich doznaniach i poczuciach, w sytuacji problemowych, nie rozwiązują ich, lecz stosują mechanizm ucieczki.

H 4: *Pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych zachodzi związek, który prawdopodobnie polegać będzie na tym, że nadmierne korzystanie z tych aplikacji najsilniej dodatnio korelować będzie ze statusem eksploracji ruminacyjnej, zaś ujemnie korelować będzie ze statusem tożsamości podjęcie zobowiązania oraz identyfikacja ze zobowiązaniem.*

Przyjmując powyżej sformułowany kierunek zależności pomiędzy badanymi zmiennymi powoływano się na badania Jankowskiego (2013). Co prawda nie badano w nich związku pomiędzy statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem z aplikacji livestreamingowych, lecz związek pomiędzy problemem regulacji emocji a statusami tożsamości. Ten związek może przekładać się na większą zdolność do nadmiernego, problemowego użytkowania aplikacji livestreamingowych, a w konsekwencji do rozwoju uzależnienia od nich. Wyjaśniają to genetyczno-neuroprzekaznikowy model uzależnienia o Internetu, a w jego ramach np. neuropsychologiczny model uzależnienia od Internetu, zaproponowany przez zespół chińskich naukowców K. Young, X. D. Yue i L. Ying (2014).

logiczny model uzależnienia od Internetu, zaproponowany przez zespół chińskich naukowców K. Young, X. D. Yue i L. Ying (2014).

H.5: *Pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych zachodzić będzie związek, który wyrażać się będzie w tym, że nadmierne korzystanie z aplikacji livestreamingowych prawdopodobnie najsilniej dodatnio korelować będzie ze stosowaniem przez młodzież stylu dyfuzyjno-unikowego, zaś ujemnie korelować będzie ze stosowaniem przez nią stylu tożsamości zwanego zaangażowaniem.*

Uzasadnienia dla wyżej sformułowanej hipotezy poszukiwano w opracowanym przez M. Berzonsky'ego modelu stylów tożsamości (Senejko, Łoś, 2015, s. 93). Autor tworząc ww. model przyjął, że różnice dotyczące tego, jak młodzi ludzie radzą sobie z zadaniem kształtowania, utrzymywania i zmiany tożsamości lub jak bardzo unikają podjęcia tego zadania. Spośród trzech wyróżnionych stylów przetwarzania tożsamościowego, przyjęto założenie, że styl przetwarzania dyfuzyjno-unikowego charakteryzujący się zwlekaniem, odsuwaniem podejmowania decyzji na później, niechęcią do konfrontowania się z problemami i radzenia sobie z nieprzyjemnymi decyzyjnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi może być typowym stylem charakteryzującym osoby nadmiernie korzystające z mediów społecznościowych, w tym z aplikacji livestreamingowych, które często prezentują osłabione poczucie kontroli, chaotycznie dokonują wyborów sytuacyjnych, hedonistycznych i egocentrycznych, opartych na bezpośrednich doznaniach i uczuciach, w sytuacji problemowych, nie rozwiązują ich, lecz stosują mechanizm ucieczki.

Zmienne badawcze i ich operacjonalizacja:

- **Zjawisko *lifestreamingu*:** rozumie się, jako intensywne korzystanie przez internautę z nowych mediów elektronicznych, tzw. technologii komunikacyjnych i jego obecność na więcej niż jednej platformie społecznościowej celem generowania strumienia danych dotyczących ekspozycji własnego Ja, sprowadzających się do systematycznego relacjonowania zdarzeń życiowych za pomocą mobilnych form komunikacji, które dają mu potencjalną możliwość publikowania i udostępniania online swoich danych „tożsamościowych”. Wskaźnikami tej zmiennej są pytania o: (1) obecność badanego na więcej niż jednej platformie społecznościowej; (2) czas obecności na tych platformach społecznościowych – od kiedy/jak długo jest użytkownikiem danej sieci; 3) rodzaj sieci społecznościowych/platform społecznościowych, z których korzysta z największą częstotliwością

w ciągu dnia; 4) średni czas spędzany przez niego online za pomocą komputera i innych urządzeń mobilnych w celu transmitowania źródeł informacji na swój temat w ciągu dnia, weekendu oraz świąt; (5) rodzaj transmitowanych online źródeł informacji na swój temat 6) częstotliwość zamieszczania zdjęć i filmów online, w których relacjonuje on przeżycia dnia codziennego, swoje stany emocjonalne, itp. dane 7) rodzaj podejmowanych aktywności online, np. pytanie o prowadzenie bloga – jego rodzaj 8) publikowanie online informacji fikcyjnych na swój temat; 9) reakcję badanego na wpisywane przez internautów komentarze pod adresem treści, jakie zamieszcza online; 10) motywy publikowania online informacji na swój temat.

- ***Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych*** w ślad za definicją *nadużywania Internetu* przyjętą przez Tomaszewską (2012) zdefiniować można jako zachowanie charakteryzujące się utratą kontroli nad korzystaniem z aplikacji livestreamingowych, które prowadzić może do izolacji oraz zaniedbywania różnych form aktywności społecznej, nauki, aktywnego wypoczynku, higieny osobistej oraz zdrowia. W takim ujęciu podkreśla się szereg negatywnych konsekwencji wynikających dla jednostki, która utraciła kontrolę nad użytkowaniem ww. aplikacji. Problem nadmiernego korzystania z aplikacji livestreamingowych pojawia się wtedy, kiedy osoba użytkująca je traci kontrolę nad czasem spędzonym w sieci oraz odczuwa wewnętrzny przymus korzystania z ww. aplikacji/robienia transmisji na żywo, a sama aktywność niesie dla niej i jej bliskich szereg negatywnych konsekwencji. Kryterium nadużywania aplikacji livestreamingowych jest nie tylko czas poświęcany na oglądanie, czy nadawanie transmisji na żywo, ale również obecność dodatkowych okoliczności. Zmienna ta obejmuje 7 kryteriów w zakresie zależności behawioralnych. (1) Zaabsorbowanie, 2) Utrata kontroli, 3) Symptomy odstawienia, 4) Wzrost tolerancji, 5) Zaniedbanie, 6) Użytkowanie aplikacji livestreamingowych mimo negatywnych konsekwencji, 7) Zmiana nastroju/ucieczka.
- ***Nadmierne Korzystanie z Sieci Społecznościowych:*** *Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych* w ślad za definicją *nadużywania Internetu* przyjętą przez Tomaszewską (2012) zdefiniować można jako zachowanie charakteryzujące się utratą kontroli nad korzystaniem z sieci społecznościowych, które prowadzić może do izolacji oraz zaniedbywania różnych form aktywności społecznej, nauki, aktywnego wypoczynku, higieny osobistej oraz zdrowia. Podobnie ten termin rozumie R. LaRose (LaRose, 2010). podkreślając szereg negatywnych konsekwencji wynikających dla jednostki, która utraciła kontrolę

nad użytkowaniem portali społecznościowych. Problem nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych, czy też problem nadużywania sieci społecznościowych pojawia się wtedy, kiedy osoba użytkująca je traci kontrolę nad czasem spędzonym w sieci oraz odczuwa wewnętrzny przymus wchodzenia na nie, a ponadto ta aktywność niesie dla niej i jej bliskich szereg negatywnych konsekwencji. Kryterium nadużywania sieci społecznościowych jest nie tylko czas spędzany na portalach społecznościowych, ale również obecność dodatkowych okoliczności. Zmienna ta obejmuje 7 kryteriów w zakresie uzależnień behawioralnych. (1) Zaabsorbowanie, 2) Utrata kontroli, 3) Symptomy odstawienia, 4) Wzrost tolerancji, 5) Zaniedbanie, 6) Użytkowanie sieci społecznościowych mimo negatywnych konsekwencji, 7) Zmiana nastroju/ucieczka.

- ***Wzory publikowanych informacji online na swój temat wśród badanej młodzieży:*** są to sposoby, style generowania informacji online/ w sieci/ na swój temat, które obejmują różnorodne rodzaje podejmowanych przez młodzież aktywności online przy użyciu licznych urządzeń/mediów elektronicznych, w tym mobilnych /np. pisanie bloga, umieszczanie filmów video, zdjęć, pisanie komentarzy, likowanie i hejtowanie treści i innych materiałów, itp./. Wskaźnikami tej zmiennej są pytania o: 1) rodzaj podejmowanej aktywności online; 2) częstotliwość tego typu zachowań podejmowanych w sieci; 3) rodzaj najczęściej użytkowanych aplikacji mobilnych; 4) częstotliwość korzystania z sieci społecznościowych przez badanych w celu umieszczania informacji na swój temat (np. pisanie bloga -Tumblr; zamieszcza filmików wideo relacjonujące jego przeżycia, stany emocjonalne); 5) średni czas dziennie, w weekendy oraz w święta poświęcany na publikowanie informacji na swój temat online; 6) częstotliwość zmiany swojego zdjęcie profilowego na swoim koncie/kontach profilowych; 7) potrzebę zmiany zdjęcia profilowego; 8) częstotliwość i rodzaj likowania zdjęć, treści i innych materiałów opublikowanych online przez znajomych; 9) częstotliwość i rodzaj hejtowanych zdjęć, treści i innych materiałów opublikowanych online przez znajomych; 10) zakres informacji udostępnianych o sobie najczęściej; 11) zakres informacji nieupublicznianych o sobie wcale; 12) publikowanie online informacji fikcyjnych na swój temat; 13) prezentowany stosunek do pozytywnych i negatywnych komentarzy wpisywanych przez znajomych do zamieszczonych przez niego treści online; 14) motywy, dla których badany publikuje online tego typu treści; 15) styl publikowania treści online- wzór samotny, czy publiczny z udziałem innych osób; 16) czas i miejsce oraz okoliczności generowania źródeł informacji online o sobie;

17) rodzaje najczęściej wykorzystywanych w tym celu mediów elektronicznych (komputer stacjonarny, przenośny, tablet, smartfon, konsola gier, smart tv i inne).

- **Statusy tożsamości:** Tożsamość związana jest z posiadaniem określonej definicji własnej osoby, tj. złożonego i dostępnego jednostce konglomeratu osobistych przymiotów, za pomocą którego potrafi ona zidentyfikować samą siebie oraz odróżnić siebie od innych osób. W formowanie tożsamości zaangażowane są dwa procesy: (1) eksploracja prowadząca do doświadczania kryzysu dotychczas ukształtowanej tożsamości, ujawniająca się w rozpoznawaniu wariantów działania, stylów życia i stojących za nimi wartości oraz w eksperymentowaniu z rolami w różnych obszarach aktywności, i (2) zobowiązanie będące następstwem podjęcia decyzji i wyboru jednego z wcześniej rozpoznanych wariantów. Skrzyżowanie obu tych wymiarów prowadzi do wyodrębnienia czterech różnych statusów tożsamości traktowanych jako wynik radzenia sobie przez jednostkę z kryzysem tożsamości, które zostały uzupełnione o piąty status przez Koena Luyckxa. Statusy te w literaturze określa się również jako **wymiary tożsamości**. **Wyróżnia się następujące statusy/wymiary tożsamości:** **tożsamość osiągnięta** (identity achievement) charakteryzują ją silne zobowiązania podjęte po okresie wzmożonej eksploracji; **tożsamość moratoryjna (moratorium)** cechuje aktualne zaangażowanie w eksplorację przy jednoczesnym braku silnych zobowiązań; **tożsamość przejęta** (identity foreclosure) typowe są silne zobowiązania podejmowane bez wcześniejszej eksploracji, **tożsamość rozproszona** (identity diffusion) wyróżnia natomiast niewielkie zaangażowanie w eksplorację oraz brak silnych zobowiązań; **tożsamość eksploracji ruminacyjnej**, która ma charakter dezadaptacyjny i związana jest z doświadczaniem trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi. Wysoki poziom eksploracji ruminacyjnej może się wiązać z uporczywym powracaniem do tych samych wzorców zachowań pomimo ich wcześniejszej nieskuteczności i z trudnościami w zakresie podejmowania i identyfikowania się z zobowiązaniami.
- **Style tożsamości:** są to różnorodne strategie stosowane w procesie radzenia sobie z zadaniem, jakim jest rozwiązywanie kryzysu tożsamości oraz związanych z tym wyzwań. Zgodnie z klasyfikacją stylów zaproponowaną przez Berzonsky'ego wyróżnia się kilka stylów. **Styl normatywny**- osoby go prezentujące cechują się silną potrzebą poznawczego domknięcia, skłonnością do przejmowania wartości i przekonań od osób znaczących i dostosowywania się do zastanych reguł. **Styl informacyjny** – właściwy jest dla osób,

które aktywnie angażują się w poszukiwanie informacji odnoszących się do Ja oraz w ich ocenę, mają szerokie zainteresowania, krytycznie podchodzą do napływających informacji, stosują strategie radzenia sobie z problemami skoncentrowane na zadaniu. **Styl dyfuzyjno-unikowy** – cechuje osoby, które starają się unikać konfrontacji z problemami i bezpośredniego radzenia sobie z nimi, z trudem podejmują decyzje, a ich zachowanie zależne jest od bieżącej sytuacji i spostrzeganych oczekiwań innych osób. Badania przeprowadzone w różnych krajach pokazały, że style tożsamości są wyraźnie powiązane z wymiarami i statusami tożsamości zarówno u adolescentów, jak i w okresie wyłaniającej się dorosłości

(przegląd w: Berzonsky, 2011).

- **Zmienne socjodemograficzne:** płeć badanych, wiek badanych, rodzaj szkoły, do jakiej uczęszczają badane osoby, oddział klasowy.

Narzędzia badawcze i ich opis:

Zmienna: ***Nadmierne Korzystanie z Sieci Społecznościowych*** badana była za pomocą ***Skali Oceny Nadmiernego Korzystania z Sieci Społecznościowych (SONKSS-14)*** opracowanej przez P. Izdebskiego i zespół (2013-2014). Skala pozwala na ocenę natężenia zjawiska i oszacowanie odsetka badanych grup znajdujących się w strefie ryzyka nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych. SONKSS-14 składa się z 14 pytań diagnostycznych obejmujących kryteria uzależnienia oraz patologicznego hazardu odpowiednio dostosowane do zagadnienia sieci społecznościowych. Odpowiedzi na pytania udzielane są na pięciostopniowej skali Likerta od 1 do 5, gdzie 1 oznacza zdecydowany brak zgody ze stwierdzeniem, zaś 5 zdecydowaną zgodę z nim. Narzędzie zastosowano w badaniach ogólnopolskich, które prowadzone były w 16 województwach Polski, wśród uczniów szkół zawodowych, techników i liceów. Skala posiada zadawalającą rzetelność (współczynnik alfa Cronbacha wynosi 0,94), jest skalą jednoczynnikową¹.

Zmienna: ***Nadmiernego Korzystania z Aplikacji Livestreamingowych*** została badana była za pomocą kwestionariuszu ankiety „**Livestreaming – Moje transmisje na żywo**” – opr. **Jolanta Jarczyńska (UKW Bydgoszcz, 2017)**. Skala pozwala na ocenę natężenia zjawiska i

¹ Informacje dotyczące projektu badawczego pochodzą ze źródeł dotąd nieopublikowanych, otrzymałam je od Kierownika projektu.

oszacowanie odsetka badanych grup znajdujących się w strefie ryzyka nadmiernego korzystania z aplikacji livestreamingowych. Składa się z 13 pytań diagnostycznych obejmujących kryteria uzależnienia oraz patologicznego hazardu odpowiednio dostosowane do zagadnienia aplikacji livestreamingowych. Odpowiedzi na pytania udzielane są na czterostopniowej skali: Tak (4pkt.), Raczej tak (3 pkt.), Nie (1 pkt.) i Raczej nie (2 pkt.). Im wyższa liczba punktów na skali, tym wyższe ryzyko nadmiernego korzystania z aplikacji livestreamingowych. Kwestionariusz ankiety „Livestreaming – Moje transmisje na żywo ” stanowi Załącznik nr 6.

Pomiar zmiennej: ***Zjawisko lifestreamingu*** dokonany został w oparciu o **pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety pt.: „Ja online” – opr. Jolanta Jarczyńska (UKW Bydgoszcz, 2017)** składającą się z pytań o: (1) obecność badanego na więcej niż jednej platformie społecznościowej; (2) czas obecności na tych platformach społecznościowych – od kiedy/jak długo jest użytkownikiem danej sieci; 3) rodzaj sieci społecznościowych/platform społecznościowych, z których korzysta z największą częstotliwością w ciągu dnia; 4) średni czas spędzany przez niego online za pomocą komputera i innych urządzeń mobilnych w celu transmitowania źródeł informacji na swój temat w ciągu dnia, weekendu oraz świąt; (5) rodzaj transmitowanych online źródeł informacji na swój temat 6) częstotliwość zamieszczania zdjęć i filmów online, w których relacjonuje on przeżycia dnia codziennego, swoje stany emocjonalne, itp. dane 7) rodzaj podejmowanych aktywności online, np. pytanie o prowadzenie bloga – jego rodzaj 8) publikowanie online informacji fikcyjnych na swój temat; 9) reakcję badanego na wpisywane przez internautów komentarze pod adresem treści, jakie zamieszcza online; 10) motywy publikowania online informacji na swój temat.

Zmienna: ***Wzory publikowanych informacji online na swój temat wśród badanej młodzieży badana była za pomocą kwestionariusza ankiety pt. „Ja online” – opr. Jolanta Jarczyńska (UKW Bydgoszcz, 2017).*** Zawiera on pytania dotyczące rodzajów podejmowanych aktywności online na swój temat przez badaną młodzież oraz częstotliwości tego typu zachowań podejmowanych w sieci. Są to pytania o: 1) rodzaj podejmowanej aktywności online; 2) częstotliwość tego typu zachowań podejmowanych w sieci; 3) rodzaj najczęściej użytkowanych aplikacji mobilnych; 4) częstotliwość korzystania z nich przez badanych w celu umieszczania informacji na swój temat (np. pisanie bloga-Tumblr; zamieszcza filmików wideo relacjonujące jego przeżycia, stany emocjonalne lub czy streaming, np. YouTube, Vod, ipla, kinoplex, etc.; 5) średni czas dziennie, w weekendy oraz w święta poświęcany na publikowanie informacji na swój temat

online; 6) częstotliwość zmiany swojego zdjęcie profilowego na swoim koncie/kontach profilowych; 7) potrzebę zmiany zdjęcia profilowego; 8) częstotliwość i rodzaj likowania zdjęć, treści i innych materiałów opublikowanych online przez znajomych; 9) częstotliwość i rodzaj hejtowanych zdjęć, treści i innych materiałów opublikowanych online przez znajomych; 10) zakres informacji udostępnianych o sobie najczęściej; 11) zakres informacji nieupublicznianych o sobie wcale; 12) publikowanie online informacji fikcyjnych na swój temat; 13) prezentowany stosunek do komentarzy wpisywanych przez znajomych do zamieszczonych przez niego treści online; 14) motywy, dla których badany publikuje online tego typu treści; 15) styl publikowania treści online- wzór samotny, czy publiczny z udziałem innych osób; 16) czas i miejsce oraz okoliczności generowania źródeł informacji online o sobie; 17) rodzaje najczęściej wykorzystywanych w tym celu mediów elektronicznych (komputer stacjonarny, przenośny, tablet, smartfon, konsola gier, smart tv i inne). Kwestionariusz ankiety „Ja online” stanowi Załącznik nr 5.

Do badania zmiennej: *Wymiary tożsamości* zastosowana została *Skala Wymiarów Rozwoju Tożsamości* (Dimensions of Identity Development Scale – DIDS) autorstwa Koena Luyckxa i wsp. (2008) w **polskiej adaptacji (DIDS/PL)** (Brzezińska, Piotrowski, 2010), która pozwala na pomiar położenia jednostki na pięciu wymiarach tożsamości (Luyckx i in., 2008a): (1) podejmowanie zobowiązania (PZ): zakres, w jakim jednostka dokonała wyborów i zobowiązań co do kwestii ważnych dla rozwoju tożsamości (np. Podjąłem już ostatecznie decyzję na temat kierunku, w którym chcę w swoim życiu podążać), (2) identyfikacja z zobowiązaniem (IZ): stopień, w jakim jednostka identyfikuje się z dokonanymi wyborami i podjętymi zobowiązaniami (np. Moje plany na przyszłość pasują do moich prawdziwych zainteresowań i wartości), (3) eksploracja wszerek (EW): zakres, w jakim jednostka poszukuje różnych opcji w odniesieniu do swoich celów, wartości i przekonań (np. Dużo myślę nad tym, w jakim kierunku chciałbym w swoim życiu podążać), (4) eksploracja w głąb (EG): pogłębiona ocena już podjętych decyzji i dokonanych wyborów, czyli już podjętych zobowiązań, w celu stwierdzenia stopnia, w jakim spełniają one osobiste standardy (np. Rozmyślam o tym, czy moje plany na przyszłość, do których dążę, wiążą się z tym, czego naprawdę chcę), (5) eksploracja ruminacyjna (ER): natężenie obaw jednostki i doświadczanie przez nią problemów w angażowaniu się w ważne dla rozwoju tożsamości obszary (np. Mam wątpliwości dotyczące tego, co naprawdę chcę w życiu osiągnąć). Narzędzie (DIDS/PL) (Brzezińska, Piotrowski, 2010) składa się z 25 stwierdzeń (po 5 na każdą ze skal). Każda pozycja oceniana jest na skali od 1 (zdecydowanie nie) do 6 (zdecydowanie tak), przy

czym im wyższy wynik, tym wyższe natężenie, odpowiednio eksploracji lub zobowiązania. Narzędzie ma potwierdzoną strukturę czynnikową. W badanej próbie była akceptowalna [wyniki konfirmacyjnej analizy czynnikowej: χ^2 (242) = 1400.38; CFI = .90; RMSEA = .07], współczynnik alfa-Cronbacha dla poszczególnych skal wyniósł w całej próbie odpowiednio: .72, .67, .82, .90 i .82.

Do pomiaru zmiennej: *Style tożsamości* zastosowany został *Inwentarza stylów tożsamości* (ISI-5; *Identity Style Inventory* w opracowaniu M. Berzonsky'ego, B. Soenensa, I. Smits, K. Luyckxa i L. Goossensa) w polskiej adaptacji (Senejko i Łoś, 2015). Inwentarz składa się 48 twierdzeń, w tym 36 pozycji diagnostycznych, tworzących trzy skale: stylu informacyjnego, normatywnego, dyfuzyjno-unikowego (po dziewięć pozycji w każdej skali) oraz skalę zaangażowania (dziewięć pozycji). Odpowiedzi udziela się na pięciostopniowej skali (od "zdecydowanie mnie dotyczy" po "w ogóle mnie nie dotyczy"). Narzędzie pozwala na pomiar trzech orientacji społeczno-poznawczych, związanych z różnorodnym przetwarzaniem problemów tożsamościowych, tzw. stylów tożsamości: (1) styl informacyjny – charakteryzuje osoby, które są autorefleksyjne, eksplorują otoczenie, chcą lepiej poznać siebie i aktywnie poszukują informacji odnoszących się do Ja (np. Gdy stoję przed ważną decyzją życiową, zanim dokonam wyboru, biorę pod uwagę różne punkty widzenia), (2) styl normatywny – charakteryzuje osoby, które przejmują oczekiwania, wartości, przepisy roli czy zachowania od znaczących dla nich osób, a ich głównym celem jest ochrona tak ukształtowanych poglądów na życie (np. Dążę do osiągnięcia celów, które przede mną stawiają moja rodzina i przyjaciele), (3) styl dyfuzyjno-unikowy – charakteryzuje się zwlekaniem, odsuwaniem podejmowania problemów na później, niechęcią do konfrontowania się, akceptacji i radzenia sobie z nieprzyjemnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi (np. Kiedy muszę podjąć ważną decyzję życiową, staram się ją odwlekać tak długo, jak to tylko możliwe, żeby zobaczyć, co się stanie). Współczynniki rzetelności mieszczą się w przedziale .68-.80, co wskazuje, że kwestionariusz ISI-5 jest odpowiedni do badań naukowych i posiada zadawalającą rzetelność. Struktura czynnikowa narzędzia jest akceptowalna [wyniki konfirmacyjnej analizy czynnikowej: χ^2 (62) = 234.13; CFI = .91]. Obliczony wskaźnik błędu aproksymacji RMSEA = .062 (.059-.065, przedział ufności 90%) był na poziomie akceptowalnym, gdyż niższym od uważanego za progowe < .08. Spośród wskaźników bezwzględnego dopasowania wskaźnik standaryzowanych reszt sRMR = .069 i jest akceptowalny, ponieważ jest mniejszy od progowego .08. Wskaźnik dobroci dopasowania GFI Joresko-ga wyniósł .900, co jest dokładnie równe wartości uważanej za progową.

Badania focusowe z młodzieżą przeprowadzono w oparciu o scenariusz badania focusowego prowadzonego z młodzieżą szkół ponadgimnazjalnych autorstwa J. Jarczyńskiej (Załącznik nr 3), natomiast wywiady indywidualne z młodzieżą przeprowadzono w oparciu o przygotowany scenariusz do indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) z młodzieżą publicznych bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych zawierający dyspozycje pytań do wywiadu swobodnego autorstwa J. Jarczyńskiej (Załącznik nr 4).

4. Własności psychometryczne zastosowanych w badaniach narzędzi

Zastosowana w badaniach ilościowych bateria narzędzi obejmowała 5 narzędzi. Trzy z nich to wystandaryzowane w badaniach naukowych narzędzia, na wykorzystanie których w badaniach uzyskano zgodę ich Autorów. Są nimi: *Skala Wymiarów Rozwoju Tożsamości (Dimensions of Identity Development Scale – DIDS)* autorstwa Koena Luyckxa i wsp. (2008) w polskiej adaptacji (DIDS/PL) (Brzezińska, Piotrowski, 2010), *Inwentarz Stylów Tożsamości (ISI-5 (Identity Style Inventory))* w opracowaniu M. Berzonsky'ego, B. Soenensa, I. Smits, K. Luyckxa i L. Goossensa; 2010) w polskiej adaptacji (Senejko, Łoś, 2015) oraz *Skala Oceny Nadmiernego Korzystania z Sieci Społecznościowych (SONKSS-14)* opracowana przez P. Izdebskiego i zespół (2013-2014). Wszystkie narzędzia mają potwierdzone własności psychometryczne, których opis przedstawiono w punkcie 3 niniejszego raportu. Pozostałe dwa narzędzia to autorski *kwestionariusz ankiety „Ja online”*, oraz autorski *kwestionariusz ankiety Livestreaming – Moje transmisje na żywo*, w którym ukryta została *Skala Nadmiernego Korzystania z Aplikacji Livestreamingowych (SNKAL)*. Narzędzia te na etapie opracowania poddane zostały ocenie dokonanej przez niezależnych sędziów kompetentnych. Byli nimi: blogerka, pięciu badaczy – naukowców oraz uczniowie szkół ponadgimnazjalnych. Każdy z sędziów kompetentnych zapoznając się z narzędziami badawczymi wypełniał opracowany przez J. Jarczyńską „*Arkusze dla sędziów kompetentnych*”, w którym zamieszczał swoje uwagi, sugestie i propozycje związane z korektą właściwego narzędzia. Arkusz ten stanowi Załącznik nr 1a i 1b. Po uwzględnieniu uwag sędziów dokonano korekty narzędzi autorskich i od marca do kwietnia 2017 roku przeprowadzono badania pilotażowe na losowo wybranej próbie uczniów publicznych szkół ponadgimnazjalnych wszystkich typów szkół (Liceum Ogólnokształcące, Technikum, Zasadnicza Szkoła Zawodowa – aktualnie Szkoła Branżowa I stopnia) 1, 2 i 3 oddziału klasowego celem oceny własności psychometrycznej zastosowanych narzędzi /*kwestionariusza ankiety „Ja online”*, *kwestionariusza ankiety „Livestreaming – Moje transmisje na żywo”* oraz *Skali SONKSS-14*. Łącznie w badaniach ankietowych udział wzięło 207 uczniów. Bardzo ważnym aspektem badania było pozyskanie od badanych uczniów informacji zwrotnych na temat konstrukcji narzędzi, zrozumienia treści pytań, itemów w nich zawartych oraz kafeerii odpowiedzi. Uczniowie proszeni byli o wypowiedzenie się na temat tego:

- czy instrukcje zawarte w narzędziach są zrozumiałe i pełne,

- czy narzędzia mierzą to, do czego zostały stworzone,
- czy ich zdaniem odpowiedzi na pytania w nich zawarte są pełne i wyczerpujące,
- czy w narzędziach nie pominięto pytań, które w ramach badanego zjawiska powinny być uwzględnione.
- czy instrukcja jest zrozumiała.

Poniżej zaprezentowano uzyskane wyniki dotyczące własności psychometrycznych narzędzi badawczych zastosowanych w badaniach właściwych.

Wyniki analiz potwierdzają zadawalające własności psychometryczne narzędzi.

Skala SONKSS-14

Współczynnik Alfa Cronbacha wyniósł 0,90, średnia korelacja między pozycjami: 0,39; średnia dla całej skali 24,87 (min.: 14, max.: 70); odchylenie standardowe SD=10,18, skośność: 1,54; kurtosa: 3,14. Uzyskane wartości wskazują, że skala SONKSS-14 jest odpowiednia do badań naukowych i posiada zadawalającą rzetelność.

Podczas przeprowadzanej analizy konfirmacyjnej (CFA) zastosowano metodę największej wiarygodności (ML - maximum likelihood). Testowany był model wskazujący na rozwiązanie jednoczynnikowe z możliwością korelowania reszt. Struktura czynnikowa narzędzia jest akceptowalna. Wyniki konfirmacyjnej analizy czynnikowej: $\chi^2(65) = 379.81$; CFI = .96. Obliczony wskaźnik błędu aproksymacji RMSEA = .058 (.052 - .064) był na poziomie akceptowalnym, gdyż niższym od uważanego za progowy < .08. Zakładany model teoretyczny znajduje potwierdzenie w danych empirycznych zebranych w badaniu własnym. Wskaźniki dopasowania mają wartość wskazującą na dobre dopasowanie modelu do danych. Wyniki analizy potwierdzają przyjętą strukturę jednoczynnikową skali SONKSS-14.

Skala DIDS

Dla każdej z pięciu podskal składających się na skalę DIDS uzyskano zadawalające wysokości współczynnika Alfa Cronbacha, mieszczą się one przedziale .75-.91, co wskazuje, że skala DIDS jest odpowiednia do badań naukowych i posiada zadawalającą rzetelność. Struktura czynnikowa narzędzia jest akceptowalna.

Współczynniki rzetelności Alfa Cronbacha uzyskane dla podskal Skali DIDS

Nazwa podskali	Alfa Cronbacha	Średnia korelacji między pozycjami	Średnia dla całej skali (min. –max.)	Odchylenie standardowe SD	Skośność	Kurtoza
Podjęcie Zobowiązania (PZ)	.91	.67	18,22 (5-25)	4,94	-.61	-.08
Eksploracja wszere (EW)	.075	.39	19,67 (5-25)	3,73	-.93	1,38
Eksploracja ruminacyjna (ER)	.82	.48	14,84 (5-25)	5,19	-.12	-.69
Identyfikacja ze zobowiązaniem (IŻ)	.87	.58	17,98 (5-25)	4,66	-.42	-.14
Eksploracja w głąb (EG)	.76	.40	18,78 (5-25)	4,08	-.78	.75

Podczas przeprowadzanej analizy konfirmacyjnej (CFI) zastosowano metodę największej wiarygodności (ML - maximum likelihood). Testowany był model wskazujący na rozwiązanie pięcioczynnikowe ze wzajemnym skorelowaniem czynników i możliwością korelowania reszt w obrębie tego samego czynnika. Wyniki konfirmacyjnej analizy czynnikowej: $\chi^2(250) = 2071.96$; CFI = .90. Obliczony wskaźnik błędu aproksymacji RMSEA = .072 (.069-.075) był na poziomie akceptowalnym, gdyż niższym od uważanego za progowe < .08. Wskaźnik dobroci dopasowania GFI Joreskoga wyniósł .894, co jest dokładnie równe wartości uważanej za progową. Narzędzie ma potwierdzoną strukturę czynnikową. W badanej przez zespół A. Brzezińskiej i K. Piotrowskiego (2010) próbie, wyniki konfirmacyjnej analizy czynnikowej przedstawiały się następująco: $\chi^2(242) = 1400.38$; CFI = .90; RMSEA = .07.

Skala ISI-5

Dla każdej z czterech podskal składających się na skalę ISI-5 uzyskano zadawalające wysokości współczynnika Alfa Cronbacha, mieszczą się one przedziale .67-.79, co wskazuje, że skala ISI-5 posiada zadawalającą rzetelność.

Współczynniki rzetelności Alfa Cronbacha uzyskane dla podskal Skali ISI-5

Nazwa podskali	Alfa Cronbacha	Średnia korelacji między pozycjami	Średnia dla całej skali (min. –max.)	Odchylenie standardowe SD	Skośność	Kurtoza
Styl informacyjny	.77	.28	34,25 (11-45)	5,76	-.52	-.18
Styl normatywny	.067	.19	24,05 (10-42)	5,50	.04	-.32
Styl dyfuzyjno-unikowy	.71	.22	22,05 (9-43)	6,12	.36	-.12
Zaangażowanie)	.79	.29	30,80 (9-45)	6,99	-.20	-.30

Podczas przeprowadzanej analizy confirmacyjnej (CFI) zastosowano metodę największej wiarygodności (ML - maximum likelihood). Testowany był model wskazujący na rozwiązanie trójczynnikowe ze wzajemnym skorelowaniem czynników i możliwością korelowania reszt w obrębie tego samego czynnika. Wyniki confirmacyjnej analizy czynnikowej: χ^2 (310) = 1399.759; CFI = .84. Obliczony wskaźnik błędu aproksymacji RMSEA = .050 (.047-.053) był na poziomie akceptowalnym, gdyż niższym od uważanego za progowe < .08. Spośród wskaźników bezwzględnego dopasowania wskaźnik standaryzowanych reszt sRMR = .063 i jest akceptowalny, ponieważ jest mniejszy od progowego .08. Narzędzie ma potwierdzoną strukturę czynnikową. W badanej przez A. Senejko i Z. Łoś (2015) próbie, wyniki confirmacyjnej analizy czynnikowej przedstawiały się następująco: χ^2 (62) = 234.13; CFI = .91]; RMSEA = .062 (.059-.065); sRMR = .069.

Skala Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych (SNKAL)

Dla Skali Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych współczynnik Alfa Cronbacha wyniósł 0,89, średnia korelacja między pozycjami: 0,41, średnia dla całej skali 15,71 (min.: 13, max.: 40); odchylenie standardowe SD=5,26, skośność: 2,50; kurtoza: 6,06.

W związku z tym, że omawiana skala jest narzędziem autorskim przedstawiono poniżej poszerzone informacje związane z właściwościami psychometrycznymi narzędzia.

Podsumowanie wyników analizy rzetelności i pozycji dla Skali Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych (SNKAL)

Skala Nadmiernego Korzystania z Aplikacji Livestreamingowych (SNKAL)	Podsumow. skali: Średnia=15,7095 Odch.st=5,25820 N ważn.:241 (New baza - z przekodowanym SONKSS i kryteriami) Alfa Cronbacha: ,891129 Alfa standaryzowana: ,896635 Średnia kor. między poz.: ,407437				
	Śred.gdy usunięte	War. gdy usunięte	OdSt.gdy usunięte	Poz-Cal. Korel.	Alfa gdy usunięte
SKNAL pytanie nr 15	14,34	23,65	4,86	0,55	0,88
SKNAL pytanie nr 16 a	14,60	24,73	4,97	0,58	0,88
SKNAL pytanie nr 16 b	14,56	24,34	4,93	0,60	0,88
SKNAL pytanie nr 16 c	14,39	21,63	4,65	0,72	0,88
SKNAL pytanie nr 16 d	14,53	23,54	4,85	0,63	0,88
SKNAL pytanie nr 16 e	14,49	23,54	4,85	0,60	0,88
SKNAL pytanie nr 16 f	14,58	24,14	4,91	0,66	0,88
SKNAL pytanie nr 16 g	14,44	22,03	4,69	0,71	0,88
SKNAL pytanie nr 16 h	14,52	23,74	4,87	0,62	0,88
SKNAL pytanie nr 16 i	14,47	23,10	4,81	0,62	0,88
SKNAL pytanie nr 17	14,55	24,63	4,96	0,49	0,887
SKNAL pytanie nr 18	14,44	24,19	4,92	0,37	0,897
SKNAL pytanie nr 19	14,59	24,49	4,95	0,61	0,883

Podczas przeprowadzanej analizy confirmacyjnej (CFA) zastosowano metodę największej wiarygodności (ML - maximum likelihood). Testowany był model wskazujący na rozwiązanie jednoczynnikowe z możliwością korelowania reszt. Struktura czynnikowa narzędzia jest akceptowalna [wyniki confirmacyjnej analizy czynnikowej: $\chi^2(62) = 140,257(55)$; CFI = .942. Obliczony wskaźnik błędu aproksymacji RMSEA = .079 (.063-.095) był na poziomie akceptowalnym. Spośród wskaźników bezwzględnego dopasowania wskaźnik standaryzowanych reszt sRMR=.056 i jest akceptowalny, ponieważ jest mniejszy od progowego .08. Wskaźnik dobroci dopasowania GFI Joreskoga wyniósł .922, co jest dokładnie równe wartości uważanej za progową.

5. Organizacja badań

Organizacja badań podzielona była na kilka etapów, obejmowały one zarówno badania pilotażowe, jak i właściwe. W ramach badań właściwych przeprowadzono badania sondażowe, których wyniki pogłębiane były o badania jakościowe, obejmujące badania focusowe z młodzieżą oraz indywidualne wywiady pogłębione. Za pomocą metody sondażu diagnostycznego w okresie od września do listopada 2017 rok zostały przeprowadzone audytoryjne anonimowe badania ankietowe typu papier-ołówek na reprezentatywnej dla miasta Bydgoszczy losowo wybranej próbie młodzieży publicznych szkół ponadgimnazjalnych zlokalizowanych na terenie miasta Bydgoszczy (N = 1.541). Badaną próbą była młodzież w wieku 16-20 lat, która w roku szkolnym 2017/2018 uczęszczała do ww. szkół ponadgimnazjalnych. Dobór osób do próby był losowy - wielowarstwowy. Spis szkół ponadgimnazjalnych zlokalizowanych na terenie miasta Bydgoszczy otrzymany z Wydziału Edukacji i Sportu Urzędu Miasta Bydgoszczy wg stanu na dzień 28 września 2017 r. pełnił rolę operatu losowania. W pierwszej kolejności dokonano losowania publicznych szkół ponadgimnazjalnych, później zaś oddziałów klasowych. Jednostką losowania była klasa szkolna. Badaniami objęto uczniów szkół ponadgimnazjalnych /wszystkich typów szkół ponadgimnazjalnych – szkoły średnie: licea, technika oraz szkoły branżowe I stopnia i zasadnicze szkoły zawodowe - wszystkich oddziałów klasowych: klasy pierwsze, drugie, trzecie i czwarte /w przypadku technikum/. W wylosowanej próbie znalazło się 13 szkół ponadgimnazjalnych.

Badania poprzedzone było konsultacjami z dyrektorami szkół i pedagogami szkolnymi. Uczniom z klas młodszych, którzy nie osiągnęli pełnoletności za pośrednictwem wychowawcy przekazywane były pisemne zgody rodziców/opiekunów prawnych na udział ich dziecka w badaniu, które następnie zwracane były wychowawcy klasy. Wzór zgody rodzica/opiekuna prawnego stanowi Załącznik nr 2. W badaniu respektowana była zasada dobrowolnego udziału ucznia w badaniu. Każdy z uczniów zapytany był o chęć wzięcia udziału w badaniu i o zgodę na nie.

Kolejnym etapem badania było przeprowadzenie zogniskowanych wywiadów grupowych, tzw. focus group (6 wywiadów grupowych; N=42) i pogłębienie ich wyników o wywiady indywidualne – wywiady swobodne z młodzieżą (15 wywiadów). Uczestnicy wywiadów grupowych oraz wywiadów indywidualnych do badań dobierani mieli być w sposób celowy. Były to

osoby biorące udział wcześniej w audytoryjnych badaniach ankietowych. W przyjętym pierwotnie założeniu kryterium doboru miały być wysokie wyniki uzyskane na skalach pomiarowych wykorzystanych w badaniach sondażowych (*Skala SONKSS-14* oraz *Skala Nadmierne Robienie Transmisji na Żywo*). W wyniku konsultacji, zmieniono kryterium doboru młodzieży do badań focusowych i wywiadów indywidualnych. Mając na uwadze pozyskanie bardziej zróżnicowanego materiału empirycznego do badań zapraszane były osoby, które uzyskały zarówno wysokie, przeciętne, jak i niskie wyniki uzyskane na obu skalach pomiarowych oraz w kwestionariuszu ankiety udzielały odpowiedzi świadczących o zaangażowaniu w zjawisko lifestramingu. Scenariusz badania fokusowego prowadzonego z młodzieżą szkół ponadgimnazjalnych, w oparciu, o który prowadzone były wywiady grupowe stanowi Załącznik nr 3 do niniejszego raportu, z kolei swobodny wywiad z młodzieżą poprowadzony został w oparciu o scenariusz do indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) z młodzieżą, który stanowi Załącznik nr 4.

6. Prezentacja wyników badań

W tej części raportu dokonano prezentacji wyników badań własnych, które zestawiono w dwie grupy. Pierwszą stanowią wyniki uzyskane na drodze badań sondażowych, a drugą wyniki badań uzyskane na drodze przeprowadzonych wywiadów z młodzieżą (zarówno zogniskowanych wywiadów grupowych, jak i wywiadów indywidualnych). Opis uzyskanych wyników poprzedza charakterystyka profilu społeczno-demograficznego badanej grupy młodzieży. Podstawowe analizy statystyczne wykonywane były w programie STATISTICA wersja 12, analiza post-hoc sporządzona została w programie SPSS wersja 25, zaś analiza confirmacyjna w programie AMOS wersja 25.

Statystyki opisowe dotyczące badanej próby

Demografia

W badaniu udział wzięło 1.541 uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Do opracowania analiz demograficznych zakwalifikowano 1.503 kwestionariusze ankiet, 38 kwestionariuszy zostało wykluczonych z powodu braku (w odniesieniu do szczegółowych analiz wykorzystywana była różna liczba kwestionariuszy – wykluczono osoby z brakami danych, bądź ewidentnym tendencyjnym sposobem udzielania odpowiedzi). Badana młodzież to uczniowie urodzeni w latach 1997-2002 uczęszczający do wszystkich typów bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych, tj. liceum, technikum, szkoła branżowa pierwszego stopnia – dawna zasadnicza szkoła zawodowa. Pod względem daty urodzenia, największą grupę osób stanowili uczniowie urodzeni w 2000 roku (31,80%), nieco mniejszą w 2001 roku (30,30%), następnie w 1999 roku (26,50%) oraz w 1998 roku (10,80%). Nieco większy odsetek respondentów stanowiły dziewczęta (57,10%) niż chłopcy (42,60%). Pięć osób na pytanie o wskazanie płci metrykalną dokonało wyboru opcji gender, co stanowiło 0,30% badanych. Najmniej liczne odsetki badanych stanowili respondenci urodzeni w 1997 roku (0,50%) oraz w 2002 roku (0,10%). Pod względem typu szkoły, do której uczęszczali badani najliczniejszą grupę stanowili uczniowie liceum (58,5%), następnie uczniowie technikum (34,10%) oraz obecnych szkół branżowych pierwszego stopnia (7,40%). Wśród uczniów szkół branżowych pierwszego stopnia odnotowano zdecydowanie większy odsetek

chłopców (72%) niż dziewcząt (28%). W przypadku uczniów technikum nieco większy odsetek odnotowano w grupie dziewcząt (52,40%) niż chłopców (47,60%). Wśród licealistów zdecydowaną większość stanowiły dziewczęta (63,50%) niż chłopcy (35,50%). Analizując wielkość badanej próby pod względem oddziału klasowego, do której uczęszczają badani uczniowie, okazało się, że najliczniejszą próbę stanowili uczniowie drugich klas wszystkich typów szkół (33%), następnie nieco mniejszą uczniowie klas pierwszych (31,70%), kolejno uczniowie klas trzecich (24,90%) i najmniej liczną uczniowie klas czwartych (10,40%), co wynika z faktu, że ten oddział klasowy występował tylko w technikum.

Badana próba młodzieży ze względu na typ szkoły, do jakiej uczęszcza

Typ szkoły	N	%
ZSZ / Szkoła branżowa I stopnia	111	7,385
Technikum	513	34,132
Liceum	879	58,483
Braki	0	0,000

Badana próba młodzieży ze względu na oddział klasowy, do którego uczęszcza

Oddział klasowy	N	%
1	477	31,73653
2	496	33,00067
3	374	24,88357
4	156	10,37924
Braki	0	0,00000

Badana próba młodzieży ze względu na rok urodzenia

Rok urodzenia badanych	N	%
1997	8	0,532
1998	162	10,778
1999	399	26,547
2000	478	31,803
2001	455	30,273
2002	1	0,067
Braki	0	0,000

Badana próba młodzieży ze względu na płeć

Płeć badanych	N	%
---------------	---	---

Dziewczęta	858	57,09
Chłopcy	640	42,58
Gender	5	0,33
Braki	0	0,00

Badana próba młodzieży ze względu na typ szkoły z uwzględnieniem płci

	Typ szkoły	Dziewczęta	Chłopcy	Gender	Razem
Liczba	ZSZ	31	80	0	111
% z wiersza		27,93%	72,07%	0,00%	
Liczba	Technikum	269	244	0	513
% z wiersza		52,44%	47,56%	0,00%	
Liczba	Liceum	558	316	5	879
% z wiersza		63,48%	35,95%	0,57%	
Liczba	Ogół	858	640	5	1503

Zmienne analizowane w badaniu

Wyniki analiz dotyczące zgodności z rozkładem normalnym wskazują na to, że żadna z analizowanych zmiennych nie przyjmuje rozkładu normalnego. Dalsze analizy wykonano przy użyciu testów nieparametrycznych.

Skala SONKSS-14

Skala SONKSS-14	Bez podziału na grupy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	p
Suma_SONKSS-14	1449	0,142970	p < ,01	p < ,01	0,866102	0,000000

Skala SONKSS-14	Dziewczęta - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
Suma_SONKSS-14	826	0,120448	p < ,01	p < ,01	0,885612	0,000000

Skala SONKSS-14	Chłopcy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
Suma_SONKSS-14	618	0,175785	p < ,01	p < ,01	0,826535	0,000000

Skala DIDS

Skala DIDS	Bez podziału na grupy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
DIDS - Z średnia	1410	0,093473	p < ,01	p < ,01	0,946063	0,000000
DIDS – EW średnia	1410	0,106376	p < ,01	p < ,01	0,939371	0,000000
DIDS – ER średnia	1410	0,062992	p < ,01	p < ,01	0,976597	0,000000
DIDS – IZ średnia	1410	0,066147	p < ,01	p < ,01	0,964850	0,000000
DIDS – EG średnia	1410	0,094357	p < ,01	p < ,01	0,952301	0,000000

Skala DIDS	Dziewczęta - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
DIDS - Z średnia	817	0,105165	p < ,01	p < ,01	0,948697	0,000000
DIDS – EW średnia	817	0,112389	p < ,01	p < ,01	0,933770	0,000000
DIDS – ER średnia	817	0,070561	p < ,01	p < ,01	0,973985	0,000000
DIDS – IZ średnia	817	0,070312	p < ,01	p < ,01	0,966550	0,000000
DIDS – EG średnia	817	0,103514	p < ,01	p < ,01	0,940463	0,000000

Skala DIDS	Chłopcy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
DIDS - Z średnia	588	0,099282	p < ,01	p < ,01	0,938291	0,000000
DIDS – EW średnia	588	0,098646	p < ,01	p < ,01	0,944818	0,000000
DIDS – ER średnia	588	0,059501	p < ,05	p < ,01	0,976586	0,000000
DIDS – IZ średnia	588	0,069122	p < ,01	p < ,01	0,961320	0,000000
DIDS – EG średnia	588	0,085555	p < ,01	p < ,01	0,965139	0,000000

Skala ISI-5

Skala ISI-5	Bez podziału na grupy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
Styl informacyjny	1413	0,072363	p < ,01	p < ,01	0,978716	0,000000
Styl normatywny	1413	0,055404	p < ,01	p < ,01	0,993569	0,000008
Styl dyfuzyjno-unikowy	1413	0,064355	p < ,01	p < ,01	0,986910	0,000000
Styl zaangażowany	1413	0,042399	p < ,05	p < ,01	0,990891	0,000000

Skala ISI-5	Dziewczęta - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
Styl informacyjny	817	0,089918	p < ,01	p < ,01	0,973901	0,000000
Styl normatywny	817	0,052840	p < ,05	p < ,01	0,992647	0,000457
Styl dyfuzyjno-unikowy	817	0,077550	p < ,01	p < ,01	0,981228	0,000000

Styl zaangażowany	817	0,049183	p < ,05	p < ,01	0,989769	0,000018
-------------------	-----	----------	---------	---------	----------	----------

Skala ISI-5	Chłopcy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
Styl informacyjny	591	0,068835	p < ,01	p < ,01	0,980297	0,000000
Styl normatywny	591	0,065982	p < ,05	p < ,01	0,991351	0,001578
Styl dyfuzyjno-unikowy	591	0,057324	p < ,05	p < ,01	0,991763	0,002300
Styl zaangażowany	591	0,047374	p < ,15	p < ,01	0,989608	0,000341

Skala Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych (SNKAL)

Skala Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych	Bez podziału na grupy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	p
SKNAL	241	0,303803	p < ,01	p < ,01	0,587503	0,000000

Skala Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych	Dziewczęta - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
SKNAL	105	0,334046	p < ,01	p < ,01	0,550256	0,000000

Skala Nadmierne Korzystanie z Aplikacji Livestreamingowych	Chłopcy - Testy normalności					
	N	maks D	K-S p	Lillief. p	W	P
SKNAL	135	0,293519	p < ,01	p < ,01	0,612939	0,000000

Analiza różnic między grupami: porównanie ze względu na płeć

Zmienna	n Dz	n Ch	Suma rang Dz	Suma rang Ch	Śred- nia Dz	Śred- nia Ch	U	Z	P
SONKSS-14	826	618	638356,5	404933,5	25,64	23,80	213662,5	5,302	0,000
DIDS-(Z)	817	588	552139,5	435575,5	3,58	3,74	217986,5	- 2,961	0,003
DIDS-(EW)	817	588	601062,0	386653,0	3,99	3,85	213487,0	3,560	0,000
DIDS-(ER)	817	588	616899,0	370816,0	3,09	2,79	197650,0	5,671	0,000
DIDS-(IZ)	817	588	564202,5	423512,5	3,57	3,64	230049,5	- 1,353	0,176
DIDS-(EG)	817	588	619616,0	368099,0	3,86	3,61	194933,0	6,033	0,000
ISI Styl	817	591	595166,0	396770,0	34,54	33,83	221834,0	2,602	0,009

informacyjny									
ISI Styl normatywny	817	591	526928,0	465008, 0	23,25	25,15	192775,0	- 6,461	0,000
ISI Styl dyfuzyjny	817	591	534019,0	457917, 0	21,30	23,05	199866,0	- 5,519	0,000
ISI Zaangażowanie	817	591	553379,0	438557, 0	30,27	31,54	219226,0	- 2,948	0,003
SNKAL	105	135	12326,0	16594,0	15,40	15,97	6761,0	- 0,611	0,541

Zestawione w powyższej tabeli dane wskazują na to, że w badanej grupie dziewczęta uzyskują wyższe niż chłopcy wyniki na *Skali Nadmiernego Korzystania z Sieci Społecznościowych* (SONKSS-14), *Skali Wymiarów Rozwoju Tożsamości* (DIDS) dla wymiaru *eksploracja wszczep* (EW) i *eksploracja ruminacyjna* (ER) oraz dla wymiaru *eksploracja w głąb* (EG), a także dla stylu tożsamości zwanego *stylem informacyjnym*, którego pomiar dokonany został przy użyciu *Kwestionariusza Stylów Tożsamości* (ISI-5). Chłopcy z kolei uzyskują wyższe wyniki na *Skali Wymiarów Rozwoju Tożsamości* (DIDS) dla wymiaru *zobowiązanie* oraz dla stylu *normatywnego, dyfuzyjno-unikowego i zaangażowania* mierzonych za pomocą *Kwestionariusza Stylów Tożsamości* (ISI-5). Stwierdzono brak statystycznie istotnych różnic między grupami w zakresie wymiaru *identyfikacja* badanego przy użyciu *Skali Wymiarów Rozwoju Tożsamości* (DIDS) oraz w przypadku *Skali Nadmiernego Korzystania z Aplikacji Livestreamingowych* (SKNAL).

Prezentacja wyników badań własnych – wyniki badań sondażowych

Udział badanej młodzieży w zjawisku livestreamingu

O zaangażowaniu młodzieży w zjawisko livestreamingu świadczy deklaracja dotycząca posiadania co najmniej dwóch profili na sieciach społecznościowych oraz publikowanie na nich informacji na swój temat, tzw. danych tożsamościowych. W związku z powyższym do pomiaru tej zmiennej posłużyły następujące pytania z kwestionariusza ankiety „*Ja online*”: pytanie nr 9 dotyczące ilości posiadanych profili/kont na sieciach społecznościowych; pytanie nr 12 i nr 12a, w którym badany miał podać w przybliżeniu średni czas, jaki dziennie (w dni szkolne) poświęca na publikowanie online informacji, tj. wrzucanie linków, publikowanie zdjęć, itp., oraz komuni-

kację, czyli prowadzenie rozmowy z kimś za pomocą komunikatorów np. tj. Skype, WhatsApp, Messenger, Viber, HangOut).

Ankieta Ja Online - pytanie 9. Czy i ile kont /profilu posiadasz na następujących sieciach społecznościowych?

Nazwa sieci społecznościowej	Brak profilu	1	2	3	4	5	6	7	8	Brak danych
Facebook n (%)	25 (1,66)	1391 (92,55)	59 (3,93)	13 (0,86)	5 (0,33)	2 (0,13)	1 (0,07)	0 (0,00)	0 (0,00)	7 (0,47)
Instagram n (%)	396 (26,35)	1032 (68,66)	58 (3,86)	7 (0,47)	2 (0,13)	0 (0,00)	1 (0,07)	0 (0,00)	0 (0,00)	7 (0,47)
Snapchat n (%)	293 (19,49)	1175 (78,18)	24 (1,60)	2 (0,13)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	9 (0,60)
Twitter n (%)	1184 (78,78)	293 (19,49)	14 (0,93)	1 (0,07)	2 (0,13)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	9 (0,60)
YouTube n (%)	137 (9,12)	1065 (70,86)	236 (15,70)	44 (2,93)	9 (0,60)	4 (0,27)	2 (0,13)	2 (0,13)	0 (0,00)	4 (0,27)
Messenger n (%)	40 (2,66)	1417 (94,28)	31 (2,06)	5 (0,33)	4 (0,27)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	6 (0,40)
Google+ n (%)	261 (17,37)	911 (60,61)	246 (16,37)	53 (3,53)	14 (0,93)	8 (0,53)	3 (0,20)	1 (0,07)	1 (0,07)	5 (0,33)
Tumblr n (%)	1199 (79,77)	236 (15,70)	53 (3,53)	4 (0,27)	3 (0,20)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	8 (0,20)
Pinger n (%)	1469 (97,74)	24 (1,60)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	10 (0,67)
Blooger n (%)	1430 (95,14)	53 (3,53)	7 (0,47)	0 (0,00)	2 (0,13)	1 (0,07)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	10 (0,67)
Periscope n (%)	1474 (98,07)	16 (1,06)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	13 (0,86)
Pinterest n (%)	1120 (74,52)	364 (24,22)	4 (0,27)	2 (0,13)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	13 (0,86)

Ogółem - posiadanie co najmniej jednego konta na portalu

Liczba kont na jakimkolwiek portalu Społecznościowym	Ogółem - posiadanie co najmniej jednego konta na portalu Społecznościowym	
	N	%
0 (brak jakiegokolwiek konta)	7	0,47
1	9	0,60
2	19	1,26
3	60	3,99
4	141	9,38
5	296	19,69
6	411	27,35
7	381	25,35
8	103	6,85
9	53	3,53
10	13	0,86
12	6	0,40
Braki	4	0,27

Zdecydowana większość badanej młodzieży (99%) posiada dwa lub większą liczbę profili na różnych sieciach społecznościowych. Tylko nieliczni badani (7 osób) odpowiedzieli, że nie posiadają konta na jakimkolwiek portalu społecznościowym (0,47%), a 9 osób (0,60%) wskazało, że posiada tylko jedno konto na jednej z sieci społecznościowych. Największy odsetek osób zadeklarował, że posiada łącznie sześć profili na sieciach społecznościowych (27%), nieco mniejszy (25%), że takich profili ma aż siedem. Blisko co piąty badany (20%) odpowiedział, że na różnych sieciach społecznościowych ma pięć kont/profilu.

Badana młodzież posiada profile na takich sieciach społecznościowych i komunikatorach, jak: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Google+ oraz Snapchat i Messenger. Największy odsetek badanych zadeklarował, że posiada zazwyczaj jeden profil na ww. sieciach i komunikatorach. Przy czym nieco większą popularnością cieszy się Facebook (93%) niż Instagram (69%). A wśród komunikatorów powiązany z Facebookiem Messenger (94%), a potem po nim Snapchat (78%). Dużym zainteresowaniem cieszy się również YouTube (71%) oraz Google+ (61%).

Średni czas spędzany w trakcie dnia szkolnego i dni wolnych od nauki na publikowanie informacji online

Z uzyskanych danych wynika, że osoby, które posiadają konto przynajmniej na dwóch lub większej liczbie sieci społecznościowych średnio w trakcie dnia szkolnego na publikowanie informacji online przeznaczają ponad 33 minuty, zaś w dni świąteczne i wolne od nauki czas ten dwukrotnie wzrasta – przeznaczają bowiem na tą aktywność średnio ok. 66 minut. Aż 73% badanych zadeklarowało, że w trakcie dnia szkolnego na publikowanie informacji w sieci przeznaczają do 60 minut, a 15% badanej młodzieży poświęca na tę aktywność od 60 do 120 minut. Z kolei w dni wolne od nauki szkolnej i w święta znacznie mniejszy odsetek badanych przeznaczają czas na publikowaniu w sieci danych do jednej godziny zegarowej i podobny odsetek (14%) przeznaczają na tę aktywność od jednej do dwóch godzin. 7% badanych odpowiedziało, że w ciągu dnia wolnego od nauki przeznaczają do 3 godzin zegarowych na publikowanie danych online. Badana młodzież znacznie więcej czasu spędza na komunikację online. W trakcie dnia szkolnego średni czas przeznaczany na tę czynność wynosi około 217 minut, zaś w dzień wolny od nauki 281 minut. 23% badanej młodzieży zadeklarowało, że na korzystanie z aplikacji mobilnych w celu komunikacji poświęca od 60 do 120 minut, a 16% badanych wskazało, że korzystanie z tych komunikatorów zabiera im w trakcie dnia szkolnego od dwóch do trzech godzin, 11%, że

od trzech do czterech, a blisko 10% badanych poświęca na to w ciągu dnia powszedniego od pięciu do sześciu godzin. W dni wolne od nauki badani nadal dość dużo czasu przeznaczają na komunikowanie się za pomocą aplikacji mobilnych. Blisko 19% badanych w trakcie dnia wolnego od nauki przeznacza na tę czynność od godziny do dwóch, a 12% od dwóch do trzech, 13% od trzech do czterech, 7% od czterech do pięciu i 10% do sześciu godzin.

Publikowanie informacji online w czasie dnia szkolnego i dnia wolnego od nauki - czas podany w minutach w podziale na przedziały czasowe

Czas przeznaczany na publikowanie informacji online w czasie tygodnia – dni nauki	n	%
Do 1 h	1042	73,48
Od 1h do 2h	219	15,44
Od 2h do 3h	47	3,31
Od 3h do 4h	19	1,34
Od 4h do 5h	8	0,56
Od 5h do 6h	14	0,99
6h i więcej	13	0,91
Braki	56	3,95
Czas przeznaczany na publikowanie informacji online w czasie dni wolnych od nauki	n	%
Do 1 h	912	64,32
Od 1h do 2h	200	14,10
Od 2h do 3h	103	7,26
Od 3h do 4h	43	3,03
Od 4h do 5h	21	1,48
Od 5h do 6h	40	2,82
6h i więcej	55	3,87
Braki	44	3,10

Komunikacja online w czasie dnia szkolnego i dnia wolnego od nauki - czas podany w minutach w podziale na przedziały czasowe

Czas przeznaczany na komunikację online w czasie tygodnia – dni nauki	n	%
Do 1 h	204	14,39
Od 1h do 2h	332	23,41
Od 2h do 3h	221	15,59
Od 3h do 4h	160	11,28
Od 4h do 5h	96	6,77
Od 5h do 6h	135	9,52
6h i więcej	270	19,03
Braki	0	0,00

Czas przeznaczany na komunikację online w czasie dni wolnych od nauki	n	%
Do 1 h	149	10,51
Od 1h do 2h	268	18,90
Od 2h do 3h	173	12,20
Od 3h do 4h	184	12,98
Od 4h do 5h	100	7,05
Od 5h do 6h	143	10,08
6h i więcej	401	28,26
Braki	0	0,00

Zestawienie średnie, dla osób, które mają założone konto na co najmniej dwóch sieciach społecznościowych - informacje dotyczące czasu przeznaczanego na publikowanie informacji online i komunikację online

Publikowanie informacji online i komunikowanie online	N ważnych	Średnia	Mediana	Moda	Liczność Mody	Minimum	Maksimum	Odch. std
Publikowanie informacji online w czasie dnia powszedniego/dzień nauki	1362	33,46	10,00	0,000000	439	0,00	789,00	72,70
Komunikacja online w czasie dnia powszedniego/dzień nauki	1418	216,52	128,00	60,000000	265	0,00	1200,00	221,54
Publikacja online w czasie wolnym od nauki	1374	65,76	15,00	0,000000	383	0,00	1200,00	131,92
Komunikacja online w czasie wolnym od nauki	1418	281,11	180,00	60,000000	234	0,00	1320,00	269,83

Charakterystyka zjawiska lifestreamingu wśród badanej młodzieży szkolnej

Podjęte badania miały na celu znalezienie odpowiedzi na następujący problem badawczy: *Czym charakteryzuje się zjawisko lifestreamingu w badanej próbie młodzieży? Jaka jest jego specyfika?* Aby udzielić odpowiedzi na ww. problemy badawcze analizie poddane zostały wyniki osób, które zadeklarowały, że posiadają profil na dwóch lub więcej sieciach społecznościowych i aktywnie z niego korzystają.

Analizie poddano odpowiedzi dotyczące różnych aspektów tego zjawiska. Badanych zapytano m.in. o to, jaki rodzaj informacji udostępniają o sobie, a zatem jaki rodzaj danych tożsamościowych generują w sieci. Do analizy tej zmiennej posłużyło pytanie 14d zamieszczone w kwestionariuszu ankiety „*Ja online*”, za pomocą którego poznać można rodzaje informacji udostępnianych online o sobie przez badanego na jego profilu społecznościowym.

Wyniki badań wskazują na to, że:

- Zdecydowana większość badanych (81%) na swoim profilu podaje wyłącznie prawdziwe informacje na swój temat. Nieliczni (18%) odpowiedzieli, że podają nie zawsze prawdziwe dane dotyczące ich osoby;
- 16% badanych zadeklarowało, że na swoim profilu udostępnia swoje położenie;
- Zdecydowana większość młodzieży (89%) na swoim profilu nie zamieszcza informacji na temat swojego nastroju. Swoją nastrój na profilu oznacza 11% badanych;
- Zdecydowana większość badanych (89%) na swoim profilu lajkuje zdjęcia, linki oraz komentarze innych osób;
- Jedną z ulubionych czynności badanej młodzieży jest obserwowanie innych, do tej aktywności przyznaje się aż 75% badanych;
- Aż 71% badanych pozostawia na swoim profilu informacje o sobie, z których dowiedzieć się można, w jakich wydarzeniach wezmą oni udział lub jakimi wydarzeniami interesują się najbardziej;
- Niespełna 35% badanych zadeklarowała, że na swoim profilu wrzuca linki do utworów muzycznych, a 12% zamieszcza linki do filmów.
- 45% badanych na swoim profilu udostępnia – przekazuje dalej zdjęcia, memy, filmy i inne materiały, które otrzymali od znajomych lub które ściągnęli z różnych stron internetowych, itp.;
- Aż 56% badanych potwierdza, że profil na sieci społecznościowej jest miejscem, do zamieszczania swoich prywatnych zdjęć. 9% badanych zadeklarowało, że co miesiąc lub częściej zmienia swoje zdjęcie profilowe;
- 17% badanych przyznaje się do tego, że do grona swoich znajomych przyjmuje osoby, których nie zna;
- 23% respondentów potwierdza też, że reaguje na zaczepki innych osób; a 7% zadeklarowało, że wpisuje negatywne komentarze na swoim profilu – hejtując dane osoby lub treści;
- 39% młodych osób zadeklarowało, że na swoim profilu bierze udział w dyskusjach.
- Nieliczni odsetek młodzieży (2%) zadeklarował, że na swoim profilu prowadzi transmisje na żywo.

W poniższej tabeli zestawiono dane dla 1419 respondentów (wykluczone zostały te osoby, które zadeklarowały, że posiadają mniej niż dwa konta na różnych sieciach społecznościowych, oraz te, które wpisywały wartość 24h w odniesieniu do czasu, jaki spędzają na aktywności na portalach).

Na swoim profilu:	Tak	Nie	Brak danych
Podaję tylko prawdziwe informacje na swój temat n (%)	1155 (81,40)	253 (17,83)	11 (0,78)
Oznaczam swój nastrój n (%)	149 (10,50)	1266 (89,22)	4 (0,28)
Wrzucam linki do utworów muzycznych n (%)	489 (34,46)	925 (65,19)	5 (0,35)
Wrzucam prywatne zdjęcia n (%)	793 (55,88)	611 (43,06)	11 (1,06)
Często zmieniam swoje zdjęcie profilowe (co miesiąc lub częściej) n (%)	131 (9,23)	1283 (90,42)	5 (0,35)
Wrzucam linki do filmów n (%)	175 (12,33)	1238 (87,24)	6 (0,42)
Udostępniam (przekazuję dalej) zdjęcia, np. memy, filmy wrzucane przez inne osoby/strony n (%)	642 (45,24)	768 (54,12)	9 (0,63)
Biorę udział w dyskusjach n (%)	549 (38,69)	864 (60,89)	6 (0,42)
Udostępniam swoje położenie n (%)	233 (16,42)	1181 (83,23)	5 (0,35)
Prowadzę transmisję na żywo n (%)	35 (2,47)	1380 (97,25)	4 (0,28)
Lajkuję zdjęcia/linki/komentarze innych osób n (%)	1256 (88,51)	160 (11,28)	3 (0,21)
Do grona swoich znajomych przyjmuję osoby, których nie znam n (%)	247 (17,41)	1167 (82,24)	5 (0,35)
Reaguję na zaczepki innych n (%)	324 (22,83)	1091 (76,89)	4 (0,28)
Wpisuję negatywne komentarze/hejtuję n (%)	94 (6,62)	1322 (93,16)	3 (0,21)
Obserwuję innych n (%)	1068 (75,26)	348 (24,52)	3 (0,21)
Publicznie interesuję się wydarzeniami lub oznaczam, że wezmę w nich udział n (%)	1004 (70,75)	382 (26,92)	33 (2,33)

Częstotliwość zmiany zdjęcia profilowego przez badanych

Daną tożsamościową udostępnianą w Internecie przez badane osoby, często jest wizerunek własny zamieszczany w postaci zdjęcia profilowego. W tym celu badanych zapytano o to, czy umieszczają na swoim profilu zdjęcie oraz o to, jak często dokonują jego zmiany. Uzyskane odpowiedzi wskazują na to, że 6% badanych nie posiada zdjęcia profilowego na swoim koncie, a 9% badanych nie zmienia swojego zdjęcia profilowego. Największy odsetek badanych (78%) zadeklarował, że swoje zdjęcie profilowe zmienia co kilka miesięcy lub rzadziej, znacznie mniejsze odsetki wskazały, że robią to częściej. 4% badanych swoje zdjęcie profilowe zmienia raz w miesiącu. Nieliczne odsetki badanych odpowiedziały, że zdjęcie profilowe zmieniają kilka razy w miesiącu bądź częściej.

Pytanie 17A: Jak często zmieniasz swoje zdjęcie profilowe na swoim koncie/kontach profilowych?

Jak często zmieniasz swoje zdjęcie profilowe na swoim kon-	N	%
--	---	---

cie/kontach profilowych?		
Nie mam wstawionego zdjęcia profilowego	92	6,48
Nie zmieniam	131	9,23
Co kilka miesięcy lub rzadziej	1111	78,29
Raz w miesiącu	58	4,09
Kilka razy w miesiącu	14	0,99
Raz w tygodniu	2	0,14
Kilka razy w tygodniu	1	0,07
Codziennie	3	0,21
Braki	7	0,49

Powody zmiany zdjęcia profilowego przez badanych

Badani zostali zapytani również o to, jakie motywy, potrzeby kierują nimi, aby zmieniać swoje zdjęcie profilowe. W odpowiedzi na to pytanie najczęściej padały takie odpowiedzi, jak:

Zmieniam swoje zdjęcie profilowe, bo:

- znudziło mi się ono (50%);
- po upływie czasu przestaje mi się ono podobać (41%);
- lubię reakcję znajomych/internautów na nowo zamieszczone przeze mnie zdjęcie (30%);
- lubię aktualizować swój wizerunek (27%);
- często robię sobie selfie, wybieram najładniejsze i je publikuję (10%).

Zdjęcie profilowe zmieniam, gdyż:	Tak	Nie	Brak danych
Lubię aktualizować swój wizerunek n (%)	384 (27,06)	536 (37,77)	475 (33,47)
Często robię sobie selfie – wybieram najładniejsze i je publikuję n (%)	142 (10,01)	779 (54,90)	498 (35,01)
Po upływie czasu nie podobają mi się moje zdjęcia – dlatego je zmieniam n (%)	586 (41,30)	380 (26,78)	453 (31,92)
Lubię reakcję znajomych/internautów na zamieszczone przeze mnie zdjęcia n (%)	426 (30,02)	553 (38,97)	440 (31,01)
Znudziło mi się moje zdjęcie n (%)	712 (50,18)	273 (19,24)	433 (30,51)
Robię to, gdy widzę, jak moi znajomi zmieniają zdjęcie i dostają lajki oraz komentarze n (%)	96 (6,77)	890 (62,72)	433 (30,51)

Lajkowanie przez badaną młodzież zdjęć i materiałów opublikowanych przez jej znajomych oraz udostępnianie ich dalej

Uzyskane dane wskazują, że lajkowanie zdjęć i materiałów opublikowanych przez znajomych jest jednym z ulubionych zajęć młodych osób. Aż 94% z nich zadeklarowało podejmowanie takiego zachowania w sieci. Częstotliwość, z jaką to robią jest zróżnicowana. Co druga osoba, daje tzw. like - polubienie danej treści lub obrazu z częstotliwością kilka razy dziennie, a

co czwarta robi to kilkanaście razy w ciągu dnia. 7% badanych zadeklarowało, że robi to od 20 do 50 razy dziennie. Kolejnym typowym zachowaniem dla badanej młodzieży jest udostępnianie i przekazywanie dalej treści, które publikują jej znajomi. Takie zachowanie podejmuje blisko 90% badanych respondentów, z czego blisko 44% z nich robi to z częstotliwością kilku razy w ciągu dnia, a 18% kilkanaście razy dziennie.

Wpisywanie negatywnych treści, komentarzy przez badaną młodzież pod materiałami opublikowanymi online przez jej znajomych

Zebrane dane wskazują na to, że zdecydowanie większy odsetek badanych (94%) zadeklarował, że nie wpisuje negatywnych komentarzy, wyzwisk, obraźliwych epitetów, itp. pod opublikowanymi przez ich znajomymi materiałami. Do tego zachowania przyznało się 4% badanych, twierdząc, że czasami zdarzają się im tego typu zachowania, a 2% badanych nie udzieliło odpowiedzi na pytanie dotyczące tej kwestii. Osoby deklarujące dokonywanie takich wpisów w sieci odpowiedziały, że zazwyczaj zdarza im się to robić raz na pół roku lub nieco częściej, tzn. od jednego do kilku razy w miesiącu.

Rola mediów elektronicznych na drodze poszukiwania i konstruowania tożsamości młodych osób

Nowe technologie informacyjno-komunikacyjne (TIK) w życiu młodzieży mają coraz większe znaczenie. Rośnie liczba użytkowników Internetu, rosną zasoby stron www, a także gama możliwości, jakie daje Internet. TIK mają charakter dynamiczny i powszechny, a ich wymiar jest globalny. Wkraczają one w coraz to nowsze dziedziny życia, stając się ważnym źródłem wiedzy, informacji, rozrywki, kultury oraz środkiem komunikacji. Bogate zasoby sieci powodują, że TIK stwarzają wiele możliwości, jak również mogą być źródłem wielu zagrożeń, w tym również zagrożeń związanych z kreowaniem własnej tożsamości online. Technologie te są nie tylko coraz bardziej powszechne, ale również coraz częściej wykorzystywane są poza szkołą, domem i miejscem pracy w sposób mobilny, w trakcie przemieszczania się. Przyczyną tego zjawiska jest upowszechnienie urządzeń mobilnych, głównie telefonów komórkowych (które ma już ponad 87% Polaków), oraz komputerów przenośnych, które Polacy posiadają obecnie częściej niż komputery stacjonarne. Czynniki, które w największym stopniu związane są z korzystaniem z Internetu to wiek i wykształcenie. Z sieci korzysta zdecydowanie większa liczba ludzi młodych

(97% osób w wieku 16–24 lat) niż starszych (14% osób w wieku 65 lat i więcej) oraz prawie wszystkie osoby uczące się i studiujące (99% uczniów i studentów). Jak zatem widać, dostęp młodych osób do TIK jest bardzo łatwy, a korzystanie przez nie z nowych technologii ma charakter codzienny, permanentny i wielogodzinny (Izdebska, 2005). Świat cyfrowy jest środowiskiem życia codziennego dzieci i młodzieży. Potwierdzają to również badania przeprowadzone przez E. Krzyżak-Szymańską w latach 2014–2015², których wyniki wskazują na to, że w bezpośrednim otoczeniu młodych osób znajduje się co najmniej kilka urządzeń cyfrowych, z czego prym wiedzie telefon komórkowy. Owe urządzenia cyfrowe nazywane są gadżetami współczesności, które zastępują u młodych ludzi takie przedmioty, jak zegarek, kalkulator, budzik, kalendarz czy notes. Są one przez młodzież tak powszechnie używane, że trudno jest jej wyobrazić sobie życie bez nich. Cyberprzestrzeń stanowi dla młodego pokolenia miejsce, w którym „spotyka” się ono ze znajomymi, uprawia swoje hobby, rozwija zainteresowania czy po prostu spędza wolny czas.

Diagnostując w badaniach własnych dostęp młodzieży do zasobów sieci zapytano ją o to, za pomocą jakich urządzeń łączy się z Internetem. Wyniki badań potwierdzają opisywane powyżej tendencje. Badani najczęściej do łączenia się z siecią korzystają z telefonu komórkowego. Zdecydowana większość wykorzystuje go w tym celu siedem dni w tygodniu (82%). Ponadto, aby mieć dostęp do sieci często łączą się za pośrednictwem otwartego łącza (hot spoty, darmowe WiFi). Jedynie 24% badanych zadeklarował, że nigdy tego nie robi. Ci, którzy łączą się za pomocą hot spotów twierdzą, że robią to zawsze, kiedy mają tylko taką możliwość (18%) lub wtedy, kiedy tego potrzebują (43%) lub zazwyczaj wtedy, kiedy wyczerpuje się im limit na Internet w telefonie lub w innym urządzeniu (13%).

Przez ile dni w tygodniu wykorzystujesz smartfon do łączenia się z Internetem?	N	%
0	9	0,63
1	5	0,35
2	5	0,35
3	5	0,35
4	9	0,63
5	50	3,52
6	162	11,42

² Badania dotyczyły problematyki nadużywania nowych technologii cyfrowych przez młodzież gimnazjalną i licealną województwa śląskiego. Objęto nimi 832 uczniów. Zob.: E. Krzyżak-Szymańska, *Korzystanie z komputera i Internetu...*, dz. cyt., s. 11–18.

7	1169	82,38
Brak danych	5	0,35

Jak często łączysz się z Internetem za pośrednictwem otwartego łącza?	N	%
Nigdy nie korzystam z tego typu łącza	341	24,03
Zawsze, kiedy mam tylko możliwość	260	18,32
Korzystam, wtedy kiedy tego potrzebuję	608	42,85
Zazwyczaj korzystam wtedy, kiedy wyczerpuje mi się limit na Internet w telefonie	190	13,39
Brak danych	2	0,14

Powody publikowania informacji online na swój temat przez badaną młodzież

Badana młodzież wskazywała różne powody, dla których zamieszcza online informacje na swój temat. Najczęściej wybieraną odpowiedzią było twierdzenie „*robię tak, bo wszyscy moi znajomi tak robią*”. Na tę odpowiedź wskazało aż 78% badanych. Interpretować to być może można, jako zachowanie konformistyczne wśród badanych związane z prezentowaniem konformizmu informacyjnego, czyli takiego działania, które związane jest z wpływem społecznym, w tym przypadku z wpływem rówieśniczym. Polega on na dostosowywaniu się i motywowany jest pragnieniem posiadania racji i podejmowania słusznych, odpowiednich i adekwatnych działań. W warunkach konformizmu informacyjnego proces myślenia jednostki przebiega w ten sposób, że zastanawiając się nad tym jak należy w danej sytuacji postąpić, kieruje ona swoją uwagę najpierw na obiektywne fizycznie dostępne informacje, a w sytuacji ich braku obserwuje zachowania innych ludzi traktując je jako wyznaczniki tego, jak powinna postępować i myśleć. Sprzyja to zatem ujednoliceniu zachowań w grupie, czyli ich naśladowaniu. Kolejnym motywem wskazywanym również przez dość znaczny odsetek badanych (75%) jest potrzeba informowania znajomych o tym, co dzieje się w ich życiu, potrzeba dzielenia się tym z nimi. Publikowanie informacji na swój temat w sieci przez badaną młodzież ma miejsce w związku z nudą, jaką ona odczuwa. Dla niektórych z badanych osób (46%) ta aktywność jest zatem sposobem na wypełnienie pustki, wolnego czasu. Publikowanie danych na swój temat w sieci wynika też z potrzeby dzielenia się innymi swoimi zainteresowaniami. Na tą odpowiedź wskazało 33% badanych. Generowanie strumienia danych w sieci na swój temat dla niektórych respondentów (30%) jest sposobem na to, aby się wypromować, zostać przez kogoś odkrytym, zauważonym. Są też takie osoby (27%), które uważają, że dzięki takiej aktywności mogą wyrażać i podkreślać swoją wy-

jątkowość, oryginalność, indywidualność. Publikowanie informacji online na swój temat wynikać również może z potrzeby odczuwania pozytywnych emocji. Aż 23% badanych wskazało, że informacje na swój temat w sieci zamieszcza dlatego, że odczuwa pozytywne emocje w trakcie tej aktywności, a niemal taki sam odsetek badanych (22%) motywowany jest potrzebą pochwalenia się w Internecie tym, gdzie przebywa, co posiada, itp. Blisko 19% badanych twierdzi, że w taki sposób jest im łatwiej wyrazić siebie i dokładnie taki sam odsetek respondentów uważa, że dzięki publikowaniu materiałów online mogą powiedzieć to, czego nie powiedzieliby komuś prosto w twarz. 4% badanych wskazało na odpowiedź, że dzięki tej czynności może zaistnieć w sieci, bo trudno jest im zaistnieć poza nią, a 16% badanych robi to po to, aby zwrócić na siebie uwagę. Dla 7% badanych ta aktywność jest sposobem na bycie kimś innym, niż się jest, na posiadanie tzw. „drugiej twarzy”.

Pytanie 23: Powody, dla których badani publikują online informacje na swój temat

Informacje na swój temat publikuję online, bo:	N	%
Wszyscy moi znajomi tak robią	1109	78,21
Chcę się dzielić z innymi, tym co się u mnie dzieje	1062	74,90
Chcę się dzielić z innymi, tym co mnie interesuje	467	32,93
Nudzi mi się, więc w taki sposób spędzam swój wolny czas	649	45,77
Liczę na to, że ktoś mnie zauważy- wypromuję się	428	30,18
Chcę zwrócić na siebie uwagę	231	16,29
Chcę podkreślić swoją indywidualność/oryginalność	377	26,59
Chcę być akceptowany/a przez innych	251	17,70
Chcę zaistnieć w sieci, gdyż trudno mi zaistnieć poza nią	54	3,81
Łatwiej mi wyrazić siebie w ten sposób	268	18,90
Mogę powiedzieć to, czego nie powiedziałbym/abym „face to face”	266	18,76
Czuję pozytywne emocje, kiedy to robię	322	22,71
Mogę pochwalić się (np. gdzie jestem, co mam, itp.)	307	21,65
Mogę mieć w Internecie „drugą twarz”	105	7,40

Wzór publikowania online informacji o sobie przez młodzież

Do badania wzoru publikowania informacji o sobie przez młodzież posłużyły dwa pytania z kwestionariusza ankiety „*Ja online*”. Było to pytanie 24 i 24a. Pytanie 24 dotyczyło tego, czy publikowanie online informacji przez badanego odbywa się zazwyczaj samodzielnie, bez udziału innych osób, tzn. badany prezentuje wzór samotny, czy też w publikowaniu zazwyczaj przez niego informacji online uczestniczą inne osoby, głównie znajomi, członkowie rodziny – tzw. wzór towarzyski. Możliwym jest również wzór mieszany, czyli taki, w którym badany deklaruje, że zazwyczaj udostępnia online informacje o sobie różnie, czyli i samotnie, bez udziału innych osób ale i z ich udziałem. Zebrane dane wskazują na to, że blisko 46% badanych osób publikuje dane o sobie w sieci zgodnie ze wzorem mieszanym, 41% wybiera wzór samotny.

Wskazania wzoru towarzyskiego dokonało blisko 8% badanych. 5% respondentów nie udzieliło odpowiedzi na pytanie dotyczące preferowanego stylu publikowania online informacji o sobie.

Pytanie 24: Wzór publikowania online informacji o sobie przez badanych

Wzór publikowania online informacji o sobie przez badaną młodzież	N	%
Wzór samotny	584	41,18
Wzór towarzyski	110	7,76
Wzór mieszany	649	45,77
Brak danych	75	5,29

Pytanie 24a dotyczyło czasu, sytuacji oraz miejsc, w których badana młodzież zazwyczaj publikuje online informacje o sobie. Z zebranych danych wynika, że największy odsetek badanych (77,50%) tego typu informacje publikuje w domu, co drugi badany stwierdził, że dane o sobie w sieci udostępnia zazwyczaj nocną porą, a nieco mniejsze odsetki (46%) robią to o różnej porze i w różnych okolicznościach. Dość znaczny odsetek młodzieży (46%) informacje o sobie (najprawdopodobniej głównie zdjęcia) publikuje w trakcie trwania imprezy/spotkania towarzyskiego, a aż 42% badanych dane te udostępnia w trakcie pobytu w szkole.

Pytanie 24a: Sytuacja, miejsca oraz czas publikowania zazwyczaj przez badanych informacji online

Zazwyczaj publikuję informacje online o sobie	N	%
w domu	1099	77,50
w szkole	597	42,10
w miejscach publicznych	624	44,01
w trakcie imprezy/spotkania towarzyskiego	647	45,63
w ciągu dnia	617	43,51
nocną porą	703	49,58
robię to o różnej porze i w różnych okolicznościach	649	45,77

Prowadzenie bloga i vloga przez badaną młodzież

Młodzież w badaniu zapytano również o to, czy prowadzi swojego bloga, bądź vloga. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że zdecydowanie większy odsetek badanych nie prowadzi aktualnie swojego bloga (98%) lub vloga (67%).

Prowadzenie bloga i vloga przez badaną młodzież

	Tak	Nie	Brak odpowiedzi
Czy aktualnie prowadzisz swojego bloga? n (%)	26 (1,83)	1387 (97,81)	5 (0,35)

Czy aktualnie prowadzisz swojego vloga? n (%)	16 (1,13)	951 (67,06)	451 (31,81)
---	-----------	-------------	-------------

Nadawanie transmisji na żywo przez badaną młodzież

O zaangażowaniu młodzieży w zjawisko livestreamingu świadczyć może również jej aktywność pod względem robienia transmisji na żywo. W tym celu badanym w kwestionariuszu ankiety „*Livestreaming – Moje transmisje na żywo*” zadano pytanie, o to, czy aktualnie robią transmisje na żywo za pomocą aplikacji livestreamingowych oraz z jaką częstotliwością je prowadzili w czasie ostatniego miesiąca, tygodnia oraz dnia, a także jaki jest średni czas zazwyczaj prowadzonej przez nich transmisji na żywo. Zebrane dane wskazują na to, że 13% badanych robi transmisje na żywo z częstotliwością jednego razu w czasie miesiąca. Częstotliwość robienia tych transmisji w czasie ostatniego tygodnia i dnia nie jest duża. W obu przypadkach niecały 1% badanych zadeklarował, że nadawał transmisję na żywo. Nadawane na żywo transmisje są krótkie zazwyczaj trwają od 5 do 15 minut lub krócej (do 5 minut).

Czy nadal zdarza Ci się robić transmisję na żywo? n (%)	Tak	Nie	Brak danych
	208 (14,66)	62 (4,37)	1149 (80,97)
Jeśli tak, to jak często ma to miejsce w czasie jednego dnia?	N	%	
Nigdy	11	0,78	
1 raz	11	0,78	
Od 2 do 3 razy	1	0,07	
Od 4 do 6 razy	0	0,00	
Od 7 do 11 razy	1	0,07	
Od 12 do 19 razy	1	0,07	
20 razy i więcej	0	0,00	
Brak danych	1394	98,24	
Jeśli tak, to jak często ma to miejsce w czasie tygodnia?	n	%	
Nigdy	8	0,56	
1 raz	5	0,35	
Od 2 do 3 razy	7	0,49	
Od 4 do 6 razy	3	0,21	
Od 7 do 11 razy	1	0,07	
Od 12 do 19 razy	0	0,00	
20 razy i więcej	1	0,07	
Brak danych	1394	98,24	

Jeśli tak, to jak często ma to miejsce w czasie miesiąca?	n	%
Nigdy	1	0,07
1 raz	184	12,97
Od 2 do 3 razy	10	0,70
Od 4 do 6 razy	5	0,35
Od 7 do 11 razy	2	0,14
Od 12 do 19 razy	2	0,14
20 razy i więcej	3	0,21
Brak danych	1212	85,41
Jeśli robisz transmisję na żywo, to zazwyczaj, jak długo ona trwa?	N	%
Do 5 minut	16	1,13
Powyżej 5 minut do 15 minut	174	12,26
Powyżej 15 minut do 30 minut	2	0,14
Powyżej 30 minut do 60 minut	2	0,14
Powyżej 1 godzinę do 2 godzin	4	0,28
Powyżej 2 godzin do 3 godzin	4	0,28
Powyżej 3 godzin	6	0,42
Brak danych	1211	85,34

Rodzaj aplikacji/ platform internetowych wykorzystywanych przez badaną młodzież do nadawania transmisji na żywo

Nadawanie transmisji na żywo możliwe jest za pomocą coraz większej liczby aplikacji oraz serwisów społecznościowych. W celu poznania rodzajów aplikacji/ platform internetowych, które najczęściej użytkowane są przez badaną młodzież do nadawania transmisji na żywo respondentom zadano pytanie nr 8 (zamieszczono je w kwestionariuszu ankiety „*Livestreaming – Moje transmisje na żywo*”). W odpowiedzi na nie badani mieli wskazać nazwy aplikacji livestreamingowych, na których zdarzyło im się w życiu prowadzić transmisję na żywo. Z uzyskanych danych wynika, że badana młodzież transmisję na żywo najczęściej prowadziła na Snapchacie, Facebooku i Instagramie. Nieliczni badani wskazali na aplikacje livestreamingowe używane podczas grania w gry komputerowe, np. CS, WoW, LoL., oraz aplikacje na YouTube (www.youtube.com.live_dashboard_splash) oraz twitch (www.twitch.tv).

Nazwy aplikacji livestreamingowych, na których zdarzyło Ci się w życiu prowadzić transmisję na żywo	Tak n (%)	Nie n (%)	Brak danych n (%)
---	--------------	--------------	----------------------

www.youtube.com.live dashboard_splash	22 (1,55)	236 (16,63)	1161 (81,82)
www.younow.com	6 (0,42)	251 (17,69)	1419 (81,89)
www. twitch.tv	23 (1,62)	233 (16,42)	1163 (81,96)
Facebook	49 (3,45)	213 (15,01)	1157 (81,54)
Instagram	36 (2,54)	223 (15,72)	1160 (81,75)
Snapchat	205 (14,45)	53 (3,74)	1161 (81,82)
http://livestream.com/	2 (0,14)	253 (17,83)	1164 (82,03)
https://www.periscope.tv/	1 (0,07)	254 (17,90)	1164 (82,03)
musical.ly	7 (0,49)	248 (17,48)	1164 (82,03)
aplikacje livestreamingowe używane podczas grania w gry komputerowe, np. CS, WoW, Lol	17 (1,20)	239 (16,84)	1163 (81,96)

Sieci społecznościowe cieszące się największą popularnością wśród badanej młodzieży i średni czas ich użytkowania w trakcie dnia

Przegląd badań krajowych i wyników badań europejskich wskazuje na to, że najliczniejszą grupą użytkowników sieci społecznościowych są osoby młode (wg badań EU NET ADB). Wg danych z badań „Nastolatki wobec Internetu” zrealizowanych na przełomie maja i czerwca 2014 roku na grupie młodzieży w wieku 14-17 lat wynika, że niespełna 97% badanej młodzieży posiada swój profil na Facebooku, a ponad 60% respondentów korzysta z jakichkolwiek sieci społecznościowych kilka razy dziennie (Raport z badań „Nastolatki wobec Internetu”, 2015). Statystyki te z pewnością są już nieadekwatne, z upływem czasu i większą dostępnością do Internetu, spodziewać się można wyższego odsetka użytkowników sieci społecznościowych w tej kategorii wiekowej. Wraz z rozwojem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych obserwować można również rozwój sieci społecznościowych oraz trendy w zakresie ich popularności. Do najbardziej popularnych w Polsce, jak i na świecie należy Facebook i Instagram, do tych, które lata swojej popularności mają już za sobą np. „Nasza Klasa”.

W celu oceny czasu spędzanego przez młodzież na sieciach społecznościowych oraz wyłonienie sieci cieszących się największą popularnością wśród badanych, pod uwagę wzięto odpowiedzi badanych na pytanie nr 11 zamieszczone w kwestionariuszu ankiety „Ja online”, które brzmiało tak: Ile czasu dziennie spędzasz na danej sieci społecznościowej? Dane wskazują na to, że najwięcej czasu badani spędzają na Facebooku, Instagramie i Snapchacie. Wśród badanych są takie osoby, które na danej sieci aktywne są cały czas (Messenger – 49%, Facebooka – 27%, Instagram - 12%, Snapchat – 22%, You Tube – 9%, Google+ - 6%).

Czas spędzany dziennie na FB	n	%
Nie loguję się na tej sieci	41	2,89
Do 1 godziny dziennie	505	35,59
Do 3 godzin dziennie	379	26,71
Do 5 godzin dziennie	89	6,27
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	383	26,99
Brak danych	22	1,55
Czas spędzany dziennie na Instagramie	n	%
Nie loguję się na tej sieci	427	30,09
Do 1 godziny dziennie	471	33,19
Do 3 godzin dziennie	300	21,14
Do 5 godzin dziennie	42	2,96
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	177	12,47
Brak danych	2	0,14
Czas spędzany dziennie na Snapchacie	n	%
Nie loguję się na tej sieci	311	21,92
Do 1 godziny dziennie	550	38,76
Do 3 godzin dziennie	180	12,68
Do 5 godzin dziennie	53	3,74
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	309	21,78
Brak danych	16	1,13
Czas spędzany dziennie na Messengerze	n	%
Nie loguję się na tej sieci	51	3,59
Do 1 godziny dziennie	198	13,95
Do 3 godzin dziennie	346	24,38
Do 5 godzin dziennie	124	8,74
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	690	48,63
Brak danych	10	0,70
Czas spędzany dziennie na YouTube	n	%
Nie loguję się na tej sieci	69	4,86
Do 1 godziny dziennie	444	31,29
Do 3 godzin dziennie	475	33,47
Do 5 godzin dziennie	299	21,07
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	124	8,74
Brak danych	8	0,56
Czas spędzany dziennie na Twitterze	n	%
Nie loguję się na tej sieci	1242	87,53
Do 1 godziny dziennie	92	6,48
Do 3 godzin dziennie	33	2,33
Do 5 godzin dziennie	5	0,35

Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	20	1,41
Brak danych	27	1,90
Czas spędzany dziennie na Tumblr	n	%
Nie loguję się na tej sieci	1214	85,55
Do 1 godziny dziennie	139	9,80
Do 3 godzin dziennie	20	1,41
Do 5 godzin dziennie	5	0,35
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	11	0,78
Brak danych	30	2,11
Czas spędzany dziennie na Pinger	n	%
Nie loguję się na tej sieci	1382	97,39
Do 1 godziny dziennie	10	0,70
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	1	0,07
Braki	26	1,83
Czas spędzany dziennie na Pinterest	n	%
Nie loguję się na tej sieci	1093	77,03
Do 1 godziny dziennie	264	18,60
Do 3 godzin dziennie	21	1,48
Do 5 godzin dziennie	3	0,21
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	11	0,78
Brak danych	27	1,90
Czas spędzany dziennie na Google+	n	%
Nie loguję się na tej sieci	695	48,98
Do 1 godziny dziennie	550	38,76
Do 3 godzin dziennie	43	3,03
Do 5 godzin dziennie	34	2,40
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	86	6,06
Brak danych	11	0,78
Czas spędzany dziennie na Blogger	n	%
Nie loguję się na tej sieci	1343	94,64
Do 1 godziny dziennie	37	2,61
Do 3 godzin dziennie	7	0,49
Do 5 godzin dziennie	3	0,21
Jestem na tej sieci aktywny/a cały czas	29	2,04
Brak danych	11	0,78

Posiadanie fikcyjnego profilu na portalu społecznościowym i motywy jego użytkowania przez badaną młodzież

Badanie wzorów publikowanych informacji online przez badaną młodzież obejmowało między innymi poznanie tego, czy badani posiadają fikcyjny/e profil/e na portalu społecznościowym i czy za jego/ich pomocą publikują różne treści oraz motywy, dla których je użytkują.

Wyniki badań wskazują na to, że zdecydowana większość badanych (64%) nie założyła nigdy w życiu fikcyjnego profilu, zaś 36% badanych twierdzi, że zdarzyło im się założyć taki profil, jednak aktualnie posiada go już tylko 14%. 5% badanych posiada jeden taki profil, a 2% zadeklarowało, że użytkuje dwa fikcyjne profile. Osoby, które utworzyły taki fikcyjny profil zadeklarowały, że zrobiły to, ponieważ:

- chciały obserwować innych pozostając anonimowe (18%),
- chciały porozmawiać z kimś nie ujawniając kim są (10%),
- chciały mieć kontakt tylko z wybranymi osobami, które sami zapraszali (7%),
- chciały mieć możliwość brania udziału kilka razy w konkursie/loterii/rozdaniu (7%),
- dzięki temu mogły bezpiecznie hejtować w sieci innych (4%),
- chciały sprawdzić wierność dziewczyny/chłopaka (3%),
- chciały się podszyć się pod kogoś (2%)
- chciały się na kimś zemścić (2%).

Badane osoby posiadające fikcyjny profil/profile najczęściej podają się za osoby starsze niż są (7%), za osoby innej płci (4%). Nieliczne osoby twierdzą, że podają się osobę sławną – celebrytę (1%), osoby młodsze, niż są (1%) oraz za swojego znajomego (1%).

Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych przez badaną młodzież

Użytkownicy sieci społecznościowych tworzą własne profile, co pozwala im umieszczać na nich różnego rodzaju informacje, zdjęcia i filmy czy też linki do stron, które lubią lub, którymi chcą się podzielić z innymi osobami w sieci. Za ich pomocą w sposób mniej lub bardziej świadomy publikowane są dane tożsamościowe, które obecne są w wirtualnej przestrzeni. Wyniki badań wskazują, że im większe jest zaangażowanie internauty w użytkowanie sieci społecznościowych i korzystanie przez niego z różnych aplikacji, tym większe jest prawdopodobieństwo generowania szerszego strumienia danych tożsamościowych. Portale społecznościowe poza publikowaniem informacji, umożliwiają również umieszczanie aplikacji, których użytkownicy mogą używać podczas przebywania na swoim profilu, jednak ich podstawą funkcją działania jest przede wszystkim możliwość komunikowania się z innymi użytkownikami. Może się ona odby-

wać za pośrednictwem wewnętrznej wymiany wiadomości (wewnętrzna poczta) lub wbudowanych komunikatorów do rozmów w czasie rzeczywistym. Sieci społecznościowe pozwalają na wyszukiwanie znajomych, a także osób, które np. dzielą wspólne zainteresowania. Dodanie ich do grona znajomych umożliwia im oglądanie zawartości danego profilu użytkownika. Profil można zabezpieczyć przed osobami niepożądanymi, co zwiększa poziom bezpieczeństwa w sieci i pomaga w utrzymaniu prywatności i ochrony danych osobowych. Posiadacze kont na portalach społecznościowych sami decydują, jakie informacje znajdą się na ich profilach oraz, kto może mieć do nich dostęp. Sieci społecznościowe mogą stanowić narzędzie do kreowania własnego wizerunku z tego względu, że informacje, jakie użytkownicy umieszczają są przez nich samych wybierane, a co więcej, często przedstawiają siebie samych w bardziej pozytywnym świetle, np. poprzez opracowanie graficzne zdjęć umieszczanych na profilu (Izdebski, Kotyśko, 2012; Kotyśko i in., 2014).

Nadużywanie sieci społecznościowych w ślad za definicją *nadużywania Internetu* przyjętą przez Tomaszewską (Tomaszewska, 2012) zdefiniować można jako zachowanie charakteryzujące się utratą kontroli nad korzystaniem z sieci społecznościowych, które prowadzić może do izolacji oraz zaniedbywania różnych form aktywności społecznej, nauki, aktywnego wypoczynku, higieny osobistej oraz zdrowia. Problem nadużywania sieci społecznościowych pojawia się zatem wtedy, kiedy osoba użytkująca je traci kontrolę nad czasem spędzanym w sieci oraz odczuwa wewnętrzny przymus wchodzenia na nie, a ponadto ta aktywność niesie dla niej i jej bliskich szereg negatywnych konsekwencji. Warto tutaj wyraźnie podkreślić, że kryterium nadużywania sieci społecznościowych jest nie tylko czas spędzany na portalach społecznościowych, ale również obecność dodatkowych okoliczności. W ujęciu najbardziej ogólnym o nadużywaniu sieci społecznościowych możemy mówić, gdy spełnione są następujące warunki: (1) *Czas i intensywność korzystania z sieci społecznościowych wymyka się spod kontroli, użytkownik spędza na portalach więcej czasu niż planował, odczuwa trudną do odparcia potrzebę przebywania na portalach społecznościowych;* (2) *Użytkowanie sieci społecznościowych prowadzi do zaniedbywania innych aspektów życia, przysparza problemów na różnych płaszczyznach lub powoduje cierpienie uzależnionego bądź osób z jego otoczenia* (Shapira i in., 2003).

M. Griffiths wyróżnia sześć symptomów, z których spełnienie przynajmniej trzech może wskazywać na problem nadużywania sieci społecznościowych. Są to: (1) Dominacja – występuje, gdy korzystanie z Internetu/portalu staje się najważniejszą czynnością w życiu. Objawia się m.in. zaabsorbowaniem emocjonalnym i myślowym, także wtedy gdy osoba nie może korzystać

z sieci; (2) Zmiana nastroju – występuje, gdy użytkownik korzysta z Internetu/sieci społecznościowych po to, aby poprawić sobie nastrój albo zapomnieć o problemach; (3) Zwiększona tolerancja – rozumiana jako proces zwiększającego się zapotrzebowania na korzystanie z Internetu/portalu (pojawienie się poprawy nastroju spowodowanej korzystaniem z Internetu wymaga coraz dłuższego czasu spędzonego online); (4) Zespół abstynencyjny – ograniczenie lub brak możliwości korzystania z Internetu/sieci społecznościowych powoduje nieprzyjemne stany psychiczne, takie jak: rozdrażnienie, poirytowanie, niepokój; (5) Konflikt – rozumiany zarówno jako konflikt pomiędzy użytkownikiem a jego otoczeniem (rodziną, znajomymi), jak i jako konflikt pomiędzy spędzaniem czasu w Internecie/na portalu społecznościowym a innymi typami aktywności (nauką, sportem); (6) Nawroty – intensywne, niekontrolowane korzystanie z Internetu/użytkowanie sieci społecznościowej pojawiające się po okresach ograniczonego lub kontrolowanego użytkowania (Kaliszewska, 2007).

Poszukując na drodze badań własnych odpowiedzi na pytanie o to: *Jaki odsetek badanych osób nadmiernie korzysta z sieci społecznościowych?* w badaniach do pomiaru zmiennej: nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych zastosowano skalę SONKSS w 14-itemowej postaci (pierwotnie, składała się z 48 itemów), która uwzględnia pięć kryteriów uzależnienia. Są nimi: zaabsorbowanie (pyt. 7, pyt. 11, pyt. 13); utrata kontroli (pyt. 6, pyt. 14); zaniedbanie (pyt. 5, pyt. 9); doświadczanie negatywnych konsekwencji (pyt. 1, pyt. 3, pyt. 8, pyt. 12) oraz ucieczka/modyfikacja nastroju (pyt. 2, pyt. 4, pyt. 10). W celu oszacowania odsetka osób, które spełniają kryteria nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych przyjęto zmieniony sposób kodowania. Pierwotny sposób zakładał, że 1 punkt przyznaje się osobie, która na dane pytanie diagnozujące obecność danego symptomu uzależnienia udziela odpowiedzi typu: *zdecydowanie się nie zgadzam*, 2 punkty przyznaje się osobie, która odpowiada, że *raczej się zgadza* z danym stwierdzeniem, 3 punkty osobie, której *trudno* jest określić występowanie danego zachowania i nie potrafi się zdecydować, zaś 4 punkty osobie, która *zgadza się* z obecnością występowania danego zachowania, zaś 5 punktów otrzymuje ta osoba, która *zdecydowanie zgadza się* ze stwierdzeniem, czyli występowaniem danego symptomu uzależnienia. W zmienionym sposobie dane przekodowano tak, że 1 punkt przyznawano osobie, która odpowiedziała, że *raczej zgadza się* z danym stwierdzeniem lub *zgadza się z nim w zdecydowany sposób*. Taki sposób kodowania pozwala na zidentyfikowanie osób, których deklaracja wskazuje na spełnienie kryterium nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych.

Wyniki badań wskazują na to, że zdecydowana większość badanych (84%) nie jest zagrożona nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych. Odsetek zagrożonej młodzieży sięga 13% (n=180).

Szczegółowa analiza itemów składających się na skalę pozwala zobaczyć, które z symptomów nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych najczęściej występują w badanej grupie młodzieży. Największy odsetek osób (26%) wskazał, iż odczuwa trudności związane z utrzymaniem kontroli nad czasem przeznaczanym na korzystanie z sieci społecznościowych. Z odpowiedzi badanych wynika, że 12% młodych osób zadeklarowało, że ich znajomi/przyjaciele dostrzegają ten problem i narzekają na to, że za dużo czasu spędzają oni na używaniu sieci społecznościowych. Aż 23% badanych osób wskazało, że portal społecznościowy jest miejscem, a zarazem sposobem na poprawę nastroju. 13% młodzieży wskazało, że ma problem z zasypianiem z powodu korzystania z sieci społecznościowych oraz odczuwa potrzebę korzystania z portali społecznościowych zwłaszcza wtedy, kiedy doznaje niepowodzeń (np. otrzymuje złe oceny, popada w konflikty ze znajomymi, itp.). Zbliżony odsetek badanych (11%) zadeklarował, że portal społecznościowy jest sposobem „naładowania akumulatorów”, czyli sposobem na podwyższenie poziomu energii, kiedy odczuwa się jej spadek lub brak. 12 % badanych odpowiedziało, że po to, aby korzystać z portalu społecznościowego redukuje ilość godzin własnego snu. Dla 10% badanych osób przebywanie na portalu społecznościowym jest ich ulubionym zajęciem.

Skala SONKSS-14 Itemy	Tak n (%)	Nie n (%)	Brak danych n (%)
Pyt.1	180 (12,69)	1188 (83,78)	50 (3,53)
Pyt. 2	180 (12,69)	1188 (83,78)	50 (3,53)
Pyt. 3	171 (12,06)	1197 (84,41)	50 (3,53)
Pyt. 4	161 (11,35)	1207 (85,12)	50 (3,53)
Pyt. 5	172 (12,13)	1196 (84,34)	50 (3,53)
Pyt. 6	369 (26,02)	999 (70,45)	50 (3,53)
Pyt. 7	136 (9,59)	1232 (86,88)	50 (3,53)
Pyt. 8	126 (8,89)	1242 (87,58)	50 (3,53)
Pyt. 9	66 (4,65)	1302 (91,82)	50 (3,53)
Pyt. 10	319 (22,50)	1049 (73,98)	50 (3,53)
Pyt.11	71 (5,01)	1297 (91,47)	50 (3,53)
Pyt. 12	67 (4,72)	1301 (91,75)	50 (3,53)
Pyt. 13	86 (6,06)	1282 (90,41)	50 (3,53)
Pyt. 14	115 (8,11)	1253 (88,36)	50 (3,53)

W celu identyfikacji osób nadmiernie korzystających z sieci społecznościowych dokonano kolejnego przekodowania danych. Pytania dotyczące określonego kryterium uzależnienia od sieci społecznościowych połączono w zbiory. W ten sposób, adekwatnie do liczby kryteriów diagnostycznych przyjętych w tym narzędziu powstało 5 zbiorów (*zaabsorbowanie*: pyt. 7, pyt. 11, pyt. 13; *utrata kontroli*: pyt. 6, pyt. 14; *zaniedbanie*: pyt. 5, pyt. 9; *doświadczanie negatywnych konsekwencji*: pyt. 1, pyt. 3, pyt. 8, pyt. 12; *ucieczka/modyfikacja nastroju*: pyt. 2, pyt. 4, pyt. 10). Uznano, że dla zbioru *zaabsorbowanie* zdobycie przez badanego 2 punktów i więcej świadczy o spełnieniu kryterium. Dla zbioru *utrata kontroli* zdobycie przez respondenta 1 punktu świadczy o spełnieniu kryterium, dla zbioru *zaniedbanie* zdobycie przez niego 1 punktu świadczy o spełnieniu kryterium, dla zbioru *doświadczanie negatywnych konsekwencji* zdobycie 2 punktów i więcej świadczyć będzie o spełnieniu kryterium oraz dla zbioru *ucieczka/modyfikacji nastroju* również zdobycie przez respondenta 2 punktów i więcej świadczy o spełnieniu kryterium.

Wyniki uzyskane po przekodowaniu danych wg tego klucza wskazują na to, że spośród badanych osób, które spełniają 3 i więcej kryteriów spośród 5 uwzględnionych w badaniu, 109 osób spełnia kryteria uzależnienia, co stanowi 7,7% badanej próby. Wszystkie pięć kryteriów spełnia 1,9% badanej próby młodzieży.

Skala SONKSS-14 Liczba spełnionych kryteriów	n	%
0 (nie spełnione żadne kryterium)	850	59,94
1	259	18,27
2	150	10,58
3	61	4,30
4	21	1,48
5	27	1,90
Braki	50	3,53

Tożsamość badanej młodzieży

Statusy tożsamości badanej młodzieży

Tożsamość związana jest z posiadaniem określonej definicji własnej osoby, tj. złożonego i dostępnego jednostce konglomeratu osobistych przymiotów, za pomocą którego potrafi ona zidentyfikować samą siebie oraz odróżnić siebie od innych osób. Takie ujęcie terminu tożsamość zostało spopularyzowane przez psychologię nurtu społeczno-poznawczego, do której odnoszą się przyjęte założenia teoretyczne (zaprezentowane w punkcie 3 niniejszego raportu). Zgodnie z

nimi, przyjmuje się, że Ja (koncepcja siebie) jest formę poznawczej reprezentacji własnej osoby, czyli utrwalonym, zorganizowanym system wiedzy osobistej.

James Marcia (1966) twierdził, że w formowaniu się tożsamości zaangażowane są dwa procesy: (1) eksploracja prowadząca do doświadczania kryzysu dotychczas ukształtowanej tożsamości, ujawniająca się w rozpoznawaniu wariantów działania, stylów życia i stojących za nimi wartości oraz w eksperymentowaniu z rolami w różnych obszarach aktywności, i (2) zobowiązanie będące następstwem podjęcia decyzji i wyboru jednego z wcześniej rozpoznanych wariantów. Skrzyżowanie obu tych wymiarów pozwoliło mu na wyodrębnienie czterech różnych statusów tożsamości traktowanych jako wynik radzenia sobie przez jednostkę z kryzysem tożsamości. Zostały one uzupełnione o piąty status w wyniku prac badawczych podjętych przez belgijski zespół badaczy kierowany przez Koena Luyckxa. Statusy te w literaturze określa się również jako *wymiary tożsamości*. Wyróżnia się następujące statusy/wymiary tożsamości: tożsamość osiągnięta (identity achievement) charakteryzują ją silne zobowiązania podjęte po okresie wzmożonej eksploracji; tożsamość moratoryjna (moratorium) cechuje aktualne zaangażowanie w eksplorację przy jednoczesnym braku silnych zobowiązań; tożsamość przejęta (identity foreclosure) typowe są silne zobowiązania podejmowane bez wcześniejszej eksploracji, tożsamość rozproszona (identity diffusion) wyróżnia natomiast niewielkie zaangażowanie w eksplorację oraz brak silnych zobowiązań; tożsamość eksploracji ruminacyjnej.

Pomiaru statusów/wymiarów tożsamości dokonano za pomocą *Skali Wymiarów Rozwoju Tożsamości* (Dimensions of Identity Development Scale – DIDS) autorstwa Koena Luyckxa i wsp. (2008) w polskiej adaptacji (DIDS/PL) (Brzezińska, Piotrowski, 2010), która pozwala na pomiar położenia jednostki na pięciu wymiarach tożsamości (Luyckx i in., 2008a): (1) podejmowanie zobowiązania (PZ): zakres, w jakim jednostka dokonała wyborów i zobowiązań co do kwestii ważnych dla rozwoju tożsamości, (2) identyfikacja z zobowiązaniem (IZ): stopień, w jakim jednostka identyfikuje się z dokonanymi wyborami i podjętymi zobowiązaniami, (3) eksploracja wszere (EW): zakres, w jakim jednostka poszukuje różnych opcji w odniesieniu do swoich celów, wartości i przekonań, (4) eksploracja w głąb (EG): pogłębiona ocena już podjętych decyzji i dokonanych wyborów, czyli już podjętych zobowiązań, w celu stwierdzenia stopnia, w jakim spełniają one osobiste standardy, (5) eksploracja ruminacyjna (ER): natężenie obaw jednostki i doświadczanie przez nią problemów w angażowaniu się w ważne dla rozwoju tożsamości obszary. Narzędzie to pozwoliło określić statusy tożsamości występujące w badanej grupie

młodzieży. Zgodnie z instrukcją dotyczącą interpretacji wyników analizowano średnią liczbę punktów dla każdej z podskal badających określone statusy tożsamości.

Wyniki tej analizy wskazują na to, że najwyższą wartość w badanej grupie osób uzyskano dla podskali badającej status eksploracji wszerez (EW) – 19,70, zbliżony wynik, bo 18,80 uzyskano dla podskali status eksploracji w głąb (EG), a następnie dla dwóch podskal: podjęcie zobowiązania (PZ) (18,21) oraz podskali status identyfikacji z zobowiązaniem (IZ) (18,00). Najniższą wartość średnią otrzymano w badanej grupie osób dla podskali badającej status eksploracji ruminacyjnej (ER) (14,84).

Skala DIDS	ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla Chi ² ANOVA (N = 1344, df = 4) = 668,4478 p = 0,00000 Współczynnik zgodności = ,12434 r śred. rang = ,12369			
	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe
Podjęcie Zobowiązania (PZ)	3,020833	4060,000	18,20685	4,897801
Eksploracja wszerez (EW)	3,643229	4896,500	19,68750	3,706944
Eksploracja ruminacyjna (ER)	2,177455	2926,500	14,84226	5,190529
Identyfikacja ze zobowiązaniem (IZ)	2,908110	3908,500	17,97396	4,678661
Eksploracja w głąb (EG)	3,250372	4368,500	18,83854	4,027638

Wyniki analiz pokazują, że nieco inny rozkład wartości średnich dla statusów tożsamości uzyskano dla grupy dziewcząt i chłopców. Dokładnie taki sam rozkład średnich wartości dla każdej z wyżej wymienionych podskal badających statusy tożsamości otrzymano dla grupy dziewcząt. I tak, dla grupy dziewcząt największy średnią wartość stwierdzono dla podskali badającej status eksploracji wszerez (EW) – (20,00), następnie dla podskali badającej status eksploracji w głąb (EG) (19,37), kolejno dla podskal podjęcie zobowiązania (PZ) (18), kolejno dla podskali status identyfikacji z zobowiązaniem (IZ) (17,88) oraz podskali status eksploracji ruminacyjnej (ER) (15,45). Dla grupy chłopców największy wartości średnie odnotowano dla statusu eksploracji wszerez (EW) (19,27) i statusu podjęcie zobowiązania (PZ)(18,69) następnie dla podskali badającej status identyfikacja zobowiązania (IZ) (18,24) oraz podskali status eksploracji w głąb (EG) (18,08), najmniejszą wartość odnotowano w grupie chłopców dla podskali eksploracja ruminacyjna (ER) (13,95).

Skala DIDS	Dziewczęta ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla Chi ² ANOVA (N = 789, df = 4) = 399,2116 p = 0,00000 Współczynnik zgodności = ,12649 r śred. rang = ,12538			
	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe

Podjęcie zobowiązania (PZ)	2,830798	2233,500	17,87706	4,946295
Eksploracja wszerek (EW)	3,697719	2917,500	19,99366	3,618370
Eksploracja ruminacyjna (ER)	2,294043	1810,000	15,45247	5,249059
Identyfikacja ze zobowiązaniem (IZ)	2,807351	2215,000	17,80101	4,736959
Eksploracja w głąb (EG)	3,370089	2659,000	19,37136	3,929937

Skala DIDS	Chłopcy ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla χ^2 ANOVA (N = 789, df = 4) = 399,2116 p = 0,00000 Współczynnik zgodności = ,12649 r śred. rang = ,12538			
	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe
Podjęcie zobowiązania (PZ)	3,290000	1809,500	18,69091	4,794018
Eksploracja wszerek (EW)	3,570909	1964,000	19,27091	3,797381
Eksploracja ruminacyjna (ER)	2,010000	1105,500	13,95455	4,993596
Identyfikacja ze zobowiązaniem (IZ)	3,052727	1679,000	18,23273	4,577249
Eksploracja w głąb (EG)	3,076364	1692,000	18,08182	4,036563

Porównanie w zakresie skali DIDS (dla ogółu młodzieży)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Podjęcie Zobowiązania (PZ)	Eksploracja w głąb (EG)	-0,230	0,061	0,000	0,002
Podjęcie zobowiązania (PZ)	Eksploracja wszerek (EW)	-0,622	0,061	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	-0,731	0,061	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	0,842	0,061	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja w głąb (EG)	-1,073	0,061	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja wszerek (EW)	1,466	0,061	0,000	0,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	0,113	0,061	0,065	0,646
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja w głąb (EG)	-0,342	0,061	0,000	0,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja wszerek (EW)	0,735	0,061	0,000	0,000
Eksploracja w głąb (EG)	Eksploracja wszerek (EW)	0,393	0,061	0,000	0,000

Wyniki testu post hoc wskazują na to, że nie odnotowano istotnych różnic między średnimi statusów jedynie identyfikacja ze zobowiązaniem i podjęcie zobowiązania ($p > 0,05$). Analizując statusy tożsamości w zależności od płci badanych uzyskano takie same wyniki dla grupy dziewcząt. Nie stwierdzono istotnych różnic dla statusu identyfikacja ze zobowiązaniem i podjęcie zobowiązania ($p > 0,05$). Nieco inne wyniki uzyskano dla grupy chłopców. W tej grupie bada-

nych nie odnotowano istotnych różnic dla statusu identyfikacja ze zobowiązaniem i podjęcie zobowiązania ($p>0,05$) oraz dla statusu identyfikacja i eksploracja w głąb ($p>0,05$), jak również eksploracja w głąb i podjęcie zobowiązania ($p>0,05$).

Porównanie w zakresie skali DIDS (Dziewczęta)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Podjęcie Zobowiązania (PZ)	Eksploracja w głąb (EG)	-0,539	0,080	0,000	0,000
Podjęcie zobowiązania (PZ)	Eksploracja wszerek (EW)	-0,867	0,080	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	-0,513	0,080	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	0,537	0,080	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja w głąb (EG)	-1,076	0,080	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja wszerek (EW)	1,404	0,080	0,000	0,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	0,023	0,080	0,768	1,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja w głąb (EG)	-0,563	0,080	0,000	0,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja wszerek (EW)	0,890	0,080	0,000	0,000
Eksploracja w głąb (EG)	Eksploracja wszerek (EW)	0,328	0,080	0,000	0,000

Porównanie w zakresie skali DIDS (Chłopcy)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Podjęcie Zobowiązania (PZ)	Eksploracja w głąb (EG)	-0,281	0,095	0,003	0,032
Podjęcie zobowiązania (PZ)	Eksploracja wszerek (EW)	-1,043	0,095	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	1,280	0,095	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	-1,066	0,095	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja w głąb (EG)	1,561	0,095	0,000	0,000
Eksploracja ruminacyjna (ER)	Eksploracja wszerek (EW)	0,237	0,095	0,013	0,128
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Podjęcie zobowiązania (PZ)	-0,024	0,095	0,804	1,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja w głąb (EG)	0,518	0,095	0,000	0,000
Identyfikacja ze Zobowiązaniem (IZ)	Eksploracja wszerek (EW)	0,495	0,095	0,000	0,000
Eksploracja w głąb (EG)	Eksploracja wszerek (EW)	0,214	0,095	0,025	0,250

Style tożsamości prezentowane przez badaną młodzież

Style tożsamości to różnorodne strategie stosowane w procesie radzenia sobie z zadaniem, jakim jest rozwiązywanie kryzysu tożsamości oraz związanych z tym wyzwań. Zgodnie z przyjętym Modelem Stylów Tożsamości M. Berzonsky'ego wyróżnia się trzy style tożsamości: styl normatywny, styl informacyjny oraz styl dyfuzyjno-unikowy. Do pomiaru *stylów tożsamości* zastosowany został *Inwentarza stylów tożsamości (ISI-5; Identity Style Inventory* w opracowaniu M. Berzonsky'ego, B. Soenensa, I. Smits, K. Luyckxa i L. Goossensa) w polskiej adaptacji (Senejko i Łoś, 2015). Zgodnie z opisem narzędzia zamieszczonym w punkcie 3 tego raportu możliwy był pomiar trzech orientacji społeczno-poznawczych, związanych z różnorodnym przetwarzaniem problemów tożsamościowych, tzw. stylów tożsamości, którymi są: styl normatywny, styl informacyjny oraz styl dyfuzyjno-unikowy oraz *zaangażowania (commitment)*, który M. Berzonsky uwzględnił, jako ważny czynnik przy badaniu stylów tożsamości. Czynnik ten zdaniem autora dostarcza jednostce poczucia celu i kierunku. Stabilne osobiste zaangażowanie może odgrywać znaczącą rolę we wspomaganiu funkcjonowania jednostki i jej dobrostanu, czyli w określaniu siły lub jasności osobistych norm, przekonań, celów, do których ona dąży, itp. (Oleszkowicz, Senejko, 2011; 2013; Senejko, 2007; 2010; Senejko, Łoś, 2015, s. 93).

Analizując średnie wartości dla poszczególnych stylów tożsamości uzyskano następujący rozkład wyników. Najwyższą średnią odnotowano dla stylu informacyjnego, tj. 34,25. Następną w kolejności była średnia uzyskana dla stylu zaangażowanego 30,72, a następnie dla stylu normatywnego, tj. 23,86. Najniższą średnią wartość przedstawiał styl dyfuzyjno-unikowy – 21,82.

Skala ISI-5	ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla Chi^2 ANOVA (N = 1353, df = 3) = 1779,413 p =0,00000 Współczynnik zgodności= ,43839 r śred. rang = ,43797				
	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe	
	Styl informacyjny	3,497413	4732,000	34,24612	5,992170
	Styl normatywny	1,922764	2601,500	23,86401	5,598168
	Styl dyfuzyjno-unikowy	1,687731	2283,500	21,82040	6,176602
	Zaangażowanie	2,892092	3913,000	30,72358	7,079254

W badanej grupie dziewcząt i chłopców style tożsamości przyjmują podobny rozkład średnich wartości punktowych.

Skala ISI-5	Dziewczęta ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla χ^2 ANOVA (N = 789, df = 3) = 1163,402 p = 0,00000 Współczynnik zgodności = ,49151 r śred. rang = ,49086
--------------------	--

	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe
Styl informacyjny	3,591888	2834,000	34,65399	5,768431
Styl normatywny	1,873257	1478,000	23,24842	5,114093
Styl dyfuzyjno-unikowy	1,669202	1317,000	21,20025	6,023891
Zaangażowanie	2,865653	2261,000	30,29658	7,257991

Skala ISI-5	Chłopcy ANOVA Friedmana i współczynnik zgodności Kendalla χ^2 ANOVA (N = 559, df = 3) = 623,8018 p = 0,00000 Współczynnik zgodności = ,37197 r śred. rang = ,37085			
	Średnia Ranga	Suma Rang	Średnia	Odchylenie standardowe
	3,359571	1878,000	33,63327	6,247268
	1,995528	1115,500	24,73703	6,107511
	1,709302	955,500	22,66905	6,294131
	2,935599	1641,000	31,35599	6,788689

W badanej grupie młodzieży wszystkie style tożsamości statystycznie istotnie się od siebie różnią. Najwyższą wartość w badanej próbie przyjmuje styl informacyjny, a najniższą dyfuzyjno-unikowy. Podobne tendencje zachodzą w grupie dziewcząt i chłopców.

Porównanie w zakresie skali ISI-5 (dla ogółu młodzieży)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Styl normatywny	Zaangażowanie	-0,969	0,050	0,000	0,000
Styl normatywny	Styl informacyjny	1,575	0,050	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl normatywny	0,235	0,050	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Zaangażowanie	-1,204	0,050	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl informacyjny	1,810	0,050	0,000	0,000
Zaangażowanie	Styl informacyjny	0,605	0,050	0,000	0,000

Porównanie w zakresie skali ISI-5 (Dziewczęta)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Styl normatywny	Zaangażowanie	-0,992	0,065	0,000	0,000
Styl normatywny	Styl informacyjny	1,719	0,065	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl normatywny	0,204	0,065	0,002	0,010
Styl dyfuzyjno-unikowy	Zaangażowanie	-1,196	0,065	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl informacyjny	1,923	0,065	0,000	0,000

Zaangażowanie	Styl informacyjny	0,726	0,065	0,000	0,000
---------------	-------------------	-------	-------	-------	-------

Porównanie w zakresie skali ISI-5 (Chłopcy)

Para 1	Para 2	Statystyka testu	Błąd std	Istotność	Istotność Skorygowana
Styl normatywny	Zaangażowanie	-0,940	0,077	0,000	0,000
Styl normatywny	Styl informacyjny	1,364	0,077	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl normatywny	0,286	0,077	0,000	0,001
Styl dyfuzyjno-unikowy	Zaangażowanie	-1,226	0,077	0,000	0,000
Styl dyfuzyjno-unikowy	Styl informacyjny	1,650	0,077	0,000	0,000
Zaangażowanie	Styl informacyjny	0,424	0,077	0,000	0,000

Statusy tożsamości młodzieży a wykorzystywane przez nią style tożsamości

Jednym z celów badania było ustalenie, czy zachodzi związek pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a stosowanymi przez nią stylami tożsamości. W tym celu sformułowano następujący problem badawczy: *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a stosowanymi przez nią stylami tożsamości?*

Wyniki analiz wskazują na istnienie związku między stosowanymi przez młodzież statusami/wymiarami tożsamości a wykorzystywanymi przez nią stylami tożsamości. Najsilniej koreluje ze sobą wymiar podjęcie zobowiązania (PZ) ze stylem zaangażowanym tożsamości (0,65) oraz wymiar identyfikacja z zobowiązaniem (IZ) ze stylem zaangażowanym (0,60). Oznacza to, że im wyższy jest zakres, w jakim badani dokonują wyborów i zobowiązań co do kwestii ważnych dla rozwoju tożsamości, tym wyższe jest ich zaangażowanie w realizację zadań i celów osobistych oraz, że w im większym stopniu identyfikują się z dokonanymi przez siebie wyborami tożsamościowymi i podjętymi zobowiązaniami, tym wyższe jest ich zaangażowanie w ich osiągnięcie (tożsamość osiągnięta). Korelację odnotowano także w przypadku wymiaru eksploracja wszczep (EW) a stylem informacyjnym tożsamości, co wskazuje na to, że im bardziej badani poszukuje różnych opcji w odniesieniu do swoich celów i wartości oraz przekonań, tym bardziej eksplorują oni swoje otoczenie, chcąc lepiej poznać siebie i aktywnie poszukują informacji odnoszących się do Ja. Ujemny związek potwierdzono między wymiarem eksploracji ruminacyjnej

nej (ER) a stylem zaangażowanym tożsamości, co oznacza, że im wyższe jest nasilenie odczuwania trudności u badanych z dokonaniem wyborów tożsamościowych, tym mniejsze jest ich zaangażowanie w radzenie sobie z problemami tożsamościowymi. Dodatnią korelację stwierdzono pomiędzy stylem dyfuzyjno-unikowym tożsamości a wymiarem tożsamości, zwanym eksploracją ruminacyjną (ER). Oznacza to, że natężeniu obaw młodzieży i doświadczania przez nią problemów w angażowaniu się w ważne dla rozwoju tożsamości obszary towarzyszy wybieranie stylu dyfuzyjno-unikowego, który charakteryzuje się zwlekaniem, odsuwaniem lub przekładaniem decyzji o rozwiązaniu problemów na później, niechęcią do konfrontowania się, brakiem akceptacji i radzenia sobie z nieprzyjemnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi. Badani w sytuacji konieczności podjęcia ważnej decyzji życiowej starają się odwlekać ją tak długo, jak to tylko możliwe, żeby zobaczyć, co się stanie. Styl dyfuzyjno-unikowy koreluje ujemnie z pozostałymi wymiarami tożsamości: podjęcie zobowiązania (PZ), eksploracja wszerek (EW), identyfikacja ze zobowiązaniem (IZ) oraz eksploracja w głąb (EG), co oznacza, że głównie wiąże się on ze statusem/wymiarem tożsamości eksploracji ruminacyjnej, która ma charakter dezadaptacyjny i związana jest z doświadczaniem trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi. Wysoki poziom eksploracji ruminacyjnej może wiązać się z uporczywym powracaniem przez badanych do tych samych wzorców zachowań pomimo ich wcześniejszej nieskuteczności i z trudnościami w zakresie podejmowania i identyfikowania się z zobowiązaniami. Brak związku stwierdzono jedynie pomiędzy statusem/wymiarem eksploracji wszerek (EW) a stylem normatywnym tożsamości, wymiarem eksploracji ruminacyjnej (ER) a stylem informacyjnym tożsamości oraz pomiędzy wymiarem eksploracji w głąb (EG) a stylem normatywnym tożsamości.

Uzyskane wyniki pokazują, że zgodnie z założeniami w hipotezie badawczej przewidywaniami styl dyfuzyjno-unikowy najsilniej koreluje ze statusem tożsamości eksploracji ruminacyjnej i tożsamości rozproszonej. Potwierdzone zostały również przyjęte w hipotezie założenia mówiące o występowaniu związku pomiędzy stylem zaangażowany tożsamości a statusem podjęcie zobowiązania i statusem identyfikacji ze zobowiązaniem oraz związku pomiędzy stylem informacyjnym tożsamości a statusem eksploracji wszerek.

Wyniki korelacji dla ogółu badanych

Zmienna Statusy	Korelacja porządku rang Spearmana $p < 0,05$ N=1281							
	PZ	EW	ER	IZ	EG	Styl	Styl	Styl dyf.

tożsamości						Inf.	Nor.	–unik.
EW	0,30*							
ER	-0,57*	0,12*						
IŻ	0,73*	0,34*	-0,48*					
EG	0,24*	0,56*	0,17*	0,30*				
Styl inf.	0,23*	0,45*	0,03	0,28*	0,43*			
Styl nor.	0,15*	-0,03	-0,10*	0,10*	-0,02	0,02		
Styl dyf. –unik.	-0,39*	-0,26*	0,28*	-0,38*	-0,23*	-0,28*	0,15*	
Zaangażowanie	0,65*	0,25*	-0,50*	0,60*	0,19*	0,33*	0,20*	-0,52*

*p<0,05

Z uwagi na to, że między grupą dziewcząt i chłopców występują istotne różnice przeprowadzono analizy korelacji w obu grupach oddzielnie. Ich wyniki wskazują na to, że w grupie dziewcząt istnieje związek między osobami o różnych statusach/wymiarach tożsamości pod względem wykorzystywanych przez te osoby stylów tożsamości. Brak związku w przypadku dziewcząt stwierdzono jedynie pomiędzy statusem/wymiarem eksploracja ruminacyjna (ER) a stylem informacyjnym tożsamości, pomiędzy wymiarem identyfikacja z zobowiązaniem (IZ) a stylem normatywnym tożsamości oraz pomiędzy wymiarem eksploracji w głąb (EG) a stylem normatywnym. W grupie chłopców brak korelacji stwierdzono między wymiarem eksploracja ruminacyjna (ER) a stylem informacyjnym i normatywnym tożsamości oraz pomiędzy wymiarem eksploracja w głąb (EG) a stylem normatywnym tożsamości.

Wyniki korelacji dla dziewcząt								
Zmienna Statusy tożsamości	Korelacja porządku rang Spearmana p<0,05 N=756							
	PZ	EW	ER	IŻ	EG	Styl Inf.	Styl Nor.	Styl dyf. –unik.
EW	0,26*							
ER	-0,63*	0,12*						
IŻ	0,75*	0,33*	-0,53*					
EG	0,20*	0,59*	0,18*	0,27*				
Styl inf.	0,23*	0,46*	0,03	0,28*	0,45*			
Styl nor.	0,12*	-0,07*	-0,08*	0,05	0,01	0,04		
Styl dyf. –unik.	-0,44*	-0,27*	0,32*	-0,42*	-0,20*	-0,25*	0,09*	
Zaangażowanie	0,67*	0,23*	-0,53*	0,61*	0,19*	0,32*	0,19*	-0,54*
Wyniki korelacji dla chłopców								
EW	0,38*							
ER	-0,48*	0,08						
IŻ	0,71*	0,39*	-0,41*					

EG	0,33*	0,49*	0,10*	0,37*				
Styl inf.	0,26*	0,42*	-0,02	0,30*	0,38*			
Styl nor.	0,17*	0,06	-0,07	0,15*	-0,01	-0,00		
Styl dyf. –unik.	-0,35*	-0,21*	0,30*	-0,34*	-0,23*	-0,31*	0,19*	
Zaangażowanie	0,62*	0,28*	-0,45*	0,58*	0,23*	0,37*	0,20*	-0,52*

*p<0,05

Statusy tożsamości młodzieży a nadmierne korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych

Badania miały także na celu ustalenie związku między prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych. Poszukiwano zatem odpowiedzi na następujący problem badawczy: *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych?*

Analizy wyników wskazują na to, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzi statystycznie istotny związek, który polega na tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych dodatnio koreluje ze statusem eksploracji ruminacyjnej i w niższym stopniu ze statusem eksploracji w głąb. Wynik ten interpretować można następująco. Nadmierne użytkowanie sieci społecznościowych wiąże się ze statusem tożsamości zwanej eksploracją ruminacyjną, która ma charakter nieprzystosowawczy i związana jest z doświadczaniem przez jednostkę trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi, w mniejszym stopniu ze statusem eksploracji w głąb. Jednocześnie zaobserwowano ujemne korelacje pomiędzy nadużywaniem sieci społecznościowych przez młodzież a statusem podjęcie zobowiązania i identyfikacji ze zobowiązaniem, co oznacza, że im bardziej badani nadmiernie korzystają z sieci społecznościowych, tym mniej identyfikują się z podjęciem zobowiązania i podejmują je. Statystycznie istotnego związku nie stwierdzono między nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych a statusem eksploracji wszerej. Opisane powyżej związki zaobserwowano zarówno w grupie dziewcząt, jak i chłopców.

Uzyskane rezultaty potwierdzają zasadność przyjętej hipotezy, w której założono, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzić będzie związek, który polegać będzie na tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych najsilniej dodatnio korelować będzie ze statusem

eksploracji ruminacyjnej, zaś ujemnie korelować będzie ze statusem tożsamości podjęcie zobowiązania oraz identyfikacja ze zobowiązaniem.

Wyniki korelacji dla ogółu badanych SNKSS-14	
Zmienna Statusy tożsamości	Korelacja porządku rang Spearmana $p < 0,05$ N=1281
PZ	-0,12*
EW	0,02
ER	0,21*
IŻ	-0,09*
EG	0,09*
Wyniki korelacji dla dziewcząt	
PZ	-0,11*
EW	0,02
ER	0,18*
IŻ	-0,08*
EG	0,08*
Wyniki korelacji dla chłopców	
PZ	-0,10*
EW	0,01
ER	0,22*
IŻ	-0,09
EG	0,07

* $p < 0,05$

Style tożsamości młodzieży a nadmierne korzystanie przez nią z sieci społecznościowych

Występowanie związku badano także pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych. Na drodze badań poszukiwano odpowiedzi na następujący problem badawczy: *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych?*

Analizy wyników wskazują na to, że dodatnia korelacja występuje pomiędzy nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych a stylem dyfuzyjno-unikowym tożsamości. Ujemną korelację potwierdzono pomiędzy nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych a zaangażowaniem oraz stylem informacyjnym. Opisywane związki zaobserwowano zarówno w grupie dziewcząt, jak i chłopców. Uzyskane rezultaty zgodne są z przyjętymi w hipotezie ba-

dawczej założeniami. Przyjęto w niej, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzić będzie związek, który wyrażać się będzie tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych prawdopodobnie najsilniej dodatnio korelować będzie ze stosowaniem przez młodzież stylu dyfuzyjno-unikowego, zaś ujemnie korelować będzie ze stosowaniem przez nią stylu tożsamości zwanego zaangażowaniem.

Wyniki korelacji dla ogółu badanych SNKSS-14	
Zmienna	Korelacja porządku rang Spearmana $p < 0,05$ N=1281
Style tożsamości	
Styl informacyjny	-0,02
Styl normatywny	0,03
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,20*
Zaangażowanie	-0,20*
Wyniki korelacji dla dziewcząt	
Styl informacyjny	0,02
Styl normatywny	0,05
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,23*
Zaangażowanie	-0,19*
Wyniki korelacji dla chłopców	
Styl informacyjny	-0,09*
Styl normatywny	0,09*
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,21*
Zaangażowanie	-0,19*

* $p < 0,05$

Statusy tożsamości młodzieży a nadmierne korzystanie z aplikacji livestreamingowych

Badania na celu miały także znalezienie odpowiedzi na następujący problem badawczy: *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych?*

Analizy wyników wskazują na to, że statystycznie istotny związek zachodzi jedynie pomiędzy nadmiernym robieniem transmisji na żywo a statusem eksploracji w głąb. W grupie dziewcząt i chłopców nie potwierdzono występowania tego związku, nie odnotowano żadnej statystycznie istotnej korelacji.

Odrzucona została zatem hipoteza badawcza, w której przyjęto, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji

livestreamingowych zachodzić będzie związek, który polegać będzie na tym, że nadmierne korzystanie z tych aplikacji najsilniej dodatnio korelować będzie ze statusem eksploracji ruminalnej, zaś ujemnie korelować będzie ze statusem tożsamości podjęcie zobowiązania oraz identyfikacja ze zobowiązaniem.

Wyniki korelacji dla ogółu badanych SNKAL	
Zmienna Statusy tożsamości	Korelacja porządku rang Spearmana $p < 0,05$ N=1281
PZ	-0,05
EW	-0,09
ER	0,02
IŻ	-0,08
EG	-0,17*
Wyniki korelacji dla dziewcząt	
PZ	-0,17
EW	-0,05
ER	0,02
IŻ	-0,07
EG	-0,18
Wyniki korelacji dla chłopców	
PZ	0,04
EW	-0,12
ER	0,03
IŻ	-0,12
EG	-0,15

* $p < 0,05$

Style tożsamości młodzieży a nadmierne korzystanie przez nią z aplikacji livestreamingowych

W przyjętej koncepcji badań założono poszukiwanie związku między prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych tzw. robieniem transmisji na żywo. Aby, udzielić odpowiedzi na następujący problem badawczy: *Czy a jeśli tak, to jaki związek zachodzi pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych?* obliczono współczynnik korelacji rang Spearmana. Jego wyniki wskazują na to, że statystycznie istotny związek zachodzi jedynie pomiędzy nadmiernym robieniem transmisji na żywo a informacyjnym stylem tożsamości. Podobny związek odnotowano w grupie chłopców. W przypadku

dziewcząt nie stwierdzono statystycznie istotnego związku między żadnym ze stylów tożsamości. W związku z powyższym nie potwierdzona została hipoteza, w której założono, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież stylami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z aplikacji livestreamingowych zachodzić będzie związek, który wyrażać się będzie w tym, że nadmierne korzystanie z aplikacji livestreamingowych prawdopodobnie najsilniej dodatnio korelować będzie ze stosowaniem przez młodzież stylu dyfuzyjno-unikowego, zaś ujemnie korelować będzie ze stosowaniem przez nią stylu tożsamości zwanego zaangażowaniem.

Wyniki korelacji dla ogółu badanych	
Zmienna Styl tożsamości	Korelacja porządku rang Spearmana $p < 0,05$ N=1281 SNKAL
Styl informacyjny	-0,14*
Styl normatywny	0,10
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,08
Zaangażowanie	0,02
Wyniki korelacji dla chłopców	
Styl informacyjny	-0,19*
Styl normatywny	0,13
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,13
Zaangażowanie	0,00
Wyniki korelacji dla dziewcząt	
Styl informacyjny	-0,06
Styl normatywny	0,03
Styl dyfuzyjno-unikowy	0,00
Zaangażowanie	0,04

* $p < 0,05$

Prezentacja wyników badań własnych – wyniki badań pozyskane na drodze indywidualnych i grupowych wywiadów z młodzieżą

Badając uczestnictwo młodzieży w zjawisku livestreamingu, rozumianego na cele badania, jako korzystanie przez nią z nowych mediów elektronicznych, tzw. technologii informacyjno-komunikacyjnych /głównie sieci społecznościowych, typu FB, Instagram, komunikatorów internetowych typu Snapchat, Messenger, WhatsApp/ i jej obecność na więcej niż jednej sieci społecznościowej, na których w sposób systematyczny generuje ona strumień danych dotyczą-

cych ekspozycji własnego Ja, prowadzących się do systematycznego relacjonowania zdarzeń życiowych za pomocą mobilnych form komunikacji, które dają im potencjalną możliwość publikowania i udostępniania online swoich danych „tożsamościowych” na drodze wywiadów z młodzieżą próbowano pogłębić uzyskany na drodze badań sondażowych materiał empiryczny o następujące aspekty:

- rodzaj sieci społecznościowych, na których badani najczęściej publikują dane tożsamościowe;
- rodzaj aplikacji, komunikatorów internetowych, z których badana młodzież korzysta najczęściej i za pomocą, których generuje strumień informacji o sobie;
- liczba profili posiadanych na portalach społecznościowych i ich charakterystyka, zwłaszcza pod kątem ich przeznaczenia/funkcjonalności;
- średni czas, jaki w ciągu dnia powszedniego badani spędzają na korzystaniu z sieci społecznościowych i podejmowaniu innych rodzajów aktywności w Internecie;
- przekonanie badanych o swojej aktywności w sieci, tzn. z jaką częstotliwością zamieszczają oni zdjęcia, filmy, w których relacjonują swoje przeżycia dnia codziennego, swoje stany emocjonalne, itp. dane;
- ocena przez badanych tego, jak funkcjonują oni w sieci na tle swoich rówieśników/znajomych;
- publikowanie przez badanych informacji fikcyjnych na swój temat;
- doświadczenia badanej młodzieży w zakresie oglądania i nadawania transmisji na żywo, tzw. livestream;
- rodzaje danych tożsamościowych publikowanych online na swój temat. Pytania pomocnicze: Co mógłby pomyśleć o Tobie ktoś, kto ogląda Twój profil na Facebooku, Instagramie?
- opis profili badanej młodzieży posiadanych na mediach społecznościowych;
- postrzeganie siebie w sieci: pytanie pomocnicze: Jaką osobą w Internecie jest badany? Jaki jest w świecie wirtualnym?
- akceptacja siebie w sieci vs. akceptacja przez badanego swojego wizerunku w świecie wirtualnym;
- publikowanie online zdjęć selfie przez badaną młodzież;
- prezentowany przez badaną młodzież stosunek do pozytywnych i negatywnych komentarzy wpisywanych przez internautów do zamieszczanych przez nią treści online, otrzymywanych

emotikonów: pytanie pomocnicze: Jak to jest mieć dużo obserwujących na mediach społecznościowych?

- potrzeby, jakie za pomocą mediów społecznościowych zaspakaja młodzież;
- znaczenie mediów społecznościowych w życiu młodzieży;
- pragnienia młodzieży w świecie realnym vs. w świecie wirtualnym;
- oglądanie profili innych osób i porównywanie się z innymi – towarzyszące temu myśli, emocje, samopoczucie;
- sposób kreowania przez młodzież własnego wizerunku w sieci – przemyślany vs. spontaniczny;
- wyobrażenie młodzieży o tym, jak wyglądałoby jej życie, gdyby pozbawione było dostępu do sieci/Internetu, aplikacji mobilnych, itp.

Udział badanej młodzieży w zjawisku lifestreamingu i publikowane przez nią online danych tożsamościowych

Przeprowadzone wywiady z młodzieżą wskazują na to, że uczestnictwo młodzieży w zjawisku lifestreamingu jest zachowaniem normatywnym, typowym dla obecnego pokolenia ludzi młodych. Wszystkie z osób biorących udział w wywiadach grupowych oraz indywidualnych potwierdziły, że są aktywne na minimum dwóch sieciach społecznościowych i dość regularnie upubliczniają za ich pomocą dane tożsamościowe, co stanowi główne kryterium uczestnictwa młodzieży w tym zjawisku. Urządzeniami za pomocą, których badana młodzież łączy się z siecią oraz na korzystanie z których przeznaczają najwięcej czasu jest przede wszystkim telefon komórkowy, o czym świadczy poniższa wypowiedź: „...*W sumie komputera praktycznie nie używam. Wszystko mam na telefonie, co potrzebuję (...) Jak wezmę telefon do ręki cały czas przeglądam, cały czas potrafię, cały dzień spędzić na tym telefonie. Wolę to niż jakieś inne rzeczy, niż obejrzeć telewizor czy coś... Ciągle chcę wiedzieć, co się dzieje. Mam takie coś, że właśnie cały czas mnie ciekawi. Teraz słyszę na przykład, że jakieś powiadomienie przychodzi i ja nie wiem, co się dzieje... (...) Jeśli już mam coś robić, to moje zajęcie to jest telefon i przeglądanie tego wszystkiego (...) Kiedy jestem sama to cały czas mam telefon pod ręką, cały czas*” (Ania). Komputer służy badanym do innych celów, niż komunikacja ze znajomymi i dostęp do sieci społecznościowych: „*Głównie to jest komunikacja ze znajomymi przez Messengera no i po prostu pisanie z różnymi osobami poznawanie niektórych, a na komputerze najczęściej są wykonywane różne prace do szkoły jakieś prezentacje i inne temu podobne rzeczy czasami zdarzy mi się zagrać w jakieś gry no i to by było tyle...*” (Adrian).

Badane osoby na jednej sieci społecznościowej często posiadają kilka profili. Większość osób, z którymi przeprowadzono wywiady posiada po jednym profilu na takich sieciach społecznościowych, jak Facebook lub Instagram. Profile te w zależności od tego, do jakiego grona osób są kierowane (profil publiczny vs. prywatny) zróżnicowane są pod kątem zamieszczonych danych tożsamościowych. Poprzez dane tożsamościowe rozumie się informacje personalne pozwalające zidentyfikować jakąś osobę, która publikuje i udostępnia online informacje na swój temat, zamieszczając je zazwyczaj na swoim koncie/profilu założonym na sieci społecznościowej lub komunikatorze internetowym, typu Snapchat. Znacznie szerszy zakres danych upubliczniany jest na profilu adresowanym do grona przyjaciół i znajomych. Na profilu publicznym badani zamieszczają znacznie mniej danych personalnych, rezygnują z zamieszczania zdjęć, nagrań video, które pokazują ich życie prywatne, sposób, w jaki spędzają swój wolny czas, itp.

Komunikatorami internetowymi cieszącymi się największą popularnością wśród badanej młodzieży, za pomocą których przesyłane są również dane tożsamościowe, głównie zdjęcia i filmiki są: Messenger, Snapchat oraz WhatsApp. Z danych zebranych na drodze wywiadów z młodzieżą wynika, że aplikacją /komunikatorem najczęściej użytkowanym przez nią na telefonie komórkowym jest Snapchat. Statystyki dotyczące popularności komunikatorów internetowych na świecie pokazują, że to właśnie Snapchat jest komunikatorem najbardziej popularnym wśród młodych użytkowników i pod względem liczby odtworzeń wideo króluje nad Facebookiem, nawet pomimo znacznie mniejszej liczby użytkowników (wg Statista- dane z lipca 2018 roku z aplikacji Snapchat korzysta 255 milionów osób na świecie, zaś z Facebooka 2 miliardy 196 milionów; dane podane z badania Gemius PBI z 10 lipca 2018 roku wskazują na to, że w Polsce z Facebooka korzysta blisko 21,5 miliona internautów) (<https://socialpress.pl/2018/07/najnowsze-dane-na-temat-uzytownikow-mediow-spoecznosciowych-na-swiecie>). Aplikacja Snapchat umożliwia, tak jak wiele innych podobnych komunikatorów, przede wszystkim łatwą i szybką wymianę plików multimedialnych, komunikację tekstową i wideo, ale jej największym walorem docenianym przez osoby młode, których nie posiadają inne podobne w działaniu aplikacje jest automatyczne kasowanie treści, którymi wymieniają się użytkownicy. Snapchat udostępnia użytkownikom także namiastkę portalu społecznościowego przez możliwość publikowania Stories, będących krótkimi filmikami lub zbiorem zdjęć udostępnianych publicznie lub wybranym osobom. W opinii badanej młodzieży jest to bezpieczny komunikator, którego główną zaletą jest możliwość usuwania treści, materiałów wysyłanych między użytkownikami. Świadczą o tym następujące wypowiedzi respondentów: „(...) ja głównie korzystam z trzech: Instagram, Sna-

pchat i Facebook. Facebook jakby do komunikowania się, Instagram do dodawania najładniejszych zdjęć, a Snapchat to taki najbardziej wykorzystywany przeze mnie - wysyłam jak chcę coś wysłać prywatnie do koleżanki, tam też się komunikuję, bo piszę czasami nawet częściej niż na Facebooku, bo tam też jest taka fajna opcja, że te rzeczy się nie zapisują. I powiedzmy tak jak piszę czasem z koleżankami, to one mówią żebym przeszła na Snapa, bo nie chcą żeby ta wiadomość się zapisała i wtedy piszę sobie tam i tam wszystko znika, nikt nic nie ma. Znaczący można też zapisać, ale to wtedy widać, jeśli ja bym coś zapisała to koleżanka by widziała, że ja to zapisuję” (Ania). Z powyższej wypowiedzi wynika, że aplikacja ta daje młodzieży większe poczucie bezpieczeństwa, niż pozostałe i dzięki temu to na niej zamieszczane są przez nią bardziej śmiałe zdjęcia i informacje. Respondenci pytani o to, czy prowadzenie rozmowy na Snapchacie jest bezpieczniejsze w porównaniu z prowadzeniem rozmów za pomocą innych komunikatorów odpowiadali, że zdecydowanie tak jest. Przykładem jest następująca wypowiedź respondentki: „O wiele, bo jest pewność że nikt nie robi screena, a jak ktoś robi to też widać, pokazuje, że ktoś zrobił screena bo często jest tak, że np. powiedzmy, że jakbym pisała coś złego, klóciła się to na dziewięćdziesiąt procent ta osoba robi screena i rozesła to i pokaże co ja napisałam, a na Snapchacie nie ma takiej opcji chyba, że ktoś robi screena, ale to wtedy widać. Nie da się zrobić tak że nie było widać” (Ania); „W moim przypadku to Snapchat, bo to jest takie miejsce gdzie można znajomym wysłać właśnie jakieś zdjęcie i to co się dzieje w tym momencie i po otwarciu tego zdjęcia nie ma już tego zapisu znaczący, tego zdjęcia” (Maks).

Z wypowiedzi badanych wynika, że za pomocą Snapchata najczęściej udostępniany jest strumień danych dotyczący ekspozycji własnego Ja, zwłaszcza informacji dotyczących podejmowanych przez nich form aktywności, miejsc, w których oni przebywają, danych na temat ich mobilności. Dane te wymieniane są głównie między znajomymi, przyjaciółmi badanych osób, czy też ich sympatii, z którymi pozostają w związku: „*Snapchat używam często, bo z dziewczyną wysyłamy sobie codziennie zdjęcia, żeby utrzymać jakby serię tych zdjęć...*” (Artur); „*Snapchat służy mi do pokazywania tego, co robię w danej chwili* (Mikołaj).

Badane osoby zapytane o to, jaki rodzaj informacji najczęściej publikują o sobie w sieci, głównie na swoich profilach na portalach społecznościowych odpowiedziały, że są to zazwyczaj podstawowe informacje dotyczące ich danych osobowych typu: imię i nazwisko, płeć, data urodzenia, szkoła, do której aktualnie uczęszczają i nazwy szkół, do których uczęszczały wcześniej, statut wskazujący na to, czy są singlami/singielkami, czy pozostają w związku oraz zapowiedzi dotyczące wydarzeń, w których zamierzają wziąć udział (np. udział w koncercie, imprezie),

zdjęcia dotyczące własnego wizerunku i często wizerunku swoich sympatii, znajomych (udostępnianego w formie zdjęć np. z imprezy domowej, pobytu w pubie, na wyjeździe, wycieczce, itp.), linki odsyłających do polubionych przez nich stron, serwisów, blogów, itp. Przykładem wypowiedzi ilustrującej zakres danych udostępnianych przez badanych na swoim profilu jest wypowiedź Ani, która zapytana o to, co o Tobie mogą dowiedzieć się inne osoby, które Ciebie w ogóle nie znają, a wpadły na Ciebie w sieci odpowiedziała tak: *„No myślę, że pomyślą o ale fajna, ładna dziewczyna, potem dowiedzą się, że mam chłopaka. Zdjęcia z chłopakiem czasami dodają. Swoje zdjęcia może, jak gdzieś pojedę, jakieś podróże, jakieś pojedyncze zdjęcie dam. Tak to nie wiem, ja myślę, że mało. Nie mam nic podanego. Na przykład na Facebook’u mam podane gdzie chodzę do szkoły, gdzie mieszkam, czy mam chłopaka, ile mam lat. Ale na Instagram’ie nie mam podanego swojego imienia, nazwiska ani adresu”* (Ania).

Instagram dla większości badanej młodzieży jest portalem społecznościowym, na którym publikuje ona dość dużo zdjęć, znacznie więcej niż na Facebooku: *„na Instagramie po prostu każdy wstawia zdjęcia (...) W moim przypadku jest tak samo, a jeśli chodzi o Facebooka, no to głównie to zmienianie zdjęcia profilowego, a tak to niewiele ludzi znam, którzy wstawiają rzeczywiście zdjęcia po prostu na Facebooka”* (Robin); *„W sumie z tego co zaobserwowałem, to na Facebooku młodzi ludzie wcale nie wrzucają zdjęć i praktycznie niczego nie publikują. To bardziej starsze osoby tak robią”* (Wiktor). Instagram w opinii badanych służy głównie do tego, aby przeglądać profile innych osób, obserwować je: *„Instagram jest dla mnie jakby portalem do obserwowania innych”* (Mikołaj); *„Na Instagramie jestem od niedawna i bardziej używam tej aplikacji do zobaczenia, co moi znajomi wrzucają”* (Artur); *„Na Instagrama wchodzę nie wiem może raz na dwa dni, gdzieś na około godzinę czasu, tam przeglądam czasami te relacje takich dosyć znanych osób”* (Adrian). Z wypowiedzi badanych wynika, że na tzw. scrollowanie, czyli przeglądanie profili innych osób w sieci młodzież poświęca najwięcej czasu, znacznie więcej niż planowała, a obserwowanie innych wynika z potrzeby zaspokojenia ciekawości. Badani chcą wiedzieć, co słyszą u ich znajomych, przyjaciół, a często nawet nie znanych im osób, gdzie oni przebywają, co robią i jak spędzają czas. Na pytanie dlaczego jest tak ważna dla Ciebie aktywność Twoich znajomych? respondenci zazwyczaj odpowiadali: *„No po prostu ciekawi mnie, co oni robią”* (Adrian).

Instagram umożliwia również badanym prowadzenia swojego pamiętnika: *„Mam na Instagramie taki swój trochę mały pamiętnik, coś w tym stylu. Lubię tam po prostu wstawiać zdję-*

cia” (Karolina); „ja w przypadku konta na Instagramie, zamieszczam swoje zdjęcia. Chodzi o ich wewnętrzną estetykę, o to czy mi się będzie po prostu podobało i też jakby dla własnej satysfakcji. Traktuję to jako internetowy pamiętnik” (Igor).

Średni czas, jaki w ciągu dnia powszedniego i dnia wolnego od nauki badani spędzają na korzystaniu z sieci społecznościowych, prowadzeniu komunikacji i podejmowaniu innych rodzajów aktywności w Internecie

Odpowiedź na pytanie o średni czas, jaki w ciągu dnia powszedniego i dnia wolnego od nauki badani spędzają na ww. czynności przysporzyła badanym wiele trudności. Okazuje się, że trudno jest im oszacować taki przybliżony czas, gdyż większość z nich niezależnie, czy jest to dzień szkolny, czy wolny od nauki, jest stale dostępna online, a ich aktywność sprowadza się do różnych czynności: sprawdzanie powiadomień, przeglądanie profili, pisanie postów, komunikowanie się z innymi, przesyłanie zadań domowych, ściąganie materiałów potrzebnych do nauki, oglądanie filmów na Netflixie lub innych kanałach internetowych, itp. Oto kilka przykładowych odpowiedzi na pytanie, czy mógłbyś/mogłabyś określić w przybliżeniu średni czas w ciągu dnia powszedniego, jaki zajmuje Ci bycie online? „To jest właśnie bardzo ciężkie, bo gdybym miał tak, że po prostu siadam do telefonu i sobie mówię, że teraz będę godzinę na mediach społecznościowych wszystkich, na Facebooku, Instagramie, na wszystkich z których korzystam no to mógłbym na to odpowiedzieć, no ale to u mnie tak to nie wygląda niestety. U mnie to raczej jest tak, że ciągle coś co chwilę tam zerknę, co chwilę coś tam przejrzę. Jak mam trochę czasu, na przykład w autobusie albo jak na coś czekam, więc trudno mi bardzo by było na to odpowiedzieć i nie byłbym w stanie odpowiedzieć tak precyzyjnie na to pytanie. Ten telefon po prostu jest w ciągu dnia i też oczywiście zapomniałem dodać mega ważny jest Internet - jak robię zadania domowe jakiegokolwiek, bo teraz jest już to tak wszystko w szkołach uzależnione od Internetu i od tego żeby sobie wysłać, komuś wysyłam na przykład zdjęcia z tego co jakie było zadanie bo nauczyciel ka-zał rozesłać potem z tych zdjęć na przykład robię też zadania albo piszę z ludźmi jak się przygotowuję na sprawdzian lub coś czego się nauczyć no to ciągle to jest ze mną więc nie byłbym w stanie odpowiedzieć” (Grzegorz); „Myślę, że jeśli chodzi o moją dostępność w sieci jest ona już od samego rana, bo kiedy jadę do szkoły pociągiem zajmuje mi to dwadzieścia minut to najczęściej siedząc w tym pociągu piszę z moimi znajomymi na temat co się będzie działo w szkole, co się działo, jakie były prace domowe, czy często czytam sobie o tym z czego będzie sprawdzian albo po prostu kontaktuję się z ludźmi (...) w trakcie dnia, w trakcie szkoły korzystam z tych por-

tali o wiele mniej, ale po szkole, jak już jednak wracam do domu w tym pociągu, to dużo czasu spędzam znowu w nim (w Internecie) i po powrocie do domu po zjedzeniu obiadu, gdy siadam do komputera to też często w tym Internecie siedzę” (Artur); „od momentu kiedy się budzę na przykład o 7:00 rano to siedzę w tym telefonie tak naprawdę cały czas. Na Messengerze jestem cały czas dostępna, jak jakiś człowiek napisze, w ciągu 5 minut odpisuję. Ja jestem zawsze w telefonie. Nie zawsze jest tak, że na przykład oglądam dużo filmów, ale to są głównie jakieś moje zainteresowania, czy jakieś tutoriale, czy coś. Dużo seriali przeglądam. Przeglądam bardzo dużo ciekawostek, przeglądam również profile gwiazd i tym podobne. Cały czas coś robię, cały czas tak naprawdę jestem w telefonie i bardzo dużo rzeczy też do szkoły, na przykład jak się uczę na niemiecki, to szukam sobie wyjaśnień: dlaczego, co, jak, gdzie, gdy piszę pracę albo spędzam bardzo dużo czasu czytając książki w PDF, tak naprawdę jestem online cały czas. Do mnie może człowiek zadzwonić w nocy i pewnie odbiorę, bo jestem tak wyczulona na ten dźwięk. Zawsze jestem dostępna mimo, że spałabym 6 godzin” (Martyna).

Badani poproszeni o to, aby porównali średni czas spędzany online w dzień powszedni z czasem spędzanym online w dzień świąteczny, wolny od szkoły i określili, kiedy w sieci są częściej odpowiadali, że zazwyczaj więcej czasu na bycie online poświęcają w dni wolne od nauki lub wtedy, gdy im się nudzi: „No w tygodniu to jest głównie szkoła, ale zazwyczaj prawie codziennie korzystam z telefonu, czasami nawet zdarza mi się z komputera, gdy potrzebuję jakiejś na przykład pracy wykonać do szkoły no i tak jakoś leci ten tydzień, a w weekendy oczywiście więcej ponieważ nie muszę poświęcać tak dużo czasu szkole i mogę jakby, jakby no więcej czasu poświęcić dla siebie (...) Jeśli chodzi o tydzień, to z telefonu (korzystam) jest to około trzech-czterech godzin dziennie oczywiście nie licząc muzyki, której słucham bo to tak po prostu samo z siebie jakby wychodzi, a w weekendy to, nie wiem jest tak od trzech do sześciu może siedmiu godzin” (Adrian); „ (...) powiedziałbym, że chyba częściej jestem w czasie dnia takiego powszedniego, ale jak mam na przykład jakiś taki dzień gdzie nic się nie dzieje, naprawdę nic się nie dzieje i tylko siedzę, to właśnie niestety wtedy dłużej siedzę na mediach społecznościowych i często właśnie już tak zupełnie bezproduktywnie” (Grzegorz) Respondent zapytany o to, co to znaczy, że masz taki dzień kiedy się nic nie dzieje? odpowiedział: „ (...) Taki dzień, że na przykład nigdzie nie muszę pojechać, nic nie muszę zrobić, nie mam na siebie żadnego pomysłu, no to właśnie na przykład potrafię sobie przeleżeć pierwszą godzinę dnia, całą godzinę i przeglądać na przykład tylko Instagram, no i potem Netflix” (Grzegorz) Zapytany dalej, czy można zatem powiedzieć, że jak Ci się nudzi jesteś częściej w sieci udzielił twierdzącej odpowiedzi: „tak,

zdecydowanie i to wbrew pozorom nie pomaga, bo czuję że jest to bezproduktywne i ja jestem taką osobą, którą to denerwuje strasznie, ale z drugiej strony no nie mogę przestać i to, to jest takie błędne koło, bo czym dłużej siedzę tym bardziej się nudzę a czym bardziej się nudzę to tym bardziej chcę siedzieć na tym telefonie” (Grzegorz).

Ocena średniego czasu dziennie spędzanego online przez badanych podjęta została również na drodze wywiadów grupowych z młodzieżą. Młodzież do wykonania miała zadanie, które polegało na tym, że na środku otrzymanego papierowego talerzyka wpisać miała przybliżony średni czas, jaki dziennie poświęca na aktywne bycie w sieci wyrażony w godzinach lub w minutach. Następnie podzielić miała ten talerzyk, tak jak tort, na tyle kawałków, ile form aktywności dziennie prowadzi online. Np. Jeśli ktoś gra w gry online średnio w ciągu dnia ok. 2 godzin, zaznaczyć miał na talerzyku taki rodzaj aktywności i przypisać mu wartość 2 godzin. Na każdej porcji badani mieli wpisać hasło - rodzaj aktywności podejmowanej przez nich online, a przy nim uśredniony czas, jaki zazwyczaj w ciągu dnia na nią poświęcają. Wyniki analizy danych zamieszczonych na papierowych talerzykach wskazuje na to, że średni czas aktywnie spędzany online przez badaną młodzież wynosi 7 godzin i 15 minut. Wśród badanej młodzieży były osoby, które wskazywały, że wynosi on nawet 12 godzin. Najniższą wartość podał jeden respondent i wyniosła ona 2 godziny i 30 minut. Wśród najczęściej wskazywanych rodzajów aktywności były takie jak: przebywanie na mediach społecznościowych, komunikacja online (za pomocą takich komunikatorów, jak np. Messenger, Snapchat), oglądanie YouTube’a, słuchanie muzyki, oglądanie filmów i seriali, wyszukiwanie informacji potrzebnych do nauki/szkoły, rozrywka, czytanie wiadomości, granie w gry online, e-zakupy. Najwięcej czasu młodzież poświęca na komunikację za pomocą komunikatorów internetowych. Średni czas przeznaczony na tę aktywność dla ogółu młodzieży biorącej udział w wywiadach focusowych w ciągu dnia to 3 godziny i 20 minut. Kolejnym ulubionym rodzajem aktywności jest obecność na mediach społecznościowych, obejmująca przeglądanie, obserwowanie profili innych osób oraz publikowanie na nich różnych informacji. Na to zajęcie młodzież średnio w ciągu dnia przeznacza 2 godziny i 20 minut. Badane osoby dość często w czasie dnia słuchają muzyki (średni czas wynosi około 3 godzin) oraz oglądają filmy i seriale (średnio około 2 godzin i 20 minut dziennie). Jednym z ulubionych zajęć badanych w ciągu dnia jest wchodzenie na YouTube i oglądanie filmików oraz zamieszczonych tam informacji. Średni czas, jaki na to przeznaczają wynosi około 2 godzin i 50 minut. Innym zajęciem, któremu w sieci oddają się badani jest granie w gry online. Ta czynność zajmuje badanym blisko 2 godziny i 10 minut. Warto

zaznaczyć, że ten rodzaj aktywności dotyczy chłopców. Korzystanie w ciągu dnia z Internetu w celach edukacyjnych, czyli w poszukiwaniu informacji potrzebnych do odrobienia zadań szkolnych, przygotowania się do sprawdzianów, testów zajmuje średnio badanym około 2 godzin. Podobny czas badani spędzają dziennie w sieci na czytaniu wiadomości, różnych informacji o życiu celebrytów, czy wydarzeń, którymi się interesują. Na robienie zakupów, oglądanie stron z ubraniami i gadżetami, które ich interesują dziennie poświęcają średnio około 1 godziny i 15 minut.

Analizując wypowiedzi młodzieży dotyczące rodzajów podejmowanych przez nią aktywności online wynika, że cechą charakteryzującą ją jest multizadaniowość. Badani relacjonują, że trudno jest im oddzielić od siebie poszczególne rodzaje aktywności podejmowane w sieci i określić tak naprawdę, ile czasu dziennie na nie zazwyczaj poświęcają, ponieważ podejmują te czynności równolegle w tym samym czasie. Wykonanie zadanie z papierowym talerzykiem, o jakie zostali poproszeni w trakcie wywiadu grupowego właśnie z tego względu sprawiło im dużą trudność i wywołało zaskoczenie. Badani respondenci relacjonowali, że trudność polega na tym, że będąc w sieci wykonują kilka drobnych czynności jednocześnie, np. czytają powiadomienia, komunikują się za pomocą komunikatorów i w tym samym czasie zdarza się, że prowadzą rozmowę z kilkoma osobami, przeglądają profile znajomych, słuchają muzyki, ściągają pliki, przeglądają linki i przekazują je swoim znajomym, ściągają z Internetu materiały do prac szkolnych, wrzucają na swój profil linki, piszą posty, zamieszczają zdjęcia, publikują informacje o sobie, oglądają filmy, seriale na kanałach filmowych, itp.: *„tak mi było w ogóle ciężko to przyłożyć do kategorii ile dokładnie spędzam czasu, bo na przykład wiem, że spędzam bardzo dużo czasu online i wiem, że przesadzam ... ale z drugiej strony mam ustawione jakby screen limit w telefonie i mi pokazuje, że wykorzystałam na przykład tyle i tyle czasu na Snapchata czy Instagrama i powie mi to po dwóch godzinach, a ja jeszcze dodatkowo spędzam może maksymalnie godzinę na tych social mediach, ale z drugiej strony mi się wydaje po prostu, że bym spędzała cały dzień w Internecie, więc jest ciężko mi jakby określić ile dokładnie siedzę w Internecie”* (Nadia); *„dla mnie to było z jednej strony łatwe i ciężkie, żeby określić ile czasu spędzam, ponieważ łatwo mi powiedzieć, że praktycznie cały dzień spędzam na mediach społecznościowych, typu właśnie Messenger i tak dalej, ale ciężko było mi to podzielić ponieważ jak jestem na telefonie to jeszcze mogę powiedzieć, że właśnie ile na Messengerze, póki jestem w szkole a ile na Instagramie, bo też właśnie te limity mam ustawione, żeby mi to przypominało, ale jak wracam do domu i włą-*

czam komputer to mam włączony jednocześnie YouTube, Spotify, Facebooka i coś jeszcze do szkoły szukam i ciężko mi powiedzieć, ile na każdą z tych rzeczy poświęcam czasu” (Sonia).

Badani mają poczucie, że mogą realizować różne zadania w tym samym czasie i jednocześnie zachowują podzielność uwagi: *„Ja za to wyrobiłam sobie podzielność uwagi, że ostatnio uczyłam się do matury na polski i z Internetu interpretowałam 12 wierszy jednocześnie oglądając cały sezon serialu i doskonale wiedziałam o czym jest serial i o czym piszę. Nie wiem jak to się stało, ale dałam radę... aż sama z jednej strony jestem przerażona tym, bo to nie jest normalne, że człowiek potrafi zrobić takie dwie rzeczy naraz, ale z drugiej strony jestem szczęśliwa, bo zrobiłam to co muszę” (Martyna).*

Dla wielu z nich wykonanie wyżej opisanego zadania było okazją do własnej refleksji nad użytkowaniem sieci, a zwłaszcza mediów społecznościowych: *„ja tak naprawdę zdaję sobie sprawę z mojego problemu: bycia cały czas online. Sama się dziwię, że jestem jedyną osobą, która odpisuje chyba, że naprawdę już coś robię takiego, że nie mogę odpisać to i tak się staram jak najszybciej to zrobić. Zdaję sobie sprawę, że jak jestem w szkole to zawsze Facebook jest w tle i jeszcze YouTube leci mi jakiś tutorial, przerabiania zdjęć, różnych grafik, cokolwiek, coś co mnie interesuje, mimo że tego nie robię... Nieraz to i tak po prostu chcę to zobaczyć, zdaję sobie sprawę, że to jest problem, mimo że jak robię szkołę i tak robię jeszcze inne rzeczy (Martyna).*

Przekonanie badanych o swojej aktywności w sieci oraz rodzajach podejmowanych przez nich aktywności online

Odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące ich aktywności w sieci są dość spolaryzowane. Część osób ocenia siebie pod tym względem jako mało aktywne, inne twierdzą, że wykazują się dość sporą aktywnością, a jeszcze inne przeciętną, czyli taką jaką w ich opinii większość osób w ich wieku. Dokonując oceny swojej aktywności online badani za punkt odniesienia przyjmowali aktywność w sieci ich znajomych: *„Myślę, że mało jestem aktywna, jeśli chodzi o osoby, które na przykład obserwuję. Bo osoby, które obserwuję dodają, nie wiem, po pięć zdjęć dziennie. Ja dodam może raz na tydzień, dwa, raz na miesiąc czasami nawet, czasami rzadziej, bo jakoś nie skupiam się tak na tym. A wiem, że niektórzy bardzo żyją tym i fotografują wszystko, dodają wszystko. Bardzo dużo dziewczyn właśnie w tych czasach dodaje zdjęcie na przykład w bieliźnie. I przez to mają coraz więcej obserwujących, właśnie najbardziej, najwięcej obserwują-*

cych mają dziewczyny, które dodają takie zdjęcia, gdzie pokazują swoje ciało (...) ja tak nie robię...” (Ania); „Wydaje mi się, że bardzo mało się udzielam. Aczkolwiek około rok temu miałam więcej zdjęć. Bardzo dużo dodawałam zdjęć. Miałam z 20 razy więcej tego, co mam aktualnie. Także wydaje mi się, że wtedy może byłam na równi ze znajomymi. Jeżeli chodzi o dodawanie wszelakich postów, czy relacji. A teraz wydaje mi się, że mój profil jest dość skąpy w porównując do profili znajomych” (Zuzia); „No to zdecydowanie mam mniejszą aktywność w sieci, bo każdy znajomy w zasadzie, którego znam to ma jakieś zdjęcie na Instagramie, na Snapchata też wrzucą, profilowe często zmieniają a ja w zasadzie, to jak mi się tam zachce, bo na przykład profilowe to już mam od półtora roku chyba i mi się nie chce zmieniać” (Mikołaj); „Myślę, że, że podobnie jak wszyscy. Wszyscy raczej moi znajomi również są aktywni na Messengerze. Każdy co chwilę raczej, z kim by się nie pisało, to szybko odpisuje. Na Snapchacie również każdy gdzieś tam wysyła te zdjęcia, krótkie filmiki. Może Instagram troszkę bardziej, bo tych zdjęć więcej dodają, ale to też jakoś nie jest nie wiadomo jak, że codziennie dodają zdjęcie, dwa czy coś tylko po prostu, ktoś tam doda raz w miesiącu, ja dodam co dwa, trzy tygodnie. Zależy oczywiście od okazji, jeżeli mam jakieś zdjęcie no to dodam, więc może jedynie na Instagramie troszkę bardziej jestem aktywny od innych ale, ale na reszcie aplikacji to raczej wszyscy tak samo. No takie są teraz czasy, że każdy chce być cały czas na bieżąco ze wszystkimi i teraz są te smartfony, więc każdy tylko cały czas siedzi i tam przegląda te wszystkie rzeczy” (Hubert); „Powiedziałbym, że jestem takim zupełnie normalnym nastolatkiem (...) z jednej strony nie mógłbym powiedzieć, że nie jestem na tych mediach, bo ciągle jestem. Taka jest prawda. To jest duża część mojego życia. No, ale też z drugiej strony nie mógłbym powiedzieć, że jestem jakimś przypadkiem uzależnienia od tych mediów społecznościowych, więc powiedziałbym, że jestem w takim dokładnie środku, takim bardzo przeciętnym. Porównując się do znajomych, to wszyscy korzystają tak samo, może niektóre koleżanki korzystają więcej, niektórzy ludzie korzystają mniej, ale to zazwyczaj wychodzi z tego, że po prostu są nieśmiali i w rzeczywistości i w ogóle w mediach na przykład moja siostra, która jest ode mnie trzy lata starsza w ogóle nie korzysta” (Grzegorz).

W celu oceny poziom aktywności online badanej młodzieży w wywiadzie grupowym zlecono badanym zadanie projekcyjne, które polegało na porównaniu się do jakiegoś zwierzęcia pod względem poziomu swojej aktywności online. Pytanie w tym zadaniu brzmiało tak: *Gdybyś miał/miała ocenić swoją aktywność online pod względem publikowania informacji o sobie (sposobie korzystania z sieci społecznościowych, prowadzenia bloga, vloga, wrzucania materiałów do Internetu, korzystania z różnych aplikacji, np. ze Snapchata, itp.), do jakiego zwierzęcia mógł-*

bys/moglabys sie porownac? Uzasadnij dlaczego? Treść tego pytania początkowo u większości respondentów wywołała zaskoczenie i trudność, jednak po przedstawieniu przykładowego opisu przez moderatora, młodzież miała łatwość utożsamienia się z jakimś zwierzęciem pod względem prezentowanej przez siebie aktywności online. Badane osoby wymieniały różne zwierzęta. Wskazywano na te, które słyną ze swej powolności, niskiej aktywności i te odznaczające się sprytem, zwinnością i dużą aktywnością. Oto przykładowe wypowiedzi respondentów: „*ja bym się porównała do niedźwiedzia, ale nie ze względu na agresywność, czy jego szlachetność, tylko ze względu na to, że zimą zapada on w sen, a potem wychodzi z tej swojej nory właśnie. Takie okresy, że mogę publikować sporo zdjęć na Instagramie czy na Story na Facebooku, ale potem nagle zasypiam i nie ma mnie w ogóle, nic nie będę publikowała, a potem znowu jest okres, że będę codziennie publikowała*” (Sonia); „*ja od razu pomyślałam o labędziu, bo to jest takie ładne zwierzątko i pokazuje to co ładne, wszystko pokazuje w ładnym świetle, ale z drugiej strony potrafi też zaatakować i nieraz ja też potrafię wprost udostępnić rzeczy, które nakłaniają do wegetarianizmu, pokazują tą brzydką stronę świata i tak od razu mi się z tym skojarzyło. Lubię udostępniać treści, które uderzyły w jakiś problem na świecie, a nieraz pokazuję ładne zwierzątka, które mają bardzo ładne oczy a potem wrzucam swoje zdjęcie, które wydaje mi się że, jest ładne albo po prostu ma ładny widoczek, ale jest podpis na przykład kup karpia i go wypuść*” (Martyna); „*ciężko jest mi się przypasować do zwierzęcia, poziom pod lampartem i lwem... może też taki trochę niedźwiedź, że czasami warto, czasami nie. No ale jestem dosyć aktywna i takie najdłuższe przerwy to na przykład 2 tygodnie od wstawienia postu do wstawienia kolejnego postu, chyba można to porównać do snu zimowego*” (Nadia); „*ja nie wiem czemu, ale pomyślałam o delfinie i w sumie to takie spokojne zwierzątko, ale czasami lubi poskakać nad wodą albo pobawić się, tak jak ja w sieci*” (Jagoda); „*pomyślałam o koali, bo jest ospała i za dużo nic nie publikuje, tylko tak patrzy co się ogólnie dzieje*” (Klara); „*ja pomyślałam o kocie, bo koty chodzą własnymi drogami, dużo śpią i są średnio aktywne, ale czasami jednak trochę coś tam wstawiam*” (Magda).

Uzupełnieniem informacji dotyczących rodzajów aktywności online podejmowanych przez badanych są ich wypowiedzi zebrane za pomocą wywiadów indywidualnych. Z analizy ich treści wynika, że potwierdzone zostały wyniki uzyskane na drodze badań sondażowych, które wskazują na to, że nieliczni badani aktualnie prowadzą blogi i vlogi. Z wypowiedzi kilku respondentów wynika, że tego typu aktywność podejmowali oni wcześniej - na etapie starszych klas szkoły podstawowej i w gimnazjum. Część respondentów prowadziła swojego bloga, ale

znacznie większa obserwowała blogi i vlogi prowadzone przez inne osoby. Znacznej części respondentów zdarza się robić to do teraz. Zazwyczaj obserwują oni blogi i vlogi prowadzone przez celebrytów lub blogi, vlogi, które tematycznie powiązane są z ich zainteresowaniami, np. modelingiem, motoryzacją, rozrywką, zwłaszcza grami komputerowymi i sportem: „*kiedyś to tam blog oglądałem, ale to tak z zainteresowania, nawet nie pamiętam, kto to był (...) zwykle to vlogów nie oglądam, jak już to właśnie jakieś filmiki takie właśnie z workoutem to jakieś z turnieju czy coś takiego...*” (Mikołaj); „*Jedynie kiedyś właśnie jak grałem w gry, to prowadziłem tak jakby blog, na którym wstawiałem swoje osiągnięcia na przykład, że wygraliśmy jakiś turniej z chłopakami online. Oczywiście czasami zdarzyło się właśnie na tym zarobić, ale to już tak dwa lata temu to zakończyłem. To była taka przygoda nie wiem może siedmiomiesięczna i to wszystko...*” (Adrian); „*Nie, nigdy wcześniej nie prowadziłem bloga ani vloga, i nie prowadzę teraz, ale widzę też dużo na Internecie takich materiałów i też powiem szczerze, że często je oglądam (...)są one w tematyce gier, często oglądam jak ktoś tam gra, albo czasem do obiadu, jak się nudzę, żeby się pośmiać, to czasem sobie rzeczywiście takiego vloga na temat gier odpalę, włączę*” (Artur); „*(...) jeśli chodzi o celebrytów, to zdarza mi się, ale też trzech z moim rówieśników, w tym kuzynka prowadzi blogi i czasami zdarzy mi się je obejrzeć, ale jakby nie czuję takiej potrzeby na co dzień żeby to śledzić, chociaż czasami fajnie jest sobie poczytać, kto co robi i tego typu rzeczy*” (Adrian). Ciekawą relacją jest następująca wypowiedź respondenta: „*bloga nie prowadziłem, ale ogólnie to szanuję osoby, które po prostu potrafią pokazać to, bo ja bym nie miał tyle odwagi. Na przykład na takim blogu no to się dużo gada, dużo się właśnie pokazuje różne rzeczy. No też się ma kontakt z fanami, no to naprawdę trzeba mieć odwagę, żeby takie blogi nagrywać*” (Mikołaj). Respondent dopytany dalej o to, po co ta odwaga jest potrzebna odpowiedział tak: „*na przykład, żeby wejść w dyskusję (z obserwującymi) albo no po prostu, żeby wyrażać siebie, bo ja właśnie jeśli chodzi o Internet to, nie za bardzo wyrażam siebie*” (Mikołaj). Z wypowiedzi tej wynika, że prowadzenie bloga, vloga w opinii badanego jest domeną osób odważnych, które mają gotowość do wyrażania siebie, swoich potrzeb, zainteresowań w wirtualnej przestrzeni.

Badaną młodzież poproszono również o to, aby dokonała oceny publikowanych przez siebie treści na mediach społecznościowych w kontekście tego, czy dane zamieszczane przez nią na stronach są bardziej oryginalne, wyróżniające się od profili ich znajomych, czy raczej takie same, jak większości osób. Odpowiedzi na to pytanie również są spolaryzowane. Są badani, którzy twierdzą, że ich profil jest pod kątem prezentowanych informacji bardziej ciekawy i oryginalny

nalny, niż innych osób, oraz tacy, którzy uznają, że jest typowy, taki jak większość znanych im profili: „(...) zdecydowanie jestem bardziej oryginalny [śmiej] bo ja mam tą taką ścieżkę, którą sobie ustaliłem, że chcę nią podążać i zmierzam w tym celu, a inni po prostu mają inne cele w życiu. Więc, jak właśnie rzeczy dodaje, te zdjęcia czy coś, to dbam żeby wyglądały profesjonalnie, a niektórzy po prostu zrobią gdzieś tam zdjęcie na szybko to zdjęcie dodadzą i tyle... Więc zdecydowanie bardziej, bardziej profesjonalnie, oryginalnie to wszystko u mnie wygląda, ale na Snapchacie to też jakoś tak staram się jakieś takie fajne rzeczy wysłać. Niektórzy to wyślą na przykład, nie wiem, to że stoją na przystanku, jest godzina ósma rano. No nie wiem, co w tym ma sens, ale wysyłają takie rzeczy ja jednak już staram się jakoś lepiej. Nawet na Snapchacie, na przykład jesteśmy gdzieś na imprezie czy coś, to jakieś grupowe zdjęcia, żeby też fajnie to wyglądało, żeby wszyscy dobrze wyszli, więc zdecydowanie jakby no nie wiem, bo ja na przykład mówię chciałbym siebie sam obserwować z punktu kogoś osoby, bo moim zdaniem jest to takie ciekawe co dodam, gdzie teraz będę nie wiem czy coś, no może to ciekawie wygląda, tak uważam ” (Hubert).

Publikowanie przez badanych informacji fikcyjnych na swój temat i prowadzenie fikcyjnych profili

Wszyscy badani biorący udział w wywiadach grupowych i indywidualnych odpowiedzieli, że nie publikują tzw. faków, czyli fikcyjnych informacji oraz nie prowadzą fikcyjnych kont na mediach społecznościowych. Niemniej jednak, znane im są takie zachowania w sieci oraz osoby, które posiadają fikcyjne profile, na których publikują nieprawdziwe informacje o sobie. Z poniższych wypowiedzi respondentów odczytać można krytyczny osąd takich zachowań: „Oj bardzo tego nie lubię. Osobiście się z tym spotkałem. Była to moja kuzynka, która w realnym świecie ciężko, żeby coś powiedziała niemiłego do kogoś, a w mediach społecznościowych już była odważna i potrafiła komuś coś wygarnąć. Moim zdaniem posiadanie takich dwóch twarzy, to jest zupełnie coś niezrozumiałego, ale wiem, że istnieje to w sieci i myślę, że istnieć będzie, bo może to tym ludziom sprawia przyjemność, że w życiu wirtualnym są tacy i się cieszą, że przez chwilę będą tą osobą, którą chcą być naprawdę. Może to im daje jakąś tam otuchę. Nie wiem jakoś to ich pociesza daje im radość z tego, ale osobiście tego nie rozumiem i nie popieram” (Artur); „byłam świadkiem sytuacji, gdzie moja najlepsza przyjaciółka tak naprawdę zakochała się w człowieku, który przez rok okłamywał ją, że jest kimś innym. Przez rok szukał wymówek od spotkania i ona biedna przez to bardzo cierpiała, bo strasznie się zaangażowała w tą relację przez Internet. To było dla mnie tak okropne, bo starałam się uświadomić jej, że to może być fikcja, że

to jest jakiś problem i że powinna to zauważyć, no i wtedy też się z nią niestety pokłóciłam, bo nie chciała mnie słuchać. Dopiero w momencie, kiedy okazało się, że znalazłyśmy prawdziwy profil tego chłopaka, który zupełnie inaczej się nazywał, pochodził zupełnie z innego miejsca na świecie, dopiero jak napisaliśmy do niego i pokazaliśmy jej wszystkie rozmowy... Chciałyśmy zgłosić tą sprawę na policję, ale ten chłopak zniknął, wiem że to było bardzo niebezpieczne, niebezpieczna sytuacja...” (Martyna); „pod moją koleżankę też się podszywano, ona nie była jakaś super popularna na Instagramie, ale też na przykład ktoś utworzył własnego Instagrama jeszcze chyba z takim samym nazwiskiem... tylko, że wymyślił inne imię ale nazwisko zostało to samo i wstawiał jej zdjęcia i to jest dziwna sytuacja, bo ani to konto nie było jakieś super popularne, ani ona nie jest jakaś bardzo sławna, ale na przykład też ostatnio użyli jej zdjęcia na takiej stronie, gdzie się sprzedaje ubrania. Ktoś po prostu znalazł jej zdjęcie z Instagrama i sobie wyciął i je wstawił” (Nadia); „Ja często widzę na Instagramie takie bardziej znane osoby w mediach społecznościowych, często zaznaczają fakt, żeby nie wierzyć każdej osobie, która napisze do nas z jakiegoś profilu utworzonego pod ich imieniem i nazwiskiem, bo często w branży sportu zdarzają się takie sytuacje, że ktoś podszywa się pod tego sportowca czy trenera personalnego i pod jego nazwiskiem i imieniem sprzedaje plany treningowe w strasznych cenach, które okazują się po prostu plagiatem na przykład, albo planem napisanym przez inną osobę” (Sonia).

Respondenci zapytani o to, co myślą o zachowaniach osób podszywających się po kogoś, prowadzących fikcyjne profile na mediach społecznościowych oraz o motywach tych działań odpowiadali, że te osoby dopuszczają się takich zachowań dla celów zarobkowych, po to, aby dowartościować się, sprawić komuś przykrość lub z nudy i głupoty oraz dla zabawy: „mi się wydaje, że to działa na takiej zasadzie, że ci ludzie na tej stronie internetowej z ubraniami oszukują. Płaci się najpierw, zanim ktoś to wyśle, więc to jest dobra okazja dla oszustów, którzy wstawiają nieprawdziwe zdjęcia z ładnymi ubraniami” (Julia); „ktoś używa zdjęć danej osoby, bo po prostu wydaje mu się, że ta osoba jest ładniejsza albo, że ma ładne ubrania ... żeby po prostu być bardziej atrakcyjna od samego siebie” (Klara); „na przykład moja sytuacja z tą koleżanką, po prostu wydaje mi się, że to był ktoś z otoczenia albo osoba niebezpieczna, ktoś po prostu chciał podkręcić bekę z mojej przyjaciółki. To jest okropne, nie wyobrażam sobie zrobić czegoś takiego. To straszne, co ona czuła, kiedy przeszło rok utrzymywała relacje z kimś całkiem innym, niż myślała” (Martyna); „ja myślę, że ludzie też często albo ze zwyczajnej nudy albo dla zabawy to robią, albo po prostu chcą sobie wykreować takie drugie życie, bo nie wiem... to właśnie z tej nudy czy mają ułożone życie, ale chcą pokręcić z jakąś dziewczyną z Internetu pod in-

nym nazwiskiem albo po prostu tak bardzo im się nie układa w życiu, że tworzą takie konta, podają się za kogo innego, bo są zakompleksieni, ale w każdym razie chcą się dowartościować (Nadia).

W opinii większości respondentów biorących udział w wywiadach grupowych i indywidualnych wynika, że świat wirtualny może być przestrzenią zachęcającą do podejmowania brawurowych, odważnych zachowań, do przełamywania barier, których w świecie realnym by się nie podjęło: „(...) na pewno Internet daje tym ludziom przede wszystkim odwagę, bo w szkole się boją czegoś powiedzieć, bo tutaj jest masa ludzi, która nas otacza i ocenia z tego co mówimy, jacy jesteśmy a w Internecie jednak jak ktoś wrzuci to ma nadzieję, że ktoś tego nie zauważy więc, więc wydaje mi się, że można szukać wyzwania takich dzięki Internetowi, ale... czy jest w tym sens, nie wydaje mi się” (Artur).

Doświadczenia badanych w zakresie oglądania i nadawania transmisji na żywo, tzw. livestream

Większość uczestników wywiadów indywidualnych i grupowych odpowiedziało, że ogląda od czasu do czasu transmisje nadawane na żywo, natomiast tylko kilku z nich stwierdziło, że ma doświadczenie w nadawaniu ich, ale nie robi tego systematycznie. Dla kilku respondentów nadawanie transmisji na żywo było swego rodzaju eksperymentem, sprawdzeniem, jak to jest być oglądanym przez innych w sieci oraz sposobem na nudę: „Kiedyś z kolegami, strasznie nam się nudziło, gdy siedzieliśmy i odpaliliśmy na Instagramie live’a, żeby ludzie zadawali nam pytania i w ogóle, ale po dziesięciu minutach nam się to znudziło i wyłączyliśmy. To była taka jedyna przygoda (...) to był taki zupełny spontan. Napisaliśmy, że nam się strasznie nudzi i żeby ktoś pozadawał nam pytania. No i tam kilka się zdarzyło, odpowiedzieliśmy oczywiście na nie” (Adrian); „Kiedyś byłem na live na Facebooku, a to nie wiem, z dwa lata temu to tam właśnie przyjaciel zrobił jak byliśmy w pizzerii. To było w celach humorystycznych bardziej, ale nie za długo to trwało, tak z pięć minut pewnie był ten stream. No i później został przerwany, ale to dosyć dużo osób jeśli chodzi o Facebooka oglądało (...) to taka raczej próba była. Nic na dłuższą metę” (Mikołaj).

Czas oglądania tych transmisji jest zróżnicowany. Są osoby, którym czas oglądania transmisji na żywo zajmuje od kilku do kilkunastu minut i takie, którym kilka godzin, a przy tym odbywa się to kosztem innych zajęć, czy potrzeb: „niektóre streamy trwają od czterech do dziesięciu godzin i są takie, które potrafią trwać dwie doby bo są streamerzy, którzy streamują tam

specjalnie po kilkanaście godzin pod rząd, żeby po prostu zebrać ludzi jak najwięcej i żeby dać tą atrakcję tym ludziom. Też czasem widzę te streamy. Oczywiście nie oglądałem ich aż tak długo, ale wiem, że takie w sieci istnieją i nieraz w takich streamach brałem udział (...) Miałem na myśli, że brałem w nich udział w sensie, że oglądałem je i komentowałem, zadawałem pytania tym osobom, które streamowały (...) nie oglądałem ich przez czterdzieści osiem godzin tak jak autor je wrzuca, tylko brałem udział w części z nich (...) jednak było i tak, że oglądałem sobie jakiś tam filmik, streama i już tak po dwudziestu minutach tego oglądania tego streamu stwierdziłem sobie okej jestem głodny chciałbym coś zjeść, ale akurat coś na tym streamie pojawiło się takiego interesującego i stwierdziłem, że jeszcze trochę posiedzę, ale jednak po dwudziestu kolejnych minutach stwierdzam, że jestem głodny odchodzę od tego komputera i idę jeść” (Artur).

Nieliczni badani obserwując transmisję na żywo, tak jak Artur zadawali osobom ją transmitującym pytania lub pisali komentarze. Dla niektórych badanych obejrzenie transmisji na żywo nadawanej przez znajomych jest sposobem na to, aby pozostawać ze sobą w kontakcie i wiedzieć, co się u nich dzieje, gdzie przebywają: „Zdarza mi się obejrzeć livestream, jak na przykład jakiś mój znajomy robi coś na Instagramie, to wtedy mi się zdarza obejrzeć, bo na przykład wiem, że gdzieś wyszli razem sobie i właśnie na przykład ja bym też chciał tam być, ale nie mogę. To wtedy jest tak, że mogę tam chociaż troszeczkę być, bo jak jest livestream, to jednak jest ta komunikacja, mogę coś napisać oni zareagują na to. To jest fajne, to mi się podoba, ale to tylko tak jak kogoś znam” (Grzegorz); „Oglądałam transmisję nadawaną przez znajomych (...) to była spontaniczna transmisja. Moje oglądanie było bardziej bierne, aczkolwiek przy danych wypowiedziach, które mnie zaciękawiały zadawałam pytania” (Zuzia).

Wśród respondentów znalazły się osoby, które uznały, że oglądanie takich transmisji to strata czasu: „to jest totalna strata czasu, oglądać transmisję na żywo. Są ludzie, którzy robią niestworzone rzeczy” (Grzegorz) oraz dobra zabawa: „zdarzało mi się oglądać... ale tak właśnie bardziej, żeby się pośmiać, bo zwykle ludzie robią takie live’y, z jakichś imprez (...) niektórzy, znaczy przynajmniej ci, których ja oglądam, robią te live’y w celach humorystycznych, no i w zasadzie tylko sobie tam podpatrzę, co robią śmiesznego” (Mikołaj). Dla niektórych oglądanie streamów to sposób na realizację własnych pasji i zainteresowań, a przy okazji oszczędność pieniędzy: „Teraz właśnie te streamy pomagają mi w tym, żebym nie musiał wydawać zbędnych pieniędzy na przykład na obejrzenie meczu NBA, ponieważ są osoby, które wykupują takie jakby pakiety i dzięki nim nie trzeba tracić, no może nie tracić ale wydawać pieniędzy na to żeby sobie

coś fajnego obejrzyć” (Adrian); „Wielokrotnie zdarza mi się oglądać transmisje na żywo osób prywatnych, które streamowały na przykład jakąś grę (...) oraz stream na żywo na przykład z jakichś wielkich wydarzeń, np. z IEM-u w Katowicach, gdzie to już nie jest ta jedna osoba, która siedzi przed komputerem i nagrywa siebie, tylko to już jest jednak całe zdarzenie na przykład komentują tam jakąś grę i do tego stawiają dużej pieniądze ” (Artur). Są też osoby, które uważają, że robienie transmisji na żywo jest ciekawą aktywnością, którą podejmować powinni głównie osoby znane, popularne: „Wydaje mi się, że to jest dobry pomysł, aczkolwiek bardziej dla osób, bardziej popularnych, żeby ewentualnie swoim obserwującym opowiedzieć więcej, żeby się dowiedzieli z życia codziennego, jakiś takich nowości powiedzmy. Także wydaje mi się, że jest to dobre, aczkolwiek osoby takie mało popularne, jak robią to wydaje mi się to bezsensowne” (Zuzia).

Nadawanie transmisji na żywo dla wielu badanych osób jest aktywnością, która podobnie, jak prowadzenie vloga wymaga odwagi, oswojenia z kamerą: „*Ja nie nadaję transmisji na żywo. Zazwyczaj jak już coś wstawiam z wyjść, to robię to na Instastory, bo po prostu czuję, że nie jestem aż tak przyzwyczajony do kamery, żeby robić livestreamy. To by było dla mnie też zbyt trudne*” (Mikołaj).

Rodzaje danych tożsamościowych publikowanych online na swój temat

Jednym z materiałów najczęściej publikowanych przez badaną młodzież są zdjęcia oraz linki, głównie do utworów muzycznych. Większość badanych zadeklarowała, że na swoim profilu posiada tzw. zdjęcie profilowe, które stara się dość często aktualizować. Są też takie osoby, których zdjęcie profilowe nie jest zmieniane od kilku lat. Zamieszczanie na swoim koncie zdjęć odbywa się z różną częstotliwością. Niektórzy badani odpowiedzieli, że zdarza im to niezbyt często, a inni, że dość często: „*(...) bardzo rzadko, to mi się zdarza. Mam wielu znajomych, którzy wrzucają te zdjęcia bardzo często i jest ich bardzo dużo, ale nie należę do tej grupy osób. Wrzucam zdjęcia średnio raz na pół roku. Wrzucając zdjęcia nie szukam jakiejś uwagi, ani poczucia że jestem tym środkiem całego układu słonecznego, więc jeśli chcę wrzucić jakieś zdjęcie to jest to tylko i wyłącznie moja własna potrzeba i robię to tylko i wyłącznie dla siebie...*” (Artur). Większość badanych ocenia swój wizerunek na wrzucanych przez siebie zdjęciach, jako atrakcyjny. Na większości zdjęć są oni raczej odpowiednio wystylizowani: „*mam taką wizję na samego siebie, że chciałbym być modelem, więc zawsze, zawsze te zdjęcia chcę żeby były jak najlepsze, gdzieś tam przypozowane i zrobione jakoś tam w miarę profesjonalnie (...)* Do zdjęć

tak pozuję bo, po prostu jak przeglądam tego Instagrama, to widzę jakieś tam popularne zdjęcia jakichś modeli czy, czy z jakichś wybiegów, czy z jakichś tam sesji fotograficznych czy jakichś tam gwiazd z Ameryki i widzę jak oni pozują. Zawsze są to takie poważne miny i raczej takie typowe, takie męskie pozy, że tak to nazwę no i jakby wiem, wiem co właśnie trafia, do tego grona odbiorców, którzy na to czekają, czego się spodziewają no i dlatego też chcę pozować w taki sposób. Jest to takie typowe naśladowanie, bo od zawsze tak miałem i jakby zawsze miałem tam jakiś taki dryg do pozowania i do tego modelingu, dlatego też jakby wiem, wiem z czym to się je i wiem co trafia do ludzi” (Hubert).

Badani zapytani o to, czy te zdjęcia wrzucają w jakiś przemyślany sposób, czy też pod wpływem chwili odpowiadali różnorodnie. Są osoby, które z wielką uwagą oglądają swoje zdjęcia i wybierają do publikacji w sieci tylko te, które akceptują, które uznają za najlepsze. Są też tacy badani, którzy zamieszczają swoje zdjęcia bez większego namysłu, jak twierdzą, nie zastanawiają się nad tym za wiele: *„ja zwykle, jak coś wstawiam to w sumie jest na zasadzie, że coś robię albo gdzieś jestem. Albo też zrobię zdjęcie i od razu je wrzucam, bo nie mam coś takiego, że muszę się zastanowić, po prostu sobie siedzę przy biurku i stwierdzam zmienię sobie profilowe i to robię. Tak to z grubsza wygląda, nie zastanawiam się za bardzo” (Robin); „Według mnie osoby, które się jakoś bardzo nad tym zastanawiają to są takie osoby prowadzące takie duże konta i działalności w necie, które po prostu zarabiają, dlatego dokładnie myślę nad tym, co wrzucają. A my to tak raczej no wydaje mi się, że jeśli jest jakieś zdjęcie naruszające naszą prywatność, co by nam przeszkadzało to nawet nie pomyślimy o tym, żeby je wrzucić więc nie wydaje mi się żebyśmy nad tym jakoś mocno myśleli” (Natalia).*

Badane osoby poproszono o to, aby przypomniały sobie ten moment, kiedy dokonywały selekcji zdjęć i wybierały to, które ma zostać umieszczone jako profilowe na ich koncie. Większość z nich odpowiadała, że wybór był trudny, zdjęcie zostało wyłonione z większej liczby wcześniej zrobionych, a przy jego wyborze kierowali się głównie własną oceną swojej atrakcyjności na nim lub też prosiły swoich znajomych o poradę: *„pytałem się osób mi bliskich, czy dobrze tu wyglądam, czy nie, czy lepiej takie czy inne i po wspólnej decyzji wybrałem to jedno” (Artur).*

Publikowanie postów przez badanych również przybiera różnorodną formę. Część z nich zamieszcza spontanicznie swoje wpisy w sieci, a innym zajmuje to dużo czasu i towarzyszy temu spory namysł: *„Mam coś takiego, że piszę coś, a później faktycznie myślę, że może to nie jest*

to i zaczynam nad tym myśleć i po prostu coś zmieniam, bo się przesadnie martwię, czy coś dobrze napisałem, czy brzmi to dobrze, tak jak bym chciał, żeby to było odebrane (...) zaczynam przez 50 minut poprawiać, bo po prostu nie wiem, bo mam taką lekką paranoję, czy dobrze to zostanie odebrane” (Maks).

Badana młodzież poza publikowaniem zdjęć, często na swoim profilu zamieszcza linki odsyłające do utworów muzycznych, czy też ich hobby, zainteresowań, głównie sportu, modelingu: *„jeśli wrzucam jakieś linki to tak jak powiedziałem, muszę się dobrze zastanowić czy ta dajmy piosenka jest tą piosenką, którą wrzucę i udostępnię i polecę od siebie”* (Artur).

Postrzeganie siebie w sieci – akceptacja vs. brak akceptacji własnego wizerunku

Respondentów zapytano o to, jakimi osobami są w świecie wirtualnym. Ich odpowiedzi były zróżnicowane, odpowiadali dwojako. Część badanych twierdzi, że w sieci są tą samą osobą, co w świecie realnym, osobą, która nie pozoruje się na nikogo w Internecie, a zwłaszcza na kogoś, kim w rzeczywistości nie jest. Inni z kolei twierdzą, że w sieci są swoim lepszym wydaniem, nieco lepszą wersją siebie. W sieci kreują się na piękniejszych niż są, na bardziej odważnych, śmiałych, komunikatywnych. Jak twierdzą, takich siebie bardziej akceptują. Na pytanie, jaki wizerunek kreują w sieci ich znajomi, czy zgodny z rzeczywistością, czy bardziej ubarwiony – zdecydowana większość odpowiada, że jest to wizerunek sprzeczny z rzeczywistym. Podają przykłady dziewczyn i chłopaków, którzy w sieci na opublikowanych przez siebie zdjęciach są do siebie wręcz niepodobni. Ustawianie filtrów, przerabianie zdjęć, korygowanie w swoim wizerunku własnych niedoskonałości w ich opinii jest zachowaniem rutynowym.

Badanych zapytano o to, co mógłby pomyśleć o nich ktoś, kto ogląda ich profil na Facebooku, Instagramie? Odpowiedzi były różne. Pojawiły się takie, które wskazywały na to, że internauci mogą osądzać ich dość niesprawiedliwie, powierzchownie, kierując się w ocenie głównie wrażeniem, jakie robią na umieszczonych przez siebie zdjęciach: *„patrzac na mój profil, na pewno pomyśleliby, że jestem jakiś arogancki, że jestem pozerem, że jestem zapatrzony w siebie, że mam duże ego, bo te moje zdjęcia tak wyglądają. No ale to nie jest tak, tylko po prostu, no tak jak już mówiłem chcę być tym modelem i te zdjęcia no muszą tak wyglądać (...) Przede wszystkim, że jestem pozytywna osobą, której nie powinno się bać, do której można spokojnie zagadać. Trochę to się gryzie z moim wyglądem, bo już nie raz słyszałem od ludzi, że jak widzieli mnie na zdjęciach, to uważali, że tam dupek, że wredny i tak dalej, więc to się trochę może gryźć, jeśli*

patrzę na moje zdjęcia. Jeśli widzą jakieś tam oznaczenia, czy komentarze na pewno, pomyśleć mogą, że lubię żartować, że jestem taki wesoły, zabawny, no i że lubię pewnie imprezować, no bo to też, ale oczywiście wszystko z głową. To nie jest tak, że tylko o tym myślę i nic więcej tylko oczywiście w taki sposób z głową, że jeżeli mam możliwość, to jak już się bawię to jest fajnie i umiem to wykorzystać” (Hubert).

Dla kontrastu młodzież zapytano także o to, jak sama siebie postrzega w sieci, czy akceptuje upubliczniony przez siebie wizerunek i czy poziom akceptacji siebie w sieci jest taki sam, jak poziom akceptacji siebie w świecie realnym. W tym celu zadano jej pytanie o to: Co myśli o sobie, jako o tej postaci ze świata online? Większość młodych osób odpowiadała, że w sieci są nieco lepszymi osobami, lepszą wersją siebie, taką, jaką chcieliby być w rzeczywistości. Są bardziej śmiali, odważni, przebojowi i mniej zakompleksieni: *„Myślę, że na pewno jestem lepszą osobą, ładniejszą, bo uważam, że w tych czasach każdy na zdjęciach wygląda lepiej, tym bardziej, że są te programy do retuszowania wszystkiego. No, w Internecie na pewno jestem ładniejszą osobą i bardziej odważną, bo jestem ogólnie nieśmiała jeśli chodzi o rzeczywistość, a jak z kimś piszę w Internecie no to nie krępuję się, nie boję się niczego napisać. W świecie rzeczywistym już byłoby dużo trudniej, myślę. No... ja chciałabym być taka odważna jak w Internecie” (Ania).* Respondentka zapytana wprost o to, czy bardziej lubi siebie tamtą z Internetu odpowiedziała, że zdecydowanie tak jest. Dopytana o to, co jej się w tamtej dziewczynie lepiej podoba, odrzekła: *„No to, że jestem ładniejsza, bardziej odważna, niczego się nie wstydę. No, bo tutaj mam dużo kompleksów, tam tego nikt nie widzi. Jak robię zdjęcie to oczywiście tak, żeby nie było widać, to co mi się w sobie nie podoba” (Ania); „Ja widzę siebie bardzo pozytywnie, jako właśnie osobę, taką którą też chciałbym na przykład obserwować, gdybym siebie nie znał, gdybym był kimś innym. Jakbym istniał gdzieś tam, to zdecydowanie chciałbym taką osobę obserwować, czy nawet z taką osobą mieć kontakt, być w jej gronie znajomych, bo po prostu, uważam, że bije ode mnie taka pozytywna energia i taka właśnie otwartość, dlatego ja bardzo pozytywnie siebie oceniam. Nie jest to jakiś narcyzm. Nie jest to pozerstwo, nie jest to zapatrzenie w siebie, tylko po prostu taka totalna szczerłość i myślę, że tak jest” (Hubert).* Respondenta poproszono o to, aby spróbował ocenić siebie na skali jeden-dziesięć i powiedział, ile punktów dałby sobie, temu w sieci tak upozowanemu, zrobionemu, odpowiednio ustawionemu, który wzoruje się na modelach, na ważnych osobach, trenerach personalnych, a ile dałby temu tutaj siedzącemu. Odpowiedź była następująca: *„w sieci dwanaście na dziesięć [śmiech], a tutaj siedzącemu dziesięć na dziesięć [śmiech]” (Hubert).*

Wypowiedzi kilku osób wskazują na to, że badani kreując swój wizerunek w sieci próbowali pokazać się takimi, jakimi nie są, a jakimi chcieliby być: „*zaczęło się od tego, że jak zakładałem tego Instagrama, to ten chłopak to był chłopak, którym Grzegorz chciał być. Potem był taki okres, że stało się to, aż niebezpieczne, że no ten chłopak zaczął się tak jakby to można było powiedzieć przenikać w tamtego chłopaka, którym ja jestem i to też dużo na mnie wpływało. Mogę powiedzieć, że kiedyś Instagram na mnie źle wpływał tak psychicznie, bo wiadomo, że są też wszystkie inne profile i widzi się tych ludzi, którzy pokazują tylko najlepszą część swojego życia. Teraz czasem też mam takie wrażenie i na przykład no musiałbym się przyznać: czasami lubię tak wrzucić post na przykład, żeby ktoś zobaczył jakąś specyficzną osobę, więc ten chłopak nie jest dokładnie mną, ale jest bardziej mną niż kiedykolwiek był, więc jest blisko, ale trochę jest jednak z lepszego światła*” (Grzegorz); „*Jestem w sieci, tym kim bym chciał być, tak bym to nazywał (...) jestem taki przyszłościowy. Jestem takim kimś, kim jeszcze nie jestem, ale kim będę. Widzę to. Ja to jasno widzę (...) Jestem jakby swoją wizją w tym momencie, którą będę za jakiś czas. To nie jest tak, że to są marzenia, to nie jest tak, że mówię może się uda może nie, tylko ja to jasno widzę, ja do tego dążę za wszelką cenę, żeby to osiągnąć*” (Hubert).

Prezentowany przez badaną młodzież stosunek do pozytywnych i negatywnych komentarzy wpisywanych przez internautów do zamieszczanych przez nią treści online, otrzymywanych emotikonów

Badaną młodzież zapytano o to, jak to jest, jak się czyta pozytywny komentarz na swój temat, jak otrzymuje się polubienia od innych osób w sieci i obserwuje się, że ilość lajków wzrasta. Odpowiedzi na to pytanie są jednorodne. Wszyscy badani twierdzą, że te zachowania internautów wywołują u nich bardzo pozytywny nastrój, dzięki nim wzrasta też pewność siebie oraz motywacja do jeszcze większej aktywności w sieci: „*na pewno pewność siebie wzrasta i jakby czuję się taki doceniony. Tak jak mówię, zależy też od osoby, tak, bo jeżeli ja kieruję się w tą stronę tego modelingu i tych zdjęć, żeby one wyglądały profesjonalnie i żeby faktycznie coś z tego było, no to jeżeli słyszę od ludzi, że faktycznie fajnie to wygląda, że kurczę, że powinienem być modelem jak patrzę na twojego Instagrama, czemu nie jesteś modelem i tak dalej słyszę takie rzeczy no to, no to, na pewno to buduje pewność siebie, motywuje przede wszystkim do działania, żeby nie stać w miejscu, żeby faktycznie działać w tym kierunku no i zachęca do tego, żeby jak najwięcej robić nowych zdjęć i dodawać je, żeby one były coraz lepsze żeby ja wyglądał coraz lepiej. No, tak to wygląda*” (Hubert); „*Wyda mi się, że bardzo mnie to cieszy, że ktoś widząc*

moje zdjęcie polubił je, dał znać, że mu się to podoba, że jest zainteresowany moim profilem, moją osobą (...) raczej cieszy mnie to i raczej podbudowuje moją samoocenę, także wydaje mi się, że to pozytywnie wpływa” (Zuzia); „bardzo się cieszę, że w ogóle ludzie zwracają uwagę na to, co wrzucam do sieci, no i, no i po prostu jakoś lepsze jest samopoczucie jak ktoś jednak dobrze komentuje jakieś zdjęcie albo, jakiś filmik (który wrzuciłem). No, to jest dobre uczucie” (Mikołaj); „Jeśli chodzi o mnie, to reakcje moich znajomych na wrzucane przeze mnie zdjęcia wyglądają tak, że w wiadomości prywatnej na Messengerze wysyłają mi emotkę “brawo”, że w końcu to zrobiłem, że odważyłem się wrzucić zdjęcie i że często też się śmieją. Oczywiście w taki dobry sposób, ironicznie pisząc, że no brawo no osiągnąłem tego celu w końcu, osiągnąłem to, o co tyle walczyłem. Ymm no reakcje ogólnie są bardzo dobre, nie widzę żadnych hejtów ani różnych takich przykrych dla mnie komentarzy pod tymi zdjęciami, jeśli chodzi o emotki, no to najczęściej moja dziewczyna w komentarzu zawsze tam jakieś serduszek rzuci, czy tam emotkę z serduszkami zamiast oczu” (Artur);

Otrzymywanie od innych internautów dobrych wpisów, komplementów, lajków oraz emotikonów wyrażających pozytywne emocje dla badanych osób jest miłym doświadczeniem, jednak niektóre osoby odbierając te informacje zwrotne od internautów odczuwają również lęk. Przykładem jest następująca wypowiedź: *„No bardzo miło jest otrzymywać te pozytywne wpisy, tylko właśnie, ja mam też to w głowie, że mam świadomość tego, że naprawdę tak nie wyglądam, aż super. I później też mam problem z tym, że jak poznaję nowe osoby po prostu przez Internet to były takie sytuacje, że bałam się spotkać z tą osobą. Bałam się, że pomyśli sobie o mnie o Boże jest taka brzydka, że jak to możliwe, że w Internecie tak dobrze wyglądała” (...) Kilka razy usłyszałam od kogoś właśnie, że ktoś powiedział, że tak naprawdę, to nie wyglądam wcale tak jak na zdjęciach. Na zdjęciach jestem o wiele ładniejsza. Chociaż niektórzy mówią mi, że to nieprawda i że na zdjęciach na przykład gorzej wyglądam. No ja też uważam, że wyglądam na zdjęciach dużo lepiej, że jestem fotogeniczna” (Ania).*

Nie bez znaczenia jest również reakcja badanych na negatywne wpisy zamieszczane przez internautów pod ich zdjęciami, czy postami. Co prawda, większość badanych relacjonuje, że takie sytuacje im się nie przydarzają aktualnie, ale miały miejsce w ich życiu w wcześniejszych latach, zwłaszcza wtedy, gdy zaczynali swoją przygodę w sieci, kiedy budowali swoje profile na portalach społecznościowych. Twierdzą, że był to etap starszych klas szkoły podstawowej i etap edukacji w gimnazjum. Zazwyczaj były to obraźliwe wpisy dotyczące ich wizerun-

ku, komentarze dotyczące opublikowanych przez nich zdjęć. Komentarze te oceniają, jako upokarzające, niesprawiedliwe, przykre, a nawet wulgarne. Ich zabarwienie rzutowało na ich samopoczucie, obniżając nastrój oraz myślenie o sobie: „*takie rzeczy to były raczej w podstawówce, no ale to już bardzo dawno, więc tak średnio pamiętam. Pamiętam, że w podstawówce i może na początku gimnazjum takie rzeczy się działy i to faktycznie negatywnie wpływało mocno w sensie reagowałem na to, ale teraz jak już powiedziałem no ja funkcjonuję i otaczam się takimi ludźmi, że no nie ma takiego hejtu, naprawdę nie pamiętam kiedy, w liceum nie mogę sobie przypomnieć kiedy się z takim hejtem spotkałem*” (Grzegorz); „*to było jakoś tak, nie wiem cztery lata temu jak bardzo dużo grałem w gry i mało uprawiałem aktywności fizycznej przez to byłem jakby można powiedzieć, że mniej atrakcyjny i kiedyś po prostu nie wiem jakby przez to też trochę miałem mniej znajomych i zdarzało się, że na przykład jakiejś osobie coś się nie podobało i czasami to skomentowała no ale to już stare czasy...*” (Adrian).

Potrzeby, jakie badana młodzież zaspakaja za pomocą mediów społecznościowych

Dane zebrane na drodze wywiadów z młodzieżą pozwoliły pogłębić materiał empiryczny na temat potrzeb, jakie za pomocą użytkowania mediów społecznościowych zaspakaja badana młodzież. Z relacji badanych osób wynika, że za ich pomocą zaspakajają oni głównie: potrzebę akceptacji, potrzebę uznania, potrzebę autopromocji własnej osoby, potrzebę uzyskania popularności. Sieć jest dla młodych osób takim miejscem, przestrzenią, w której mogą wyrazić siebie, ujawnić swoje myśli, opinie, sprzeciwić się, zademonstrować swój bunt, ale też sprowokować, czy po prostu zwrócić na siebie uwagę poprzez bycie innym od reszty osób: „*Chciałam zwrócić głównie uwagę na swoją osobę (...) poprzez dodawaniem swoich zdjęć, prezentowanie wizerunku innego niż każdy. Tak mniej więcej ogólnie (...) czyli innego ubioru*” (Zuzia); „*(...), niektórzy właśnie robią zdjęcia, żeby mieć pamiątkę, ale niektórzy właśnie tak, żeby trochę się pokazać co robią i tak dalej, żeby doszły do jak największej liczby ludzi. No żeby po prostu się pokazać (...) no wiadomo, że takie lajki trochę polepszają humor (...) widzę, że niektórzy to, to codziennie coś jakieś zdjęcia wstawiają więc ...*” (Mikołaj); „*Myślę, że ludzie wrzucając materiały do sieci mają jakąś potrzebę komunikacji z innymi. Ludzie, którym brakuje rzeczywiście takiego kontaktu z ludźmi w prawdziwym życiu, muszą to zrobić w Internecie i muszą jakoś siebie wyrazić. Niektórzy mają większą, niektórzy mają mniejszą potrzebę tego (...) można powiedzieć, że to jest główne miejsce, gdzie ludzie mogą się wyrazić*” (Wiktor).

Media społecznościowe mają wpływ na sposób myślenia o sobie, który uwarunkowany w dużej mierze jest tym, jak swoją atrakcyjność w sieci postrzega badana osoba. Kwestią, którą badani często podkreślali w trakcie przeprowadzanych wywiadów był fakt posiadania obserwatorów swojego profilu, bloga, vloga, czy kanału na YouTube. Aby poznać znaczenie nadawane przez młodzież temu aspektowi zjawiska lifestreamingu, zadano im pytanie o następującej treści: Jak to jest mieć dużo obserwujących na mediach społecznościowych? Odpowiedzi badanych wskazują, na to, że liczba obserwujących osób jest dla nich ważna, wpływa na sposób myślenia o sobie i samopoczucie: *„jeszcze lepiej się czuję, jak dodam zdjęcie i nagle patrzę, że liczba obserwatorów mi wzrasta. No bo tak często jest jak dodaję zdjęcia”* (Ania). Respondentka zapytana o to, co sobie wtedy myśli odpowiedziała: *„No, że super, fajnie. Cieszę się bardzo z tego, no i tak jak mówię tylko sobie myślę, że szkoda, że nie wyglądam tak naprawdę. No. I że chciałabym dążyć do tego, żeby wyglądać, tak jak na zdjęciach. Na przykład, wiem jak kiedyś będę dorosła, to chciałabym sobie zrobić operację nosa, bo nienawidzę swojego nosa. Nie wiem, może to też przez to, że na Internecie jest pełno tych takich kobiet. Dziewczyny się obserwuje, które są takie idealne. Czasami też sobie myślę, że może w rzeczywistości też tak nie wyglądają. No, ale nie wiem, tak jak ja wrzucam zdjęcia właśnie, no to one są tak bardzo, tak dobrze zrobione, że jak na nie patrzę to z jednej strony się cieszę, a z drugiej, no nie wiem mam to gdzieś w głowie, że tak naprawdę tak nie wyglądam”* (Ania); *„dla mnie osobiście, to bardzo fajne uczucie, bo ja na przykład jestem taką otwartą osobą, niczego się nie wstydzę, nie mam jakichś super sekretów, lubię szczerość przede wszystkim i no dla mnie to takie fajne. Jak na przykład dodałem zdjęcie, miałem tyle lajków, tyle osób jakoś dała mi taki pozytywny odzew w komentarzach. No cieszyło mnie po prostu to że, że tyle osób to widzi, że tylu osobom się to podoba. No i dlatego mówię dla mnie to zawsze było super, aczkolwiek no jak mówię ta liczba (obserwatorów) spadła no to takie jest już niefajne i można się przejąć”* (Hubert). Sposobem na posiadanie, jak największej liczby obserwujących osób jest zamieszczenie np. na Instagramie przekierowania na inny profil, np. na Snapchacie, Facebooku, itp.: *„mam przekierowanie pod Snapchata, no że jak ktoś będzie chciał się skontaktować, to będzie mógł”* (Hubert). Z wypowiedzi badanych, wynika, że nie tylko znaczenie ma liczba otrzymywanych lajków, ale przede wszystkim liczba obserwujących osób: *„w dzisiejszych czasach jest taki trend, żeby wszędzie jednak mieć jak najwięcej tych obserwujących, więc to się tak wzajemnie napędza. Tu się ma ludzi na Snapchacie, których się nie ma na Instagramie. No tu z ze Snapchata poleci się na Instagrama no to oni przejdą na Instagrama, no na*

tym Instagramie poleci się Snapchata no to oni przejdą z Instagrama na Snapchata ... no i tak wzajemnie rosną te liczby i jakoś to grono się powiększa, poszerza” (Hubert).

Media społecznościowe umożliwiają też młodzieży nawiązywanie bliższych relacji, zwłaszcza uczuciowych. Są często dla młodych osób sposobem zwrócenia na siebie uwagi osoby, którą są mocno zainteresowani: „ (...) czasem jest tak, że chcemy się poprzez swoje konto pewnym specyficznym osobom przypodobać, takim szczególnym osobom... i sam też tak mam czasem, że jak coś wrzucam to jeden lajk od jednej osoby może znaczyć o wiele więcej niż milion innych - naprawdę. Więc czasem jak się patrzy na inne profile trzeba patrzeć czy po prostu... no w tych zdjęciach czasem widać. No widzę, jak moja koleżanka coś wstawi, co nie jest zupełnie do niej podobne, no to ja wiem, że na przykład jest jakiś chłopak i to może też o to chodzi, żeby komuś się przypodobać ale nie wszystkim” (Grzegorz).

Ważnym aspektem dla badanych osób są również kwestie finansowe. Badana młodzież wzorując się na blogerach, próbuje tak prowadzić swój profil, aby mieć jak największą liczbę obserwujących, tzw. followersów, co w jej myśleniu może zapewnić jej łatwą drogę do popularności, jak również może być prostym sposobem na zarobienie dużych pieniędzy, otrzymywanie cennych nagród od firm, które na ich profilach chcą promować swoje produkty. Oto przykładowe wypowiedzi respondentów: *Wiadomo chciałabym zaistnieć, jak niektóre blogerki. Posiadać wielu obserwujących*” (Zuzia); „ (...) teraz Instagram to strasznie rozkręca wiele karier. Dziś mając na przykład dziesięć tysięcy obserwujących już można nawiązać współpracę z różnymi firmami, które na przykład będą wysyłać produkty do reklamy. Wystarczy, że zrobimy sobie z tym zdjęcie, napiszemy jakieś pozytywne słowa to już zachęci kilka osób z naszych obserwujących do sprawdzenia tego produktu, co cieszy tą firmę. Ta firma nam płaci, wysyła produkt, my jesteśmy szczęśliwi, oni są szczęśliwi i kolejni klienci są szczęśliwi ... więc zdecydowanie, zdecydowanie teraz jest to takie narzędzie do, takiej samopromocji. No i każdy, tak naprawdę, jeżeli ma jakieś możliwości i podstawy do tego, żeby jakoś zaistnieć to robi co może bo, bo po prostu jest to jakaś łatwiejsza droga na życie. Może nie tyle łatwiejsza, tyle co po prostu wygodniejsza, bo jeżeli można się utrzymać z czegoś takiego i przy tym super żyć i z pozytywną psychiką i tak dalej, a gdzieś pracować fizycznie i się męczyć i tak naprawdę nic z tego nie mieć, bo w dzisiejszych czasach tak jest... No to lepiej, lepiej kombinować i robić co się da, żeby zaistnieć na takim portalu i mówię, gdzieś dotrzeć do jakichś fajnych firm lub inwestorów lub czegoś takiego” (Hubert); „ (...) ci wszyscy blogerzy instagramowi, którzy żyją po prostu z tego, że wrzucają zdjęcia i jak

jesteśmy tacy młodzi to wygląda to na naprawdę rewelacyjny pomysł na życie, że po prostu jest się ciągle w tym blasku reflektorów i ciągle ma się uwagę, ma się pieniądze z tego, potem jeszcze jakąś tam współpracę z różnymi firmami. No to jest fajnie” (Grzegorz); „(...) dużo osób prowadzi Instagrama w celach zarobkowych, właśnie dziewczyny, które dodają zdjęcia w bieliźnie mają bardzo dużo obserwujących i przez to osoby chcą z nimi współpracować i dostają za to dużo pieniędzy. Właśnie w celach zarobkowych najwięcej, bo znam taką jedną dziewczynę, z którą właśnie sama o tym rozmawiałam, to powiedziała, że jak doda takie zdjęcie powiedzmy w samych majtkach, gdzie widać jej pośladki od razu potrafi wzrosnąć jej w jeden dzień o kilkaset osób, które obserwują i potem takie marki, firmy, które widzą, że ma tyle obserwujących do niej piszą, żeby dodała zdjęcie w ich bieliźnie, w ich koszulce, w jakichś często też maseczkach do twarzy, nawet cateringi z jedzeniem bardzo często teraz piszą do takich osób, które mają dużo obserwujących, żeby zareklamowały, właśnie myślę, że właśnie przez to. Rzadko kiedy dziewczyna jest jakaś sławna na Instagramie, jeśli nie ma takich zdjęć, takich gdzie pokazuje swoje ciało. Właśnie się nie spotkałam z takim profilem, gdzie ktoś dodałby samą twarz i miał tyle obserwujących. No niestety tak teraz jest” (Ania).

Badani wskazują również na to, że dzięki użytkowaniu mediów społecznościowych zaspakajają potrzebę samorealizacji. Dotyczy to zwłaszcza tych osób, które swoje zainteresowania rozwijają w sieci, np. prowadząc blogi modowe, kulinarne, motoryzacyjne, czy kanały na YouTube.

Pragnienia młodzieży w świecie realnym vs. w świecie wirtualnym

Na drodze wywiadów grupowych badanym osobom zadano pytanie o to, jakie są ich pragnienia w świecie realnym, rzeczywistym, a jakie w świecie wirtualnym. Zebrane odpowiedzi wskazują na to, że w obu światach młodzież wyraża tożsame pragnienia. Najczęściej wskazuje na potrzebę bycia szczęśliwym, bogatym i mieć popularność, uwagę innych: „*myślę, że w świecie realnym pragnienia to, no bycie bogatym tak, bycie szczęśliwym, żeby dobrze wyglądać no i w świecie tym internetowym, nie realnym to również, żeby właśnie być bogatym, żeby być szczęśliwym. No te same, te same no po prostu. U mnie to się łączy*” (Hubert); „*żyć w tym blasku reflektorów, mieć uwagę, pieniądze*” (Grzegorz).

Znaczenie mediów społecznościowych w życiu młodzieży

Z wypowiedzi badanej młodzieży wynika, że media społecznościowe są nieodzownym elementem, czy też atrybutem ich życia, bez którego trudno byłoby jej wyobrazić sobie swoją

codzienną egzystencję. Pełnią one różnorodne funkcje: przede wszystkim służą do komunikacji, zdobywania wiedzy i jej wymiany między sobą, rozrywki, czy też są sposobem na wypełnienie nudy i pustki. Badana młodzież dokonując ich oceny pod względem znaczenia, jakie one pełnią w jej życiu, jednomyślnie wskazuje, że są one przez nią bardzo cenione i zajmują bardzo ważne miejsce w ich codziennej egzystencji: „...są dla mnie ważne w życiu, bo dużo mi ułatwiają, dużo mi pozwalają i no w wielu sytuacjach nie raz mnie ratowały... czy to przy zdawaniu czegoś, czy to przy takiej niedowiedzy na jakiś temat, że mogłem sobie wejść na Internet i sprawdzić jakieś filmy, czy jakieś informacje on innych ludzi, którzy już na przykład przez to przechodzili i chcieli się podzielić, czy właśnie kontaktem z ludźmi czy, czy po prostu rozrywką nawet tak w wolnym czasie, gdzie nie ma się nic do roboty i po prostu człowiek chce spędzić jakoś miło czas. Może wtedy wejść na różne aplikacje i poprzeglądać jakieś różne rzeczy, czy jakieś filmy, czy grać w gry również (...) więc dla mnie znaczenie mają na pewno duże i myślę że nie dałbym rady już teraz żyć bez technologii raczej tak na co dzień” (Hubert); Badani pytani, czym jest dla nich np. Instagram mieli trudność z udzieleniem szybkiej odpowiedzi: „Oj ciężko, żeby tak sformułować. [długie zastanowienie]. Powiedzmy odskocznią w inny świat jednak” (Zuzia). Na pytanie jaki jest ten inny świat respondentka odpowiedziała: „jest pokazane wszystko w pozytywnym aspekcie, dużo materialnych spraw, głównie jest pokazywanych. Wszystkie zakątki świata. Inne życie, życie celebrytów, cokolwiek. Wydaje mi, że to jest zupełnie odległa część. Wydaje mi się, odnośnie Instagram’a, że teraz są takie czasy, które stawiają bardzo na materializm. I chociażby na samym Instagram’ie właśnie jest pokazywane życie ludzi tak bogatych, którzy posiadają wszystko, że młodego człowieka to może bardzo dobić oraz też pokazywanie się osób, które wizualnie wyglądają powiedzmy idealnie dla dziewczyny powiedzmy. Tylko, że te osoby są najczęściej wiadomo po operacjach plastycznych i to też oszukuje młodzież. Wydaje mi się, że jest to bardzo krzywdzące i wprowadza to wszelakie zaburzenia. Ja chociażby miałam taki problem. Mniej więcej w styczniu przez pewien konflikt ze znajomymi powiedzmy, moja samoocena trochę upadła i poprzez oglądanie Instagrama. Oglądanie tak idealnego życia ludzi, którzy posiadają taką dużą ilość pieniędzy, i którzy posiadają wszystko. Kobiet, które wyglądają idealnie, nie muszą się niczym przejmować. Miałam problemy, zaburzenia odżywiania, bulimię przez co jeszcze bardziej psychicznie upadałam przez to. Tak samo stres w szkole na to działał, bo większość czasu skupiałam na przeglądaniu Internetu i tak po późnym powrocie do domu traciłam tą godzinę, dwie. Gdzie to już się robiła godzina 20.00, ewentualnie 21.00” (Zuzia).

Media społecznościowe silnie oddziałują na emocje młodych ludzi. Mogą prowadzić do frustracji, braku samoakceptacji lub przynosić efekt autoterapeutyczny. Sprawiać, że ich użytkownicy wpadają w samozadowolenie, wzrasta im samoocena i polepsza się im samopoczucie: „(...) nadal bardzo uczestniczę w Instagramie i w ogóle nie wiem, dlaczego tak jest... Może to jakaś potrzeba wyrażania siebie albo po prostu tego, żeby mnie ludzie lubili, ale mam tak czasami, że strasznie muszę coś dodać, żeby ktoś mi coś lajknął, żeby zobaczył. Może to też u wielu ludzi tak jest” (Nadia); „Miałam przez bardzo długi okres coś takiego, że bardzo przykładam uwagę do tego, co dodaję i strasznie liczyłam na lajki, na tą uwagę i szczerze mówiąc, kiedy to zniknęło w pewnym momencie to ja się czułam troszeczkę taka rozdrażniona, nie czułam się pewnie, nie wiedziałam... kiedy tych lajków nie było tyle... Kiedyś liczyło się dla mnie to, że jestem aktywna więc to było straszne (...) dawało mi to satysfakcję, dowartościowywałam się tym, wrzucałam zdjęcie. Ja miałam 500 lajków, a moje koleżanki po 100 i ja sobie potrafiłam w 30 minut 200 lajków zebrać, a one w pół godziny 100. Strasznie się tym nakręcałam, czułam się lepsza od wszystkich... Kiedy patrzę z perspektywy czasu, współczuję dziewczynom, które tak mają, ponieważ są strasznie zakompleksione. Patrzę po swoim przykładzie, Internet służył mi do tego, żeby akceptować siebie, ponieważ inni akceptowali mnie” (Marta). Z dalszej relacji respondentki wynika, że akceptacja była tym większa, im lepszy był efekt porównywania się z innymi, a wzrost polubieni od internautów w sieci uzależniony był od prezentowania coraz to śmielszych, bardziej odważnych zdjęć:

„jak miałam odkryte obojczyki to miałam 400 lajków, miałam ubrany golf miałam 300 lajków i to było strasznie widoczne, że im więcej pokażesz tym więcej będziesz miała... Bogu dzięki, że nigdy w życiu mi nie wpadło do głowy wrzucać rozebranych zdjęć, ale widziałam, że ludzie chcą widzieć to co pokazywałam. Byłam bardzo szczupła, miałam ładną figurę, wiedziałam, że jak się pokazuję to ludzie strasznie się dla mnie liczą” (Marta). Respondentka zapytana o to, czy te wszystkie komentarze i lajki otrzymywane od internautów ją obserwujących odbierała jako prawdziwe, szczere, autentyczne odpowiedziała tak: „wtedy tak, wtedy czułam, że ludzie są szczerzy, ale również dostawałam bardzo dużo, dużą ilość hejtu i wydaje mi się i wytłumaczyłam to sobie wtedy zazdrością, ale prawdopodobnie to nie była zazdrość, tylko po prostu szczerść” (Marta). Otrzymywanie wzmocnień pozytywnych w postaci pochlebnych komentarzy, lajków, poczucia bycia w centrum uwagi i zainteresowania internautów sprawia, że pojawia się satysfakcja i gotowość do bardziej brawurowych i ryzykownych zachowań wśród młodzieży: „wydaje mi się, że to satysfakcja bardzo napędza do robienia coraz głębszych i bardziej kontrowersyjnych

rzeczy” (Julia); „*jak już wspominałam strasznie byłam zakompleksiona, a mimo to chodziłam na sesję z moją przyjaciółką. Założyłam sobie jedną stronkę dla modelek, dostawałam na nią propozycję od 40. letnich mężczyzn i mówię Boże dobrze, że nie byłam tak naiwna, żeby się z nimi spotkać...Boże oni mieli po 40. lat fotografowie wielcy! To jest tak straszne, że dziewczyny narażają się. Jak patrzę na to, co robiłam... Dziewczyny bardzo często się narażają dodając zdjęcia, żeby siebie dowartościować, tak naprawdę wystawiają się na celownik. Trzeba spojrzeć na to, że liczy się dla ciebie to że jesteś online ale musisz też liczyć się z tym, że dla innych też jest bardzo dobrze, że jesteś online, że mogą na ciebie patrzeć i to nie tylko dlatego, że chcą wiedzieć co się u ciebie dzieje tylko planować złe rzeczy*” (Martyna).

Za pomocą mediów społecznościowych można szybko poinformować innych o tym, gdzie i z kim się przebywa, jak spędza się czas. Ta funkcja mediów społecznościowych cieszy się dużym uznaniem wśród badanych. Z ich relacji wynika, że robienie zdjęć, nagrywanie filmików w trakcie trwania spotkania towarzyskiego, domówki, wyjścia do pubu, itp. oraz zamieszczanie ich na portalu społecznościowym jest nieodzownym elementem ich życia: „*(...) wiele imprez teraz rozpoczyna się i trwa tak, że tu niby człowiek się dobrze bawi, ale zaraz już jest jakieś zdjęcie. No na przykład nie wiem jest jakaś impreza, wszyscy się dobrze bawią, każdy jest wyluzowany i nagle jakaś osoba wychodzi z pomysłem, że chce zrobić zdjęcie grupowe, no to wszyscy się zaraz skupiają, wszyscy się poprawiają, wszyscy już są tam spięci znowu, żeby dobrze wyjść na tym zdjęciu to już ta impreza się zatrzymuje (...) Zazwyczaj tak jest, że jeżeli to zdjęcie wyszło fajne, ładne takie interesujące, które też może do ludzi trafić to, zazwyczaj takie dodają, wybierają najlepsze tam z kilku, które zrobią no i dodają*” (Hubert).

Oglądanie profili innych osób i porównywanie się z innymi – towarzyszące temu myśli, emocje, samopoczucie

Większość badanej młodzieży budując swój wizerunek w sieci wzoruje się na profilach innych osób. Badani relacjonują, że zanim zaczną wstawiać zdjęcia, uzupełniać swój profil o dane tożsamościowe najpierw długo przeglądają profile swoich znajomych i innych osób w sieci. To przeglądanie profili innych osób, jest jedną z najbardziej ulubionych przez nich aktywności w sieci oraz jak relacjonują jednym z najbardziej czasochłonnnych zajęć, od którego zaczynają zazwyczaj każdy dzień. Zaraz po przebudzeniu lub w drodze do szkoły przeglądają profile swoich znajomych, sprawdzają powiadomienia, wpisy, itp. Jak twierdzą badani, ta aktywność stanowi dla nich często aspirację i jest swoistym wyzwaniem. Z przeglądanych profili czerpią pomysły,

jak poprawić swoje konto, jakie zdjęcia dodać, jak się na nich upozować, jakie zastosować filtry, aby uzyskać jak najlepszy efekt, itp. Jednocześnie młodzież relacjonuje, że oglądanie profili innych osób jest dla nich bardzo frustrującą czynnością. Twierdzą to zarówno dziewczęta, jak i chłopcy. Ich zdaniem większość zdjęć, jakie oglądają w sieci wykonana jest perfekcyjnie, na zdjęcia nakładane są filtry, a prezentowany na nich wizerunek kobiety i mężczyzny bliski jest „ideałowi kobiecości i męskości”, kreowanemu w mediach i kulturze masowej, co wywołuje w nich frustrację, poczucie bycia gorszym, a zarazem usilną potrzebę dążenia do doskonałości kreowanej w sieci: „*to jest zazwyczaj takie coś, że te konta na Instagramie są takie mocno no wykreowane i te życia wydają się takie piękne (...) i też oczywiście zawsze dochodzi problem wyglądu. Naprawdę Instagram ma okropny wpływ, no na moim przykładzie powiem, że na psychikę no bo faktycznie tam widać tylko te zdjęcia z najlepszego profilu i jedno z trzydziestu no ale jednak je widać i jednak widać. Porównujesz się do tego, porównujesz się i widzisz, że nie masz takiej budowy ciała lub no na przykład nie jesteś taki wysoki albo na przykład nawet, że oczy wolałbym mieć niebieskie a mam brązowe [śmiech]. Takie najdrobniejsze rzeczy, na przykład kolor włosów bo coś mi się bardziej podobało no i to jest takie najbardziej trujące w tym Instagramie, tak bym powiedział*” (Grzegorz).

Sposób kreowania przez młodzież własnego wizerunku w sieci

Badana młodzież ma świadomość, że własne konto/profil na sieci należy prowadzić z namysłem. Czas tzw. „lekkomyślności, głupoty”, kiedy na swój profil pod wpływem impulsu, chwili wrzucało się jakieś mało rozważne, czy nieodpowiednie zdjęcie większość badanych ma już za sobą. Przyznają oni, że te eksperymenty miały miejsce w gimnazjum. Z relacji badanych wynika, że kiedy mieli 13., 14., 15., czy 16. lat o wiele bardziej eksperymentowali ze swoją tożsamością w sieci, niż robią to dzisiaj: „*Wydaje mi się też, że kiedy byłam młodsza przykładalam większą wagę do Internetu. Instagram był dla mnie bardzo ważny, jak galeria sztuki i niektórzy ludzie z tego wyrastają, mnie to już nie interesuje. Instagram jest bo jest... Niektórym ludziom to zostaje i nie są do końca świadomi tego, jak ważną rolę w ich życiu odgrywa Instagram*” (Julia). Respondentka zapytana o to, kiedy Instagram był dla niej taki ważny odpowiedziała: „*Kiedy miałam 13 lat; przełom 12 do 13 lat (...) Nie pamiętam dokładnie, co dodawałam, ale wiem że to były bezsensowne rzeczy... Tak jak teraz bym na to spojrzę to po prostu bym nie wiedziała dlaczego, ktoś coś takiego dodał, a wtedy to było dla mnie takie... tak to mi przyniesie lajki, może*

nie odkrywanie siebie, ale pokazywanie coraz innych dziwniejszych rzeczy i pokazywanie też siebie nie tylko swojego ciała, ale tego kim się jest to właśnie za bardzo się rozwija w złą stronę (...) Odpaliłam niedawno wszystkie moje stare socjale i robiłam czystki, bo mi było tak wstyd.. mówię Boże Drogi Dziewczyno, co Ty robiłaś!” (Julia).

Jak twierdzą, obecnie starają się kreować odpowiedzialnie swój wizerunek. Z namysłem wrzucają na swój profil najbardziej odpowiednie zdjęcia, które wyselekcjonowane są z puli licznych zdjęć i przeszły ich własną cenzurę: *„jest to przemyślane, bo na przykład robię jakieś zdjęcie, jest jakaś sytuacja, że akurat ładnie wygląda, ale nie myślę o tym, że dodam to zdjęcie gdzieś. Jak już tak patrzę na to zdjęcie przez jakiś czas, to stwierdzam, że w sumie jest ładne, że może dodam. To po prostu i dodaję, ale nie robię tego bezmyślnie”* (Julia). Zdarzają się im też tak zwane „spontany”, czyli sytuacje, okoliczności, w trakcie, których publikują swoje materiały mniej krytycznym okiem i z mniejszym namysłem. Materiały te publikują na wybranych do tego celu profilach na sieciach społecznościowych, zwłaszcza korzystając z funkcji Insta Story na Facebooku, czy Stories na Instagramie, bądź a aplikacji Snapchat. Funkcje te pozwalają na publikowanie zdjęć i filmów, które znikają po 24 godzinach, pod tym względem podobne są do aplikacji Snapchat. Po przesłaniu materiałów za pomocą tej funkcji, można oglądać swoje Story oraz monitorować, kto ze znajomych także ją zobaczył, można oglądać również Story innych użytkowników Instagrama, czy Facebooka. Przykładami potwierdzającymi użytkowanie ww. funkcji są poniższe wypowiedzi badanych osób: *„u mnie to jest podzielne, ponieważ rzeczy, które zostaną na dłuższy czas czyli publikowane zdjęcie planuję, Story na Instagramie czy Facebook może być spontaniczne”* (Sonia); *„na Snapchacie mogę wrzucić coś tam z imprezy i co tam mnie nie obchodzi, ale na Instagrama czegoś takiego już bym nie wstawiła i na Instagramie też często archiwizuję moje posty, bo niby je przemyślałam, ale potem coś mi się nie podoba i potem to znika z tego publicznego wzroku”* (Nadia).

Badani przyznają się, że starają się kontrolować wpisy, których dokonują w sieci, ślady swojej obecności w niej: *„ja raczej kontroluję wszystko, co chce udostępnić. Nie, że mam tydzień wcześniej zaplanowane, ale raczej staram się przefiltrować to, co zamierzam umieścić”* (Magda).

Jak twierdzą, to co teraz wrzucą do sieci, zostanie w niej, a w przyszłości mogłoby im to nawet zaszkodzić. Jako przykład podają sytuację związaną z poszukiwaniem pracy w przyszłości i postawę pracodawcy, który przed rozmową kwalifikacyjną może wygooglować ich profil, aby

zdobyć informacje o potencjalnym pracowniku: „poprzednie zdjęcie profilowe było dla mnie zbyt dziecinne wręcz, wiem że teraz jak skończę to technikum będę pracować i ludzie pracujący też będą na mnie patrzeć z innego punktu widzenia niż osoby, z którymi chodziłem do klasy więc stwierdziłem, że to zdjęcie profilowe muszę zmienić na nieco bardziej poważne i rzeczywiście była to seria zdjęć, z której wybrałem to jedyne i ta selekcja trwała no też jakiś tam czas” (Artur); „ja zazwyczaj wrzucam rzeczy, które nie mogłyby mnie w przyszłości jakoś upokorzyć. Patrzę bardzo przyszłościowo na to, czy to przypadkiem mi kiedyś nie zaszkodzą” (Martyna).

Wyobrażenie młodzieży o tym, jak wyglądałoby jej życie, gdyby pozbawione było dostępu do sieci/Internetu

Badana młodzież w odpowiedzi na pytanie: Jakie wyglądałoby jej życie, gdyby pozbawione było dostępu do Internetu/sieci, możliwości korzystania z aplikacji mobilnych, sieci społecznościowych odpowiada, że byłoby o wiele bardziej nudne. Świat wirtualny stanowi dla niej rozrywkę. Większość badanych relacjonuje, że najwięcej czasu w sieci spędza na przeglądaniu profili swoich znajomych na mediach społecznościowych, publikowaniu informacji o sobie, graniu w gry komputerowe, oglądaniu filmów, itp.. Dużo czasu spędza w sieci wtedy, gdy się nudzi. Badani twierdzą, że aplikacje mobilne ułatwiają im życie, zwłaszcza komunikację ze znajomymi, dostęp do wiedzy, pozwalają wypełnić pustkę i nudę, stanowiąc dobrą rozrywkę. Niektórzy badani odpowiadają, że trudno jest im w ogóle wyobrazić sobie to, jak mogłoby wyglądać na dzień dzisiejszy ich świat bez Internetu: „Ja sobie nie wyobrażam takiego świata, ponieważ teraz w sumie i do szkoły jest to łącze internetowe potrzebne i do jakiejś rozrywki i do kontaktu z innymi... i tak można żyć bez Instagrama, bez Snapchata, ale kompletnie bez łącza internetowego uważam że byłoby ciężko. Byłoby ciężko, byłoby ciężko się przystosować do tego. Pewnie przeżyli byśmy, ale byłoby ciężko” (Nadia); „ja sobie zbyt nie wyobrażam tego, że z dnia na dzień miałby zniknąć Internet, ponieważ nawet życie nasze szkolne byłoby bardzo trudne, ponieważ większość prac musimy przysyłać elektronicznie. Ciężko byłoby się przestawić, żebyśmy mieli wysyłać to pocztą i żeby doszło w terminie. Ja sobie osobiście nie wyobrażam, żebym nie mogła sobie wysłać na maila czegoś, żeby potem to wydrukować w szkole albo wysłać nauczycielowi... nie wyobrażam sobie tego” (Martyna); „No, na pewno by gorzej wyglądało, mmm ale to jest ciężko powiedzieć, bo pewnie jedyne moje atrakcje to właśnie by było albo oglądanie telewizji, ale tam są nie zawsze takie filmy, jakie chcę oglądać, a w Internecie to zawsze coś sobie znajdę (...) Na pewno by mi trochę frajdy odebrało, bo jednak z siecią jest trochę wygodnie, bo wła-

śnie większość rzeczy teraz jest z wykorzystaniem Internetu, właśnie gry, jakieś seriale przez Internet... no, po prostu to jest wszystko jakby potrzebne w dzisiejszych czasach właśnie żeby, żeby się nie nudzić” (Mikołaj); „Świat wirtualny jest dla mnie można powiedzieć, że życiem ponieważ spędzam tam połowę swojego życia... co prawda to nie jest takie życie do końca można powiedzieć jak w realu, no ale mimo wszystko to jest jego duża część (...)” (Adrian). Respondent poproszony został o to, aby spróbował dokonać oceny tego życia i określił, która jego połowa, tzn. czy ta część życia spędzonego w świecie wirtualnym, czy ta, spędzonego w świecie rzeczywistym jest dla niego bardziej atrakcyjna, ciekawa odpowiedział tak: „No zdecydowanie jest fajniejsze to spotkanie się ze znajomymi, ale ta społeczność ma też w sobie coś takiego, że na przykład może nie, że jestem uzależniony, ale ciężko było by na przykład z dnia na dzień z nikim nie pisać ani zerwać wszystkie kontakty, które się ma. No to po prostu ma coś takiego w sobie, że jak się już tam spędza dużo czasu to jakoś się przywiązuje do kogoś” (Adrian). Podobne poczucie straty związanej z brakiem dostępu do Internetu opisuje kolejny respondent: „W sumie najbardziej to żal mi by było kontaktu ze znajomymi, ponieważ często z nimi piszę i na przykład, jeśli chcielibyśmy gdzieś razem wyjść, a na przykład mój kolega mieszka na drugim końcu miasta to szczerze średnio by mi się chciało do niego jechać tylko po to, żeby wyjść sobie na dwór a właśnie te portale społecznościowe i właśnie różne komunikatory ułatwiają do tego dostęp, więc na pewno ciężiej by mi się żyło a jeśli chodzi o gry to na pewno bym się przyzwyczaił, no nie wiem ciężkie dosyć pytanie” (Sławek).

Wypowiedź jednej z badanych osób wskazuje na to, że życie bez dostępu do sieci, bez mediów społecznościowych mogłoby przynieść też trochę korzyści: „Ja myślę, że ciężko jest sobie wyobrazić świat bez Internetu, ale mam taką nadzieję, że gdyby tak się stało świat byłby przynajmniej zdrowszy pod tym aspektem, bo ludzie przestali by się tak mocno porównywać do innych... mimo wszystko media społecznościowe typu właśnie Instagram pokazują życie z tej najlepszej strony, zawsze uśmiechnięci... znaczy oczywiście jest dużo kont zamieszczonych, które pokazują realne życie takie prawdziwe z gorszej i lepszej strony, ale on jednak mimo wszystko musiały powstać przez to, że przynajmniej połowa tych kont na przykład na Instagramie pokazuje tylko pozytywne aspekty życia, że wszystko jest idealnie i w ten sposób ludzie kreują sobie przez te wszystkie obrazki i zdjęcia... mają poczucie, że są gorsi, że komuś się układa, ktoś jest ładniejszy, ktoś ma lepsze życie, więc może chociaż w tym aspekcie byśmy troszeczkę byli... mielibyśmy mniej presji do bycia idealnym” (Sonia); „(...) Praktycznie to byłby problem, brak dostępu do informacji, ale uważam, że gdyby Internet zniknął i niektórym ludziom by zabrakło Snapchata czy Instagrama

ludzie by się bardzo zmienili, bo jest bardzo wiele osób, które żyją mediami społecznościowymi i to w jakiś sposób ich buduje i opinia publiczna bardzo na nich wpływa.. A gdyby nie mieli jak chwalić się w Internecie to by wiele osób zmieniło się” (Julia).

Niepokojące jest fakt, że większość badanej młodzieży zwraca uwagę na to, że obserwuje u siebie pewne sygnały świadczące o tym, że korzystanie z sieci społecznościowych, komunikatorów i zasobów Internetu stało się dla nich czynnością, od której się uzależnili: *„Prawdę mówiąc bardzo bym czuł brak tej całej sieci, tego wszystkiego. Myślę, że nawet w pewnym stopniu jestem od tego uzależniony. Życ bym żył, ale ciężko mi by było sobie wyobrazić na dzień dzisiejszy życie bez takich rzeczy. To jest tak, jak zadanie pytania jak dzisiejszy człowiek by sobie poradził bez prądu elektrycznego? No my wszyscy korzystamy z kuchenki i z różnych takich rzeczy i jednak bez tego by było nam ciężko żyć, dlatego tak dla nas młodych wydaje mi się, że sieć i bycie w niej jest bardzo ważne. Jest to kontakt z dziewczyną, z przyjaciółmi i jeśli on zostałby tak po prostu ukrócony w pewnym momencie, wydaje mi się, że duża większość z nas by ucierpiała na tym tak samo jak i ja” (Artur); „Jest dużo osób, które są uzależnione od Internetu, nie potrafią sobie wyobrazić życia bez niego” (Magda); „Ja zauważyłam też, że jak mam tak, że cokolwiek bym nie robiła i tak mam włączony zawsze ten Messenger, czy to jest szkoła czy przeglądam Instagrama czy oglądam film to i tak to zawsze ze mną jest i jakby nawet mam problem (...) pewnie jestem uzależniona od telefonu i od Internetu, ale nawet nie czuję wewnętrznej potrzeby, żeby się tego pozbyć” (Jagoda).*

Część z badanych zauważa u siebie takie symptomy problemowego korzystania z Internetu, jak utrata kontroli nad czasem spędzonym w sieci, pogorszenie nastroju – odczuwanie niepokojów i rozdrażnienia, w wyniku ograniczonego dostępu do Internetu lub brak tego dostępu, pogorszenie wyników w nauce na skutek spędzania dużej ilości czasu w sieci. Niektórzy badani wskazują także na psychosomatyczne objawy takie jak np. problemy ze snem, zmęczenie, trudności w utrzymaniu koncentracji uwagi na lekcjach: *„u mnie tak jest, bo przez to, że korzystam dużo z sieci to na przykład przekładam sobie różne rzeczy. Na przykład planuję, że zacznę o 19:00..., jak obejrzę to zacznę, jak odpiszę komuś i potem tak nagle jest 22:00... już nie zdążę się nauczyć na sprawdzian, więc w sumie po co brać się za naukę i po prostu idę spać. No to potem się odbija na ocenach i na takim ogólnym samopoczuciu, że mogłam, gdybym się zabrała to bym dostała lepszą ocenę, to bym się lepiej czuła... ” (Nadia).*

6. Wnioski z badań

Przedstawione w tym rozdziale raportu wnioski z badań są wynikiem zastosowanej metody triangulacji danych, sprowadzającej się do porównywania, a następnie łączenia danych empirycznych zebranych za pomocą dwóch metod: metody sondażu diagnostycznego (technika ankiety) oraz wywiadu (zogniskowane wywiady grupowe, tzw. focus group oraz pogłębione wywiady indywidualne - wywiad swobodny). Taki sposób analizy danych pozwolił pogłębić uzyskany materiał i uzyskać tzw. synergiczny efekt polegający na uzupełnianiu się danych.

Wyniki badań dotyczące uczestnictwa młodzieży w zjawisku lifestreamingu, który na potrzeby badania zdefiniowano, jako korzystanie przez młodzież z nowych mediów elektronicznych, tzw. technologii informacyjno-komunikacyjnych /głównie sieci społecznościowych, typu FB, Instagram oraz komunikatorów internetowych, typu Snapchat, Messenger/ i jej obecność na więcej niż jednej sieci społecznościowej celem generowania strumienia danych dotyczących ekspozycji własnego Ja, sprowadzających się do systematycznego relacjonowania zdarzeń życiowych za pomocą mobilnych form komunikacji, które dają jej potencjalną możliwość publikowania i udostępniania online swoich danych „tożsamościowych” wskazują na to, że:

- W zjawisku lifestreamingu uczestniczą wszystkie z osób biorących udział w wywiadach (indywidualnych i grupowych), przyjmując, że głównym kryterium uczestnictwa w tym zjawisku jest aktywność badanych na minimum dwóch sieciach społecznościowych i upublicznianie za ich pomocą danych tożsamościowych. Odsetek młodzieży biorącej udział w badaniach sondażowych, która spełnia to kryterium wyniósł aż 99%;
- Urządzeniami za pomocą, których badana młodzież łączy się z Internetem jest przede wszystkim telefon komórkowy, w dalszej kolejności laptop i komputer stacjonarny. Zdecydowana większość wykorzystuje go w tym celu siedem dni w tygodniu (82%), a aby mieć dostęp do sieci często łączy się za pośrednictwem otwartego łącza (hot spoty, darmowe WiFi). Ci, którzy łączą się za pomocą hot spotów twierdzą, że robią to zawsze, kiedy mają tylko taką możliwość (18%) lub wtedy, kiedy tego potrzebują (43%), bądź też wtedy, kiedy wyczerpuje się im limit na Internet w telefonie (13%). Z relacji badanych wynika, że telefon komórkowy jest nieodzownym

atrybutem młodzieżowego stylu życia, bez którego nie wyobrażają sobie codziennego funkcjonowania. Stałym nawykiem z nim związanym jest nieodparta potrzeba monitorowania przychodzących na niego powiadomień, jak również scrollowanie, czyli przeglądanie profili innych użytkowników mediów społecznościowych. Zdecydowana większość badanych odczuwa u siebie wybrane symptomy zależności od telefonu, np. niepokój, kiedy zapomną zabrać go z domu lub wtedy, kiedy mają uniemożliwiony dostęp do niego np. z powodu rozładowania w nim baterii;

- Badana młodzież posiada profile na takich sieciach społecznościowych i komunikatorach, jak: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Google+ oraz Snapchat i Messenger. Największy odsetek badanych zadeklarował, że posiada zazwyczaj po jednym profilu na ww. sieciach i komunikatorach. Przy czym nieco większą popularnością cieszy się Facebook (93%) niż Instagram (69%), na co również wskazywała młodzież uczestnicząca w wywiadach indywidualnych i grupowych. Wśród komunikatorów najbardziej popularnym w badanej grupie osób jest powiązany z Facebookiem Messenger (94%), a zaraz po nim Snapchat (78%);

- Dość znaczny odsetek badanych posiada kilka profili na jednym portalu społecznościowym, przykładem jest Facebook lub Instagram. 27 % badanych wskazało, że na wszystkich sieciach społecznościowych, które użytkuje ma aż sześć profili, a co czwarty badany odpowiedział, że łącznie posiada ich aż siedem. Profile te w zależności od tego, do jakiego grona osób są kierowane (profil publiczny vs. prywatny) zróżnicowane są pod kątem zamieszczonych na nich danych tożsamościowych. Znacznie szerszy zakres danych upubliczniany jest na profilu adresowanym do grona przyjaciół i znajomych, tzw. profil prywatny. Na profilu publicznym badani zamieszczają znacznie mniej danych personalnych, rezygnują z zamieszczania zdjęć, nagrań video, które pokazują ich życie prywatne, sposób, w jaki spędzają wolny czas, itp.;

- Większość badanej młodzieży budując swój wizerunek w sieci wzoruje się na profilach innych osób. Badani relacjonują, że zanim zaczną wstawiać zdjęcia, uzupełniać swój profil o dane tożsamościowe najpierw długo przeglądają profile swoich znajomych i innych osób w sieci. To przeglądanie profili innych osób, jest jedną z najbardziej ulubionych przez nich aktywności w sieci oraz jak relacjonują jednym z najbardziej czasochłonnnych zajęć, od którego zaczynają zazwyczaj każdy dzień. Zaraz po przebudzeniu lub w drodze do szkoły przeglądają profile swoich znajomych, sprawdzają powiadomienia, wpisy, itp. Jak twierdzą badani, ta aktywność stanowi dla nich często aspirację i jest swoistym wyzwaniem. Z przeglądanych profili czerpią pomysły,

jak poprawić swoje konto, jakie zdjęcia dodać, jak się na nich upozować, jakie zastosować filtry, aby uzyskać najlepszy efekt, itp. Jednocześnie młodzież relacjonuje, że oglądanie profili innych osób jest dla nich bardzo frustrującą czynnością. Twierdzą to zarówno dziewczęta, jak i chłopcy. Ich zdaniem większość zdjęć, jakie oglądają w sieci wykonana jest perfekcyjnie, na zdjęcia nakładane są filtry, a prezentowany na nich wizerunek kobiety i mężczyzny bliski „ideałowi kobiecości i męskości”, nieustannie kreowanemu w mediach i kulturze masowej, co wywołuje w nich frustrację, poczucie bycia gorszym, a zarazem usilną potrzebę dążenia do doskonałości kreowanej w sieci;

- Badana młodzież jest bardziej świadoma konsekwencji związanych z publikowaniem niewłaściwych treści. Przyznaje się do tego, że stara się kontrolować wpisy, których dokonuje w sieci, ślady swojej obecności w niej. Jak twierdzą badani, to co teraz wrzucą do sieci, zostanie w niej, a w przyszłości mogłoby móc im to zaszkodzić. Jako przykład podają sytuację związaną z poszukiwaniem pracy w przyszłości i postawę pracodawcy, który przed rozmową kwalifikacyjną może wygooglować ich profil, aby zdobyć informacje o potencjalnym pracowniku. Badani mają świadomość, że własne konto/profil należy prowadzić z namysłem. Czas tzw. „lekkomyślności” i „głupoty”, kiedy na swój profil pod wpływem impulsu, chwili wrzucało się jakieś mało rozważne, czy nieodpowiednie zdjęcie większość badanych ma już za sobą. Przyznają oni, że te eksperymenty miały miejsce w gimnazjum. Z relacji badanych wynika, że kiedy mieli 13., 14., 15. lat o wiele bardziej eksperymentowali ze swoją tożsamością w sieci, niż robią to dzisiaj. Jak twierdzą, obecnie starają się kreować odpowiedzialnie swój wizerunek. Z namysłem wrzucają na swój profil najbardziej odpowiednie zdjęcia, które wyselekcjonowane są z puli licznych zdjęć i przeszły ich własną cenzurę lub cenzurę znajomych;

- Badani posiadający konto przynajmniej na dwóch lub większej liczbie sieci społecznościowych średnio w trakcie dnia szkolnego na publikowanie informacji online przeznaczają ponad 33 minuty, zaś w dni świąteczne i wolne od nauki czas ten dwukrotnie wzrasta. 73% badanych w trakcie dnia szkolnego na publikowanie informacji w sieci przeznacza do 60 minut. Badane osoby znacznie więcej czasu przeznaczają na komunikację online. W trakcie dnia szkolnego średni czas przeznaczany na tę czynność wynosi około 217 minut, co w przybliżeniu daje ponad 3,5 godziny zegarowej, zaś w dzień wolny od nauki 281 minut, czyli niespełna 5 godzin zegarowych.

- Zdecydowana większość badanych osób (64%) nie założyła nigdy w życiu fikcyjnego profilu, a aż 81% badanych na swoim profilu podaje wyłącznie prawdziwe informacje na swój temat. Nie-

liczne osoby (18%) odpowiedziały, że nie zawsze podają prawdziwe dane dotyczące ich osoby. Blisko 40% badanych twierdzi, że zdarzyło się im być posiadaczem fikcyjnego profilu, z czego 14% deklaruje, że użytkuje taki profil do chwili obecnej. Osoby, które utworzyły fikcyjny profil zadeklarowały, że zrobiły to, ponieważ chciały przede wszystkim obserwować inne osoby w sieci pozostając przy tym anonimowe, pragnęły porozmawiać z kimś nie ujawniając kim są, chciały mieć kontakt tylko z wybranymi osobami, które same zaprosiły do grona swoich znajomych, zależało im na braniu udziału kilka razy w różnego rodzaju konkursach/loteriach/rozdaniach. 4% badanych założyło taki profil, po to, aby móc bezpiecznie hejtować w sieci innych, a 3% respondentów utworzyło go po to, aby móc sprawdzić wierność swojej dziewczyny lub swojego chłopaka, dla 2% badanych motywem założenia fikcyjnego profilu była pragnienie zemsty na kimś oraz chęć podszywania się pod kogoś. Osoby posiadające fikcyjny profil najczęściej podają się za osoby starsze niż są (7%) oraz za osoby innej płci (4%). Nieliczne osoby twierdzą, że podszywają się pod osobę sławną – celebrytę (1%), osoby młodsze, niż są (1%) oraz za swojego znajomego (1%);

- Dane tożsamościowe zamieszczane na profilach badanych są różnorodne. 16% badanych zadeklarowało, że na swoim profilu udostępnia swoje położenie, a aż 71% badanych pozostawia na swoim profilu informacje o sobie, z których dowiedzieć się można podstawowych danych (imię, nazwisko, płeć, rok urodzenia, miejsce zamieszkania, nazwa szkoły, do której aktualnie badani uczęszczają, nazwy szkół, do których uczęszczali, status w związku), w jakich wydarzeniach wezmą oni udział lub jakimi wydarzeniami interesują się najbardziej. Dla 56% młodych osób profil na sieci społecznościowej jest miejscem, do zamieszczania swoich prywatnych zdjęć, z czego blisko 9% badanych co miesiąc lub częściej zmienia swoje zdjęcie profilowe. Dość spory odsetek badanych na swoim profilu udostępnia, przekazuje dalej zdjęcia, memy, filmy i inne materiały, które otrzymali od znajomych lub które ściągnęli z różnych stron internetowych, itp. Zdecydowana większość młodzieży (89%) na swoim profilu nie zamieszcza informacji na temat swojego nastroju, taki sam odsetek badanych na swoim profilu lajkuje zdjęcia, linki oraz komentarze innych osób. Ulubionym zajęciem badanej młodzieży jest obserwowanie innych, do tej aktywności przyznaje się aż 75% badanych. Co piąta osoba zadeklarowała, że na swoim profilu bierze udział w dyskusjach, a blisko 35% badanych wskazało, że na swój profil wrzuca linki do utworów muzycznych, zaś 12% zamieszcza na nim linki do filmów. Dość duży odsetek (17%) badanych przyznaje się do tego, że do grona swoich znajomych przyjmuje osoby, których nie zna, a 23% respondentów potwierdza, że reaguje na zaczepki innych osób w sieci. Nieliczny

odsetek młodzieży (2%) zadeklarował, że na swoim profilu prowadzi transmisje na żywo, tzw. livestream;

- Dane tożsamościowe najczęściej udostępniane przez badane osoby na mediach społecznościowych dotyczą głównie ekspozycji własnego Ja. Dość znaczny odsetek młodych osób systematycznie relacjonuje zdarzenia życiowe za pomocą mobilnych form komunikacji, które dają im potencjalną możliwość publikowania i udostępniania online informacji o sobie. Dane te najczęściej dotyczą różnych form aktywności podejmowanych przez młodzież, miejsc, w których ona przebywa, informacji dotyczącej jej mobilności, zapowiedzi dotyczących wydarzeń, w których będzie ona brała udział (np. udział w koncercie, imprezie), własnego wizerunku i często wizerunku swoich sympatii, znajomych (udostępnianego w formie zdjęć np. z imprezy domowej, pobytu w pubie, na wyjeździe, wycieczce, itp.), krótkich filmików video relacjonujących jej aktualny stan emocjonalny lub aktualnie podejmowaną czynność; zamieszczania linków odsyłających do polubionych przez nią stron, serwisów, blogów, itp.;

- Miejscem i przestrzenią wirtualną do dzielenia się swoim życiem prywatnym jest Instagram i Snapchat. Z relacji badanych osób wynika, że Instagram jest tym portalem społecznościowym, na którym badani zamieszczają największą liczbę danych tożsamościowych (zwłaszcza zdjęć). Komunikatorem internetowym, za pomocą którego przesyłane są dane tożsamościowe, głównie zdjęcia i filmiki z ich życia codziennego jest Snapchat, a w dalszej kolejności Messenger. Facebook dla większości badanej młodzieży, traktowany jest jako portal społecznościowy o wiele mniej atrakcyjny, niż Instagram. Służy on głównie po to, aby komunikować się z grupą, np. w sprawach szkolnych, przysyłać sobie informację o zajęciach szkolnych, zadaniach domowych, oraz do komunikacji z nauczycielami;

- Funkcjami użytkowymi często przez badanych w związku z publikowaniem danych tożsamościowych na portalach społecznościowych są Insta Story na Facebooku oraz Stories na Instagramie. Funkcje te pozwalają na publikowanie zdjęć i filmów, które znikają po 24 godzinach, pod tym względem podobne są do aplikacji Snapchat. Po przesłaniu materiałów za ich pomocą można oglądać swoje Story oraz monitorować, kto ze znajomych także ją zobaczył, można oglądać również Story innych użytkowników Instagrama. Dla wielu badanych publikowanie danych tożsamościowych na Instagramie tzw. Stories traktowane jest jako prowadzenie pamiętnika, w którym zapisuje się najważniejsze wiadomości, wrzuca zdjęcia, które pozwalają uwiecznić ważne chwile;

- Zdecydowanie większość badanych na swoich kontach założonych na portalach społecznościowych posiada zdjęcie profilowe. Tylko 6% badanych zadeklarowało, że nie posiada takiego zdjęcia na swoim profilu. Największy odsetek badanych (78%) wskazał, że swoje zdjęcie profilowe zmienia co kilka miesięcy lub rzadziej, nieliczni badani odpowiedzieli, że robią to kilka razy w miesiącu bądź częściej. Najczęściej wskazywane odpowiedzi na pytanie o powody zmiany zdjęcia profilowego to: zmieniam, bo zdjęcie już mi się znudziło, bo po upływie czasu przestało mi się już podobać, bo lubię reakcję znajomych/internautów na nowo zamieszczone przeze mnie zdjęcie profilowe, bo lubię aktualizować swój wizerunek, zmieniam je bo często robię sobie selfie, wybieram wówczas najładniejsze zdjęcie i je publikuję;

- Lajkowanie zdjęć i materiałów opublikowanych przez znajomych jest jednym z ulubionych zajęć młodych osób, aż 94% z nich zadeklarowało, że podejmuje się takiego zachowania w sieci. Częstotliwość, z jaką to robią jest zróżnicowana. Co druga osoba, daje polubienie kilka razy dziennie, a co czwarta robi to kilkanaście razy w ciągu dnia. 7% badanych zadeklarowało, że klika lajki z częstotliwością od 20 do 50 razy dziennie. Kolejnym typowym zachowaniem dla badanej młodzieży jest udostępnianie i przekazywanie dalej treści, które publikują jej znajomi. Takie zachowanie podejmuje blisko 90% badanych respondentów, z czego blisko 44% z nich robi to z częstotliwością kilku razy w ciągu dnia, a 18% kilkanaście razy dziennie;

- Otrzymywanie pozytywnych komentarzy, lajków zdecydowanie poprawia nastrój większości badanej młodzieży i wprowadza ją w stan zadowolenia. Połowa respondentów odpowiedziała, że ilość otrzymywanych lajków od internautów nie robi na niej wrażenia, jednak ważne są dla nich wpisy, komentarze, jakie internauci zamieszczają pod ich postami. 36% badanych stwierdziło, że na skutek takich pozytywnych wpisów i lajków otrzymywanych od internautów pod opublikowanymi przez nich materiałami wzrasta im samoocena, a 37% badanych w związku z tymi pozytywnymi wpisami podejmuje się częściej zachowania sprowadzającego się do sprawdzania przychodzących powiadomień na swoim profilu. Aż 34% badanych reaguje odpowiedzią na takie zachowanie, odwzajemniając się i również daje lajki tym osobom, od których je otrzymali, zaś 30% respondentów odwzajemnia się wpisując pozytywny komentarz tym osobom. U co czwartej osoby (25%) po otrzymaniu takich pozytywnych informacji od innych internautów pojawia się myśl: „inni mnie lubią”. Otrzymywanie lajków i pozytywnych komentarzy od innych internautów sprzyja wzrostowi aktywności badanych pod względem publikacji zdjęć w sieci. Pod ich wpływem młode osoby gotowe są podejmować się ryzykownych zachowań, np. zamieszczają na

swoich profilach coraz bardziej odważne zdjęcia, zawierają kontakty z nieznanymi osobami, narażają się również na falę krytyki i hejtu w sieci, itp.;

- Nie bez znaczenia jest również reakcja badanych na negatywne wpisy zamieszczane pod ich zdjęciami, czy postami. Co prawda, większość badanych relacjonuje, że takie sytuacje im się nie przydarzają aktualnie, ale miały miejsce w ich życiu w wcześniejszych latach, zwłaszcza wtedy, gdy zaczynali swoją przygodę w sieci, kiedy budowali swoje profile na portalach społecznościowych. Twierdzą, że był to etap starszych klas szkoły podstawowej i etap edukacji w gimnazjum. Zazwyczaj były to obraźliwe wpisy dotyczące ich wizerunku, komentarze dotyczące opublikowanych przez nich zdjęć. Komentarze te oceniają, jako upokarzające, niesprawiedliwe, przykre, a nawet wulgarne. Ich zabarwienie rzutowało na ich samopoczucie, obniżając nastrój oraz myślenie o sobie. Osoby, które nadal spotykają się z tego typu wpisami relacjonują, że najczęstszą reakcją na odczytywane negatywne wpisy jest reakcja poznawcza, aż 65% badanych zastanawia się nad tym, dlaczego dana osoba wpisała taki komentarz pod opublikowanymi przez nich materiałami, w czym jest uprzedzona do ich osoby. Dość spory odsetek badanych, bo blisko 50% odpowiedział, że są obojętni wobec tego typu wpisów, nic one dla nich nie oznaczają. Jednocześnie, aż 38% badanych czytając negatywne wpisy innych internautów odczuwa przygnębienie, a 37% respondentów zadeklarowało, że w związku z nimi popada w zły nastrój. 33% badanych reaguje w taki sposób, że odpowiada na taki wpis jednocześnie argumentując swoje stanowisko, a 26% wchodzi w dyskusję z tą osobą. Innym zachowaniem często podejmowanym przez badaną młodzież jest usunięcie takiej osoby z grona znajomych lub jej zablokowanie (32%). Co piąty badany odczuwa niepokój, że te wpisy zobaczyli jego znajomi i pod ich wpływem mogą zmienić o nim zdanie. 18% badanych zadeklarowało, że na tego typu wpisy odpowiada w taki sam sposób, a 28% respondentów czytając tego typu wpisy myśli sobie, że są nie lubiani przez innych. Co czwartej osobie w związku z tego typu wpisem towarzyszy złe myślenie o sobie samym;

- Badani zapytani o powody publikowania w sieci informacji na swój temat odpowiedzieli, że najczęściej robią to, bo robią tak ich wszyscy znajomi (78%) oraz podejmują się tej aktywności, gdyż mają potrzebę informowania znajomych o tym, co dzieje się w ich życiu (75%), a także robią to wtedy, gdy się nudzą (46%). Publikowanie danych na swój temat w sieci wynika też z potrzeby dzielenia się innymi swoimi zainteresowaniami (33%), ale również jest sposobem na to, aby wypromować się w sieci, zostać przez kogoś odkrytym, zauważonym (30%). Innym

powodem, wskazanym przez 27% respondentów jest potrzeba wyrażenia siebie w sieci i podkreślenia swojej wyjątkowości, oryginalności, indywidualności. Publikowanie informacji online na swój temat wynika również z potrzeby odczuwania pozytywnych emocji. 23% badanych wskazało, że informacje na swój temat w sieci zamieszcza dlatego, że odczuwa pozytywne emocje w trakcie tej aktywności, a niemal taki sam odsetek badanych (22%) motywowany jest potrzebą pochwalenia się w Internecie tym, gdzie przebywa, co posiada, itp. Blisko 19% badanych uważa, że dzięki publikowaniu materiałów online mogą powiedzieć to, czego nie powiedzieliby komuś prosto w twarz. 4% badanych wskazało na odpowiedź, że dzięki tej czynności może zaistnieć w sieci, bo trudno jest im zaistnieć poza nią, a 16% badanych robi to po to, aby zwrócić na siebie uwagę. Dla 7% badanych ta aktywność jest sposobem na bycie kimś innym, niż się jest, na posiadanie tzw. „drugiej twarzy”;

- Publikowanie informacji na mediach społecznościowych przez młodzież odbywa się wg różnych wzorów. Spośród trzech, dominuje jeden, zwanym wzorem mieszanym. Jest to taki wzór publikacji, w którym badani deklarują, że zazwyczaj udostępnianie informacji o sobie online odbywa się w samotności, bez udziału innych osób, jak również z ich udziałem. Kolejnym wskazywanym wzorem jest wzór samotny, sprowadzający się do publikowania danych online zazwyczaj samodzielnie, bez udziału innych osób. Najmniej popularnym jest wzór towarzyski, czyli taki, gdzie w trakcie publikowania informacji online przez badanych uczestniczą zawsze inne osoby, głównie znajomi, członkowie rodziny.

- Największy odsetek badanych (77,50%) informacje online w mediach społecznościowych publikuje zazwyczaj w domu, a co drugi badany dane o sobie w sieci udostępnia nocną porą. Nieco mniejsze odsetki badanych (46%) robią to o różnej porze i w różnych okolicznościach. Dość znaczny odsetek młodzieży (46%) informacje o sobie publikuje w trakcie trwania imprezy/spotkania towarzyskiego, a aż 42% badanych dane te udostępnia w trakcie pobytu w szkole;

- Zdecydowanie większy odsetek badanych nie prowadzi aktualnie swojego bloga (98%) lub vloga (67%) oraz nie nadaje transmisji na żywo w Internecie. Do robienia livestreamu, czyli prowadzenie transmisji na żywo z częstotliwością jednego razu w czasie miesiąca przyznało się 13% badanych osób. Nadawane na żywo transmisje są krótkie zazwyczaj trwają od 5 do 15 minut lub krócej, czyli do 5 minut. Transmitowane są na żywo najczęściej na Snapchacie, Facebooku i Instagramie. Nieliczni badani wskazali na użytkowanie aplikacji livestreamingowych uży-

wanych podczas grania w gry komputerowe, np. CS, WoW, LoL., oraz aplikacje na YouTube (www.youtube.com.live_dashboard_splash) oraz Twitch (www.twitch.tv);

- To co charakteryzuje badaną młodzież pod kątem aktywności podejmowanej w Internecie to multizadaniowość. Badani relacjonują, że trudno jest im oddzielić od siebie poszczególne rodzaje aktywności podejmowane w sieci i określić tak naprawdę, ile czasu na nie zazwyczaj poświęcają, ponieważ podejmują te czynności równolegle w tym samym czasie. Będąc w sieci wykonują kilka drobnych czynności jednocześnie, np. czytanie powiadomień, komunikacja za pomocą komunikatorów, przeglądanie profili znajomych, słuchanie muzyki, ściąganie plików, przeglądanie linków, ściąganie materiałów do prac szkolnych, uczenie się, wrzucanie linków, pisanie postów, zamieszczanie zdjęć, publikowanie informacji o sobie, itp. Mają oni poczucie, że mogą realizować różne zadania w tym samym czasie;

- Zdecydowana większość badanych (84%) nie jest zagrożona nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych. Odsetek zagrożonej młodzieży sięga 13% (n=180), a osób, które spełniają wszystkie pięć kryteriów uzależnienia od sieci społecznościowych uwzględnionych w badaniu wynosi 1,9% badanej próby młodzieży. 109 osób spełnia minimum trzy kryteria uzależnienia, co stanowi 7,7% badanej próby. Symptodem uzależnienia wyraźnie dominującym u badanych jest odczuwanie przez nich trudności związanych z utrzymaniem kontroli nad czasem przeznaczonym na korzystanie z sieci społecznościowych (26%), kolejnym zaś przekonanie, że portal społecznościowy jest miejscem, a zarazem sposobem na poprawę nastroju (23%). 13% młodzieży wskazało, że ma problem z zasypianiem z powodu korzystania z sieci społecznościowych oraz odczuwa potrzebę korzystania z portali społecznościowych zwłaszcza wtedy, kiedy doznaje niepowodzeń (np. otrzymuje złe oceny, popada w konflikty ze znajomymi, itp.). 12 % badanych, po to, aby korzystać z portalu społecznościowego redukuje ilość godzin własnego snu i taki sam odsetek młodych osób zadeklarował, że ich znajomi/przyjaciele dostrzegają u nich problem nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych i w związku z tym narzekają na to, że za dużo czasu spędzają oni na nich. Dla 11% badanych portal społecznościowy jest sposobem „naładowania akumulatorów”, czyli sposobem na podwyższenie poziomu energii, kiedy odczuwa się jej spadek lub brak, a dla 10% badanych osób przebywanie na portalu społecznościowym jest ich ulubionym zajęciem, często stanowi alternatywę dla nudy;

- Potrzeby, jakie za pomocą sieci społecznościowych i komunikatorów zaspakajają młodzi ludzie, to głównie: potrzeba akceptacji, potrzeba uznania, potrzeba autopromocji własnej osoby,

potrzeba uzyskania popularności. Ważnym aspektem dla badanych osób są również kwestie finansowe. Badana młodzież wzorując się na blogerach, próbuje tak prowadzić swój profil, aby mieć jak największą liczbę obserwujących, tzw. followersów, co w jej myśleniu może zapewnić jej łatwą drogę do popularności, jak również może być prostym sposobem na zarobienie dużych pieniędzy, otrzymywanie cennych nagród od firm, które na ich profilach chcą promować swoje produkty. Badani wskazują również na to, że dzięki sieci zaspakajają potrzebę samorealizacji, dotyczy to zwłaszcza tych badanych, którzy swoje zainteresowania rozwijają w sieci, np. osoby, które prowadzą blogi modowe, kulinarne, kanały na YouTube, np. dotyczące motoryzacji, itp.. Sieci społecznościowe umożliwiają młodym osobom także nawiązywanie bliższych relacji uczuciowych, są sposobem na poznanie dziewczyny/chłopaka w sieci;

- Młodzież relacjonuje, że jej pragnienia w świecie wirtualnym i tym rzeczywistym są tożsame. Młode osoby pragną szczęścia, miłości, popularności, uwagi innych, akceptacji oraz dostatniego życia – bogactwa;

- Badani zapytani o to, jaką osobą są w świecie wirtualnym, zazwyczaj odpowiadali dwojako. Jedni twierdzą, że są tą samą osobą, która nie pozoruje się w Internecie na kogoś, kim w rzeczywistości nie jest. Inni z kolei twierdzą, że są swoim lepszym wydaniem, lepszą wersją siebie. W sieci kreują się na piękniejszych niż są, na bardziej odważnych, śmiałych, komunikatywnych. Jak twierdzą, taki swój wizerunek bardziej akceptują. Na pytanie, jaki wizerunek kreują w sieci ich znajomi, czy zgodny z rzeczywistością, czy bardziej ubarwiony – zdecydowana większość odpowiada, że jest to wizerunek często niezgodny z rzeczywistym. Podają przykłady dziewczyn i chłopaków, którzy w sieci na opublikowanych przez siebie zdjęciach są do siebie mało podobni. Ustawianie filtrów, przerabianie zdjęć, korygowanie w swoim wizerunku własnych niedoskonałości jest rutyną;

- Badana młodzież w odpowiedzi na pytanie: Jakie wyglądałoby jej życie, gdyby pozbawione było dostępu do Internetu/sieci, możliwości korzystania z aplikacji mobilnych, sieci społecznościowych odpowiada, że byłoby o wiele bardziej nudne. Większość badanych relacjonuje, że najwięcej czasu w sieci spędza na przeglądaniu profili swoich znajomych, publikowaniu informacji o sobie, graniu w gry komputerowe, oglądaniu filmów, itp. wtedy, gdy się nudzi. Badani twierdzą, że aplikacje mobilne ułatwiają im życie, zwłaszcza komunikację ze znajomymi, dostęp do wiedzy, pozwalają wypełnić pustkę i nudę, stanowiąc dobrą rozrywkę. Niektórzy badani od-

powiadają, że trudno jest im w ogóle wyobrazić sobie to, jak mogłoby wyglądać na dzień dzisiejszy świat bez Internetu;

- Jednocześnie dość znaczny odsetek badanych zwraca uwagę na to, że obserwuje u siebie pewne sygnały świadczące o tym, że korzystanie z zasobów Internetu, a zwłaszcza sieci społecznościowych i komunikatorów stało się dla nich czynnością, od której się uzależnili. Zauważają oni u siebie takie symptomy problemowego korzystania z Internetu, jak utrata kontroli nad czasem spędzonym w sieci, pogorszenie nastroju – odczuwanie niepokoju i rozdrażnienia, w wyniku ograniczonego dostępu do Internetu lub brak tego dostępu, pogorszenie wyników w nauce na skutek spędzania dużej ilości czasu w sieci. Niektórzy badani wskazują także na psychosomatyczne objawy takie jak np. problemy ze snem, trudności w utrzymaniu koncentracji uwagi na lekcjach;

- Najczęściej prezentowanym przez badaną młodzież statusem tożsamości jest eksploracja wszerej i eksploracja w głąb oraz status podjęcie zobowiązania, a zaraz po nich status identyfikacji z zobowiązaniem. Najniższą wartość średnią otrzymano w badanej grupie osób dla statusu eksploracji ruminacyjnej. Dokładnie taki sam rozkład średnich wartości dla każdego z wyżej wymienionych statusów tożsamości otrzymano dla grupy dziewcząt. Dla grupy chłopców największe wartości średnie odnotowano dla statusu eksploracji wszerej i statusu podjęcie zobowiązania, następnie statusu identyfikacja ze zobowiązania oraz statusu eksploracji w głąb. Najmniejszą wartość odnotowano w grupie chłopców dla statusu eksploracji ruminacyjnej. Osiągnięte przez badaną młodzież wartości średnie dla opisywanych wyżej statusów tożsamości wskazują na to, że prawdopodobnie większość młodzieży cechuje aktualne zaangażowanie w eksplorację przy jednoczesnych próbach podejmowania zobowiązań i identyfikowania się z nimi. Najniższe wartości średnie uzyskane dla statusu eksploracji ruminacyjnej wskazywać mogą na to, że badani rzadziej podejmują uporczywe i nieskuteczne zachowania związane z radzeniem sobie z kryzysem tożsamości i tym samym rzadziej wykazują się trudnościami w zakresie podejmowania i identyfikowania się z zobowiązaniami;

- Wyniki badań wskazują na to, że najczęściej wybieranym stylem tożsamościowym przez badaną młodzież jest styl informacyjny, zaraz po nim styl zaangażowany, a następnie styl normatywny, a dopiero później styl dyfuzyjno-unikowy. W badanej grupie dziewcząt i chłopców style tożsamości przyjmują podobny rozkład średnich wartości punktowych. Wszystkie style tożsamości statystycznie istotnie się od siebie różnią. Najwyższą wartość w badanej próbie przyjmuje

styl informacyjny, a najniższą dyfuzyjno-unikowy. Podobne tendencje zachodzą w grupie dziewcząt i chłopców. Wyniki te oznaczają, że młodzież najczęściej aktywnie angażuje się w poszukiwanie informacji odnoszących się do Ja oraz do oceny siebie, ma szerokie zainteresowania, krytycznie podchodzi do napływających informacji, stosując strategie radzenia sobie z problemami skoncentrowane na zadaniu. Są to osoby autorefleksyjne, pragnące poznać siebie, wykazujące się umiejętnością krytycznego przyjmowania informacji o sobie, otwarte na nowe informacje i skłonne do sprawdzania i ewentualnej modyfikacji aspektów swojej tożsamości. Wyrażają przekonanie, że wiedza jest relatywna i że ludzie mogą aktywnie uczestniczyć w tworzeniu siebie samego;

- Wyniki analiz wskazują na istnienie związku między stosowanymi przez młodzież statusami/wymiarami tożsamości a wykorzystywanymi przez nią stylami tożsamości. Najsilniej koreluje ze sobą wymiar podjęcie zobowiązania ze stylem zaangażowanym tożsamości oraz wymiar identyfikacja z zobowiązaniem ze stylem zaangażowanym. Oznacza to, że im wyższy jest zakres, w jakim badani dokonują wyborów i zobowiązań co do kwestii ważnych dla rozwoju tożsamości, tym wyższe jest ich zaangażowanie w realizację zadań i celów osobistych oraz, że w im większym stopniu identyfikują się z dokonanymi przez siebie wyborami tożsamościowymi i podjętymi zobowiązaniami, tym wyższe jest ich zaangażowanie w ich osiągnięcie. Korelację odnotowano także w przypadku wymiaru eksploracja wszcz, a stylem informacyjnym tożsamości, co wskazuje na to, że im bardziej badani poszukują różnych opcji w odniesieniu do swoich celów i wartości oraz przekonań, tym bardziej eksplorują oni swoje otoczenie, chcąc lepiej poznać siebie i aktywnie poszukują informacji odnoszących się do Ja. Ujemny związek potwierdzono między wymiarem eksploracji ruminacyjnej a stylem zaangażowanym tożsamości, co oznacza, że im wyższe jest nasilenie odczuwania trudności u badanych z dokonaniem wyborów tożsamościowych, tym mniejsze jest ich zaangażowanie w radzenie sobie z problemami tożsamościowymi. Dodatnią korelację stwierdzono pomiędzy stylem dyfuzyjno-unikowym tożsamości a wymiarem tożsamości, zwanym eksploracją ruminacyjną. Oznacza to, że natężeniu obaw młodzieży i doświadczania przez nią problemów w angażowaniu się w ważne dla rozwoju tożsamości obszary towarzyszy wybieranie stylu dyfuzyjno-unikowego, który charakteryzuje się zwlekaniem, odsuwaniem lub przekładaniem decyzji o rozwiązaniu problemów na później, niechęcią do konfrontowania się, brakiem akceptacji i radzenia sobie z nieprzyjemnymi sytuacjami, problemami osobistymi i konfliktami tożsamościowymi. Badani w sytuacji konieczności podjęcia ważnej decyzji życiowej starają się odwlekać ją tak długo, jak to tylko możliwe, żeby

zobaczyć, co się stanie. Styl dyfuzyjno-unikowy koreluje ujemnie z pozostałymi wymiarami tożsamości: podjęcie zobowiązania, eksploracja wszere, identyfikacja ze zobowiązaniem oraz eksploracja w głąb, co oznacza, że głównie wiąże się on ze statusem/wymiarem tożsamości eksploracji ruminacyjnej, która ma charakter dezadaptacyjny i związana jest z doświadczaniem trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi. Wysoki poziom eksploracji ruminacyjnej może wiązać się z uporczywym powracaniem przez badanych do tych samych wzorców zachowań pomimo ich wcześniejszej nieskuteczności i z trudnościami w zakresie podejmowania i identyfikowania się z zobowiązaniami. Uzyskane wyniki pokazują, że zgodnie z przewidywaniami styl dyfuzyjno-unikowy najsilniej koreluje ze statusem tożsamości eksploracji ruminacyjnej;

- Analizy wyników wskazują na to, że pomiędzy prezentowanymi przez młodzież statusami tożsamości a nadmiernym korzystaniem przez nią z sieci społecznościowych zachodzi statystycznie istotny związek, który polega na tym, że nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych dodatnio koreluje ze statusem eksploracji ruminacyjnej i w niższym stopniu ze statusem eksploracji w głąb. Wynik ten interpretować można następująco. Nadmierne użytkowanie sieci społecznościowych wiąże się ze statusem tożsamości zwanej eksploracją ruminacyjną, która ma charakter nieprzystosowawczy i związana jest z doświadczaniem przez jednostkę trudności w podejmowaniu decyzji, a więc i w podejmowaniu zobowiązań i identyfikowaniu się z nimi, w mniejszym stopniu ze statusem eksploracji w głąb. Jednocześnie zaobserwowano ujemne korelacje pomiędzy nadużywaniem sieci społecznościowych przez młodzież a statusem podjęcie zobowiązania i identyfikacji ze zobowiązaniem, co oznacza, że im bardziej badani nadmiernie korzystają z sieci społecznościowych, tym mniej identyfikują się z podjęciem zobowiązania i rzadziej podejmują je;

- Wyniki badań wskazują na to, że statystycznie istotny związek występuje pomiędzy nadmiernym korzystaniem z sieci społecznościowych przez młodzież a prezentowaniem przez nią stylu dyfuzyjno-unikowego tożsamości. Związek ten zaobserwowano zarówno w grupie dziewcząt, jak i chłopców;

- Statystycznie istotny związek zachodzi pomiędzy nadmiernym korzystaniem z aplikacji livestreamingowych a statusem eksploracji w głąb oraz pomiędzy nadmiernym korzystaniem z aplikacji livestreamingowych a informacyjnym stylem tożsamości. Podobny związek odnotowano w

grupie chłopców. W przypadku dziewcząt nie stwierdzono statystycznie istotnego związku między żadnym ze stylów tożsamości.

Podsumowując powyższe wyniki, stwierdzić można, że dla większości badanej młodzieży publiczna artykulacja Ja stanowi ważny wymiar ich tożsamości. Badając wzory odkrywania i ujawniania informacji na swój temat wśród uczniów bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych zauważa się, że w przypadku zdecydowanej większości badanych istnieje silna potrzeba wykorzystywania nowych technologii komunikacyjnych, by oznajmiać innym swoje stany emocjonalne, zainteresowania czy poglądy i by ten proces miał charakter regularny i trwały. Z badań wynika wniosek, że z im większą częstotliwością badani korzystają z technologii informacyjno-komunikacyjnych, tym generują większą ilość strumienia danych dotyczących ekspozycji własnego Ja. Ci uczniowie, którzy posiadają kilka profili na różnych sieciach, używają różne aplikacje mobilne, komunikatory znacznie częściej, niż ich rówieśnicy posiadający mniejszą liczbę aplikacji i profili na sieciach społecznościowych, zostawiają ślady swojej cyfrowej obecności i publikacją więcej danych tożsamościowych.

Podsumowując powyższe wyniki, stwierdzić można, że dla większości badanej młodzieży publiczna artykulacja Ja stanowi ważny wymiar ich tożsamości. Badając wzory odkrywania i ujawniania informacji na swój temat wśród uczniów bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych zauważa się, że w przypadku zdecydowanej większości badanych istnieje silna potrzeba wykorzystywania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, by oznajmiać innym swoje stany emocjonalne, zainteresowania czy poglądy i by ten proces miał charakter regularny i trwały.

Analizując zebrane na drodze badań dane, zgadzam się ze spostrzeżeniem Alice Marwick (2010), autorki studium poświęconego praktykom upubliczniania Ja i określenia swojego statusu online, która zauważa, że livestreaming jest „rodzajem niematerialnej pracy emocjonalnej, formą uważnego reedytowania Ja. Opiera się na agregowaniu i autokwantyfikacji cyfrowych części Ja, przy czym konsekwencje tego procesu są dwojakie. Po stronie pozytywów badaczka wymienia przede wszystkim poprawę relacji interpersonalnych i wzrost pozycji społecznej. Obecność online może więc mieć zasadnicze znaczenie dla zwiększenia poziomu dobrostanu psychicznego oraz kapitału społecznego jednostki. Pozytywne konsekwencje równoważone są przez pojawiające się w efekcie podejmowania praktyki livestreamowania trudności w zarządzaniu prywatnością i związane z tym poczucie cyfrowego nadzoru, a także generalnie zwiększony poziom stre-

su” (Marwick, 2010; za: Stachura, 2014). Dla wielu osób, w szczególności młodych, publiczna ekspozycja Ja stanowi ważny wymiar ich tożsamości. Jak pisze J. Szpunar (2005, s. 378) „coraz szybsze i sfragmentaryzowane życie, pozbawione głębszego sensu i punktów odniesienia sprawia, iż Internet staje się coraz bardziej popularną formą kreacji siebie. Strony domowe, blogi, czy też uczestnictwo w forach dyskusyjnych, czatach, pozwala zaistnieć, zaprezentować siebie, czasem w jaśniejszym, niż zazwyczaj świetle. Pewna grupa internautów tworzy tożsamości zgodnie z ich codziennym obrazem samego siebie, inni tworzą zupełnie fikcyjne tożsamości, pozwalając dojść do głosu ukrytym popędom lub z obawy przed byciem nieakceptowanym stają się chociaż przez chwilę – zgodnie z panującymi medialnymi standardami – młodszy, piękniejszy, a przez to bardziej atrakcyjny społecznie. Internetowe życie zaspokaja wiele indywidualnych potrzeb, pełniąc funkcje terapeutyczne, autoprezentacyjne, autopromocyjne, twórcze, czy ekshibjonistyczne” (Szpunar, 2005, s. 378). Internetowe życie zaspokaja wiele potrzeb młodzieży, pełni funkcje terapeutyczne, autoprezentacyjne, autopromocyjne, twórcze, czy niekiedy ekshibjonistyczne.

7. Rekomendacje dla praktyki edukacyjnej

A. Brzezińska i J. Ciecuch (2016) piszą, że proces dorastania współczesnej młodzieży, w tym formowania się jej tożsamości, różni się istotnie w stosunku do poprzednich pokoleń. Ta różnica jest następstwem między innymi przemian demograficznych i ekonomicznych, jakie zaszły w ostatnich latach w Europie i na świecie. Postępujące zmiany spowodowały, że pojawiła się możliwość nie tylko wyboru własnej ścieżki rozwoju, ale również tworzenia nowej, zupełnie niepodobnej do ścieżki wcześniejszych pokoleń, ani do ścieżek wybieranych czy tworzonych przez rówieśników. Autorzy zwracają uwagę na to, że dorastanie dzisiaj jest pełne trudności, wiązać się może z różnymi ograniczeniami: większą konkurencyjnością na rynku pracy, brakiem adekwatnego do potrzeb wsparcia, nie tylko emocjonalnego, lecz także instytucjonalnego. Podejmowanie pierwszych prób sprawdzenia własnej samodzielności i niezależności sprzyjać może osiągnięciu dobrostanu przez jednostkę, ale również narażać może ją na doświadczanie niepewności i lęku, wzmacniać może trudności z określeniem własnej tożsamości, a tym samym utrudniać podjęcie ważnych decyzji życiowych stając się źródłem postępującego poczucia bezradności.

Media społecznościowe w tym nowym świecie młodzieży pełnią ważną rolę. Mogą pomagać zaspokajać jej wiele indywidualnych potrzeb, sprzyjać mogą jej rozwojowi, ale także stanowić mogą dla niego zagrożenie. Szansa na aktywne zaistnienie w społeczności internetowej, jaką mają młode osoby, a jakiej do niedawna nie miały wcześniejsze pokolenia może być również nowym sposobem kreowania własnej ścieżki rozwoju, własnej tożsamości. Dzięki byciu uczestnikiem społeczności online młoda osoba może prezentować się przed nieograniczoną liczbą internautów. Oczywiście, sposób tej prezentacji i jej zakres może być bardzo różny. Można bowiem prezentować swoje dokonania, osiągnięcia, uzdolnienia, twórczość, ale również inne walo-

ry, niekoniecznie związane z potencjałem intelektualnym, czy pasjami i zainteresowaniami, poprzez publikowanie szkodliwych i nierozważnych materiałów oraz treści narażać się można na mało bezpieczną kreację własnego wizerunku online. Posiadanie jak największego grona znajomych na portalach, jak największej liczby obserwujących osób dla wielu młodych ludzi jest wyzwaniem i swoistą miarą sukcesu, wpływającą na poczucie własnej wartości, może być powodem wielkiej satysfakcji i sposobem na wzrost samooceny, a w przypadku ich braku miarą porażki, poczucia odrzucenia i kształtowania się niskiej samooceny.

Poniżej w oparciu o wyniki uzyskane ze zrealizowanego projektu badawczego sformułowano wstępne ustalenia dotyczące tego, jakie profilaktyczne, interwencyjne oraz terapeutyczne działania warto podejmować w kontekście kształtowania własnej tożsamości w Internecie i bezpiecznego korzystania przez młodzież z zasobów sieci, a zwłaszcza mediów społecznościowych. Oto one:

- Warto w działaniach edukacyjnych, zarówno oddziaływaniach rodzicielskich, jak i szkolnych podejmować z młodzieżą tematykę związaną z akceptacją własnego wizerunku i budować u dorastającej młodzieży pozytywny obraz własnej osoby, zwłaszcza wzmacniać samoocenę dotyczącą nie tylko jej atrakcyjności fizycznej, ale również kompetencji społecznych, emocjonalnych, poznawczych, uzdolnień, pasji i zainteresowań. Wyniki badań wskazują na to, że zarówno dziewczęta, jak i chłopcy spędzając dużo czasu na mediach społecznościowych dokonują porównań z innymi użytkownikami portali w wyniku których czują się mniej atrakcyjne/i i pewne/i siebie. Obserwowanie perfekcyjnych zdjęć innych internautów i bezkrytyczne przyjmowanie ich jako nieskazitelnie idealnych wywołuje u młodych osób frustrację i przekonanie o własnej niedoskonałości, co sprawia, że aby sprostać wymagającym wzorcom obserwowanym w przestrzeni wirtualnej zaczynają frustrować się lub podejmować ryzykowne zachowania np. samookaleczanie ciała, uprawianie intensywnego/szkodliwego wysiłku na siłowni, czy nadmierne kontrolować jedzenia doprowadzające do zaburzeń odżywiania. Warto edukować młode osoby w zakresie krytycznego sposobu analizy zamieszczonych w Internecie zdjęć i materiałów. Niestety często nie zdają sobie one z tego sprawy, że większość osób zamieszczających swoje zdjęcia na profilu celowo prezentuje siebie w lepszym świetle, często niezgodnym z rzeczywistością;

- Istotną kwestią w zakresie wspierania rozwoju młodzieży i edukacji dotyczącej bezpiecznego prezentowania przez nią zachowań w sieci jest nauka rozpoznawania presji mediów, rówieśników i umiejętność odczytywania mechanizmów zewnętrznej kontroli. W tym celu ważna jest

praca nad wzmacnianiem indywidualnych czynników chroniących młode osoby, zwłaszcza samooceny, pewności siebie i asertywności. Wyniki opisywanych w tym raporcie badań pokazały, że młodzież z chęcią podejmuje w sieci zachowania konformistyczne związane z wpływem społecznym, w tym przypadku z wpływem rówieśniczym. Kreując swój wizerunek w sieci, przed opublikowaniem w niej własnych materiałów najpierw przegląda profile innych osób, głównie rówieśników i wzorując się na nich próbuje je naśladować;

- Problematyką mocno powiązaną z powyższą kwestią powinna być właściwa edukacja seksualna, a w jej ramach problematyka szeroko pojętej seksualizacji. Poprzez analizowanie treści i przekazów płynących z reklam, teledysków, relacji życia gwiazd show-biznesu, popularnych blogerów, internetowych profili celebrytów powinno rozwijać się u młodzieży umiejętność krytycznego analizowania tych treści, która zachęcać powinna ją do przemyślanego i odpowiedniego dysponowania swoim wizerunkiem w sieci, a jednocześnie bycia świadomym konsekwencji następstw ryzykownego zachowania, jakim jest upublicznianie online niewłaściwych zdjęć i materiałów w sieci;

- Ważną kwestią powinna być edukacja młodzieży w zakresie właściwego zarządzania swoim wizerunkiem w Internecie, tzw. internetową reputacją. Edukacja ta powinna obejmować nie tylko problematykę zjawiska sekstingu i cyberprzemocy, o których jako zachowaniach ryzykownych najczęściej się ostatnio mówi, ale również problematykę związaną z innymi zachowaniami ryzykownymi młodzieży nader często podejmowanym przez nią w sieci. Zaliczyć do nich można takie zachowania jak: publikowanie nieodpowiednich zdjęć i filmików, wpisów, komentarzy i zamieszczanie linków, które zawierają szkodliwe treści, np. rasistowskie i ksenofobiczne wpisy, publikowanie negatywnych opinii na temat znajomych, nauczycieli, członków rodziny, upublicznianie zdjęć znajomych bez ich zgody, a także publikowanie posiadanych dóbr i innych prywatnych informacji oraz ich upublicznianie nieograniczonej liczbie internautów. Do najczęstszych materiałów publikowanych przez młodzież należą nieodpowiednie zdjęcia i filmiki przedstawiające młode osoby w dwuznacznych i niezręcznych dla nich sytuacjach, np. pod wpływem upojenia alkoholowego. Edukacja młodzieży powinna przede wszystkim sprzyjać nabywaniu przez nią refleksji i zwiększeniu świadomości ryzyka utraty własnej reputacji. W tej kwestii warto jest pokazywać przykładowe obszary życia młodzieży narażone na jej utratę, np.: utrata reputacji w szkole, odrzucenie rówieśnicze, utrata reputacji w oczach nauczycieli, możliwa utrata zaufania sympatii i rozbieżność związków/zerwanie relacji uczuciowej, utrata zaufania rodziców,

możliwość pojawienia się potencjalnych problemów w przyszłości, np. trudności w trakcie rekrutacji na studia, w pozyskaniu pracy związane z niepocholebną opinią w Internecie, stany depresyjne i zaburzenia lękowe;

- Z wyżej wymienioną problematyką wiąże się edukacja w zakresie samokontroli młodych osób odnosząca się do treści i materiałów zamieszczanych przez nich na własnym profilu oraz danych dostępnych na ich temat w Internecie. Ważna jest edukacja w zakresie kontroli przez nastolatka tego, co on sam publikuje na swój temat w sieci, ale również tego, jakie informacje o nim publikują inni internauci. Ważne jest, aby nastolatek regularnie sprawdzał informacje na swój temat dostępne w sieci, aby z krytyką uważnie czytał materiały, które ma zamiar w niej opublikować i usuwał z niej nieodpowiednie treści i materiały, które opublikowały inne osoby, np. komentarze pod jego zdjęciem, czy nieodpowiednie linki. W tym celu warto ustawić sobie na wyszukiwarce internetowej alert z wybranym hasłem, np. swoim imieniem i nazwiskiem, dzięki niemu automatycznie zostaniemy drogą mailową poinformowani o tym, że w Internecie pojawiła się nowa treść, materiał na nasz temat;

- Ważnym celem edukacyjnym powinna być również nauka młodzieży samokontroli emocjonalnej. Znaczna część młodych osób pod wpływem wzburzenia emocjonalnego dokonuje w sieci wpisów lub zamieszcza treści, które są nieodpowiednie i mogą zagrażać utracie jej reputacji. W tym celu warto rozmawiać z nastolatkami i namawiać ich do tego, aby nie publikowali danych w sieci pod wpływem silnych emocji lub, aby przemyśleli dwukrotnie swój pomysł związany z chęcią opublikowaniem materiałów pod wpływem silnych wrażeń;

- Ważnym zagadnieniem jest również nauka dzieci i młodzieży ochrony swojej prywatności w sieci. Ważne, żeby nastolatek nauczył się ustawiać prywatność, aby ograniczył dostęp do swojego profilu wszystkim tym osobom, których dobrze nie zna. Tak jak relacjonowały badane osoby zachowaniem typowym dla większości młodzieży jest przyjmowanie zaproszeń od zupełnie nieznanym im użytkowników danego portalu, zazwyczaj są to tzw. znajomi znajomych. Przyjmowanie ich do grona swoich znajomych na portalu zwiększa ryzyko tego, że osoby te znajdując się na liście kontaktów młodych osób mają bezpośredni dostęp do wielu informacji personalnych o nich samych. Brak ochrony własnego konta w sieci sprzyjać może zjawisku groomingu i agresji elektronicznej;

- Młode osoby powinny wiedzieć, że w sytuacji naruszenia ich godności osobistej, zamieszczenia ośmieszającego ich zdjęcia, czy wpisu mają prawo zgłosić to administratorowi strony internetowej lub serwisu społecznościowego. Administratorzy zajmujący się zgłoszeniami niepokojących sytuacji mogą usunąć obraźliwe treści, zdjęcia oraz zablokować konto osoby, która dopuściła się tego typu zachowań w sieci;
- Z ochroną prywatności wiąże się także nauka racjonalnego korzystania z oferowanych przez serwis usług. Jedną z najbardziej popularnych są usługi geolokalizacyjne. Warto uświadomić młodzież, że jedną z ważnych informacji aktualizowanych na jej profilu jest jej położenie. Już przy jednorazowym wpisaniu lokalizacji na telefonie, urządzenie to za każdym razem przy zamieszczaniu postów, publikowaniu zdjęć w sieci i innych materiałów będzie aktualizować pozycję użytkownika i ją wyświetlać. Inną popularną usługą, z której korzysta młodzież jest tzw. tagowanie, czyli oznaczanie osób. Polega ono na tym, że użytkownicy serwisów społecznościowych mogą oznaczać inne osoby na danym zdjęciu, poście, czy wiadomości. Brak odpowiednich ustawień konta doprowadzić może do tego, że jego użytkownik może zostać oznaczony, czyli otagowany bez swojej wiedzy i zgody. Problemem może być zwłaszcza taka sytuacja, gdy ktoś obraźliwie podpisze się lub skomentuje zdjęcie, na którym otagowany wbrew swojej woli został użytkownik danego profilu;
- Ważną rzeczą jest również uwrażliwianie młodych osób na wszelkie technologiczne nowinki, które za pomocą aplikacji dostępnych na telefonie pozwalają młodym ludziom nawiązywać bliższe relacje, eksponować się w sieci i to nie zawsze z tej dobrej strony. Przykładem może być serwis internetowy you.now, ask.fm, czy też użytkowanie aplikacji livestreamingowych. Szczególnie niebezpieczną formą jest nadawanie patosreamów, ale również oglądanie i branie udziału w transmisjach nadawanych przez ich twórców, czyli tzw. patostreamerów. Patostreamy to transmisje nadawane na żywo, czasem kilkunastogodzinne, w których przekazywane są bardzo kontrowersyjne i szkodliwe treści. Polegają one na nadawaniu na żywo w sieci filmików, relacji ośmieszających siebie i innych internautów, materiałów promujących często głupotę, poniżanie innych i wulgarne treści. Treść nadawanego patostreamu uzależniona jest od wyobraźni jej nadawców. Najczęściej relacje te są prowokowanymi na życzenie subskrybentów sytuacji, w których dochodzi do obrażania i poniżania innych, prezentowania głupoty, prowokowanych bijatyk, organizowania libacji alkoholowych, itp. . Niestety od 2018 roku patostreamy cieszą się dużą

popularnością, a największą liczbę subskrybentów mają wśród młodzieży, gdyż ze względu na swoją kontrowersyjność, zaciekawiają ją, przykuwają uwagę i wywołują silne emocje;

- Priorytetem powinna być również edukacja młodzieży w zakresie właściwego zarządzania własnym czasem, poszukiwania konstruktywnych alternatyw dla wielogodzinnego użytkowania mediów społecznościowych, dzięki którym będzie ona mogła zaspakajać ważne potrzeby np. potrzebę sukcesu, przynależności oraz osiąganie satysfakcji życiowej przez stwarzanie możliwości zaangażowania się w działalność pozytywną np. charytatywną, artystyczną, sportową, itp.

- Istotną rolę w zakresie użytkowania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych przez młode osoby i kształtowania przez nie właściwych wzorców zachowań w sieci do spełnienia mają rodzice i opiekunowie nastolatków. W dzisiejszych czasach, kontrola rodzicielska zwłaszcza w zakresie użytkowania mediów społecznościowych przez młodzież jest mocno ograniczona, a niekiedy obserwujemy jej całkowity brak. Badania pokazują, że młode osoby swobodnie prowadzą swoją aktywność w świecie wirtualnym będąc nienadzorowanymi lub nadzorowanymi w sposób nieskuteczny przez swoich rodziców/opiekunów. Dlatego zagrożenia cyfrowe stanowi całkiem realne zagrożenie dla młodego pokolenia. Nastolatki pozostawione w przestrzeni wirtualnej czują się wolne i często z tą wolnością eksperymentują, gdyż opiekunowie nie posiadają wiedzy, kompetencji i narzędzi niezbędnych do kontroli ich zachowań w tej wirtualnej przestrzeni. Często też nieświadomi są zagrożeń, na jakie dziecko narażone jest w świecie wirtualnym. Nasuwa to potrzebę pracy edukacyjnej z rodzicami, edukowania ich w zakresie umiejętnego stosowania środków wychowawczych, sprawowania kontroli rodzicielskiej, wprowadzania reguł i norm związanych z użytkowaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych, poznania świata nowych mediów. Rozwój tych nowych technologii nasuwa konieczność wdrożenia edukacji informacyjnej i medialnej, przygotowania rodziców, opiekunów, wychowawców i nauczycieli do umiejętnego poruszania się w kulturze i języku mediów cyfrowych. Kształtowania u nich świadomości zasobów i walorów sieci oraz zagrożeń w niej czyhających, przed którymi powinni chronić nastolatka przebywającego w wirtualnej przestrzeni.

Zaabsorbowanie młodzieży nowymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi i wiążący się z tym problem ryzyka rozwoju uzależnienia od telefonu komórkowego i Internetu (na co wskazują wypowiedzi respondentów i zebrane dane ilościowe zaprezentowane w tym raporcie) jest stosunkowo nowym zjawiskiem, dlatego warto go monitorować, obserwować jego

trendy i badać jego różnorodne uwarunkowania. Podejmowanie działań profilaktycznych w tym zakresie nakierowane jest głównie na podnoszenie świadomości społeczeństwa w kwestiach związanych z nowymi technologiami. W działaniach profilaktycznych powinniśmy jednak przede wszystkim skupiać się na tym, jak w nieszkodliwy sposób nowe media mogą zaspokajać potrzeby młodzieży i jakie warto tworzyć dla nich alternatywy. Z przeprowadzonych badań wynika, że wykorzystywane one są głównie przez nią do zaspakajania takich potrzeb, jak potrzeba tożsamości, informacji o świecie zewnętrznym, wzorów zachowań, kompensacji, rozrywki, akceptacji i interakcji społecznej. Wiedza o czynnikach ryzyka i czynnikach chroniących młode osoby przed ryzykownymi zachowaniami w sieci oraz wyniki badań nad czynnikami sprzyjającymi prawidłowemu rozwojowi adolescentów pozwalają na sformułowanie kilku istotnych wniosków i zaleceń dotyczących podejmowania oddziaływań profilaktycznych przez szkołę i rodzinę celem redukcji ryzyka podejmowania przez nich zachowań ryzykownych online wiążących się ze szkodliwym, nieprawidłowym oraz problemowym korzystaniem z mediów społecznościowych i kreowaniem w nich swojego wizerunku. Przede wszystkim:

1. Zgodnie z ustaleniami poczynionymi przez J. Pyżalskiego (2013), zrealizowane dotychczas badania wskazują, iż wsparcie tradycyjnych środowisk socjalizacyjnych (rodziny i szkoły) może stanowić uniwersalny środek profilaktyczny dla zachowań ryzykownych bez względu na to, czy są one realizowane przez młodzież online czy w środowiskach tradycyjnych. W związku z tym, przyjmować powinniśmy stanowisko przyjmujące integrację działań wychowawczo-profilaktycznych podejmowanych zarówno online, jak i offline. Zdaniem ww. Autora „warto zatem zrezygnować w filozofii działań profilaktycznych i wychowawczych ze sztucznej dycho-
tomii online–offline, koncentrując się raczej na redukcji czynników ryzyka i wzmacnianiu czynników chroniących w obu kontekstach” (Pyżalski, 2013, s. 106).

2. Wyniki badań uzyskane nad korzystaniem przez młodzież z mediów społecznościowych i innych nowych technologii wskazują na to, że większość młodych ludzi użytkuje je w sposób konstruktywny. Szkodliwe korzystanie z nowych mediów informacyjno-komunikacyjnych, i wiążący się z tym problem siecioholizmu, socjomanii internetowej lub fonoholizmu dotyczy zdecydowanej mniejszości z nich. Potwierdzono to również w prezentowanych w tym raporcie badaniach. Nasuwa się z tego wniosek, iż oddziaływania profilaktyczne nie powinny być głównie kierowane na edukację dotyczącą zagrożeń, lecz silnie akcentowany powinien być wątek związany z promocją konstruktywnego wykorzystywania tych mediów. Takie zrównoważone

podejście odpowiada aktualnie dominującemu nurtowi profilaktyki pozytywnej w zakresie zachowań ryzykownych młodzieży. W naszym kraju silnie promuje je Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, która w swoich działaniach profilaktycznych koncentruje się na wątku edukacji w zakresie zagrożeń związanych z nowymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, jak i promocji bezpiecznego ich użytkowania. Inicjowane przez nią działania nakierowane są na wspieranie środowisk socjalizacyjnych: głównie szkoły i rodziny. Chodzi w nich o edukację i naukę umiejętności wśród rodziców i profesjonalistów (nauczycieli, wychowawców pedagogów, itp.) w zakresie towarzyszenia dzieciom i wychowankom w pozytywnych działaniach online oraz stymulowania ich. Jak dodaje J. Pyżalski „istotnym składnikiem każdego procesu wychowania jest towarzyszenie. Najbardziej skutecznie wychowywać do odpowiedzialnego wykorzystania nowych mediów będziemy zatem w działaniu — gdy rodzice lub nauczyciele będą wspólnie wykorzystywać nowe media” (2013, s. 107).

3. Istotnym czynnikiem chroniącym młodzież przed ryzykownym korzystaniem z mediów społecznościowych, który powinniśmy szczególnie wzmacniać jest jej uczestnictwo w tzw. programach rozwoju młodzieży (PYD). Chodzi w nich głównie o zaangażowanie młodzieży w działalność pozalekcyjną szkoły i środowiska lokalnego, działania i organizacje młodzieżowe (np. sekcje teatralne, kluby kulturalne, grupy kościelne – oazy, sekcje sportowe, stowarzyszenia muzyczne i wolontariat). Są to działania i wydarzenia, które zapewniają młodzieży możliwość aktywnego uczestnictwa i pozytywnego wkładu w rozwój osobisty, sprzyjają nabywaniu pozytywnych doświadczeń społecznych i rozwojowi prospołecznych zachowań. Zachowania prospołeczne promują zaangażowanie społeczne, emocjonalne, moralne i kompetencje poznawcze. Wszystko to sprzyja samorozwojowi i pozytywnej tożsamości młodzieży. Rozwój programów pozytywnego rozwoju młodzieży (PYD) zaobserwować można zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie i na zachodzie Europy. W oparciu o przeprowadzony przegląd 77 programów PYD wysunięto wniosek, że istnieje 25 skutecznych programów, które uwzględniają 15 zidentyfikowanych konstruktów/aspektów pozytywnego rozwoju młodzieży (PYD). Wiedza o nich przydatna jest również w opracowywaniu programów zapobiegających zachowaniom ryzykownym online wśród młodzieży. Należą do nich: rozwijanie umiejętności społecznych, poznawczych i emocjonalnych, umacnianie norm i zachowań prospołecznych oraz wiary w swoje możliwości i w przyszłość, kształtowanie pozytywnej identyfikacji, wspieranie więzi z rodziną i ze szkołą, kształtowanie psychicznej odporności (*resilience*) oraz działanie na rzecz rozwoju duchowego.

Identyfikacja tych aspektów wpływa z wiedzy o zasobach, które mogą skutecznie równoważyć lub redukować destrukcyjne działanie czynników ryzyka (Shek, Sun, 2011).

Literatura:

Andrzejewska A. (2014), *Dzieci i młodzież w sieci zagrożeń realnych i wirtualnych. Aspekty teoretyczne i empiryczne*. Warszawa.

Augustynek A., (2010) *Uzależnienia komputerowe. Diagnoza, rozpowszechnienie, terapia*. Warszawa 2010.

Badania EU NET ADB zrealizowane wśród młodzieży w wieku 14-17 z wybranych krajów europejskich w latach 2011-2012. <http://www.eunetadb.eu/pl/>, stan z dnia 5 stycznia 2015r.

Baer J. S., MacLean M. G., Marlatt G. A. (1998), *Linking etiology and treatment for adolescent substance abuse: Toward a better match*, (w:) R. Jessor (red.), *New perspectives on adolescent risk behavior*. New York.

Bauman Z. (2010), *Żyjąc w czasie pożyczonym*, Kraków 2010.

Bednarek J. (2014), *Společne kompetencje medialno-informacyjne w kontekście bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, (w:) *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, (red.) J. Bednarek, Warszawa, s. 13-37.

Bednarek J. (2015), *Wyzwania edukacyjne w kontekście aktywności człowieka w przestrzeni cyfrowej*, (w:) *Cyberprzestrzeń, człowiek, edukacja. Dylematy społeczności cyfrowej*, (red.) J. Bednarek, A. Andrzejewska, Kraków, s. 25- 41.

Bezpieczeństwo dzieci w internecie. Raport z badań jakościowych i ilościowych, Warszawa 2013. Badanie zrealizowane przez TNS na zlecenie Orange Polska we współpracy z Fundacją Orange i Fundacją Dzieci Niczyje. https://panoptykon.org/files/bezpieczenstwo_dzieci_w_internecie_2013.pdf. Uzyskano dnia 15 września 2015r.,

Berzonsky M. D. (2011), *A social-cognitive perspective on identity construction*. (w:) S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (red.), *Handbook of identity theory and research*, New York, s. 55-76.

Berzonsky M. D. (1989), *Identity style: Conceptualization and measurement*. „Journal of Adolescent Research”, nr 4(3), s. 267–281.

Berzonsky M. D., Ferrari J. R. (1996), *Identity orientations and decisional strategies*, „Personality and Individual Differences”, nr 20(5), s. 597–606.

Berzonsky M. D., Soenens B., Luyckx K., Smits I., Papini D. R., Goossens L. (2013). *Development and validation of the revised Identity Style Inventory (ISI-5): Factor structure, reliability, and validity*. „Psychological Assessment”, nr 25(3), s. 893-904.

Błachnio, A. i Obuchowski, K. (2011). *Teoria osobowości autorskiej i Kwestionariusz POA*. W: W. Zeidler (red.), *Kwestionariusze w psychologii. Postępy, zastosowania, problemy*, Warszawa, s. 161- 18).

Błachnio A., Przepiórka A., Rowiński T. (2014), *Dysfunkcjonalne korzystanie z internetu – przegląd badań*, „Psychologia społeczna” 2014, nr 4, s. 387

B.N.A, *Technologie informacyjno-komunikacyjne /pojęcie ogólne/*. <http://proedukator.wordpress.com/2012/01/04/technologie-informacyjno-komunikacyjne-pojecie-ogolne/>. Stan z dnia 13 listopada 2013 r.

Brody M. (2006), *Understanding teens in this age of digital technology*, (w:) “The Brown University Child & Adolescent Behavior Letter” 2006, nr 22(12) , s. 8.

Brosch A. (2013), *Kształtowanie kompetencji społecznych wśród młodzieży w procesie komunikacji wirtualnej*, Katowice.

Brygoła. E. (2016), *Procesy formowania się tożsamości osobistej a właściwości osobowości autorskiej*. „Roczniki Psychologiczne”, 19(2), s. 365-382.

Brzezińska A., Ciecuch J., (2016), *Formowanie się tożsamości w niestabilnych czasach*, „Roczniki Psychologiczne”, 2016, (XIX), 2, s. 205-212.

Brzezińska A. I., Czub T., Hejmanowski Sz., Piotrowski K., Kaczan R., Rękosiewicz M. (2012), *The determinants of identity formation during the transition from adolescence to adulthood. Culture and Education*, 5(91), s. 5-27.

Brzezińska A. I., Piotrowski K. (2010), *Polska adaptacja Skali Wymiarów Rozwoju Tożsamości (DIDS)*, „Polskie Forum Psychologiczne”, nr 15(1), s. 66-84.

Brzezińska A.I., Piotrowski K. (2016), *Zmiana tożsamości w kontekście edukacyjnym: badania podłużne uczniów szkół ponadgimnazjalnych*. *Roczniki Psychologiczne*, 19(2), s. 257-276.

Crocetti E., Rubini M., Meeus W. (2008), *Capturing the dynamics of identity formation in various ethnic groups: Development and validation of three-dimensional model*, „Journal of Adolescence”, nr 31, s. 207–222.

Dereniowski D., *Zagrożenia cybernetyczne związane z użytkowaniem portali społecznościowych*, (w:) „THINK”, Studenckie naukowe czasopismo internetowe, 2012, nr 2, s. 27-31. [dostęp: www.think.wsiz.rzeszow.pl].

Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Raport, (red.) J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2014.

Erikson E.H. (2000), *Dzieciństwo i społeczeństwo*, Poznań.

Erikson E. H. (2004), *Tożsamość a cykl życia*, Poznań.

Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A. (2015), *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Warszawa 2010. <http://bi.gazeta.pl/im/6/7600/m7600446.pdf>. Uzyskano dnia 15 września 2015r.

Główny Urząd Statystyczny, *Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2006*, Warszawa 2008.

Izdebska J. (2005), *Multimedia zagrażające współczesnemu dziecku*, (w:) Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa, (red.) J. Izdebska, T. Sosnowski, Białystok 2005.

Izdebski P., Kotyśko M. (2012), *Autoprezentacja na portalu społecznościowym Facebook a narcyzm*, [w:] *Funkcjonowanie współczesnych młodych ludzi w zmieniającym się świecie*, red. H. Liberska, A., Warszawa, s. 202-212.

Jarczyńska J. (2016), *Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych przez młodzież szkolną : charakterystyka zjawiska*, „Studia Edukacyjne”, nr 41, s. 237-260.

Jarczyńska J. (2017), *Profilaktyka uzależnień młodzieży od nowych mediów - sieciorholizm, socjomania internetowa, fonoholizm*, (w:) *Młodzież między ochroną a ryzykiem. Wspieranie rozwoju oraz pomoc psychologiczno-pedagogiczna dla adolescentów i adolescentek*, (red.) B. Janowski, A. Matysiak-Błaszczak, Poznań, s. 333-353.

Jarczyńska J. (2015), *Problematyczne używanie Internetu przez młodzież i młodych dorosłych - przegląd narzędzi do przesiewowej oceny tego zjawiska*, „Przegląd Pedagogiczny”, nr 1, s. 119-136.

Jarczyńska J., Orzechowska A. (2014), *Sieciorholizm i fonoholizm zagrożeniem współczesnej młodzieży*, (w:) *Uzależnienia behawioralne i zachowania problemowe młodzieży. Teoria, diagnoza, profilaktyka, terapia*, (red.) J. Jarczyńska, Bydgoszcz, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, s. 121-146.

Kaliszewska K. (2010), *Nadmierne używanie Internetu. Charakterystyka psychologiczna*, Poznań.

Kaliszewska K. (2007), *Skale Ryzyka Nadmiernego Używania Internetu*, „Społeczeństwo, Badania, Metody”, nr 16, s. 115-131.

Kirwil L. (2010), *Projekt EU Kids Online, czyli co mówią wyniki badań? IV Międzynarodowa Konferencja "Bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w Internecie"*, 27-29 września 2010, Warszawa.

Kirwil L. (2011), *Polskie dzieci w Internecie. Zagrożenia i bezpieczeństwo – część 2. Polskie dzieci w Internecie. Zagrożenia i bezpieczeństwo – część 2. Częściowy raport z badań EU Kids Online przeprowadzonych wśród dzieci w wieku 9-16 lat i ich rodziców*. Warszawa.

Kłyrn-Guba, M. i Ciecuch, J. (2016). *Dynamika poszukiwania tożsamościowego w różnych domenach we wczesnej adolescencji: wyniki badań podłużnych*. „Roczniki Psychologiczne”, nr 19(2), s. 221-237.

Kotyśko M., Izdebski P., Michalak M., Andryszak P., Pluto-Prądyńska P. (2014), *Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych*, „Alkoholizm i Narkomania”, nr 2, s. 177-194.

Krzyżak-Szymańska E., Kowalkowska J., Szymański A. (2016) (red.) *Zagrożenia dzieci i młodzieży w sieci – cyberproblemy, diagnoza i profilaktyka*. Vademecum nauczyciela, Katowice, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach im. Wojciecha Korfańskiego.

LaRose R., (2010), *The problem of media habits*, „Communication Theory”, nr 20 (2), s. 194–222.

Laskowska E., Kuciński M. (2010), (red.) *Internet a relacje międzyludzkie*, Bydgoszcz, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.

Lopez-Fernandez O., Honrubia-Serrano L., Freixa-Blanxart M., Gibson W. (2014), *Prevalence of Problematic Mobile Phone Use in British Adolescents*, (w:) „CyberPsychology, Behavior & Social Networking”, nr 17 (2), s. 91-98.

Lopez-Fernandez O., Honrubia-Serrano M., Freixart M. (2012), *Spanish adaptation of „Mobile Phone Problem Use Scale” for adolescent population*, (w:) „Adiciones”, nr 24, s. 123- 130.

Luyckx K., Schwartz S. J., Berzonsky M. D., Soenens B., Vansteenkiste M., Smits I., Goossens L. (2008), *Capturing ruminative exploration: Extending the four-dimensional model of identity formation in late adolescence*, “Journal of Research in Personality”, nr 42, s. 58-82.

Luyckx K., Schwartz S. J., Goossens L., Pollock S. (2008), *Employment, sense of coherence and identity formation: Contextual and psychological processes on the pathway to sense of adulthood*. “Journal of Adolescent Research”, nr 23(5), s. 566-591.

Luyckx K., Seiffge-Krenke L., Schwartz S. J., Crocetti E., Klimstra T. A. (2014), *Identity configurations across love and work in emerging adults in romantic relationships*. “Journal of Applied Developmental Psychology”, nr 35, s.192-203.

Makaruk K., Wójcik Sz. (2012), *EU NET ADB Badanie nadużywania Internetu przez młodzież w Polsce*, Warszawa 2012. [w:] <http://www.eunetadb.eu/files/docs/FinalResearchInternet-PL.pdf>, Stan z dnia 1 grudnia 2014r.

Makaruk K., Wójcik Sz. (2013), *Nadużywanie internetu przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*, (w:) „Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, nr 12 (1), s. 35-48.

Marcia J. E. (1966), *Development and validation of ego-identity status*, “Journal of Personality and Social Psychology”, nr 3(5), s. 551–558.

Marcia J. E. (2002), *Identity and psychosocial development in adulthood*. „Identity: An International Journal of Theory and Research”, nr 2, s. 7–28

Marwick A. E., (2010) *Status Update: Celebrity, Publicity and Self-Branding in Web 2.0* [online]. New York: New York University, Department of Media, Culture, and Communication, . [w:] http://www.tiara.org/blog/wp-content/uploads/2010/09/marwick_dissertation_statusupdate.pdf; Stan z dnia 20 lipca 2015.

Oleszkowicz A., Senejko A. (2011), *Dorastanie* (w:) W: J. Trempała (red.), *Psychologia rozwoju człowieka*. Podręcznik akademicki, Warszawa, s. 259-286.

Ostaszewski K. (2006), *Pozytywna profilaktyka*, „Świat Problemów”, nr 3 (158), s. 6-10.

Ostaszewski K., Pisarska A. (2016), *Profilaktyka nałogów behawioralnych*, (w:) *Zaburzenia uprawiania hazardu i inne tak zwane nałogi behawioralne*, (red.) B. Habrat, Warszawa, Instytut Psychiatrii i Neurologii, s. 70-81.

Pawłowska B., Potembska E. (2011), *Objawy zagrożenia i uzależnienia od telefonu komórkowego mierzonego Kwestionariuszem do Badania Uzależnienia od Telefonu Komórkowego, autorstwa Potembskiej i Pawłowskiej u młodzieży Polskiej w wieku od 13 do 24 lat*, “Curr Probl Psychiatrii” nr 12(4), s. 443-446.

Polska wobec wyzwań społeczeństwa informacyjnego: aksjologiczne i społeczne dylematy integracji z Unią Europejską (raporty), (1998), (w:) K.B. Wydro, Z. Kotowski, *Technologie informacyjne a tendencje rozwojowe Unii Europejskiej*, Instytut Rozwoju i Studiów Strategicznych, Warszawa, s. 53-54.

Poprawa R. (2011), *Problematyczne używanie Internetu- nowe wyzwanie dla psychologii zdrowia*, (w:) *Psychologia zdrowia: Konteksty i pogranicza*, (red.) Górnik-Durose M., Mateusiak J., Katowice, s.211- 239.

Poprawa R. (2012), *Problematyczne używanie internetu – symptomy i metoda diagnozy. Badania wśród dorastającej młodzieży*, „Psychologia Jakości Życia”, nr 11 (1), s. 57–82.

Prensky M. (2001), *Digital natives, digital immigrants*, (w:) „On the Horizon” (NCB University Press), t. 9, nr 5, s. 1–6.

Prensky M. (2005), *Digital natives, digital immigrants*, „Gifted”, t. 13, s. 529–531.

Prensky M. (2001), *Digital natives, digital immigrants, part 2: Do they really think differently?*, „On the Horizon”, t. 9, nr 6, s. 1–6.

Program Safer Internet w Europie, <http://www.saferinternet.pl/pl/home/program-saferinternet-w-europie>. Stan z dnia 20 września 2016r.

Pyżalski J. (2012), *Agresja elektroniczna i cyber bullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków.

Pyżalski J. (2013), *Rodzina i szkoła a przeciwdziałanie zaangażowaniu młodych ludzi w ryzykowne zachowania online*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, nr 1, Vol. 12, s. 99-109.

Radochoński M., Wańczyk A. (2004), *Komunikacja za pośrednictwem sieci komputerowych a interakcje rodzinne i rówieśnicze młodzieży: perspektywa polska i amerykańska*, (w:) M. Radochoński, B. Przywara, *Jednostka-grupa-cybersieć. Psychologiczne, społeczno-kulturowe i edukacyjne aspekty społeczeństwa informacyjnego*, Rzeszów.

Raport z ogólnopolskich badań „Nastolatki wobec Internetu”, realizowane na zlecenie Rzecznika Praw Dziecka i NASK przez Pedagogium WSNS, w okresie maj – czerwiec 2014 roku. Warszawa 2014.
http://www.eid.edu.pl/upload/file/2014_11/raport_z_badan_nastolatki_wobec_internetu.pdf.
Stan z dnia 10 października 2016r.

Schonfeld E., (2009), *Mining the Thought Stream*, „TechCrunch” [online] February 15, 1 maja 2014]. [w:] <http://techcrunch.com/2009/02/15/mining-the-thought-stream/>; Stan z dnia 15 lipca 2015.

Senejko A. (2010), *Inwentarz Stylów Tożsamości (ISI) Michaela D. Berzonsky’ego – dane psychometryczne polskiej adaptacji kwestionariusza*, „Psychologia Rozwojowa”, nr 15(4), s. 31–48.

Senejko A, Łoś Z, (2016), *Postawy wobec globalizacji a style tożsamości*, „Roczniki Psychologiczne”, nr 19(2), s. 297-314.

Shapira N.A., Lessig M.C., Goldsmith T.D., Szabo S.T., Lazoritz M., Gold M., Stein D.J. (2003), *Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria*, „*Depression and Anxiety*”, nr 17, s. 207 – 216.

Shedler J., Block J. (1990), *Adolescent drug use and psychological health: A longitudinal Inquiry*, „*American Psychologist*”, nr 45, s. 612-630.

Shek D.T.L., Sun R.C.F (2011), *Prevention of gambling problems in adolescents: The role of problem gambling assessment instruments and positive youth development programs*, [w:] *Youth gambling. The hidden addiction*, (red.) J. L. Derevensky, D. T. L. Shek, J. Merrick, Berlin/Boston.

Siuda P., Stunża G.D (2012), (red.), *Dzieci sieci. Kompetencje komunikacyjne najmłodszych*, Gdańsk; http://dzieci-sieci.pl/raport_ikm_dzieci_sieci.pdf. Uzyskano dnia 30 października 2015r.

Siuda P., Stunża G.D., Dąbrowska A. J., Klimowicz M., Kulczycki E., Piotrowska R., Rozkosz E., Sieńko M., Stachura K. (2013), *Dzieci sieci 2.0. Kompetencje komunikacyjne młodych*, Gdańsk; . http://www.dzieci-sieci.pl/uploads/static/assets/Dzieci_sieci_2.0.pdf. Uzyskano 30 października 2015r.

Small G., Vorgan G. (2011), *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*, Poznań.

Smykowski B. (2016), *Efekty kryzysów rozwojowych dzieciństwa i dorastania jako kapitał pschologiczny u progu dorosłości*, W: A. Brzezińska i W. Syska (red.), *Ścieżki wkraczania w dorosłość*, Poznań, s. 75-104.

Spółeczeństwo informacyjne w Polsce (2015). Opracowanie sygnałne, Główny Urząd Statystyczny. Warszawa; Pobrano z: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/> Stan z dnia 28 października 2016 r. https://www.uke.gov.pl/hotspoty/?map_tab=1. Stan z dnia 15 września 2016r.

Stachura K. (2014), *Nowe media i technologie tożsamości. Lifestreaming jako praktyka społeczno0kulturowa*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, nr 1 (12), s. 137-151.

Szpunar M. (2005), *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*, (w:) E. Hałas, K. Konecki (red.), *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*, Warszawa, s. 378-403.

Szpunar M. (2004), *Spółeczności wirtualne jako społeczności – eksplikacja socjologiczna*, „*Studia Socjologiczne*”, nr 2, s. 95-135.

Tomaszewska H. (2012), *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Warszawa.

Topolewska E., Ciecuch J. (2012). *Jeden czy dwa style dyfuzyjno-unikowe w modelu Berzon-sky'ego? Nierozwiązany problem w nowej wersji Inwentarza Stylów Tożsamości (ISI-4)* „*Studia Psychologica*”, nr 12(1), s. 5–23.

Topolewska E., Mańko A. (2012) *Osobowościowe uwarunkowania stylów tożsamości w ujęciu Berzon-sky'ego* (w:) E. Drop, M. Maćkiewicz (red.), *Młoda Psychologia*, t. 1, Warszawa, s. 267–282.

Tufekci Z., (2008), *Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in On-line Social Network Sites*, „*Bulletin of Science, Technology & Society*”, nr. 28, No. 1, s. 20–36.

Tufekci Z., (2008), *Grooming, gossip, Facebook and MySpace: What can we learn about these sites from those who won't assimilate?* „Information, Communication & Society”, nr 11, (4), s. 544-564.

Wenzel M. (2012), *Polacy w sieci*. <http://badanie.cbos.pl/details.asp?q=a1&id=3908>. Stan z dnia 10 czerwca 2012r.

Woronowicz B.T. (2009), *Uzależnienia. Geneza, terapia, powrót do zdrowia*, Warszawa 2009.

Wynn E., Katz J. E. (1997), *Hyperbole over cyberspace: Self-presentation & social boundaries in Internet home pages and discourse*. „The Information Society”, nr 13, s. 297-327.

Young K., Yue X. D., Ying L. (2010), *Prevalence estimates and etiologic models of Internet addiction*, [w:] *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*, red. K. Young, C. N. de Abreu, John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey, s. 3-18;

Załączniki

Załącznik nr 1a Arkusz oceny dla sędziego kompetentnego dotyczący kwestionariusza ankiety zatytułowanego: „*Livestreaming – moje transmisje na żywo*”

Załącznik nr 1b Arkusz oceny dla sędziego kompetentnego dotyczący kwestionariusza ankiety zatytułowanego: „*Ja online*”

Załącznik nr 2 Deklaracja zgody rodzica/opiekuna prawnego dziecka (do lat 18.) na jego udział w badaniu naukowym

Załącznik nr 3 Scenariusz badania fokusowego prowadzonego z młodzieżą publicznych bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych

Załącznik nr 4 Scenariusz do indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) z młodzieżą publicznych bydgoskich szkół ponadgimnazjalnych

Załącznik nr 5 Kwestionariusz ankiety „*Ja online*”

Załącznik nr 6 Kwestionariusz ankiety „*Livestreaming - Moje transmisje na żywo*”

