

Paulina Markiewicz

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

 <https://orcid.org/0000-0002-9176-2144> paulina.markiewicz@amu.edu.pl

FUNKCJE MEDIÓW CYFROWYCH DLA POKOLENIA Z – ROZWAŻANIA NA PODSTAWIE BADAŃ WŁASNYCH

THE FUNCTIONS OF DIGITAL MEDIA FOR GENERATION Z – CONSIDERATIONS BASED ON OUR OWN RESEARCH

DOI: 10.24917/ycee.12142

Abstrakt:

Celem artykułu jest wskazanie roli mediów cyfrowych w życiu młodego pokolenia na podstawie analizy jakościowych badań własnych. Rolę tę pokazano przez pryzmat funkcji, jakie pełnią media cyfrowe w codzienności adolescentów, stanowiąc jednocześnie nieodłączny element ich aktywności. Wyniki badań prowadzonych przez Państwowy Instytut Badawczy NASK jednoznacznie wskazują na dynamiczny wzrost czasu spędzanego w sieci przez młodych ludzi. W porównaniu do innych grup wiekowych wskaźnik ten jest najwyższy dla młodzieży w okresie dorastania. Intensywne użytkowanie mediów cyfrowych nie pozostaje bez znaczenia dla tego etapu rozwojowego, wpływając na procesy komunikacji, zdobywania wiedzy, funkcjonowania w grupach rówieśniczych czy strategię budowania tożsamości. Jest to konsekwencją powszechnego dostępu do sieci oraz mobilności urządzeń elektronicznych. Przemiany technologiczne oraz proces konwergencji mediów, polegający na integracji różnych form przekazu i treści, zmieniają nie tylko sposób odbioru, tworzenia i współdzielenia informacji, ale także tradycyjne funkcje mediów, poszerzając jednocześnie ich zakres. Intensywność przemian w użytkowaniu mediów oraz ich rola w codziennych doświadczeniach dorastającej młodzieży implikują pytania o funkcje, jakie media cyfrowe pełnią dla młodego pokolenia. Artykuł w zamierzeniu prezentuje funkcje mediów w życiu młodzieży na podstawie ich własnych wypowiedzi, zebranych za pośrednictwem wywiadów grupowych. Na zgromadzony materiał badawczy nałożono charakterystyki generacji sieci i odnoszą się one do pokolenia Z. Pozyskane dane wskazują, że media cyfrowe dla młodego pokolenia są narzędziem kreatywności i miejscem inspiracji, pozwalają na wyrażanie siebie i poszukiwanie identyfikacji, dostarczają dużej dozy rozrywki, są źródłem wiedzy, ale też kanałem dezinformacji. Młodzież ma świadomość negatywnych skutków nadmiernego użytkowania mediów, wyraża potrzebę wypracowania narzędzi lub umiejętności weryfikacji przekazu, oraz dostrzega specyfikę negatywnych mechanizmów grupowych zachodzących w mediach.

Słowa kluczowe: media cyfrowe, media społecznościowe, funkcje mediów, adolescenci, pokolenie Z.

Abstract:

The aim of this article is to highlight the role of digital media in the lives of the younger generation based on an analysis of qualitative research. I demonstrate this role through the prism of the functions that digital media perform in the everyday lives of adolescents, while also being an integral part of their activities. The results of research conducted by the NASK State Research Institute clearly indicate a dynamic increase in the amount of time young people spend online. Compared to other age groups, this indicator is highest for adolescents. Intensive use of digital media is not without significance for this stage of development, influencing the processes of communication, knowledge acquisition, functioning in peer groups, and identity-building strategies. This is a consequence of widespread access to the Internet and the mobility of electronic devices. Technological changes and the process of media convergence, which involves the integration of various forms of communication and content, are changing not only the way information is received, created, and shared, but also the traditional functions of the media, while expanding their scope. The intensity of changes in media use and their role in the everyday experiences of adolescents raise questions about the functions that digital media perform for the younger generation. This article aims to present the functions of media in the lives of young people based on their own statements, collected through group interviews. I apply the characteristics of the network generation to the collected research material and relate them to Generation Z. The data obtained indicate that digital media are a tool for creativity and a source of inspiration for the younger generation, allowing them to express themselves and seek identification, providing a great deal of entertainment, and serving as a source of knowledge, but also a channel for misinformation. Young people are aware of the negative effects of excessive media use, express the need to develop tools or skills to verify the message, and recognize the specificity of negative group mechanisms occurring in the media.

Keywords:

Digital Media, Social Media, Media Functions, Adolescents, Generation Z.

Wśród badań prowadzonych w obszarze aktywności młodzieży w mediach cyfrowych można wyróżnić trendy badawcze skupiające się na: 1) powszechności, czasie i strategiach użytkowania mediów (np. użytkowanie mediów jako czynność główna lub/i towarzysząca, preferowane portale i aplikacje, zakres i pory użytkowania) (NASK, 2023; Dębski i Bigaj, 2019); 2) kompetencjach cyfrowych młodych użytkowników (Jabłońska, 2024; Pyżalski i in., 2023); 3) ryzykach i zagrożeniach, w tym zjawisku cyberprzemocy, problematycznym użytkowaniu mediów cyfrowych oraz zagrożeniu dobrostanu psychicznego (Khalaf i in., 2023; Pyżalski, 2012; Włodarczyk i Makaruk, 2019); 4) roli mediów w socjalizacji i rozwoju, np. w ujęciu tożsamościowym, budowaniu interakcji czy postrzeganiu własnego ciała (Jarczyńska, 2021; Denner i Martinez, 2019). Literatura przedmiotu podejmuje także zagadnienie funkcjonalności mediów cyfrowych, jednak w ograniczonym zakresie i często w odniesieniu do ich tradycyjnego ujęcia. Dominuje podejście ilościowe i diagnostyczne, które nie uwzględnia w pełni subiektywnego punktu widzenia młodego pokolenia. W prowadzonych analizach brakuje

miejsca na szersze wypowiedzi badanych oraz perspektywę rozumienia roli mediów cyfrowych przez pryzmat potrzeb młodzieży. Próbę takiego ujęcia badawczego podjęto w wywiadach grupowych, których rezultaty wskazano w poniższym artykule.

Media cyfrowe i pokolenie Z

Istotą mediów cyfrowych jest (niemal nieograniczona) możliwość dostępu do informacji, uczestnictwa w wydarzeniach oraz ich obserwacji natychmiastowo, w czasie rzeczywistym, bez względu na miejsce i odległość, w jakim przebywają nadawcy i odbiorcy tych treści (Levinson, 2010; McQuail, 2012). Tym, co wyróżnia media cyfrowe, jest zmiana znanego nam dotychczas modelu komunikacji, charakterystycznego dla mediów masowych – ich użytkownik przestaje być biernym odbiorcą, pozbawionym możliwości reagowania na nadawany komunikat. Specyfiką mediów cyfrowych jest także dostępność usługi niezależnie od kanału transmisyjnego – telefonu komórkowego, komputera, telewizora czy też

innego nośnika. Jest to konsekwencją procesu konwergencji mediów – integracji różnych kanałów, form przekazu i treści (Kulisiewicz, 2007; Szpunar, 2008). Zmienia się sposób odbioru, tworzenia i współdzielenia informacji. Modyfikacji ulegają tradycyjne funkcje mediów, których zakres się poszerza.

Inkluzywność i powszechny dostęp do mediów cyfrowych znajduje odzwierciedlenie w cyfrowych koncepcjach generacyjnych (Friedrich i in., 2011; Seemiller i Grace, 2016; Twenge, 2017, 2020; McCrindle i Fell, 2019) zakładających, iż rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych i sposób ich użytkowania wyznaczają wspólnotę doświadczeń pokoleniowych. W przeciwieństwie do poprzednich pokoleń, które musiały uczyć się rozumienia i funkcjonowania mediów cyfrowych, przy ograniczonym do nich dostępie, wyróżnione Pokolenie Z¹ rozwijało się w bezpośrednim z nimi kontakcie z możliwością mobilnego użytkowania. Pokolenie to charakteryzuje się szczególnym podejściem do sieciowości ze względu na znaczący postęp w rozwoju technologii cyfrowych w czasie jego narodzin i okresu dorastania (Jabłońska, 2024). Proces dojrzewania tego pokolenia przebiega w rzeczywistości współdzielonej z tą internetową. Internet jest naturalnym środowiskiem rozwoju młodzieży, a w przestrzeni sieciowej realizuje się cały kompleks potrzeb społecznych jednostki – założenie to wskazuje, iż socjalizacja odbywa się jednocześnie i równolegle w świecie realnym i wirtualnym (czyli w rzeczywistości hybrydowej). Zarówno społeczeństwo, jak i społeczności wirtualne wyznaczają standardy i typowe cechy społeczne jednostek (język, system wartości, obraz świata, sposoby zachowań) (Surina i Chrzanowska-Gancarz, 2022). Dodatkowo media cyfrowe zyskały nowe miejsce w warunkach pandemicznych, stając się głównym narzędziem

komunikacji i kontroli, a także nowej organizacji interakcji edukacyjnych. Zmieniając przestrzeń edukacyjną, media cyfrowe intensywnie wkroczyły w relacje pomiędzy podmiotami systemu nauczania, więzi rówieśnicze i obszar praktyk codziennych (Czerepaniak-Walczak, 2020).

Don Tapscott, pisząc o generacji sieci, wskazał na siedem cech pokolenia, które wiąże bezpośrednio ze sposobami użytkowania mediów cyfrowych i wykorzystywania ich w życiu zawodowym i codziennym. Autor opisał pokolenie sieci na podstawie obserwacji generacji Y² społeczeństwa amerykańskiego i kanadyjskiego, jednak wyróżnione charakterystyki literatura odnosi także do pokolenia Z, pokazując obszary różnic i zbieżności. Zakres porównań generacyjnych warunkowany jest np. poziomem rozwoju gospodarczego i techniczno-technologicznego danego kraju (Jabłońska, 2024; Peszko, 2016). Tapscott zauważa, że młodzież sieci charakteryzuje się odmiennymi, nowymi nawykami medialnymi, które przenosi na pozostałe sfery życia, rozrywkę, konsumpcję czy pracę zawodową. Adaptacja tych nawyków na obszary pozamedialne dotyczy oczekiwań np. wobec produktów, polityków czy pracodawców oraz sposobów funkcjonowania, spędzania czasu wolnego bądź schematów podejmowania decyzji (Tapscott, 2010). Autor charakteryzuje pokolenie sieci jako zbiorowość ceniącą sobie możliwość wyboru, z czym wiąże się wysoki stopień poczucia wolności, a przy tym potrzeba dostosowywania i personalizowania przekazów czy produktów do własnych oczekiwań. Jest to pokolenie innowacyjne, sprawnie dostosowujące się do zmieniających się technologii, ale i wykorzystujące media jako narzędzie do działań twórczych. Osoby te dodatkowo charakteryzuje szybsze tempo życia, w tym gromadzenia i przetwarzania informacji, co wykształca w nich również umiejętność weryfikacji prawdziwości treści. Dodatkowo pokolenie

¹ W literaturze przedmiotu i publicystyce pokolenie to bywa określane także jako cyfrowe (*digital*), globalne (*global*), społeczne (*social*), mobilne (*mobile*), podłączone (*connected*) czy wizualne (*visual*) (McCrindle i Fell, 2019; Twenge, 2017, 2020; Jabłońska, 2024; Jarczyńska, 2021).

² Pokolenie Y jest pokoleniem według literatury poprzedzającym pokolenie Z (McCrindle i Fell, 2019; Twenge, 2017, 2020; Jabłońska, 2024; Jarczyńska, 2021).

to ma dość dużą potrzebę rozrywki, którą zaspokaja za pośrednictwem mediów. Korzystając z oferty rozrywkowej mediów cyfrowych, młodzi użytkownicy często wykonują jednocześnie swoje zobowiązania edukacyjne czy zawodowe – zdaniem Tapscotta pokolenie sieci charakteryzuje wielozadaniowość i umiejętność podejmowania kilku aktywności jednocześnie.

Funkcje mediów

Media cyfrowe to dla młodego pokolenia przede wszystkim media społecznościowe, których popularność i funkcje zmieniają się wraz z ich rozwojem. Powszechność ich użytkowania rozpatrywana jest w kategoriach nawyku (Elkatmiś, 2024), a funkcjonalność ma wymiar wieloaspektowy i wykracza poza funkcje, będące pierwotnym założeniem ich powstania – np. YouTube, który początkowo funkcjonował jak strona udostępniania filmów zorientowanych na rozrywkę, przekształcił się w platformę, która obsługuje także treści edukacyjne (Duffy, 2008). Media cyfrowe nieustannie zmieniają się, dostosowując swoje przeznaczenie do potrzeb użytkowników.

Podstawową funkcją mediów cyfrowych (dzieloną także z mediami tradycyjnymi) jest funkcja **informacyjna** i **rozrywkowa**. Pierwsza z nich polega na zaspokajaniu ciekawości i dostarczaniu informacji o zjawiskach i procesach zachodzących w świecie – media cyfrowe pozwalają na pozyskiwanie bieżących informacji z wielu źródeł. Druga ukierunkowana jest na dostarczanie przyjemności i pozwala na emocjonalne odreagowanie (Dobrowolowicz, 2014).

Media społecznościowe są łatwym i prostym narzędziem społecznego uczestnictwa, a aplikacje i komunikatory ułatwiają interakcję i komunikację (Boniel-Nissim i in., 2022) – w tym przypadku mówimy o **funkcji komunikacyjnej** i **partycypacyjnej** mediów. Jest to ten obszar funkcjonalności mediów, który różnicuje media tradycyjne i masowe oraz cyfrowe, lecz może implikować,

poprzez określone wzory użytkowania, konsekwencje dla dobrostanu jednostki. Ciągła możliwość użytkowania mediów społecznościowych, dzielenia się treścią i obserwowania aktywności innych osób („bliskość” mediów) przyczynia się do nawykowego sprawdzania tego, co zaistniało w równoległej, wirtualnej rzeczywistości. Relacjonowaniu i śledzeniu wydarzeń, przeżyć towarzyszy także obawa przed ominięciem doświadczeń, w których uczestniczą inni. FoMO (*Fear of Missing Out*) jest zjawiskiem, które dotyka części młode pokolenie. Lęk ten charakteryzuje się chęcią ciągłego podglądania tego, co robią i mówią pozostali uczestnicy grupy, społeczności, do której przynależy jednostka. Obawa przed pominięciem istotnych informacji bądź doświadczeń, rozmów (których znaczenie nadawane jest przez samo zaistnienie w mediach społecznościowych) w większej mierze dotyczy osób młodych (w tym mężczyzn) (Przybylski i in., 2013; Berelowitz, 2012). Dodatkowym problemem generowanym przez media społecznościowe jest fakt, iż obrazy i treści w nich prezentowane są wyidealizowane i zachęcają do stosowania porównań, co może wpływać na samoocenę obserwujących (Vogel i in., 2014; Valkenburg i in., 2021). Media upowszechniają określone standardy kryteriów wyglądu, piękna czy atrakcyjności (Holmqvist i in., 2013), a ciągle porównywanie się do osób, których wizerunek jest masowo obserwowany, wywołuje silną frustrację na poziomie emocjonalnym (Buchner i in., 2021) i wiąże się z występowaniem zaburzeń powiązanych z niską samooceną, depresją, lękiem społecznym czy zaburzeniami odżywiania (Nye i Cash 2006, 2014; Jarczyńska, 2021).

Funkcja **kreacyjna** to specyficzna funkcja mediów cyfrowych, dzięki której (aktywni) użytkownicy mogą prezentować swoją twórczość, treści, komunikaty i wiedzę oraz budować wokół nich społeczności (Kaplan i Haenlein, 2010; Kietzmann i in., 2011). Z tej funkcji mediów społecznościowych najczęściej korzystają osoby pokolenia Z, które aktywnie tworzą swoje cyfrowe tożsamości i w kreatywny sposób konstruują swoje

przekazy (Seemiller i Grace, 2016; Jarczyńska, 2021).

Wyróżnione funkcje mediów cyfrowych nie wyczerpują pełnego katalogu funkcji przypisywanych ogółowi mediów. Wskazano natomiast tę grupę funkcji, która przesądza o specyfice zarówno mediów cyfrowych, w tym społecznościowych, jak i ich użytkowników. Opisane funkcje zostały wykorzystane w analizie zgromadzonego materiału badawczego.

Metoda

W analizie wykorzystano wypowiedzi młodzieży zgromadzone w trakcie zogniskowanych wywiadów grupowych zrealizowanych w dwóch województwach: wielkopolskim i podkarpackim³. Dobór uczestników miał charakter celowy. W badaniu wzięli udział uczniowie w wieku 15–18 lat z trzech typów szkół ponadpodstawowych. Dla zróżnicowania danych badania przeprowadzono zarówno w miastach wojewódzkich, jak i powiatowych. W rezultacie poddano analizie materiał z czterech studwudziestominutowych wywiadów grupowych. Wywiady grupowe jako technika jakościowa pozwalają na eksplorację podejmowanych zagadnień badawczych. Stwarzają możliwości

zebrania danych od kilku osób jednocześnie oraz pozwalają skupić się na rozpoznaniu i zrozumieniu postaw czy potrzeb na podstawie przytaczanych indywidualnych doświadczeń. Badanie realizowano w ramach projektu badawczego finansowanego z programu ID-UB UAM (Inicjatywa Doskonałości – Uczelnia Badawcza), którego celem było uzyskanie informacji na temat tego, *co jest dla młodzieży ważne*. Główne założenia badawcze koncentrowały się na subiektywnym rozumieniu wartości w różnych obszarach życia i aktywności młodzieży. Scenariusz wywiadu zawierał zarówno pytania otwarte, jak i techniki projekcyjne, które pozwoliły na indywidualną wypowiedź w odniesieniu do kwestii uznanych przez badacza za bardziej wrażliwe. Kluczowe pytania badawcze w kontekście roli mediów cyfrowych w życiu młodzieży, które postawiono to: 1) Zaspokojenia jakich potrzeb młodzież poszukuje za pośrednictwem mediów cyfrowych (czy są to funkcje mediów: informacyjna, edukacyjna, rozrywkowa, społeczna)? 2) W jaki sposób młodzież wykorzystuje media cyfrowe do komunikacji i budowania relacji społecznych? 3) Jakie znaczenie mają media cyfrowe w procesie uczenia się i poszerzania wiedzy wśród młodzieży?

Prócz zarysowanego powyżej zakresu badawczego, tematyka wywiadu skupiała się na wartościach młodzieży, aktywnościach w pozostałych kontekstach socjalizacyjnych (rodzina, szkoła, grupa rówieśnicza, organizacje społeczne) oraz aspiracjach i dążeniach młodzieży. W zależności od przebiegu wywiadu media cyfrowe jako oczywisty obszar funkcjonowania młodzieży przywoływane były przy różnych zagadnieniach badawczych zarówno przez samych badanych, jak i moderatora.

Analiza danych na podstawie badań własnych

Zgromadzony materiał pozwolił wyodrębnić media jako istotny obszar aktywności badanych.

³ Dobór celowy ze względu na zmienne: wiek, typ szkoły, region oraz wielkość miejscowości funkcjonowania szkoły (powiat/miasto wojewódzkie) podyktowany jest dążeniem do uzyskania zróżnicowanej reprezentacji młodzieży w wywiadach fokusowych. Uzasadnienie wyboru regionu, typu szkoły i miejscowości funkcjonowania szkoły odnajdziemy: 1) w wynikach wyborów do Sejmu i Senatu, wskazujących na podział terytorialny kraju ze względu na preferencje polityczne (<https://wb-data.pl/wybory-2023-mapy/>); 2) we wskaźnikach religijności oraz uczestnictwa w lekcjach religii (*Annuario Statisticum Ecclesiae in Polonia*. Dane za rok 2023); 3) w szczegółowych analizach wykonanych samodzielnie na podstawie bazy danych CBOS „Młodzież 2021”, udostępnionej przez Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom, która wskazuje na istotne statystycznie zmienne: poglądy polityczne, wartości oraz podejścia do kwestii aborcji, religii i akceptacji osób LGBT+.

Analizę przeprowadzono pod kątem roli, jaką media cyfrowe zajmują w codziennym życiu adolescentów, oraz charakterystyk pokolenia powiązanych ze specyfiką funkcjonowania w rzeczywistości współdzielonej. Doświadczenia młodych osób pokazują, że w naturalny sposób żyją oni w środowisku hybrydowym – to, co realne i to, co wirtualne jest równie ważne, stanowi jeden świat. Bycie online nie jest już działaniem wyraźnie odrębnym od bycia offline. Możemy raczej mówić o różnych sposobach bycia online (Formejster i Messyas, 2020). Potwierdzają to wypowiedzi badanych, którzy sami myślą o sobie jak o pokoleniu, które wyróżnia pewna specyfika obcowania z mediami cyfrowymi, co w konsekwencji przekłada się na charakter podejmowanych aktywności, relacji i wzorów postępowania. Media cyfrowe towarzyszą nastolatkom w niemal wszystkich aktywnościach życia codziennego – telefon jest ostatnią rzeczą, którą użytkują przed zaśnięciem i pierwszą, po którą sięgają po przebudzeniu.

Badani zostali poproszeni o wypisanie kilku cech charakteryzujących ich jako młodzież współczesną, jak siebie widzą, co ich cechuje, być może wyróżnia w stosunku do innych pokoleń. Wypowiedzi sklasyfikować można w kategoriach pozytywnie i negatywnie wyróżniających. Prócz innych punktów odniesienia, media (sposób ich użytkowania, znaczenie, postrzeganie) pojawiły się jako główny wyznacznik charakterystyki młodego pokolenia. W tym aspekcie młodzież określa się jako bardziej otwartą i kreatywną, a media cyfrowe są narzędziem realizacji i prezentacji tych twórczych działań (**funkcja kreacyjna**). Wypowiedzi młodzieży wpisują się w specyfikę generacji sieci wyróżnioną przez Tapscotta. Otwartość, innowacyjność i dążenie do wolności to cechy, które w ujęciu tego autora wyróżniają wspomniane pokolenie – pewne wzory zachowań i oczekiwania wykreowane przez powszechny dostęp do mediów cyfrowych oraz ich możliwości przenoszą się na inne obszary aktywności młodzieży (Tapscott, 2010), pełniąc jednocześnie funkcje prorozwajowe. W postrzeganiu młodzieży wspomniane

cechy pozytywnie wyróżniają to pokolenie na tle starszych generacji. Badani, porównując siebie do swoich rodziców czy dziadków, widzą siebie jako mniej zachowawczych, chętniej podejmujących ryzyko i bardziej twórczych.

Uważam, że jesteśmy bardziej kreatywni i otwarci na zmiany i poznawanie nowego. Chętniej też podejmujemy ryzyko, nie boimy się zmian i nowości – inne pokolenia w tym wieku były bardziej zamknięte, poukładane, trzymały się tego, co znały. Internet w nas to zmienił, nam to dał (Dp24)⁴.

Ja dodatkowo się uczę i dużo czerpię ze sposobów robienia makijażu, tam szukam inspiracji i patrzę, jak robią to inni. Wybieram sobie to, co mnie interesuje. Mogę później pokazać, jak ja to zrobiłam (Kf07).

Nasze pokolenie jest bardziej otwarte, może nie na drugiego człowieka, chociaż też... [...], ale na szukanie nowego, próbowanie (a dlaczego nie?), no i dopasowanie do siebie: pasuje mi to albo nie. Jesteśmy bardziej samodzielni i niezależni. Na pewno mamy większy wybór i z niego korzystamy [...]. (Hm12).

Media, a w szczególności media społecznościowe, są miejscem inspiracji do działań – pełnią **funkcję motywującą**, głównie poprzez publikowane w nich treści i obrazy. Co ciekawe, młodzież ma świadomość wyidealizowanych przekazów, dostrzegając w nich zarówno potencjał aktywizujący, jak i generujący mechanizm ciągłych porównań, który wpływać może na samopoczucie jednostki. Wypowiedzi badanych wskazują jednocześnie na pozytywny i negatywny aspekt tej funkcji. To, co przyswajają w przekazach, jest dla nich inspirujące, pomaga nadać kształt aspiracjom i wyznaczyć cele, zmotywować do pracy. Jednocześnie badani wyrażają przekonanie, że publikowane przekazy nie uwzględniają często

⁴ Przyjęty sposób kodowania cytatów: litera imienia uczestnika badań wraz z literą przyjętego pseudonimu i cyfrą/liczbą nadaną przez badacza.

porażek, a ciągły mechanizm porównywania może generować negatywne efekty.

Dlaczego to cały czas oglądamy? Wiemy, że to nie jest prawdziwe, że wszyscy znajomi i inne osoby pokazują wszystko idealne, to jest nieprawdziwe, trochę sztuczne, ale i tak dobrze jest to obserwować. Nikt nie pokazuje swoich porażek i tego, co mu nie wyszło, ja też. . . Przyjemnie jest po prostu oglądać to, co idealne, ładne (Dgo6).

Ten wyidealizowany styl życia w social mediach jest nieprawdziwy, ale może daje nam taką wiarę, że może warto pracować i do tego dążyć, starać się, bo tak może być. Pokazuje się nam, jak możemy żyć (Pb25).

W kategorii funkcji prorozwojowych mieści się także **funkcja informacyjna**. Co ciekawe badani częściej wskazywali na pozyskiwanie z Internetu informacji pomagających w organizacji życia codziennego oraz zbieżnych z zainteresowaniami niż w odniesieniu do realizacji obowiązków szkolnych. Badana młodzież podkreślała, iż powszechny dostęp do sieci i najnowszych rozwiązań, takich jak ChatGPT, to ogromne ułatwienie, ale i wyzwanie. To niewątpliwie pozytywna cecha mediów pełniących funkcję nośnika informacji. Badani dostrzegają również aspekt negatywny. Czują się atakowani nadmiarem informacji, a dodatkowo liczba źródeł i komunikatów wymusza konieczność ciągłej ich weryfikacji. Tapscott stosuje określenie bacznej obserwacji jako umiejętność pokolenia sieci do oceny rzetelności źródeł i rozróżnienia informacji prawdziwych i fałszywych (zdolność oddzielania prawdy od fikcji). Z jednej strony, trudno się nie zgodzić, iż narzędzia internetowe umożliwiają weryfikację informacji i dają możliwości głębszego zrozumienia zjawisk czy procesów. Z drugiej jednak, badania nad kompetencjami cyfrowymi dowodzą, iż zakres umiejętności krytycznej analizy informacji pozyskiwanych w Internecie jest na wiele niższym poziomie, niż są o tym przeświadczeni użytkownicy (Jabłońska, 2024). Sami badani mają świadomość wielości źródeł informacji,

funkcjonowania algorytmów, stosowania tricków marketingowych przez influencerów, ale mimo faktu, iż – jak sami przyznają – nie zawsze potrafią dobrze ocenić wiarygodność treści, oczekują autentyczności i prawdziwości komunikatów, które do nich docierają.

Nam jest trudno ocenić, czy ci wszyscy ludzie i te rolki, co oglądamy, to pokazują taki prawdziwy styl życia, czy dostają za to kasę. Dobrze byłoby wiedzieć, wierzyć, że to, co robią, jest prawdą. [. . .] no na pewno ci, co są bardziej wiarygodni są też bardziej popularni [. . .], ale też mają wtedy więcej reklam i sam już nie wiesz (Aco1).

Warto zauważyć, iż **funkcja komunikacyjna** mediów jest postrzegana przez badanych w specyficzny sposób. Kontakt zapośredniczony przez media cyfrowe z rodziną, nauczycielami czy grupą rówieśniczą stanowi tak powszechny element codzienności, iż jako odrębny aspekt komunikacji ujawnił się wyłącznie w odniesieniu do negatywnych procesów grupowych obejmujących element wykluczenia, *cyberbullyingu* i innych form przemocy w Internecie.

Niestety social media powodują także to, że bardzo łatwo można kogoś zniszczyć, wykluczyć, nawet w jednej klasie to może się zdarzyć, że nagle ktoś jest zablokowany i pomijany. [. . .] Przecież coraz więcej mówi się o depresjach, samotności, zdrowiu psychicznym (Ak21).

Nie postrzegam tego tak, że samo korzystanie z Internetu powoduje jakieś problemy ze zdrowiem psychicznym, ale to, co mogą zrobić inne osoby. Sami wystawiamy się na ocenę i publikujemy niemal wszystko, a ludzie w Internecie uważają, że są anonimowi i mogą gnębić cię zupełnie bez powodu, tak dla funu, dla zabawy (Mn19).

Podstawową funkcją mediów cyfrowych dla badanej młodzieży pozostaje **funkcja rozrywkowa** – realizowana najchętniej w formie scrollowania mediów społecznościowych. Zajmuje ona najwięcej czasu i wydaje się być skoncentrowana na użytkowaniu mediów społecznościowych,

aplikacji muzycznych, rzadziej platform streamingowych – tak wynika z wypowiedzi badanych. Internet dostarcza wielu form rozrywki, a młode pokolenie – zdaniem Tapscotta – poprzez wyuczone nawyki użytkowania mediów cyfrowych nabyło umiejętność angażowania się w wiele czynności jednocześnie i łączenia czasu pracy z rozrywką. Obserwacja ta w samej ocenie badanych wydaje się wątpliwa – badani wskazują na ograniczone możliwości skupienia uwagi i brak efektywności w podejmowaniu wielu zadań równolegle. Owszem, korzystanie na zajęciach lekcyjnych z popularnych aplikacji – zdaniem badanych – jest powszechne, ale skutkuje brakiem koncentracji na omawianych zagadnieniach. Z kolei młodzi ludzie dostrzegają, iż umiejętności nabyte w użytkowaniu mediów cyfrowych pozwalają na sprawne, szybkie rozwiązywanie problemów, przy wykorzystaniu tychże mediów.

Social media to dla mnie rozrywka, oderwanie. Potrafię, chyba nawet tak bezmyślnie, scrollować, wiem, że to odmóżdżacz, ale nie mogę się oderwać [..]. To mnie pochłania i trudno mi przestać [..] (Mdo8).

To daje nam dopaminę, chyba uzależnia, tak mi się wydaje, ale sprawia przyjemność. Czasami, chyba jednak często, tracę poczucie czasu. Później mam takie poczucie... sam nie wiem, ciężko mi się wziąć za inne rzeczy, zadania, nie mogę się skupić na tym, co jeszcze muszę zrobić (Op11).

Podsumowanie

Zgromadzony materiał badawczy pozwolił spojrzeć na młodzież przez pryzmat cech wyróżniających pokolenie sieci, które wskazał Tapscott. W wypowiedziach badanych wyróżnia się: dążenie do innowacyjności, konieczność bacznej obserwacji (oceny pozyskiwanych informacji), potrzebę rozrywki, wiarygodność i dążenie do wolności połączonej z otwartością na zmiany. Młodzież widzi siebie jako pokolenie innowacyjne i kreatywne. Cechy te powiązać można bezpośrednio

z rozwojem i możliwościami, jakie dają im media cyfrowe oraz kompetencjami, które nabyli w sposobie użytkowania mediów. To, jak młodzież postrzega siebie jako pokolenie, jest z pewnością bardzo inspirujące badawczo. Młodzież, z jednej strony, bardzo refleksyjnie odnosi się do zagadnień związanych z koniecznością oceny rzetelności informacji, negatywnymi procesami grupowymi (jak cyberprzemoc), związanym z tym zdrowiem psychicznym nastolatków, oraz do problemu nadmiernego użytkowania mediów społecznościowych. Z drugiej jednak przyznaje, iż poświęca niekontrolowanie dużo czasu na przeglądanie kolejnych filmików na TikToku, a sam telefon użytkuje kosztem snu i innych obowiązków.

Funkcje, jakie media cyfrowe pełnią w życiu młodego pokolenia, mogą nie różnić się zasadniczo od tych, które występują w życiu starszych generacji, jednak sposób i konsekwencje ich użytkowania oraz miejsce w budżecie czasu codziennych aktywności, są odmienne. Rola mediów cyfrowych w życiu młodzieży jest znacząca. Są one dla młodych osób zarówno obszarem działań twórczych, jak i poszukiwania inspiracji. Funkcja motywująca i kreacyjna są jednymi z najistotniejszych i najczęściej podkreślanych przez badaną młodzież. Tradycyjne funkcje mediów – informacyjna i rozrywkowa – są najbardziej czasochłonne. Pierwsza, wspiera – zdaniem badanych – rozwój własnych zainteresowań bardziej niż procesy edukacyjne, druga pozwala na „oderwanie się” od obowiązków. W zakresie komunikacji media służą podtrzymywaniu relacji z grupą rówieśniczą, mogą też stać się narzędziem negatywnych mechanizmów grupowych. Przeprowadzone badania nie koncentrowały się wyłącznie na mediach, tym bardziej zagadnienia, które pojawiały się jako mniej rozpoznane badawczo (świadome ograniczanie użytkowania mediów cyfrowych – bycie offline, rezygnacja z nadmiaru bodźców czy uczestnictwa w wydarzeniach) wydają się istotne dla dalszych analiz. Takie charakterystyki pokolenia sieci, jak potrzeba wiarygodności, wielozadaniowość czy dopasowanie (także mediów cyfrowych) do

własnych potrzeb, także mogą stać się punktem wyjścia empirycznych odniesień w stosunku do pokolenia Z.

Bibliografia:

- Bendyk, E., Filiciak, M., Hofmokl, J., Kulisiewicz, T., Tarkowski, A. (2007). Konwergencja w komunikacji elektronicznej i jej wpływ na operatorów, media i odbiorców. W: E. Bendyk (red.), *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*. Polskie Wydawnictwo Audiowizualne. Pozyskano z: https://kpbc.umk.pl/Content/45368/Raport_Kultura_2.0.pdf [dostęp: 19.02.2025].
- Berelowitz, M. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*. J. Walter Thompson Company. Pozyskano z: <https://de.slideshare.net/jwtintelligence/the-fear-of-missing-out-fomo-march-2012-update> [dostęp: 14.11.2024].
- Boniell-Nissim, M., van den Eijnden, R.J.J.M., Furstova, J., Marino, C., Lahti, H., Inchley, J., Šmigelskas, K., Vieno, A., Badura, P. (2022). International perspectives on social media use among adolescents: Implications for mental and social well-being and substance use. *Computers in Human Behavior*, 129, artykuł 107144. Pozyskano z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563221004672> [dostęp: 19.02.2025].
- Buchner, A., Müller, A., Urbańska, A., Wierzbicka, M. (2021). Wpływ korzystania z social mediów na postrzeganie swojego ciała przez nastolatki/ków. *Raport z badań 2021*. Pozyskano z: <https://fdcs.pl/co-robimy/raporty-zo-badan/2021-2/wpływ-korzystania-z-social-mediów-na-postrzeganie-swojego-ciała-przez-nastolatki-ków.html> [dostęp: 21.12.2024].
- Denner, J., Martinez J. (2019). Children and Youth Making Digital Media for the Social Good: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. W: B. Guzzetti, M. Lesley (red.), *Civic Engagement and Politics* (s. 946–965). Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/330065742_Children_and_Youth_Making_Digital_Media_for_the_Social_Good_Concepts_Methodologies_Tools_and_Applications [dostęp: 21.09.2025].
- Dębski, M., Bigaj M. (2019). *Młodzi Cyfrowi. Nowe technologie. Relacje. Dobrostan*. Fundacja Dbam o Mój Z@sięg. Pozyskano z: <https://dbam-omojzasieg.pl/wp-content/uploads/2019/12/Młodzi-Cyfrowi.-Nowe-technologie.-Relacje.-Dobrostan-ksiazka.pdf> [dostęp: 14.09.2025].
- Dobrołowicz, J. (2014). Mediatyzacja współczesności a procesy socjalizacji i wychowania. *Paedagogia Christiana*, 34(2), 137–154. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/281507294_Mediatyzacja_wspolczesnosci_a_procesy_socjalizacji_i_wychowania [dostęp: 14.06.2025].
- Duffy, P. (2008). Engaging the YouTube Google-eyed generation: strategies for using web 2.0 in teaching and learning. *Electronic J. e-Learn*, 6, 119–130. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/228350311_Engaging_the_YouTube_Google-Eyed_Generation_Strategies_for_Using_Web_2.0_in_Teaching_and_Learning [dostęp: 17.06.2025].
- Elkatmı, M. (2024). Examination of social media usage habits of generation Z. *Frontiers in Psychology*, 15, 1–11. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/382291323_Examination_of_social_media_usage_habits_of_generation_Z [dostęp: 19.02.2025].
- Formejster, A., Messyas, K. (2020). Youtuberzy kreujący styl życia i zdrowia młodzieży. Nowe media jako narzędzie indywidualizacji odpowiedzialności za zdrowie. W: P. Siuda, M. Pluta (red.), *Internet, zdrowie i choroba – powiązania społeczne, kulturowe i edukacyjne*. Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.
- Friedrich, R., Peterson, M., Koster, A., (2011). *The Rise of Generation C*. Pozyskano z: <http://www.strategy-business.com/article/11110?pg=all#authors> [dostęp: 14.05.2025].
- Holmqvist, K., Frisén, A., Anderson-Fye, E. (2014). Body image and child well-being. W: A.B. Arie, F. Casas, I. Frønes, J.E. Korbin, *Handbook of child well-being* (s. 2409–2436). Springer Editors. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/262583780_Body_Image_and_Child_Well-Being [dostęp: 02.02.2025].
- Jabłońska, M. (2024). *Kompetencje medialne generacji Z. Pomiar – diagnoza – kształcenie*. Wydawnictwo Naukowe FNCE. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/38525402_Kompetencje_medialne_generacji_Z_Pomiar_-_diagnoza_-_ksztalcenie [dostęp: 14.02.2025].
- Jarczyńska, J. (2021). *Tożsamość młodzieży w świecie mediów cyfrowych: znaczenie i funkcje mediów cyfrowych w procesie kreowania tożsamości dorastających osób*. Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/358785601_Tozsamosc_mlodziwzy_w_swiecie_mediow_cyfrowych [dostęp: 01.09.2023].
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/2224093703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media [dostęp: 16.02.2025].
- Khalaf, A.M., Alubied, A.A., Khalaf, A.M., Rifaey, A.A. (2023). The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults: A Systematic Review. *Cureus*, 15(8), artykuł e42990. Pozyskano z: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10476631/> [dostęp: 10.09.2025].
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I.P., Silvestre, B.S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 241–251. Pozyskano z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681311000061> [dostęp: 17.02.2025].
- Levinson, P. (2010). *Nowe, nowe media*. Wydawnictwo WAM.
- McCrindle, F. (2019). *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation*. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/335159678_Understanding_Generation_Z_Recruiting_Training_and_Leading_the_Next_Generation [dostęp: 01.05.2025].
- McQuail, D. (2012). *Teoria komunikowania masowego*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- NASK (2023). *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów i rodziców*. NASK. Pozyskano z: <https://www.nask.pl/magazyn/nastolatki-3-0-raport-z-ogolnopolskiego-badania-uczniow-i-rodzicow> [dostęp: 19.09.2025].
- Nye, S., Cash, T.F. (2006). Outcomes of Manualized Cognitive-Behavioral Body Image Therapy with Eating Disordered Women Treated in a Private Clinical Practice. *Eating Disorders*, 14, 31–40. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/profile/Stacey-Nye-2/publication/7026461_Outcomes_of_Manualized_Cognitive-Behavioral_Body_Image_Therapy_with_Eating_Disordered_Women_Treated_in_a_Private_Clinical_Practice/links/549268090cf2ac83c53dc1d5/Outcomes-of-Manualized-Cognitive-Behavioral-Body-Image-Therapy-with-Eating-Disordered-Women-Treated-in-a-Private-Clinical-Practice.pdf [dostęp: 21.01.2025].
- Peszek, K. (2016). Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji. Marketing i Zarządzanie. *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 4(45), 361–370. Pozyskano z: <https://bazhum.muzhp.pl/media/texts/marketing-i-zarzadzanie-d-problemy-zarzadzania-finansow>

- i-marketingu/2016-numer-4-45/marketing_i_zarzadzanie_d_problemy_zarzadzania_finansow_i_marketingu-r2016-t-n4_45-s361-370.pdf [dostęp: 24.05.2025].
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848. Pozyskano z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800> [dostęp: 02.02.2025].
- Pyżalski, J. (2012). From cyberbullying to electronic aggression: typology of the phenomenon. *Emotional and Behavioural Difficulties*, 17(3-4), 305–317. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/254267507_From_cyberbullying_to_electronic_aggression_typology_of_the_phenomenon [dostęp: 15.09.2025].
- Pyżalski, J., Walter, N., Iwanicka, A. (2023). Understanding Age-Related Differences in the Development of Digital Communication and Information Skills in Polish Adolescents. *Communication and Social Change*, 12(2[24]), 145–164. Pozyskano z: <https://czasopisma.ignatianum.edu.pl/jpe/issue/view/183> [dostęp: 20.09.2025].
- Seemiller, C., Grace, M. (2016). Generation Z: educating and engaging the next generation of students. *About Campus*, 21, 21–26. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/318823461_Generation_Z_Educating_and_Engaging_the_Next_Generation_of_Students [dostęp: 17.06.2025].
- Surina, I., Chrzanowska-Gancarz, M. (2022). *Młodzież w sieci. (Nie)bezpieczna komunikacja w internecie*. Adam Marszałek.
- Szpunar, M. (2008) Czym są nowe media – próba konceptualizacji. *Studia Medioznawcze*, 4(35), 31–40. Pozyskano z: <https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/9d529cf1-95a6-4d66-8780-ac84d67d154d/content> [dostęp: 21.02.2025].
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Twenge, J. (2017). *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe – i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości – i co to oznacza dla nas wszystkich*. Wydawnictwo: Smak Słowa.
- Twenge, J. (2020). *Pokolenia. Prawdziwe różnice między pokoleniami X, Y, Z, baby boomersami i cichym pokoleniem oraz co one oznaczają dla przyszłości zachodniego świata*. Wydawnictwo Smak Słowa.
- Weaver, J.L., Swank, J.M. (2021). An Examination of College Students' Social Media Use, Fear of Missing Out, and Mindful Attention. *Journal of College Counseling*, 24(2), 132–145. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/352904689_An_Examination_of_College_Students'_Social_Media_Use_Fear_of_Missing_Out_and_Mindful_Attention [dostęp: 21.06.2025].
- Włodarczyk, J., Makruk, K., Skoneczna, P. (2019). *Problematyczne używanie internetu przez młodzież. Raport z badań*. Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/346035944_Problematyczne_uzywanie_internetu_przez_mlodziez [dostęp: 17.09.2025].
- Valkenburg, P.M., Beyens, I., Pouwels, J.L., van Driel, I.L., Keijsers, L. (2021). Social Media Use and Adolescents' Self-Esteem: Heading for a Person-Specific Media Effects Paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 1–23. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/348922521_Social_Media_Use_and_Adolescents'_Self-Esteem_Heading_for_a_Person-Specific_Media_Effects_Paradigm [dostęp: 28.02.2025].
- Vogel, E.A., Rose, J.P., Roberts, L.R., Eckles, K. (2014). Social comparison, social media and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/275507421_Social_comparison_social_media_and_self-esteem [dostęp: 21.02.2025].

