



UNIwersytet  
Warszawski

Wydział Psychologii



Warszawa, 28.11.2023

Prof. dr hab. Dominika Maison

Wydział Psychologii

Uniwersytet Warszawski

## **Recenzja rozprawy doktorskiej magister Magdaleny Iwanowskiej**

Praca doktorska mgr. Magdaleny Iwanowskiej zatytułowana „*Związki pomiędzy korzystaniem z mediów społecznościowych i materializmem oraz aktywizmem nastolatków*” dotyczy interesującego problemu związku korzystania z mediów społecznościowych przez nastolatków i dwóch przeciwstawnych zjawisk: materializmu (ukierunkowanego na siebie) i aktywizmu (ukierunkowanego na innych). Praca jest o tyle ważna, że o obecnych czasach bardzo intensywnego korzystania z mediów społecznościowych przez młodzież warto podejmować dyskusję dotyczącą roli mediów społecznościowych w procesie socjalizacji, które obok rodziców i rówieśników stają się tzw. „trzecią siłą”.

Doktorantka zadaje w pracy wiele ważnych pytań. Kluczowe wydaje się pytanie o konsekwencje różnych rodzajów korzystania z mediów społecznościowych (do czego je wykorzystują) dla funkcjonowania nastolatków, a przede wszystkim tworzenia aspiracji/celów wewnętrznych (niematerialistycznych, jak poczucie wspólnotowości, relacje z innymi, samoakceptacja) vs. zewnętrznych (materialistycznych, jak sukces finansowy, sława,

atrakcyjny wizerunek). Dodatkowo autorka zadaje pytania o kształtowanie się wymienionych aspiracji/celów w zależności od płci oraz poziomu samooceny.

W ramach pracy doktorskiej przeprowadzono sześć badań. Pierwsze trzy dotyczyły konstrukcji Kwestionariusza Funkcji Mediów Społecznościowych i w pewnym sensie można je uznać za badania pilotażowe. Kolejne trzy, które można uznać za badania właściwe to: jedno badanie o charakterze korelacyjnym oraz dwa badania eksperymentalne. Pierwsze badanie właściwe zostało zrealizowane online, pozostałe dwa były zrealizowane bezpośrednio w klasach przy użyciu komputera. Wszystkie badania zostały przeprowadzone na młodzieży w wieku 13-16 lat. W procesie badawczym zadbano również o wszystkie niezbędne zgody komisji etyki oraz zgody rodziców na udział dzieci w badaniach.

**Wprowadzenie teoretyczne.** Wprowadzenie teoretyczne składa się z trzech części: analizy mediów społecznościowych jako środowiska socjalizacji współczesnych nastolatków, materializmu oraz aktywizmu jako efektów medialnych. Praca stanowi bardzo dobry przegląd literatury klasycznej i najnowszej, zarówno ogólnopsychologicznej, jak i konkretnie dotyczącej badanych problemów: mediów społecznościowych, materializmu i aktywizmu. Praca jest bardzo dobrze napisana od strony językowej i zawiera wyczerpujący przegląd literatury. Autorka prezentuje dobre rozumienie omawianych zagadnień oraz przedstawia ich krytyczną analizę. Doktorantka zwraca uwagę na narcystyczny charakter korzystania ze mediów społecznościowych (szczególnie Instagramu), gdzie najważniejsza jest koncentracja na „ja” i udostępnianie takich treści jak: gdzie się jest, co się robi, jak się czuje. I z tego właśnie autorka wywodzi swoje hipotezy badawcze dotyczące związku korzystania z mediów z materializmem i aktywizmem. Zwraca jednak uwagę, że dotychczasowe badania nie pokazują jednoznacznej relacji między konsumpcją mediów a aktywizmem – niekiedy ten związek jest pozytywny, niekiedy negatywny, a czasami nie jest obserwowany. Być może niespójność tych wyników jest konsekwencją różnicy między natężeniem konsumpcji mediów społecznościowych, a rodzajem tej konsumpcji (z czego się korzysta, do jakich celów i w jaki sposób).

Z części teoretycznej są bardzo dobrze wyprowadzone hipotezy badawcze, dobrze uzasadnione wcześniejszymi badaniami, lukami w tych badaniach i refleksjami autorki. W pracy jest bardzo dużo hipotez, czasami miałam wrażenie, że wręcz za dużo, jednak autorka bardzo klarownie je porządkuje w dwóch modelach (rysunki na s. 59 i s. 63) pokazujących

wzajemne relacje między zmiennymi. Zabrakło mi niestety powrotu do tych modeli w dyskusji wyników. Powrót do tych modeli uporządkował by również omawiane wyniki badania, szczególnie przy tak wielu postawionych hipotezach badawczych. Trzeba jednak przyznać, że autorka umieściła w załącznikach bardzo dobre podsumowanie dotyczące tego, które hipotezy zostały potwierdzone, a które nie.

W części teoretycznej chciałabym jeszcze zwrócić uwagę na trzy kwestie, z którymi nie do końca się zgadzam. Po pierwsze (s. 25) autorka zakłada, że „im częściej ludzie są eksponowani na określone obrazy w mediach, tym bardziej myślą zgodnie z tym, co widzą i słyszą” oraz bardziej szczegółowo, że „ekspozycja na przekazy medialne kształtuje wyobrażenia na temat ról płciowych”. Warto się jednak zastanowić, czy relacja ta nie jest odwrotna, tzn., że media odzwierciedlają obraz ról płciowych obecny w społeczeństwie (oczywiście mogą też kształtować, np. w reklamach społecznych). Dlatego na przykład robi się badania marketingowe komunikatów reklamowych, żeby zobaczyć na ile komunikacja reklamowa jest odzwierciedleniem wartości grupy docelowej, do której trafia. Druga kwestia dotyczy rozważań dotyczących aktywizmu. Na str. 44 autorka pisze o aktywizmie klimatycznym młodych ludzi. Tu warto zaznaczyć, że badania pokazują, że młodzi ludzie nie angażują się w wiele działań na rzecz klimatu. Wbrew temu co się powszechnie sądzi, przynajmniej w Polsce, grupą zachowującą się w najbardziej pro-ekologiczny sposób są osoby w wieku 55+. Natomiast mamy do czynienia z „efektem Greta”, czyli przecenianiem „aktywizmu” młodzieży. Ich działania są po prostu bardziej widoczne, bardziej spektakularne i często bardziej nagłaśniane. Ostatnia uwaga dotyczy aktywizmu w świecie realnym vs. wirtualnym. Są badania, które pokazują, że nie są to tożsame zjawiska i niekiedy „aktywizm w sieci” (posty, hashtagi, liki) powoduje obniżenie gotowości do rzeczywistego działania (aktywność w sieci daje iluzję, że już coś się zrobiło dla dobrej sprawy).

#### **Kwestionariusz Funkcji Mediów Społecznościowych dla Nastolatków.**

Kwestionariusz ten jest bardzo ważnym elementem przedstawionej pracy, mimo, że można do pewnego stopnia traktować proces jego tworzenia jako badania wstępne czy pilotażowe. Kwestionariusz ten został stworzony na potrzeby tego projektu badawczego, ale mam nadzieję, że będzie wykorzystywany w wielu badaniach. W pracy jest przedstawiony bardzo rzetelnie przeprowadzony proces konstrukcji kwestionariusza, na który składają się trzy badania. Uważam, że narzędzie to jest bardzo potrzebne do badania niezwykle ważnego

aspektu funkcji mediów społecznościowych. Autorka wyróżniła cztery funkcje: ekspresyjną, hedonistyczną, eksploracyjną i interpersonalną do których odnosi się 18 stwierdzeń kwestionariusza.

Chciałabym podkreślić, że niewątpliwą zaletą narzędzia jest również to, że nie koncentruje się ono na jednym konkretnym medium (np. Facebooku), po pierwsze dlatego, że popularność różnych mediów społecznościowych jest zmienna (a rola Facebooka wśród młodzieży jest obecnie malejąca), a dzięki temu narzędzie ma charakter uniwersalny. Drugim ciekawym aspektem jest to, że do generowania stwierdzeń użyto nie tylko pomiaru bezpośredniego („co ty robisz?”), ale też pośredniego („jak myślisz do czego używają mediów społecznościowych twoi koledzy/koleżanki?”). Zabieg ten ma o tyle znaczenie, że niektóre funkcje mediów społecznościowych mogą nie być zbyt chętnie ujawniane przez młodzież. Trzecią dużą zaletą ostatecznej wersji narzędzia jest to, że jest ono relatywnie krótkie (18 stwierdzeń).

Proces konstrukcji narzędzia obejmował 3 badania, w których wzięły udział 654 osoby. Proces ten obejmował etap generowania itemów (z bardzo ciekawym zabiegiem, o którym wspomniałam wyżej), czynnikową analizę eksploracyjną i confirmacyjną oraz bardzo ważną analizę rzetelności i trafności narzędzia. Jedyna wątpliwość, jaką mam do tego etapu to wykorzystanie Messengera do badania trafności narzędzia. Messenger jest po prostu komunikatorem i w zasadzie nie powinien być traktowany jako sposób korzystania z mediów społecznościowych, bo w zasadzie jego funkcja często nie różni się zbyt od sms-ów (szczególnie w sytuacji komunikowania się z jedną osobą).

**Badanie korelacyjne.** Badanie to obejmowało grupę 303 nastolatków. Do analizy zastosowano analizę regresji oraz analizę moderacji. Część ta pokazała wiele ciekawych zależności. Nie pokazała jednak żadnych istotnych wyników analiz moderacji. Zabrakło mi w pracy bardziej wnikliwej analizy, dlaczego analizy moderacji nie pokazały przewidywanych związków między zmiennymi.

W kontekście uzyskanych w tej części wyników pojawiła mi się również jedna refleksja, że aktywizm mierzony deklaracją zaangażowania, a szczególnie zaangażowania w przyszłości może być efektem autoprezentacji i również pomagać w budowaniu samooceny.

**Badania eksperymentalne.** Ta część pracy jest poświęcona dwóm badaniom eksperymentalnym, których celem było pokazanie zależności przyczynowo-skutkowych między korzystaniem z mediów a materializmem i aktywizmem. Badania te wypełniają ważną lukę w badaniach mediów społecznościowych, które w większości są badaniami korelacyjnymi. Ciekawym elementem tych badań jest stworzenie na potrzeby badania środowiska internetowego przypominającego media społecznościowe, w którym badani wykonywali określone zadania. W ten sposób badano, na ile ekspozycja na środowisko przypominające media społecznościowe oraz aktywizacja ekspresyjnej, eksploracyjnej, hedonistycznej oraz interpersonalnej funkcji mediów społecznościowych może obniżyć lub podwyższyć poziom materializmu i aktywizmu.

W pierwszym badaniu eksperymentalnym (Badanie 5) wzięło udział 235 osób. Zastosowano tu bardzo ciekawą możliwość wyboru medium społecznościowego do wykonania zadania (Instagram, Facebook, YouTube). Jednak wydaje mi się, że ten zabieg mógł być zmienną niekontrolowaną w schemacie badawczym. Z tej perspektywy dobrze, iż w kolejnym badaniu zmieniono procedurę i medium społecznościowe (Facebook vs. Youtube) były przypisane do manipulacji funkcją medium. Dzięki temu został zminimalizowany potencjalny czynnik zakłócający.

W drugim badaniu eksperymentalnym (Badanie 6) skoncentrowanym na roli samooceny wzięło udział 150 osób. Procedura w tym badaniu została udoskonalona. Poza opisaną wyżej zmianą dotyczącą przypisania medium społecznościowego do warunku, druga zmiana dotyczyła manipulacji: w miejsce autoprezentacji skupionej na wyglądzie wprowadzono autoprezentację związaną z osobowością oraz poszukiwanie informacji niezwiązanych ze szkołą (wzbudzenie motywacji wewnętrznej). Co prawda wyniki tego badania nie do końca potwierdziły hipotezy (co mogło częściowo być związane ze zmianą procedury), to kierunek wprowadzonych w procedurze zmian wydaje mi się interesujący. Badanie to pokazało wyraźnie, że rozróżnienie na czas spędzany w mediach a funkcje ma duże znaczenie. Ponadto nastolatki, u których aktywizowano funkcję hedonistyczną mediów społecznościowych mieli wyższy poziom aspiracji materialistycznych (mierzonych REIVO) od nastolatków, u których aktywizowano funkcję eksploracyjną.

W kontekście wyników uzyskanych w tym badaniu zabrakło mi niekiedy bardziej pogłębionego komentarza dotyczącego niespójności z wcześniejszymi wynikami. Na przykład

ciekawym wynikiem jest to, że związki z samooceną okazały się nieistotne. Oznacza to, że samoocena nie jest zasobem chroniących przed ekspozycją na materialistyczne treści w mediach. Zabrakło tu jednak skomentowania tego wyniku w świetle wyników wcześniejszych badań (również omawianych w tej pracy), które sugerowały taką relację.

W opisie wyników badania 6 (drugie badanie eksperymentalne) zabrakło podania średnich. Można tylko się domyślać, jak wyglądały wyniki (dla której płci były wyniki wyższe, a dla której niższe). Np. tabela 22 pokazuje efekt główny płci, ale nie jest omówiony ani nie są pokazane średnie. Tak jakby opisy tego badania były robione w pośpiechu.

**Dyskusja wyników.** Dyskusja jest bardzo wyczerpująca, pogłębiona i choć nie zawsze zgadzam się z autorką, to jednak analiza ta jest bardzo dobrze przeprowadzona. W dyskusji zabrakło mi tylko odniesienia się do dwóch pozornie sprzecznych wyników (omawiane na początku dyskusji wyników, s. 143): (1) częstość korzystania z mediów społecznościowych przewiduje pozytywnie materializm nastolatków, czyli im więcej korzystania, tym wyższy materializm (H1a) i (2) dziewczęta korzystają częściej z mediów społecznościowych i są mniej materialistyczne.

Jeszcze jeden ciekawy wynik pokazuje brak podwyższenia materializmu w warunku aktywizacji funkcji ekspresyjnej (modyfikacja zdjęcia profilowego) u dziewczynek, natomiast pokazuje ten związek u chłopców. Może u dziewcząt koncentracja na wyglądzie ogólnie nie ma związku z motywacją materialistyczną tylko społecznie i kulturowym uwarunkowaniem koncentracji na wyglądzie (np. bardziej ma znaczenie w kontekście relacji interpersonalnych lub romantycznych).

Zaobserwowano również wpływ aktywizacji myślenia o zdobywaniu informacji i wiedzy podwyższał chęć zaangażowania w aktywizm (u chłopców). I tu pojawia się pytanie, czy może myślenie o zdobywaniu informacji nie było aktywizacją swego rodzaju „intelektualnej autoprezentacji”, której ekspresją mógłby być aktywizm, szczególnie, że efekt uzyskano nie dla tożsamościowego, ale behawioralnego pomiaru aktywizmu.

I na koniec bardzo ważna uwaga merytoryczna: to, że badania były realizowane w północnym regionie Polski nie oznacza, że są one reprezentatywne dla tego regionu (a tak pisze autorka). Aby tak stwierdzić należałoby zastosować dobór próby wymagany dla badań reprezentatywnych, czyli np. próbę losową lub kwotową dla danego regionu. Przy doborze,

jaki był zastosowany w tym badaniu, nie można powiedzieć, że wyniki są reprezentatywne dla tego regionu (s. 160).

### **Znaczenie przeprowadzonego badania i konkluzja.**

Pracę uważam za niezwykle ważną i wartościową. Z mojej perspektywy trzy najważniejsze elementy pracy to:

- (1) Zwrócenie uwagi na to, że korzystanie z medium społecznościowego może mieć zarówno negatywny, jak i pozytywny wpływ na młodzież i że media społecznościowe nie są same w sobie złe, ale są narzędziem, z którego można korzystać w dobry i zły sposób. Większość badań koncentruje się na negatywnym wpływie mediów na młodzież.
- (2) Pokazanie, że to jaki wpływ media społecznościowe mają na funkcjonowanie nastolatka zależy nie tyle od tego, ile czasu spędza w mediach, co jaka jest jakość spędzania tego czasu (np. bezrefleksyjne sukrollowanie vs. pogłębianie wiedzy). Badania prowadzone do tej pory koncentrują się na ilościowym podejściu do konsumpcji mediów społecznościowych oraz ilościowej relacji z materializmem: im większy (nadmierny) poziom korzystania z mediów społecznościowych tym wyższy poziom materializmu. Autorka zajęła się zupełnie nowym obszarem dotyczącym relacji między sposobem korzystania z mediów społecznościowych a materializmem (zwracając szczególną uwagę na funkcje mediów społecznościowych ukierunkowane na cele autoprezentacyjne, wręcz narcystyczne, np. Instagram).
- (3) Stworzenie kwestionariusza do pomiaru funkcji mediów społecznościowych, które wynikają bezpośrednio z motywacji do korzystania z tych mediów (Kwestionariusz Funkcji Mediów Społecznościowych dla Nastolatków).

Podsumowując, praca jest wartościowa, doktorantka wykazała się w pracy dużą wiedzą teoretyczną w dyscyplinie, umiejętnością samodzielnego prowadzenia badań, a przede wszystkim, praca wnosi nowe spojrzenie i niezwykle ciekawą wiedzę z zakresu roli mediów społecznościowych i ich wpływu na młodzież. W związku z tym stwierdzam, że praca

mgr. Magdaleny Iwanowskiej w pełni spełnia wszystkie wymagania stawiane pracom doktorskim z zakresu psychologii i proszę o dopuszczenie do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Maison'.

Prof. dr hab. Dominika Maison