



AKADEMIA
ŁOMŻYŃSKA

WPŁYW
TECHNOLOGII CYFROWYCH
NA POSTAWY OSÓB MŁODYCH NA RYNKU PRACY
I ZACHOWANIE WORK-LIFE BALANCE

ŁOMŻA
2026

Akademia Łomżyńska

**Wpływ technologii cyfrowych na
postawy osób młodych na rynku pracy
i zachowanie
work-life balance**



Autorzy:

mgr Monika Bągart
dr Edyta Dąbrowska
prof. dr hab. inż. Janusz Gołaszewski
dr Anna Kowalczyk-Kroenke
dr hab. Joanna Truszkowska, prof. AŁ
mgr Radosław Wierzbicki

Koordynator projektu z ramienia Akademii Łomżyńskiej:

dr hab. Cecylia Sadowska-Snarska, prof. AŁ

Zespół badawczy: dr Norbert Arszułowicz, mgr Monika Bągart, mgr Krzysztof Borawski, dr Edyta Dąbrowska, prof. dr hab. inż. Janusz Gołaszewski, dr Anna Kowalczyk-Kroenke, dr hab. Joanna Truszkowska, prof. AŁ, mgr Radosław Wierzbicki

Lider projektu:

Województwo Podlaskie

Redakcja naukowa:

dr Edyta Dąbrowska

Recenzent:

dr hab. Małgorzata Król, prof. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach
dr hab. Kamil Zawadzki, prof. Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu

Korekta językowa:

Barbara Adamiak

Redakcja techniczna i skład komputerowy:

Jacek Bochenko

Projekt okładki:

Anita Krasucka

Wydawca:

Akademia Łomżyńska

ISBN: 978-83-60571-81-1

Publikacja w formie elektronicznej z dostępnością cyfrową

Publikacja jest efektem badań i analiz przeprowadzonych przez zespół Katedry Ekonomii i Finansów Akademii Łomżyńskiej w ramach projektu „Zbudowanie systemu koordynacji i monitorowania regionalnych działań na rzecz kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie, w tym uczenia się dorosłych” współfinansowanego ze środków Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności, inwestycja A.3.1.1. Wsparcie rozwoju nowoczesnego kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie.

Publikacja bezpłatna

Spis treści

Wprowadzenie	5
Rozdział 1. Teoretyczne i kontekstowe podstawy badania	9
1.1. Wpływ mediów na człowieka w koncepcjach naukowych	9
1.2. Technologie cyfrowe w życiu społeczno-zawodowym młodych osób w świetle badań	15
1.3. Technologie cyfrowe w kontekście regionalnych i krajowych dokumentów strategicznych.....	22
Rozdział 2. Metodyka badania	33
2.1. Strategia badawcza mixed-methods	33
2.2. Dobór próby badawczej i charakterystyka respondentów	38
2.3. Metody analizy wyników badań	53
Rozdział 3. Wzorce korzystania z technologii cyfrowych	57
3.1. Intensywność i czas korzystania z mediów społecznościowych	57
3.2. Cele korzystania z technologii cyfrowych	71
3.3. Wykorzystanie aplikacji AI.....	93
3.4. Narzędzia do zarządzania czasem i zdrowiem psychicznym	105
Rozdział 4. Aspekty ekonomiczne technologii cyfrowych	111
4.1. Wydatki młodych na technologie cyfrowe	111
4.2. Ocena wydatków na technologie cyfrowe w aspekcie zagrożeń ekonomicznych związanych z tymi wydatkami	117
4.3. Świadomość zagrożeń ekonomicznych.....	120
Rozdział 5. Technologie cyfrowe a rynek pracy	127
5.1. Wpływ technologii na aspiracje zawodowe	127
5.2. Procesy rekrutacyjne i kompetencje w erze cyfrowej.....	139
5.3. Nowe modele pracy w kontekście automatyzacji oraz sztucznej inteligencji (AI)...	146
Rozdział 6. Funkcjonowanie psychospołeczne młodych w erze cyfrowej	151
6.1. Zdrowie psychiczne i samopoczucie młodych w kontekście uzależnienia od technologii cyfrowych.....	151
6.2. Relacje interpersonalne i kontrola rodzicielska	169
6.3. Cyberprzemoc	189
6.4. Dezinformacja, prywatność i bezpieczeństwo	195
6.5. Work-life balance.....	202
Zakończenie	209
Bibliografia	225
Wykaz skrótów	230
Słownik pojęć	232
Spis tabel	234
Spis rysunków	241
Aneks 1. Weryfikacja pytań badawczych	242

Wprowadzenie

„Wpływ technologii cyfrowych na postawy osób młodych na rynku pracy i zachowanie work-life balance” jest pierwszym w regionie badaniem obejmującym ocenę zachowań osób młodych w wieku 18-34 lata, mieszkańców województwa podlaskiego, w kontekście wpływu technologii cyfrowych, w tym social mediów (SM), na ich funkcjonowanie społeczne i zawodowe w dobie powszechnego dostępu do przestrzeni cyfrowej.

Badanie zrealizowano w ramach Umowy nr KPO/22/LLL/U/0004, Zadanie 1. Funkcjonowanie Wojewódzkiego Zespołu Koordynacji, Działania 1.1. Opracowania, raporty, analizy i Poddziałania 1.1.2. Realizacja analiz i badań, w projekcie „Zbudowanie systemu koordynacji i monitorowania regionalnych działań na rzecz kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie, w tym uczenia się dorosłych”.

Obserwacja zachowania młodych ludzi wskazuje, że technologie cyfrowe odgrywają w ich życiu coraz większą rolę. Stają się głównym i najważniejszym medium codziennej komunikacji, rozrywki i poszukiwania informacji. Młodzi ludzie używają technologii cyfrowych do utrzymywania kontaktów, dzielenia się zainteresowaniami i doświadczeniami, odkrywania nowych trendów i pozyskiwania wiedzy. Uważa się, że technologie cyfrowe mają wpływ na kształtowanie tożsamości młodych ludzi, ich postaw i zachowania.

Istnieje powszechne przekonanie, że młodzi ludzie są uzależnieni od internetu i nie potrafią funkcjonować bez smartfonów, które umożliwiają im stały dostęp do social mediów. Z drugiej strony, coraz częściej obserwuje się, że technologie cyfrowe, a zwłaszcza social media, stają się głównym źródłem problemów psychicznych wśród młodzieży lub że są one wykorzystywane wyłącznie do rozrywki i nie wnoszą żadnej wartości edukacyjnej. Wydaje się jednak, że tego rodzaju stereotypy mogą upraszczać złożoną rzeczywistość i prowadzić do niesprawiedliwych i negatywnych ocen wystawianych użytkownikom tych nowoczesnych technologii.

Przekonania co do sposobu korzystania młodych osób z technologii cyfrowych i wpływu tych technologii na osoby młode wymagają potwierdzenia badaniami. Badania wydają się niezbędne, aby zrozumieć, w jakich celach i w jaki sposób wykorzystywane są technologie cyfrowe, czy i jaki wpływ wywierają na życie, zarówno prywatne, jak i zawodowe ich użytkowników. Wyniki takich badań mogą być pomocne w opracowaniu skuteczniejszych strategii edukacyjnych, marketingowych i społecznych, lepiej dostosowanych do potrzeb i oczekiwań młodych ludzi. Ale przede wszystkim tego rodzaju badania mogą pomóc w identyfikacji potencjalnych zagrożeń i problemów związanych z negatywnym wpływem środowiska cyfrowego na użytkowników, takich jak

cyberprzemoc, uzależnienie cyfrowe i inne przejawy negatywnego wpływu na zdrowie psychiczne.

Głównym celem, jaki przyświecał przedmiotowemu badaniu, było określenie kierunków (pozytywny/negatywny) i charakteru wpływu, jaki technologie cyfrowe, w tym poszczególne media społecznościowe, aplikacje oparte na sztucznej inteligencji oraz inne powszechnie wykorzystywane technologie cyfrowe wywierają na postawy młodych osób, w wieku 18-34 lata, zamieszkałych na terenie województwa podlaskiego, wobec rynku pracy oraz na ich zdolność do zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym (work-life balance).

Tak sformułowany cel główny wpisuje się w szerszy nurt badań nad społecznymi konsekwencjami transformacji cyfrowej. Należy jednak wziąć pod uwagę, że jest on ukierunkowany na specyficzną grupę wiekową i posiada określony kontekst terytorialny, w postaci zawężenia badań do województwa podlaskiego i jego trzech podregionów. Pytanie badawcze, będące operacjonalizacją celu głównego, zakładało rozpoznanie zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów oddziaływania technologii cyfrowych na osoby w wieku 18-34 lata zamieszkałe w tym regionie.

Na potrzeby realizacji celu głównego dokonano jego dekompozycji na cztery obszary tematyczne, którym odpowiadają szczegółowe cele badawcze i powiązane z nimi pytania badawcze. Każdy z obszarów stanowi odrębną, lecz powiązaną perspektywę analityczną i przyczynia się do uchwycenia wielowymiarowości badanego problemu.

Pierwszy obszar badawczy objął analizę wzorców korzystania z technologii cyfrowych. Celem szczegółowym w tym obszarze było oszacowanie czasu poświęcanego na korzystanie z mediów społecznościowych i aplikacji opartych na sztucznej inteligencji, a także określenie celów, dla których technologie te są użytkowane, z rozróżnieniem celów towarzyszących wykorzystywaniu technologii cyfrowych podczas konkretnych aktywności: zawodowej, edukacyjnej, rozrywkowej czy społecznościowej. Odrębnym zagadnieniem badawczym w tym obszarze stało się rozpoznanie częstotliwości, z jaką młodzi ludzie sięgają po narzędzia cyfrowe wspomagające zarządzanie własnym czasem i wspierające zdrowie psychiczne. Przedmiot zainteresowania objął szerokie spektrum narzędzi, od głównych platform mediów społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube), przez aplikacje generatywnej sztucznej inteligencji (np.: ChatGPT, Gemini, Claude), po aplikacje produktywnościowe i kalendarzowe (takie jak aplikacje do monitorowania czasu ekranowego, wspierania dobrostanu psychicznego, platformy medytacyjne, aplikacje śledzące jakość snu). Z pierwszym obszarem badawczym powiązane były następujące pytania badawcze:

- 1) Ile czasu dziennie i tygodniowo młode osoby w wieku 18-34 lata zamieszkałe w województwie podlaskim poświęcają na korzystanie z różnych rodzajów technologii cyfrowych w tym mediów społecznościowych i aplikacji AI?

- 2) W jakich celach młode osoby wykorzystują media społecznościowe i aplikacje AI (czy przeważają cele zawodowe, edukacyjne, rozrywkowe czy społecznościowe)?
- 3) W jakim stopniu młode osoby wykorzystują technologie cyfrowe do zarządzania czasem i wspierania swojego zdrowia psychicznego?

Drugi obszar badawczy – technologie cyfrowe a aspekty ekonomiczne poświęcony został kwestiom finansowym korzystania z technologii cyfrowych. W tym obszarze skupiono się na dążeniu do zidentyfikowania wzorców wydatków konsumpcyjnych młodych osób w kontekście powszechnej obecności mediów społecznościowych, aplikacji AI i innych usług cyfrowych. Podjęto również próbę oceny świadomości badanych osób w obszarze mechanizmów wykorzystywania ich danych osobowych przez podmioty trzecie, zarówno przez reklamodawców dążących do zwiększenia sprzedaży, jak i przez cyberprzestępców. Zakres przedmiotowy objął wydatki na sprzęt technologiczny, usługi subskrypcyjne, zakupy w ramach handlu elektronicznego, reklamę i promocję w mediach społecznościowych, cyfrowe materiały edukacyjne, a także rozrywkę cyfrową (gry). Analiza uwzględniła udział tych wydatków w budżetach miesięcznych badanych. Z obszarem badawczym powiązано jedno pytanie badawcze:

- 4) Jakie są wzorce wydatków młodych osób na technologie cyfrowe, obejmujące platformy streamingowe, aplikacje AI, sprzęt technologiczny oraz reklamy w mediach społecznościowych i w jaki sposób wpływają one na ich budżety osobiste?

Trzeci obszar badawczy – technologie cyfrowe a rynek pracy poświęcono analizie zagadnień rynku pracy, aspiracji zawodowych i transformacji modeli zatrudnienia pod wpływem technologii cyfrowych. Cele szczegółowe dotyczyły kilku wzajemnie powiązanych zjawisk: określenia, w jaki sposób media społecznościowe i aplikacje AI kształtują aspiracje zawodowe i wyobrażenia o ścieżkach kariery młodych osób; wpływu narzędzi sztucznej inteligencji i platform rekrutacyjnych na procesy zatrudnienia, zarówno z perspektywy kandydatów, jak i pracodawców; wreszcie rozpoznania szerszych konsekwencji cyfrowej transformacji dla rynku pracy, w tym kształtowania się nowych modeli biznesowych i zmian w strukturze tradycyjnych zawodów. Przedmiot analizy objął wykorzystanie platform rekrutacyjnych, budowanie marki osobistej w mediach społecznościowych, inwestowanie w kompetencje cyfrowe wymagane przez pracodawców, a także nowe formy zatrudnienia (pracę zdalną i hybrydową, freelancing, ekonomię na żądanie, tzw. gig economy oraz przedsiębiorczość cyfrową). Szczególnie istotnym zagadnieniem było rozpoznanie wpływu, jaki na kształtowanie wzorców kariery wywierają osoby publiczne aktywne w mediach społecznościowych: influencerzy i twórcy treści (content creators). Z obszarem tym powiązано następujące pytania badawcze:

- 5) Jak technologie cyfrowe kształtują aspiracje zawodowe i ścieżki kariery młodych osób?
- 6) Jak wykorzystanie sztucznej inteligencji i platform cyfrowych w procesach rekrutacyjnych wpływa na oczekiwania młodych kandydatów oraz wymagania pracodawców?
- 7) Jakie są konsekwencje rozwoju technologii cyfrowych dla wzorców zatrudnienia, nowych modeli biznesowych i transformacji tradycyjnych zawodów?

Ostatni, czwarty obszar – technologie cyfrowe a aspekty społeczne i psychologiczne poświęcono analizie kwestii o charakterze psychospołecznym. Dotyczył on wpływu technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne, jakość relacji interpersonalnych oraz funkcjonowanie społeczne młodych osób. Cele szczegółowe w tym obszarze objęły rozpoznanie związków między intensywnością i sposobem korzystania z technologii cyfrowych a takimi zjawiskami jak objawy depresji i lęku, zaburzenia snu, obniżona samoocena, uzależnienie od środowiska cyfrowego oraz podatność na dezinformację i manipulację. Odrębnym zagadnieniem stała się analiza wpływu mediów społecznościowych na jakość relacji rodzinnych, przyjacielskich i społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem takich zjawisk jak cyberprzemoc (cyberbullying, stalking, nękanie), naruszenie prywatności wynikające z nadmiernego udostępniania danych osobowych, presja bycia aktywnym online oraz ryzyko kontaktu z osobami o wrogich intencjach. Obszar ten uwzględnił zarówno negatywne, jak i potencjalnie pozytywne konsekwencje korzystania z technologii cyfrowych. Z obszarem powiązane zostały następujące pytania badawcze:

- 8) Jaki jest związek między intensywnością i sposobem korzystania z technologii cyfrowych a wskaźnikami zdrowia psychicznego młodych osób oraz ich podatnością na manipulację?
- 9) W jaki sposób technologie cyfrowe wpływają na jakość i charakter relacji rodzinnych, przyjacielskich i społecznych młodych osób?

Zakres przedmiotowy badania, obejmując jednocześnie wymiar indywidualny (zdrowie psychiczne, budżet osobisty, aspiracje zawodowe) i zbiorowy (przemiany rynku pracy, funkcjonowanie społeczne, zjawiska dezinformacji), pozwolił na uchwycenie badanego problemu w jego złożoności, charakterystycznej dla zjawisk kształtowanych przez dynamicznie zmieniające się środowisko technologiczne.

Całość struktury badania znalazła bezpośrednie przełożenie na strukturę rozdziałów w niniejszej publikacji, którą uzupełniono rozdziałem teoretycznym i podsumowującym oraz wymaganymi elementami dodatkowymi, takimi jak bibliografia, słownik pojęć, spis treści oraz inne wymagane spisy (tabel, rysunków, skrótów czy słownik użytych pojęć). Publikacja kończy się aneksem, w którym zaprezentowano odniesienia służące weryfikacji postawionych pytań badawczych.

Rozdział 1. Teoretyczne i kontekstowe podstawy badania

1.1. Wpływ mediów na człowieka w koncepcjach naukowych

Strategia badawcza osadzona została w aspektach teoretycznych kilku koncepcji naukowych. Pierwszą z nich była koncepcja ekologii mediów Marshalla McLuhana, która podejmuje próbę wyjaśnienia wzajemnego oddziaływania mediów i człowieka. W koncepcji tej media porównywane są do systemu łączącego naturę i kulturę społeczeństwa. Teoria skupia się na badaniu wpływu technologii na kulturę i cywilizację. Przez technologię o charakterze medialnym rozumie się tutaj połączenie narzędzi, urządzeń i platform, które budują środowisko umożliwiające tworzenie, dystrybucję i odbiór różnych treści medialnych, takich jak tekst, obraz, dźwięk czy wideo. Do urządzeń mieszczących się w tym pojęciu należą m.in. komputery, smartfony, platformy mediów społecznościowych, systemy nadawcze i wiele innych urządzeń i rozwiązań, które stały się integralną częścią życia współczesnego człowieka, wpływają jego funkcjonowanie, relacje interpersonalne, a nawet emocje¹.

Z teorią ekologii mediów powiązana jest inna koncepcja, odnosząca się do interakcji człowiek– media, nazywana teorią zrównania mediów. Według tej koncepcji człowiek odbiera przekaz medialny w podobny sposób, w jaki odbiera ludzi i miejsca. Główne założenia tej teorii można ująć w kilku stwierdzeniach: media są odbierane jak realne życie; ludzie postrzegają nowoczesne media cyfrowe jak ludzkie istoty, stąd ich reakcje wobec mediów odzwierciedlają zasady właściwe komunikacji interpersonalnej i pozwalają tym samym na przewidywanie postaw ludzi, przyjmowanych wobec mediów; reakcje ludzkie na media i ich przekaz są automatyczne, nieświadome z powodu opóźnienia w przystosowaniu naszych zmysłów do zmian środowiska medialnego (ludzkie zmysły, cały układ nerwowy nie przystosowują się szybko do zmieniających się mediów, co prowadzi do nieświadomych, automatycznych reakcji. W rezultacie człowiek najczęściej nie jest w stanie odróżnić niektórych mediów, np. ekranów, interfejsów, robotów, systemów, od bytów ludzkich².

Podstawy teoretyczne przyjęte w badaniu uzupełnia teoria aktora-sieci B. Latoura, zajmująca się analizą relacji człowiek – technologie w kontekście interakcji społecznych. Teoria aktora-sieci (ang. ANT, Actor-Network Theory) zakłada, że w świecie społecznym

¹ M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, MIT Press, Cambridge 1994, s. 23-45, <https://archive.org/details/ETC0624/page/n39/mode/2up> [dostęp: 07.03.2026 r.]; J. Schwartz, *Disconnect to Connect: Emotional Responses to Loss of Technology During Hurricane Emotions, Technology, and Behaviors*, Academic Press, 2016, s. 110-112, <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801873-6.00006-6> [dostęp: 20.03.2026 r.].

² E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, przekł. O. Kubińska, W. Kubiński, M. Kacmajor Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003, s. 548-549.

i przyrodniczym wszystkie byty, zarówno ludzie, idee, przedmioty, zwierzęta, jak i technologie, wchodzą w interakcje w sieciach, a nie w ustalonych strukturach. Przedmiotem zainteresowania teorii są przede wszystkim procesy tworzenia oraz wzmocnienia/osłabiania sieci, a nie opisy sieci jako „obiekty”. Rozwój teorii doprowadził do modyfikacji podejścia. Pojęcie sieci zaczęto zastępować pojęciem wiązań³. Teoria aktora-sieci zrównuje traktowanie bytów nieludzkich z ludzkimi. Byty nieludzkie zyskują w niej rolę aktora o równorzędnym statusie. Pojęcie aktora odnosi się w niej zarówno do ludzi, jak i pozostałych bytów (technologie, idei, przyrody itp.), uznając je za posiadające zdolność do wywierania wpływu. Koncepcja ta podważa tradycyjne podziały na obiekty żywe i martwe, ujmując świat jako skomplikowaną sieć relacji, podlegającą stałemu kształtowaniu się i wzajemnym oddziaływaniom⁴.

Współczesne media, traktowane jako środowiska dla ludzkiej egzystencji, a nie wyłącznie kanały przekazywania treści, mają ogromny wpływ na kształtowanie procesów poznawczych i doświadczeń człowieka, przy czym wpływ środowiska mediów jest o wiele bardziej znaczący niż przekazywane przez nie treści. Dzięki holistycznemu podejściu do analizy relacji technologia – zachowanie jednostki ludzkiej teoria ekologii mediów stała się jednym z bardziej powszechnych paradygmatów teoretycznych w naukach społecznych. Ta teza, sformułowana przez M. McLuhana w „Understanding Media: The Extensions of Man”, stała się swego rodzaju fundamentem dla badań empirycznych w obszarze oddziaływania współczesnych mediów, w tym technologii cyfrowych, na wszystkie aspekty ludzkiego życia⁵.

Centralnym twierdzeniem teorii ekologii mediów jest formuła „przekaz jest medium”. M. McLuhan argumentował, że forma medium niesie ze sobą implikacje znacznie poważniejsze niż transmitowane za jego pośrednictwem treści. Każde medium wprowadza do środowiska społecznego specyficzną zmianę skali, tempa lub sposobu oddziaływania na różne aspekty funkcjonowania człowieka. Ta właśnie zmiana, a nie przekazywany komunikat, konstytuuje istotę przekazu danego medium. Fundamentalną kategorią analityczną tej teorii jest określenie mediów jako przedłużeń (ang. extensions) ludzkich zdolności fizycznych i kognitywnych. Wszystkie technologie są przedłużeniami fizycznych i nerwowych systemów człowieka, zwiększając ich moc i szybkość. W tym ujęciu koło i samochód są przedłużeniem stopy, telefon – głosu, radio – słuchu, a komputer – mózgu itd⁶. Podejście to umożliwia analizę mediów jako systemów ekologicznych, w których zmiany technologiczne restrukturyzują całościowe środowisko

³ K. Arbiszewski, Teoria Aktora-Sieci Bruno Latoura, „Teksty Drugie”, 2007, nr 1-2, s. 116-120.

⁴ B. Latour, Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory, Oxford University Press, Oxford 2005, s. 67-89.

⁵ M. McLuhan, Understanding Media: The Extensions of Man, op. cit., s. 7 [dostęp: 07.03.2026 r.].

⁶ Tamże, s. 23; zob. też: L. Strate, Studying Media as Media: McLuhan and the Media Ecology Approach, „MediaTropes”, 2008, vol. 1, no. 1, s. 127, <https://mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/3344> [dostęp: 22.03.2026 r.].

kulturowe i symboliczne, a nie jedynie poszczególne praktyki komunikacyjne. Kod i sposób, w jaki informacja jest wykorzystywana w systemie, określa, kto ma dostęp do danych i kto kontroluje ich rozpowszechnianie, ile informacji zostanie rozpowszechnionych, jak szybko zostaną przesłane, jak daleko się rozejdą, jak długo będą dostępne i w jakiej formie zostaną wyświetlone⁷.

Ważnym elementem teorii ekologii mediów jest podział na media „gorące” i „zimne” (ang. hot and cool media). Media gorące charakteryzują się wysokim stopniem nasycenia informacyjnego i niskim poziomem wymaganego uczestnictwa odbiorcy (np. radio, film). Media zimne charakteryzuje niska intensywność przekazu i wymaganie aktywnego zaangażowania oraz uzupełnienia przez użytkownika (np. telewizja, rozmowa)⁸. Współczesne narzędzia cyfrowe, takie jak komunikatory czy platformy do zarządzania projektami, wymagając od użytkowników aktywnego współtworzenia sytuacji komunikacyjnej, wykazują właściwości mediów zimnych, generujących w ten sposób u człowieka specyficzne obciążenia kognitywne.

Technologie cyfrowe niwelują bariery przestrzenne i czasowe. Umożliwiają komunikację na masową skalę. Obalają granice fizyczne krajów i kontynentów, pozwalając użytkownikom z całego świata komunikować się w czasie rzeczywistym. Z tą właściwością mediów cyfrowych wiąże się koncepcja „globalnej wioski” (ang. global village). Termin ten, używany metaforycznie do opisywania internetu i przestrzeni cyfrowej, również został stworzony przez M. McLuhana. Uważał on, że jako społeczeństwa jednoczymy się i rozpadamy. Ponieważ glob jest największą możliwą jednostką społeczną, a wioska lub plemię – najmniejszą, twierdził, że ze środowiska mediów elektronicznych wyłania się nowa forma organizacji społecznej – globalna wioska⁹. W istocie, rozwój mediów elektronicznych na skalę globalną doprowadził do zmiany w sposobie funkcjonowania społeczeństw, zacierając granice fizyczne i instytucjonalne, a nawet rozmywając podział na czas pracy i czas wypoczynku.

W środowisku cyfrowym dochodzi do swoistego odwrócenia schematu mediów jako przedłużeń. Nie tylko media stają się przedłużeniami człowieka, lecz człowiek coraz bardziej staje się przedłużeniem mediów, dostarczając im danych o swoich zachowaniach, preferencjach i wzorcach aktywności¹⁰. Zjawisko to staje się szczególnie widoczne wśród pokolenia osób, które weszły na rynek pracy w warunkach

⁷ L. Strate, *Studying Media as Media*, op. cit., s. 127-128,

<https://mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/3344> [dostęp: 09.03.2026 r.].

⁸ M. McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., s. 36; zob. też: A. McLuhan, *Media Hot and Cold*, McLuhan.org Newsletter, <https://mcluhan.substack.com/p/2-media-hot-and-cold> [dostęp: 07.03.2026 r.].

⁹ L. Strate, *Studying Media as Media*, op. cit., s. 127-128.

¹⁰ P. Levinson, *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*, Routledge, London 1999, s. 65-66, <https://archive.org/details/digitalmcluhangu0000levi> [dostęp: 22.03.2026 r.].

powszechnego dostępu do technologii cyfrowych i dla których granica między cyfrowym środowiskiem pracy a przestrzenią życia prywatnego staje się rozmyta.

Teoria ekologii mediów skupia się na analizie struktury, treści i wpływu mediów (rozumianych jako technologia) na ludzi. Środowiska medialne są niematerialne, ale silnie wpływają na to, jak postrzegamy świat. Rozwój teorii ekologii mediów doprowadził do sformułowania definicji środowiska medialnego jako złożonego systemu przekazów, który narzuca ludziom określone sposoby myślenia, odczuwania i zachowania się. Środowisko medialne strukturyzuje to, „co możemy zobaczyć i powiedzieć, a zatem i czynić”¹¹. Technologie nie tyle ułatwiają działania zawodowe, ile konstytuują nowe normy dostępności, tempa pracy, komunikacji i dyspozycyjności. Środowisko cyfrowe tworzy dla pokoleń Millenialsów i Z odmiennie od poprzednich warunki funkcjonowania na rynku pracy, w których model pracy zdalnej, permanentna łączność i wielozadaniowość cyfrowa fundamentalnie reorganizują tradycyjne ramy równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym.

Analiza mediów jako środowisk, a nie tylko instrumentów, pozwala na uchwycenie strukturalnych, a nie wyłącznie intencjonalnych, obszarów oddziaływania technologii na zachowania zawodowe. Koncepcja mediów jako przedłużeń człowieka umożliwia analizę wpływu, który sprawia, że urządzenia i platformy cyfrowe stają się nieodłączną częścią tożsamości zawodowej oraz rytmu dobowego młodych pracowników. Kategorie środowiska symbolicznego i globalnej wioski pozwalają na wyodrębnienie i scharakteryzowanie nowych norm, jakie technologie cyfrowe wytwarzają wokół dostępności, mobilności zawodowej i granic między sferą pracy a życiem prywatnym, tworząc unikalny kontekst dla doświadczeń pokolenia wchodzącego na rynek pracy w epoce cyfrowej¹².

Natomiast w kontekście work-life balance istotnym elementem rozważań staje się koncepcja efektu spillover J. H. Greenhausa i N. J. Beutella, która wskazuje na istnienie zjawiska przenoszenia doświadczeń, a zwłaszcza emocji, z jednej sfery życia do drugiej. Teoria ta jest szczególnie relewantna w przypadku technologii cyfrowych, które umożliwiają ciągłą łączność między sferą zawodową a prywatną¹³.

¹¹N. Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Viking Penguin, New York 1985, s. 84; zob. też: Media Ecology Association, „Media Ecology 101”, <https://media-ecology.org/Media-Ecology-101> [dostęp: 22.03.2026 r.].

¹²L. Strate, *Studying Media as Media*, op. cit., s. 129-130; N. Postman, *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Alfred A. Knopf, New York 1992, s. 18-20; O. Islas, J. D. Bernal, *Media Ecology: A Complex and Systemic Metadiscipline*, *Philosophies*, 2016, 1(3), s. 190-198, <https://www.mdpi.com/2409-9287/1/3/190> [dostęp: 22.03.2026 r.].

¹³J. H. Greenhaus, N. J. Beutell, *Sources of Conflict Between Work and Family Roles*, „*Academy of Management Review*”, 1985, vol. 10, no. 1, s. 76-88 [dostęp: 10.03.2026 r.].

Konflikt praca – rodzina jest formą konfliktu międzyrolowego, w której presje pełnionych ról w sferze zawodowej i rodzinnej są w pewnych aspektach wzajemnie sprzeczne. Teoria ta opiera się na założeniu, że jednostka ludzka dysponuje ograniczonymi zasobami czasu, energii i uwagi, a każde ich zużycie w jednej sferze życia automatycznie redukuje dostępność tychże zasobów w sferze innej. Zgodnie z koncepcją spillover doświadczenia, emocje i zachowania „przenikają” z jednego obszaru życia do drugiego, kształtując jakość funkcjonowania jednostki w obu domenach¹⁴. W kontekście aktualnych uwarunkowań związanych z rozwojem technologii teoria spillover staje się dobrym narzędziem analitycznym do opisu mechanizmów zacierania przez technologie cyfrowe granic między sferą zawodową a prywatną młodych pracowników.

Zasadniczo wyróżnione zostały trzy typy konfliktu międzyrolowego, które odpowiadają trzem formom negatywnego spillover. Pierwszym z nich jest konflikt oparty na czasie (time-based conflict), który pojawia się wtedy, gdy poświęcanie czasu na wymagania jednej roli utrudnia spełnianie wymagań innej roli. Drugi typ to konflikt oparty na napięciu (strain-based conflict), w którym doświadczane w jednej sferze stres, zmęczenie lub przeżycia emocjonalne przenikają do innych sfer, negatywnie wpływając na jakość realizacji tamtejszych ról. Trzecim typem jest konflikt behawioralny (behavior-based conflict), który występuje wtedy, gdy wzorce zachowań wymagane w jednej roli są niezgodne z wymaganiami innej roli. Wskazana typologia konfliktów dostarcza możliwości opisu zjawisk towarzyszących cyfryzacji pracy. Technologie umożliwiające stałą osiągalność zawodową generują wszystkie trzy typy konfliktu jednocześnie, tworząc szczególne obciążenie dla młodych pracowników¹⁵.

W teorii spillover uwypukla się dwukierunkowość procesu. Interferencja może przebiegać zarówno od pracy do rodziny, jak i od życia rodzinnego i prywatnego do sfery zawodowej. Rozróżnienie to ma szczególne znaczenie w kontekście młodych osób, które jednocześnie intensywnie budują swoje życie osobiste (relacje partnerskie, rodzicielskie, edukacyjne) i wkraczają na rynek pracy. Obustronność spillover oznacza, że technologie cyfrowe nie tylko umożliwiają przenikanie treści zawodowych do czasu wolnego, ale także pozwalają, by sprawy prywatne przenikały do przestrzeni pracy, tworząc złożoną siatkę wzajemnych zakłóceń między sferami¹⁶.

Teoria spillover ewoluowała w kierunku jej ujmowania nie tylko wyłącznie przez pryzmat konfliktu i deprivacji, lecz również jako potencjalnego źródła wzbogacania jednej sfery przez zasoby wypracowane w drugiej. Ewolucja tej teorii doprowadziła do zdefiniowania wzbogacania praca – rodzina jako zakresu, w jakim doświadczenia w jednej roli poprawiają jakość życia w drugiej roli. Powstała koncepcja modelu dwusieczkowego, w którym pozytywny spillover polega na instrumentalnym transferze zasobów,

¹⁴ Tamże, s. 76, <https://www.jstor.org/stable/258214> [dostęp: 22.03.2026 r.].

¹⁵ Tamże, s. 76-78, <https://www.jstor.org/stable/258214> [dostęp: 10.03.2026 r.].

¹⁶ Tamże, s. 80-81.

umiejętności i wiedzy lub afektywnym transferze pozytywnych emocji i energii psychicznej¹⁷.

Jedno z pierwszych badań empirycznych łączących koncepcję spillover z użytkowaniem technologii komunikacyjnych było badanie przeprowadzone w 2005 roku na 1 367 dorosłych pracownikach. Pozwoliło ono na wysnucie twierdzenia, że korzystanie z telefonów komórkowych w sposób istotny statystycznie związane jest ze wzrostem negatywnego spillover z pracy do rodziny i z rodziny do pracy, a także ze wzrostem indywidualnego dystresu i obniżeniem satysfakcji rodzinnej. Badanie wykazało, że technologie komunikacyjne wytwarzają mechanizm swoistej przepuszczalności granic, umożliwiając stałą dostępność pracownika dla środowiska zawodowego również poza oficjalnymi godzinami pracy¹⁸. Badanie podkreślało, iż negatywne efekty użytkowania technologii są szczególnie silne w przypadku spillover o charakterze napięciowym, gdyż technologie stymulują stan kognitywnej gotowości związanej z pracą nawet w czasie przeznaczonym na odpoczynek. Zjawisko to, określane mianem psychological detachment failure, polega na niezdolności do pełnego odłączenia się od roli zawodowej ze względu na stałą obecność bodźców cyfrowych¹⁹.

Rozwinięciem koncepcji spillover w kontekście technologii cyfrowych jest koncepcja wyodrębnionej roli społecznej, tzw. użytkownika technologii informacyjno-komunikacyjnych (ang. ICT user role) jako trzeciej sfery funkcjonowania jednostki, obok roli zawodowej i rodzinnej. Rola ta posiada własne, specyficzne cechy, które determinują stopień jej przenikalności względem sfery zawodowej i prywatnej, a tym samym kształtują intensywność i kierunek spillover²⁰.

Koncepcja ICT user role opiera się na założeniu, że rola użytkownika ICT generuje zarówno pozytywny, jak i negatywny spillover w relacji do roli zawodowej. Pozytywny spillover może wynikać z nabywania kompetencji cyfrowych transferowalnych na rynek pracy oraz z elastyczności organizacyjnej, jaką zapewniają narzędzia ICT. Negatywny spillover, z kolei, wynika głównie z zatarcia granic czasowych i przestrzennych między sferami, z technostresu wywołanego przeciążeniem informacyjnym oraz z trudności w zarządzaniu oczekiwaniami dostępności formułowanymi zarówno przez pracodawców, jak i przez sieci społeczne²¹.

¹⁷ Tamże, s. 72-73.

¹⁸ N. Chesley, Blurring Boundaries? Linking Technology Use, Spillover, Individual Distress, and Family Satisfaction, „Journal of Marriage and Family”, 2005, vol. 67, no. 5, s. 1237-1238, <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2005.00213.x> [dostęp: 10.03.2026 r.].

¹⁹ Tamże, s. 1243-1244.

²⁰ M. M. Piszczek, S. Pichler, O. Turel, J. H. Greenhaus, The Information and Communication Technology User Role: Implications for the Work Role and Inter-Role Spillover, „Frontiers in Psychology”, 2016, vol. 7, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.02009> [dostęp: 22.03.2026 r.].

²¹ Tamże.

Inne badania empiryczne wskazują, że większa elastyczność technologiczna sprzyja intensywniejszemu użytkowaniu technologii komunikacyjnych, które z kolei związane jest jednocześnie z wyższą satysfakcją z pracy i większym konfliktem praca – życie. Zjawisko to określane jest jako „paradoks elastyczności” i polega na tym, że technologie, które nominalnie miały umożliwić lepszą równowagę między sferami życia, faktycznie intensyfikują oczekiwania stałej dostępności pracownika²².

1.2. Technologie cyfrowe w życiu społeczno-zawodowym młodych osób w świetle badań

Analiza nawyków korzystania z technologii cyfrowych przez młodych dorosłych jest częstym tematem badań w naukach społecznych. W badaniu przeprowadzonym w 2024 roku na statystycznie reprezentatywnej próbie dorosłych Amerykanów ponad 78% dorosłych w grupie wiekowej 18-29 lat wskazało, że regularnie korzysta z Instagrama, podczas gdy 62% tej grupy wiekowej korzysta z TikToka. LinkedIn, uznawany za profesjonalny, jest używany zwłaszcza przez użytkowników z wyższym wykształceniem. Narzędzia tego używało 53% dorosłych z wyższym wykształceniem i znacznie większy odsetek dorosłych w wieku 30-49 lat, niż było to zauważane wśród osób poniżej 30 roku życia. Nasze wyniki wskazują, że istnieją różnice pokoleniowe w odniesieniu do sposobu, w jaki użytkownicy korzystają z mediów społecznościowych: dla zabawy, do łączenia się z innymi lub do pracy²³.

Kluczowym wskaźnikiem intensywności korzystania z technologii cyfrowych jest czas spędzany przez użytkowników na poszczególnych platformach. W 2023 roku dorośli użytkownicy w Stanach Zjednoczonych spędzali na TikToku średnio 53,8 minuty dziennie, więcej niż na jakiegokolwiek innej platformie mediów społecznościowych (YouTube 48 minut; Twitter/X 34 minuty). Globalny dzienny czas poświęcany mediom społecznościowym wzrósł o 38% w ciągu pięciu lat, osiągając w 2025 roku poziom 2 godzin i 41 minut. Szczególnie wyraźny wzrost odnotowano w czasie pandemii COVID-19, w latach 2020-2021, kiedy średnie dzienne użytkowanie wzrosło o blisko 24 minuty. Wzrost ten wynikał z ograniczenia kontaktów fizycznych oraz masowego przejścia na zdalne modele pracy i edukacji, co szczególnie dotknęło pokolenie wchodzące na rynek pracy²⁴.

²² I. Diaz, D. S. Chiaburu, R. D. Zimmerman i W. R. Boswell, Communication Technology: Pros and Cons of Constant Connection to Work, *Journal of Vocational Behavior*, 2012, vol. 80, no. 2, s. 500–508, <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2011.08.007> [dostęp: 10.03.2026 r.].

²³ Pew Research Center, How Americans Use Social Media, Pew Research Center, Washington 2024, <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/> [dostęp: 22.03.2026 r.].

²⁴ Statista, U.S. Daily Time Spent on Social Media Platforms 2023, Statista. New York 2023, <https://www.statista.com/statistics/1301075/us-daily-time-spent-social-media-platforms/> [dostęp: 22.03.2026 r.].

Pierwszą dekadę badań nad konsekwencjami komunikacji online dla nastolatków i młodych dorosłych zamknięto hipotezą, zgodnie z którą komunikacja internetowa pogłębia i intensyfikuje istniejące relacje społeczne, przeciwstawiając ją hipotezie wypierania, sugerującej, że czas spędzany online zastępuje i osłabia relacje offline. Badania potwierdzały przewagę efektów stymulujących: użytkownicy, którzy komunikowali się online z osobami, które znali offline, zgłaszali wyższe poczucie więzi społecznej i dobrostanu²⁵.

Duże znaczenie dla zrozumienia wzorców użytkowania technologii przez młodych dorosłych miały analizy danych z wieloletnich badań panelowych na próbach liczących dziesiątki tysięcy respondentów, które wykazały, że pokolenie urodzone po roku 1995 (iGen / pokolenie Z) stanowi pierwsze pokolenie, które niemal całe swoje dojrzewanie spędziło ze smartfonem. W 2015 roku 73% nastolatków posiadało iPhone'a lub inny smartfon, a do 2020 roku odsetek ten przekroczył 95%. Co szczególnie istotne z perspektywy badania zachowań zawodowych, autorka wskazała, że czas poświęcany mediom społecznościowym koreluje ujemnie z aktywnościami pozaekranowymi, takimi jak praca zarobkowa, aktywność fizyczna czy bezpośrednie kontakty interpersonalne²⁶.

Modele oparte na sztucznej inteligencji (AI), takie jak ChatGPT, Gemini czy Claude, są dynamicznie rozwijającymi się narzędziami, wpływającymi na kształtowanie się wzorców zachowań cyfrowych. Ogólnokrajowe badanie ankietowe przeprowadzone w grupie ponad 6 300 studentów w Niemczech w 2023 roku wykazało, że niemal dwie trzecie respondentów używa lub używało narzędzi AI w ramach działalności akademickiej lub zawodowej, zaś niemal połowa wykorzystuje ChatGPT. Studenci kierunków inżynieryjnych, matematycznych i przyrodniczych korzystali z narzędzi AI najczęściej, choć użytkowanie sztucznej inteligencji charakterystyczne było dla wszystkich grup kierunków studiów. Badanie zwróciło uwagę, że narzędzia AI przestały być domeną specjalistów od technologii cyfrowych, a stały się powszechnym elementem ekosystemu cyfrowego młodych dorosłych²⁷.

²⁵ P. M. Valkenburg, J. Peter, Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research, „Current Directions in Psychological Science”, 2009, vol. 18, s. 1-2, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x> [dostęp: 22.03.2026 r.].

²⁶ R. M. Zdunek, Review of: Jean M. Twenge, 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 [iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – and Completely Unprepared for Adulthood – and What That Means for the Rest of Us], „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Politologia”, 2020, s. 159-163 [dostęp: 22.03.2026 r.].

²⁷ J. von Garrel, J. Mayer, Artificial Intelligence in Studies – Use of ChatGPT and AI-Based Tools Among Students in Germany, „Humanities and Social Sciences Communications”, 2023, Article number 799, <https://www.nature.com/articles/s41599-023-02304-7> [dostęp: 22.03.2026 r.].

Badania nad celami i częstotliwością użytkowania narzędzi AI wśród młodych dorosłych wskazują na szerokie spektrum zastosowań, wykraczające poza wspomaganie procesów edukacyjnych. Badania przeprowadzone na grupie 737 studentów na jednym z uniwersytetów hiszpańskich wykazały, że użytkownicy sięgają po ChatGPT zarówno do celów akademickich (pisanie esejów, podsumowywanie, poszukiwanie informacji, burza mózgów), jak i zawodowych (analiza danych, przygotowywanie prezentacji, wspomaganie rozwoju zawodowego) oraz osobistych (rozrywka, tłumaczenia, pomoc w podejmowaniu decyzji). Dostępność przez całą dobę oraz oszczędność czasu wskazywane były przez badanych jako główne zalety korzystania z narzędzi AI²⁸.

Odrębny obszar badań stanowią zachowania konsumenckie Millenialsów i pokolenia Z, dla których technologie nie tylko pośredniczą w aktach zakupu, lecz kształtują całą kulturę konsumpcji. Badania nad wzorami konsumpcji cyfrowej wśród pokoleń Z i Y (Millenialsów) wykazują, że niemal 60% przedstawicieli obu grup dokonuje ponad połowy wszystkich zakupów online. Szacuje się, że wydatki pokolenia Z w 2030 roku osiągną udział bliski 20% globalnych wydatków konsumpcyjnych, a siła nabywczą tego pokolenia będzie rosła. Analiza zachowań konsumpcyjnych w e-commerce wskazuje, że dominacja mediów społecznościowych w środowisku cyfrowym przekłada się bezpośrednio na kształtowanie wzorców konsumpcji, generując potrzebę edukacji konsumenckiej w zakresie racjonalnych zachowań zakupowych²⁹.

Charakterystyczną cechą cyfrowych zachowań ekonomicznych pokolenia Z jest rosnąca skłonność do zakupów w obrębie platform mediów społecznościowych. Badania wskazują, że 85% przedstawicieli pokolenia Z deklaruje wpływ mediów społecznościowych na ich decyzje zakupowe, a ponad połowa dokonała zakupu bezpośrednio przez platformę mediów społecznościowych. Zjawisko to jest szczególnie widoczne na platformach takich jak TikTok, gdzie personalizowane algorytmy rekomendacyjne, materiały wideo tworzone przez influencerów oraz mechanizmy promocyjne wywołują efekt FOMO (ang. Fear of Missing Out), prowadzący do impulsywnych decyzji zakupowych. Badania wskazują, że algorytmizacja środowiska

²⁸ J. Blahopoulou, S. Ortiz-Bonnin, Student Perceptions of ChatGPT: Benefits, Costs, and Attitudinal Differences Between Users and Non-Users Toward AI Integration in Higher Education, „Information and Education Technologies”, 2025, vol. 30, s. 19741-19764, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-025-13575-9> [dostęp: 22.03.2026 r.].

²⁹ Y. Amrulloh, T. Firmansyah, Consumptive Behavior in the Digital Era: A Literature Study on Generation Z and Millennials in E-Commerce, „West Science Business and Management”, 2025, vol. 3, no. 2, s. 384-388, https://www.researchgate.net/publication/393186562_Consumptive_Behavior_in_the_Digital_Era_A_Literature_Study_on_Generation_Z_and_Millennials_in_E-Commerce [dostęp: 16.03.2026 r.].

konsumpcyjnego wpływa na zwiększenie podatności na perswazję cyfrową, tworząc nowe wyzwania dla regulacji prawnych i edukacji finansowej³⁰.

Istotnym komponentem cyfrowych wydatków młodych dorosłych jest ekonomia subskrypcyjna. Millenialsów charakteryzuje wysoki wskaźnik rotacji subskrypcji. Przeciętnie 46% Millenialsów dodało i anulowało przynajmniej jedną subskrypcję streamingową. Wynik ten przekroczył średnią dla wszystkich pokoleń (33%). Wśród członków pokolenia Z i Millenialsów dominuje model „posiadania dostępu”. Aż 61% z nich deklaruje gotowość do płacenia za lepszą jakość, 56% za lepsze doświadczenia, a 50% za wygodę. Ponad jedna trzecia (36%) dorosłych z tych kohort wiekowych płaci za co najmniej jedną cyfrową subskrypcję, co generuje regularny odpływ środków z domowych budżetów i może wpływać na ich stabilność finansową³¹.

Równoległe do wzrostu konsumpcji cyfrowej wzrasta świadomość zagrożeń związanych z prywatnością danych osobowych. Badania wskazują, że blisko jedna trzecia przedstawicieli pokolenia Z traktuje bezpieczeństwo danych jako istotne kryterium decyzji zakupowych. W badanej grupie 38% obawia się, że marki mogą udostępniać ich dane osobom trzecim, a 83% deklaruje wyższe prawdopodobieństwo zakupu od marki, której ufa w kwestii ochrony danych. Jednocześnie postawa przedstawicieli tego pokolenia ma charakter reaktywny. Młodzi konsumenci są świadomi zagrożeń, lecz zachowania prewencyjne, takie jak regularne przeglądanie uprawnień aplikacji, świadome zarządzanie politykami plików cookies czy korzystanie z VPN praktykuje ich mniejsza część³².

Szczególnym wymiarem ekonomicznym konsekwencji cyfryzacji jest ryzyko nadmiernego zadłużenia w związku z impulsywną konsumpcją. Algorytmy rekomendacyjne platform e-commerce i mediów społecznościowych są projektowane z myślą o maksymalizacji czasu spędzonego przez użytkownika na platformie i liczby realizowanych transakcji, co bezpośrednio przekłada się na wzrost spontanicznych, nieplanowanych zakupów. Dla osób wchodzących na rynek pracy i budujących dopiero stabilność finansową systematyczne wystawianie na działanie takich algorytmów może prowadzić do trudności w zarządzaniu budżetem domowym. Badania potwierdzają, że

³⁰ Chin-Wen Chang, Sheng-Hsiung Chang, The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440231191741> [dostęp: 22.03.2026 r.].

³¹ B. Auxier, J. Loucks, Ch. Arkenberg, J. Arbanas, K. Westcott, K. Downs, 2022 Digital media trends, 16th edition: Toward the metaverse. As Gen Z and Millennial entertainment choices gain favor across the globe, social and gaming experiences compete head-to-head with video for consumers' attention, Deloitte, Digital Media Trends Survey, Deloitte Insights, New York 2022, <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/summary.html> [dostęp: 22.03.2026].

³² EcoCarts, 42 Statistics on Gen Z Spending Habits, 2023, <https://ecocart.io/gen-z-spending-habits/> [dostęp: 22.03.2026 r.].

Millenialsi są pokoleniem najbardziej skłonny do zakupów impulsywnych i do przedkładania modelu dostępu (subskrypcji) nad posiadanie, co zwiększa podatność na mechanizmy uzależniające zawarte w architekturze platform cyfrowych³³.

Wpływ technologii cyfrowych na rynek pracy jest widoczny na kilku wzajemnie powiązanych poziomach, od transformacji procesów rekrutacji i selekcji, przez zmianę form zatrudnienia, po ukształtowanie się nowych typów karier cyfrowych. W obszarze rekrutacji i zarządzania zasobami ludzkimi sztuczna inteligencja staje się narzędziem coraz bardziej powszechnym. Badania potwierdzają, że AI jest stosowana we wszystkich fazach procesu rekrutacji, od preselekcji i analizy CV, przez organizację rozmów kwalifikacyjnych, po ocenę kompetencji kandydatów za pomocą zautomatyzowanych testów. Badanie jakościowe przeprowadzone na grupie doświadczonych rekruterów wskazało, że kluczowymi wyzwaniami związanymi z implementacją AI w rekrutacji są kwestie etyczne dotyczące stronniczości algorytmów i ryzyka dyskryminacji³⁴.

Jednym z najbardziej niepokojących trendów dla pokolenia wchodzącego na rynek pracy jest systematyczny spadek liczby ofert pracy dla absolwentów i osób bez doświadczenia. Dostępne dane wskazują na 11,2-procentowy spadek liczby ogłoszeń na stanowiska pracy najniższego szczebla w latach 2021-2024, przy jednoczesnym 30-procentowym wzroście ofert na stanowiska najniższego szczebla, wymagające kompetencji z zakresu AI. Dwie trzecie ofert wymaga doświadczenia praktycznego, np.: w formie staży czy w charakterze freelancera. Zjawisko to wskazuje na strukturalną zmianę rynku pracy, w której automatyzacja i sztuczna inteligencja nie tylko modyfikują wymagania kompetencyjne, lecz faktycznie podnoszą próg wejścia dla najmłodszych uczestników rynku³⁵.

Nowe formy organizacji pracy, takie jak praca zdalna, hybrydowa oraz freelancing stanowią kolejny wymiar transformacji rynku pracy. Praca zdalna, znormalizowana w wyniku pandemii COVID-19, tworzy nowe możliwości (elastyczność czasoprzestrzenna, redukcja dojazdów, dostęp do globalnych rynków zleceń), ale generuje też nowe ryzyka, takie jak izolacja zawodowa, trudności z oddzieleniem ról zawodowych od prywatnych oraz pytanie o wynagrodzenie za czas dyspozycyjności poza formalnym czasem pracy. Badanie dotyczące nowej rzeczywistości w środowisku pracy

³³ Chin-Wen Chang, Sheng-Hsiung Chang, *The Impact of Digital Disruption*, op. cit.

³⁴ G. Koman, P. Borsos, M. Kubina, *The Possibilities of Using Artificial Intelligence as a Key Technology in the Current Employee Recruitment Process*, „Administrative Sciences”, 2024, vol. 14, no. 7, <https://www.mdpi.com/2076-3387/14/7/157> [dostęp: 22.03.2026 r.].

³⁵ *Entry-Level Hiring Trends, Strategy, Skills & AI Insights*, <https://blog.getaura.ai/entry-level-hiring-trends-2025> [dostęp: 22.03.2026 r.].

wskazuje, że praca zdalna na platformach cyfrowych intensyfikuje zjawisko zacierania granicy praca – życie szczególnie u kobiet i osób z obowiązkami opiekuńczymi³⁶.

Fundamentalną transformacją rynku pracy w epoce cyfrowej jest ekspansja gospodarki platformowej (ang. platform economy) i związanej z nią pracy na żądanie (ang. gig economy). Badania przeprowadzone na podstawie wywiadów pogłębionych z pracownikami platform wykazały, że praca ta generuje sprzeczne doświadczenia. Z jednej strony zapewnia autonomię i elastyczność, z drugiej poddaje pracowników algorytmicznej kontroli, niepewności dochodów oraz wykluczeniu z tradycyjnych form ochrony pracowniczej. W badaniach wyróżniono dwa typy pracowników platformowych – wykonujących pracę w chmurze (ang. cloudwork) oraz pracę lokalną (ang. gig work) – wskazując istotne różnice w ich doświadczeniach zawodowych i dobrostanie³⁷.

Badania nad psychologicznymi aspektami pracy w gospodarce platform cyfrowych zidentyfikowały pięć kluczowych obszarów różniących pracę w modelu gig od tradycyjnego zatrudnienia. Należą do nich: tożsamość zawodowa, motywacja, stres i dobrostan, przynależność organizacyjna oraz sprawiedliwość procesów zarządzania. Wyniki badań wskazują, że pracownicy gig economy doświadczają specyficznych napięć wynikających z samotności zawodowej, braku wsparcia organizacyjnego i nieprzewidywalności dochodów, które bezpośrednio wpływają na ich zdolność do utrzymania równowagi między sferą zawodową a prywatną³⁸.

Odrębnym aspektem cyfrowego rynku pracy jest oddziaływanie platform mediów społecznościowych na aspiracje zawodowe i wybory kariery młodych osób. Zjawisko influencerstwa i tworzenia treści (ang. content creation) kreuje nowe wzorce kariery, w których granica między aktywnością zawodową a osobistą obecnością cyfrową zaciera się strukturalnie. Aż 85% przedstawicieli pokolenia Z deklaruje wpływ mediów społecznościowych na swoje decyzje, w tym na wybory edukacyjne i zawodowe. Rosnąca popularność pracy projektowej, krótkoterminowych zleceń i równoległej działalności zarobkowej, promowanej przez cyfrowych influencerów, z jednej strony zwiększa autonomię zawodową, z drugiej utrudnia wyraźne wyznaczenie granic między czasem pracy a czasem prywatnym³⁹.

³⁶ A. James, Platform Work-Lives in the Gig Economy: Recentering Work-Family Research, „Gender, Work & Organization”, 2024, vol. 32, <https://doi.org/10.1111/gwao.13087> [dostęp: 22.03.2026 r.].

³⁷ A. J. Wood, M. Graham, V. Lehdonvirta, I. Hjorth, Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy, „Work, Employment & Society”, 2019, vol. 33, no. 1, s. 56-57, <https://doi.org/10.1177/0950017018785616> [dostęp: 18.03.2026 r.].

³⁸ R. Cropanzano et al., The Organizational Psychology of Gig Work: An Integrative Conceptual Review, „Journal of Applied Psychology”, 2022, vol. 108, no. 3, <https://doi.org/10.1037/apl0001029> [dostęp: 22.03.2026 r.].

³⁹ Chin-Wen Chang, Sheng-Hsiung Chang, The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude, op. cit., s. 506.

Przedmiotem intensywnych badań interdyscyplinarnych, łączących psychologię społeczną, psychiatrię, nauki o komunikacji i socjologię, jest również obszar społeczno-psychologicznych konsekwencji korzystania z technologii cyfrowych. Prowadzone analizy wykazują istotne statystycznie zależności między ekspozycją na czynniki ryzyka związane z korzystaniem z serwisów społecznościowych a problemami ze zdrowiem psychicznym. Konsekwencje te obejmują wyższy poziom depresji, lęku i poczucia izolacji społecznej, przy czym efekty są wyraźniejsze u kobiet niż u mężczyzn, co sugeruje zróżnicowanie mechanizmów negatywnego oddziaływania technologii w zależności od płci⁴⁰.

Badania nad korelacjami między intensywnością użytkowania smartfonów a wskaźnikami zdrowia psychicznego przeprowadzone na ogólnokrajowych reprezentatywnych próbach 506 820 amerykańskich nastolatków wykazały, że wskaźniki objawów depresji, zachowań samobójczych i myśli suicydalnych wzrosły w Stanach Zjednoczonych w latach 2010-2015, szczególnie wśród kobiet, i wzrost ten koreluje z upowszechnieniem się smartfonów i mediów społecznościowych. Nastolatki spędzające ponad pięć godzin dziennie na urządzeniach ekranowych były dwukrotnie bardziej narażone na depresję niż ich rówieśnicy nieużywający takich urządzeń. Co istotne, umiarkowane korzystanie z technologii (1-2 godziny dziennie) nie wykazywało istotnych efektów negatywnych⁴¹.

Jednym z mechanizmów negatywnego wpływu technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne młodych dorosłych są zaburzenia snu. Wyższy poziom korzystania z mediów społecznościowych wpływa na późniejszą porę zasypiania i krótszy czas snu po upływie 1-2 lat. Badania z zastosowaniem Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI) wykazały, że 75% respondentów zgłaszało niską jakość snu, przy czym związek z intensywnym korzystaniem z technologii był najsilniejszy w grupie wiekowej 18-25 lat. Zaburzenia snu wynikają z kilku mechanizmów” stymulacji kognitywnej treściami ekranowymi w godzinach wieczornych, negatywnego wpływu niebieskiego światła ekranów na rytm dobowy oraz notyfikacji zakłócających sen⁴².

Cyberstalking, cyberprzemoc (ang. cyberbullying) i naruszenia prywatności w sieci stanowią kolejny krytyczny wymiar społeczno-psychologicznych konsekwencji technologii cyfrowych. W Polsce jedna na dziesięć osób (9,5%) doświadczyła osobiście

⁴⁰ A. M. Khalaf, A. A. Alubied, A. M. Khalaf, A. A. Rifaey, The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults: A Systematic Review, „PMC”, 2023, <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10476631/> [dostęp: 22.03.2026 r.].

⁴¹ J. M. Twenge, T. E. Joiner, M.L. Rogers, G. N. Martin, Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time, <https://doi.org/10.1177/2167702617723376> [dostęp: 22.03.2026 r.].

⁴² D. J. Yu, Y. K. Wing, T. M. H. Li, N. Yin Chan, The Impact of Social Media Use on Sleep and Mental Health in Youth: A Scoping Review, „Current Psychiatry Reports”, 2024, vol. 26, s. 104-119, <https://link.springer.com/article/10.1007/s11920-024-01481-9> [dostęp: 22.03.2026 r.].

cyberprzemocy, a młode dziewczyny w wieku 18-24 lat doświadczają jej aż prawie dwukrotnie częściej (17,8%). Podobna zależność występuje wśród osób, które były świadkami przemocy online. Zaledwie 18% zauważyło przemoc online, podczas gdy aż 38,2% młodych dziewczyn twierdzi, że zetknęło się z cyberprzemocą w swoim otoczeniu. Bardzo niepokojące są odpowiedzi dotyczące częstotliwości przemocy online. Dziewięć na dziesięć osób (87% wśród ogółu i 91,1% wśród młodych) spotkało się z nią wielokrotnie. Co ważne, 26,7% młodych osób spotyka się z nią regularnie – przynajmniej dwa razy w miesiącu⁴³.

Złożoność relacji między technologiami cyfrowymi a dobrostanem psychospołecznym polega m.in. na tym, że badania rejestrują zarówno efekty negatywne, jak i pozytywne tych relacji. Komunikacja online może wzmacniać poczucie więzi i przynależności społecznej, szczególnie w przypadku osób o wysokim poczuciu własnej wartości i dobrze rozwiniętych kompetencjach komunikacyjnych. Aktywne, interpersonalne korzystanie z mediów społecznościowych, dzielenie się treściami, komentowanie, uczestnictwo w grupach zainteresowań może wiązać się ze wzrostem kapitału społecznego, poprawą samooceny i rozwojem tożsamości zawodowej⁴⁴.

Ważnym aspektem technologii cyfrowych jest ich wpływ na jakość relacji rodzinnych, przyjacielskich i romantycznych. Badania wskazują, że intensywne korzystanie z mediów społecznościowych może prowadzić do zjawiska phubbingu (ang. phone snubbing), ignorowania rozmówcy na rzecz interakcji z urządzeniem mobilnym oraz do ogólnego obniżenia jakości interakcji bezpośrednich. Jednocześnie w przypadku relacji na odległość technologie cyfrowe pełnią nieocenioną funkcję podtrzymującą. W kontekście pracy zdalnej i hybrydowej szczególne znaczenie ma zdolność do zarządzania granicami między cyfrową przestrzenią zawodową a cyfrową przestrzenią prywatną. Deficyt tej kompetencji prowadzi do efektu spillover, wskazującego na przenikanie stresu zawodowego do sfery prywatnej i odwrotnie⁴⁵.

1.3. Technologie cyfrowe w kontekście regionalnych i krajowych dokumentów strategicznych

Technologie cyfrowe są nie tylko obszarem zainteresowania społecznego pod kątem ich wpływu na funkcjonowanie jednostek. Ze względu na ich przenikanie przez wszystkie sfery życia społeczno-gospodarczego są również, a może przede wszystkim, przedmiotem zainteresowania edukacji, która stawia sobie za cel kształtowanie kompetencji w zakresie wykorzystania technologii cyfrowych. Ten cel wybrzmiewa

⁴³ Cyberprzemoc, Amnesty International, 2023, <https://arc.net/l/quote/aweycxey> [dostęp: 18.03.2026 r.].

⁴⁴ P. M. Valkenburg, J. Peter, Social Consequences of the Internet for Adolescents. A Decade of Research, „Current Directions in Psychological Science”, 2009, vol.18 no. 1, s. 3-4, <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12356748/> [dostęp: 22.03.2026 r.].

⁴⁵ Tamże, s.1-5.

w wielu dokumentach określających politykę gospodarczą, społeczną czy edukacyjną państwa oraz jednostek samorządu terytorialnego.

Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego 2030, kreując wizję docelową regionu na 2030 rok jako województwa przedsiębiorczego, partnerskiego i perspektywicznego, w aspekcie regionu perspektywicznego założyła, że we wszystkich obszarach życia społeczno-gospodarczego województwa rozwijane i wdrażane będą technologie cyfrowe. Zakłada się, że dzięki rozwojowi tych technologii region będzie kształtował swoje przewagi konkurencyjne i wdrażał innowacje społeczne. Oznacza to również, że społeczność regionu jest zmuszona uczyć się i ciągle dostosowywać swoje kompetencje do dynamicznych zmian otoczenia, wynikających m.in. z rozwoju technologii cyfrowych⁴⁶. Rozwój technologii cyfrowych niezaprzeczalnie wymusza stale podnoszenie kompetencji w obszarze ich rozwiązań i funkcjonalności.

W tym aspekcie dużą rolę odgrywa system kształcenia, który silnie oddziałuje na sferę społeczno-gospodarczą i w efekcie na to, czy i w jaki sposób młodzi ludzie wykorzystują kompetencje cyfrowe. Z punktu widzenia rozwoju gospodarki istotną funkcję pełni tutaj nie tylko kształcenie w systemie szkolnym (formalnym), charakteryzujące się stosunkowo dużym poziomem sztywności, utrudniającym szybkie dostosowywanie się do zmieniających się potrzeb gospodarki, ale również kształcenie w systemie pozaszkolnym (pozaformalnym), umożliwiające elastyczne dopasowywanie się do wymagań rynku pracy.

Kształcenie pozaformalne wpisuje się w ideę kształcenia ustawicznego (life-long learning), zwanego również edukacją permanentną. Jego istotą jest „ciągłe, nieprzerwanie trwające, stale realizowane, planowe i racjonalne oddziaływanie na rozwój człowieka w każdym etapie jego życia. Jest procesem, który dla człowieka nigdy się nie kończy, bo skończyć się nie może. Oznacza, że po upływie jednej fazy kształcenia przedłuża się ono na następne, stojące na wyższym merytorycznym poziomie. Wskazuje ona na to, że edukacja jest całościowym aktem, nieprzerwanym i zintegrowanym procesem, nie dającym się zamknąć tylko w jednym okresie ludzkiego życia”⁴⁷.

Ustawa Prawo oświatowe definiuje kształcenie ustawiczne jako kształcenie w szkołach dla dorosłych, branżowych szkołach II stopnia i szkołach policealnych, a także jako uzyskiwanie i uzupełnianie wiedzy, umiejętności i kwalifikacji zawodowych lub zmianę kwalifikacji zawodowych w formach pozaszkolnych przez osoby, które spełniły obowiązek szkolny⁴⁸.

⁴⁶ Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego 2030, Załącznik do Uchwały Nr XVIII/213/2020 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 27 kwietnia 2020 r., Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok 2020, s. 12-13.

⁴⁷ T. Aleksander, *Andragogika*, WSiP, Ostrowiec Świętokrzyski 2002, s. 321.

⁴⁸ Art. 4 pkt 30 ustawy z dnia 14 grudnia 2016 roku Prawo oświatowe, Dz. U. z 2023 r., poz. 900, z późn. zm.

W dobie rozwoju cywilizacji i techniki, w świetle dynamicznej oraz powszechnej informatyzacji, idea edukacji ustawicznej, permanentnej, nabiera coraz większego znaczenia. Rosnąca dynamika przemian społecznych wymusza na członkach społeczeństwa, aspirującego do miana społeczeństwa wiedzy, konieczność stałego podnoszenia kompetencji, a więc ciągłej edukacji, w tym również w aspekcie technologii cyfrowych⁴⁹.

W 2024 roku 13,1% mieszkańców województwa podlaskiego nie korzystało z podstawowej z technologii cyfrowych – internetu. Zdecydowana jednak większość (81,1%) zapytana o związek z tą technologią, korzystała z niej w ciągu ostatnich 3 miesięcy. Najwięcej osób, które korzystały z internetu (71,6%), oceniało swoje umiejętności jako ponadpodstawowe w zakresie komunikacji i współpracy za pośrednictwem tego medium. Był to odsetek porównywalny z odnotowanym na poziomie całego kraju – 74,2%. Równie wysoki odsetek osób (65,9%) wskazywał na fakt posiadania ponadpodstawowych umiejętności korzystania z informacji i danych (w Polsce – 74,5%). W mniejszym zakresie mieszkańcy korzystający z internetu przyznają się do posiadania ponadpodstawowych umiejętności rozwiązywania problemów (48,1%), podstawowych lub ponadpodstawowych umiejętności cyfrowych (42,6%), ponadpodstawowych umiejętności tworzenia treści cyfrowych (36,2%) oraz ponadpodstawowych umiejętności związanych z bezpieczeństwem w przestrzeni internetowej (30,5%)⁵⁰.

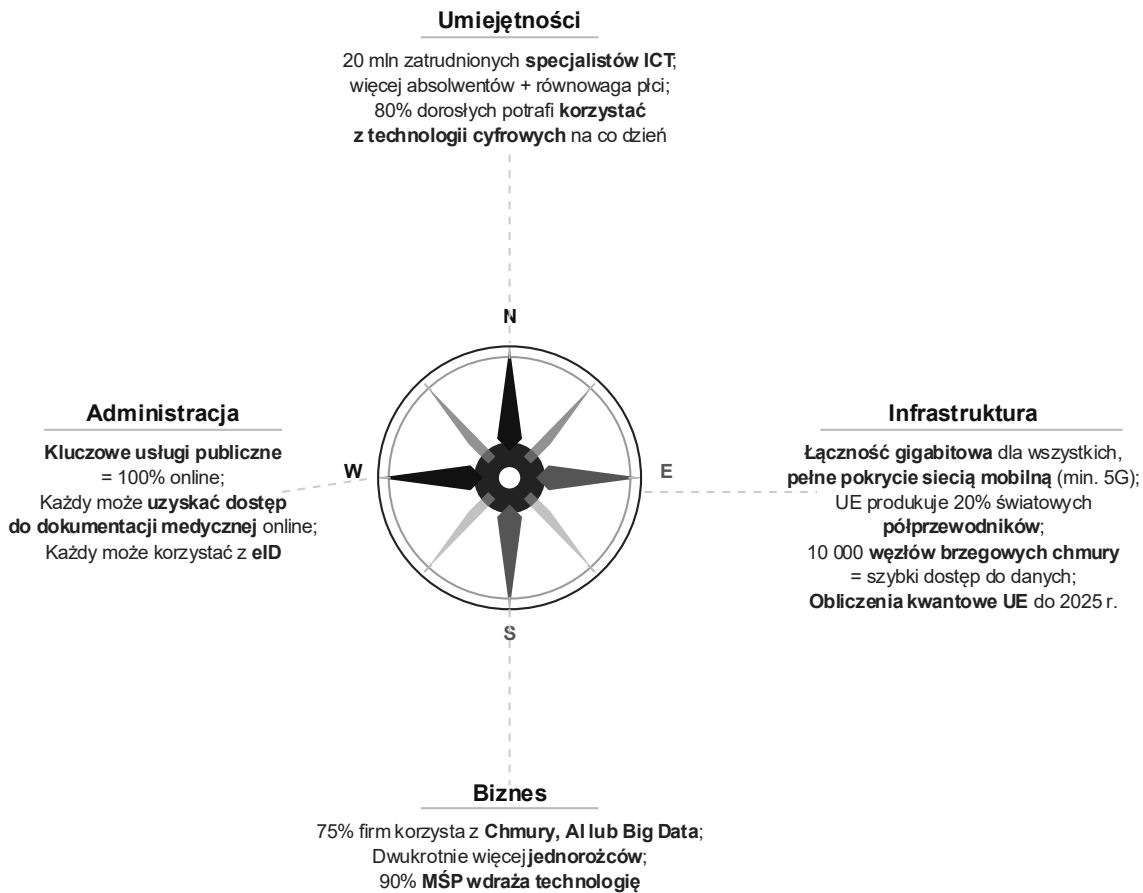
Transformacja cyfrowa jest jednym z głównych kierunków działań politycznych Unii Europejskiej, ściśle określonym w programie polityki „Cyfrowa dekada 2030”, w którym określono ramy transformacji cyfrowej UE do 2030 roku. Program pozostaje głównym kompasem napędzającym transformację cyfrową UE. Dzięki wdrażaniu zaleceń polityki od 2023 roku państwa członkowskie UE poczyniły istotne postępy w cyfryzacji usług publicznych, podstawowym zasięgu sieci 5G i wdrażaniu węzłów brzegowych w celu szybszego i wydajniejszego przetwarzania danych, jednak coroczne raporty Komisji Europejskiej podkreślają konieczność intensyfikacji działań w kontekście absorpcji i wykorzystania technologii cyfrowych⁵¹.

⁴⁹ J. Kargul, Edukacja ustawiczna z perspektywy kultury indywidualizmu, „Edukacja Dorosłych” 2009, t. 2, nr 61, s. 55.

⁵⁰ Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2024 roku, GUS, Warszawa 2025, tablice XLSX.

⁵¹ Digital Decade – Policy programme, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-decade-policy-programme> [dostęp: 03.03.2026 r.].

Rysunek 1. Cele programu polityki Cyfrowa Dekada 2030



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-decade-policy-programme> [dostęp: 04.03.2026 r.].

Program koncentruje się na czterech głównych celach:

- społeczeństwo z umiejętnościami cyfrowymi i wysoko wykwalifikowani specjaliści cyfrowi,
- bezpieczna i zrównoważona infrastruktura cyfrowa,
- cyfrowa transformacja przedsiębiorstw,
- cyfryzacja usług publicznych.

Oprócz celów, program wyznacza również szereg zadań, aby zapewnić, że transformacja cyfrowa będzie zgodna z wartościami UE i przyniesie korzyści wszystkim obywatelom UE, poprzez: budowanie bezpiecznego i chronionego świata cyfrowego; świadczenie usług publicznych online, zapewnienie wszystkim możliwości korzystania z możliwości cyfrowych; zapewnienie wszystkim organizacjom wdrożenia środków cyberbezpieczeństwa; zapewnienie małym przedsiębiorstwom i przemysłowi dostępu do danych i wdrażania technologii cyfrowych (w tym chmury obliczeniowej, analizy

danych i sztucznej inteligencji); zapewnienie MŚP możliwości konkurencyjności w świecie cyfrowym na uczciwych zasadach; promowanie wdrażania innowacyjnej infrastruktury, promowanie badań skoncentrowanych na pomiarze wpływu technologii cyfrowych oraz rozwijaniu zrównoważonych, energooszczędnych i zasobooszczędnych innowacji.

Tabela 1. Realizacja przez Polskę wskaźników Cyfrowej Dekady 2030 w 2025 roku

Wskaźnik KPI Cyfrowej Dekady	DESI 2024 (rok 2023)	DESI 2025 (rok 2024)	Roczny postęp	Trajektoria krajowa 2024	DESI 2025 UE	Roczny postęp UE	Cel PL 2030	Cel UE 2030
Zasięg Stacjonarnej Sieci o Bardzo Wysokiej Przepustowości (VHCN)	81.1%	83.8%	3.4%	84.1%	82.5%	4.9%	100%	100%
Zasięg Światłowodu do Lokalu (FTTP)	75.4%	77.8%	3.1%	84,1%	69.2%	8.4%	100%	-
Całkowity zasięg 5G	71.9%	89.3%	24.1%	98.3%	94.3%	5.9%	100%	100%
Węzły brzegowe (szacunkowo)	42	82	95.2%	11	2257	90.5%	370	10 000
MŚP z co najmniej podstawowym poziomem intensywności cyfrowej	-	69.0%	6.4%	-	72.9%	2.8%	90%	90%
Chmura obliczeniowa	46.5%	-	-	-	-	-	75%	75%
Sztuczna inteligencja	3.7%	5.9%	60.8%	4.3%	13.5%	67.2%	10%	75%
Analityka danych	19.3%	-	-	-	-	-	35%	75%
SI lub Chmura lub Analityka danych	51.8%	-	-	-	-	-	-	75%
Jednorożce	10	11	10%	13	286	4.4%	20	500
Co najmniej podstawowe umiejętności cyfrowe	44.3%	-	-	-	-	-	80%	80%
Specjaliści ICT	4.3%	4.5%	4.7%	4.0%	5.0%	4.2%	6%	~10%
Zgłoszenie schematu eID		Tak						

Wskaźnik KPI Cyfrowej Dekady	DESI 2024 (rok 2023)	DESI 2025 (rok 2024)	Roczny postęp	Trajektoria krajowa 2024	DESI 2025 UE	Roczny postęp UE	Cel PL 2030	Cel UE 2030
Cyfrowe usługi publiczne dla obywateli	63.7	70.7	10.9%	81.5	82.3	3.6%	100	100
Cyfrowe usługi publiczne dla przedsiębiorstw	72.9	85.0	16.6%	87.4	86.2	0.9%	100	100
Dostęp do elektronicznych dokumentacji medycznych	90.0	91.8	2%	88	82.7	4.5%	100	100

Źródło: Dokument Roboczy Służb Komisji. Sprawozdania Krajowe Cyfrowej Dekady 2025, Bruksela, 16.6.2025, SWD (2025) 290, Wersja Ostateczna, CZĘŚĆ 21/27, eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52025SC0290 [dostęp: 05.03.2026 r.].

Program polityczny Cyfrowej Dekady 2030 ustanowił cele na rok 2030, zarówno na szczeblu krajowym, jak i unijnym, oraz ramy do śledzenia postępów w ich realizacji. W tym kontekście Komisja będzie oceniać postępy poszczególnych krajów i wprowadzać odpowiednie zalecenia. Zgodnie z oceną KE dokonaną w 2025 roku Polska osiąga relatywnie dobre wyniki w zakresie stacjonarnej infrastruktury łączności szerokopasmowej. Zasięg Sieci o Bardzo Wysokiej Przepustowości (VHCN) wyniósł w 2024 roku 83,84%, co plasuje nasz kraj powyżej średniej unijnej (82,49%), choć tempo wzrostu (3,4% rok do roku) pozostaje niższe od średniej UE (4,9%). Podobnie kształtuje się sytuacja w zakresie światłowodów do lokalu (FTTP) – wskaźnik 77,79% przekracza średnią UE (69,24%), jednak dynamika wzrostu (3,1%) jest wyraźnie niższa niż unijna (8,4%), co oznacza, że Polska nie realizuje własnej trajektorii krajowej. Na obszarach wiejskich zasięg VHCN wyniósł 66,49%, kształtując się powyżej średniej unijnej (61,89%), co stanowi istotny wynik z perspektywy polityki spójności terytorialnej⁵².

Odmienne przedstawia się sytuacja w zakresie sieci piątej generacji. Zasięg 5G wyniósł 89,28%, co uplasowało Polskę poniżej średniej UE (94,35%), jednak dynamika wzrostu okazała się wyjątkowo wysoka – 24,1% wobec zaledwie 6,0% w UE. Równolegle rozwijana jest infrastruktura węzłów brzegowych. W 2024 roku wdrożono 82 węzły (wzrost o 95,2% rok do roku). Polska aktywnie uczestniczy w projektach z zakresu technologii kwantowych⁵³. Uruchomiła również komputer kwantowy oparty na technologii sputakowanych jonów – PIAST-Q. Nowy komputer został zainstalowany

⁵² Dokument Roboczy Służb Komisji. Sprawozdania Krajowe Cyfrowej Dekady 2025, Bruksela, 16.06.2025, SWD (2025) 294, Wersja Ostateczna, CZĘŚĆ 21/27, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/library/digital-decade-2025-country-reports> [dostęp: 05.03.2026 r.].

⁵³ Tamże.

w Poznańskim Centrum Superkomputerowo-Sieciowym (PCSS)⁵⁴, a konsorcjum PIONIER-Q rozwinęło największą w UE sieć wymiany kluczy kwantowych, obejmującą 1 770 km światłowodów.

Poziom cyfryzacji polskich przedsiębiorstw systematycznie rośnie, choć nadal kształtuje się poniżej średniej unijnej. W 2024 roku 68,95% małych i średnich przedsiębiorstw wykazało co najmniej podstawowy poziom intensywności cyfrowej (wzrost z 60,95% w 2022 roku), zbliżając się do średniej UE wynoszącej 72,91%. Cel krajowy na rok 2030 ustalono na poziomie 90%. Zwraca się jednak uwagę, że problemy we wdrażaniu założenia w Polsce mogą wynikać ze struktury polskiej gospodarki, w której MŚP stanowią 99,8% ogółu przedsiębiorstw, podczas gdy duże podmioty zaledwie 0,2%, co zdecydowanie utrudnia szybkie upowszechnianie zaawansowanych technologii cyfrowych⁵⁵.

Szczególnie niepokojące pozostają wskaźniki wdrożenia sztucznej inteligencji. W 2024 roku zaledwie 5,9% przedsiębiorstw w Polsce korzystało z rozwiązań opartych na SI, co stanowi mniej niż połowę średniego poziomu unijnego wynoszącego 13,48%. Wśród MŚP wskaźnik ten był jeszcze niższy i wyniósł 4,92%, podczas gdy duże podmioty gospodarcze osiągnęły wynik 32,95%. Mimo odnotowanego wzrostu o 60,76% względem 2023 roku dystans do średniej europejskiej pozostaje nadal znaczący. Udział sektora ICT w wartości dodanej brutto wyniósł w Polsce w 2022 roku 4,03%, kształtując się poniżej średniej UE (5,46%).

Poziom umiejętności cyfrowych polskiego społeczeństwa stanowi jeden z istotniejszych obszarów wymagających interwencji politycznej. Zgodnie z danymi z 2023 roku co najmniej podstawowe umiejętności cyfrowe posiadało 44,30% populacji (wynik znacząco niższy od średniej UE – 55,56%) i odległy od celu krajowego na 2030 rok (80%). Dane Głównego Urzędu Statystycznego za 2024 rok wskazują jednak na poprawę – wskaźnik ten wzrósł do 48,80%. Analiza struktury społeczno-demograficznej pod względem kompetencji cyfrowych ujawnia głębokie zróżnicowanie wewnętrzne. Luka płciowa wynosi 2,69 punktu procentowego (mężczyźni: 45,68%, kobiety: 42,99%), nieznacznie przekraczając średnią unijną (2,23 p. proc.). Szczególnie niekorzystna sytuacja dotyczy mieszkańców obszarów wiejskich, na których jedynie 33,17% mieszkańców posiada podstawowe umiejętności cyfrowe wobec 47,50% dla obszarów wiejskich w UE. Wyraźne dysproporcje występują również między grupami wiekowymi: podczas gdy wśród osób w wieku 25-34 lata wskaźnik sięga 66,85%, w grupie 65-74 lata wynosi zaledwie 12,55%, przy średniej unijnej dla tej grupy wynoszącej 28,19%⁵⁶.

⁵⁴ <https://arc.net/l/quote/iykbqspo> [dostęp: 05.03.2026 r.].

⁵⁵ Dokument Roboczy Stuzb Komisji. Sprawozdania Krajowe Cyfrowej Dekady 2025, op. cit.

⁵⁶ Tamże.

Odsetek specjalistów ICT w ogólnym zatrudnieniu wyniósł w 2024 roku 4,5% (przy wzroście o 4,7% rok do roku), plasując Polskę poniżej średniej unijnej (5,0%) oraz wyraźnie poniżej celu UE wynoszącego 10%. Cel krajowy ustalono na poziomie 6%. Niepokojącym zjawiskiem jest obserwowany spadek udziału kobiet wśród specjalistów ICT do 17,5% w 2024 roku (poniżej średniej UE: 19,5%), czemu towarzyszył bezwzględny spadek liczby kobiet-specjalistek ICT o 7 400 osób przy jednoczesnym wzroście liczby mężczyzn-specjalistów o 33 800⁵⁷.

Polska odnotowała znaczący postęp w zakresie cyfryzacji usług publicznych, choć w odniesieniu do usług skierowanych do obywateli nie realizuje jeszcze własnej trajektorii krajowej. Wskaźnik dla cyfrowych usług publicznych dla obywateli wyniósł 70,69 (wzrost o 10,9%), kształtując się poniżej średniej UE (82,32) przy celu na 2030 rok wynoszącym 100. Korzystniej przedstawia się sytuacja w zakresie usług dla przedsiębiorstw – wskaźnik 85,0 (wzrost o 16,6%) plasuje Polskę nieznacznie poniżej średniej unijnej (86,23). Wyróżniającym się obszarem jest dostęp do elektronicznej dokumentacji medycznej, gdzie wskaźnik 91,82 przekracza średnią UE wynoszącą 82,7. Ponad 19 milionów obywateli, stanowiących ponad 60% dorosłej populacji, korzysta z bezpłatnego konta Internetowe Konto Pacjenta (IKP). Dynamicznie rośnie również korzystanie z tożsamości cyfrowej: aplikacja mObywatel została pobrana 21,7 miliona razy do lutego 2025 roku, odnotowując 34-procentowy wzrost w stosunku do końca 2023 roku⁵⁸.

Poziom umiejętności z zakresu bezpieczeństwa cyfrowego wśród ogółu populacji jest niewystarczający. W 2023 roku jedynie 54,06% respondentów zadeklarowało podjęcie co najmniej jednego działania ochronnego w sieci, w porównaniu ze średnią unijną wynoszącą 69,55%. W 2024 roku zrealizowano szereg działań na rzecz poprawy stanu cyberbezpieczeństwa. W ramach projektu Cyberbezpieczny Samorząd dofinansowanie na poprawę bezpieczeństwa informacyjnego otrzymało 2 495 jednostek samorządu terytorialnego, co stanowi niemal 90% ich łącznej liczby. Działania edukacyjne prowadzone przez NASK-PIB objęły ponad 286 000 uczniów, przeszło 18 000 nauczycieli oraz ponad 36 000 specjalistów ICT i przedstawicieli administracji publicznej⁵⁹.

Polska realizuje ambitne cele w ramach programu Cyfrowa Dekada 2030, dążąc do powszechnego zasięgu sieci szerokopasmowej, wzrostu odsetka specjalistów ICT, cyfryzacji usług publicznych oraz upowszechnienia sztucznej inteligencji w gospodarce. Równoległe jednak Diagnoza Młodości 2026, opublikowana w marcu 2026 roku, ujawnia głęboki kryzys kondycji psychospołecznej pokolenia, które jako pierwsze dorastało w warunkach pełnej immersji cyfrowej. Zestawienie obu dokumentów odśladania fundamentalne napięcie: cele polityki cyfrowej państwa i skutki społeczne

⁵⁷ Tamże.

⁵⁸ Tamże.

⁵⁹ Tamże.

cyfrowego środowiska wzrastania młodzieży zmierzają w przeciwnych kierunkach. Państwo inwestuje w rozszerzenie dostępu do technologii i pogłębienie cyfryzacji życia publicznego, podczas gdy nauka dokumentuje destrukcyjne konsekwencje nadmiernej ekspozycji na środowisko cyfrowe wśród najmłodszych obywateli.

Dane zawarte w Diagnozie Młodzieży 2026 wskazują, że 60% nastolatków żyje w chronicznym stresie i przemęczeniu, 40% wykazuje objawy depresyjne, a 17% dokonało samookaleczeń. Autorzy raportu, eksperci Polskiego Towarzystwa Polityki Społecznej reprezentujący ponad 20 uczelni wyższych, identyfikują środowisko cyfrowe jako jeden z kluczowych czynników kształtujących te zjawiska. Diagnoza obejmuje osiem obszarów problemowych, spośród których środowisko cyfrowe wyodrębniono jako osobną kategorię analityczną, co samo w sobie świadczy o randze tego zagadnienia w ocenie badaczy⁶⁰.

Zestawiając obraz Diagnozy z ambitnymi celami cyfrowymi Polski, warto podkreślić, że pokolenie 15-29 lat, którego dobrostan dokumentuje Diagnoza, dorastało w warunkach rosnącej dostępności szerokopasmowego internetu mobilnego, a tempo tej ekspansji w najbliższych latach jedynie przyspieszy. Infrastruktura cyfrowa jest warunkiem koniecznym nowoczesnej gospodarki, jednak jej rozbudowa bez równoległej polityki ochrony zdrowia psychicznego młodzieży i bez kształcenia kompetencji świadomego uczestnictwa w świecie cyfrowym, generuje ryzyko pogłębienia diagnozowanych patologii.

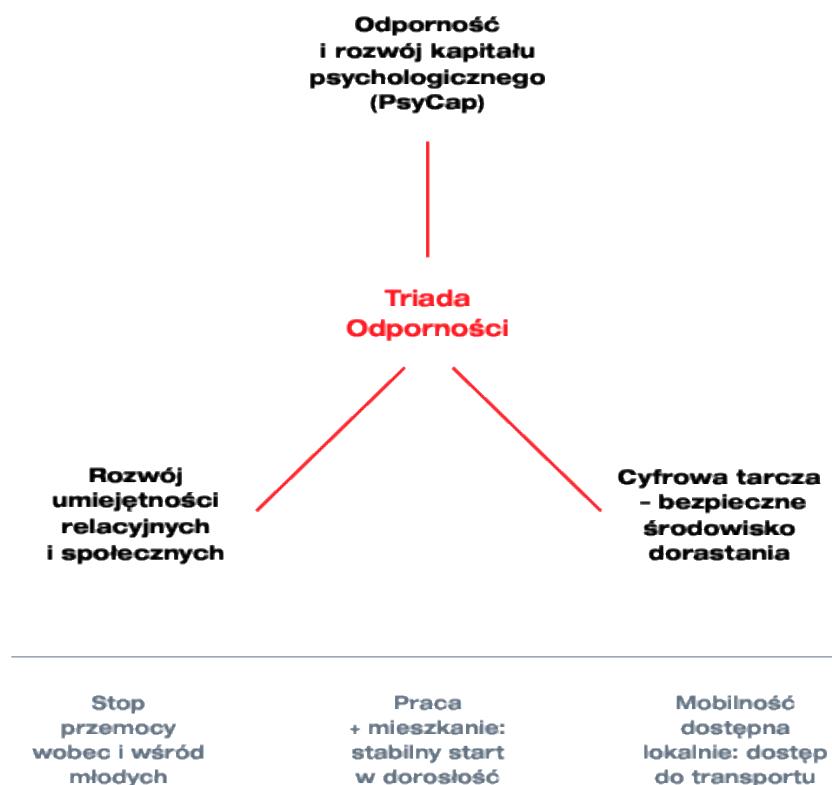
Szczególnie wymowne jest zestawienie wskaźników umiejętności cyfrowych dorosłej populacji z obrazem funkcjonowania młodzieży w środowisku online. Cyfrowa Dekada wskazuje, że jedynie 44,30% Polaków posiada co najmniej podstawowe umiejętności cyfrowe, a wskaźnik ochronnych zachowań w sieci wynosi zaledwie 54,06% – wobec 69,55% średniej unijnej. Diagnoza Młodzieży dopełnia ten obraz wskazując na skutki zbyt niskich kompetencji cyfrowych, 62% nastolatków doświadcza bullingów rówieśniczych, przy czym zjawisko to w znacznej mierze przeniosło się do przestrzeni cyfrowej. Niemal jedna trzecia populacji, ze szczególnym nasileniem wśród młodych ludzi, styka się z wrogimi lub uwłaczającymi przekazami online.

Można z tego wysnuć wniosek, że polskie społeczeństwo, w tym rodzice i nauczyciele odpowiedzialni za wspieranie rozwoju kompetencji cyfrowych kolejnego pokolenia, nie dysponuje wystarczającymi umiejętnościami, by skutecznie towarzyszyć młodzieży w bezpiecznym korzystaniu z technologii. Niski poziom umiejętności cyfrowych dorosłych przekłada się na deficyt kompetencji wychowawczych w obszarze cyfrowym, a to z kolei pozostawia nastolatków bez adekwatnego wsparcia i ochrony w środowisku online.

⁶⁰ Diagnoza Młodzieży 2026, Polskie Towarzystwo Polityki Społecznej, Warszawa 2026, s. 11-12.

Z perspektywy analizy polityki publicznej program Cyfrowa Dekada 2030 zakłada wzrost odsetka specjalistów ICT do 6% zatrudnienia, powszechne korzystanie z e-usług publicznych oraz upowszechnienie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji. Osiągnięcie tych celów wymaga, aby obecna generacja młodych wchodziła na rynek pracy z wysokimi kompetencjami cyfrowymi, gotowością do funkcjonowania w z informatyzowanej gospodarce i odpornością na cyberzagrożenia (cyberprzestępczość, phishing, malware, cyberterrorizm, darknet, cyberprzemoc/cyberbullying, hejt/mowa nienawiści, dezinformacja/fake news, uzależnienie od internetu/siecioholizm, FOMO (Fear of Missing Out), trolling, inwigilacja czy wyciek danych osobowych). Tymczasem Diagnoza Młodzieży dokumentuje, że znaczna część tej generacji zmagają się z chronicznym stresem, objawami depresyjnymi i trudnościami z usamodzielnieniem – 53% młodych dorosłych mieszka z rodzicami – co bezpośrednio zagraża zdolności do efektywnego uczestnictwa w rynku pracy i życiu społecznym. Nadmierne i niekontrolowane zanurzenie w środowisku cyfrowym podkopuje zasoby psychiczne i społeczne młodego pokolenia, na którym spoczywać ma ciężar realizacji cyfrowej transformacji polskiej gospodarki.

Rysunek 2. Triada Odporności Diagnozy Młodzieży 2026



Źródło: Diagnoza Młodzieży 2026, Polskie Towarzystwo Polityki Społecznej, Warszawa 2026, s.21.

W odpowiedzi na wyzwania związane z rozwojem cyberzagrożeń autorzy Diagnozy proponują kilka kierunków interwencji publicznych w ramach Triady Odporności:

- 1) w zakresie wzmocnienia odporności psychicznej i kapitału rozwojowego młodego pokolenia – zintegrowany, międzysektorowy system profilaktyki, wczesnej interwencji i wsparcia zdrowia psychicznego oraz wzmocnienia kapitału psychologicznego;
- 2) cyfrową tarczę ochronną dla dzieci i młodzieży obejmującą regulację platform cyfrowych, ograniczenie ekspozycji na przemoc, pornografię i patotreści, rozwój kompetencji cyfrowych oraz szybkie systemy reagowania i pomocy;
- 3) wzmocnienie relacji i kompetencji społecznych przez pracę z młodzieżą i rodzinami, rozwój pracy z młodzieżą poza szkołą oraz systemowe wsparcie rodzin w budowaniu umiejętności społecznych, emocjonalnych i wychowawczych⁶¹.

W świetle założeń obu dokumentów nasuwa się wniosek, że polska polityka cyfrowa wymaga integracji dwóch dotychczas odrębnych obszarów: strategii cyfryzacji gospodarki i administracji oraz polityki ochrony zdrowia psychicznego i wychowania cyfrowego młodzieży. Rozbudowa infrastruktury sieci 5G, wzrost zasięgu światłowodów czy upowszechnienie usług opartych na sztucznej inteligencji stanowią filary nowoczesnego państwa, jednak bez równoczesnej polityki ograniczającej szkodliwe skutki uzależnienia od technologii cyfrowych inwestycje te mogą paradoksalnie pogłębiać kryzys pokoleniowy i wywołać doniosłe skutki o znaczeniu nie tylko społecznym, ale i strategiczno-gospodarczym.

⁶¹ Tamże, s. 21.

Rozdział 2. Metodyka badania

2.1. Strategia badawcza

Założenia epistemologiczne badania opierają się na konstruktywistycznym podejściu do rzeczywistości społecznej, uznaniu, że znaczenia przypisywane technologiom cyfrowym są społecznie konstruowane i mogą różnić się między grupami i jednostkami⁶².

Jednocześnie podejście to uwzględnia wskaźniki obiektywne (czas korzystania, wydatki, wskaźniki zdrowia psychicznego) w celu zapewnienia rzetelności pomiarów.

Epistemologia konstruktywistyczna wychodzi z założenia, że wiedza o rzeczywistości społecznej nie jest odbiciem obiektywnego porządku, lecz jest aktywnie wytwarzana, podtrzymywana i przekształcana przez jednostki wchodzące we wzajemne interakcje. Konstruktywizm społeczny zakłada zatem, że znaczenia przypisywane określonym zjawiskom, w tym technologiom cyfrowym, normom pracy czy wzorcom work-life balance, są społecznie negocjowane i mogą różnić się między grupami społecznymi, pokoleniami i jednostkami⁶³.

Konstruktywizm jest definiowany poprzez dwa kluczowe założenia: ontologiczny relatywizm (istnieje wiele społecznie konstruowanych rzeczywistości, nie zaś jedna obiektywna rzeczywistość) oraz epistemologiczny transakcjonizm (wiedza o świecie społecznym jest współtworzona przez badacza i badanych w toku procesu badawczego)⁶⁴. W kontekście niniejszego badania podejście to umożliwia rozumienie, że wśród ankietowanych mogą istnieć zróżnicowane subiektywne znaczenia, jakie respondenci przypisują technologiom cyfrowym, normom dostępności zawodowej oraz doświadczeniu równowagi między pracą a życiem prywatnym – znaczeń, które są kulturowo zapośredniczone i kontekstowo zmienne.

Konstruktywistyczny pogląd na świat przyjmuje, że jednostki szukają rozumienia świata, w którym żyją i w którym pracują, a znaczenia przypisywane doświadczeniom są z natury swej wielorakie, subiektywne i negocjowalne. Jednocześnie w teorii podkreśla się, że metodologia mieszana (mixed methods) pozwala na połączenie konstruktywistycznej wrażliwości na subiektywność doświadczeń z rygorystyczną kwantyfikacją

⁶² P. L. Berger, T. Luckmann, *The Social Construction of Reality*, Anchor Books, New York 1966, s. 34-56, <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf> [dostęp: 22.03.2026 r.].

⁶³ Tamże, s. 13.

⁶⁴ E. G. Guba, Y. S. Lincoln, *Competing Paradigms in Qualitative Research*, [w]: N. K. Denzin, Y. S. Lincoln (red.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publishing, Thousand Oaks 1994, s. 105-107, https://miguelangelmartinez.net/IMG/pdf/1994_Guba_Lincoln_Paradigms_Quali_Research_chapter.pdf [dostęp: 22.03.2026 r.].

obiektywnych wskaźników⁶⁵. W badaniu nad wpływem technologii cyfrowych na młodych pracowników uzasadnienie to ma szczególne znaczenie: subiektywne postrzeganie równowagi work-life balance może być badane jednocześnie obok obiektywnych wskaźników, takich jak czas korzystania z technologii, wskaźniki zdrowia psychicznego czy wydatki związane z narzędziami cyfrowymi, co zapewnia pełniejszy i bardziej rzetelny obraz badanego zjawiska

Konstruktywistyczne założenia epistemologiczne pozwalają przyjąć, że technologie cyfrowe nie są fenomenami o jednoznacznie określonym, uniwersalnym znaczeniu. Są one społecznie konstruowane przez użytkowników w konkretnym kontekście kulturowym, zawodowym i pokoleniowym. Młodzi pracownicy w wieku 18-34 lat mogą postrzegać te same narzędzia cyfrowe, takie jak aplikacje do pracy zdalnej, komunikatory czy platformy zarządzania zadaniami, w różny sposób. Zarówno jako umożliwiające autonomię i elastyczność (emancypacyjne), jak i jako wymuszające stałą dostępność (represyjne). Zestawienie tych subiektywnie konstruowanych znaczeń z obiektywnie mierzalnymi wskaźnikami funkcjonowania zawodowego i dobrostanu pozwala na uniknięcie jednostronności analitycznej.

Epistemologia, czyli teoria poznania, opiera się na strategii eksplanacyjnej sekwencyjnej, charakterystycznej dla podejścia mixed-methods⁶⁶. W badaniu zastosowana została sekwencyjna strategia eksplanacyjna, polegająca na tym, że w pierwszej fazie badania występuje zbieranie i analiza danych ilościowych, a w drugiej fazie, odwołując się do uzyskanych wcześniej danych ilościowych, odbywa się zbieranie i analiza danych jakościowych⁶⁷. Zastosowane podejście badawcze umożliwi nie tylko kwantyfikację zjawisk (ile, jak często, w jakim zakresie), ale również zrozumienie ich kontekstu, mechanizmów i znaczeń nadawanych przez uczestników badania.

Zakotwiczenie teoretyczne badania opiera się na kilku kluczowych perspektywach:

- 1) Teoria ekologii mediów M. McLuhana – pozwala na analizę technologii cyfrowych jako przedłużeń człowieka, wpływających na wszystkie aspekty jego funkcjonowania. McLuhan postrzegał media w kategoriach ekologicznych, gdzie zmiany technologiczne wywierają głęboki wpływ na środowisko symboliczne – społecznie konstruowany świat znaczeń, który kształtuje postrzeganie, doświadczenia i zachowania jednostek⁶⁸.

⁶⁵ J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, Sage Publishing, Thousand Oaks 2014, s. 8-9, https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf [dostęp: 22.03.2026 r.].

⁶⁶ A. Tashakkori, C. Teddlie, *Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, Sage Publications, Thousand Oaks 2010, s. 156-189.

⁶⁷ T. Wiecek, *Projektowanie badań pedagogicznych*, „Zagadnienia Społeczne”, 2015, nr 2 (4), s. 223.

⁶⁸ M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, op. cit., s. 23-45.

- 2) Teoria aktora-sieci (ANT) B. Latoura – umożliwia analizę relacji między ludźmi a technologiami w kontekście społecznym. Zgodnie z tą perspektywą zarówno ludzie, jak i technologie (byty nieludzkie) stanowią aktywnych aktorów współtworzących dynamiczne sieci relacji⁶⁹.
- 3) Teoria efektu spillover J. H. Greenhousa i N. J. Beutella – szczególnie istotna w kontekście work-life balance, wskazuje na przenoszenie doświadczeń i emocji z jednej sfery życia do drugiej, co jest szczególnie relewantne w przypadku technologii cyfrowych umożliwiających ciągłą łączność⁷⁰.

Założenia epistemologiczne badania oparto na podejściu konstruktywistycznym. Podejście to zakłada, że wiedza nie jest biernie przyswajana, lecz aktywnie tworzona przez uczącego się poprzez refleksję nad własnymi doświadczeniami oraz poprzez włączanie nowych informacji do istniejących schematów. Proces włączania jest indywidualny i skupia się na budowaniu własnego sposobu rozumienia świata, a nie tylko na zapamiętywaniu faktów. Podejście konstruktywistyczne do zjawisk społecznych podkreśla, że znaczenia przypisywane technologiom cyfrowym są społecznie konstruowane i mogą różnić się między grupami i jednostkami⁷¹.

Strategię eksplanacyjną oparto o realizację badania na zintegrowanym modelu badawczym, obejmującym triangulację danych i integrację wyników. Zastosowana triangulacja w badaniach mixed-methods odnosi się do strategii wykorzystania wielu metod, źródeł danych, badaczy lub teorii w celu zwiększenia wiarygodności i pełności uzyskiwanych wyników⁷². W przedmiotowym badaniu zastosowano triangulację na trzech poziomach:

- a) Triangulacja metodologiczna, która polegała na łączeniu metod ilościowych (CAWI) i jakościowych (IDI, FGI) w celu uzyskania komplementarnych perspektyw na badane zjawisko⁷³. Metody ilościowe pozwoliły na identyfikację wzorców i zależności w dużej próbie, podczas gdy metody jakościowe umożliwiły głębsze zrozumienie mechanizmów i kontekstów tych zjawisk.
- b) Triangulacja teoretyczna polegała na interpretacji wyników w świetle różnych teorii (ekologia mediów M. McLuhana, teoria aktora-sieci B. Latoura, efekt

⁶⁹ B. Latour, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford University Press, Oxford 2005, s. 67-89.

⁷⁰ J. H. Greenhaus, N. J. Beutell, *Sources of Conflict Between Work and Family Roles*, op. cit., s. 76-88.

⁷¹ P. L. Berger, T. Luckmann, *The Social Construction of Reality*, Anchor Books, New York 1966, s. 34-56.

⁷² N. K. Denzin, *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*, McGraw-Hill, Columbus 1978, s. 56-89.

⁷³ J. W. Creswell, V. L. Plano Clark, *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, op. cit., s. 62-89.

spillover J. H. Greenhausa i N. J. Beutella), co pozwoliło na głębsze i wielowymiarowe zrozumienie mechanizmów wpływu technologii cyfrowych⁷⁴.

- c) Strategia integracji wyników odnosząca się do założenia mixed-methods, polegała na integracji wyników ilościowych i jakościowych w spójną całość⁷⁵. W badaniu zastosowano model eksplanacyjny, w którym najpierw nastąpiło zbieranie i analiza danych ilościowych, a w drugiej fazie zbieranie i analiza danych jakościowych. Na koniec dane z badań ilościowych i jakościowych zostały zintegrowane na etapie interpretacji wyników.

W procesie zbierania danych zastosowano podstawowe metody ilościowe i jakościowe: desk research (DR), sondaż diagnostyczny techniką ankiety internetowej (CAWI – Computer-Assisted Web Interview), indywidualne wywiady pogłębione (Individual In-Depth Interview) oraz zogniskowane wywiady grupowe (FGI – Focused Group Interview).

Metodą wyjściową stała się metoda desk research (inaczej: badania gabinetowe), która jest jakościową metodą badawczą polegającą na przeglądzie, analizie i syntezie istniejących źródeł informacji w celu uzyskania odpowiedzi na pytania badawcze⁷⁶. W przedmiotowym badaniu desk research pełnił funkcję kontekstualizującą i uzupełniającą, dostarczając ram teoretycznych do interpretacji wyników badań pierwotnych.

Zgodnie z przyjętą strategią eksplanacyjną-sekwencyjną podstawową metodą badawczą była metoda ilościowa: sondaż diagnostyczny. Sondaż diagnostyczny jest metodą badań naukowych ukierunkowaną na gromadzenie informacji o interesujących badacza problemach. Ogniskuje się na bezpośrednich relacjach werbalnych z dużymi grupami osób badanych (respondentami). Cechą konstytuującą sondaż jako metodę badawczą jest „wypytywanie” respondentów o opinię, oraz „rozpoznawanie” ich stanu wiedzy lub świadomości. Podstawowym elementem tej metody są pytania zadawane w formie pisemnej lub ustnej. W wypadku odpowiedzi na piśmie sondaż przybiera formę ankiety, a w wypadku odpowiedzi ustnych formę wywiadu. Zbierane odpowiedzi, informacje, dane, pozwalają ustalić zasięg, zakres, rolę, poziom czy intensywność jakiegoś zjawiska⁷⁷.

Techniką wykorzystaną w sondażu była internetowa ankieta o charakterze pisemnym: Computer Assisted Web Interviewing (CAWI), która jest techniką o charakterze ilościowym, pozwalającą na zbieranie danych ilościowych poprzez ankiety internetowe,

⁷⁴ M. Q. Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods*, 4th ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015, s. 234-267.

⁷⁵ F. G. Castro, J. C. Kellison, S. J. Boyd, A. Kopak, *A Methodology for Conducting Integrative Mixed Methods Research and Data Analyses*, „Journal of Mixed Methods Research”, 2010, vol. 4, no. 4, s. 342-360.

⁷⁶ A. Bryman, *Social Research Methods*, 5th ed., Oxford University Press, Oxford 2016, s. 101-125.

⁷⁷ J. Apanowicz, *Metodologia ogólna, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu*, Gdynia 2002, s. 70-72.

w których respondenci samodzielnie wypełniają kwestionariusz udostępniony za pośrednictwem przeglądarki internetowej⁷⁸. CAWI stanowi jedną z najbardziej popularnych technik badawczych we współczesnych naukach społecznych ze względu na swoją efektywność kosztową, szybkość realizacji oraz możliwość dotarcia do szerokiej grupy respondentów⁷⁹.

Metoda CAWI, ankieta internetowa, charakteryzuje się szeregiem istotnych zalet, uzasadniających jej wykorzystanie w badaniu. Przede wszystkim eliminuje koszty związane z drukiem kwestionariuszy, wynajmem ankietów oraz logistyką badania terenowego. Technika ta umożliwia jednoczesne dotarcie do dużej liczby respondentów oraz natychmiastową rejestrację odpowiedzi w bazie danych, podczas wypełniania ankiety przez respondenta⁸⁰. Wykorzystanie narzędzi internetowych do realizacji tego rodzaju ankiet pozwala również na automatyzację zbierania danych, pośrednio wpływa więc również na eliminację błędów wynikających z ręcznego wprowadzania danych, automatyczną weryfikację poprawności odpowiedzi i natychmiastową dostępność danych do analizy⁸¹.

Specyfika narzędzia pozwoliła na zapewnienie pełnej anonimowości respondentom. Poczucie anonimowości z reguły zwiększa szczerść odpowiedzi, szczególnie w pytaniach dotyczących wrażliwych tematów (zdrowie psychiczne, odczucia czy problemy osobiste)⁸². Jego cechą charakterystyczną jest także wysoki poziom responsywności, oznaczającej możliwość dostosowania kwestionariusza do różnych urządzeń (komputer, tablet, smartfon), co ułatwia udział w badaniu⁸³. Na potrzeby badania opracowano dwa kwestionariusze CAWI: kwestionariusz dla osób młodych w wieku 18-34 lata (N=350) i kwestionariusz dla rodziców osób młodych w wieku 18-34 lata (N=100).

Do pogłębienia wyników badań ilościowych zastosowano dwie metody jakościowe: wywiad pogłębiony oraz zogniskowany wywiad grupowy. Indywidualny wywiad pogłębiony (Individual In-Depth Interview, IDI) jest jakościową metodą badawczą polegającą na prowadzeniu indywidualnych, intensywnych rozmów z respondentami

⁷⁸ IdSurvey, CAWI Methodology – Computer Assisted Web Interviewing, <https://www.idsurvey.com/en/cawi-methodology/> [dostęp: 15.02.2026 r.].

⁷⁹ Tamże.

⁸⁰ ERTC, The Essential Guide to CAWI survey methodologies, <https://ertcegypt.com/blog/cawi-survey/> [dostęp: 15.02.2026 r.].

⁸¹ D. Batorski, Prowadzenie badań przez internet. Podstawowe zagadnienia metodologiczne, „Studia socjologiczne”, 2006, nr 3 (182), s. 101-102.

⁸² DJS Research, CAWI Market Research, <https://www.djsresearch.co.uk/glossary/item/CAWI-Market-Research> [dostęp: 18.07.2025 r.].

⁸³ Startquestion, CAWI Method – Where Did the Popularity of Online Surveys Come From?, <https://www.startquestion.com/blog/cawi-method-where-did-the-popularity-of-online-surveys-come-from/> [dostęp: 18.07.2025r.].

w celu eksploracji ich perspektyw, doświadczeń, postaw i motywacji dotyczących określonego tematu⁸⁴. IDI charakteryzuje się głębią i szczegółowością pozyskiwanych informacji, niemożliwych do uzyskania przy pomocy metod ilościowych. W badaniu zaplanowano i przeprowadzono 20 wywiadów IDI: 10 wywiadów z osobami młodymi (18-34 lata) i 10 wywiadów z rodzicami osób młodych.

Wywiady pogłębione posiadają istotne zalety w kontekście badanego wpływu technologii cyfrowych. Dały możliwość eksploracji złożonych procesów, motywacji i emocji, które nie były dostępne w badaniach ilościowych. Jako metoda, IDI posiada również możliwość adaptacji pytań do indywidualnej sytuacji respondenta, pogłębiania nieoczekiwanych wątków i dopytywania o szczegóły⁸⁵.

Kolejną z metod jakościowych zastosowanych w procesie zbierania danych był zogniskowany wywiad grupowy (FGI). Jest to metoda badawcza polegająca na prowadzeniu moderowanej dyskusji grupowej, koncentrującej się na określonym zagadnieniu. FGI umożliwia obserwację dynamiki grupowej, wyłanianie się opinii w procesie interakcji społecznych oraz identyfikację zarówno punktów wspólnych, jak i rozbieżności w poglądach uczestników⁸⁶.

Grupy fokusowe oferują unikalne korzyści badawcze. Z jednej strony pozwalają na uzyskanie efektu synergii: poprzez interakcję między uczestnikami możliwe staje się generowanie bogatszych i bardziej zróżnicowanych informacji niż suma indywidualnych wywiadów. Z drugiej strony, FGI dają możliwość uzyskania efektu spontaniczności: opinie uczestników kształtują się w naturalnym procesie społecznym, uczestnicy stymulują się nawzajem do refleksji⁸⁷. W badaniu zaplanowano i przeprowadzono dwa wywiady grupowe (FGI): jeden z pracownikami poradni zdrowia psychicznego pracującymi lub posiadającymi doświadczenie w pracy z osobami w wieku 18-34 lata, drugi z pracodawcami zatrudniającymi osoby młode w wieku 18-34 lata.

2.2. Dobór próby badawczej i charakterystyka respondentów

Dla głównej grupy badawczej – osoby młode w wieku 18-34 lata – zastosowano dobór celowy kwotowy. Jest to metoda nielosowego doboru próby badawczej, w której badacz ustala kwoty (proporcje) dla poszczególnych kategorii badanej populacji (np. płeć, wiek, miejsce zamieszkania) i na tej podstawie dobiera respondentów, aby odtworzyć te

⁸⁴ Voxpopme, In-Depth Interviews: A Comprehensive Guide for Qualitative Researchers, <https://www.voxpopme.com/learn/blog/in-depth-interview/> [dostęp: 18.08.2025 r.].

⁸⁵ Drive Research, In-Depth Interviews (IDIs) in Market Research, <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/what-are-idis-in-depth-interviews-market-research/> [dostęp: 18.07.2025 r.].

⁸⁶ R. A. Krueger, M. A. Casey, Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, 5th ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015, s. 2-10.

⁸⁷ Deakin University Library, Focus groups – Qualitative Study Design, <https://deakin.libguides.com/qualitative-study-designs/focus-groups> [dostęp: 20.07.2025 r.].

proporcje w próbie. Na podstawie przedmiotowych cech ustalane są liczebności (kwoty) dla poszczególnych kategorii respondentów w próbie. Co do zasady, badacz, zgodnie ze swoją wiedzą, sam dobiera konkretne osoby do próby, tak aby osiągnąć ustalone kwoty. Celem takiego podejścia jest, aby skład próby był proporcjonalny do składu całej populacji pod względem wybranych cech. Dobór jest subiektywny i opiera się na wiedzy badacza o populacji. Ten sposób doboru wykorzystywany jest w badaniach społecznych, gdy chcemy szybko stworzyć próbę bliską reprezentatywnej, np. w badaniach marketingowych czy opinii publicznej⁸⁸.

Badana próba respondentów obejmowała 411 młodych osób, przy czym 56 osób nie przeszło pytań przesiewowych ze względu na niespełnianie kryterium wieku lub zamieszkania w województwie podlaskim. Pełnych odpowiedzi na pytania ankietowe udzieliło więc 355 osób (wobec zakładanych 350). Wśród respondentów dominowały osoby w wieku 18-24 lata (ponad trzy piąte ogółu), natomiast pozostałe kategorie wiekowe respondentów stanowiły kohorty wiekowe: 25-29 lat i 30-34 lata.

Respondenci charakteryzowali się bardzo wysokim poziomem aktywności cyfrowej. Aż 94,6% z nich deklaruowało codzienne korzystanie z technologii cyfrowych, 4,8% – kilka razy w tygodniu, a jedynie 0,6% rzadziej niż raz w tygodniu. Wysoka intensywność korzystania z technologii jest spójna z młodą strukturą wiekową respondentów i wskazuje jednoznacznie, że badanie objęło przede wszystkim osoby aktywne cyfrowo, co było jego założeniem.

Próba respondentów była relatywnie sfeminizowana – kobiety stanowiły około trzy piąte badanych, mężczyźni nieco ponad jedną trzecią, a niewielki odsetek osób nie chciał określić swojej płci. Wszystkie osoby, które odpowiedziały na wszystkie pytania ankiety, mieszkały w województwie podlaskim. W próbie wystąpiło silne powiązanie respondentów z miastami małymi i średnimi – respondenci często wskazywali zamieszkanie w miastach 20-99 tys. mieszkańców lub w miastach powyżej 100 tys., przy jednoczesnej znaczącej reprezentacji wsi. W świetle danych statystycznych dla województwa, gdzie około 60% ludności mieszka w miastach, a 40% na wsi, struktura próby utrzymuje ogólną równowagę miejsko-wiejską, choć relatywnie lepiej odzwierciedla sytuację młodych z ośrodków miejskich.

Tabela 2. Charakterystyka respondentów – osób młodych w wieku 18-34 lata (N=411)

P1. Ile masz lat?	-	-
Wiek	Liczebność	Udział %

⁸⁸ <https://dobrebadania.pl/dobor-kwotowy-ang-quota-sampling/#:~:text=Dob%C3%B3r%20kwotowy%20to%20metoda%20nielosowego,i%20miejsce%20zamieszkania%20badanych%20os%C3%B3b> [dostęp: 25.02.2026 r.].

18-24 lata	262	63.7%
25-29 lat	72	17.5%
30-34 lata	53	12.9%
35 lat i więcej (respondenci zakończyli ankietę na pytaniach przesiewowych)	18	4.4%
Poniżej 18 lat (respondenci zakończyli ankietę na pytaniach przesiewowych)	6	1.5%
P2. Czy mieszkasz w województwie podlaskim? (N=387)	-	-
Zamieszkanie w województwie podlaskim	Liczebność	Udział %
Nie	32	8.3%
Tak	355	91.7%
P3: W jakim podregionie województwa podlaskiego mieszkasz? (N=355)	-	-
Podregion	Liczebność	Udział %
Podregion białostocki	123	34.6%
Podregion łomżyński	148	41.7%
Podregion suwalski	84	23.7%
P4. Czy aktywnie korzystasz z technologii cyfrowych (np. smartfon, komputer, Internet, media społecznościowe, aplikacje komputerowe)? (N=355)	-	-
Aktywne korzystanie z technologii cyfrowych	Liczebność	Udział %
Tak, korzystam codziennie	336	0.946479
Tak, korzystam kilka razy w tygodniu	17	0.047887
Tak, korzystam rzadziej niż raz w tygodniu	2	0.005634
P89. Twoja płeć	-	-
Płeć	Liczebność	Udział %
Kobieta	213	60.0%
Mężczyzna	134	37.7%
Wolę nie określać	8	2.3%
P90. Twój dokładny wiek (w latach)	-	-
Wiek w latach	Liczebność	Udział %
18	21	5.9%
19	13	3.7%
20	27	7.6%
21	50	14.1%
22	60	16.9%
23	30	8.5%
24	29	8.2%
25	23	6.5%

	26	18	5.1%
	27	5	1.4%
	28	11	3.1%
	29	13	3.7%
	30	9	2.5%
	31	7	2.0%
	32	12	3.4%
	33	17	4.8%
	34	8	2.3%
	35	1	0.3%
Średnia	24.1	-	-
Odchylenie standardowe	4.32	-	-
Moda	22	-	-
Mediana	23	-	-
P91. Miejsce zamieszkania		-	-
Miejsce zamieszkania		Liczebność	Udział %
Miasto (20-99 tys. mieszkańców)		109	30.7%
Miasto (poniżej 20 tys. mieszkańców)		36	10.1%
Miasto (powyżej 100 tys. mieszkańców)		96	27.0%
Wieś		114	32.1%
P92. Twoje wykształcenie		-	-
Wykształcenie		Liczebność	Udział %
Podstawowe		10	2.8%
Policealne		17	4.8%
Średnie ogólnokształcące		91	25.6%
Średnie zawodowe		71	20.0%
Wyższe doktoranckie lub wyższe		5	1.4%
Wyższe licencjackie (inżynierskie)		102	28.7%
Wyższe magisterskie		54	15.2%
Zasadnicze zawodowe		5	1.4%
P93. Czy obecnie się uczysz/studiujesz?		-	-
Status edukacji		Liczebność	Udział %
Nie uczę się/nie studiuję		69	19.4%
Tak, jestem na studiach doktoranckich		2	0.6%
Tak, studiuję (studia drugiego stopnia – magisterskie)		85	23.9%
Tak, studiuję (studia pierwszego stopnia – licencjat/inżynier)		167	47.0%
Tak, uczestniczę w kursach/szkoleniach		13	3.7%
Tak, uczę się w szkole średniej/policealnej/zawodowej		19	5.4%

P94. Jaki jest Twój kierunek studiów/obszar kształcenia?	-	-
Kierunek studiów/obszar kształcenia	Liczebność	Udział %
Administracja	6	2.1%
Architektura i budownictwo	4	1.4%
Ekonomia i zarządzanie	178	62.2%
Elektryka	2	0.7%
Finanse i rachunkowość	4	1.4%
Finanse i rachunkowość	2	0.7%
Informatyka / IT	5	1.7%
Inżynieria środowiska	1	0.3%
Logistyka	1	0.3%
Medycyna i nauki o zdrowiu	15	5.2%
Nauki humanistyczne (filologia, historia, filozofia etc.)	21	7.3%
Nauki społeczne (socjologia, politologia, pedagogika etc.)	18	6.3%
Nauki ścisłe (matematyka, fizyka, chemia etc.)	1	0.3%
Nauki techniczne i inżynierskie	12	4.2%
Prawo	12	4.2%
Robotyka z mechatroniką	1	0.3%
Sztuka i wzornictwo	1	0.3%
Zarządzanie	2	0.7%
P95. Która z poniższych opcji najlepiej opisuje Twoją obecną sytuację zawodową?	-	-
Sytuacja zawodowa	Liczebność	Udział %
Studiuję/ uczę się i jednocześnie pracuję	95	26.8%
Pracuję na pełny etat (umowa o pracę)	87	24.5%
Studiuję/ uczę się (i nie pracuję)	87	24.5%
Pracuję na umowę zlecenie / umowę o dzieło	33	9.3%
Prowadzę własną działalność gospodarczą	16	4.5%
Jestem bezrobotny/-a i poszukuję pracy	12	3.4%
Nie pracuję	11	3.1%
Pracuję na część etatu (umowa o pracę)	5	1.4%
Jestem freelancerem (bez zarejestrowanej działalności)	3	0.8%
Jestem bezrobotny/-a i nie poszukuję pracy	2	0.6%
Staż	1	0.3%
Studiuję 2 kierunki studiów i nie pracuję	1	0.3%
Uczę się w szkole	1	0.3%
Umowa B2B	1	0.3%

P96. W jakiej branży pracujesz?	-	-
Branża pracy	Liczebność	Udział %
Usługi publiczne / Administracja	28	19.4%
Handel / Sprzedaż	24	16.7%
Finanse / Bankowość/ Ubezpieczenia	15	10.4%
IT / Technologie informacyjne	10	6.9%
Ochrona zdrowia / Medycyna	10	6.9%
Produkcja / Przemysł	10	6.9%
Budownictwo	8	5.6%
Edukacja / Szkolnictwo	8	5.6%
Inne usługi	8	5.6%
Rolnictwo	6	4.2%
Marketing / Reklama / Media	3	2.1%
Sztuka / Kultura / Rozrywka	2	1.4%
Turystyka / Gastronomia / Hotelarstwo	2	1.4%
Administracja	1	0.7%
Call center	1	0.7%
Gastronomia	1	0.7%
Mechanika	1	0.7%
Sklep spożywczo-monopolowy	1	0.7%
Sport	1	0.7%
Transport / Logistyka	1	0.7%
Ubezpieczenia/Motoryzacja	1	0.7%
Wojskowa	1	0.7%
WOT	1	0.7%
P97. Twoje miesięczne dochody netto (po potrąceniu podatków i składek)	-	-
Dochód netto	Liczebność	Udział %
Poniżej 2000 PLN	16	4.5%
2000-3000 PLN	41	11.6%
3001-4000 PLN	44	12.4%
4001-5000 PLN	47	13.3%
5001-6000 PLN	36	10.2%
6001-7500 PLN	25	7.1%
7501-10000 PLN	18	5.1%
Powyżej 10000 PLN	10	2.8%
Bez dochodów / utrzymuję się z pomocy rodziny	73	20.6%
Wolę nie podawać	44	12.4%
P98. Twoja sytuacja mieszkaniowa	-	-
Zamieszkanie	Liczebność	Udział %

Mieszkam sam/-a (wynajmuję/ mam własne mieszkanie)	65	18.3%
Mieszkam w mieszkaniu rodziców	1	0.3%
Mieszkam z małżonkiem bez dzieci	1	0.3%
Mieszkam z mamą i partnerem	1	0.3%
Mieszkam z mężem	1	0.3%
Mieszkam z partnerem/-ką	53	14.9%
Mieszkam z rodzicami / opiekunami	159	44.8%
Mieszkam z synem.	1	0.3%
Mieszkam z własną rodziną (małżonek/-ka, dzieci)	43	12.1%
Mieszkam z własną rodziną i rodzicami	1	0.3%
Mieszkam ze współlokatorami (nie-rodzina)	28	7.9%
Mieszkam z siostrą	1	0.3%
P99. Twój stan cywilny	-	-
Stan cywilny	Liczebność	Udział %
Panna / kawaler	172	48.5%
Rozwiedziona/-y / w separacji	4	1.1%
W związku (nie zamieszkuję wspólnie)	68	19.2%
W związku (zamieszkuję wspólnie / konkubinaty)	39	11.0%
Wolę nie podawać	17	4.8%
Zamężna / żonaty	55	15.5%
P100. Czy masz dzieci?	-	-
Dzieci	Liczebność	Udział %
Nie	309	87.0%
Tak, dwoje dzieci	19	5.4%
Tak, jedno dziecko	24	6.8%
Tak, troje lub więcej dzieci	3	0.8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=411).

Pod względem wykształcenia i statusu edukacyjnego próba charakteryzowała się wyższym niż przeciętny poziomem wykształcenia. Dominowało wykształcenie średnie i wyższe, a duża część badanych to studenci studiów licencjackich / inżynierskich i magisterskich, przy mniejszym udziale osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym czy tylko podstawowym. Respondenci reprezentowali szerokie spektrum kierunków kształcenia, z wyraźną przewagą dziedzin związanych z ekonomią, zarządzaniem i finansami, uzupełnianych przez nauki społeczne, humanistyczne, medyczne, techniczne i IT. Taki profil jest typowy dla młodej, aktywnej edukacyjnie części społeczeństwa.

Sytuacja zawodowa badanych pokazuje, że znaczna część łączy naukę z pracą (studia i zatrudnienie równocześnie) lub pracuje na pełny etat w oparciu o umowę o pracę czy umowy cywilnoprawne, co odpowiada charakterystyce rynku pracy młodych, w którym częste jest zatrudnienie elastyczne i praca w trakcie studiów. Jednocześnie odsetek osób bezrobotnych lub nieaktywnych zawodowo pozostawał stosunkowo niski.

Branże zatrudnienia respondentów koncentrują się wokół usług publicznych i administracji, handlu, finansów, IT, ochrony zdrowia, edukacji oraz przemysłu, co dobrze współgra z miejskim i ukierunkowanym na rozwój kompetencji profilem próby.

Dochody netto respondentów są silnie zróżnicowane. Wśród respondentów obecna była zarówno grupa osób bez własnych dochodów, utrzymujących się z pomocy rodziny, jak i osoby osiągające dochody powyżej 10 tys. zł, przy największej koncentracji w przedziałach od 2 do 6 tys. zł miesięcznie. Należy pamiętać, że jest to rozkład typowy dla młodych, wchodzących na rynek pracy, których sytuacja finansowa zwykle odbiega od przeciętnych dochodów dorosłej populacji regionu.

Wskazywane formy zamieszkania – częste mieszkanie z rodzicami lub opiekunami, współzamieszkiwanie z partnerem, współlokatorami, a także wynajmowanie mieszkania bądź posiadanie własnego lokalu – odzwierciedlają z kolei typowe wzorce przejścia do dorosłości wśród młodych Polaków: przedłużający się okres zależności mieszkaniowej od rodziny, opóźnione opuszczanie domu rodzinnego oraz stopniowe wchodzenie w role partnerskie i rodzinne. Stan cywilny i sytuacja rodzinna badanych wpisują się w ten obraz. W próbie dominowały osoby stanu wolnego i będące w związkach nieformalnych, małżeństwa stanowiły mniejszość, a większość respondentów nie posiadała dzieci.

Szczególnie wyrazistą cechą próby jest bardzo wysoki poziom aktywności cyfrowej: niemal wszyscy respondenci deklarowali codzienne korzystanie z technologii cyfrowych, a zaledwie marginalny odsetek korzystał z nich rzadziej niż kilka razy w tygodniu. Ta cyfrowa intensywność w połączeniu z przewagą studentów i młodych pracujących w usługach, IT i sektorach opartych na intensywnym przetwarzaniu wiedzy oznacza, że badana próba reprezentuje szczególnie aktywną, zorientowaną na rozwój edukacyjny i zawodowy część młodej populacji regionu.

Do udziału w wywiadach pogłębiających analizy ilościowe przeprowadzone wśród osób młodych zaproszono młodych przedstawicieli województwa podlaskiego reprezentujących podregion białostocki, łomżyński i suwalski w przedziale wiekowym 18-34 lata. Podstawową charakterystykę respondentów przedstawia tabela 1.

Tabela 3. Charakterystyka respondentów IDI – osób młodych w wieku 18-34 lata

Respondent	Przedział wiekowy	Płeć	Podregion	Status
1	30-34	Mężczyzna	Białostocki	Pracujący

Respondent	Przedział wiekowy	Płeć	Podregion	Status
2	18-24	Kobieta	Białostocki	Pracująca i studiująca
3	18-24	Kobieta	Łomżyński	Pracująca i studiująca
4	18-24	Kobieta	Łomżyński	Pracująca i studiująca
5	18-24	Kobieta	Łomżyński	Studiująca
6	18-24	Mężczyzna	Łomżyński	Studiujący
7	18-24	Mężczyzna	Białostocki	Studiujący
8	25-29	Kobieta	Suwalski	Studiująca
9	18-24	Mężczyzna	Suwalski	Pracujący i studiujący
10	30-34	Kobieta	Białostocki	Pracująca

Źródło: Opracowanie własne (N=10).

Badaniem pogłębiającym w formie indywidualnych wywiadów pogłębionych objęto 10 osób młodych w wieku 18-34 lata, zamieszkałych na terenie województwa podlaskiego. Grupę badanych tworzyły głównie kobiety (6 respondentek i 4 respondentów). Pod względem przedziałów wiekowych dominowała kategoria 18-24 lata, reprezentowana przez 7 osób, podczas gdy grupy 25-29 oraz 30-34 lata liczyły odpowiednio po 1 i 2 osoby. Rozkład geograficzny respondentów obejmował trzy podregiony: białostocki (4 osoby), łomżyński (4 osoby) oraz suwalski (2 osoby), co zapewniło względnie równomierne zróżnicowanie przestrzenne próby. Cztery osoby łączyły aktywność zawodową z kontynuowaniem nauki, cztery osoby posiadały wyłącznie status studenta / studentki, dwie osoby były wyłącznie aktywne zawodowo.

Celem indywidualnych wywiadów przeprowadzonych z osobami młodymi było pogłębienie i zinterpretowanie wyników uzyskanych w ramach badań CAWI oraz eksploracja mechanizmów, motywacji, postaw, kontekstów związanych z korzystaniem technologii cyfrowych przez osoby młode. Wywiad miał na celu zrozumienie:

- przyczyn obserwowanych wzorców zachowań,
- złożoności relacji między technologiami cyfrowymi a życiem zawodowym i osobistym,
- subiektywnych doświadczeń i interpretacji młodych osób,
- paradoksów i pozornych sprzeczności ujawnionych w danych ilościowych (CAWI).

W badaniu ankietowym skierowanym do rodziców uczestniczyło 119 osób z województwa podlaskiego (o 19 osób więcej w stosunku do założeń), z których niemal wszyscy (118 osób) posiadają co najmniej jedno dziecko w wieku 18-34 lata. Większość respondentów (69.7%) posiada jedno dziecko, około 32% dwoje, a 9% troje lub więcej. Siedemdziesiąt procent mieszka wspólnie z tym dzieckiem, a 30% – osobno.

Respondenci pochodzili z podregionów województwa białostockiego (44%), łomżyńskiego (39%) i suwalskiego (17%).

Tabela 4. Charakterystyka respondentów – rodziców osób młodych w wieku 18-34 lata

Kategoria	Wynik	Udział procentowy
Liczba respondentów	119	100%
Województwo zamieszkania - podlaskie	119	100%
– Podregion białostocki	52	43.7%
– Podregion łomżyński	47	39.5%
– Podregion suwalski	20	16.8%
Mieszkanie z dzieckiem	83	69.7%
Mieszkanie osobno	36	30.3%
Jedno dziecko	70	58.8%
Dwoje dzieci	38	31.9%
Troje lub więcej dzieci	11	9.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Rodzice uczestniczący w badaniu to głównie kobiety w wieku średnim, dobrze wykształcone, mieszkające w miastach, o umiarkowanie wysokich kompetencjach cyfrowych:

- Struktura płci: dominowały kobiety – 92 osoby (77,3%), mężczyźni – 26 osób (21,8%), odpowiedź „inna / wolę nie określać” udzielona została 1 raz (0,8%).
- Wiek: przeważa grupa osób w wieku 45-54 lata – 70 osób (58,8%), następnie w wieku 55-64 lata – 29 osób (24,4%), 35-44 lata – 15 osób (12,6%), a osoby w wieku 65+ : – 5 osób (4,2%).
- Wykształcenie: 50 osób (42,0%) posiadało wykształcenie wyższe magisterskie, 12 osób (10,1%) wyższe licencjackie/inżynierskie, 10 osób (8,4%) doktoranckie. Wykształcenie średnie (ogólnokształcące i zawodowe) posiadało łącznie 29 osób (ok. 24%), zasadnicze zawodowe 8 osób (6,7%), policealne 6 osób (5,0%), podstawowe lub gimnazjalne łącznie 4 osoby (3,4%).
- Miejsce zamieszkania: większość badanych mieszkała w miastach, z tego 45 osób (37,8%) w miastach >100 tys. mieszkańców, 40 (33,6%) w miastach o liczbie mieszkańców 20-99 tys., 12 osób (10,1%) w miastach <20 tys.; wieś reprezentowały 22 osoby (18,5%).
- Intensywność korzystania z technologii cyfrowych wśród badanych: dominowały odpowiedzi „3” – 60 osób (50,4%) i „4” – 31 osób (26,1%), ocenę „5” wskazało 14 osób (11,8%), co łącznie sugeruje raczej umiarkowanie wysoką intensywność korzystania. Niską intensywność („1” i „2”) zadeklarowało łącznie 14 osób (około 11,8% badanych).

- Samoocena kompetencji cyfrowych: odpowiedź „3” wybrało 63 rodziców (52,9%), „4” – 28 (23,5%), „5” – 10 (8,4%), natomiast niską ocenę („1” i „2”) wybrało łącznie 18 osób (15,1%). Wskazuje to na przewagę średnich i wyższych kompetencji cyfrowych wśród badanych rodziców.

Tabela 5. Profil rodziców

Zmienne/Kategoria	Liczebność	Udział %
Płeć	-	-
Kobieta	92	77.3
Mężczyzna	26	21.8
Wiek	-	-
35-44 lata	15	12.6
45-54 lata	70	58.8
55-64 lata	29	24.4
65 lat i więcej	5	4.2
Wykształcenie	-	-
Doktoranckie	10	8.4
Gimnazjalne	2	1.7
Podstawowe	2	1.7
Policealne	6	5.0
Średnie ogólnokształcące	10	8.4
Średnie zawodowe	19	16.0
Wyższe licencjackie (inżynierskie)	12	10.1
Wyższe magisterskie	50	42.0
Zasadnicze zawodowe	8	6.7
Miejsce zamieszkania	-	-
Miasto (20-99 tys. mieszkańców)	40	33.6
Miasto (poniżej 20 tys. mieszkańców)	12	10.1
Miasto (powyżej 100 tys. mieszkańców)	45	37.8
Wieś	22	18.5
Intensywność korzystania z technologii cyfrowych (skala 1-5)	-	-
1. Bardzo niska (korzystam sporadycznie)	3	2.5
2. Raczej niska	11	9.2
3. Średnia	60	50.4
4. Raczej wysoka	31	26.1
5. Bardzo wysoka (korzystam bardzo często)	14	11.8
Kompetencje cyfrowe (skala 1-5)	-	-
1. Bardzo niskie	6	5.0
2. Raczej niskie	12	10.1
3. Średnia	63	52.9

Zmienne/Kategoria	Liczebność	Udział %
4.Raczej wysoka	28	23.5
5.Bardzo wysoka	10	8.4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Dzieci badanych rodziców to głównie młodzi dorośli w wieku 18-24 lata, najczęściej w trakcie edukacji lub łączący naukę z pracą, z przewagą wykształcenia średniego oraz wyższego (licencjackiego/inżynierskiego):

- Płeć dzieci: rozkład płci pozostawał zbliżony – 57 córek (47,9%) i 62 synów (52,1%).
- Wiek dzieci: dominowali młodzi dorośli 18-24 lata – 80 osób (67,2%), następnie 25-29 lat – 29 osób (24,4%), a 30-34 lata – 10 osób (8,4%).
- Status aktywności: najliczniejszą grupę dzieci stanowiły dzieci jednocześnie pracujące i uczące się – 42 osoby (35,3%), a także wyłącznie studiujące/uczące się – 51 osób (42,9%). Tylko pracowały 23 osoby (19,3%), bezrobotne były 2 osoby, 1 osoba pobierała rentę.
- Wykształcenie dzieci: wśród dzieci badanych rodziców dominowały dzieci z wykształceniem co najmniej średnim; 33 osoby (27,7%) posiadały wykształcenie średnie ogólnokształcące, 14 osób (11,8%) średnie zawodowe, 3 osoby (2,5%) zasadnicze zawodowe. Wykształcenie wyższe licencjackie/inżynierskie posiadało 47 osób (39,5%), wyższe magisterskie 16 osób (13,4%), a wykształcenie podstawowe lub policealne – po 3 osoby (2,5%).

Tabela 6. Profil dzieci badanych rodziców

Zmienna/Kategoria	Liczebność	Udział %
Płeć		
Kobieta	57	47.9
Mężczyzna	62	52.1
Wiek		
18-24 lata	80	67.2
25-29 lat	29	24.4
30-34 lata	10	8.4
Obecny status dziecka		
Jest bezrobotny/a	2	1.7
Pracuje	23	19.3
Pracuje i jednocześnie studiuje / uczy się	42	35.3
Renta	1	0.8
Studiuje / uczy się	51	42.9
Wykształcenie córki/syna		
Podstawowe	3	2.5
Policealne	3	2.5
Średnie ogólnokształcące	33	27.7

Zmienna/Kategoria	Liczebność	Udział %
Średnie zawodowe	14	11.8
Wyższe licencjackie (inżynierskie)	47	39.5
Wyższe magisterskie	16	13.4
Zasadnicze zawodowe	3	2.5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Badanie IDI przeprowadzone wśród rodziców stanowiło jakościowe uzupełnienie badań CAWI prowadzonych wśród osób młodych i ich rodziców, dostarczając głębszego zrozumienia mechanizmów i kontekstów zjawisk zidentyfikowanych metodami ilościowymi. Grupa rodziców liczyła 10 uczestników, a jej skład był zróżnicowany pod względem reprezentacji geograficznej, tj. podregionu: białostockiego, łomżyńskiego i suwalskiego.

Tabela 7. Profil rodziców uczestniczących w IDI

Lp.	Nazwa podmiotu	Forma wywiadu	Podregion	Liczba uczestników	Wiek dziecka
1	rodzic	IDI	Łomża	1	29
2	rodzic	IDI	Łomża	1	31
3	rodzic	IDI	Łomża	1	20
4	rodzic	IDI	Łomża	1	24
5	rodzic	IDI	Łomża	1	31
6	rodzic	IDI	Białystok	1	18
7	rodzic	IDI	Białystok	1	18
8	rodzic	IDI	Białystok	1	21
9	rodzic	IDI	Suwałki	1	19
10	rodzic	IDI	Suwałki	1	32

Źródło: Opracowanie własne (N=10).

Wywiad składał się z czterech bloków. Zagadnienia zawarte w poszczególnych blokach dotyczyły identyfikacji najczęstszych problemów zdrowia psychicznego związanych z nadmiernym korzystaniem z technologii cyfrowych obserwowanych w codziennym funkcjonowaniu młodej osoby. Ponadto obejmowały rozpoznanie mechanizmów i wzorców prowadzących do uzależnienia cyfrowego i innych zaburzeń psychicznych u młodych osób, eksplorację pozytywnych aspektów technologii cyfrowych w kontekście pracy/nauki młodych osób, poznanie wpływu technologii cyfrowych na jakość relacji interpersonalnych, w tym rodzinnych, przyjacielskich oraz rozpoznanie zjawiska cyberprzemocy i jego konsekwencji dla zdrowia psychicznego młodych osób.

Wybór metody FGI do badania perspektywy pracowników poradni psychologiczno-pedagogicznych oraz poradni zdrowia psychicznego był uzasadniony kilkoma kluczowymi względami metodologicznymi i merytorycznymi. Pracownicy poradni posiadają unikatową wiedzę opartą na bezpośrednim kontakcie z młodymi pacjentami

doświadczającymi problemów związanych z technologiami cyfrowymi, co umożliwiło wymianę tej wiedzy i identyfikację wspólnych wzorców obserwowanych w praktyce klinicznej. Grupa fokusowa łącząca psychologów, pedagogów i terapeutów pozwoliła na uzyskanie wielowymiarowej perspektywy na badane zjawisko, uwzględniające różne aspekty zdrowia psychicznego i rozwoju młodych osób. Moderowana dyskusja stymulowała głębszą refleksję nad mechanizmami wpływu technologii cyfrowych. Badanie FGI stanowiło również jakościowe uzupełnienie badań CAWI prowadzonych wśród osób młodych i ich rodziców, dostarczając głębszego zrozumienia mechanizmów i kontekstów zjawisk zidentyfikowanych metodami ilościowymi.

Zorganizowano łącznie nie jedno, ale trzy spotkania różnych grup fokusowych, ze względu na problem z dostosowaniem jednego spotkania w czasie pasującym wszystkim respondentom. Uczestnicy zorganizowanych grup fokusowych, łącznie 8 osób, byli zróżnicowani pod względem specjalizacji, typu placówki oraz reprezentacji geograficznej, tj. podregionu: białostockiego, łomżyńskiego i suwalskiego.

Tabela 8. Profil specjalistów zdrowia psychicznego uczestniczących w FGI

Lp.	Nazwa podmiotu	Subregion	Liczba uczestników	Specjalizacja
1	Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna	Łomża	2	terapeuta psycholog
2	Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna	Łomża	2	pedagog psycholog
3	Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna	Suwałki	1	pedagog
4	Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna	Białystok	1	pedagog
5	Poradnia Zdrowia Psychicznego	Łomża	2	psycholog

Źródło: Opracowanie własne (N=8).

Kryterium uczestnictwa było doświadczenie w pracy z młodymi osobami w wieku 18-34 lata zamieszkującymi województwie podlaskim. Celem badań było poznanie perspektywy specjalistów pracujących z młodymi osobami (18-34 lata) na temat wpływu technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne, relacje interpersonalne i funkcjonowanie społeczne ich pacjentów, ze szczególnym uwzględnieniem zaburzeń związanych z nadmiernym lub patologicznym korzystaniem z technologii oraz potencjału terapeutycznego narzędzi cyfrowych. Cele szczegółowe dotyczyły identyfikacji najczęstszych problemów zdrowia psychicznego związanych z nadmiernym korzystaniem z technologii cyfrowych obserwowanych w praktyce klinicznej, a ponadto: rozpoznanie mechanizmów i wzorców prowadzących do uzależnienia cyfrowego i innych zaburzeń psychicznych u młodych pacjentów, eksploracja pozytywnych aspektów

technologii cyfrowych w kontekście terapii i wsparcia zdrowia psychicznego młodych osób, poznanie wpływu technologii cyfrowych na jakość relacji interpersonalnych młodych pacjentów (rodziny, przyjacielskich, romantycznych) oraz rozpoznanie zjawiska cyberprzemocy i jego konsekwencji dla zdrowia psychicznego młodych osób.

W badaniu pracodawców uczestniczyło ośmiu przedsiębiorców zatrudniających osoby młode w wieku 18-34 lata. Celem badania było rozpoznanie perspektywy pracodawców zatrudniających osoby młode na temat wpływu technologii cyfrowych na funkcjonowanie pracowników oraz organizacji pracy, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji cyfrowych, korzystania z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, praktyk komunikacyjnych, rekrutacji oraz doświadczeń związanych z work-life balance. Ze względu na problemy z dostosowaniem terminu zogniskowanego wywiadu grupowego odpowiadającego wszystkim pracodawcom przeprowadzono z nimi nie jeden zogniskowany wywiad grupowy, ale osiem indywidualnych wywiadów pogłębionych.

Tabela 9. Profil pracodawców uczestniczących w IDI

Lp.	Branża badanego przedsiębiorstwa	Podregion	Liczba uczestników
1	Produkcja stolarki otworowej	łomżyński	1
2	Medycyna/zdrowie	suwalski	1
3	Produkcja mobilnych domków letniskowych	białostocki	1
4	Produkcja żywności	łomżyński	1
5	Hotelarsko-gastronomiczna	białostocki	1
6	Gastronomiczna	białostocki	1
7	handlowa	białostocki	1
8	IT	suwalski	1

Źródło: Opracowanie własne (N=8).

Wywiady indywidualne z pracodawcami przeprowadzono z udziałem ośmiu przedstawicieli przedsiębiorstw zlokalizowanych na terenie województwa podlaskiego. Próba objęła podmioty z trzech podregionów: białostockiego (4 uczestników), łomżyńskiego (2 uczestników) oraz suwalskiego (2 uczestników).

Pod względem struktury branżowej uczestników cechowało zróżnicowanie sektorowe. Reprezentowane była zarówno branża produkcyjna, w tym produkcja stolarki otworowej, mobilnych domków letniskowych oraz żywności, jak i sektor usługowy, obejmujący branżę hotelarsko-gastronomiczną, handlową oraz technologie informacyjne (IT). Jeden z uczestników reprezentował sektor medycyny i zdrowia. Zróżnicowanie respondentów umożliwiło uchwycenie różnych perspektyw pracodawców funkcjonujących w odmiennych warunkach rynkowych i branżowych.

Dla wywiadów IDI oraz FGI zastosowano celowy dobór próby (purposive sampling), zapewniający maksymalną różnorodność perspektyw⁸⁹. Wywiady miały charakter częściowo ustrukturyzowany (semi-structured), co z jednej strony pozwoliło na elastyczność rozmowy, a z drugiej – zapewniło porównywalność wyników między wywiadami⁹⁰.

2.3. Metody analizy wyników badań

Do określenia typowej lub reprezentatywnej wartości w badanym zbiorze danych wykorzystano podstawowe miary tendencji centralnej, jakimi są średnia arytmetyczna, mediana i moda (dominanta). Ich zasadniczym celem jest opisanie średniego lub typowego poziomu wartości cechy. Średnia arytmetyczna jest klasyczną miarą położenia, tendencji centralnej, będącą ilorazem sumy zaobserwowanych wartości zmiennej mierzalnej przez liczbę obserwacji⁹¹.

Mediana jest wartością środkową w zbiorze danych uporządkowanych rosnąco lub malejąco – dzieli rozkład częstości dokładnie na dwie równe połowy, przy czym pięćdziesiąt procent obserwacji przyjmuje wartości równe medianie lub niższe od niej. Z tego względu bywa określana mianem pięćdziesiątego percentyla⁹².

Sposób wyznaczania mediany uzależniony jest od liczebności zbioru danych. Jeżeli liczba obserwacji jest nieparzysta, medianą jest wartość o numerze $(n+1)/2$ w uporządkowanym zbiorze. Gdy liczba obserwacji jest parzysta, medianę oblicza się jako średnią arytmetyczną dwóch wartości środkowych, tj. obserwacji o numerach $n/2$ oraz $(n/2 + 1)$ ⁹³. Zasadniczą zaletą mediany jest jej odporność na wartości skrajne, których obecność może w istotny sposób zniekształcać średnią arytmetyczną. W takich sytuacjach mediana stanowi trafniejsze odzwierciedlenie typowej wartości w zbiorze danych⁹⁴.

Moda, określana również mianem dominanty lub wartości modalnej, definiowana jest jako wartość występująca najczęściej w zbiorze danych. Statystyka ta może przyjmować

⁸⁹ M. Q. Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods*, 4th ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015, s. 264-315.

⁹⁰ S. Kvale, S. Brinkmann, *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*, 3rd ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015, s. 145-178.

⁹¹ Główny Urząd Statystyczny, *Słownik pojęć statystycznych: Miary tendencji centralnej*, <https://stat.gov.pl> [dostęp: 12.03.2026 r.].

⁹² M. Lam, *Measures of Central Tendency: Median and Mode*, „*Journal of Pharmacology & Pharmacotherapeutics*”, 2011, no. 2/3, s. 214-215.

⁹³ F. J. Gravetter, L. B. Wallnau, *Statistics for the Behavioral Sciences*, 10th ed., Cengage Learning, Belmont 2017, s. 79-86.

⁹⁴ M. Sobczyk, *Statystyka opisowa*, C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 39-45.

zarówno wartości liczbowe, jak i tekstowe, co czyni ją szczególnie użyteczną przy analizie zmiennych nominalnych, takich jak płeć, wyznaczenie czy status zatrudnienia⁹⁵.

Z uwagi na liczbę dominujących wartości wyróżnia się rozkłady: unimodalne (jedna moda), bimodalne (dwie mody) oraz multimodalne (wiele mod). W przypadku braku wartości powtarzających się zbiorów danych określany jest jako bezmodowy. Ważną właściwością mody jest jej odporność na wartości skrajne, a także możliwość jej wyznaczenia już dla zmiennych na nominalnym poziomie pomiaru. Wzajemne położenie średniej arytmetycznej, mediany i mody uzależnione jest od kształtu rozkładu. W rozkładzie normalnym wszystkie trzy miary są identyczne i przyjmują tę samą wartość. W rozkładach skośnych średnia przesuwa się ku skrajnym obserwacjom, moda odpowiada szczytowi krzywej rozkładu, natomiast mediana sytuuje się pomiędzy nimi, stanowiąc najstabilniejszą z trzech miar centralnej tendencji⁹⁶.

Miarą pokazującą, jak bardzo odpowiedzi różnią się od średniej, jest odchylenie standardowe – niska wartość oznacza małą zmienność ocen/odpowiedzi, a wysoka wartość – dużą zmienność ocen/odpowiedzi.

Test chi-kwadrat (χ^2), wykorzystany w analizie wyników z ankiet, jest to nieparametryczna metoda statystyczna szeroko wykorzystywana w analizie zależności między zmiennymi skategoryzowanymi. Test weryfikuje hipotezę zerową o braku zależności między zmiennymi wobec hipotezy alternatywnej zakładającej istnienie zależności. Decyzję o odrzuceniu hipotezy zerowej podejmuje się na podstawie wartości p, zazwyczaj przy założeniu błędu we wnioskach nieprzekraczającego 5%. W przypadku istotnej zależności dwa kluczowe wskaźniki dotyczą ilorazu częstości (RR, Relative Risk) oraz ilorazu szans (OR, Odds Ratio). Iloraz częstości (RR) opisuje, jak bardzo ryzyko wystąpienia zdarzenia różni się między dwiema grupami. Iloraz szans (OR) porównuje stosunek szans zdarzenia do braku zdarzenia w dwóch grupach.

Skorelowanie między dwiema zmiennymi binarnymi (0/1) mierzy współczynnik korelacji phi (ϕ), który jest odpowiednikiem korelacji Pearsona dla tabeli kontyngencji 2x2. Dla danych porządkowych (skala 1-5, 1-6) adekwatną ocenę skorelowania daje współczynnik korelacji rang Spearmana, który jest nieparametryczną miarą monotonicznej zależności między dwiema zmiennymi. Oba wymienione współczynniki przyjmują wartości z przedziału od -1 do +1.

W przedmiotowej analizie zastosowano klasyczne techniki statystyki opisowej, obejmujące prezentację liczebności, udziałów procentowych oraz podstawowych miar tendencji centralnej i zróżnicowania (średnia, mediana, moda, odchylenie standardowe). Pozwoliło to na uchwycenie zarówno dominujących tendencji, jak

⁹⁵ M. Lam, Measures of Central Tendency: Median and Mode, op. cit., s. 214–215.

⁹⁶ F. J. Gravetter, L. B. Wallnau, Statistics for the Behavioral Sciences, op. cit., s. 79–86.

i wewnętrznego zróżnicowania odpowiedzi. Interpretacja wyników została osadzona w kontekście społeczno-demograficznym województwa podlaskiego, co umożliwiło wskazanie, w jakich obszarach struktura próby odzwierciedla populację, a gdzie widoczne są odchylenia wynikające z nadreprezentacji określonych grup – zwłaszcza młodych, aktywnych cyfrowo, często studiujących lub łączących naukę z pracą.

W odniesieniu do wzorców korzystania z technologii cyfrowych i mediów społecznościowych zastosowano analizę porównawczą między platformami oraz między aktywnymi i pasywnymi formami użytkownika. Pozwoliło to na identyfikację specyficznych profili użytkownika poszczególnych aplikacji oraz określenie intensywności i funkcji korzystania. Dane interpretowano nie tylko w kategoriach częstości, lecz także w odniesieniu do pełnionych przez media społecznościowe ról – edukacyjnych, rozrywkowych, społecznościowych i zawodowych – co umożliwiło wielowymiarową analizę praktyk cyfrowych młodych dorosłych.

Całość opracowania opiera się na założeniu, że analiza ilościowa wymaga uzupełnienia interpretacją kontekstową, uwzględniającą specyfikę regionu, strukturę próby oraz charakterystykę badanej populacji. Dzięki temu wyniki nie są traktowane jako proste odzwierciedlenie deklaracji respondentów, lecz jako element szerszego obrazu przemian społecznych, technologicznych i kulturowych zachodzących wśród młodych mieszkańców województwa podlaskiego.

W przypadku badania, w którym respondentami byli rodzice osób młodych w kontekście aspektów społecznych i psychologicznych, pod uwagę wzięto odpowiedzi 119 osób (respondentów) w dedykowanym kwestionariuszu badawczym. Dane miały charakter ilościowy (skale porządkowe Likerta, pytania wielokrotnego wyboru).

W odniesieniu do pytań jednokrotnego wyboru oraz pytań ze skalą Likerta zastosowano statystyki opisowe: liczebności i odsetki odpowiedzi, miary tendencji centralnej (średnia, mediana, moda) oraz odchylenie standardowe jako miarę zróżnicowania odpowiedzi. Umożliwiło to opis rozkładu odpowiedzi i identyfikację dominujących postaw respondentów.

W przypadku pytań wielokrotnego wyboru każdą zaznaczoną/wprowadzoną odpowiedź respondenta traktowano jako osobne wskazanie, co pozwoliło określić kolejność wskazań oraz obliczyć liczebności i udziały procentowe poszczególnych kategorii w odniesieniu do sumy wszystkich wskazań. W dalszym etapie analizy zastosowano procedurę polegającą na przekształceniu odpowiedzi respondentów w zestaw niezależnych, binarnych zmiennych (kategorie), co umożliwiło ocenę współwystępowania zmiennych oraz identyfikację złożonych profili odpowiedzi. Każdą kategorię zakodowano jako zmienną o wartości 0 lub 1, gdzie „1” oznaczało obecność danej zmiennej binarnej w odpowiedzi, a „0” jej brak. Taki sposób kodowania pozwalał respondentowi jednocześnie spełniać kryteria kilku kategorii, co odzwierciedla

złożoność zachowań i postaw, a jednocześnie zapewnia porównywalność danych między kategoriami. Aby ocenić, czy poszczególne zmienne współwystępują częściej, niż wynikałoby to z przypadku, zastosowano test chi-kwadrat niezależności. Statystyka χ^2 pozwalała określić, czy między dwiema kategoriami istnieje istotna zależność, natomiast poziom istotności p wskazywał, czy obserwowany związek jest statystycznie wiarygodny. Uzupełniająco obliczano współczynnik phi (ϕ), który określał siłę zależności w parach kategorii, umożliwiając odróżnienie związków słabych od wyraźnych lub silnych. Na podstawie binarnego kodowania skonstruowano pełen zestaw profili odpowiedzi typu 2^n , gdzie n oznacza liczbę kategorii (np. przy 4 kategoriach można wyznaczyć $2^4=16$ profili). Każdy profil reprezentował unikalną kombinację obecności i braku cech, tworząc wzorce zachowań lub postaw charakterystycznych dla określonych grup respondentów. Umożliwiło to wskazanie profili dominujących – tych, które występowały najczęściej i najlepiej opisywały strukturę badanej populacji rodziców. Takie podejście pozwalało uchwycić zarówno proste zależności między kategoriami, jak i bardziej złożone konfiguracje cech, które nie byłyby widoczne przy analizie pojedynczych zmiennych. Założenia statystyczne testu chi-kwadrat – w tym oczekiwane częstości na poziomie co najmniej 5 w komórkach tablicy kontyngencji (krzyżowej) oraz niezależność obserwacji – zostały spełnione. W celu wizualizacji powiązań między zmiennymi skategoryzowanymi w tabeli kontyngencji zastosowano analizę korespondencji. Analizy statystyczne wykonano z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego EXCEL i pakietu Statistica (TIBCO Software Inc.).

Rozdział 3. Wzorce korzystania z technologii cyfrowych

Technologie cyfrowe stały się nieodłącznym elementem codziennego życia współczesnych społeczeństw, a ich rola w funkcjonowaniu młodych dorosłych wykracza daleko poza wymiar czysto instrumentalny. Smartfony, media społecznościowe, aplikacje oparte na sztucznej inteligencji oraz cyfrowe narzędzia wspierające organizację czasu i dobrostan psychiczny tworzą swoisty ekosystem technologiczny, w którym młodzi ludzie spędzają znaczną część swojej aktywności dobowej. Zrozumienie wzorców korzystania z tych technologii, obejmujących nie tylko intensywność i czas użytkowania, lecz również cele, motywacje oraz preferowane platformy i narzędzia, jest konieczne dla rzetelnej interpretacji szerszych konsekwencji cyfryzacji życia codziennego młodych dorosłych, w wymiarze zawodowym, społecznym i psychologicznym.

Szeroko zakrojone badania przedmiotowych aspektów pozwoliły na zdefiniowanie wzorców korzystania z technologii cyfrowych przez młodych mieszkańców województwa podlaskiego. Analizie poddano zarówno intensywność i dzienny wymiar czasowy użytkowania mediów społecznościowych, jak i zróżnicowanie celów, którym służy korzystanie z technologii – od aktywności zawodowych i edukacyjnych, przez komunikację społeczną, po rozrywkę. Odrębną uwagę poświęcono skali i częstotliwości wykorzystania aplikacji opartych na sztucznej inteligencji, stanowiących coraz istotniejszy element repertuaru narzędzi cyfrowych młodego pokolenia. Do analiz włączono również narzędzia cyfrowe służące zarządzaniu czasem i wspieraniu zdrowia psychicznego. Ocena zakresu ich stosowania rzuca światło na stosunek młodych osób do wykorzystania tych narzędzi w kierunku utrzymania dobrostanu psychicznego w środowisku cyfrowym.

3.1. Intensywność i czas korzystania z mediów społecznościowych

W badanej grupie osób niemal wszyscy respondenci (98,6%) deklaruowali korzystanie z mediów społecznościowych, co pokazuje ich powszechne włączenie w codzienne wzorce korzystania z technologii cyfrowych. Czas użytkowania rozkłada się zarówno na aktywne działania (tworzenie i publikowanie treści, komentowanie, prowadzenie rozmów), jak i na pasywne przeglądanie, przy czym w obu przypadkach dominuje codzienne, relatywnie krótkie, ale bardzo regularne utrzymywanie kontaktu z platformami.

Wyniki ankiet wskazują na zróżnicowanie czasu aktywnego korzystania z poszczególnych platform mediów społecznościowych i pozwalają dostrzec wyraźne różnice w ich popularności oraz intensywności użytkowania. Najczęściej wykorzystywane są Facebook, Instagram i YouTube – to właśnie na tych platformach największy odsetek respondentów deklaruje codzienną aktywność na poziomie 0-1 godziny (odpowiednio 42%, 41,7% i 34,9%), przy jednocześnie stosunkowo niskim

odsetku osób całkowicie niekorzystających. YouTube wyróżnia się dodatkowo większym udziałem użytkowników spędzających tam 1-2 godziny (16,3%) oraz 2-5 godzin (11,4%), co odzwierciedla ważny charakter tej platformy opartej na dłuższych treściach wideo.

TikTok prezentuje odmienny charakter. Niemal połowa badanych (48%) nie korzysta z niego wcale, jednak wśród aktywnych użytkowników widoczna jest większa intensywność korzystania z medium: 17,4% spędza tam 1-2 godziny, a 8,6% nawet 2-5 godzin dziennie. Oznacza to, że choć platforma ta nie jest powszechna, to przyciąga silnie zaangażowaną grupę odbiorców. Snapchat i WhatsApp również wykazują umiarkowaną popularność, jednak dominują w nich odpowiedzi „nie korzystam” (odpowiednio 62,9% i 54,6%), co sugeruje ich bardziej selektywne wykorzystanie.

Platformy takie jak Twitter/X, Pinterest, Reddit, Telegram czy Twitch pozostają wyraźnie niszowe – od 76% do nawet 96% respondentów deklaruje brak korzystania z tych mediów. Szczególnie marginalny jest Reddit, z którego nie korzysta 93,4% badanych, oraz LinkedIn, gdzie odsetek ten wynosi 91,7%, co może wynikać z profilu zawodowego respondentów lub ograniczonej świadomości funkcji platformy.

Dłuższe sesje, przekraczające 5 godzin dziennie, są rzadkie i dotyczą głównie TikTok (2.6.+0.9=3.5%), Facebook (2.9%), Discorda (2.2%) oraz YouTube (1.5%), co potwierdza, że to właśnie te platformy sprzyjają głębszemu zanurzeniu w treści – krótkim filmom, streamingowi czy aktywnościom społecznościowym.

Tabela 10. Dzienny czas poświęcony na aktywne korzystanie z platform mediów społecznościowych (P6) **Aplikacje.**

Wyszczególnienie	Dzienny czas poświęcony na aktywne korzystanie z MS					Nie korzysta
	0-1 h	1-2 h	2-5 h	5-7 h	7+ h	
Facebook	147 42.0%	47 13.4%	27 7.7%	8 2.3%	2 0.6%	119 34.0%
Instagram	146 41.7%	69 19.7%	19 5.4%	1 0.3%	1 0.3%	114 32.6%
TikTok	79 22.6%	61 17.4%	30 8.6%	9 2.6%	3 0.9%	168 48.0%
Twitter/X	46 13.1%	3 0.9%	4 1.1%	1 0.3%	1 0.3%	295 84.3%
LinkedIn	25 7.1%	2 0.6%	2 0.6%	0 0	0 0	321 91.7%
YouTube	122 34.9%	57 16.3%	40 11.4%	3 0.9%	2 0.6%	126 36.0%
Snapchat	111 31.7%	14 4.0%	3 0.9%	0 0.0%	2 0.6%	220 62.9%
Pinterest	73 20.9%	6 1.7%	2 0.6%	0 0	0 0	269 76.9%

Wyszczególnienie	Dzienny czas poświęcony na aktywne korzystanie z MS					Nie korzysta
	0-1 h	1-2 h	2-5 h	5-7 h	7+ h	
Reddit	23 6.6%	0 0	0 0	0 0	0 0	327 93.4%
Discord	39 11.1%	23 6.6%	10 2.9%	4 1.1%	4 1.1%	270 77.1%
WhatsApp	126 36.0%	22 6.3%	7 2.0%	3 0.9%	1 0.3%	191 54.6%
Telegram	9 2.6%	2 0.6%	2 0.6%	1 0.3%	0 0	336 96.0%
Twitch	33 9.4%	5 1.4%	1 0.3%	1 0.3%	1 0.3%	309 88.3%
Inne	53 15.1%	23 6.6%	5 1.4%	1 0.3%	0 0	268 76.6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Pasywne korzystanie, głównie przewijanie treści, oglądanie filmów i innych obrazów bez interakcji, jest szczególnie widoczne w aspekcie korzystania z aplikacji Facebook, Instagram, TikTok i YouTube, gdzie większość badanych deklaruje codzienny odbiór treści w przedziale 0-1 godziny, a wyraźnie mniejsza liczba respondentów sięga po te aplikacje po kilka godzin dziennie.

Dane wskazują na wyraźne różnice między platformami zarówno pod względem popularności, jak i intensywności użytkowania. Najczęściej pasywnie konsumowane są treści na Facebooku, Instagramie i YouTube. Na Facebooku aż 54% użytkowników spędza 0-1 godzinę dziennie, a 17,4% kolejną godzinę, co potwierdza jego rolę jako platformy do szybkiego przeglądania aktualności. Podobny wzorzec widoczny jest na Instagramie, gdzie 49,4% korzysta pasywnie do godziny, a 21,7% do dwóch godzin dziennie. YouTube wyróżnia się większym udziałem dłuższych sesji – 17,4% użytkowników ogląda treści 2-5 godzin dziennie, a 3,1% nawet 5-7 godzin, co wynika z charakteru platformy opartej na dłuższych materiałach wideo.

TikTok prezentuje bardziej zrównoważony rozkład: 24,9% respondentów korzysta z niego do godziny, 25,7% do dwóch godzin, a 14,6% aż 2-5 godzin dziennie. Jednocześnie 31,1% badanych nie korzysta z niego wcale, co wskazuje na silną polaryzację: część użytkowników pozostaje nieaktywna, podczas gdy inni konsumują treści intensywnie i regularnie. Platformy takie jak Twitter/X, Pinterest, Snapchat, WhatsApp czy Discord charakteryzują się znacznie wyższym odsetkiem osób niekorzystających: od 61% do ponad 77%. W przypadku LinkedIn, Telegramu, Twitcha i Reddita dominacja odpowiedzi „nie korzystam” jest jeszcze bardziej wyraźna, przekraczając 86%, a w przypadku Reddita sięgając 92,9%. Oznacza to, że platformy te pełnią funkcję niszową i nie stanowią istotnego elementu codziennej pasywnej konsumpcji treści. Dłuższe sesje,

przekraczające 5 godzin dziennie, są rzadkie i dotyczą głównie YouTube'a, TikToka oraz Discorda, co potwierdza, że to właśnie te platformy sprzyjają długotrwałemu zanurzeniu w treści – odpowiednio wideo, krótkie formy video i aktywności społecznościowe.

W ujęciu ogólnym pasywne korzystanie z mediów społecznościowych koncentruje się przede wszystkim na kilku dominujących platformach, podczas gdy pozostałe serwisy są wykorzystywane sporadycznie lub przez niewielkie grupy użytkowników.

Tabela 11. Dzienny czas poświęcony na pasywne korzystanie z platform mediów społecznościowych (P7)

Aplikacje	Dzienny czas poświęcony na pasywne korzystanie z MS					Nie korzysta
	0-1 h	1-2 h	2-5 h	5-7 h	7+ h	
Facebook	189	61	26	3	0	71
	54.0%	17.4%	7.4%	0.9%	0%	20.3%
Instagram	173	76	29	2	0	70
	49.4%	21.7%	8.3%	0.6%	0%	20.0%
TikTok	87	90	51	10	3	109
	24.9%	25.7%	14.6%	2.9%	0.9%	31.1%
Twitter/X	59	16	4	1	0	270
	16.9%	4.6%	1.1%	0.3%	0%	77.1%
LinkedIn	28	6	0	0	0	316
	8.0%	1.7%	0%	0%	0%	90.3%
YouTube	139	78	61	11	4	57
	39.7%	22.3%	17.4%	3.1%	1.1%	16.3%
Snapchat	110	18	2	0	0	220
	31.4%	5.1%	0.6%	0.0%	0%	62.9%
Pinterest	87	13	1	1	0	248
	24.9%	3.7%	0.3%	0.3%	0%	70.9%
Reddit	21	4	0	0	0	325
	6.0%	1.1%	0%	0%	0%	92.9%
Discord	36	25	9	5	2	273
	10.3%	7.1%	2.6%	1.4%	0.6%	78.0%
WhatsApp	114	16	1	4	0	215
	32.6%	4.6%	0.3%	1.1%	0%	61.4%
Telegram	12	3	4	0	0	331
	3.4%	0.9%	1.1%	0%	0%	94.6%
Twitch	29	13	6	1	0	301
	8.3%	3.7%	1.7%	0.3%	0%	86.0%
Inne	48	15	5	1	0	281
	13.7%	4.3%	1.4%	0.3%	0%	80.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wyniki korelacji rang Spearmana pokazują wyraźne różnice w zależnościach między aktywnym a pasywnym korzystaniem z poszczególnych platform mediów społecznościowych. Najsilniejsze dodatnie korelacje dotyczą platform Snapchat ($r_s=0,772$) oraz WhatsApp ($r_s=0,696$), co wskazuje, że użytkownicy tych serwisów mają bardzo spójny wzorec korzystania – osoby intensywnie aktywne są jednocześnie intensywnie pasywne. Wysokie korelacje obserwuje się również dla platform TikTok ($r_s=0,538$) i Instagram ($r_s=0,513$), co sugeruje, że na tych platformach aktywność i pasywność są również silnie powiązane. Facebook wykazuje słabszą, choć nadal dodatnią zależność ($r_s=0,306$), co może odzwierciedlać bardziej zróżnicowane style korzystania. Na tle pozostałych platform wyróżnia się YouTube, gdzie korelacja między aktywnym a pasywnym korzystaniem jest wyraźnie niższa ($r=0,210$). Wskazuje to na fakt, że aktywne działania (np. komentowanie, tworzenie treści) nie są silnie powiązane z pasywnym oglądaniem filmów, co jest zgodne z dominującym, konsumpcyjnym charakterem tej platformy. Korelacje międzyplatformowe są w większości dodatnie i umiarkowane, np. między aktywnością na Instagramie a pasywnością na TikTok ($r=0,169$) czy między aktywnością na TikTok a pasywnością na Snapchat ($r_s=0,280$). Wskazuje to, że osoby intensywnie korzystające z jednej platformy często wykazują podobne wzorce na innych. Ogólnie wyniki wskazują, że większość platform – zwłaszcza Snapchat, WhatsApp, TikTok i Instagram – charakteryzuje się spójnym, dwutorowym wzorcem korzystania, podczas gdy YouTube pozostaje platformą o bardziej jednostronnym, głównie pasywnym profilu użytkownika.

Tabela 12. Współczynnik korelacji rang Spearmana (r_s) między czasem aktywnego i pasywnego korzystania z najczęściej wybieranych platform mediów społecznościowych. Wyróżniono korelacje istotne na poziomie $p < 0.05$.

Platforma MS/	Facebook	Instagram	TikTok	Youtube	Snapchat	WhatsApp
Aktywne korzystanie	Pasywne korzystanie	Pasywne korzystanie	Pasywne korzystanie	Pasywne korzystanie	Pasywne korzystanie	Pasywne korzystanie
Facebook	0.306	0.088	0.074	-0.069	0.107	0.064
Instagram	0.028	0.513	0.169	-0.054	0.183	0.012
TikTok	0.091	0.183	0.538	-0.057	0.280	0.063
YouTube	-0.022	0.000	0.005	0.210	0.057	-0.015
Snapchat	0.148	0.259	0.385	0.122	0.772	0.029
WhatsApp	0.085	0.009	-0.034	-0.069	-0.002	0.696

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Dane odzwierciedlające wartość współczynnika korelacji rang Spearmana skategoryzowano do skali porządkowej (1-5). Wyniki analiz wskazują na istotne zależności między picią a czasem korzystania z platform społecznościowych dla aktywnego korzystania z YouTube i pasywnego korzystania z Tik-Tok i YouTube. W przypadku aktywnego korzystania z YouTube kobiety rzadziej niż mężczyźni spędzają na platformie więcej niż godzinę dziennie. Iloraz częstości (0,703) oraz iloraz szans (0,516) wskazują, że kobiety charakteryzują się wyraźnie niższym poziomem intensywnego korzystania z YouTube w sposób aktywny.

Odwrotny wzorzec pojawia się przy pasywnym korzystaniu z TikToka, gdzie kobiety częściej niż mężczyźni spędzają ponad godzinę dziennie na przeglądaniu treści. Iloraz częstości (1,296) oraz szczególnie wysoki iloraz szans (1,953) sugerują, że kobiety są prawie dwukrotnie bardziej skłonne do dłuższego, pasywnego konsumowania treści na TikToku. W przypadku pasywnego korzystania z YouTube różnice są umiarkowane, lecz nadal wskazują na mniejszą intensywność korzystania wśród kobiet. Iloraz częstości (0,780) i iloraz szans (0,585) potwierdzają, że mężczyźni częściej niż kobiety spędzają na YouTube ponad godzinę dziennie w trybie pasywnym.

Analiza zależności między wiekiem a czasem aktywnego korzystania z aplikacji nie wykazała istotnych różnic dla żadnej z badanych platform, co oznacza, że osoby młodsze i starsze angażują się w aktywne korzystanie w podobnym stopniu. Odmienny obraz pojawił się jednak w przypadku pasywnego korzystania. W przypadku Tik Toka stwierdzono silną zależność ($\chi^2 = 9,157$, $p = 0,002$), a wartości RR = 1,459 i OR = 2,491 wskazują, że osoby poniżej 25 roku życia znacznie częściej niż młode osoby powyżej 25 roku życia spędzają na pasywnym korzystaniu z TikToka ponad godzinę dziennie – ich prawdopodobieństwo jest o około 46% wyższe, a szanse ponad dwukrotnie większe.

Podobna zależność wystąpiła dla YouTube ($\chi^2 = 4,440$, $p = 0,035$), gdzie $RR = 1,314$ i $OR = 1,722$ sugerują, że młodszy użytkownicy (<25 lat) charakteryzuje o około 31% większe prawdopodobieństwo oraz o 72% większe szanse dłuższego pasywnego korzystania z tej aplikacji niż osoby starsze (25+).

Tabela 13. Ocena zależności między płcią i wiekiem (do 25 lat vs powyżej 25 lat) a czasem aktywnego i pasywnego korzystania z najczęściej wykorzystywanych aplikacji (do 1h vs powyżej 1h)

Tablica kontyngencji	Aplikacja	Statystyka chi-kwadrat	Wartość p	Iloraz częstości	Iloraz szans
Płeć x Czas AKTYWNEGO korzystania	Facebook	0.400	0.527	-	-
	Instagram	0.041	0.840	-	-
	TikTok	0.045	0.831	-	-
	YouTube	5.782	0.016	0.703	0.516
Płeć x Czas PASYWNEGO korzystania	Facebook	1.287	0.257	-	-
	Instagram	1.055	0.304	-	-
	TikTok	5.556	0.018	1.296	1.953
	YouTube	4.878	0.027	0.780	0.585
Wiek x Czas AKTYWNEGO korzystania	Facebook	1.421	0.233	-	-
	Instagram	1.615	0.204	-	-
	TikTok	1.857	0.173	-	-
	YouTube	1.559	0.212	-	-
Wiek x Czas PASYWNEGO korzystania	Facebook	0.410	0.522	-	-
	Instagram	2.011	0.156	-	-
	TikTok	9.157	0.002	1.459	2.491
	YouTube	4.440	0.035	1.314	1.722

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Podsumowując, struktura korzystania przez osoby młode z mediów społecznościowych układa się w wyraźny rytm: krótkie, wielokrotne sesje, w których użytkownicy płynnie przechodzą od biernego odbioru do bardziej aktywnego uczestnictwa, np. komentowania, udostępniania czy prowadzenia konwersacji. Badania międzynarodowe⁹⁷ pokazują podobny wzorzec – młodzież spędza łącznie kilka godzin dziennie w mediach społecznościowych (często około 4-5 godzin), z wyraźną przewagą platform YouTube, TikTok i Instagram, co potwierdza, że obserwowane w próbie młodych dorosłych województwa podlaskiego schematy wpisują się w szerszy, globalny model cyfrowej socjalizacji. W tym modelu aktywne formy użycia sprzyjają podtrzymywaniu relacji i poczuciu przynależności, natomiast przeważające, długotrwałe przeglądanie

⁹⁷ Social Media Users 2025 (Global Data & Statistics), <https://prioridata.com/data/social-media-usage/> [dostęp: 07.03.2026 r.].

treści bez interakcji wiązane jest w literaturze z większą skłonnością do porównań społecznych i pogorszenia nastroju, co czyni sposób (aktywne vs pasywne), a nie sam fakt korzystania, kluczowym elementem wzorca użycia technologii cyfrowych.

Podsumowując, analiza zależności pomiędzy czasem użytkowania od płci i wieku wskazała, że płeć różnicuje przede wszystkim sposób korzystania z YouTube (mężczyźni częściej niż kobiety zarówno aktywnie, jak i pasywnie) oraz TikToka (pasywnie – kobiety częściej niż mężczyźni), natomiast wiek okazuje się istotnym czynnikiem w przypadku pasywnego korzystania z TikToka i YouTube, gdzie młodsze osoby wyraźnie dominują.

Rodzice uczestniczący w badaniach ilościowych do technologii najczęściej wykorzystywanych przez ich dzieci zaliczyli smartfon, który odpowiadał za 14,7% wszystkich wskazań (99 odpowiedzi), co potwierdza jego rolę jako podstawowego urządzenia do komunikacji, rozrywki i korzystania z internetu. Drugą grupę wskazań stanowiły platformy wideo: YouTube – 10,7% (72 wskazania) oraz platformy streamingowe – 7,9% (53 wskazania), co pokazuje, że treści audiowizualne są jednym z głównych elementów codziennego korzystania z technologii przez osoby młode, według ich rodziców.

Silnie reprezentowane w opinii rodziców są również media społecznościowe. Instagram – 9,5% (64 wskazania), TikTok – 8,9% (60 wskazań) i Facebook – 8,6% (58 wskazań) razem odpowiadają za ponad jedną czwartą wszystkich odpowiedzi. Wskazuje to na dominację w odczuciu rodziców i w związku z ich obserwacjami, platform nastawionych na szybki przepływ treści, kontakt ze znajomymi i śledzenie trendów. Mniej popularne, ale obecne we wskazaniach rodziców są Snapchat – 2,7% (18 wskazań), Discord – 2,8% (19 wskazań) oraz Twitter/X – 1,3% (9 wskazań).

W obszarze narzędzi komputerowych rodzice najczęściej wskazywali na korzystanie przez dzieci z komputera (8,9% – 60 wskazań), natomiast narzędzia bardziej specjalistyczne pojawiały się rzadziej: edytory tekstów – 4,3% (29 wskazań) oraz oprogramowanie specjalistyczne – 3,7% (25 wskazań). Gry komputerowe stanowiły 6,1% (41 wskazań), co sugeruje, że są istotnym, ale niedominującym elementem aktywności. Zakupy online i aplikacje użytkowe miały umiarkowaną częstość wskazań: portale zakupowo-sprzedawcze – 6,7% (45 wskazań) oraz różne aplikacje użytkowe – 3,3% (22 wskazania). Jedynie 0,1% odpowiedzi stanowiło „nie wiem”, co oznacza, że rodzice w zdecydowanej większości czują się dobrze poinformowani o cyfrowych nawykach swoich dzieci.

Tabela 14. Korzystanie z technologii cyfrowych przez osoby w wieku 18-34 lata w opinii ich rodziców (P10)

Kategoria/kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Razem	Udział %
Discord	0	0	1	3	2	3	3	2	2	0	2	0	1	19	2.8%
Edytory tekstów (program do pisania tekstów)	2	1	8	10	5	2	0	1	0	0	0	0	0	29	4.3%
Facebook	1	7	10	14	5	9	7	3	0	1	1	0	0	58	8.6%
Gry komputerowe	13	23	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	41	6.1%
Instagram	1	7	10	8	14	7	6	7	3	1	0	0	0	64	9.5%
Ogólnie komputer	50	7	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	60	8.9%
Oprogramowanie specjalistyczne	2	2	11	7	1	0	1	0	1	0	0	0	0	25	3.7%
Platformy streamingowe (np. Netflix, PrimeVideo i inne)	2	16	9	13	7	3	2	0	0	0	1	0	0	53	7.9%
Portale zakupowo-sprzedazowe (Allegro, Vinted, Erli itp.)	3	4	9	11	7	7	3	0	0	0	0	1	0	45	6.7%
Różne aplikacje (np. do nauki języków, do zarządzania czasem, do uprawiania sportu itp.)	1	1	5	1	5	6	3	0	0	0	0	0	0	22	3.3%
Smartfon (telefon komórkowy)	38	34	23	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	99	14.7%
Snapchat	0	0	0	2	2	3	0	6	3	1	0	0	1	18	2.7%
TikTok	0	5	4	13	11	11	5	6	3	2	0	0	0	60	8.9%
Twitter/X	0	0	2	0	1	0	1	2	2	0	1	0	0	9	1.3%
YouTube	1	1	4	6	14	9	14	7	7	5	2	2	0	72	10.7%
Nie wiem / trudno powiedzieć	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 675).

Odpowiedzi rodziców skategoryzowane do zmiennych binarnych wykazały, że wideo/streaming (YouTube, Netflix, PrimeVideo) oraz media społecznościowe (Instagram, TikTok, Facebook) wykazują najwyższy udział w strukturze wykorzystania technologii cyfrowych – odpowiednio 34,1% (86 wskazań) i 33,3% (84 wskazania). Kategorię gry komputerowe oraz narzędzia edukacyjno-zawodowe (edytory tekstu, oprogramowanie specjalistyczne) wskazało po 16,3% respondentów (41 wskazań każda). Taka struktura wskazuje na dominację technologii rozrywkowych (media+wideo: średnio 34%) nad narzędziami wspomagającymi naukę i pracę (16%). Równa

częstotliwość gier i narzędzi edukacyjnych sugeruje zbalansowany udział obu tych aktywności w codziennym funkcjonowaniu dzieci. Średnia liczba wskazywanych kategorii na odpowiedź wynosiła 2,191 (z 4 możliwych), co świadczy o umiarkowanej wielotorowości korzystania z technologii cyfrowych.

Tabela 15. Tabela częstości występowania motywów/kategorii korzystania z technologii cyfrowych (P10)

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Media społecznościowe	M	84	33.3%
Gry	G	41	16.3%
Nauka/Praca	N	41	16.3%
Wideo/Streaming	W	86	34.1%

Średnia liczba wskazywanych kategorii -2.191

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Test niezależności chi-kwadrat (df=1, N=115) ujawnił dwie istotne zależności ($p < 0,05$): pomiędzy kategoriami media społecznościowe i wideo/streaming: $\chi^2 = 24,28$, $p < 0,001$, $\phi = 0,460$, co wskazuje na zintegrowane wykorzystanie mediów społecznych i platform streamingowych oraz pomiędzy kategoriami nauka/praca i wideo/streaming: $\chi^2 = 5,73$, $p = 0,017$, $\phi = 0,223$, co może wskazywać na fakt, że wideo/streaming wspiera aktywność edukacyjną. Pozostałe pary kategorii były niezależne statystycznie ($p > 0,05$), szczególnie gry komputerowe funkcjonują autonomicznie w stosunku do pozostałych technologii.

W przypadku 65% odpowiedzi dotyczyły one 2-4 kategorii. Dominował profil mediów społecznościowych i wideo streamingu (26,1%) oraz mediów społecznościowych, edukacyjno-zawodowych i platform streamingowych (16,5%). Natomiast 10,4% respondentów wskazało na wykorzystanie wszystkich czterech technologii jednocześnie oraz trzech z nich (media+gry+wideo).

Tabela 16. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile odpowiedzi (P10)

Wyszczególnienie	Wyniki	Wyniki	Wyniki
Para kategorii binarnych	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
MxG (MS x Gry)	1.6728	0.1959	0.1206
MxN (MS x Nauka/Praca)	3.1609	0.0754	0.1658
MxW (MS x Wideo/Streaming)	24.2814	0.0000	0.4595
GxN (Gry x Nauka/Praca)	0.9379	0.3328	0.0903
GxW (Gry x Wideo/Streaming)	1.0997	0.2943	0.0978
NxW (Nauka/Praca x Wideo/Streaming)	5.7296	0.0167	0.2232

Dominujące profile odpowiedzi

MW (MS+Wideo/Streaming) - 26.1%

MNW (MS+Nauka/Praca+Wideo/Streaming) - 16.5%-
 MGN (MS+Gry+Nauka/P+Wideo/Streaming) - 10.4%
 MGW (MS+Gry+Wideo/Streaming) - 10.4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Reasumując, analiza opinii rodziców na temat wykorzystania technologii cyfrowych przez ich dzieci wskazała na dominującą pozycję narzędzi rozrywki w codziennym korzystaniu dzieci z technologii cyfrowych, gdzie media społeczne i streaming/wideo osiągają nasycenie powyżej 73% przy silnym powiązaniu strukturalnym ($\phi=0,460$). Gry komputerowe oraz narzędzia edukacyjno-zawodowe występują z równą częstotliwością (35,7%), lecz zachowują autonomię wobec głównych nurtów wykorzystania technologii cyfrowych. Spory segment, 16,5% dzieci (profil media+nauka/praca+wideo/streaming), należy do odbiorców łączących rozrywkę z elementami edukacyjnymi i zawodowymi.

Zdecydowana większość rodziców deklarowała, że intensywność korzystania z technologii cyfrowych przez ich dzieci jest wysoka: ponad połowa respondentów wskazała poziom 4 „często (wiele razy dziennie)” (55,7%), a kolejne 30,4% poziom 5 „bardzo często”. Oznacza to, że rodzice postrzegają aktywność cyfrową swoich dzieci jako intensywną. Szacowany przez rodziców czas dzienny spędzany z technologiami najczęściej mieścił się w przedziale 3-4 godzin (41,7%). Duża grupa wskazuje również 5-6 godzin (30,4%) oraz ponad 6 godzin (18,3%). Tylko 5,2% ocenia ten czas na 1-2 godziny dziennie. Rodzice zauważają także wzrost intensywności korzystania z technologii na przestrzeni czasu. Najczęściej wybierane odpowiedzi to 4: „raczej zwiększyła się” (45,2%) i 5: „zdecydowanie zwiększyła się” (27,8%), co oznacza wyraźnie dostrzeżoną zmianę w zakresie długości przebywania dzieci w mediach cyfrowych.

Tabela 17. Wzorce korzystania z technologii cyfrowych przez dzieci – świadomość rodzica, ocena intensywności, szacowany czas dzienny oraz zmiana intensywności w czasie (P6- P9)

Ocena rodzica	Kategorie odpowiedzi	Liczebność	Udział %
Świadomość rodzica	Tak, wiem, że korzysta	115	96.6%
	Nie, nie korzysta	1	0.8%
	Nie wiem / Trudno powiedzieć	3	2.5%
Intensywność korzystania	1. Bardzo rzadko	1	0.9%
	2. Rzadko	0	0.0%
	3. Umiarkowanie (kilka razy dziennie)	15	13.0%
	4. Często (wiele razy dziennie)	64	55.7%
	5. Bardzo często (prawie cały czas online)	35	30.4%
Czas dzienny	1-2 h	6	5.2%
	3-4 h	48	41.7%
	5-6 h	35	30.4%

Ocena rodzica	Kategorie odpowiedzi	Liczebność	Udział %
	6+ h	21	18.3%
	Nie wiem	5	4.3%
Zmiana intensywności w czasie	1.Zdecydowanie zmniejszyła się	0	0.0%
	2.Raczej zmniejszyła się	1	0.9%
	3.Nie zmieniła się / trudno ocenić	30	26.1%
	4. Raczej zwiększyła się	52	45.2%
	5. Zdecydowanie zwiększyła się	32	27.8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Korzystanie z technologii cyfrowych przez młodych dorosłych, w opinii ich rodziców, jest powszechne, intensywne i czasochłonne. Rodzice nie tylko dostrzegają wysoką aktywność swoich dzieci w środowisku cyfrowym, ale także zauważają jej wzrost w czasie. Wyniki sugerują, że technologie stanowią stały i dominujący element codziennego funkcjonowania osób w wieku 18-34 lata.

Młode osoby biorące udział w badaniach jakościowych również potwierdziły, że intensywność i czas korzystania z mediów społecznościowych wskazuje, że ilość uwagi i czasu poświęcanego technologiom wśród młodych jest relatywnie wysoka (najczęściej do kilku godzin w ciągu dnia). Weryfikowano również, czy i w jaki sposób respondenci monitorują czas spędzany z technologiami oraz jakie narzędzia wykorzystują, by mieć nad tym kontrolę. Zebrany materiał empiryczny wskazuje, że monitoring czasu spędzanego z technologią jest przez młode osoby prowadzony, ale ma on raczej charakter powierzchowny i wynika bardziej z możliwości, jakie daje technologia niż wewnętrznej potrzeby weryfikacji czasu spędzanego z telefonem. Zdecydowanie częściej pełni funkcję informacyjną niż dyscyplinującą. Zebrane dane wskazują, że choć młodzi przedstawiciele województwa podlaskiego bywają często zaskoczeni ilością czasu, jaki poświęcają na korzystanie z telefonu i dostępnych aplikacji, to jednak nie postrzegają tego w kategoriach problemu, który wymagałby reakcji i zdecydowanych interwencji. Analizując czas i narzędzia jego kontroli w odniesieniu do wykorzystania technologii, respondenci wskazywali, że często nie zastanawiają się nad tym, jak długo i dlaczego faktycznie korzystają z telefonu, choć raporty dotyczące czasu wykorzystania technologii otrzymują. Z wypowiedzi badanych wyłonił się obraz osób, dla których telefon bardzo często jest narzędziem wypełniającym czas, który trudno jakościowo zagospodarować inaczej.

Podobne opinie wyrażane były przez rodziców biorących udział w wywiadach pogłębionych, wskazujących na wysoką intensywność korzystania z technologii cyfrowych. Młode osoby w wieku 18-34 lata często po przebudzeniu sprawdzają wiadomości, powiadomienia, portale społecznościowe czy plany lekcji. Wymieniają się informacjami z kolegami, tłumacząc rodzicom, że konwersacje dotyczą szkolnych projektów czy zadań, które muszą wykonać, żeby sprawdzić swoje umiejętności

i „zapunktować” u poszczególnych nauczycieli. Korzystają podczas nauki i pracy, a więc w celach zarówno edukacyjnych, zawodowych, jak i rozrywkowych. W opinii rodziców telefon towarzyszy młodym ludziom podczas porannej toalety czy przy przygotowywaniu posiłku. Określając czas korzystania z telefonów, rodzice wskazują, że jest to od 30-40 minut rano do nawet 6-8 godzin w ciągu dnia, a czasem 24 godziny na dobę. Czas ten zależy od wieku, celu, funkcji praca/nauka oraz zainteresowań.

Rodzice zwracają uwagę, że intensywność korzystania z technologii przez ich dzieci wzrosła. Duży wpływ miał na to rozwój technologii, nie tylko w szkołach, ale w pracy, a nawet w życiu codziennym. Na rynku pojawił się duży wybór gier, nowych aplikacji, platform i trendów internetowych. Prezenty dla dzieci zaczęły stanowić komputery, smartfony, tablety, co było powodem do chwalenia się, ale też czasami dumy rodziców, że dziecko lepiej opanowuje technologię cyfrową aniżeli sam rodzic. Kolejną przyczyną intensywności korzystania z technologii powiązana jest według rodziców z zainteresowaniami użytkownika, zaciekawieniem różnymi tematami, filmikami, które są udostępniane i ogólnie znane, skrolowanie, ale też popularność, moda, trend na korzystanie z technologii. Intensywność wzrosła także w wyniku wybrania przez młodą osobę profilu nauki i kierunku kształcenia, który związany jest technologią cyfrową. Częstość korzystania wzrosła wraz z wiekiem młodej osoby. Kiedy dziecko uczęszczało do szkoły podstawowej, korzystało z telefonu czy z komputera krócej – około godziny, ponieważ było pod większą kontrolą rodzicielską. Jednak w momencie wyboru szkoły średniej (zwłaszcza w przypadku zawodów tak sprofilowanych, jak na przykład technik informatyk) czas korzystania wydłużył się, ponieważ młody człowiek uzyskał usprawiedliwienie na swoje coraz dłuższe „siedzenie przed komputerem”, które było również najczęściej związane z tym, że musiał przygotować się do zajęć.

Do najczęściej wykorzystanych przez młode osoby aplikacji i platform rodzice zaliczyli Instagram, Tik Tok oraz grupy społecznościowe Facebook. Aplikacje te dotyczyły osób 18+. Osoby w wieku 31 lat częściej korzystają z aplikacji mObywatel, aplikacji studenta, przejazdów kolejowych, czyli takich, które są przydatne w życiu codziennym. Głównym celem korzystania z aplikacji czy platform jest pozyskiwanie interesujących informacji, cel poznawczy, częściowo do pracy, częściowo do spędzania wolnego czasu razem z telefonem, tworzenia stron internetowych lub w celach edukacyjnych, rozwijania pasji, zainteresowań, np. moda, sposób zachowania, ubierania się, rozrywkowych, lub obserwowanie influencerów, ponieważ młode osoby być może chcą brać z nich przykład, gdyż influencerzy pokazują idealne życie, idealne zarobki. Częste korzystanie może również wynikać z wpływu grupy rówieśniczej, tzn. wspólnych tematów do rozmów.

Rodzice nie akceptują sposobu oraz długości czasu korzystania z nowoczesnych technologii przez młode osoby. Bardzo chcieliby, aby dzieci ograniczyły czas korzystania z telefonu, z drugiej strony starają się zrozumieć, że np. korzystanie z technologii

informacyjnych jest powiązane z nauką. Starają się wywierać na dzieci wpływ i motywować jednocześnie na przykład do tego, by robiły sobie przerwy, by wychodziły na dwór, chociażby na spacer z psem. Zwracają uwagę, aby podczas spożywania posiłków nie korzystały np. z telefonów. Z drugiej strony stwierdzają, że mają coraz mniejszy wpływ na to, co syn/córka robi, gdyż młode osoby coraz bardziej pochłania wirtualna rzeczywistość, więc zostaje tylko rozmowa. Kwestia wpływu na dziecko w wieku 18-34 lata stanowi już duży problem dla rodziców w tym zakresie, gdyż częste korzystanie z technologii jest powodem utrudnionego kontaktu z młodą osobą, co negatywnie wpływa na relacje rodzinne. Jest też powodem zaniedbywania codziennych obowiązków, co z kolei ma wpływ na funkcjonowanie w życiu codziennym, np. pokój, w którym rodzic znajduje kubki, talerze.

W opinii specjalistów zdrowia psychicznego młodzi spędzają na urządzeniach cyfrowych od 2 do nawet 6 godzin dziennie. Media społecznościowe, które dominują w ich życiu, w opinii specjalistów, to: Instagram, TikTok, YouTube, ale też gry na żywo, w których mogą się kontaktować z innymi uczestnikami gry z różnych krańców świata. Eksperti mieli problem z oceną, które z wymienionych portali są częściej używane. Według nich młodzi nie zauważają istotnych różnic między wymienionymi platformami. Płynnie poruszają między wszystkimi wymienionymi mediami, korzystając z nich w zależności od potrzeb. Korzystają również z AI w związku z przygotowaniem się do prac różnego typu, potrzebnych im do szkół lub pracy zawodowej.

Odnosząc się do diagnozy procesów poznawczych, eksperci zdrowia psychicznego zwrócili uwagę, że w stosunku do badań sprzed 10 lat zauważa się obniżoną samodzielność, zdolność samodzielnego myślenia i rozleniwienie w logicznym myśleniu u osób młodych. Odwoływali się do przykładu próby zmotywowania młodego człowieka do analizy poszczególnych podtestów w Stanford-Binet. Współcześni młodzi potrzebują kilkunastu minut pracy np. z psychologiem, aby mogli podjąć wysiłek umysłowy nad danym testem. Wyniki w Stanford-Binet okazały się wrażliwe na zmiany społeczne młodzieży. Zasób słownictwa młodych osób wypadł w testach dużo bardziej ubogi, młodym brak motywacji do rozwiązywania zadań, nawet samo podejście również jest bardzo lekceważące. Taki stan wymaga silnego motywowania, ale również postawienia granic.

Eksperti zdrowia psychicznego podkreślili rosnący problem użytkowania aplikacji do gier na żywo, które odświeżają się w dwie działające strony, a podczas jej używania włącza się kamera i pojawia się osoba wylosowana czasami nawet z drugiej strony świata. Jest to poważne niebezpieczeństwo, gdyż aplikacja nie pozwala stwierdzić, kto tak naprawdę znajduje się po drugiej stronie kamery. Czas korzystania z tej aplikacji jest niekontrolowany, a osoby z niej korzystające spędzają w niej od dwóch do sześciu godzin, natomiast w weekendy nawet po kilkanaście godzin dziennie.

W przypadku osób uczących się ich wakacje są okresem, w którym granie jest czasem nielimitowanym. Powodem, dla którego młodzi ludzie korzystają z różnych aplikacji, jest nuda, samotność lub zaspokajanie swoich potrzeb. Korzystanie z aplikacji służy głównie do wypełnienia czasu i dotyczy częściej gier w przypadku płci męskiej. Dziewczęta natomiast lubią korzystać z mediów społecznościowych, które pokazują najnowsze trendy mody, głównie w obrębie paznokci. Na terapiach pojawiają się przykłady pacjentek, które przez dwie godziny dziennie analizują najnowsze trendy malowania paznokci.

Młodzi ludzie trafiający na terapie nie wskazują, że zbyt długo korzystają z urządzeń czy nadmiernie z nich korzystają. Nie widzą w tym żadnego problemu. Taka sytuacja rodzi pytanie o to, jak młodzi ludzie rozumieją nadmierne korzystanie z technologii. Młodzi ludzie mogą mieć problem ze zdefiniowaniem pojęcia „nadmierne korzystanie”. Zastanawiające jest również, dlaczego często nie widzą problemu z wielogodzinnym korzystaniem z technologii i nie identyfikują tego jako problem. W opinii specjalistów zdrowia psychicznego interesującym obszarem eksploracji jest to, co młodzi ludzie znajdują w sieci, a czego i z jakiego powodu nie znajdują w realnym świecie. Czy można odwrócić tę tendencję i czy istnieje taka konieczność? Eksperci podkreślają skutki, jakie powoduje nadmierne korzystanie z technologii cyfrowych, do których należą mniejsza aktywność, trudności z koncentracją czy niższa efektywność.

3.2. Cele korzystania z technologii cyfrowych

Analiza celów korzystania z mediów społecznościowych i wykorzystania aplikacji wykazała, iż osoby młode najwyżej cenią cele rozrywkowe i społecznościowe, a cele zawodowe są najstabilniej eksponowane. Jednocześnie w każdej z czterech sfer (zawodowej, edukacyjnej, społecznościowej i rozrywkowej) korzystają z mocno nakładającego się zestawu aplikacji, głównie dużych serwisów społecznościowych i komunikatorów.

Ranking celów korzystania z mediów społecznościowych wskazuje wyraźną hierarchię motywacji użytkowników. Najwyżej ocenione zostały cele rozrywkowe, które uzyskały najniższą średnią (2,28), co podkreśla dominującą rolę mediów społecznościowych jako źródła odprężenia, zabawy i codziennej ucieczki od obowiązków. Tuż za nimi znajdują się cele społecznościowe (średnia 2,34), wskazujące na silną potrzebę utrzymywania kontaktów, obserwowania znajomych i uczestniczenia w życiu społeczności online. Wysokie wartości w pierwszych trzech kategoriach pokazują, że media społecznościowe pełnią przede wszystkim funkcję rozrywkowo-społeczną, a dopiero w dalszej kolejności edukacyjną.

Cele edukacyjne zajmują trzecie miejsce (średnia 2,53), co sugeruje, że choć użytkownicy wykorzystują media społecznościowe do zdobywania wiedzy, nie jest to ich główny powód korzystania z tychże mediów. Znacznie niżej oceniono cele zawodowe

(średnia 2,96), które częściej trafiały na dalsze miejsca w rankingu – aż 137 osób wskazało je jako czwarte pod względem ważności. Oznacza to, że media społecznościowe są rzadziej postrzegane jako narzędzie rozwoju kariery czy budowania profesjonalnego wizerunku.

Kategoria „inne” uzyskała najwyższą średnią (4,89), a zdecydowana większość respondentów umieszczała ją na ostatnim miejscu (322 wskazania). Relatywnie niskie odchylenia standardowe w każdej kategorii świadczą o dużej zgodności odpowiedzi i stabilności ocen. Całość wyników pokazuje, że media społecznościowe są przede wszystkim przestrzenią rozrywki i kontaktów społecznych, a dopiero w dalszej kolejności narzędziem edukacyjnym czy zawodowym.

Tabela 18. Ranking celów korzystania z mediów społecznościowych (im niższa wartość średniej, tym większa ważność celu) (P8)

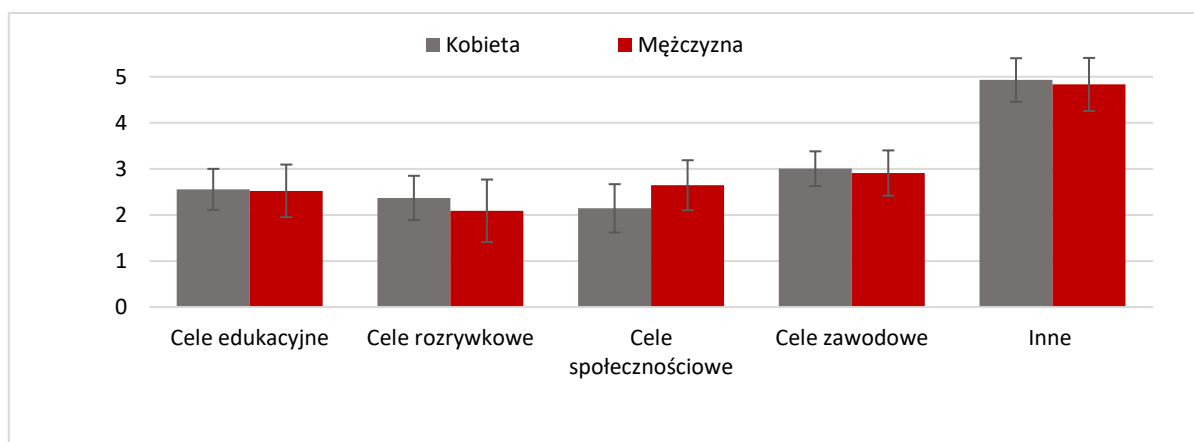
Kategorie/Pozycja odpowiedzi	1 (najważniejszy)	2	3	4	5 (najmniej ważny)	Średnia	SD
Cele edukacyjne	65	96	127	62	0	2.53	0.987
Cele rozrywkowe	138	70	58	75	9	2.28	1.254
Cele społecznościowe	87	120	84	54	5	2.34	1.057
Cele zawodowe	59	61	79	137	14	2.96	1.183
Inne	1	3	2	22	322	4.89	0.443

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analiza średniej rangi ważności celów korzystania z mediów społecznościowych ze względu na płeć wskazuje na różnicę priorytetów w zakresie korzystania z mediów społecznościowych ujawniła wyraźną hierarchię motywacji. Najwyżej ocenione zostały cele rozrywkowe (średnio 2.28 w skali 1-5) oraz społecznościowe (średnio 2.34), a znacząco niżej plasują się cele edukacyjne (średnio 2.53) i zawodowe (średnio 2.96). Wyniki te wskazują, że media społecznościowe pełnią w życiu młodych dorosłych funkcję przede wszystkim rozrywkowo-społeczną, a ich potencjał zawodowy i edukacyjny pozostaje znacząco niedostatecznie wykorzystany.

korzystania z mediów pomiędzy kobietami i mężczyznami. Kobiety relatywnie większą wagę przypisują celom społecznościowym, podczas gdy mężczyźni silniej akcentują cele rozrywkowe i zawodowe. Cele edukacyjne u kobiet i mężczyzn są równie ważne, co wskazuje na ogólnie zbliżoną strukturę priorytetów z wyraźnymi różnicami akcentów, bardziej społecznymi u kobiet i bardziej rozrywkowo-zawodowymi u mężczyzn. Praktycznie bez znaczenia są cele wskazywane w kategorii „inne”.

Rysunek 3. Średnia i odchylenie standardowe rankingu celów korzystania z technologii cyfrowych przez kobiety i mężczyzn (im niższa średnia tym wyższa ranga celu)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

W obszarze celów zawodowych dominują trzy główne funkcje: śledzenie trendów w branży i rozwój zawodowy (31,5% wszystkich odpowiedzi), poszukiwanie pracy i ofert zawodowych (24,6%) oraz komunikacja służbowa z kolegami i klientami (23,7%). Rzadziej media społecznościowe służą do promocji własnej działalności i marki osobistej (7,1%), networkingu biznesowego (5,7%) czy szukania zleceń i freelancingu (5,0%), co sugeruje raczej pasywne niż proaktywne, marketingowe wykorzystanie tych kanałów. Niewielki odsetek odpowiedzi „inne” dodatkowo podkreśla, że większość aktywności zawodowej mieści się w kilku wyraźnie zdefiniowanych wzorcach.

Tabela 19. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele zawodowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P9)

Kategorie / Pozycja wskazania	1	2	3	4	5	6	Razem	Udział %
Śledzenie trendów w branży / rozwój zawodowy	100	84	11	4	1	0	200	31.5%
Poszukiwanie pracy / ofert zawodowych	136	16	4	0	0	0	156	24.6%
Komunikacja służbowa z kolegami/klientami	65	62	10	11	2	0	150	23.7%
Promocja własnej działalności / marki osobistej	14	24	6	1	0	0	45	7.1%
Networking zawodowy / budowanie sieci kontaktów biznesowych	15	17	3	1	0	0	36	5.7%
Szukanie zleceń / freelancing	5	9	7	8	1	2	32	5.0%
Inne ¹	15	0	0	0	0	0	15	2.4%

¹ Inne: trzy odpowiedzi „nie korzystam”; dwie odpowiedzi „brak”; po jednej odpowiedzi: „”, „memy”, „nie korzystam w celach zawodowych”, „nie korzystam z mediów społecznościowych w celach zawodowych”, „poszukiwanie informacji”, „ROZRYWKA/CIEKAWOSTKI”, „rozrywkowych”, „x”, „zarabianie mamony”, „zz”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 634).

W zakresie celów edukacyjnych media społecznościowe służą przede wszystkim do uczenia się nowych umiejętności (39,6% wskazań) oraz śledzenia ekspertów i edukatorów w danej dziedzinie (27,4%). Ważnym zastosowaniem jest także wymiana wiedzy z innymi (17,4%) oraz udział w kursach online i webinarach (14,7%). Natomiast inne formy (np. notatki, nauka języka) mają jedynie pojedyncze wskazania. Oznacza to, że media społecznościowe pełnią funkcję zarówno repozytorium treści edukacyjnych, jak i przestrzeni interakcji i społecznego uczenia się, przy czym dominującą rolę ma samokształcenie z wykorzystaniem materiałów online.

Tabela 20. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele edukacyjne – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P10)

Kategorie / Pozycja wskazania	1	2	3	4	Razem	Udział %
Śledzenie ekspertów / edukatorów w danej dziedzinie	63	112	11	3	189	27.4%
Wymiana wiedzy z innymi	33	40	29	18	120	17.4%
Udział w kursach online / webinarach	15	44	42	0	101	14.7%
Wyszukiwanie informacji, tworzenie notatek	1	0	0	0	1	0.1%
Nauka języka angielskiego, ośłuchiwanie i utrwalanie słownictwa	0	1	0	0	1	0.1%
Zdobywanie nowej wiedzy, w tym tej dotyczącej własnego samorozwoju	0	0	1	0	1	0.1%
Inne ¹	2	0	1	0	3	0.4%

¹ Inne: „Mems”, „Rozrywka”, „rozrywkowo”

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 689).

W obszarze społecznościowym kluczowe okazało się bierne konsumowanie treści rozrywkowych w gronie innych: oglądanie filmów, memów i zabawnych treści stanowiło 40,6% wszystkich odpowiedzi. Media społecznościowe służą także do wypełniania wolnego czasu (24,8%), grania (17,1%) i śledzenia celebrytów oraz influencerów (17,1%), co pokazuje, że wymiar społecznościowy mocno łączy się z kulturą masową i rozrywką. Pojedyncze, jednostkowe kategorie (np. poprawa humoru) mają marginalne znaczenie ilościowe, ale jakościowo potwierdzają funkcję poprawy nastroju i relaksu.

Tabela 21. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele społecznościowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P11)

Wskazania/Pozycja wskazania	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Oglądanie filmów / memów / zabawnych treści	277	41	6	1	325	40.6%
Wypełnianie wolnego czasu	21	57	80	40	198	24.8%
Granie w gry	35	93	5	4	137	17.1%
Śledzenie celebrytów / influencerów	14	72	47	4	137	17.1%
Mems	1	0	0	0	1	0.1%
Oglądanie tutoriali, recenzji, testów	1	0	0	0	1	0.1%
Poprawa humoru w wolnym czasie po wyjściu ze znajomymi	1	0	0	0	1	0.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 800).

W przypadku celów rozrywkowych na pierwszy plan wysuwa się utrzymywanie kontaktu z rodziną i przyjaciółmi (43,1% odpowiedzi), co łączy wymiar relacyjny z rozrywką. Ważne jest także uczestnictwo w grupach o wspólnych zainteresowaniach (22,6%) oraz śledzenie życia innych osób (22,0%), natomiast poznawanie nowych osób ma mniejsze, ale zauważalne znaczenie (11,9%). Dane te sugerują, że rozrywka w mediach społecznościowych jest silnie zakorzeniona w relacjach interpersonalnych i obserwowaniu życia innych, a nie tylko w treściach „czysto” zabawowych.

Tabela 22. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele rozrywkowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P12)

Wskazania/Pozycja wskazania	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Utrzymywanie kontaktu z rodziną i przyjaciółmi	291	13	1	0	305	43.1%
Uczestnictwo w grupach o wspólnych zainteresowaniach	16	100	44	0	160	22.6%
Śledzenie życia innych osób	23	62	46	25	156	22.0%
Poznawanie nowych osób	19	59	3	3	84	11.9%
Mems	1	0	0	0	1	0.1%
Grupa przedszkolna i szkolna	0	1	0	0	1	0.1%
Utrzymywanie kontaktu z konkretną grupą społeczną np. rodzicami moich podopiecznych, w tym również bieżące przekazywanie im informacji	0	0	1	0	1	0.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 708).

W kategorii innych celów dominują dwa praktyczne zastosowania: śledzenie aktualności i newsów (48,7%) oraz zakupy i przeglądanie ofert zakupowych (42,6%). Na dalszym planie pojawia się wyrażanie opinii i aktywność obywatelska (8,2%), a pojedyncze wskazania dotyczą m.in. wyszukiwania inspiracji. Wskazuje to, że obok funkcji rozrywkowo-społecznościowych MS pełnią rolę informacyjno-konsumencką oraz w ograniczonym zakresie – jako platformy zaangażowania obywatelskiego.

Tabela 23. Wykorzystanie mediów społecznościowych na inne cele – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P13)

Wskazania/pozycja wskazania	1	2	3	Razem	Udział w %
Śledzenie aktualności / newsów	256	23	1	280	48.7%
Shopping / przeglądanie ofert zakupowych	86	158	1	245	42.6%
Wyrażanie swoich opinii / aktywność obywatelska	6	13	28	47	8.2%
Wyszukiwanie inspiracji np. na stylizację paznokci, ubrań pomysłów na zdrowe jedzenie (przepisy)	0	0	1	1	0.2%
Inne	2	0	0	1	0.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 575).

W przypadku korzystania z mediów społecznościowych do celów zawodowych (P14) dominowały ogólne serwisy społecznościowe i komunikatory (Facebook, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube i Messenger), które łącznie gromadzą znaczący odsetek wskazań. Uzupelniają je specjalistyczne narzędzia branżowe (np. s-ben, systemy księgowo czy tradingowe) oraz aplikacje do organizacji pracy (pakiet MS, Dysk Google, Canva itp.), a także serwisy rekrutacyjne (pracuj.pl, Rocketjobs i inne). Jednocześnie bardzo widoczna jest grupa osób deklarujących, że nie korzysta z aplikacji w celach zawodowych (ponad 22% wskazań „nie korzystam”), co potwierdza relatywnie niższą wagę sfery zawodowej w ogólnym profilu korzystania z mediów.

W realizacji celów edukacyjnych (P15) kluczową rolę odgrywają narzędzia AI i wyszukiwarki (ChatGPT, Chrome, wyszukiwarki ogólne), a także serwisy z treściami edukacyjnymi (YouTube). Silnie obecne są platformy e-learningowe i kursowe (Moodle, Udemy i inne) oraz aplikacje do nauki języków i fiszek (Duolingo, Quizlet, Busuu itd.), jak również narzędzia do notatek i organizacji nauki (Microsoft Office, Canva, różne aplikacje do fiszek i notatek). Media społecznościowe i komunikatory (Instagram, TikTok i inne) są także wskazywane, co odzwierciedla ich hybrydową funkcję – zarówno rozrywkową, jak i edukacyjną.

W obszarze społecznościowym (P16) dominują komunikatory (Messenger, WhatsApp, Discord, Telegram i inne) oraz klasyczne media społecznościowe (Instagram, Facebook, TikTok, Snapchat, X i YouTube). Część użytkowników wskazywała również ogólne narzędzia z funkcją społeczną (przeglądarki, wyszukiwarki, sklepy online) oraz

deklarowała brak korzystania z aplikacji w tym celu, choć jest to mniejsza grupa niż w obszarze zawodowym. Struktura odpowiedzi pokazuje, że utrzymywanie relacji, wymiana wiadomości i uczestnictwo w społecznościach online są mocno skoncentrowane wokół kilku największych platform.

W celach rozrywkowych (P17) młodzi wybierają najczęściej serwisy wideo i media społecznościowe: YouTube (24,9%), TikTok (23,7%), Instagram (17,9%) i Facebook (8,3%). Istotną rolę odgrywają także platformy VOD (Netflix, Disney+, Prime Video i inne) oraz gry (platformy PC/Mobile, gry proste, serwisy streamingowe gier), a ponadto aplikacje muzyczne i komunikatory pełniące funkcję rozrywkową. Występuje też wyraźna grupa respondentów, którzy deklarują brak korzystania z aplikacji w celach rozrywkowych, choć jest ona mniejsza niż w obszarze wykorzystania na cele zawodowe.

Tabela 24. Wykorzystanie aplikacji w celach zawodowych

Aplikacje	Liczba	W %
Komunikacja i praca zespołowa	Komunikacja i praca zespołowa	Komunikacja i praca zespołowa
Facebook	45	10.4%
LinkedIn	35	8.1%
Instagram	28	6.5%
Whatsapp	21	4.8%
Tiktok	13	3.0%
Youtube	13	3.0%
Messenger	10	2.3%
Teams	6	1.4%
Outlook	3	0.7%
X	3	0.7%
Telegram	3	0.7%
Meet	1	0.2%
Pinterest	1	0.2%
Signal	1	0.2%
Slack	1	0.2%
Thunderbird	1	0.2%
Zoom	1	0.2%
Narzędzia specjalistyczne, branżowe	Narzędzia specjalistyczne, branżowe	Narzędzia specjalistyczne, branżowe
S-Ben	2	0.5%
Betclic	1	0.2%
Cartrack	1	0.2%
Empedium	1	0.2%
Enova	1	0.2%
Inwentury	1	0.2%
Lex	1	0.2%
Medcases	1	0.2%

Aplikacje	Liczba	W %
Mpzipn	1	0.2%
Optima	1	0.2%
Płatnik	1	0.2%
Protrainup	1	0.2%
Pulmex	1	0.2%
Sklepy Z Części	1	0.2%
Tradingview	1	0.2%
Xtb	1	0.2%
Organizacja pracy i biuro	Organizacja pracy i biuro	Organizacja pracy i biuro
Olx	26	6.0%
Excel	3	0.7%
Word	2	0.5%
Aplikacje MS	1	0.2%
Canva	1	0.2%
Chrome	1	0.2%
Dysk Google	1	0.2%
Ezd	1	0.2%
Google	1	0.2%
Googledocs	1	0.2%
Znanylekarz.Pl;	1	0.2%
Rekrutacja, kariera, oferty pracy	Rekrutacja, kariera, oferty pracy	Rekrutacja, kariera, oferty pracy
Pracuj.Pl	12	2.8%
Chatgpt	5	1.2%
E-Praca	1	0.2%
Marketplace	1	0.2%
Przeglądarka	1	0.2%
Safari	1	0.2%
Rozwój zawodowy i osobisty	Rozwój zawodowy i osobisty	Rozwój zawodowy i osobisty
Active Now Notion	1	0.2%
Booksy.Com	1	0.2%
Coach.Me	1	0.2%
Oferteo	1	0.2%
Rocketjobs	1	0.2%
Tikrow	1	0.2%
Inne	Inne	Inne
Brak korzystania	153	35.2%
Brak wiedzy/odmowa	3	0.6%
Konkretne wskazania (Gemini Pro, Grok, Spotify, Platformy językowe)	4	0.8%
Pozostałe/Inne	4	0.9%
Razem	434	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Tabela 25. Wykorzystanie aplikacji w celach edukacyjnych

Aplikacje	Liczba	W %
Narzędzia AI i wyszukiwarki	Narzędzia AI i wyszukiwarki	Narzędzia AI i wyszukiwarki
Chatgpt	29	6.1%
Chrome	19	4.0%
Google Scholar	5	1.1%
Przeglądarka	5	1.1%
Geminipro	3	0.6%
Wikipedia	3	0.6%
Knowunity	2	0.4%
Safari	2	0.4%
AI	1	0.2%
Interia	1	0.2%
Audio, teksty i specjalistyczne	Audio, teksty i specjalistyczne	Audio, teksty i specjalistyczne
Spotify	2	0.4%
Do Nauki Geografii	1	0.2%
Bookbeat	1	0.2%
Cookidoo	1	0.2%
Empendium	1	0.2%
Forbes	1	0.2%
Medicopzwl	1	0.2%
Money.Pl	1	0.2%
Nei	1	0.2%
Remedium	1	0.2%
Thea	1	0.2%
Twins	1	0.2%
Więcejniżlek	1	0.2%
Platformy e-learningowe i kursowe	Platformy e-learningowe i kursowe	Platformy e-learningowe i kursowe
Moodle	3	0.6%
Udemy	2	0.4%
CKE	1	0.2%
Frontend Masters	1	0.2%
News In Levels	1	0.2%
Xtb	1	0.2%
Media społecznościowe i komunikatory	Media społecznościowe i komunikatory	Media społecznościowe i komunikatory
Youtube	91	19.2%
Instagram	36	7.6%
Tiktok	33	6.9%
Facebook	32	6.7%
X	17	3.6%
Pinterest	4	0.8%
Reddit	4	0.8%
Linkedin	3	0.6%

Aplikacje	Liczba	W %
Zoom	3	0.6%
Discord	2	0.4%
Meet	2	0.4%
Telegram	2	0.4%
Whatsapp	2	0.4%
Platformy Do Elearningu	1	0.2%
Platformy Językowe	1	0.2%
Pulm Ex	1	0.2%
Nauka języków i fizyki	Nauka języków i fizyki	Nauka języków i fizyki
Duolingo	20	4.2%
Quizlet	6	1.3%
Duolingo	3	0.6%
Busuu	2	0.4%
Diki	2	0.4%
Anki	1	0.2%
Duolingo	1	0.2%
Gmail	1	0.2%
Messenger	1	0.2%
Notatki, organizacja, biuro	Notatki, organizacja, biuro	Notatki, organizacja, biuro
Microsoft Office	5	1.1%
Canva	2	0.4%
Excel	2	0.4%
Matura	2	0.4%
Studocu	2	0.4%
Tapnote	2	0.4%
Canva	1	0.2%
Fiszkoteka	1	0.2%
Goodnotes	1	0.2%
Google Tłumacz	1	0.2%
Nauka kodowania i programowania	1	0.2%
Outlook	1	0.2%
Power Point	1	0.2%
Quizlet	1	0.2%
Readable	1	0.2%
Szkoły	1	0.2%
Tutlo Tłumacz Google	1	0.2%
USOS	1	0.2%
Word	1	0.2%
Inne	83	17,5%
Razem	475	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Tabela 26. Wykorzystanie aplikacji w celach społecznościowych

Aplikacje	Liczba	%
Komunikatory	Komunikatory	Komunikatory
Messenger	110	18.7%
Whatsapp	36	6.1%
Discord	20	3.4%
Telegram	3	0.5%
Discord	2	0.3%
Chat	1	0.2%
Imessage	1	0.2%
Signal	1	0.2%
Sms	1	0.2%
Telefon	1	0.2%
Telegram	1	0.2%
Media społecznościowe	Media społecznościowe	Media społecznościowe
Instagram	147	25.0%
Facebook	136	23.1%
Tiktok	33	5.6%
Snapchat	27	4.6%
X	15	2.5%
Youtube	14	2.4%
Linkedin	1	0.2%
Pinterest	1	0.2%
Reddit	1	0.2%
Narzędzia z funkcją społeczną	Narzędzia z funkcją społeczną	Narzędzia z funkcją społeczną
Chrome	1	0.2%
Google	1	0.2%
Sklepyonline	1	0.2%
Inne	34	5,8%
Razem	589	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Tabela 27. Wykorzystanie aplikacji w celach rozrywkowych

Aplikacje	Liczba	%
Gry: PC/mobile	Gry: PC/mobile	Gry: PC/mobile
Steam	5	0.8%
Epic Games	1	0.2%
Gry	1	0.2%
Gry Mobile	1	0.2%
Roblox	1	0.2%
Gry: proste	Gry: proste	Gry: proste
Block Blast	1	0.2%

Aplikacje	Liczba	%
Sudoku	1	0.2%
Szachy	1	0.2%
Vitamahjong	1	0.2%
Gry: streaming	Gry: streaming	Gry: streaming
Twitch	10	1.6%
Kick	7	1.1%
Muzyka/hat	Muzyka/Chat	Muzyka/Chat
Discord	10	1.6%
Spotify	7	1.1%
Whatsapp	5	0.8%
Messenger	2	0.3%
C.Ai.	1	0.2%
Discord	1	0.2%
Youtube Music	1	0.2%
Media społecznościami	Media społecznościami	Media społecznościami
Youtube	153	24.9%
Tiktok	146	23.7%
Instagram	110	17.9%
Facebook	51	8.3%
X	13	2.1%
Pinterest	9	1.5%
Snapchat	3	0.5%
9gag	2	0.3%
Reddit	2	0.3%
Been	1	0.2%
Vod/seriale/filmy	Vod/seriale/filmy	Vod/seriale/filmy
Netflix	24	3.9%
Netflix	4	0.7%
Disney+	2	0.3%
Prime Video	2	0.3%
Appletv	1	0.2%
CDA.PL	1	0.2%
HBO	1	0.2%
Hbomax	1	0.2%
Player	1	0.2%
TVPVOD	1	0.2%
Inne	30	5,0%
Razem	615	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Analiza wyników w tablicy kontyngencji potwierdza, że zależność między najczęściej wskazywanymi aplikacjami a celem korzystania z aplikacji jest istotna statystycznie ($\chi^2 = 520,09$, $p < 0,001$). Media społecznościowe (Instagram, Facebook, Messenger, WhatsApp) dominują w celach społecznościowych, natomiast YouTube i TikTok są najczęściej wykorzystywane w celach rozrywkowych, przy czym YouTube także w celach edukacyjnych. Ponadto w tabeli zestawiono często wykorzystywane aplikacje, które, choć nie należą do najpopularniejszych, są wyraźnie specyficzne dla jednego typu celu. Oznacza to, że użytkownicy wskazywali je głównie w danym celu (np. LinkedIn, OLX, pracuj.pl w celach zawodowych, Duolingo w edukacyjnych, Snapchat i Discord w społecznościowych, Netflix w rozrywkowych). Wskazuje to na fakt, iż różne aplikacje pełnią ważną rolę w kontekście danego celu, a jednocześnie mogą być wielozadaniowe, szczególnie korzystanie z aplikacji w celach społecznościowych i rozrywkowych.

Tabela 28. Rozkład korzystania z dominujących narzędzi cyfrowych według celów oraz aplikacje specyficzne dla poszczególnych kategorii aktywności

Aplikacja	Cel zawodowy	Cel edukacyjny	Cel społecznościowy	Cel rozrywkowe	Razem
Instagram	28	36	147	110	321
YouTube	13	91	14	153	271
Facebook	45	32	136	51	264
TikTok	13	33	33	146	225
Messenger	10	1	110	2	123
WhatsApp	21	2	36	5	64
Razem	130	195	476	467	1268

Wynik testu Chi-kwadrat: 520.09 ($p < 0.001$).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Inne często wykorzystywane aplikacje, specyficzne danemu celowi (liczebność, udział %) są następujące:

- LinkedIn: 35 osób (8,1%),
- Olx: 26 osób (6,0%),
- Snapchat: 27 osób (4,6%),
- Netflix: 28 osób (4,6%),
- Duolingo: 20 osób (4,2%),
- Discord: wymieniony dwukrotnie z wynikami 20 osób (3,4%) oraz 10 osób (1,6%),
- pracuj.pl: 12 osób (2,8%),
- Twitch: 10 osób (1,6%),
- Quizlet: 6 osób (1,3%),
- ChatGPT: 5 osób (1,2%),

– Telegram: 4 osoby (0,7%).

Dokonując podsumowania wyników oceny celów należy wskazać, że młodzi respondenci postrzegają media społecznościowe przede wszystkim jako źródło przyjemności, relaksu i kontaktów towarzyskich, natomiast funkcje „użyteczne” (zawodowe i edukacyjne) są ważne, ale nie dominujące. W porównaniu celów zawodowych i edukacyjnych komponent „rozwoju” jest w edukacji bardziej aktywny (uczenie się, kursy, wymiana wiedzy), podczas gdy w obszarze zawodowym zauważalna jest przewaga działań informacyjno-obszewacyjnych (śledzenie, poszukiwanie ofert).

W praktyce granica między wykorzystaniem „społecznościowym” a „rozrywkowym” mediów jest płynna – te same aktywności (komunikacja, obserwowanie innych, wspólne treści) pełnią jednocześnie funkcję budowania relacji i spędzania czasu.

Inne cele – informacyjne i konsumenckie, w porównaniu z funkcjami zawodowymi i edukacyjnymi, mają bardziej charakter codziennego i praktycznego wykorzystania (bycie na bieżąco, zakupy), ale nie są bezpośrednio kojarzone z rozwojem kompetencji.

W czterech badanych sferach wykorzystania aplikacji obserwowane jest duże nakładanie się funkcji. W każdej z badanych sfer (zawodowej, edukacyjnej, społecznościowej i rozrywkowej) pojawia się podobny zestaw dominujących platform: duże serwisy społecznościowe (Facebook, Instagram, TikTok), komunikatory (Messenger, WhatsApp, Discord) oraz serwisy wideo (YouTube). Dla celów edukacyjnych silniej niż w innych obszarach obecne są narzędzia AI, wyszukiwarki i platformy e-learningowe, natomiast w sferze zawodowej – serwisy rekrutacyjne i specjalistyczne aplikacje branżowe. W celach rozrywkowych wyraźnie rośnie rola platform VOD i gier, a w społecznościowych dominują komunikatory i klasyczne media społecznościowe, co pokazuje, że profil aplikacji różnicuje się, ale bazowe aplikacje pozostają wspólne.

W obszarze zawodowym udział odpowiedzi „nie korzystam” lub pokrewnych jest relatywnie wysoki, co potwierdza, że dla znacznej części badanych media społecznościowe nie są podstawowym narzędziem pracy. W celach edukacyjnych, społecznościowych i rozrywkowych grupa niekorzystających jest mniejsza, co wskazuje na większą „uniwersalność” technologii cyfrowych w tych sferach życia.

Uzyskane wyniki analiz podkreślają, że choć media społecznościowe i aplikacje cyfrowe mają potencjał wspierania rozwoju zawodowego i edukacyjnego, to w praktyce są one wykorzystywane przede wszystkim do rozrywki, budowania i podtrzymywania relacji oraz bieżącej konsumpcji treści medialnych. Wysoka pozycja celów rozrywkowych i społecznościowych w rankingu ogólnym oraz dominacja dużych platform społecznościowych i komunikatorów w każdej sferze pokazuje, że użytkownicy poruszają się w jednym, wspólnym środowisku aplikacji, nadając im różne znaczenia w zależności od kontekstu (praca, nauka, czas wolny). Równocześnie widoczne jest stopniowe „przesuwanie się” tych samych narzędzi w stronę funkcji edukacyjnych

i zawodowych: YouTube, Instagram, TikTok czy komunikatory służą nie tylko zabawie, ale także uczeniu się, wymianie wiedzy i komunikacji służbowej. Może to świadczyć o normalizacji zjawiska, w którym granice między „czasem wolnym” a „czasem pracy/nauki” się rozmywają, a kompetencje cyfrowe polegają raczej na umiejętnym przelączeniu się między różnymi sposobami używania tych samych aplikacji niż na korzystaniu z zupełnie odrębnych narzędzi.

W kontekście określonych wzorców korzystania z technologii cyfrowych, w wynikach badań pogłębiających osób młodych, szczególnie interesująca z poznawczego punktu widzenia była kwestia motywacji do spędzania czasu przed ekranem. W ocenie badanych respondentów powody te są indywidualne i bardzo zróżnicowane. Wśród szczególnie istotnych pojawia się przede wszystkim łatwy i nieograniczony dostęp do technologii, brak zainteresowania światem zewnętrznym oraz wolny czas, który bywa wypełniany treściami internetowymi niwelując poczucie pustki, odosobnienia, samotności czy nudy.

W ocenie respondentów technologie cyfrowe dają z jednej strony poczucie wspólnoty, ale z drugiej również bezpieczeństwa, które jest filarem funkcjonowania w złożonym i nieprzewidywalnym świecie. W tym kontekście stały się naturalną częścią życia młodych pokoleń. Co ważne, pozwalają być na bieżąco z informacjami i kontaktami w grupach rówieśniczych, tym samym budując poczucie wspólnoty i dając akceptację z zewnątrz. Potrzeba wykorzystania technologii może być również powodowana chęcią przynależności, a brak dostępu do niej oznaczać wykluczenie (nie tylko cyfrowe, ale przede wszystkim relacyjne).

Analizując obszar celów i motywacji do korzystania z technologii, zweryfikowano również, który sposób spędzania czasu jest najbardziej charakterystyczny i szczególnie preferowany przez przedstawicieli młodego pokolenia województwa podlaskiego – aktywny (tworzenie treści) – bardziej angażujący czy pasywny (przeglądanie treści) i z czego wynika aktywność lub pasywność w internecie. Zebrane dane wskazują, że częściej respondenci korzystają z internetu w sposób pasywny, bierny, przeglądając dostępne treści rozrywkowe czy edukacyjne, ale bez istotnego zainteresowania samodzielnym ich tworzeniem. Dominującym czynnikiem, który wpływa na sposób spędzania czasu w internecie, jest osobowość użytkownika, jego potrzeby i oczekiwania. Istotne są również cele, z którymi wchodzi do przestrzeni internetu. Respondenci podkreślili, że brak zainteresowań powoduje z jednej strony nieco chaotyczne i bezcelowe przeglądanie internetu, ale również wpływa na to, że aktywność w zakresie tworzenia własnej treści prawie nie występuje. Wskazania takie często pojawiały się w wypowiedziach, np.: „Osoby, które się niczym nie interesują, to po prostu albo przeglądają Instagrama, albo grają w gry, żeby zabić czas. No ale osoby, które się czymś interesują, na przykład, nie wiem, nawet giełdą czy jakimiś naukami, no to przeglądają i ten internet faktycznie, żeby zgłębić wiedzę”.

Pasywność w sieci w ocenie respondentów daje również anonimowość, która postrzegana jest jako wartość, z której trudno zrezygnować. Oznacza również dużo prostsze i mniej angażujące wykorzystanie przestrzeni internetowej niż w przypadku aktywnego uczestnictwa w sieci. W tym kontekście indywidualne cele, potrzeby i oczekiwania są kluczowe dla podejmowania określonych działań i to one determinują zakres aktywności. Respondenci zwrócili również uwagę, że rola, jaką pełni człowiek w społeczeństwie, w grupie, może niejako wymuszać konieczność większego uczestnictwa w przestrzeni internetowej, np. prowadzenie własnej działalności, konieczność dotarcia do klientów, dla których przestrzeń cyfrowa jest najbardziej preferowana i naturalna, potrzeba budowania marki, wizerunku, marketingu wokół własnej osoby w dużo większej skali niż ma to miejsce w przypadku tradycyjnych, klasycznych metod.

Istotne znaczenie w kontekście wykorzystania technologii ma również celowość wykorzystania konkretnych aplikacji i mediów społecznościowych. Zebrane dane wskazują, że świadomość ta jest na relatywnie niskim poziomie, a wykorzystanie mediów społecznościowych i aplikacji dość często jest próbą wypełnienia czasu, którego respondenci nie potrafią w pełni zagospodarować. Impulsem wyzwającym aktywność w przestrzeni cyfrowej jest zatem często nuda. Co istotne – cele wykorzystania aplikacji i mediów często się mieszają, tj. osoby badane rozpoczynają użytkowanie z jednym celem (np. zawodowym), ale dość szybko może zmienić się on w inny (rozrywkowy), np.: „Zdecydowanie takie sytuacje się zdarzają, to znaczy wchodzi na przykład na Twitter w celu sprawdzenia aktualności, a zauważam na przykład biznesowy content i kończę z celem biznesowym”. Analiza wyników pozwala dostrzec, że przestrzeń internetowa zdecydowanie rozprasza i utrudnia koncentrację na tym, co faktycznie było celem skorzystania z danej aplikacji, jeśli w tle pojawiają się nowe treści, reklamy czy hasła. Nierzadko zaangażowanie w nowe treści utrudnia lub uniemożliwia powrót do celów, z którymi użytkownik wchodził do sieci. Problematiczna w tym kontekście staje się efektywność wykorzystania internetu, która relatywnie łatwo poddaje się zmianom i którą w ocenie respondentów trudno kontrolować, jeśli poziom zaangażowania w rozpraszające treści jest wysoki.

Dokonana przez rodziców ocena celów korzystania z technologii cyfrowych przez młodych dorosłych jest stosunkowo zbliżona do wskazań samych zainteresowanych. Najwyższy udział w spostrzeżeniach rodziców miały aktywności rozrywkowe (21,3% – 95 wskazań) oraz kontakt z bliskimi (20,4% – 91 wskazań), co podkreśla ich przekonanie o dominacji funkcji społecznych i multimedialnych w celach korzystania z mediów społecznościowych przez osoby młode. Ważną rolę odgrywają we wskazaniach także cele edukacyjne (15,1% – 67 wskazań) oraz śledzenie aktualności (12,4% – 55 wskazań). Natomiast zakupy online stanowiły 11,7% (52 wskazania). Cele zawodowe pojawiały się rzadziej – wykonywanie pracy stanowiło 6,5%, a poszukiwanie pracy i networking 4,9%.

Pozostałe aktywności, takie jak śledzenie influencerów (7,2%) czy gry online (0,2%), miały względnie mały lub marginalny udział.

Tabela 29. Cele korzystanie z technologii cyfrowych przez osoby młode w opinii rodziców (P11)

Kategoria/Kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	5	6	7	8	Razem	Udział w %
Cele edukacyjne, uczenie się	10	11	18	27	1	0	0	0	67	15.1%
Cele zawodowe (poszukiwanie pracy, networking)	0	4	4	8	6	0	0	0	22	4.9%
Cele zawodowe (wykonywanie pracy)	3	3	6	6	7	4	0	0	29	6.5%
gry online	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0.2%
Kontakt z przyjaciółmi i rodziną	72	12	7	0	0	0	0	0	91	20.4%
Rozrywka (oglądanie filmów, memów, zabawnych treści)	28	60	5	0	2	0	0	0	95	21.3%
Shopping, przeglądanie ofert zakupowych	1	2	6	9	22	9	2	1	52	11.7%
Śledzenie aktualności, newsów	1	11	36	7	0	0	0	0	55	12.4%
Śledzenie influencerów, celebrytów	0	2	5	14	7	3	1	0	32	7.2%
Nie wiem / trudno powiedzieć	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0.2%
Razem	115	106	88	71	45	16	3	1	445	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 445).

Odpowiedzi respondentów kodowano do czterech kategorii binarnych: społeczno-komunikacyjne (S), rozrywkowe (R), edukacyjno-zawodowe (E) oraz informacyjno-konsumpcyjne (I). Pozwoliło to na uporządkowanie różnych celów korzystania z technologii cyfrowych w spójne obszary. Rozrywka (27,3%) i kontakty społeczne (25,9%) dominowały jako motywy korzystania z mediów społecznościowych, następnie wskazywane były cele edukacyjno-zawodowe (23,6%) i informacyjno-konsumpcyjne (23,3%). Różnice między kategoriami były niewielkie, co wskazuje na wielowymiarowy charakter motywacji respondentów. Świadczy o tym także wysoka średnia liczba wskazywanych kategorii 3,061 (z 4 możliwych), co dowodzi, że respondenci rzadko ograniczali się do wyboru tylko jednej kategorii.

Tabela 30. Częstotliwość występowania motywów/kategorii korzystania z technologii cyfrowych (P11)

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Cel: Społeczno-komunikacyjny	S	91	25.9%
Cel: Rozrywkowy	R	96	27.3%
Cel: Edukacyjno-zawodowy	E	83	23.6%
Cel: Informacyjno-konsumpcyjny	I	82	23.3%

Średnia liczba wskazywanych kategorii: 3.061

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Testy chi-kwadrat wszystkich par kategorii (stopnie swobody=1, N=115) ujawniły trzy istotne zależności ($p < 0,05$): społeczno-komunikacyjne x informacyjno-konsumpcyjne: $\chi^2=9,62$, $p=0,002$, $\phi=0,29$ (najsilniejsze powiązanie); rozrywkowe x informacyjno-konsumpcyjne: $\chi^2=6,37$, $p=0,012$, $\phi=0,24$ i edukacyjno-zawodowe x informacyjno-konsumpcyjne: $\chi^2=4,91$, $p=0,027$, $\phi=0,21$. Pozostałe pary kategorii były statystycznie niezależne.

W przypadku 42,6% odpowiedzi respondentów wskazania dotyczyły wszystkich czterech kategorii, co potwierdza dominację złożonych motywacji. Drugi w kolejności profil wskazań na cele: „społeczne+rozrywka+informacyjne” stanowił 12,2%, co wskazuje na zintegrowany charakter korzystania respondentów z technologii cyfrowych.

Tabela 31. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P11)

Wyszczególnienie	Wyszczególnienie	Wyszczególnienie	Wyszczególnienie
Para kategorii binarnych	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
SxR	0.0005	0.9829	0.0020
SxE	0.4580	0.4985	0.0631
SxI	wrz.67	0.0019	0.2892
RxE	sty.19	0.2001	0.1195
RxE	cze.31	0.0116	0.2354
RxE	kwi.09	0.0267	0.2066
Dominujące profile	Dominujące profile	-	-
SREI	42.6%	-	-
SRI	12.2%	-	-
REI	6.1%	-	-
SIE	6.1%	-	-
SR	6.1%	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Podsumowując, respondenci wykorzystują media społecznościowe wielofunkcyjnie, z dominacją rozrywki i kontaktów, ale bez wyraźnej hierarchii. Kategoria informacyjno-konsumpcyjna pełni centralną rolę strukturalną, wzmacniając występowanie pozostałych motywów. Wyniki sugerują hybrydowy model użytkowania, gdzie użytkownicy płynnie przechodzą między funkcjami społecznymi, rozrywkowymi i informacyjnymi.

Rodzice ocenili również w badaniu swoją wiedzę o tym, co dziecko robi w mediach społecznościowych. Średnia ocena tej wiedzy wyniosła 3,34, a odchylenie standardowe $\pm 1,01$. Rozkład odpowiedzi był wyraźnie skośny w stronę ocen wyższych. Najczęściej wybieraną była ocena 4 „raczej dobra” (37,8%), a następnie ocena 3 „średnia” (32,8%), co oznacza, że około 70% rodziców lokowało swoją wiedzę w przedziale „średnia-dobra”. Oceny skrajne pojawiały się stosunkowo rzadko: tylko 5% badanych deklarowało „bardzo słabą wiedzę” (1), natomiast 10,1% – „bardzo dobrą” (5). Może to wskazywać na umiarkowanie wysokie wśród rodziców poczucie orientacji w kwestii aktywności dzieci online, który pozwala na ogólne kontrolowanie sytuacji.

Tabela 32. Samoocena wiedzy rodzica na temat aktywności dziecka w MS (P14)

Odpowiedź	Liczebność	Udział %
1. Bardzo słaba (nie wiem prawie nic)	6	5.0%
2. Raczej słaba	17	14.3%
3. Średnia	39	32.8%
4. Raczej dobra	45	37.8%
5. Bardzo dobra (jestem dobrze poinformowany/a)	12	10.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Największym źródłem wiedzy rodziców o aktywności cyfrowej dzieci są bezpośrednie rozmowy, które stanowiły 45.9% wszystkich wskazań (95 odpowiedzi), co pokazuje, że komunikacja pozostaje podstawowym kanałem poznawania aktywności online. Drugim ważnym źródłem są własne obserwacje (37.5% – 74 wskazania), a następnie śledzenie profili dzieci w mediach społecznościowych (10.6% – 22 wskazania) oraz informacje od innych członków rodziny (4.3% – 9 wskazań). Odpowiedzi wskazujących na brak zainteresowania lub brak dostępu dziecka do Internetu było relatywnie mało (łącznie ok. 5%), co potwierdza, że większość rodziców aktywnie monitoruje lub przynajmniej stara się rozumieć cyfrowe nawyki swoich dzieci.

Tabela 33. Źródła wiedzy rodziców o aktywności cyfrowej ich dzieci (P15)

Kategoria/kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Nie posiada jeszcze telefonu i dostępu do Internetu	1	0	0	0	1	0.5%
Nie zbieram takiej wiedzy / nie interesuje mnie to	5	1	0	0	6	2.9%

Kategoria/kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Od innych członków rodziny	1	3	4	1	9	4.3%
Śledzę profil córki/syna w mediach społecznościowych	4	9	9	0	22	10.6%
Z bezpośrednich rozmów z córką/synem	82	11	2	0	95	45.9%
Z własnych obserwacji (widzę, co robi na telefonie/komputerze)	26	48	0	0	74	37.5%
Razem	119	72	15	1	207	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 133).

Kategoryzacja odpowiedzi rodziców wskazała, że najbardziej rozpowszechnioną formą pozyskiwania informacji są bezpośrednie rozmowy (46,3%), co podkreśla, że relacja dialogowa jest podstawowym mechanizmem kontroli i zaufania. Drugim co do częstości źródłem wiedzy rodzica były własne obserwacje (ponad 36,1%), które mogą obejmować zarówno obserwacje zachowania offline (np. czasu spędzanego z urządzeniem), jak i podglądanie ekranu czy korzystanie z komputera wspólnie z dzieckiem. Rzadziej pojawiało się śledzenie dzieci w mediach społecznościowych – około 10,7% rodziców sięga po tę metodę, co sugeruje, że stosunkowo niewielka grupa opiera się na bezpośrednim dostępie do profili i aktywności dziecka w serwisach typu Facebook, Instagram czy TikTok. Kategoria „inne/brak” (6,8%) obejmuje przypadki, w których wiedza jest fragmentaryczna, pośrednia lub rodzic w praktyce nie ma żadnego jasno zdefiniowanego źródła informacji o aktywności dziecka. Średnia liczba wskazywanych źródeł (1,723) podkreśla, że większość rodziców korzysta zwykle z jednego kanału informacji, rzadziej budując „wielokanałowy” obraz aktywności cyfrowej dziecka.

Tabela 34. Źródła wiedzy o aktywności cyfrowej dziecka (P15)

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Bezpośrednie rozmowy	B	95	46.3%
Własne obserwacje	W	74	36.1%
Śledzenie w MS	S	22	10.7%
Inne/Brak	I	14	6.8%

Średnia liczba wskazywanych kategorii - 1.723

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza współwystępowania (test chi-kwadrat) pokazała, że tylko relacja między „bezpośrednimi rozmowami” a kategorią „inne/brak” w odpowiedziach rodziców jest istotna statystycznie. Rodzice, którzy wskazują „inne/brak”, rzadziej jednocześnie deklarują bezpośrednie rozmowy z dzieckiem. Można to interpretować jako wyraźny podział na dwie grupy: z jednej strony rodzice budujący wiedzę na relacji i kontakcie

z dzieckiem, z drugiej – ci, którzy nie mają usystematyzowanego źródła wiedzy i w większym stopniu pozostają w niepewności.

Tabela 35. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P15)

Para kategorii binarnych	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
BxW	0.0013	0.9716	0.0033
BxS	0.8461	0.3576	0.0843
Bxl	13.4727	0.0002	0.3365
WxS	0.0242	0.8764	0.0143
Wxl	2.5206	0.1124	0.1455
Sxl	0.1859	0.6664	0.0395

Dominujące profile:

BW - 37.0%

B - 25.2%

W - 9.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Podsumowując, zestawienie rozkładu ocen (w skali Likerta) z typologią źródeł wiedzy sugeruje, że dość wysoka samoocena rodziców w zakresie wiedzy o celach korzystania ich dzieci z mediów społecznościowych (dominacja ocen 3 i 4) opiera się przede wszystkim na miękkich, relacyjnych mechanizmach: rozmowie i obserwacji, a w mniejszym stopniu na formalnych narzędziach monitoringu. Może to oznaczać, że kluczową rolę odgrywa relacja rodzica z dzieckiem, a ewentualna kontrola techniczna ma charakter uzupełniający.

W badaniu pogłębiającym, przeprowadzonym wśród rodziców osób młodych, w ocenie znaczenia, a także wartości korzystania przez młode osoby z nowoczesnych technologii często pojawiało się sformułowanie, że młodzi, korzystając z technologii, ułatwiają sobie życie w zależności od celu stosowania, a jeśli korzystają z technologii w celach edukacyjnych, to może mieć to wpływ na ich przyszłość. Technologie dają możliwości nawiązywania nowych znajomości np. przez Instagram. Młodzi ludzie czasami przyznają się rodzicom do poznania online bardzo ciekawej osoby, z którą będą próbowali się spotkać. Czasem młode osoby wspominają np. o osobie, którą obserwują, np. znanego aktora czy piosenkarkę. Rodzice zauważają, że dziecko naśladuje obserwowaną osobę, podkreślając, że chciałoby mieć takie życie, jak ona. Ogólnie jednak młode osoby 18-34 lata raczej zdawkowo dzielą się tym, co robią w internecie. A jeśli mówią, to raczej przekazywane przez nich informacje dotyczą wiadomości, pogody czy wydarzenia kulturalnego. Respondenci wskazywali, że taka sytuacja może wynikać z różnicy pokoleniowej, ale też różnicy dotyczącej znajomości oraz umiejętności korzystania z technologii, w związku z czym wymiana informacji między rodzicem a młodą osobą może być zawężona.

3.3. Wykorzystanie aplikacji AI

Wyniki badań przeprowadzonych wśród młodych dorosłych wskazują, że 74,9% z nich aktywnie korzysta z AI, głównie z ChatGPT, wybieranego przez niemal 73% respondentów, którzy wskazują na regularne korzystanie z narzędzia – codziennie lub kilka razy w tygodniu. Ta przewaga (wobec np. 47% niekorzystających z Google Gemini czy 91% z Claude) sugeruje zaufanie do sprawdzonych marek i prostoty interfejsu jako kluczowego czynnika adopcji, odzwierciedlając w jakimś zakresie trend masowego upowszechniania generatywnego AI w środowiskach pracy.

Tabela 36. Częstość korzystania z aplikacji AI (P20)

Aplikacje AI	Kategorie częstości korzystania – częstość i udział procentowy			
	Codziennie	Kilka razy w tygodniu	Nie korzystam	Rzadziej
ChatGPT	75	119	7	65
	28.2%	44.7%	2.6%	24.4%
Google Gemini	21	51	124	70
	7.9%	19.2%	46.6%	26.3%
Claude	9	7	243	7
	3.4%	2.6%	91.4%	2.6%
DeepSeek	9	5	235	17
	3.4%	1.9%	88.3%	6.4%
Microsoft Copilot	14	20	206	26
	5.3%	7.5%	77.4%	9.8%
DALL-E / Midjourney	7	2	254	3
	2.6%	0.8%	95.5%	1.1%
Stable Diffusion	8	0	258	0
	3.0%	0%	97.0%	0%
NightCafe / Leonardo.ai	8	0	258	0
	3.0%	0%	97.0%	0%
Sora (OpenAI)	8	4	235	19
	3.0%	1.5%	88.3%	7.1%
Runway	8	1	257	0
	3.0%	0.4%	96.6%	0%
DeepL (tłumaczenia AI)	9	14	211	32
	3.4%	5.3%	79.3%	12.0%
Grammarly	7	1	249	9
	2.6%	0.4%	93.6%	3.4%
Jasper.ai / Copy.ai	8	0	258	0
	3.0%	0%	97.0%	0%
Notion AI	8	1	253	4
	3.0%	0.4%	95.1%	1.5%
Character.AI	10	0	253	3
	3.8%	0%	95.1%	1.1%
Inne	9	7	233	17
	3.4%	2.6%	87.6%	6.4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 266).

Analiza czasu użytkowania aplikacji AI wskazuje na umiarkowane użycie: większość osób poświęca AI poniżej 2 godzin tygodniowo, z minimalnym odsetkiem powyżej 5 godzin. Wyjątek stanowi ChatGPT, który w zakresie 0-1h i 1-2h wykorzystuje odpowiednio 44.0% i 32.0% respondentów, a tylko 3.8% respondentów nie korzysta z tej aplikacji. Generalnie, charakterystyczne jest niskie zaangażowanie czasowe

w specjalistyczne narzędzia (>90% „nie korzystam”), co wskazuje na AI jako narzędzie okazjonalne, wspomagające efektywność, a nie zastępujące tradycyjne metody pracy.

Tabela 37. Czas tygodniowo korzystania z aplikacji AI (P21)

Platformy AI	Czas korzystania z platform AI – częstość i udział procentowy					
	0-1h	1-2h	2-5h	5-7h	7+h	Nie korzystam
ChatGPT	117	85	40	6	8	10
	44.0%	32.0%	15.0%	2.3%	3.0%	3.8%
Google Gemini	90	31	11	0	0	134
	33.8%	11.7%	4.1%	0%	0%	50.4%
Claude	26	2	3	0	0	235
	9.8%	0.8%	1.1%	0%	0%	88.3%
DeepSeek	28	2	2	0	0	234
	10.5%	0.8%	0.8%	0%	0%	88.0%
Microsoft Copilot	41	11	4	2	0	208
	15.4%	4.1%	1.5%	0.8%	0%	78.2%
DALL-E / Midjourney	17	1	0	0	0	248
	6.4%	0.4%	0%	0%	0%	93.2%
Stable Diffusion	17	0	0	0	0	249
	6.4%	0%	0%	0%	0%	93.6%
NightCafe / Leonardo.ai	17	0	0	0	0	249
	6.4%	0%	0%	0%	0%	93.6%
Sora (OpenAI)	30	3	0	1	0	232
	11.3%	1.1%	0%	0.4%	0%	87.2%
Runway (generowanie wideo)	17	0	0	1	0	248
	6.4%	0%	0%	0.4%	0%	93.2%
Grammarly	21	1	1	0	0	243
	7.9%	0.4%	0.4%	0%	0%	91.4%
Jasper.ai / Copy.ai	18	0	0	0	0	248
	6.8%	0%	0%	0%	0%	93.2%
Notion AI	20	0	0	0	0	246
	7.5%	0%	0%	0%	0%	92.5%
Character.AI	19	0	0	1	0	246
	7.1%	0%	0%	0.4%	0%	92.5%
Inne	26	4	2	0	0	234
	9.8%	1.5%	0.8%	0%	0%	88.0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 266).

Wyniki korelacji rang Spearmana wskazują na wyraźnie zróżnicowane zależności między częstością a czasem korzystania z najpopularniejszych narzędzi AI: ChatGPT, Gemini,

Copilot oraz DeepL (tłumaczenia AI). Dane skategoryzowano do skali porządkowej (1-5). Istotne korelacje ($p < 0,05$) zaznaczono kolorem czerwonym. Analiza wyników wskazuje, że najsilniejsze dodatnie korelacje obserwuje się w parach odpowiadających tej samej platformie, co potwierdza spójność zachowań użytkowników. Najwyższą wartość uzyskano dla Gemini ($r_s = 0,809$), a następnie dla Copilot ($r_s = 0,770$) oraz DeepL ($r_s = 0,731$). Oznacza to, że osoby, które częściej korzystają z tych narzędzi, spędzają w nich również więcej czasu, co sugeruje stabilny, regularny wzorec użytkowania. W przypadku ChatGPT zależność ta jest słabsza ($r_s = 0,427$), co może wskazywać na bardziej zróżnicowane style korzystania – część użytkowników korzysta z niego często, ale krótko, inni rzadziej, lecz intensywnie. Korelacje międzyplatformowe są generalnie niskie lub umiarkowane, co sugeruje, że intensywne korzystanie z jednego narzędzia AI nie musi przekładać się na podobne zachowania wobec innych. Ogólnie wyniki pokazują, że najbardziej spójne i przewidywalne wzorce korzystania dotyczą Gemini, Copilota i DeepL, gdzie częstotliwość i czas użytkowania są silnie powiązane. ChatGPT wyróżnia się bardziej zróżnicowanym stylem korzystania, natomiast zależności międzyplatformowe pozostają stosunkowo słabe, co sugeruje, że użytkownicy traktują poszczególne narzędzia jako komplementarne, a nie wzajemnie zastępujące się.

Tabela 38. Współczynnik korelacji rang Spearmana (r_s) między częstością a czasem korzystania z najczęściej wybieranych platform AI. Wyróżniono korelacje istotne na poziomie $p < 0.05$.

Platforma AI	ChatGPT	Gemini	Copilot	DeepL (tłumaczenia AI)
-	Czas korzystania	Czas korzystania	Czas korzystania	Czas korzystania
Częstość korzystania	-	-	-	-
ChatGPT	0.427	0.060	0.081	0.161
Gemini	0.014	0.809	0.142	0.146
Copilot	0.201	0.209	0.770	0.229
DeepL (tłumaczenia AI)	0.108	0.133	0.205	0.731

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Cel zawodowy wykorzystania AI ujawnia pragmatyczny profil respondentów. Analiza danych (31,4%) i tworzenie treści biznesowych (27,6%) dominują we wskazaniach, co świadczy o profesjonalnym kontekście korzystania – respondenci to osoby ceniące AI za przyspieszenie rutynowych procesów analitycznych i komunikacyjnych. Niższe udziały w automatyzacji (14,5%) czy programowaniu (5,4%) oraz liczne marginalne cele (po 0,2%) podkreślają selektywne podejście.

Tabela 39. Cele zawodowe korzystania z AI (P22)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Analiza danych	139	31.4%
Tworzenie treści biznesowych (raporty, prezentacje, e-maile)	122	27.6%
Automatyzacja zadań służbowych	64	14.5%
Przygotowanie materiałów marketingowych	53	12.0%
Programowanie / pisanie kodu	24	5.4%
Jeśli mam pytanie pytam chata	1	0.2%
Nauka	1	0.2%
Pisanie CV, listu motywacyjnego	1	0.2%
Pisanie maili służbowych	1	0.2%
pomoc w codziennych zadaniach	1	0.2%
Przeszukiwania ogromnych ilości treści	1	0.2%
Rozwiązywanie kasusów	1	0.2%
Tworzenie materiałów na zajęcia - edukacyjnych (specyfika zawodu)	1	0.2%
Uczenie się	1	0.2%
W celach edukacyjnych w celu uzyskania informacji	1	0.2%
W celu zawodowym nie korzystam	1	0.2%
Weryfikacja dokumentów	1	0.2%
Inne ¹	28	6.3%

¹ Inne: „nie korzystam”, „nie korzystam”, „brak”, „-”, „nie korzystam w celach zawodowych”, „nie korzystam z nich w celach zawodowych”, „X”, „żadne”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 442).

Konkludując, z analizy wzorców korzystania z aplikacji AI w celach zawodowych wynika, że 74,9% młodych osób aktywnie je wykorzystuje, co wskazuje na wysoką adopcję tych technologii przez młodych dorosłych. Wyniki badania podkreślają dominującą pozycję ChatGPT, z którego korzysta regularnie niemal 73% użytkowników – 28,2% codziennie i 44,7% kilka razy w tygodniu, przy zaledwie 2,6% niekorzystających. Google Gemini wybiera tylko 7,9% badanych, codziennie i 19,2% kilka razy w tygodniu (46,6% nie korzysta). Claude osiąga minimalne wskazania – 3,4% badanych używa narzędzia codziennie i 2,6% kilka razy w tygodniu (91,4% nie korzysta). Z Microsoft Copilot 5,3% badanych korzysta codziennie i 7,5% kilka razy w tygodniu (77,4% nie korzysta). Specjalistyczne narzędzia generujące obrazy czy wideo, takie jak DALL-E/Midjourney (95,5% nie korzysta), Stable Diffusion (97%), NightCafe/Leonardo.ai (97%), Sora OpenAI (88,3%) czy Runway (96,6%), wykazują marginalne użycie poniżej 3-7%, podobnie jak Grammarly (93,6% nie korzysta) czy Jasper.ai/Copy.ai (97%).

Czas tygodniowy użytkowania AI do celów zawodowych jest umiarkowany. Większość młodych osób poświęca na to poniżej 2 godzin, z minimalnym odsetkiem powyżej 5 godzin, a specjalistyczne narzędzia dominują w kategorii „nie korzystam”, podkreślając

okazjonalny, wspomagający charakter AI wobec tradycyjnych metod. Cele korzystania ujawniają pragmatyczny, profesjonalny profil respondentów. Analizę danych z wykorzystaniem AI prowadzi 31,4% respondentów, tworzenie treści biznesowych (raporty, prezentacje, e-maile) 27,6%, do automatyzacji zadań służbowych AI wykorzystuje 14,5% badanych, do przygotowania materiałów marketingowych 12%, do programowania/pisania kodu 5,4%. Liczne marginalne cele: 0,2% wskazań (np. nauka, pisanie CV, rozwiązywanie kazuśów, weryfikacja dokumentów) oraz 6,3% „inne” (w tym niekorzystający) podkreślają selektywne podejście, gdzie AI działa jako katalizator produktywności w biznesie i nauce, przyspieszając analitykę i komunikację.

Wśród celów korzystania z AI młodzi stawiają silny akcent na cele edukacyjne. Pomoc w nauce (wyjaśnianie trudnych zagadnień 32,9%), przygotowanie do egzaminów (18,5%) i tłumaczenie tekstów (17,5%) dominują, co może odzwierciedlać akademicki profil grupy respondentów. AI staje się kluczowym wsparciem w przyswajaniu wiedzy, tłumacząc złożone treści i oszczędzając czas. W dalszej kolejności respondenci wskazywali na pisanie prac/esejów (15,6%) oraz uczenie się nowych umiejętności (15%), potwierdzając w dużej mierze edukacyjny status badanych, którzy traktują AI jako przyspieszacz przyswajania wiedzy, oszczędzający czas na wykonywanie rutynowych zadań poznawczych. Marginalne odpowiedzi (po 0,1%, np. notatki z źródeł naukowych czy ciekawostki) wskazują na fazę początkową wyspecjalizowanego użycia AI, co charakteryzuje etap przejściowy. AI nie zastępuje wysiłku intelektualnego, lecz go wspomaga, budując efektywność w środowiskach wymagających ciągłego uczenia się.

Tabela 40. Cele edukacyjne korzystania z AI (P23)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Pomoc w nauce / wyjaśnianie trudnych zagadnień	243	32.9%
Przygotowanie do egzaminów	137	18.5%
Tłumaczenie tekstów	129	17.5%
Pisanie prac / esejów	115	15.6%
Uczenie się nowych umiejętności	111	15.0%
Przygotowywanie kompleksowych notatek na podstawie źródeł naukowych	1	0.1%
Przyswajanie nowej wiedzy na temat otaczającego mnie świata, ciekawostki z różnych dziedzin nauki	1	0.1%
Tworzenie kręgosłupa pod pisanie prac (Chat nie wyręcza mnie w 100% gdyż uważam to za szkodliwe dla rozwoju osobistego, jeśli nie mam wkładu własnego, ale z pomocy chatu z chęcią korzystam)	1	0.1%
Tworzenie quizów, określanie widetek finansowych za jakąś usługę, znalezienie szybkiej odpowiedzi, szukanie filmów,	1	0.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 739).

W ocenie wykorzystania AI do celów kreatywnych we wskazaniach osób młodych uwypukliło się: generowanie grafik/obrazów (41,1%) i pisanie tekstów o charakterze kreatywnym (25,1%), co może wskazywać na wykorzystanie AI w zadaniach artystycznych i marketingowych, choć edycja zdjęć (22,1%) pokazuje też wymiar praktycznego zastosowania. Łącznie 399 odpowiedzi (około 70%) sugeruje entuzjazm dla wizualnych i literackich zastosowań; respondenci, bez zaawansowanych umiejętności artystycznych, eksperymentują z AI jako dostępnym dla wszystkich medium ekspresji.

Tabela 41. Cele kreatywne korzystania z AI (P24)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Generowanie grafik / obrazów	164	41.1%
Pisanie tekstów kreatywnych (opowiadania, wiersze)	100	25.1%
Edycja zdjęć	88	22.1%
Tworzenie filmów / animacji	19	4.8%
Komponowanie muzyki	8	2.0%
Pomoc przy debuggowaniu kodu i tworzeniu aplikacji	1	0.3%
Przygotowanie treści marketingowych	1	0.3%
Różne cele własne	1	0.3%
Inne	17	4.3%

¹ Inne: „nie korzystam”, „.”, „-”, „brak”, „nie korzystam do takich celów”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 399).

Jako cele osobiste korzystania z AI respondenci wymieniali: planowanie podróży/wydarzeń (30,3%), porady życiowe (24,9%), pomoc w decyzjach (22,6%) i rozmowy/rozrywka (16,4%). To rysuje AI jako osobistego doradcę życiowego ułatwiającego funkcjonowanie, organizację czasu i radzenie sobie z natłokiem obowiązków oraz stresem, jednocześnie redukującego niepewność poprzez szybkie, spersonalizowane sugestie. Wysoki udział głównych kategorii świadczy o integracji AI z aktywnością prywatną, gdzie respondenci cenią je za dostępność i brak osądu, kontrastując z wcześniej opisywaną niską adopcją aplikacji specjalistycznych.

Tabela 42. Cele osobiste korzystania z AI (P25)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Planowanie podróży / wydarzeń	131	30.3%
Porady życiowe	108	24.9%
Pomoc w podejmowaniu decyzji	98	22.6%
Rozmowy / rozrywka	71	16.4%
Doinformowanie się	1	0.2%
Przedstawianie różnic w danych materiałach np. między smartwatchami	1	0.2%

Wskazania	Liczebność	Udział %
Układanie planów treningowych na siłownię i monitorowanie postępów	1	0.2%
Wyszukiwanie np. usterek samochodu wynikających z podanych mu objawów	1	0.2%
Wyszukiwanie różnych analiz w różnych dziedzinach	1	0.2%
Żadne z celów osobistych	1	0.2%
pisanie pism	1	0.2%
Inne	18	4.2%

¹ Inne: „brak”, „nie korzystam”, „-”, „nie korzystam w celach osobistych”, „nie korzystam z powyższych”, „x”, „żadne”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 433).

Charakteryzując wykorzystanie aplikacji AI w kategorii: inne cele, zwraca się uwagę na dominację wskazań „inne” (85,7%), podkreślającą w istocie niekorzystanie z AI do celów różnych od wskazanych poprzednio. Oczywiście pojawiają się w tej kategorii marginalne przykłady innego wykorzystania: nauka/porady (po 0,8%), analiza badań lekarskich, diety, inwestycje (po 0,4%). Pozostałe to zastosowania ad hoc: chwytgitary, przepisy kulinarne, streszczenia tekstów, porady lekarskie czy inspiracje, które również uzyskały po 0,4% wskazań każda. Takie rozproszenie wskazań ilustruje obraz chaotycznej eksploracji: respondenci testują AI w niszowych, impulsywnych potrzebach (zdrowie, finanse, hobby), bez dominującego wzorca, co sugeruje brak świadomości pełnego potencjału i wczesny etap dojrzałości użycia. Bardzo wysoki odsetek odpowiedzi „inne” podkreśla potrzebę edukacji, by przekształcić przypadkowe zapytania w systematyczne strategie.

Tabela 43. Inne cele korzystania z AI (P26)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Nauka	2	0.8%
Porady życiowe	2	0.8%
Absolutnie wszystko	1	0.4%
Analiza wyników badań lekarskich, pomoc przy wypełnianiu urzędowych dokumentów- niezrozumiałych, pomoc w ustalaniu diety, projektowanie wnętrz, pomoc przy inwestycjach finansowych	1	0.4%
Biznes	1	0.4%
Chwyty gitarowe	1	0.4%
Edukacyjnych	1	0.4%
Gdy potrzebuję się czegoś na szybko dowiedzieć	1	0.4%
Geografia	1	0.4%

Kategorie	Liczebność	Udział %
Głównie w ramach pracy jako usprawnienie procesów (tłumaczenia, analiza danych).	1	0.4%
Informacje	1	0.4%
Nie wiem z nudów	1	0.4%
Odpowiedź na pytania	1	0.4%
Podejmowanie decyzji	1	0.4%
Pomoc dydaktyczna	1	0.4%
Pomoc w nauce, generowanie pism w pracy, zapytania jak czegoś nie wiem z życia codziennego	1	0.4%
Porady lekarskie	1	0.4%
Pozyskiwanie wiedzy	1	0.4%
Prywatnych	1	0.4%
Przerabianie zdjęć	1	0.4%
Pytania edukacyjne	1	0.4%
Rozpisywanie diet i wyliczanie makro	1	0.4%
Spekulowanie na przyszłość	1	0.4%
Streszczenia tekstu, znalezienia informacji	1	0.4%
Szukanie informacji	1	0.4%
Szukanie wyjaśnień danych zagadnień	1	0.4%
Szybki dostęp do informacji	1	0.4%
Tworzenie inspiracji do postów na social media, tworzenie inspiracji na dłuższe wiadomości lub informacje przekazywane dla rodziców podopiecznych, itp. Bardziej jako inspirację niż jako źródło 100% wiedzy.	1	0.4%
Tworzenie przepisów kulinarnych	1	0.4%
W celach osobistych również zawodowych	1	0.4%
W celach poznawczych	1	0.4%
Wstępna weryfikacja informacji	1	0.4%
Wyszukiwanie filmów książek o danej tematyce, sprawdzanie średnich kosztów jakiejś usługi	1	0.4%
Wyszukiwanie objawów np. choroby, usterki auta, pomoc przy wyjaśnieniu pojęcia, ciężko powiedzieć różnie...	1	0.4%
Zdobywanie informacji	1	0.4%
Inne ¹	229	86,1%

¹ Inne: „-,,, „,„, „inne nie”, „nie korzystam” (221), „wszystkie podane powyżej”, „x”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 266).

Jako aktywni użytkownicy sztucznej inteligencji osoby młode stosunkowo wysoko oceniają swoje kompetencje w zakresie tworzenia poleceń dla AI. Średnia 3,76 (skala 1-6) wskazuje na poziom „dobry” w samoocenie promptowania. Największa grupa respondentów (30,4%) określa swoje umiejętności jako „średnie”, a kolejne 28,2% jako

„dobre”. Jedynie 3,4% ocenia je jako „bardzo słabe”. Wyniki te potwierdzają rosnącą biegłość użytkowników w pracy z narzędziami AI, co koreluje z wysoką popularnością aplikacji takich jak ChatGPT w innych częściach badania. Jednakże udział odchylenia standardowego w procentach średniej 37,5% wskazuje na dużą zmienność ocen.

Tabela 44. Ocena własnych umiejętności w zakresie formułowania poleceń (promptów) dla sztucznej inteligencji (P33)

Odpowiedzi	Kategorie	Liczebność	Udział %
Nie korzystam z AI	1	53	14.9%
Bardzo słabe (nie potrafię formułować skutecznych poleceń)	2	12	3.4%
Słabe	3	55	15.5%
Średnie	4	108	30.4%
Dobre	5	100	28.2%
Bardzo dobre (potrafię tworzyć zaawansowane skuteczne polecenia)	6	27	7.6%
Średnia	3.76	-	-
Odchylenie standardowe	1.471	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 266).

Analiza obszaru związanego z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (AI) podjęta w badaniu jakościowym przeprowadzonym wśród osób młodych objęta weryfikacją tego, co konkretnie z perspektywy respondentów zmienił dostęp do sztucznej inteligencji, ale również – jak czuliby się w sytuacji, gdyby dostęp do AI nie był możliwy. Zebrany materiał wskazuje, że sztuczna inteligencja, choć w ocenie badanych przydatna, to jednak nie jest niezbędna w codziennym funkcjonowaniu, a jej ograniczenie lub brak dostępu nie zmieniłby codzienności badanych.

Z pewnością AI, jak wskazywali respondenci, ułatwia i przyspiesza określone czynności związane m.in. z wyszukiwaniem czy porządkowaniem informacji, jednak nie jest niezbędna dla realizacji codziennych działań i aktywności. Funkcjonowanie w przestrzeni offline bez konieczności sięgania do AI jest jak najbardziej naturalne w ocenie respondentów, stąd też rola AI w ich życiu ma charakter ograniczonego cyfrowego wsparcia, które, choć przydatne, nie wyklucza z przestrzeni nauki czy pracy, gdy tego dostępu nie ma. Sugerują to wypowiedzi respondentów, np.: „Obstawiam, że z mojej perspektywy nic by się nie zmieniło, bo mimo że faktycznie używam agenta AI, ale również używam po prostu swojej wiedzy, którą zdobyłam. Nie czuję, że coś mogłoby się stać z moim życiem, gdyby go po prostu nie było”. W ocenie respondentów wykorzystanie AI w codziennym życiu jest postrzegane zarówno jako realna pomoc, jak i wygoda, zwłaszcza w dostępie do informacji, ich porządkowania i przetwarzania.

Młodzi uczestniczący w badaniach jakościowych wskazują, że wykorzystanie AI ma raczej charakter intuicyjny i w większości nie wiąże się z podejmowaniem specjalnych aktywności edukacyjnych przez respondentów. Po części wynika to z charakteru zadań, do których sztuczna inteligencja jest wykorzystywana przez badanych, a które często nie mają wysoce specjalistycznego wymiaru. AI w ocenie respondentów pozwala na relatywnie szybkie uzyskanie oczekiwanej odpowiedzi bez konieczności zagłębiania się w schematy przygotowania właściwych promptów. W tym kontekście można przyjąć, że uzyskiwane w ramach współpracy z AI dane w większości są przez respondentów oceniane jako satysfakcjonujące. Sposób wykorzystania AI głównie koncentruje się na schemacie „zadaj pytanie – otrzymaj odpowiedź”, choć należy zaznaczyć, że w zdecydowanej większości respondenci nie przyjmują bezkrytycznie odpowiedzi, które otrzymują. Najczęściej są one konfrontowane z wiedzą pozyskaną z innych wiarygodnych źródeł, a świadomość istnienia błędów, jakie może popełniać sztuczna inteligencja, jest wysoka.

Większość rodziców deklaruje, że ich dzieci korzystają z aplikacji opartych na sztucznej inteligencji. Aż 87 osób (73,1%) odpowiedziało pozytywnie, 8 respondentów (6,7%) uważa, że ich dziecko nie korzysta z takich narzędzi, natomiast stosunkowo duża grupa – 24 osoby (20,2%) nie ma na ten temat wiedzy (luka informacyjna).

Tabela 45. Struktura odpowiedzi na pytanie o to, czy dzieci korzystają z aplikacji AI (P12)

Odpowiedź	Liczebność	Udział %
Tak	87	73.1%
Nie	8	6.7%
Nie wiem	24	20.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Najczęściej wskazywanym przez rodziców celem korzystania z aplikacji AI przez ich dzieci jest pomoc w nauce i edukacji, która stanowiła 45,3% wszystkich odpowiedzi (72 wskazania). Pokazuje to, że rodzice postrzegają AI przede wszystkim jako narzędzie wspierające rozwój kompetencji i wykonywania zadań edukacyjnych. Drugą co do wielkości wskazywaną kategorią były cele kreatywne – 22,0% (35 wskazań), obejmujące m.in. tworzenie grafik czy tekstów. Cele zawodowe pojawiły się w 15,7% odpowiedzi (25 wskazań). Równie często pojawiały się rozrywka i rozmowy: 15,7% (25 wskazań). Odpowiedzi „nie wiem” były marginalne (1,3%), co sugeruje, że większość rodziców ma świadomość, w jakich celach ich dzieci korzystają z narzędzi AI.

Tabela 46. Cele wykorzystania AI przez osoby młode w ocenie ich rodziców (P13)

Kategoria/Kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Rozrywka, rozmowy	2	13	4	6	25	15.7%

Kategoria/Kolejność odpowiedzi	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Cele kreatywne (np. tworzenie grafik, tekstów i inne)	10	18	7	0	35	22.0%
Cele zawodowe	8	14	3	0	25	15.7%
Nie wiem / trudno powiedzieć	2	0	0	0	2	1.3%
Pomoc w nauce, edukacji	65	6	1	0	72	45.3%
Razem	87	51	15	6	159	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Kategoryzacja odpowiedzi rodziców na pytania o cele wykorzystania AI wskazała na dominację kategorii: pomoc w nauce i edukacji (43,6%) – dzieci traktują AI jako asystenta codziennych zadań. Cele kreatywne (21,2%) i zawodowe (20,6%) były umiarkowanie popularne, a rozrywka (14,5%) najmniej popularna. Średnia 1,897 celów wskazuje na umiarkowaną wielotorowość zastosowań i zasadniczo ograniczenie jej do 2 celów.

Tabela 47. Skategoryzowane cele wykorzystania aplikacji AI (P13)

Kategorie binarne	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Cele kreatywne	K	35	21.2%
Cele zawodowe	Z	34	20.6%
Cel: pomoc w nauce/edukacji	P	72	43.6%
Cel: rozrywka	R	24	14.5%

Średnia liczba wskazywanych kategorii - 1.897

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza współwystępowania celów wskazuje na silne powiązanie celów zawodowych i rozrywkowych ($\chi^2=19,344$, $p<0,001$, $\phi=0,4715$), co wskazuje na hybrydowe wykorzystywanie AI jako narzędzia łączącego produktywne zadania z elementami rozrywki. Pozostałe cele wykazywały niezależność statystyczną. Profilując wykorzystanie, według rodziców 50,5% dzieci używa AI głównie do pomocy w nauce/edukacji (P lub KP), a 10,3% tworzy złożone kombinacje zawodowo-edukacyjno-rozrywkowe.

Tabela 48. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P13)

Para kategorii	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
KxZ	1.0516	0.3051	0.1099
KxP	0.0004	0.9841	0.0021
KxR	1.3157	0.2514	0.1230
ZxP	1.8263	0.1766	0.1449

Para kategorii	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
ZxR	19.3438	0.0000	0.4715
PxR	1.3982	0.2370	0.1268

Dominujące profile:

P – 31,0%

KP – 19,5%

ZPR – 10,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Cechy charakterystyczne zauważalne w obszarze opinii rodziców na temat wykorzystania AI przez dzieci są następujące:

- a) powszechność AI: 73,1% dzieci w opinii rodziców korzysta z aplikacji AI takich jak ChatGPT lub Gemini;
- b) w wykorzystaniu funkcjonalności AI dominują funkcje pomocnicze: 43,6% wykorzystuje AI jako asystenta codziennych zadań;
- c) zauważalna jest hybrydyzacja zawodowo-rozrywkowa wynikająca z silnego powiązania celów zawodowych i rozrywkowych ($\phi=0,4715$);
- d) stosunkowo duża jest luka w wiedzy rodziców: 20,2% nie wie o wykorzystaniu AI przez dzieci.

W badaniach jakościowych opinie rodziców na temat korzystania przez ich dzieci z narzędzi AI były mocno ograniczone. Osoby w wieku 18-34 lata korzystają w opinii badanych z aplikacji AI. Wykorzystywanie AI odbywa się w celu poszukiwania odpowiedzi na stawiane przez nich pytania, na przykład podczas szukania informacji na temat zakupu biletów czy też korzystania z telefonów poza krajami Unii Europejskiej. Korzystanie z AI, w tych opiniach, dotyczy zarówno z celów edukacyjnych (poszerzanie swojej wiedzy i umiejętności dotyczących np. programowania), zawodowych (np. pisanie raportów), jak i informacyjnych, jako źródło wiedzy.

3.4. Narzędzia do zarządzania czasem i zdrowiem psychicznym

Wyniki badań ujawniają niskie wykorzystanie specjalistycznych narzędzi do zarządzania czasem i zdrowiem psychicznym (odpowiednio: 18,0% i 3,4%), z dominacją korzystania z tradycyjnych podejść. Wyniki zdają się podkreślać początkowy etap wdrażania takich technologii w codziennej aktywności na rzecz lepszej samoorganizacji i kondycji psychicznej.

Aż 82,0% badanych deklaruje brak korzystania z dedykowanych aplikacji lub narzędzi do zarządzania czasem i produktywnością, co stanowi wyraźny kontrast do wysokiej adopcji AI. Taka dominacja negatywnego podejścia sugeruje, że respondenci opierają się na tradycyjnych metodach (papierowe notatki, pamięć) lub wbudowanych funkcjach smartfonów, unikając nowych aplikacji z powodów takich jak brak czasu na naukę,

obawy o prywatność danych czy wystarczająca samoorganizacja. Niski odsetek (18,0%) wskazuje na selektywną grupę entuzjastów produktywności, co może być punktem wyjścia do kampanii edukacyjnych promujących te narzędzia w środowiskach pracy.

Tabela 49. Korzystanie z aplikacji lub narzędzi cyfrowych do zarządzania czasem i produktywnością (P27)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Nie, nie korzystam z takich narzędzi	291	82.0%
Tak	64	18.0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Najczęściej przez młodych dorosłych wybierane są aplikacje kalendarzowe: 63,9% respondentów wskazało np. Google Calendar czy Outlook. Kolejne miejsca zajmują aplikacje To-Do (19,6%) oraz narzędzia monitorujące czas ekranowy (6,2%). Zaskakująco niskie jest wykorzystanie aplikacji do koncentracji (2,1%) i liczenia czasu jak Pomodoro (4,1%). Dane te sugerują, że użytkownicy preferują najbardziej podstawowe i powszechne funkcje organizacyjne, a bardziej zaawansowane narzędzia produktywności wciąż pozostają niszowe.

Tabela 50. Korzystanie z aplikacji lub narzędzi cyfrowych do zarządzania czasem i produktywnością (P28)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Tak, używam aplikacji do koncentracji (Forest, Freedom, Focus@Will)	2	2.1%
Tak, używam aplikacji do monitorowania czasu ekranowego (Digital Wellbeing, Screen Time)	6	6.2%
Tak, używam aplikacji do planowania projektów (np. Trello, Asana, Monday.com, Notion)	4	4.1%
Tak, używam aplikacji do zarządzania zadaniami / to-do list (np. Todoist, Microsoft To Do, Any.do)	19	19.6%
Tak, używam aplikacji kalendarzowych (np. Google Calendar, Outlook, Apple Calendar)	62	63.9%
Tak, używam techniki Pomodoro	4	4.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 97).

Średnia ocena wsparcia codziennego funkcjonowania przez aplikacje – 3,83 (skala 1-5, odchylenie standardowe 0,911) – wśród użytkowników aplikacji do zarządzania czasem i produktywnością świadczy o ich wysokiej skuteczności. Największa grupa (40,6%) wskazuje, że narzędzia „raczej pomagają”, a kolejne 25% – że „zdecydowanie pomagają”. Oznacza to, że dla większości respondentów narzędzia znacząco usprawniają codzienne funkcjonowanie, wprowadzając porządek i zwiększając koncentrację na konkretnym celu. Jednocześnie 28,1% respondentów wybrało odpowiedź „trudno powiedzieć”, co może wynikać z krótkiego okresu korzystania lub braku wyrobionych nawyków.

Tabela 51. Użyteczność aplikacji do zarządzanie czasem w codziennym funkcjonowaniu (P29)

Odpowiedzi	Kategorie	Liczebność	Udział %
Wcale nie pomagają	1	1	1.6%
Raczej nie pomagają	2	3	4.7%
Trudno powiedzieć	3	18	28.1%
Raczej pomagają	4	26	40.6%
Zdecydowanie pomagają	5	16	25.0%
Średnia	3.83	-	-
Odchylenie standardowe	0.911	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 64).

Analiza wsparcia zdrowia psychicznego i dobrego samopoczucia przez aplikacje wykazała ekstremalnie niski odsetek – 3,4% korzystających. Może to sygnalizować brak

postrzegania takiej potrzeby przez młodych dorosłych. Obserwowana sytuacja może wskazywać na lukę rynkową i edukacyjną, tzn. wczesne stadium adopcji tego typu aplikacji, gdzie świadomość korzyści jest niska mimo rosnącej presji stresu zawodowego.

Tabela 52. Korzystanie z aplikacji wspierających zdrowie psychiczne i dobre samopoczucie (P31)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Nie, nie korzystam z takich narzędzi	281	96.6%
Tak	10	3.4%
Razem	291	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Choć aplikacje wspierające zdrowie psychiczne są używane przez zaledwie 3,4% badanych, ich wpływ oceniany jest umiarkowanie pozytywnie. Największa grupa (52,7%) deklaruje „trudno powiedzieć”, co może wynikać z krótkiego okresu korzystania lub subtelnego charakteru efektów psychologicznych. Jednocześnie 29,8% użytkowników zauważa pozytywny wpływ („raczej pomagają” lub „zdecydowanie pomagają”). Średnia 3,10 sugeruje ostrożny optymizm i wskazuje na potencjał dalszego rozwoju tego typu narzędzi w regionie.

Tabela 53. Wpływ aplikacji do zarządzania czasem na samopoczucie (P32)

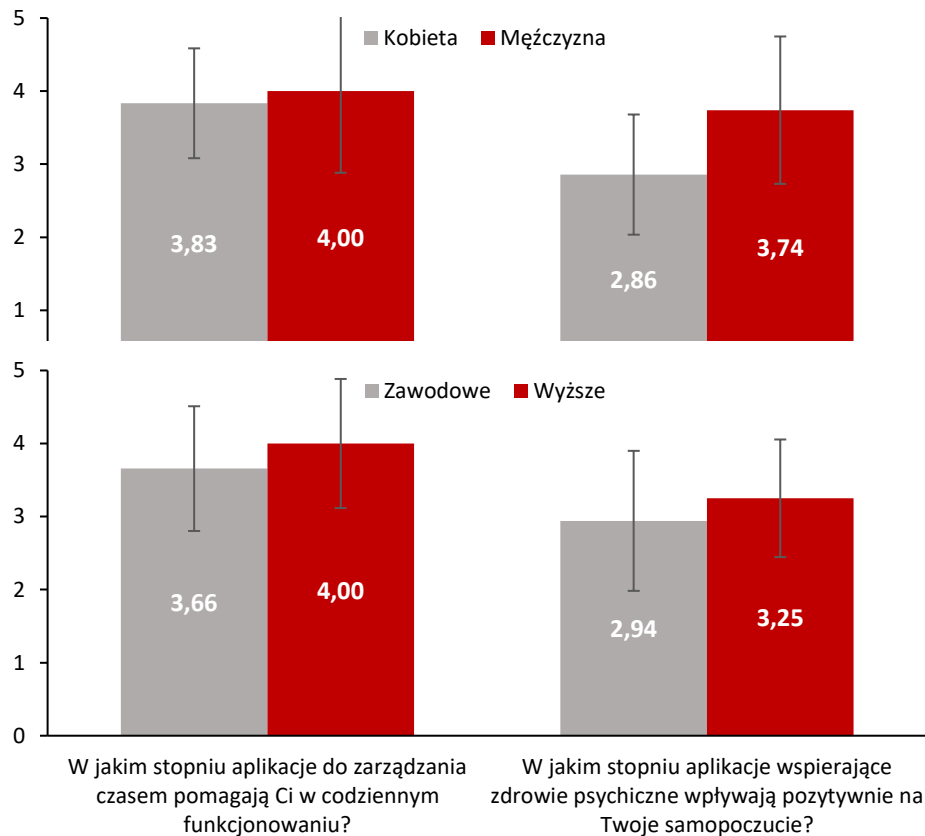
Odpowiedzi	Kategorie	Liczebność	Udział %
Wcale nie wpływają pozytywnie	1	8	10.8%
Raczej nie wpływają pozytywnie	2	5	6.8%
Trudno powiedzieć	3	39	52.7%
Raczej pomagają	4	15	20.3%
Zdecydowanie pomagają	5	7	9.5%
Razem	-	74	100%
Średnia	3.10	-	-
Odchylenie standardowe	1.034	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, liczba wskazań 74).

Zauważalne są również pewne różnice w ocenach korzystania z aplikacji cyfrowych do zarządzania czasem i wspierających zdrowie psychiczne między kobietami i mężczyznami oraz osobami o różnym poziomie wykształcenia. Mężczyźni generalnie uznają aplikacje do zarządzania czasem za nieco bardziej pomocne oraz znacznie lepiej oceniają wpływ aplikacji wspierających zdrowie psychiczne na samopoczucie. Również osoby z wykształceniem wyższym lepiej oceniają przydatność aplikacji do zarządzania czasem i ich wpływ na zdrowie psychiczne. Jednocześnie zaznaczone na wykresie

odchylenia standardowe od średniej wskazują, że różnice między średnimi można rozważać jedynie w kategoriach tendencji.

Rysunek 4. Średnie i odchylenia standardowe ocen korzystania z aplikacji cyfrowych w kontekście zarządzania czasem i wspierające zdrowie psychiczne według płci i poziomu wykształcenia



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata.

Materiał empiryczny zgromadzony w trakcie badania jakościowego osób młodych sugeruje, że świadomość w zakresie możliwości wykorzystania aplikacji wspierających zdrowie psychiczne czy well-being wśród respondentów jest niska. Z danych nie wybrzmiewa również by sama potrzeba dostępu do nich była wysoka. Zdecydowanie bardziej respondenci cenią sobie dostęp do AI, którą postrzegają jako źródło łatwych i szybkich odpowiedzi niż do szeroko rozumianych aplikacji wspierających dobrostan. Sugerują to wypowiedzi, np.: „Wydaje mi się, że AI jest narzędziem łatwym i powszechnie dostępnym. Nie oszukujmy się, nieraz rozmawiając ze znajomymi też usłyszałam, że ja się AI pytam o wszystko. Nawet o to, w jaki sposób ja mogę zarządzać swoim czasem czy robić nawet najprostsze czynności. To jest po prostu aplikacja, która jest dostępna wszędzie i która jest po prostu łatwa do użytkowania”. Przestrzeń internetu relatywnie rzadko w perspektywie respondentów utożsamiana jest z miejscem, gdzie

poszukuje się rozwiązań związanych z budowaniem dobrostanu czy pomocą psychologiczną.

Wykorzystanie sztucznej inteligencji jest z kolei mocno związane z bieżącymi aktywnościami i zadaniami (praca/nauka/projekty), stąd jej wykorzystanie jest dużo częstsze i dużo głębsze niż aplikacji well-beingowych, których respondenci najczęściej zupełnie nie znają. Problem może wynikać również z tego, że w przypadku AI respondenci wiedzą na ogół, czego potrzebują, czego szukają lub czego nie wiedzą, a potrzebują się dowiedzieć. W przypadku aplikacji well-beingowych problem może być dużo bardziej złożony, gdyż dotyczy delikatnych, bardzo wrażliwych aspektów funkcjonowania człowieka. Samo zderzenie się z nimi i uświadomienie sobie pewnych wyzwań o charakterze psychologicznym może być już problematyczne w wymiarze emocjonalnym i psychologicznym. Część obszarów może wymagać profesjonalnej identyfikacji, diagnozy, by oferowane wsparcie w ogóle można było zaaplikować i uznać za skuteczne.

Rozdział 4. Aspekty ekonomiczne technologii cyfrowych

Dynamiczny rozwój technologii cyfrowych nie tylko zmienił sposób, w jaki ludzie komunikują się i zdobywają informacje, ale gruntownie przemodelował fundamenty ekonomiczne codziennego życia, zwłaszcza młodych ludzi. Obecnie technologie te nie są już traktowane jako luksusowy dodatek, lecz stanowią integralny, stały element budżetów osobistych, generując regularne koszty związane z zakupem sprzętu, dostępem do sieci czy potrzebnymi modelami subskrypcyjnymi. Powszechność ich wykorzystania skłania do analizy struktury tych wydatków, przy zwróceniu szczególnej uwagi na rolę wsparcia rodzicielskiego, które dla wielu młodych konsumentów może stanowić kluczowy filar finansowania ich cyfrowej aktywności.

Współczesny ekosystem cyfrowy to jednak nie tylko proste transakcje zakupu, ale skomplikowana sieć mechanizmów psychologicznych i marketingowych, które redefiniują tradycyjne zachowania konsumenckie. Przenikanie się świata mediów społecznościowych z rynkiem e-commerce sprawiło, że granica między rozrywką a zakupami uległa niemal całkowitemu zatarciu. Zrealizowane badania uwzględniły również wpływ influencerów oraz zjawisko zakupów impulsywnych, poddały ocenie, jak marketing cyfrowy personalizuje doświadczenia zakupowe, często kosztem racjonalnego planowania wydatków i kontroli nad własnym budżetem w dobie wszechobecnej ekonomii subskrypcji.

Równoległe do rosnącej aktywności ekonomicznej w sieci narasta potrzeba budowania świadomości dotyczącej specyficznych zagrożeń finansowych. W świecie, w którym dane osobowe stały się nową „walutą” wykorzystywaną przez reklamodawców, użytkownicy stają przed wyzwaniem ochrony własnej prywatności i kapitału. W badaniach uwzględniono również perspektywę gotowości młodych ludzi do mierzenia się z zagrożeniami ekonomicznymi w tym obszarze.

4.1. Wydatki młodych na technologie cyfrowe

Ogólnie rzecz ujmując, wyniki badania CAWI wśród młodych dorosłych w zakresie związku technologii cyfrowych z wymiarem ekonomicznym ich wykorzystania pokazują umiarkowane, selektywne wydatki na technologie cyfrowe oraz stosunkowo wysoką deklarowaną świadomość zagrożeń i korzystania.

Struktura wydatków jest spolaryzowana: w wielu kategoriach dominuje odpowiedź „brak wydatków”, ale tam, gdzie już pojawiają się wydatki na technologie, bywają znaczące:

- a) Sprzęt technologiczny: 38,6% nie ponosiło miesięcznych wydatków, ale 24,8% deklaruje wydatki na poziomie ponad 500 zł, co sugeruje nieregularne, wysokie zakupy (np. rzadziej, ale drogo).

- b) Wideo streaming: 27,3% wydaje 1-50 zł, 21,7% 51-100 zł, przy 31,8% deklarujących brak wydatków. Widać więc wyraźną grupę aktywnych subskrybentów oraz podobnie liczną grupę całkowicie niekorzystającą.
- c) Muzyka: 34,9% wydatków w przedziale 1-50 zł, ale 46,5% deklarujących brak wydatków. Platformy muzyczne są mniej powszechne niż wideo, choć bardzo ważne dla części badanych.
- d) Aplikacje/usługi premium AI: 86,5% nie ponosi żadnych wydatków; płaci niewielka mniejszość, zwykle do 50 zł, co potwierdza wczesny etap monetyzacji AI w tej grupie respondentów.
- e) Chmura, kursy online, gry, e-booki: w każdej z tych kategorii 72-85% deklaruje brak wydatków, a udziały wydających to głównie 1-50 zł. Oznacza to raczej okazjonalne inwestowanie w płatny rozwój i płatną rozrywkę cyfrową.
- f) Zakupy online (e-commerce): to najsilniejsza kategoria konsumpcji. Aż 35,5% badanych wydaje miesięcznie ponad 500 zł, 13,2% mieści się w wydatkach w przedziale 101-500 zł, tylko 21,7% wskazuje brak wydatków zakupowych. Zakupy internetowe stanowią główny kanał wydatkowania środków w powiązaniu z technologiami cyfrowymi.
- g) Reklamy/promocja w mediach społecznościowych: 94,4% respondentów deklaruje brak wydatków, co oznacza, że działania płatne są marginalne i dotyczą jedynie wąskiej grupy respondentów.

Tabela 54. Średnie miesięczne wydatki na kategorie związane z technologiami cyfrowymi w ostatnich 12 miesiącach (P34)

Kategoria	1–50 zł	51–100 zł	101–200 zł	201–500 zł	500+ zł	Brak wydatków
Sprzęt technologiczny (smartfony, tablety, laptopy, akcesoria)	46 (13,0%)	37 (10,4%)	18 (5,1%)	29 (8,2%)	88 (24,8%)	137 (38,6%)
Platformy streamingowe – WIDEO (Netflix, HBO Max, Disney+, etc.)	97 (27,3%)	77 (21,7%)	27 (7,6%)	24 (6,8%)	17 (4,8%)	113 (31,8%)
Platformy streamingowe – MUZYKA (Spotify, Apple Music, etc.)	124 (34,9%)	30 (8,5%)	18 (5,1%)	15 (4,2%)	3 (0,8%)	165 (46,5%)
Aplikacje i usługi premium AI	25 (7,0%)	12 (3,4%)	5 (1,4%)	0 (0,0%)	6 (1,7%)	307 (86,5%)
Usługi chmurowe / storage	62 (17,5%)	10 (2,8%)	4 (1,1%)	3 (0,8%)	5 (1,4%)	271 (76,3%)
Kursy online / materiały edukacyjne cyfrowe	21 (5,9%)	14 (3,9%)	10 (2,8%)	10 (2,8%)	22 (6,2%)	278 (78,3%)
Gry komputerowe / konsolowe / mobilne	38 (10,7%)	20 (5,6%)	15 (4,2%)	10 (2,8%)	14 (3,9%)	258 (72,7%)

Kategoria	1–50 zł	51–100 zł	101–200 zł	201–500 zł	500+ zł	Brak wydatków
E-booki / audiobooki / prasa cyfrowa	30 (8,5%)	11 (3,1%)	7 (2,0%)	3 (0,8%)	4 (1,1%)	300 (84,5%)
Zakupy online / e-commerce	25 (7,0%)	34 (9,6%)	47 (13,2%)	46 (13,0%)	126 (35,5%)	77 (21,7%)
Reklamy / promocja w mediach społecznościowych	5 (1,4%)	5 (1,4%)	0 (0,0%)	5 (1,4%)	5 (1,4%)	335 (94,4%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Zachowania konsumenckie młodych osób w dobie współczesnego świata mocno korelują z wykorzystaniem przestrzeni wirtualnej. Młode osoby zapytane w badaniach jakościowych, z których technologii w przypadku konieczności ograniczenia wydatków zrezygnowałyby w ostateczności, wymieniły te, które postrzegają jako szczególnie istotne w kontekście codziennych aktywności. W ocenie respondentów z pewnością istotne są telefony komórkowe, które postrzegają jako narzędzie kontaktu ze światem. Do aplikacji/technologii, z których rezygnacja nastąpiłaby najpóźniej zaliczono także między innymi subskrypcje czata GPT, oceniając, że brak dostępu może ograniczyć produktywność w obszarze nauki i pracy. Podobnie ma się rzecz z dyskiem Google, który pozwala przechowywać wiele informacji i plików w jednym miejscu oraz porządkować dostęp do nich. Z perspektywy respondentów dużo łatwiej zrezygnować jest z subskrypcji typowej rozrywki (gry, filmy) niż technologii, która w ocenie badanych realnie wspiera ich aktywność zawodowo-naukową. Młodzi podkreślali np.: „Zrezygnowałbym na pewno z subskrypcji, jednak są różne alternatywy, które są darmowe i właśnie tych pieniędzy nie potrzebują, żeby działać i bym na pewno ograniczył w swoim budżecie może wydatki na gry, bo często właśnie lubię sobie pograć”.

Badani w tym samym aspekcie rodzice ocenili poziom wydatków swoich dzieci na technologie cyfrowe jako umiarkowany, co potwierdzają szczegółowe statystyki rozkładu odpowiedzi w skali Likerta. Najlicniejszą grupę stanowiły odpowiedzi wskazujące na „średni” poziom wydatków (ocena 3) – 59 respondentów, co odpowiada 49,6% próby. Drugą co do wielkości kategorię utworzyły oceny 2 (raczej niski) z udziałem 25,2% (30 osób), natomiast bardzo niski poziom (1) wskazało 8,4% rodziców (10 osób). Oceny wysokie (4) i bardzo wysokie (5) były rzadsze – odpowiednio 11,8% (14 osób) i 5,0% (6 osób).

Średnia ważona ocen wynosiła 2,80 przy odchyleniu standardowym 0,935, co sytuuje ogólny poziom wydatków blisko środka skali, z umiarkowaną zmiennością. Taki rozkład sugeruje, że większość rodziców postrzega wydatki dzieci jako kontrolowane i typowe dla współczesnych realiów technologicznych, bez ekstremalnych odchyleń w górę lub w dół.

Tabela 55. Ocena poziomu wydatków dzieci na technologie cyfrowe (P16)

Kategoria	Skala	Liczebność	Udział %
Bardzo niski	1	10	8.4%
Raczej niski	2	30	25.2%
Średni	3	59	49.6%
Raczej wysoki	4	14	11.8%
Bardzo wysoki	5	6	5.0%

Średnia - 2.80

Odchylenie standardowe - 0.935

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Rozkład wskazań rodziców na poszczególne kategorie wydatków można ująć następująco:

- a) Sprzęt technologiczny (smartfony, tablety, laptopy, akcesoria) – 45 wskazań z wyraźną dominacją ujęcia na pozycji 1 (33 przypadki), co oznacza, że rodzice najczęściej uznają wydatki na sprzęt za najważniejszy obszar konsumpcji cyfrowej dziecka.
- b) Platformy streamingowe – wideo (Netflix, HBO Max, Disney+ itp.) – 37 wskazań (17,3%). To druga pod względem ważności kategoria, z istotną liczbą wskazań na pozycjach 1 i 2 (łącznie 34 wskazania), co sugeruje, że abonamenty mogą być postrzegane jako stały, ale nie zawsze priorytetowy wydatek.
- c) Zakupy online / e-commerce – 34 wskazania (15,9%); kategoria o szerokim rozkładzie pozycji (od 1 do 6), co oznacza, że dla części rodziców jest to główne źródło wydatków, a dla innych uzupełniające.
- d) Platformy streamingowe – muzyczne (Spotify, Apple Music itp.) – 32 wskazania (15,0%). Pojawiały się zwykle w środku ranking (pozycje 2-4), co wskazuje na umiarkowane, lecz dość powszechne znaczenie tych subskrypcji.
- e) Kursy online / materiały edukacyjne – 23 wskazania (10,7%). Zajmowały raczej środkowe pozycje (3-5), co sugeruje, że wydatki edukacyjne są obecne, ale rzadko stanowią główną pozycję w budżecie cyfrowym dziecka.
- f) Aplikacje premium / subskrypcje aplikacji – 15 wskazań (7,0%). To kategoria o niewielkim udziale, zwykle na pozycji wydatków 3-4, co oznacza, że rodzice dostrzegają wydatki na te aplikacje jako uzupełniające wobec większych wydatków (sprzęt, streaming).
- g) Gry komputerowe / konsolowe / mobilne – 24 wskazania (11,2%). Rozkład rang w tej kategorii wydatków, był dość równomierny (1-5), co odzwierciedla zróżnicowanie – dla części rodzin gry są głównym obszarem wydatków, dla innych jednym z kilku mniejszych.

- h) Kategorie marginalne – „nie wiem/trudno powiedzieć” oraz „nie wydaje” sugerują, że albo rodzic ma małe rozeznanie w wydatkach cyfrowych dziecka na technologie cyfrowe lub że dziecko nie ponosi wydatków na technologie cyfrowe.

Tabela 56. Rozkład wskazań rodziców na kategorie wydatków na technologie cyfrowe ponoszonych przez ich dzieci (P17)

Kategoria wydatków	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	Razem	Udział %
Sprzęt technologiczny (smartfony, tablety, laptopy, akcesoria)	33	7	4	1	0	0	0	45	21,0%
Platformy streamingowe – wideo (Netflix, HBO Max, Disney+, itp.)	13	21	1	2	0	0	0	37	17,3%
Zakupy online / e-commerce	3	8	9	8	3	2	1	34	15,9%
Platformy streamingowe – muzyka (Spotify, Apple Music, itp.)	8	11	12	1	0	0	0	32	15,0%
Gry komputerowe / konsolowe / mobilne	5	7	7	3	2	0	0	24	11,2%
Kursy online / materiały edukacyjne	3	6	6	6	1	1	0	23	10,7%
Aplikacje premium / subskrypcje aplikacji	3	1	6	4	1	0	0	15	7,0%
Nie wiem / trudno powiedzieć	1	1	1	0	0	0	0	3	1,4%
Nie wydaje	1	0	0	0	0	0	0	1	0,5%

*Kolumny od 1 do 7 oznaczają kolejność wskazań respondentów.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Z analizy odpowiedzi binarnie skategoryzowanych wynika, że sprzęt technologiczny (smartfony, tablety, laptopy, akcesoria) był dominującą kategorią wydatków, pojawiającą się w 83 odpowiedziach (36,9% respondentów). Streaming wideo (Netflix, HBO Max, Disney+ itp.) wskazało 53 rodziców (23,6%), zakupy online/e-commerce 53 osoby (23,6%), podobnie gry komputerowe/konsolowe/mobilne pojawiły się w 53 odpowiedziach (23,6%). Warto zauważyć, że średnia liczba wskazywanych kategorii na odpowiedź wynosiła około 1,891, co świadczy o umiarkowanie zdywersyfikowanym charakterze wydatków, raczej rzadko ograniczającym się do jednej kategorii wydatków.

Tabela 57. Skategoryzowane wydatki dzieci na technologie cyfrowe według opinii rodziców (P17)

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Cyfrowa rozrywka	C	36	16.0%
Technologia i sprzęt	T	83	36.9%
Streaming	S	53	23.6%
Zakupy/subskrypcje ogólne (nauka i rozwój)	N	53	23.6%

Średnia liczba wskazywanych kategorii - 1.891

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Porównanie subiektywnej oceny poziomu wydatków (P16) z konkretnymi kategoriami (P17) ujawnia spójne wzorce konsumpcji cyfrowej wśród dzieci. Wysoki udział kategorii „sprzęt” (36,9%) koreluje z umiarkowaną średnią poziomu wydatków P16 (2,8). Można przyjąć, że rodzice postrzegają te zakupy jako typowe, nieprzekraczające możliwości budżetowych rodziny, stąd brak skrajnych ocen w górnej części skali Likerta. Streaming wideo (23,6%) i zakupy online (23,6%) generują stałe, cykliczne koszty. Gry komputerowe (23,6%) są mniej zauważalne dla rodziców, co wyjaśnia ich relatywnie niższy udział w odpowiedziach. Generalnie brak jest jednej dominującej kategorii ekstremalnych wydatków, stanowią one sumę wielu umiarkowanych obszarów. Z wyjątkiem istotnej korelacji między „cyfrową rozrywką” a „zakupami online” brak jest silnych zależności statystycznych między parami kategorii (χ^2 , $p>0,05$), co może potwierdzać niezależny, ale komplementarny charakter wydatków.

Analiza współwystępowania kategorii wydatków wskazuje na kilka charakterystycznych profili wydatków:

- tylko sprzęt (T): 13,4% odpowiedzi – klasyczne zakupy urządzeń bez dodatkowych subskrypcji;
- sprzęt + streaming + zakupy/nauka (TSN): 12,6% – kompleksowy profil z jednorazowymi i cyklicznymi wydatkami;
- sprzęt + zakupy/nauka (TN): 10,9% – zorientowanie na akcesoria;
- sprzęt + streaming (TS): 10,1% oraz Gry + sprzęt (CT): 10,1%.

Tabela 58. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P17)

Kategoria lub Profil	Statystyka χ^2 / Udział %	Wartość p	Współczynnik Phi (ϕ)
CxT	0,6748	0,4114	0,0753
CxS	0,0002	0,9892	0,0012
CxN	5,8694	0,0154	0,2221

Kategoria lub Profil	Statystyka χ^2 / Udział %	Wartość p	Współczynnik Phi (ϕ)
TxS	1,4838	0,2232	0,1117
TxN	0,1506	0,6980	0,0356
SxN	2,6602	0,1029	0,1495

Profile dominujące:

Profil T - 13,4%

Profil TSN - 12,6%

Profil TN - 10,9%

Profil TS - 10,1%

Profil CT - 10,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Podsumowując, ponad 80% odpowiedzi zawierało co najmniej dwie kategorie wydatków, co podkreśla synergię między zakupami sprzętu a konsumpcją treści cyfrowych. Średnia liczba 1,891 kategorii binarnych na odpowiedź wyjaśnia umiarkowaną ocenę poziomu wydatków – wydatki nie są skoncentrowane, lecz rozproszone. Cykliczne koszty streamingu i kosztów związanych z gramami pozostają „ukrytym” elementem budżetu, mniej widocznym niż jednorazowe zakupy sprzętu. Rodzice relatywnie precyzyjnie hierarchizują kategorie wydatków – koncentrują się na kilku głównych (sprzęt, streaming wideo, zakupy online, gry). Można przyjąć tezę, że wyniki podkreślają ewolucję konsumpcji cyfrowej od jednorazowych zakupów sprzętu ku modelowi subskrypcyjnemu, wymagającemu aktywnego zarządzania budżetem rodzinnym.

4.2. Ocena wydatków na technologie cyfrowe w aspekcie zagrożeń ekonomicznych związanych z tymi wydatkami

Największa grupa badanych młodych dorosłych (33%) szacuje, że wydatki na technologie cyfrowe stanowią mniej niż 5% miesięcznego budżetu, a 21,1% mieści się w przedziale 5-10%, co wskazuje na umiarkowany ciężar ekonomiczny technologii w ich budżecie. Odsetek osób deklarujących więcej niż 20% wydatków budżetowych na technologie jest bardzo niski (pojedyncze udziały procentowe w każdym z wyższych przedziałów), natomiast 31% respondentów „nie potrafi powiedzieć”, co pokazuje ograniczoną samoświadomość finansową w tym obszarze.

Tabela 59. Procent budżetu własnego przeznaczanego na technologie cyfrowe w ujęciu miesięcznym (P35)

Kategorie wydatków	Liczebność	Udział %
Mniej niż 5%	117	33.0%
5-10%	75	21.1%
11-15%	16	4.5%
16-20%	20	5.6%
21-30%	10	2.8%
31-40%	2	0.6%
41-50%	3	0.8%
Powyżej 50%	2	0.6%
Trudno powiedzieć / nie prowadzę takiej statystyki	110	31.0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analiza danych w obszarze aspektów ekonomicznych technologii cyfrowych, wynikających z badań pogłębiających przeprowadzonych wśród młodych dorosłych, pozwoliła dostrzec, jak kształtuje się ocena wydatków na technologie w perspektywie respondentów i czy mają oni świadomość wydatków, które ponoszą w związku z wykorzystaniem technologii. Zebrane dane wskazują, że relatywnie niskie koszty ponoszone na technologie powodują, że świadomość ciągłego ich wydawania poprzez np. odnawianie subskrypcji często pozostaje dla respondentów niezauważalna, bo nie obciąża znacznie budżetu. To właśnie niskie (choć stałe) koszty powodują, że użytkownicy często decydują się na aktywację określonej usługi, która pożądana jest w danym momencie. Wielkość ponoszonych kosztów, która jest niewidoczna w stosunku do reszty wydatków, powoduje, że respondenci często ignorują fakt, że wciąż ponoszą wydatki mimo braku regularnego (lub w ogóle) korzystania z aplikacji. W tym kontekście wydatki na technologie często nie są kontrolowane, a ich finansowanie staje się finansową pułapką, np.: „Często to jest tak, że te subskrypcje się włącza raz i później o nich się zapomina i one tylko widnieją w bankowości, na telefonach albo na przeglądarkach. W późniejszym może okresie człowiek zapomina o tym, że nawet te subskrypcje posiada i stąd ten problem w zobaczeniu, ile te subskrypcje tak naprawdę pobierają tego budżetu”.

O ocenę wydatków ponoszonych przez młodych ludzi zapytano również ich rodziców. Wśród badanych rodziców najliczniejszą grupę stanowili rodzice deklarujący brak wsparcia finansowego dla wydatków ich dzieci na technologie cyfrowe („nie, córka/syn jest samodzielny/a finansowo w tym zakresie”) – 49 osób (41,2%). Częściowe wsparcie „czasami” udzielało 31 rodziców (26,1%), regularne – 15 (12,6%). Grupa „rzadko” udzielających wsparcia liczyła 12 osób (10,1%). Część rodziców deklarowała brak wiedzy o dysponowaniu środkami na ten cel przez swoje dzieci – 8 (6,7%) lub wskazywała, że wydatki na technologie cyfrowe „nie dotyczą” ich dzieci – 4 (3,4%).

Kluczowa konkluzja z analizy finansowego wsparcia dzieci przez rodziców to fakt, że 41,2% dzieci finansuje technologie w zakresie swoich własnych środków finansowych (P18).

W analizie wpływu wydatków na technologie cyfrowe na budżet rodzinny dominowały wysokie oceny wpływu: skala 6 (bardzo znaczący) – 33 rodziców (30,8%); skala 3 (umiarkowany) – 57 rodziców (53,3%). Niski wpływ (skale 4-5) wydatków na technologie cyfrowe na budżet domowy wskazało 13 osób (12,1%), a 3 osoby (2,8%) oceniły go jako minimalny (2) – 1 (0,9%), brak wpływu (1) – 0%. Ogólnie rzecz ujmując, 84,1% rodziców odczuwało umiarkowany w kierunku znaczącego wpływ wydatków na technologie cyfrowe na budżet rodzinny (P19).

Tabela 60. Analiza wydatków dzieci na technologie cyfrowe (P18-P19)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %
P18*	Nie, córka/syn jest samodzielny/a finansowo w tym zakresie	49	41.2%
P18	Nie dotyczy	4	3.4%
P18	Rzadko daję na to dziecku środki z budżetu domowego	12	10.1%
P18	Nie wiem. Daję dziecku pieniądze, a ono samo nimi dysponuje	8	6.7%
P18	Tak, regularnie daję na to dziecku środki z budżetu domowego	15	12.6%
P18	Tak, czasami daję na to dziecku środki z budżetu domowego	31	26.1%
P19**	Bardzo negatywnie (stanowią znaczące obciążenie)	0	0.0%
P19	Raczej negatywnie	1	0.9%
P19	Neutralnie (nie wpływają znacząco)	57	53.3%
P19	Raczej pozytywnie (są uzasadnioną inwestycją)	13	12.1%
P19	Bardzo pozytywnie	3	2.8%
P19	Nie dotyczy	33	30.8%

*P18 - Czy wspiera Pan/Pani finansowo córkę/syna w wydatkach związanych z technologiami cyfrowymi?

**P19 - Jak wydatki córki/syna na technologie cyfrowe wpływają na budżet rodzinny?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Podsumowując, 41,2% rodziców nie wspiera finansowo dostępu do technologii cyfrowych swoich dzieci, co sugeruje znaczną niezależność dzieci w tym obszarze (własne dochody, kieszonkowe). W ogólnej ocenie wpływu wydatków na technologie cyfrowe na budżety gospodarstw domowych 84,1% rodzin odczuwa umiarkowany lub znaczący wpływ wydatków technologicznych na budżet domowy mimo umiarkowanego poziomu wydatków.

Aspekty ekonomiczne w kontekście technologii cyfrowych były również przedmiotem oceny rodziców wyrażanej w trakcie badań jakościowych. Jak się okazuje, wsparcie finansowe udzielane przez rodzica dziecku w tym aspekcie w dużej mierze zależy od wieku młodej osoby, jej zainteresowań, etapu edukacyjnego, kierunku kształcenia, wykonywanej pracy. Osoba młoda nie zawsze otrzymuje dofinansowanie na wydatki związane z technologiami. Pojawia się tutaj zasada, że jeśli młody człowiek chce zakupić komputer czy myszkę, musi odłożyć kieszonkowe. Z kolei, jeśli dziecko wydaje pieniądze na zakupy związane z komputerem w celu ulepszenia sprzętu, który posiada, tak, aby spełniał jego oczekiwania, np. do projektowania stron czy na przykład do opracowywania grafik, wtedy z reguły otrzymuje wsparcie finansowe rodzica. Rodzice podkreślali, że sprostanie wszystkim wymaganiom w zakresie zakupu nowego sprzętu czy też programów stanowi obciążenie dla budżetu domowego. Duże znaczenie ma również grupa rówieśnicza. Młodzi konkurują ze sobą, chcą mieć najnowszy i najlepszy sprzęt z tzw. „najwyższej półki”, aby wyróżnić się w grupie lub jej zaimponować. Zdarza się jednak, że rodzice przyznają, że nie posiadają wiedzy, czy dziecko w ogóle wydaje własne pieniądze na technologie, ale sam rodzic rzadko wspiera finansowo takie wydatki. Warto zauważyć, że młodzi, grając na platformach, również uzyskują fundusze – zarabiają w grach, co może stanowić źródło ich dofinansowania. Pracujące młode osoby nie są tak często wspierane finansowo jak osoby uczące się.

4.3. Świadomość zagrożeń ekonomicznych

Ocena w kontekście zakupów dzieci pod wpływem reklam w mediach społecznościowych wykazała, że rodzice najczęściej wskazywali, że reklamy wywierają tego rodzaju presję „czasami” (37 wskazań, 31,1%) lub że kwestia wpływu reklam na zakupy „nie dotyczy” ich dzieci (27 wskazań, 22,7%), czy też wpływa, ale „rzadko” (24 wskazania, 20,2%). Niskie oceny uzyskały odpowiedzi: „bardzo często” (3 wskazania, 2,5%) i „często” (10 wskazań, 8,4%). W ujęciu ogólnym 51,3% rodziców zauważało niski lub umiarkowany wpływ reklam i treści w mediach społecznościowych na zakupy dzieci (P21).

W aspekcie świadomości dzieci na temat zagrożeń ekonomicznych, jakie niosą za sobą technologie cyfrowe, dominowały oceny pozytywne. Na „raczej wysoką” świadomość wskazało 42 rodziców (35,3%), a „bardzo wysoką” – 35 (29,4%). Łącznie 64,7% badanych rodziców oceniło pozytywnie świadomość dziecka na temat zagrożeń ekonomicznych związanych z korzystaniem z technologii cyfrowych.

Większość rodziców nie dostrzega zakupów impulsywnych pod wpływem reklam społecznościowych oraz pozytywnie ocenia wiedzę dzieci o zagrożeniach (zakupy impulsywne, oszustwa).

Tabela 61. Presja reklam i treści w mediach społecznościowych i internecie oraz świadomość dzieci na temat zagrożeń ekonomicznych w ocenie rodziców (P20-P21)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %
P20*	1. Nigdy / prawie nigdy	18	15.1%
P20	2. Rzadko	24	20.2%
P20	3. Czasami	37	31.1%
P20	4. Często	10	8.4%
P20	5. Bardzo często	3	2.5%
P20	6. Nie dotyczy	27	22.7%
P21**	1. Bardzo niska (nie zdaje sobie sprawy z zagrożeń)	4	3.4%
P21	2. Raczej niska	7	5.9%
P21	3. Średnia	19	16.0%
P21	4. Raczej wysoka	42	35.3%
P21	5. Bardzo wysoka (jest w pełni świadomy / a)	35	29.4%
P21	6. Nie wiem / Trudno powiedzieć	12	10.1%

*P20. Czy zauważa Pan/Pani, że córka/syn dokonuje zakupów pod wpływem reklam i treści w mediach społecznościowych lub internecie?

**P21. Jak ocenia Pan/Pani świadomość córki/syna na temat zagrożeń ekonomicznych związanych z korzystaniem z technologii cyfrowych (np. zakupy impulsywne pod wpływem reklam, oszustwa online, wyłudzenie danych)?

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Deklarowana przez młodych dorosłych świadomość tego, jak podmioty gospodarcze wykorzystują dane do targetowania reklam, jest relatywnie wysoka (średnia ocena 3,65 w skali 1-5), co sugeruje, że respondenci uważają się za dość dobrze poinformowanych o mechanizmach profilowania. Jednocześnie częstotliwość zakupów nieplanowanych pod wpływem reklam nie wkomponowuje się w szerszy obraz tej świadomości: przy wysokich wydatkach na e-commerce i subskrypcje można domniemywać, że reklamy realnie wpływają na zachowania konsumenckie, nawet jeśli badani deklarują świadomość tych mechanizmów.

Respondenci oceniają swoją wiedzę o cyberprzestępczości na poziomie średnio 3,86, co oznacza poczucie „raczej dobrej” orientacji w zagrożeniach. To współgra z intensywnym korzystaniem z e-commerce i usług cyfrowych – badani czują, że rozumieją ryzyka, co może obniżyć barierę przed transakcjami online.

Pytanie o doświadczenie prób oszustwa wskazuje, że temat nie jest teoretyczny – respondenci prawdopodobnie zetknęli się z próbami cyberprzestępstwa.

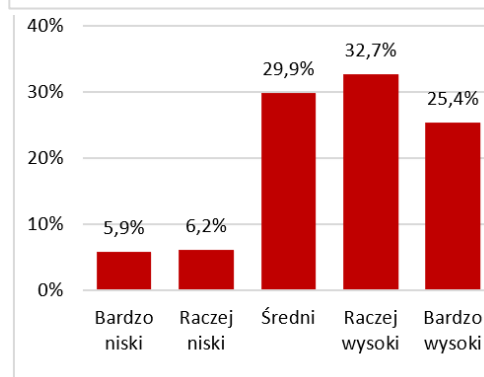
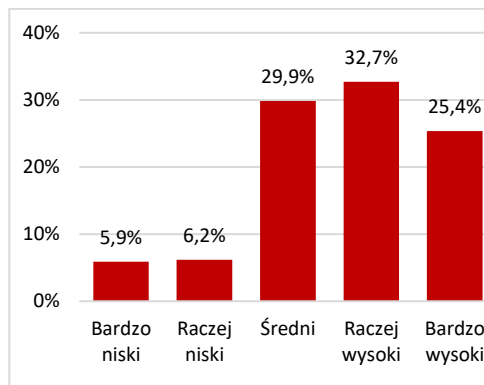
Ocena uwagi, jaką respondenci poświęcają temu, jakimi danymi dzielą się w mediach społecznościowych i aplikacjach, osiąga średnio 3,97 – czyli bardzo wysoki, co oznacza istotny poziom deklarowanej ostrożności.

Rysunek 5. Świadomość wykorzystania danych osobowych

P36. Oceń swój poziom świadomości na temat tego, jak firmy i reklamodawcy wykorzystują Twoje dane osobowe z mediów społecznościowych i aplikacji do kierowania do Ciebie reklam i ofert.

Średnia: 3.65

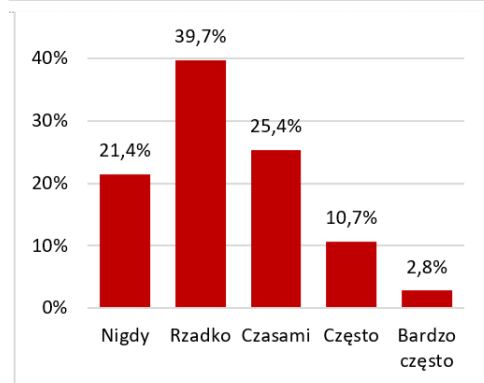
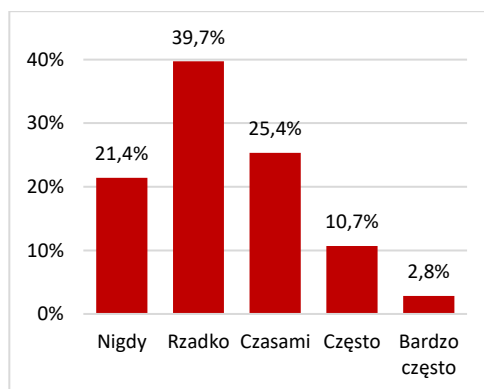
Odchylenie standardowe: 1.101



P37. Jak często reklamy i oferty wyświetlane w mediach społecznościowych lub aplikacjach skłaniają Ciebie do dokonania zakupu, którego wcześniej nie planowałeś/-aś?

Średnia: 2.34

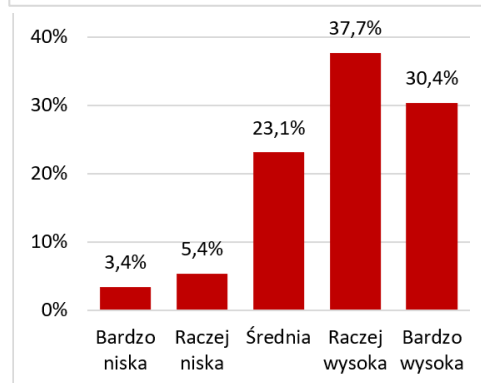
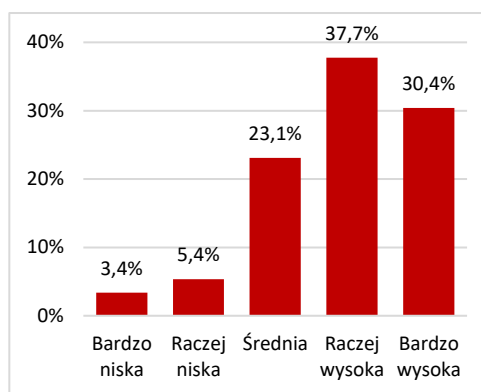
Odchylenie standardowe: 1.017



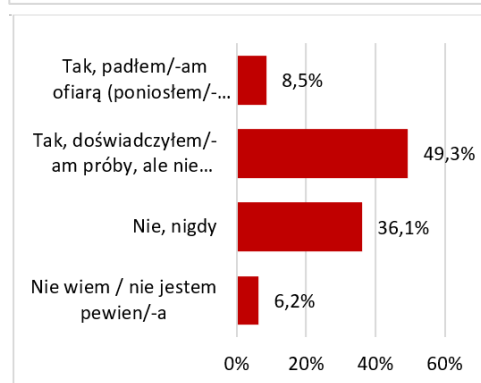
P38. Jak oceniasz swoją wiedzę na temat zagrożeń ze strony cyberprzestępców (np. phishing (cyberatak polegający na podszywaniu się pod zaufaną instytucję lub osobę, aby wyłudzić poufne dane).

Średnia: 3.86

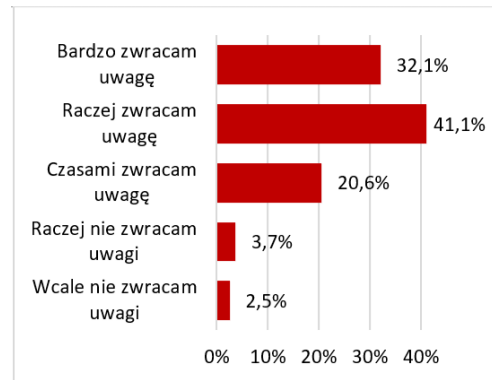
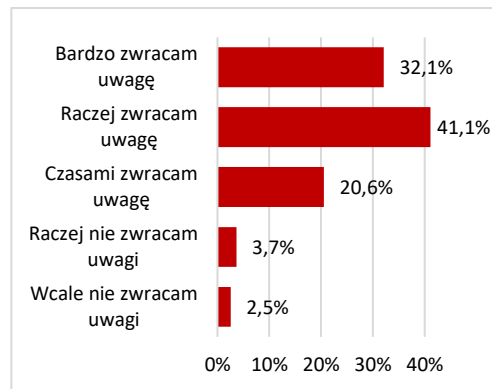
Odchylenie standardowe: 1.017



P39. Czy kiedykolwiek doświadczyłeś/-aś próby oszustwa online lub padłeś/-aś ofiarą cyberprzestępstwa?



P40. W jakim stopniu zwracasz uwagę na to, jakimi danymi osobowymi dzielisz się w mediach społecznościowych i aplikacjach?
Średnia: 3.97
Odchylenie standardowe: 0.949



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analiza zebranego materiału empirycznego wskazuje, że świadomość w zakresie potencjalnych zagrożeń w przestrzeni cyfrowej wśród badanych jest relatywnie wysoka i tylko pewna ich część zetknęła się z podejrzanymi stronami, linkami czy kontami. W ocenie respondentów trudno jednak jednoznacznie uznać, kto jest bardziej narażony na oszustwa w przestrzeni internetowej. Respondenci wskazywali, że zagrożenie w mniej więcej równym stopniu dotyczy zarówno młodych użytkowników internetu, jak i starszych, i trudno przyjąć w tym zakresie sztywne założenia. Dużo ważniejsza jest sama świadomość potencjalnych zagrożeń i doświadczenie w zakresie bezpiecznego użytkowania internetu niż sam wiek użytkownika. Przyczyn ulegania oszustwom respondenci upatrują w ciekawości samych użytkowników, trudności w ocenie bezpiecznych/niebezpiecznych (prawdziwych/nieprawdziwych) stron dostawców usług i produktów, niewystarczających zabezpieczeń do kont indywidualnych, ale również braku ostrożności i łatwości dostępu do aplikacji i stron. Problematyczna pozostaje także kwestia ilości czasu spędzanego w przestrzeni internetowej. Im jest większa i bardziej angażująca, tym ryzyko związane z atakami/oszustwami cyfrowymi wzrasta, co sugerują wypowiedzi respondentów, np.: „Przed wszystkim bardzo dużo czasu spędzają online, więc narażenie na takie różne sytuacje jest ogromne, od razu rośnie. Wydaje mi się, że duża ilość osób też nie ma jakiegoś ograniczonego zaufania do tych treści, które się wyświetlają. Jest przecież pełno nieprawdziwych informacji, jakichś fake news i tak dalej, a bardzo duża ilość osób wierzy w to. Szczególnie przez to, kto stoi za danym profilem, który udostępnia te rzeczy dalej. Też miałam takie sytuacje w gronie

znajomych, że ktoś komuś zhakował konto online i postawiał tam jakieś rzeczy, nieprawdziwe informacje czy linki, jakieś wysyłanie do wpłacania pieniędzy albo prośby o blik. Normalnie te osoby się nabierały, bo myślały, że to ich znajomi”. Badani zwracali uwagę na różnice generacyjne, które mogą, choć nie muszą, predysponować do określonych zachowań, np. większa czujność, dystans, nieufność wobec technologii w przypadku osób starszych i zaufanie w przypadku osób młodszych silnie zaznajomionych z technologią. Z pewnością istotna pozostaje świadomość zagrożeń, myślenie przyczynowo-skutkowe oraz wyważona analiza treści, która wyływa z przestrzeni cyfrowej.

Świadomość rodziców biorących udział w badaniach jakościowych na temat tego, w jaki sposób dane osobowe mogą być wykorzystywane przez przedsiębiorstwa aktywne w sieci czy reklamodawców, jest dość duża. Rodzice uważają, że młode osoby posiadają wiedzę na temat zagrożeń, jednak w praktyce bywa różnie. Pomimo przestrzegania przed bezrefleksyjnym robieniem zakupów młodzi bardzo szybko podejmują decyzję o zakupach, podając numer konta i dane osobowe. Rodzice zauważają, że gdy dziecko było młodsze i korzystało technologii, to nie było świadome, że podawane dane mogą być przetwarzane. Dopiero później, z wiekiem, ta wiedza wzrastała, ponieważ młoda osoba czytała więcej, rozmawiała, słyszała o różnych przypadkach, zaczęła pracować zawodowo, a więc świadomość, że dane osobowe mogą zostać wykorzystane, dojrzewała wraz z wiekiem.

Młodzi są przestrzegani przez rodziców przed zagrożeniami wynikającymi z wykorzystywania danych osobowych poprzez rozmowy. Jako aktywni użytkownicy mediów społecznościowych mają dostęp do wielu filmów z ostrzeżeniem, ale ten fakt lekceważą i nie zawsze chcą przyjąć ostrzeżenia. Młode osoby mają wiedzę na temat ochrony danych osobowych, ponieważ od szkoły podstawowej rodzice również uczą, aby nie podawać w internecie danych wrażliwych. Nieprzyjemne sytuacje związane z pieniędzmi w internecie, na przykład próba oszustwa czy wyłudzenie, to problemy, z którymi zderzają się również młode osoby. Potwierdzeniem jest przykład, w którym młoda osoba miała paść ofiarą drobnego internetowego oszustwa na grupie rówieśniczej Messenger, w której to jeden z kolegów prosił o pożyczkę pieniędzy za pomocą blika. Okazało się, że ktoś wkradł się na grupę rówieśniczą i wykorzystując tożsamość jednego z kolegów, chciał wyłudzić pieniądze od grupy. Inny przykład oszustwa podany przez rodziców podczas wywiadów dotyczył 29-letniej młodej osoby, która robiąc zakupy w internecie od razu dokonała opłaty. Po krótkim czasie ponownie otrzymała informację, iż powinna dopłacić do zamówionej paczki. Kiedy próbowała dokonać dopłaty, z konta bankowego usunięto jej wszystkie środki finansowe.

Rodzice mają świadomość tego, że młode osoby dokonują zakupów pod wpływem reklamy w mediach społecznościowych lub pod wpływem influencerów. Na przykład dofinansowanie młodych osób przez rodziców może być związane z zakupem kremu,

który jest reklamowany i ma bardzo wysoką cenę, gdyż jest to krem cud, który wszystkie problemy oraz niedoskonałości na ciele zmniejszy, a nawet usunie. Obserwowanie influencerów, ich sposobu ubierania, używania cennych dodatków typu zegarki, buty za znaczne kwoty, sprawia, że młode osoby czują chęć posiadania tych rzeczy.

Rozdział 5. Technologie cyfrowe a rynek pracy

Transformacja cyfrowa gospodarki globalnej i gospodarek krajowych stanowi jeden z najbardziej doniosłych procesów kształtujących współczesny rynek pracy. Postępująca automatyzacja, upowszechnienie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji oraz gwałtowny rozwój platform cyfrowych pośredniczących w kontaktach między pracodawcami a kandydatami do pracy zasadniczo zmieniają zarówno strukturę dostępnych miejsc zatrudnienia, jak i kompetencje wymagane od pracowników wchodzących na rynek pracy.

W tym kontekście szczególnie istotna w rozważaniach staje się sytuacja młodych dorosłych, którzy jako pokolenie ukształtowane w środowisku cyfrowym z jednej strony dysponują naturalną biegłością w posługiwaniu się nowymi technologiami, z drugiej zaś stają wobec bezprecedensowej niepewności co do przyszłości własnych ścieżek zawodowych. Media społecznościowe, platformy rekrutacyjne i algorytmy rekomendacyjne, w sposób dotąd niespotykany czy może nawet nieznan, ingerują w procesy kształtowania aspiracji zawodowych, procesy rekrutacyjne, procesy wyboru kariery oraz budowania profesjonalnego wizerunku, nadając relacji młodego człowieka z rynkiem pracy wymiar głęboko powiązany z technologią.

W niniejszym rozdziale zaprezentowane zostały wyniki analizy wzajemnych relacji między technologiami cyfrowymi a funkcjonowaniem zawodowym młodych mieszkańców województwa podlaskiego. Zakres podejmowanych zagadnień obejmuje oddziaływanie mediów społecznościowych i kultury influencerskiej na kształtowanie aspiracji i wyborów kariery, rolę platform rekrutacyjnych oraz narzędzi sztucznej inteligencji w procesach poszukiwania pracy, a także subiektywną ocenę własnych kompetencji cyfrowych i ich znaczenia dla perspektyw zawodowych. Analizie poddane zostały również preferencje młodych osób w zakresie nowych modeli organizacji pracy, takie jak: praca zdalna, hybrydowa i freelancing, skonfrontowane z perspektywą pracodawców uczestniczących w zogniskowanych wywiadach grupowych.

Rozważaniom poddana została również refleksja nad stosunkiem młodego pokolenia do automatyzacji i ekspansji sztucznej inteligencji na rynku pracy – zjawisk postrzeganych zarówno jako zagrożenie dla stabilności zatrudnienia, jak i jako szansa na redefinicję roli człowieka w środowisku zawodowym. Zestawienie perspektyw osób młodych, ich rodziców oraz pracodawców pozwala na wielowymiarową, triangulacyjną ocenę badanych procesów.

5.1. Wpływ technologii na aspiracje zawodowe

Analiza statusu zawodowego respondentów wskazała, że dominowały młode osoby aktywne edukacyjnie. Najliczniejszą grupę stanowili studenci równocześnie pracujący (33,5%), co sugeruje elastyczność rynku pracy dla młodzieży w erze cyfrowej,

umożliwiająca godzenie studiów z zatrudnieniem zdalnym lub dorywczym. Drugą co do wielkości kategorię respondentów tworzyli studiujący bez pracy (27,6%). Praca na etacie dotyczyła 77 osób (21,7%), a na umowach cywilnoprawnych 25 osób (7,0%). Mniejszy udział osób prowadzących działalność gospodarczą (4,5%) i bezrobotnych (3,4%) podkreślają charakter próby, w której dominowali młodzi dorośli aktywni zawodowo, którym technologie cyfrowe (np. platformy rekrutacyjne) ułatwiają pierwsze kroki kariery.

Tabela 62. Status zawodowy respondentów (P41)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Studiuję i jednocześnie pracuję	119	33.5%
Studiuję (i nie pracuję)	98	27.6%
Pracuję na etacie (umowa o pracę)	77	21.7%
Pracuję na podstawie umowy cywilnoprawnej (zlecenie, dzieło)	25	7.0%
Prowadzę własną działalność gospodarczą	16	4.5%
Jestem na bezrobociu / poszukuję pracy	12	3.4%
Nauka w technikum	3	0.8%
Uczę się w szkole	2	0.6%
Pracuję na B2B	1	0.3%
Pracuję rotacyjnie	1	0.3%
Studiuję i pracuję u siebie	1	0.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia ocena stopnia wpływu mediów społecznościowych na wybory zawodowe lub aspiracje zawodowe, w przypadku badanych wyniosła $2,39 \pm 1,090$. Wskazania na skali 1-5 odpowiednio: 26,2%, 26,8%, 33,0%, 10,4% i 3,7% podkreślają umiarkowany ogólny wpływ u badanych osób mediów społecznościowych na wybory zawodowe i aspiracje kariery, z nieznaczną asymetrią w kierunku braku wpływu. W kontekście technologii cyfrowych może to sugerować, że media społecznościowe mają zauważalny, lecz nie dominujący wpływ na decyzje młodych podejmowane w związku z rozwojem własnej kariery zawodowej. Może to sugerować, że choć media społecznościowe są powszechnie obecne w życiu badanych, ich rola w kształtowaniu aspiracji zawodowych jest postrzegana jako ograniczona lub trudna do uchwycenia. Możliwe jest również, że wpływ ten ma charakter pośredni i nie jest przez respondentów w pełni uświadamiany.

Tabela 63. Ocena wpływu mediów społecznościowych na wybory zawodowe i aspiracje kariery (P42)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Wcale nie wpłynęły	1	93	26.2%
Raczej nie wpłynęły	2	95	26.8%
Trudno powiedzieć	3	117	33.0%
Raczej wpłynęły	4	37	10.4%
Zdecydowanie wpłynęły	5	13	3.7%
Średnia	2.39	-	-
Odchylenie standardowe	1.090	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analiza oddziaływania mediów społecznościowych na aspiracje zawodowe badanych młodych osób wskazuje na zróżnicowany, głównie pozytywny wpływ. Najwyżej oceniane pod tym względem było odkrywanie nowych ścieżek zawodowych (25,7%), co pokazuje rolę platform, takich jak LinkedIn czy TikTok, w eksploracji rynku pracy w dobie cyfryzacji. Wskazania pracy zdalnej (21,6%) i motywacji do zdobywania kompetencji cyfrowych (14,7%) podkreślają adaptację badanych do trendów post-pandemicznych. Zmiana branży (10,1%) czy marka osobista (6,9%), jako wskazania o wpływie, mogą sugerować inspirację influencerami. Niski odsetek braku wpływu (3,0%) potwierdza rosnące znaczenie mediów społecznościowych w kształtowaniu aspiracji zawodowych wśród młodych dorosłych.

Negatywne aspekty, takie jak niższe zarobki w tradycyjnych zawodach versus zarobki influencerów (0,2%), kontrastują z brakiem wpływu (6,1%) i innymi odpowiedziami (1,6%). Pokazuje to pewien dysonans. Media społecznościowe demotywią do wyboru tradycyjnych ścieżek kariery, promując cyfrowe alternatywy, ale nie zmieniają masowo statusu zawodowego respondentów. Warto także podkreślić aspiracyjny, lecz niestabilny wpływ mediów społecznościowych na rynek pracy.

Tabela 64. Wpływ mediów społecznościowych na wybory zawodowe i aspiracje zawodowe (P43)

Kategorie	Liczebności	Udział %
Pomogły mi odkryć nowe możliwości zawodowe, o których wcześniej nie wiedziałem/-am	130	25.7%
Pokazały mi, że możliwa jest praca zdalna / lokalizacyjnie niezależna	109	21.6%
Zmotywowały mnie do zdobycia nowych kompetencji cyfrowych	74	14.7%
Zainspirowały mnie do zmiany branży / zawodu	51	10.1%

Kategorie	Liczebności	Udział %
Zachęciły mnie do rozwoju własnej marki osobistej / działalności w internecie	35	6.9%
Poznałem/-am influencerów / twórców, którzy stali się moimi wzorcami kariery	32	6.3%
nie wpłynęły	15	3.0%
Skłoniły mnie do podjęcia pracy w branży związanej z technologiami	15	3.0%
Podjęłam pracę związaną z marketingiem w social media	1	0.2%
Pokazały różne możliwości rozwoju	1	0.2%
Pokazały, że mimo tego, że będę miała zawód to i tak będę zarabiać mniej niż influencerzy i na dom zarobię mając 40 lat.	1	0.2%
Nie wpłynęły	31	6.1%
Nie pracuje	2	0.4%
Inne	8	1.6%

¹ Inne: „-”, „brak”, „”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

W ocenie badanych zainteresowanie pracą w zawodzie powiązanim z technologiami cyfrowymi nie jest powszechne. Wysoki odsetek odpowiedzi: „raczej nie” (39,7%) i „zdecydowanie nie” (13,0%) wskazuje na ostrożność mimo wcześniej odnotowanej inspiracji. Tylko 18 osób (5,1%) już pracuje w branży technologicznej, 21 planuje (5,9%), a 80 rozważa (22,5%). Odpowiedź „nie wiem” (13,8%) odzwierciedla niepewność młodych dorosłych na konkurencyjnym rynku cyfrowym. Łączy się to z przedstawionym statusem zawodowym respondentów, gdzie etaty i studia dominują nad ryzykownymi karierami w branży technologii cyfrowych lub mediach społecznościowych.

Tabela 65. Poziom zainteresowania pracą w zawodzie ściśle związanym z technologiami cyfrowymi lub mediami społecznościowymi (P44)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Tak, już pracuję w takiej branży	18	5.1%
Tak, planuję znaleźć pracę w takiej branży	21	5.9%
Raczej tak, rozważam taką możliwość	80	22.5%
Raczej nie	141	39.7%
Zdecydowanie nie	46	13.0%
Nie wiem / trudno powiedzieć	49	13.8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Respondenci w zdecydowanej większości nie wiążą swojej przyszłości zawodowej z mediami społecznościowymi. Największa grupa osób (32,4%) wskazuje odpowiedź

„zdecydowanie nie”, a kolejne 24,8% deklaruje „raczej nie”. Łącznie oznacza to, że ponad połowa badanych (57,2%) nie widzi siebie w zawodach związanych z mediami społecznościowymi. Znacząca jest również grupa osób niezdecydowanych: 25,6% wybrało odpowiedź „trudno powiedzieć”. Może to sugerować brak wiedzy o możliwościach zawodowych w tej branży lub dystans wobec jej stabilności i perspektyw. Zainteresowanie karierą w mediach społecznościowych deklaruje mniejszość: 14,4% respondentów uważa, że „raczej tak”, a jedynie 2,8% wskazuje, że „zdecydowanie tak”, podkreślając, że jest to ich zawód lub wymarzona ścieżka. Średnia 2,30 (w skali 1-5) potwierdza ogólny brak aspiracji zawodowych związanych z tą sferą technologii cyfrowych. Jednocześnie wartość odchylenia standardowego (1,147) wskazuje na relatywnie dużą polaryzację opinii.

Tabela 66. Ocena atrakcyjności kariery jako influencer / content creator / twórca internetowy (P45)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebności	Udział %
Zdecydowanie nie	1	115	32.4%
Raczej nie	2	88	24.8%
Trudno powiedzieć	3	91	25.6%
Raczej tak	4	51	14.4%
Zdecydowanie tak (to mój zawód lub marzę o takiej karierze)	5	10	2.8%
Średnia	2.30	-	-
Odchylenie standardowe	1.147	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Podsumowując, atrakcyjność kariery influencera / content creatora / twórcy internetowego pozytywnie ocenia 17,2% osób (łącznie odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”, podczas gdy negatywny stosunek do tej ścieżki zawodowej deklaruje 57,2% badanych. Średnia ocen wynosi 2,30 w skali pięciostopniowej, co wyraźnie wskazuje na przewagę sceptycyzmu wobec tej formy kariery. Co czwarty respondent (25,6%) nie ma wyrobionej opinii w tej kwestii, co może świadczyć o ambiwalencji lub niedostatecznej znajomości specyfiki tej profesji.

Podobne zdania wyrażają młodzi dorośli w badaniu jakościowym. W ocenie badanych respondentów wpływ technologii na aspiracje zawodowe jest niski, a praca z intensywnym wykorzystaniem mediów społecznościowych, np. w roli influencera/content creatora/twórcy internetowego zdecydowanie nie jest w ich opinii atrakcyjnym zawodowo obszarem. Do przyczyn nieatrakcyjności roli influencera, z którą najczęściej kojarzy się praca w przestrzeni wirtualnej, badani zaliczyli przede wszystkim brak prywatności, życie w oparciu o oczekiwania odbiorców, ciągłą dostępność i konieczność dzielenia się nawet najbardziej prywatnymi szczegółami życia.

Problematyczna pozostaje również kwestia promocji własnej osoby i utrzymania zainteresowania odbiorców. Odpowiedzi respondentów wskazują, że ten model i kierunek pracy zdecydowanie nie jest przez nich preferowany, niezależnie od benefitów, jakie oferuje, np.: „Na pewno nie jest to atrakcyjna ścieżka ze względu na bycie cały czas w centrum uwagi (...). No branża influencer nie jest jakoś prostoliniowa. Nie ma stałego dochodu. Często są problemy z firmami, z barterami o niewypłacalność należytego wynagrodzenia z tego powodu jest to bardziej nieatrakcyjna branża”. Praca influencera w ocenie badanych wyzwala presję stałej obecności, aktywności, zaangażowania przy jednoczesnej konieczności dzielenia się wieloma szczegółami z życia osobistego, które czasem są prawdziwe, a czasem jedynie kreowane na potrzeby mediów. Pozwala to utrzymać zainteresowanie, ale jednocześnie w dłuższej perspektywie czasu może wypalać, a samą pracę pozbawiać sensu i większego znaczenia (jeśli decydujący nie jest czynnikiem finansowy).

W ocenie wpływu technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe młodzieży (P22) większość rodziców uczestniczących w badaniu ilościowym wyraziła zdanie, że ten wpływ jest umiarkowany, przy jednoczesnej dużej niepewności (43,7%, średnia=3,193, SD=0,941, moda i mediana=3).

W analizie kompetencji dziecka (P24) oceny rodziców były wyraźnie wysokie. Aż 52,9% rodziców wskazało na „raczej wysokie”, a 26,1% „bardzo wysokie” kompetencje cyfrowe ich dzieci. Tylko 2,5% oceniło je jako niskie. Średnia 4,017 potwierdza wysoką ocenę umiejętności cyfrowych dzieci.

Rodzice zapytani, czy dziecko rozwija swoje kompetencje cyfrowe (P25), najczęściej wybierali odpowiedź „tak, czasami” (43,7%), a 14,3% deklaruje regularny rozwój swoich dzieci pod tym kątem. Jednocześnie 28,6% rodziców (suma „nie rozwija” + „rzadko”) wskazywała na brak systematyczności dzieci w dokształcaniu w tym obszarze, a 13,4% badanych rodziców nie miało wiedzy na ten temat. Wskazuje to na przewagę okazjonalnego, niesystematycznego uczenia się.

Oceniając znaczenie kompetencji cyfrowych dla przyszłości zawodowej dzieci (P26), rodzice w zdecydowanej większości uznawali kompetencje cyfrowe za ważne: 43,7% wskazało „raczej duże”, a 21,0% „bardzo duże znaczenie”. Tylko 3,3% oceniło je jako mało istotne. Taki rozkład odpowiedzi wskazał na silne przekonanie o kluczowej roli kompetencji cyfrowych.

W ocenie obaw związanych z AI i automatyzacją (P27) największa grupa rodziców „raczej się nie obawia” (37,8%), a 26,1% pozostaje niezdecydowana. Około 27,7% deklaruje obawy od „raczej” do „bardzo”. Ogólnie poziom obaw jest umiarkowany i zróżnicowany, co potwierdza wysokie odchylenie standardowe (1,064).

Oceniając AI w kategoriach szansy czy zagrożenia (P28) najczęściej wybierano odpowiedź neutralną: 43,7% respondentów wskazało odpowiedź: „ani zagrożenie, ani szansa”. Jednocześnie 41,2% widzi w AI raczej lub zdecydowanie szansę, a tylko 15,1% zagrożenie. Ogólny obraz wskazuje na przewagę postrzegania AI jako szansy, choć z dużą grupą niezdecydowanych.

Tabela 67. Wpływ i rodzaj wpływu technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe młodych w ocenie ich rodziców (P22-P28)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
P22. Czy zauważa Pan/Pani, że technologie cyfrowe (w tym media społecznościowe) wpływają na aspiracje zawodowe lub ścieżkę kariery córki/syna?	1.Wcale nie wpływają	7	5.9%	3.193±0.941
	2.Raczej nie wpływają	15	12.6%	
	3.Trudno powiedzieć / nie wiem	52	43.7%	
	4. Raczej wpływają	38	31.9%	
	5. Zdecydowanie wpływają	7	5.9%	
P24. Jak ocenia Pan/Pani kompetencje cyfrowe córki/syna?	1.Bardzo niskie	1	0.8%	4.017±0.770
	2.Raczej niskie	2	1.7%	
	3.Średnie	22	18.5%	
	4.Raczej wysokie	63	52.9%	
	5.Bardzo wysokie	31	26.1%	
P25. Czy córka/syn aktywnie rozwija swoje kompetencje cyfrowe (np. poprzez kursy online, samodzielną naukę)?	Tak, regularnie i systematycznie	17	14.3%	-
	Tak, czasami	52	43.7%	
	Nie rozwija celowo kompetencji cyfrowych	12	10.1%	
	Rzadko	22	18.5%	
	Nie wiem / trudno powiedzieć	16	13.4%	
P26. Jak ocenia Pan/Pani znaczenie kompetencji cyfrowych dla przyszłości zawodowej córki/syna?	1.Bardzo małe znaczenie	1	0.8%	3.815±0.823
	2.Raczej małe znaczenie	3	2.5%	
	3.Średnie znaczenie	38	31.9%	
	4.Raczej duże znaczenie	52	43.7%	
	5.Bardzo duże znaczenie (kluczowe dla kariery)	25	21.0%	
P27. Czy obawia się Pan/Pani, że rozwój sztucznej inteligencji i automatyzacja mogą zagrozić przyszłości zawodowej córki/syna?	1.Wcale się nie obawiam	10	8.4%	2.933±1.064
	2.Raczej się nie obawiam	45	37.8%	
	3.Trudno powiedzieć	31	26.1%	
	4.Raczej się obawiam	23	19.3%	
	5.Bardzo się obawiam	10	8.4%	
P28. Czy postrzega Pan/Pani rozwój AI i technologii	1.Zdecydowanie zagrożenie	2	1.7%	3.328±0.874

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
cyfrowych bardziej jako szansę czy jako zagrożenie dla kariery córki/syna?	2.Raczej zagrożenie	16	13.4%	
	3.Ani zagrożenie, ani szansa / trudno powiedzieć	52	43.7%	
	4.Raczej szansa	39	32.8%	
	5.Zdecydowanie szansa	10	8.4%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

W ocenie wpływu technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe dzieci (P23) dominująca kategoria odpowiedzi: „pomogły odkryć nowe możliwości zawodowe” miała 30 głosów (21,7% ogółem), z równomiernym rozkładem 12 na pozycji 1; 13 na pozycji 2; 4 na 3 i 1 na 4, co świadczy o uniwersalnym i wszechstronnym postrzeganiu tej odpowiedzi jako kluczowego mechanizmu eksploracji kariery. Kolejną kategorią odpowiedzi rodziców była opcja: „zmotywowały do zdobywania kompetencji cyfrowych” z 25 wskazaniami (18,1%), charakteryzująca się niemal idealnym zrównoważeniem – po 8 głosów na pozycjach 1, 2 i 3 oraz 1 na pozycji 4 – co podkreśla jej stały, długoterminowy wpływ niezależnie od priorytetyzacji kategorii. Kategoria: „pokazały możliwość pracy zdalnej / niezależnej od lokalizacji” z 19 odpowiedziami (13,8%), sugeruje praktyczny, lecz często drugoplanowy atut technologii cyfrowych. Podobny odsetek miały kategorie: „zachęciły do rozwoju własnej marki osobistej / działalności online” (17 głosów, 12,3%) z dominującą pozycją 2 (9 wskazań), odzwierciedlając rosnące znaczenie autopromocji w erze mediów społecznościowych, oraz „zainspirowały do zmiany planów zawodowych / branży” (również 17, 12,3%), z silną koncentracją 16 odpowiedzi na pozycji 1 – typową dla efektów impulsywnych, transformacyjnych.

Tabela 68. Rozkład wskazań odpowiedzi rodziców w zakresie pytania o wpływ technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe dzieci (P23)

W jaki sposób technologie cyfrowe wpływają na aspiracje zawodowe córki/syna? / Pozycja wskazań	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Pomogły odkryć nowe możliwości zawodowe	12	13	4	1	30	21.7%
Zmotywowały do zdobywania kompetencji cyfrowych	8	8	8	1	25	18.1%
Pokazały możliwość pracy zdalnej / niezależnej od lokalizacji	5	6	5	3	19	13.8%
Zachęciły do rozwoju własnej marki osobistej / działalności online	5	9	3	0	17	12.3%
Zainspirowały do zmiany planów zawodowych / branży	16	0	1	0	17	12.3%
Skłoniły do podjęcia pracy w branży związanej z technologiami	4	6	2	1	13	9.4%
Influencerzy / twórcy internetowi stali się wzorcami kariery	2	3	1	2	8	5.8%
Inspirują do tego, że na grach można zarabiać	1	0	0	0	1	0.7%

W jaki sposób technologie cyfrowe wpływają na aspiracje zawodowe córki/syna? / Pozycja wskazań	1	2	3	4	Razem	Udział w %
Brak	1	0	0	0	1	0.7%
Brak informacji	1	0	0	0	1	0.7%
Jeszcze się uczy	1	0	0	0	1	0.7%
Nie dotyczy	1	0	0	0	1	0.7%
Nie wpłynęły	1	0	0	0	1	0.7%
Trudno powiedzieć	1	0	0	0	1	0.7%
Wcale nie wpływają	1	0	0	0	1	0.7%
Wg mnie nie wpływają	1	0	0	0	1	0.7%
Razem	61	45	24	8	138	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 138).

Tabela czterech kategorii binarnych wyróżnionych ze wszystkich odpowiedzi w analizie odpowiedzi rodziców w zakresie pytania o wpływ technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe dzieci (P23) agreguje odpowiedzi 119 rodziców na mechanizmy, przez które technologie cyfrowe kształtują aspiracje zawodowe dzieci, z liczebnością ważoną odzwierciedlającą łączną siłę wskazania każdej kategorii i udziałem procentowym obliczonym jako $(\text{liczebność ważona}/119) \times 100$, co pozwala na bezpośrednie porównanie wpływu na aspiracje cyfrowe dzieci. Najsilniejszą kategorią pod względem liczebności ważonej była „zmiana kierunku kariery” z 77 punktami i 39,1% udziałem, co oznacza, że według ponad 2/3 badanych technologie cyfrowe miały wpływ na rewizję planów zawodowych ich dzieci. Kategoria „rozwój kompetencji cyfrowych” uzyskała 61 punktów ważonych i 31,0% udziału, będąc drugim w kolejności mechanizmem świadczącym o stałej motywacji do nauki umiejętności cyfrowych. „Nowe modele pracy i zarabiania” z 51 punktami i 25,9% udziałem objęła wizje elastycznej pracy (zdalna, marka osobista, gry), reprezentując odleglejszą perspektywę rynku pracy. Kategoria „brak wpływu” z 8 punktami i 4,1% udziałem skupiała neutralne opinie, potwierdzając, że dla 95,9% respondentów wpływ technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe ich dzieci ma mierzalny, pozytywny efekt.

Tabela 69. Szczegółowe kategorie w obrębie odpowiedzi respondentów (P23)

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Zmiana kierunku kariery	Z	77	39.1%
Rozwój kompetencji cyfrowych	R	61	31.0%
Nowe modele pracy i zarabiania	N	51	25.9%
Brak wpływu – odpowiedzi neutralne	B	8	4.1%
Średnia liczba wskazywanych kategorii	-	-	1.655

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Tabela współwystępowania kategorii analizuje pary binarne czterech głównych mechanizmów wpływu technologii cyfrowych: Z: Zmiana kierunku kariery, R: Rozwój kompetencji cyfrowych, N: Nowe modele pracy i zarabiania, B: Brak wpływu za pomocą testu χ^2 , wartości p oraz współczynnika phi, oceniając siłę i kierunek zależności statystycznych. Najsilniejsza zależność ZxB ($\chi^2=15,72$, $\phi=0,3635$) sugeruje, że zmiana kierunku kariery wyklucza brak wpływu, tzn. respondenci wskazujący „zmianę kierunku kariery (Z) nie deklarują „brak wpływu” (B), co potwierdzają także zerowe profile ZB/ZRB/ZNB. Podobna interpretacja dotyczy także istotnego współwystępowania Rozwój kompetencji cyfrowych x brak wpływu (RxB).

Tabela 70. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P23)

Para kategorii binarnych	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
ZxR	0.3185	0.5725	0.0517
ZxN	2.4040	0.1210	0.1421
ZxB	15.7237	0.0001	0.3635
RxN	1.1212	0.2897	0.0971
RxB	9.0202	0.0027	0.2753
SxN	2.6602	0.1029	0.1495

Dominujące profile:

Z - 23.5%

ZR - 16.8%

ZRN - 15.1%

R - 10.1%

RN - 9.2%

ZN - 9.2%

N - 9.2%

B - 6.7%

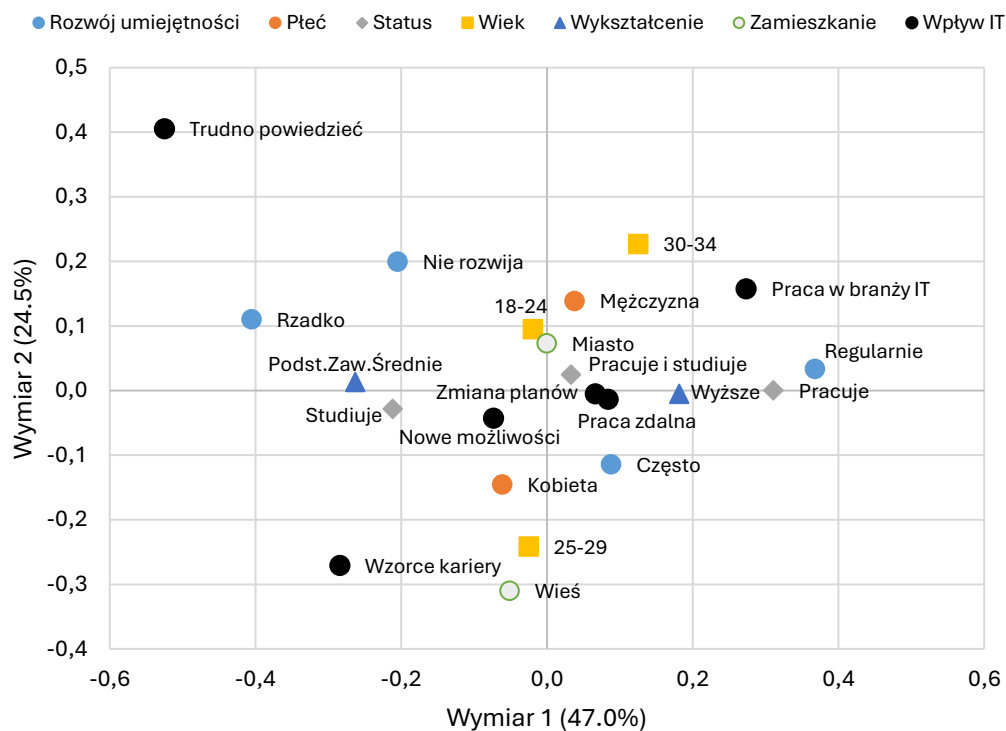
Wszystkie pozostałe kategorie z B są zerowe

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Podsumowując, przeprowadzona analiza wpływu technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe osób w wieku 18-34 lata w ocenie rodziców takich osób ujawniła, że technologie cyfrowe (w tym media społecznościowe i AI) silnie i pozytywnie kształtują aspiracje zawodowe młodych, z umiarkowanym wpływem zauważanym przez 75,6% respondentów (P22: średnia 3,19, 43,7% kategoria 3+4). Mechanizmy wpływu (P23) koncentrują się na odkrywaniu nowych możliwości (21,7%), rozwoju kompetencji cyfrowych (18,1%) i pracy zdalnej (13,8%), agregowane w kategorii Z (zmiana kierunku rozwoju kariery, 39,1%), R (rozwój kompetencji cyfrowych, 31,0%) i N (nowe modele pracy i zarabiania, 25,9%), z marginalną oceną braku wpływu (B 4,1%); średnio 1,66 mechanizmu na osobę. Kompetencje cyfrowe dzieci są oceniane wysoko (P24: średnia 4,02, 79%), rozwijane aktywnie przez 58% (P25: 44% czasami +14% systematycznie), wydają się kluczowe dla rozwoju (P26: średnia 3,82). Mimo umiarkowanych obaw

o AI/automatyzację (P27: średnia 2,93, moda 2), technologia cyfrowa postrzegana jest raczej jako szansa niż zagrożenie (P28: średnia 3,33, 76.5%), z modą na neutralno-pozytywnej ocenie. Współwystępowanie potwierdza polaryzację: aktywne mechanizmy współgrają wykluczając odpowiedzi neutralne B.

Rysunek 6. Wpływ technologii cyfrowych na aspiracje i kompetencje cyfrowe dziecka – analiza korespondencji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza korespondencji opiera się na dwóch głównych, statystycznie istotnych wymiarach wyjaśniających strukturę zależności między wpływem technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe dziecka, jego aktywnością w rozwijaniu kompetencji cyfrowych oraz cechami demograficznymi. Wymiar 1 (47,0%) różnicuje przede wszystkim dzieci aktywne cyfrowo od biernych: po jednej stronie znajdują się osoby regularnie rozwijające kompetencje cyfrowe i postrzegające technologie jako źródło nowych możliwości, inspiracji zawodowych, pracy zdalnej czy kierunku IT, a po drugiej – dzieci, które nie rozwijają kompetencji cyfrowych i deklarują brak wpływu technologii („trudno powiedzieć”). Wymiar 2 (24,5%) porządkuje odpowiedzi według wieku i etapu edukacyjno-zawodowego: młodsze osoby (18-24 lata), częściej studiujące i mieszkające na wsi, lokują się bliżej kategorii braku wpływu technologii i niskiej aktywności cyfrowej, natomiast starsze (25-34 lata), częściej pracujące, z wyższym wykształceniem i mieszkające w mieście grupują się wokół odpowiedzi wskazujących na aspiracyjny, motywacyjny lub kierunkowy wpływ technologii. W efekcie oba wymiary wspólnie pokazują, że technologie cyfrowe pełnią funkcję inspiracyjną i rozwojową przede

wszystkim wśród dzieci starszych, aktywnych zawodowo i cyfrowo, podczas gdy wśród młodszych i mniej zaawansowanych edukacyjnie ich rola pozostaje słabsza lub nieświadomiona.

Rodzice biorący udział w badaniu pogłębionym byli zgodni, że technologie odgrywają istotną rolę w życiu ich dzieci, zarówno studenckim, jak i zawodowym. Technologie są wszechobecne. Rodzice, których dzieci obecnie studiuje, wskazywali na potrzebę sprawdzenia wielu rzeczy w internecie, technologie wspierają według rodzica proces studiowania. „Pokazują różne procesy, szczególnie jeżeli chodzi o takie typowo chemiczne, biologiczne procesy”. Podkreślali, że technologie „bardzo ułatwiają pracę, samo projektowanie różnych systemów. Syn jest na Politechnice. Wobec tego, gdyby miał zaprojektować jakiś system, powiedzmy na przykład energetyczne działanie za pomocą ołówka, linijki, byłoby bardzo czasochłonne. Korzystanie z oprogramowania z komputera, no to jest tylko rozwój dla tej firmy, dla tej branży. Natomiast są zagrożenia, (...) cyberataki, jako takie też możliwe doświadczenie hejtu, ale i też to, że bez kontroli, bez samokontroli młody człowiek nie umie racjonalizować tego czasu, więc to takie największe zagrożenie, że technologia bardzo wciąga, bardzo szybko czas płynie przy komputerze, przy mediach społecznościowych, więc ta technologia cyfrowa może wspomóc takiego świadomego człowieka, ale kogoś, kto nie ma tej samokontroli, może pochłonąć do reszty”.

Technologie są więc w opinii rodziców wszechobecne, każdy obszar funkcjonowania człowieka w mniejszym lub większym stopniu od nich zależy. Stąd też rodzice wskazują na bardzo różne obszary, są też zgodni, że technologie odgrywają istotną rolę w życiu ich dzieci, zarówno studentów, jak i już pracujących. Osoby studiujące mają potrzebę i możliwość sprawdzenia wielu rzeczy w internecie, a technologie wspierają sam proces studiowania. Młodzi ludzie mają możliwość korzystania z różnego typu oprogramowania, co przygotowuje ich do pracy zawodowej. Także wykorzystując technologie mogą docierać do różnych informacji, nawet edukować się oglądając filmy tematyczne, np. prezentujące doświadczenia chemiczne, których nie mogliby w inny sposób zaobserwować. Poza tym dzięki wykorzystaniu technologii młodzi mogą wiele rzeczy wykonać szybciej i na wysokim poziomie. Ale rodzice mają też świadomość, że w wielu przypadkach korzystanie z technologii nadmiernie pochłania czas i angażuje w niepotrzebne aktywności.

Technologie mogą działać inspirująco. Młody człowiek może obserwować różne grupy studentów na interesujących go kierunkach. Pozyskuje wiedzę na temat możliwości udziału w różnych projektach, wyjazdach w ramach programu Erasmus. Technologie cyfrowe mogą pobudzać do działania, inspirują, wskazują drogi eksploracji, a w konsekwencji mogą kreować aspiracje i nowe potrzeby rozwojowe. Ale są też inne aspekty. Świat widziany w internecie może zniechęcać do aktywności. Młody człowiek, obserwując życie wielu influencerów, doświadcza złudnego poczucia, że życie może być

łatwe, że sukces nie wymaga zaangażowania i wysiłku. Jest też niebezpieczeństwo odczuwania swojej niemożności i braku sprawczości.

Jednocześnie badani rodzice deklarowali brak związku między technologiami a aspiracjami zawodowymi. Technologie w ich opinii traktowane są jako narzędzie do pracy, które wspiera ją i wspomaga. Młodzi ludzie mogą inspirować się jakąś konkretną grupą zawodową. Media społecznościowe mogą kreować np. aktywność sportową lub inną, która jest różna od zawodowej. Ponadto dzięki mediom społecznościowym mają możliwość pozyskania wiedzy o różnych, w tym niszowych, aktywnościach, które mogą stać się dla nich inspiracją. Niezalenie od miejsca na świecie mogą obserwować ludzi, czerpać pomysły i osiągać sukcesy.

5.2. Procesy rekrutacyjne i kompetencje w erze cyfrowej

Analiza wyników badań ilościowych przeprowadzonych wśród młodych osób ilustruje, jak młodzi dorośli aktywnie integrują technologie cyfrowe w poszukiwanie pracy i rozwój kariery, odzwierciedlając trendy cyfryzacji rynku pracy w Polsce. Ogólnie rzecz biorąc, analizy wskazują na wysoką aktywność rekrutacyjną, dominację darmowych platform online w procesach poszukiwania pracy oraz rosnącą rolę AI i nieformalnego uczenia się, co kontrastuje z tradycyjnymi metodami i podkreśla adaptację pokolenia cyfrowego do dynamicznych zmian.

Większość respondentów (55,2%) brała udział w procesie rekrutacyjnym w ostatnich dwóch latach, podczas gdy 44,8% nie brała udziału. Wskazuje to na dynamiczny rynek pracy wśród młodych dorosłych, gdzie technologie cyfrowe ułatwiają poszukiwania. Niższy odsetek niezaangażowanych może wskazywać na grupę stabilniejszą zawodowo, prawdopodobnie uczących się i pracujących dorywczo, gdzie technologie cyfrowe obniżają bariery wejścia na rynek.

Tabela 71. Poszukiwanie pracy przez młodych dorosłych w ciągu ostatnich 2 lat (P46)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Nie	159	44.8%
Tak	196	55.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wielokanałowe poszukiwania pracy (łącznie 537 wskazań) odbywają się przez dostępne portale ogólne jak OLX Praca i Pracuj.pl (ponad 50% łącznie), co świadczy o preferencji tanich, lokalnych narzędzi z szybkim dostępem do ofert dla osób początkujących. Mniejszy udział posiada LinkedIn (8%) czy Instagram (1,3%), co pokazuje, że mimo

wplywu mediów społecznościowych na osoby młode stawiają one na praktyczne platformy transakcyjne, co zasadniczo odzwierciedla realia regionalnego rynku pracy.

Tabela 72. Platformy, strony, kanały i narzędzia cyfrowe wykorzystywane przez młodych dorosłych w poszukiwaniu pracy (P47)

Wskazania	Liczebność	Udział %
OLX Praca	140	26.1%
Pracuj.pl	135	25.1%
Facebook (grupy, ogłoszenia)	80	14.9%
Strony internetowe pracodawców	78	14.5%
LinkedIn	43	8.0%
Aplikacje mobilne do poszukiwania pracy	27	5.0%
Indeed	13	2.4%
Instagram (oferty pracy, kontakt z pracodawcami)	7	1.3%
Jooble	2	0.4%
Urząd pracy	3	0.6%
4lomza	1	0.2%
BiałystokOnline	1	0.2%
E-praca	1	0.2%
GoldenLine	1	0.2%
https://oferty.praca.gov.pl/portal/strona-glowna	1	0.2%
Nabory kprm	1	0.2%
Rocketjob	1	0.2%
Nie	1	0.2%
Nie przez Internet	1	0.2%
Inne	1	0.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (łącznie liczba wskazań N=538).

Rozproszone zastosowanie AI (N=256) z naciskiem na automatyzację dokumentów aplikacyjnych (CV – 23%, listy intencyjne– 7,8%) ilustruje świadome wykorzystywanie narzędzi takich jak ChatGPT do wyrównywania szans w konkurencyjnej rekrutacji. Wysoki odsetek osób niewykorzystujących AI (44,5%) sugeruje jednak etap przejściowy adopcji AI wśród młodych, gdzie korzyści mogą przeważać nad obawami o autentyczność aplikacji.

Tabela 73. Wykorzystanie narzędzi AI podczas procesu rekrutacyjnego (łącznie liczba wskazań (P48)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Nie, nie wykorzystywałem/-am AI w procesie rekrutacyjnym	114	44.5%
Tak, do analizy opisów stanowisk	15	5.9%

Wskazania	Liczebność	Udział %
Tak, do pisania CV	59	23.0%
Tak, do pisania listu motywacyjnego	20	7.8%
Tak, do przygotowania się do rozmowy kwalifikacyjnej	29	11.3%
Tak, do badań o firmie / pracodawcy	14	5.5%
Tak, do tłumaczenia dokumentów aplikacyjnych	5	2.0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (łącznie liczba wskazań N=256).

Niska ekspozycja na AI po stronie pracodawców (15,3% potwierdzeń) z dominacją „nie spotkałem/-am się” (55,6%) i niepewnością „nie wiem/nie jestem pewien” (29,1%) wskazuje na początkowe stadium automatyzacji rekrutacji w Polsce – preselekcja CV czy boty wideo pozostają niszą, głównie w dużych firmach. To kontrastuje z przedstawioną wcześniej oceną kompetencji cyfrowych, podkreślając asymetrię: kandydaci adaptują AI szybciej niż przedsiębiorstwa, co może zmieniać dynamikę rynku pracy.

Tabela 74. Wykorzystanie narzędzi AI przez pracodawcę (np. automatyczna preselekcja CV, rozmowa wideo analizowana przez AI, testy kompetencyjne AI) (P49)

Odpowiedzi	Liczebność	Udział %
Nie wiem / nie jestem pewien/-a	57	29.1%
Nie, nie spotkałem/-am się	109	55.6%
Tak, spotkałem/-am się z taką sytuacją	30	15.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (łącznie liczba wskazań N=196).

Wyniki oceny znaczenia kompetencji cyfrowych w kontekście rozwoju zawodowego jednoznacznie wskazują, że respondenci – osoby w wieku 18-34 lata – postrzegają kompetencje cyfrowe jako ważny element współczesnej kariery, choć niekoniecznie kluczowy. Największa grupa badanych (52,7%) ocenia znaczenie kompetencji cyfrowych jako mające „raczej duże znaczenie”, co sugeruje, że ponad połowa respondentów dostrzega ich istotną rolę w budowaniu wizerunku, zdobywaniu informacji czy rozwijaniu kompetencji zawodowych. Kolejne 15,5% wskazuje na ich „bardzo duże znaczenie”, uznając kompetencje cyfrowe za wręcz kluczowe dla kariery. Znaczenie umiarkowane („średnie znaczenie”) deklaruje 24,8% badanych, co może oznaczać, że dla części respondentów kompetencje cyfrowe są jednym z wielu czynników wpływających na rozwój zawodowy, ale nie dominującym. Niewielki odsetek (łącznie 7,1%) ocenia to znaczenie jako „małe lub raczej małe”, co wskazuje, że tylko nieliczni nie widzą w kompetencjach cyfrowych wartości zawodowej. Średnia 3,75 (w skali 1-5) potwierdza, że ogólna percepcja znaczenia kompetencji cyfrowych jest wysoka, a relatywnie niskie odchylenie standardowe (0,848) świadczy o znacznej zgodności odpowiedzi. Wyniki te

sugerują, że choć respondenci nie zawsze chcą wiązać rozwój swojej kariery zawodowej z posiadaniem kompetencji cyfrowych, to jednocześnie uznają je za ważne narzędzie wspierające rozwój zawodowy.

Tabela 75. Znaczenie kompetencji cyfrowych na obecnym rynku pracy (P50)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Małe znaczenie	1	7	2.0%
Raczej małe znaczenie	2	18	5.1%
Średnie znaczenie	3	88	24.8%
Raczej duże znaczenie	4	187	52.7%
Bardzo duże znaczenie (kluczowe dla kariery)	5	55	15.5%
Średnia	3.75	-	-
Odchylenie standardowe	0.848	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Nieformalne kanały (YouTube 22,4%, samodzielna nauka 19,1%) wyprzedzają formalne (studia 20,3%) rozwijanie kompetencji cyfrowych, co pokazuje kulturę samokształcenia wśród młodych dorosłych w erze darmowych zasobów cyfrowych i ograniczoną rolę płatnych kursów (6,2%). Różnorodność podejść (N=923) wskazanych przez 355 respondentów podkreśla proaktywność młodych, dostosowaną do szybkich zmian technologicznych na rynku pracy.

Tabela 76. Sposoby rozwijania kompetencji cyfrowych na rynku pracy przez młodych dorosłych (P51)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Kursy online (Udemy, Coursera, LinkedIn Learning, inne platformy)	57	6.2%
Nie rozwijam kompetencji cyfrowych w sposób celowy	48	5.2%
Samodzielna nauka metodą prób i błędów	176	19.1%
Studia / szkoła	187	20.3%
Szkolenia w miejscu pracy	93	10.1%
Uczenie się od innych użytkowników / społeczność online	101	10.9%
Webinary / warsztaty online	54	5.9%
YouTube (tutoriale, poradniki)	207	22.4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (łącznie liczba wskazań N=923).

Zaangażowanie młodych w budowanie marki osobistej w mediach społecznościowych (LinkedIn, Instagram) w celach zawodowych jest umiarkowane, ale świadome, z dominacją kategorii „nie, w ogóle się tym nie zajmuję” (54,1%). Średnia 1,86 (SD=1,085) potwierdza niskie ogólne zaangażowanie w budowanie marki osobistej online oraz brak jednolitej postawy i wyraźne rozwarstwienie zaangażowania – większość

nie podejmuje takich działań, ale istnieją też mniejsze grupy o bardziej proaktywnych podejściach. Większość respondentów nie traktuje budowania wizerunku online jako priorytetu kariery, co jest zgodne z 17,2% zainteresowaniem karierą influencera. Tylko 9 osób (2,5%) „aktywnie i systematycznie” działa w tym zakresie, podczas gdy 18 (5,1%) „raczej tak”, 80 (22,5%) czasami myśli o tym, ale bez konsekwencji.

Tabela 77. Budowanie własnej marki osobistej w mediach społecznościowych (np. LinkedIn, Instagram), w celach zawodowych (P52)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Nie, w ogóle się tym nie zajmuję	1	192	54.1%
Raczej nie	2	56	15.8%
Czasami o tym myślę, ale nie działam konsekwentnie	3	80	22.5%
Raczej tak	4	18	5.1%
Tak, aktywnie i systematycznie	5	9	2.5%
Średnia	1.86	-	-
Odchylenie standardowe	1.085	.	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (łącznie liczba wskazań N=923).

W badaniach jakościowych pogłębiających młodzi dorośli zdecydowanie oddzielają kompetencje cyfrowe rozumiane jako umiejętności informatyczne od umiejętności wykorzystania mediów społecznościowych. W perspektywie badanych pojęć nie należy ich ze sobą utożsamiać, gdyż wiążą się z różnymi kompetencjami i wzajemnie się nie zastępują, np.: „Tak, ja bym tutaj bardzo mocno to oddzieliła od siebie, bo to, że ktoś korzysta na bieżąco z mediów społecznościowych wcale nie oznacza, że poradzi sobie, jeżeli jego praca będzie związana z rzeczami cyfrowymi i tak samo, jeżeli ktoś jest kompetentny, bardzo informatyczny i tak dalej, wcale nie oznacza, że korzysta z telefonu 24/7”. Granica między poszczególnymi umiejętnościami jest wyraźnie sygnalizowana przez badanych. Pozwala to sądzić, że świadomość w zakresie określonych umiejętności jest na dość wysokim poziomie, a sama umiejętność wejścia do internetu, logowania się i korzystania z aplikacji, zwłaszcza społecznościowych, to zbyt mało, by móc uznać daną osobę za kompetentną w obszarze umiejętności cyfrowych. Ich zakres w perspektywie badanych jest dużo szerszy i bardziej zróżnicowany.

W wypowiedziach pracodawców, w kontekście kompetencji cyfrowych posiadanych przez osoby młode, technologie cyfrowe pojawiają się przede wszystkim jako środowisko codziennej pracy, a nie odrębna „innovacja”. To przesunięcie jest ważne, gdyż rozmówcy nie opisują już samego faktu korzystania z narzędzi, lecz raczej jakość ich użycia, konsekwencje organizacyjne oraz ryzyka dla efektywności i dobrostanu. Wspólnym tłem jest przekonanie, że młodzi pracownicy poruszają się w technologiach szybciej, lecz nie oznacza to automatycznie kompetencji zawodowych rozumianych jako

odpowiedzialność, krytyczne myślenie i rozumienie procesu, które są równie ważne z punktu widzenia pracodawców.

Badani przedstawiciele pracodawców branży medycznej wskazywali, że różnice pokoleniowe w obszarze kompetencji cyfrowych stały się „bardzo zauważalne”. Podkreślali, że część osób starszych potrafi obsługiwać smartfon głównie na poziomie odebrania telefonu czy wysłania SMS, natomiast aplikacje i rozwiązania cyfrowe nie są dla nich oczywistością, a w dodatku nie wszystkie stanowiska w szpitalu wymagają pracy przy komputerze. W tej samej wypowiedzi pojawia się też ważna uwaga organizacyjna: nawet gdy pracodawca widzi sens w cyfryzacji, barierą pozostaje koszt oprogramowania, a obieg dokumentów bywa wciąż papierowy.

Jednocześnie obraz „intuicyjnej przewagi młodych” był przez innych rozmówców doprecyzowywany i relatywizowany. Przedsiębiorcy reprezentujący branżę systemów i narzędzi organizacyjnych podkreślali, że młodzi szybciej „łapią” obsługę systemów, ale równocześnie zauważali różnicę w nastawieniu: starsi częściej „przyjmują zadanie” i je wykonują, podczas gdy młodzi bywają mniej cierpliwi wobec procedur i „klikania”, jakby przyzwyczajeni do świata, w którym jednym kliknięciem da się załatwić wszystko. Co istotne, nie jest to krytyka technologicznej sprawności młodych, lecz obserwacja ich oczekiwań wobec narzędzi i procesów oraz potencjalnej frustracji, gdy praca wymaga sekwencji działań, kontroli jakości i rutyny. Młodzi szybciej działają, ale starsi częściej zachowują ostrożność, więcej się zastanawiają i zwracają uwagę, a u młodych może pojawiać się skłonność do „kliknięcia” bez refleksji.

Pracodawcy nie tworzą jednego obrazu młodego pracownika jako „cyfrowego eksperta”. Raczej rozróżniają sprawność użytkowania od dojrzałości zawodowej. Reprezentant przedsiębiorstwa produkcyjnego zwracał uwagę, że młodzi nie zawsze wynoszą ze szkoły realne umiejętności obsługi programów potrzebnych w pracy, mimo że intuicyjnie kojarzy się ich z „pokoleniem technologii”. Z drugiej strony, w podmiocie, który szeroko korzysta z aplikacji pracowniczych i cyfrowych procesów HR, podkreślano, że to młodszym jest „łatwiej”, a starsi czasem proszą o pomoc nawet w intuicyjnych narzędziach, co jednak pokazuje nie tyle różnice w potencjale, ile w codziennych nawykach i pewności siebie wobec systemów.

Bardzo wyraźną osią interpretacyjną w badaniu pracodawców stał się temat telefonu i mediów społecznościowych w pracy, ponieważ tu ujawniło się pełne spektrum strategii organizacyjnych. W produkcji występuje model prewencyjny, oparty na zakazie lub ograniczeniu dostępu, uzasadniany bezpieczeństwem i koniecznością koncentracji. Przedstawiciel branży wyjaśniał, że gdyby dopuszczono telefony przy maszynach, „na pewno by rozpraszały”, a praca stałaby się przerywana „oderwaniem się na chwilę na telefon”, co jest o tyle wiarygodne, że analogiczne rozproszenie ten sam reprezentant pracodawców obserwował już przy stanowiskach komputerowych. Taka perspektywa

nie neguje technologii jako takiej, ale pokazuje, że w części środowisk pracy kluczowym problemem jest walka o uwagę, nie o dostęp do narzędzi.

W części organizacji stosowany jest model umiarkowania i zarządzania normami, w którym media społecznościowe nie są traktowane jako problem systemowy, dopóki nie przekładają się na zaniedbywanie obowiązków. Część pracodawców nie zauważa, aby pracownicy „nadmiernie korzystali” i zaniedbywali pracę z powodu mediów. Jeszcze inny wariant pojawia się w podmiotach, które akceptują używanie technologii cyfrowych w granicach rozsądku, i nie robi z tego „większego problemu”, jeśli nie wpływa to na zadania i relacje w zespole. Jednocześnie materiał ujawnia także model „zakazu deklaratywnego”, w którym formalnie zakaz istnieje, ale organizacja przyznaje, że nie ma pełnej kontroli i nie jest w stanie weryfikować zachowania każdego pracownika, co czyni regulację częściowo symboliczną. To zestawienie trzech podejść jest istotniejsze niż sama polaryzacja, bo pokazuje, że praktyki zarządzania technologią zależą od mierzalności pracy, warunków bezpieczeństwa i realnej możliwości wykonywania nadzoru.

Z perspektywy analitycznej kluczowe jest to, że pracodawcy nie są zgodni ani w ocenie technologii, ani w diagnozie młodych pracowników, a różnice ich zdań nie układają się wyłącznie w prostą oś „za i przeciw”. Raczej tworzą kontinuum, w którym obok stanowisk skrajnych istnieją stanowiska pragmatyczne, warunkowe i ostrożne. W obszarze kompetencji cyfrowych młodzi są jednocześnie opisywani jako szybsi i bardziej intuicyjni oraz jako mniej cierpliwi wobec procedur i mniej uważni. Nie jest to sprzeczność, lecz opis dwóch stron tej samej adaptacji: szybkość i intuicyjność mogą prowadzić do efektywności w zadaniach prostych, ale mogą generować napięcia w systemach wymagających dyscypliny procesowej. W obszarze mediów społecznościowych i telefonu w pracy spektrum obejmuje twardą prewencję (zakaz z powodów jakości i bezpieczeństwa), miękką tolerancję (jeśli nie wpływa na pracę) oraz zakazy, które istnieją tylko formalnie, bo organizacja nie ma narzędzi egzekwowania. Ta różnorodność podpowiada, że najlepsze rozwiązania nie są „uniwersalne”, lecz zależą od charakteru pracy i od tego, czy wynik pracy da się łatwo zmierzyć, a ryzyko błędu jest wysokie.

Zgromadzony materiał empiryczny pozwala na stwierdzenie, że technologie cyfrowe nie wywierają jednolitego wpływu dla młodych pracowników w województwie podlaskim, lecz wzmacniają różnice wynikające z branży, charakteru zadań i kultury organizacyjnej. Młodzi są postrzegani jako sprawni użytkownicy technologii, ale w oczach pracodawców istotniejsze od samej „sprawności” stają się uważność, krytycyzm i zdolność funkcjonowania w procedurach. W jednych przedsiębiorstwach telefon i media społecznościowe są zarządzane zakazem, w innych normą i zaufaniem, a w jeszcze innych regulacja pozostaje częściowo deklaratywna, bo nie da się jej realnie egzekwować.

5.3. Nowe modele pracy w kontekście automatyzacji oraz sztucznej inteligencji (AI)

Praca hybrydowa jawi się w badaniu ilościowym osób młodych w wieku 18-34 lata jako najatrakcyjniejszy model (42,8%), co świadczy o kompromisowym podejściu młodych do równowagi między elastycznością cyfrową a strukturą biurową. Kolejne miejsce zajmuje tradycyjna praca stacjonarna (19,4%), wskazując na potrzebę stabilności wśród tej części grupy, w której etaty dominowały w statusie zawodowym. Zaskakująco wysoko ulokowana została przez młodzież, wśród modeli pracy, własna działalność gospodarcza/przedsiębiorczość cyfrowa (16,6%), co może odzwierciedlać aspiracje części osób do niezależności wsparte platformami takimi jak LinkedIn. Niska atrakcyjność pracy zdalnej (11%) i marginalna atrakcyjność gig economy (0,6%) lub freelancingu (4,5%) podkreślają ostrożność wobec pełnej niestabilności mimo doświadczeń z rekrutacjami online. W obecnej rzeczywistości pracy respondenci wolą pracę hybrydową.

Tabela 78. Atrakcyjność modelu pracy (P53)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Freelancing (praca na własny rachunek jako wolny strzelec) / praca projektowa	16	4.5%
Nie mam preferencji	17	4.8%
Praca hybrydowa (część stacjonarnie, część zdalnie)	152	42.8%
Praca stacjonarna (w biurze, 5 dni w tygodniu)	69	19.4%
Praca w biurze, 4 dni w tygodniu, skrócony czas	1	0.3%
Praca w modelu gig economy (praca na żądanie, zlecenia)	2	0.6%
Praca zdalna (100% z domu)	39	11.0%
Własna działalność gospodarcza / przedsiębiorczość cyfrowa	59	16.6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Większość respondentów postrzega technologie cyfrowe jako czynnik zwiększający dostępność elastycznych form pracy. Aż 43,7% wskazało „raczej pozytywny wpływ”, a kolejne 16,9% – „bardzo pozytywny wpływ”, co łącznie daje ponad 60% ocen pozytywnych. Odpowiedzi neutralne stanowiły 31,8% wskazań, co sugeruje, że część badanych nie dostrzega wyraźnej zmiany form zatrudnienia lub nie ma jednoznacznej opinii. Oceny negatywne są marginalne (łącznie 7,6%). Średnia 3,68 potwierdza przewagę ocen pozytywnych w zakresie wpływu technologii cyfrowych na zmiany modeli pracy, a odchylenie standardowe 0,887 wskazuje na umiarkowane zróżnicowanie opinii – większość odpowiedzi skupia się wokół pozytywnej części skali, ale nie brakuje też postaw neutralnych.

Tabela 79. Ocena wpływu technologii cyfrowych na dostępność elastycznych form zatrudnienia (praca zdalna, freelancing, gig economy) (P54)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo negatywny wpływ	1	7	2.0%
Raczej negatywny wpływ	2	20	5.6%
Neutralny / bez wpływu	3	113	31.8%
Raczej pozytywny wpływ	4	155	43.7%
Bardzo pozytywny wpływ	5	60	16.9%
Średnia	3.68	-	-
Odchylenie standardowe	0.887	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Obawy przed negatywnym wpływem automatyzacji i AI są umiarkowane i zróżnicowane. Największa grupa respondentów deklaruowała niepewność w obszarze wpływu automatyzacji i AI na ich sytuację zawodową. Odpowiedź „trudno powiedzieć” wybrało 37,7% respondentów, co sugeruje brak jednoznacznego stanowiska lub niewystarczającą wiedzę na temat konsekwencji zmian technologicznych. Kolejne 28,5% „raczej się nie obawia”, a 14,9% „wcale się nie obawia”, co łącznie daje 43,4% ocen wskazujących na niski poziom lęku. Z drugiej strony 18,9% badanych wyraża obawy („raczej się obawiam” lub „bardzo się obawiam”), co pokazuje, że część respondentów dostrzega potencjalne zagrożenia dla stabilności zatrudnienia. Średnia 2,65 lokuje ogólny poziom obaw nieco poniżej środka skali, a odchylenie standardowe 1,041 świadczy o wyraźnym rozproszeniu opinii – od pełnego braku obaw po wyraźne niepokoje.

Tabela 80. Ocena wpływu automatyzacji i sztucznej inteligencji na zajmowane stanowisko pracy i perspektywy zawodowe (P55)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Wcale się nie obawiam	1	53	14.9%
Raczej się nie obawiam	2	101	28.5%
Trudno powiedzieć	3	134	37.7%
Raczej się obawiam	4	51	14.4%
Bardzo się obawiam	5	16	4.5%
Średnia	2.65	-	-
Odchylenie standardowe	1.041	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Respondenci najczęściej przyjmują postawę neutralną wobec wpływu AI na ich karierę – odpowiedź „ani zagrożenie, ani szansa” wybrało 47,9% badanych. Jednocześnie 31,6% osób dostrzega w rozwoju AI raczej lub zdecydowanie szansę (26,5% + 5,1%), co

wskazuje na umiarkowany optymizm wobec nowych technologii. Oceny negatywne są wyraźnie rzadsze: 20,6% respondentów postrzega AI jako zagrożenie (14,1% „raczej zagrożenie”, 6,5% „zdecydowanie zagrożenie”). Średnia 3,10 lokuje ogólną ocenę tuż powyżej środka skali, co sugeruje postrzeganie AI bardziej jako szansy, choć bez wyraźnej dominacji. Odchylenie standardowe 0,927 wskazuje na umiarkowane zróżnicowanie opinii – większość odpowiedzi mieści się w środkowej części skali, ale widoczne są także mniejsze grupy o wyraźnie pozytywnych lub negatywnych ocenach.

Tabela 81. Postrzeganie rozwoju AI i automatyzacji bardziej jako zagrożenie czy jako szansę dla swojej kariery (P56)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Zdecydowanie zagrożenie	1	23	6.5%
Raczej zagrożenie	2	50	14.1%
Ani zagrożenie, ani szansa	3	170	47.9%
Raczej szansa	4	94	26.5%
Zdecydowanie szansa	5	18	5.1%
Średnia	3.10	-	-
Odchylenie standardowe	0.927	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Reasumując, badanie ilościowe osób młodych ujawnia pragmatyczne preferencje młodych wobec modeli pracy, z dominacją hybrydowej formy zatrudnienia (42,8%) jako kompromisu między elastycznością cyfrową a stabilnością. Technologie cyfrowe postrzegane są raczej negatywnie lub neutralnie pod kątem elastycznych form zatrudnienia (średnia 2,65), co tłumaczy raczej niską atrakcyjność pełnej pracy zdalnej czy gig economy. Oceny AI i automatyzacji idą raczej w kierunku szansy (średnia 3,10, 47,9% odpowiedzi „ani zagrożenie, ani szansa”), co w jakimś stopniu koresponduje z wcześniejszą wysoką oceną kompetencji cyfrowych.

Z badania pogłębiającego przeprowadzonego wśród młodych dorosłych wyłania się z kolei obraz młodych, którzy mają problem z precyzyjnym określeniem, jakie konkretnie możliwości daje sztuczna inteligencja, choć deklarują, że je dostrzegają. Powierzchnowy obraz prawdopodobnie wynika z braku wiedzy na temat możliwości samej sztucznej inteligencji i kierunku jej rozwoju. Nie bez znaczenia jest sam aspekt zakresu jej wykorzystania na danym etapie kariery/nauki. Bez relatywnie szerokiej wiedzy zastosowania sztucznej inteligencji w pracy czy w biznesie. Badania pokazują jednak, że w ocenie respondentów w obszarach, w których podstawą są relacje pomiędzy ludźmi, prawdopodobieństwo zastąpienia AI jest relatywnie niskie (obsługa klienta, edukacja, doradztwo zawodowe itp.). Rynek pracy zmieni się również w kontekście zawodów, gdzie automatyzacja i robotyzacja wymusi przekształcenia w obszarze nowych zawodów. W obszarze zagrożeń, które niesie ze sobą wykorzystanie AI, respondenci nie byli

w stanie precyzyjnie ich wskazać jednak w większości sugerowali, że nie obawiają się o własną pracę i rozwój pomimo dostępności sztucznej inteligencji. W ocenie respondentów rozwój sztucznej inteligencji dopiero się rozpoczął i aktualnie bardzo trudno ocenić, w jakim kierunku AI będzie się rozwijać, stąd też trudno określić jej potencjał i zakres zastosowania w przyszłości, np.: „AI tak naprawdę dopiero się rozwija i ludzie nie do końca wiedzą, w którą stronę może to pójść. Z jednej strony widzą w tym szansę, z drugiej strony widzą w tym też bardzo wiele zagrożeń, więc tutaj te wyniki akurat świetnie oddają to, czym AI może być. To tak jak z bankowością elektroniczną czy Internetem. Internet jest wykorzystywany i do celów szlachetnych, ale też i do przestępstw. Koniec końców ten świat jest w miarę poukładany i więcej znajdziemy tych dobrych stron niż tych złych i podobnie widzę to ze sztuczną inteligencją”. Respondenci wskazują, że w kontekście rozwoju AI istotne jest również podejście do samego nabywania wiedzy w zakresie technologii. Dla osób, które będą poszerzać specjalizację, uczyć się, AI może być realnym wsparciem i szansą, dla osób, które nie wejdą w proces uczenia, może być potężnym wyzwaniem z trudnymi do przewidzenia skutkami dla rozwoju zawodowego. W najgorszym przypadku brak zaznajomienia z technologią może decydować o wykluczeniu. Respondentom trudno w sposób jednoznaczny określić nowe zawody, nie mają jednak wątpliwości co do tego, że rynek pracy będzie się zmieniał, a wpływ AI na ten proces jest wysoki.

Z badania pracodawców wyłonił się szczególnie bogaty, wielowariantowy obraz sztucznej inteligencji. W części wywiadów AI jest opisywana jako narzędzie czysto zadaniowe, wzmacniające efektywność: „Zamiast wertować wielostronicową instrukcję ekspresu do kawy pracownicy wpisują komunikat błędu do ChatGPT i w kilku krokach uzyskują wskazówki naprawy”, co respondenci oceniali jednoznacznie jako korzyść. Jednocześnie w świadomości pracodawców AI nie jest traktowana jako narzędzie do wszystkiego, np. w obszarze treści do mediów społecznościowych badane podmioty deklarowały tworzenie treści samodzielnie, w oparciu o trendy i cele marketingowe, gdzie AI ma swoje miejsce „pomocnicze”, a nie zastępcze.

Obok podejścia zadaniowego i neutralno-opisowego w części badanych przypadków pojawiło się podejście normatywne, które dopuszcza AI, lecz kładzie nacisk na granice. Przedstawiciele branży gastronomicznej wskazywali na zielone światło na pewne formy użycia, czasem „w formie zabawy”, ale tylko do momentu, w którym nie przekracza się granicy ustalonej przez kierownictwo i standardy pracy. W części badanych przedsiębiorstwach wybrzmiewał lęk bardziej fundamentalny: „AI i nowe technologie mogą stać się niebezpieczne, bo częste korzystanie» wyłącza myślenie «”. Rozmówcy łączyli to nie tylko z pracą, ale też ogólnie z rozwojem dzieci i młodzieży, wskazując na komunikację głosową zamiast pisanej i konsekwencje w postaci problemów ortograficznych. To głos ważny, bo odwołuje się do długofalowego ryzyka kulturowego, a nie tylko do krótkoterminowej produktywności.

Równoległe część pracodawców wskazywała, że ryzyko „bezmyślnego kopiowania” treści generowanych przez AI nie musi być doświadczeniem powszechnym. To stanowisko równoważy narrację katastroficzną i sugeruje, że wpływ AI zależy od charakteru zadań i tego, czy w danej organizacji w ogóle istnieją obszary pracy sprzyjające „generowaniu treści”, czy raczej dominuje praca procesowa i produkcyjna.

Badanie zdefiniowało więc organizacje, w których AI służy doraźnym usprawnieniom i jest oceniana wyraźnie pozytywnie. Są środowiska, gdzie AI jest powszechnym narzędziem młodych, ale bez jednoznacznej oceny, są też głosy, które w AI widzą ryzyko erozji myślenia i jakości języka, a obok tego istnieją odpowiedzi, w których nie odnotowuje się „bezmyślnego kopiowania” w pracy. W świetle tych danych sensowne staje się nie pytanie: „Czy AI pomaga?”, lecz pytanie: „W jakich zadaniach pomaga, a w jakich degradowuje kompetencje i jakie mechanizmy kontroli jakości są potrzebne?”.

Wyniki badania pracodawców sugerują, że wpływ technologii cyfrowych na młodych pracowników ujawnia się jako kombinacja przyspieszenia i kosztów ubocznych. Przyspieszenie dotyczy dostępu do informacji, rozwiązywania problemów technicznych i skracania ścieżek wykonania zadania, co dobrze ilustruje przykład użycia ChatGPT do diagnozy komunikatu błędu w urządzeniu. Koszty uboczne dotyczą rozproszenia uwagi, presji natychmiastowości oraz potencjalnej utraty cierpliwości wobec procedur i procesów. W firmie działającej na systemach pojawia się nawet intuicja, że młodzi mogą „przestać myśleć” w sytuacji, gdy technologia zbyt mocno przejmuje rolę poznawczą, podczas gdy starsi wykazują większą ostrożność. W przypadku AI opinie tworzą pełne spektrum od entuzjazmu zadaniowego, przez podejście warunkowe, po obawy o erozję myślenia i kompetencji językowych, przy jednoczesnym istnieniu organizacji, które nie obserwują problemu bezmyślnego wklejania treści wygenerowanych przez AI w praktyce pracy.

Rozdział 6. Funkcjonowanie psychospołeczne w erze cyfrowej

Dynamiczny rozwój technologii cyfrowych w ostatnich dekadach fundamentalnie przekształcił sposób funkcjonowania człowieka, wpływając na wszystkie sfery jego życia: zawodową, społeczną i osobistą. Szczególnie intensywne oddziaływanie technologii cyfrowych obserwuje się w przypadku pokolenia młodych dorosłych, dla których środowisko cyfrowe stanowi nie tyle przestrzeń opcjonalną, co integralny wymiar codziennej egzystencji. Smartfony, media społecznościowe, platformy streamingowe oraz aplikacje oparte na sztucznej inteligencji wpisały się trwale w rytm dnia, kształtując wzorce komunikacji, sposoby nawiązywania i podtrzymywania relacji interpersonalnych, a także mechanizmy radzenia sobie ze stresem i regulacji emocjonalnej. Ów wszechobecny charakter technologii cyfrowych rodzi pytania o ich rzeczywisty wpływ na dobrostan psychiczny młodych osób – wpływ, który, jak wskazują liczne obserwacje społeczne i doniesienia kliniczne, może być zarówno korzystny, jak i głęboko destabilizujący.

Wyniki przeprowadzonych badań pozwalają na podjęcie próby empirycznej charakterystyki społeczno-psychologicznych aspektów funkcjonowania młodych mieszkańców województwa podlaskiego w warunkach intensywnej cyfryzacji życia codziennego. Przeprowadzone analizy objęły szerokie spektrum związanych z tym zagadnień, od subiektywnie postrzeganego stanu zdrowia psychicznego i doświadczeń związanych z objawami depresji, lęku oraz zaburzeń snu, przez zjawisko uzależnienia od technologii i jego przejawy behawioralne, aż po jakość relacji interpersonalnych, skalę doświadczeń z cyberprzemocą, kompetencje w zakresie rozpoznawania dezinformacji oraz zdolność do zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym. Uzupełnieniem perspektywy osób młodych są dane uzyskane od rodziców oraz ekspertów – specjalistów z zakresu zdrowia psychicznego i pracodawców, których obserwacje pozwalają na wieloaspektową, triangulacyjną interpretację badanych zjawisk. Wyniki analiz odzwierciedlają złożoność analizowanej problematyki. Postępując od wymiaru indywidualnego ku wymiarowi społecznemu, określają technologie cyfrowe jako czynnik, który w zależności od kontekstu i skali użytkowania może pełnić zarówno funkcję zasobu adaptacyjnego, jak i źródła poważnych obciążeń psychospołecznych.

6.1. Zdrowie psychiczne i samopoczucie młodych w kontekście uzależnienia od technologii cyfrowych

Badane osoby młode, zapytane o ogólną ocenę swojego samopoczucia psychicznego w ostatnim miesiącu, wskazywały, że jest ono średnie. Umiarkowana samoocena (średnia 3,10, SD=0,999) z równoważnymi wskazaniem „raczej dobre” i „ani dobre, ani złe” (36,1% każda) wskazała na stabilny, lecz nieoptymalny stan psychiczny typowy dla młodych dorosłych w okresie przejściowym (studia/praca). „Bardzo dobre”

samopoczucie zgłosiły 42 osoby (11,8%), podczas gdy tylko 18 (5,1%) – „bardzo złe”. Choć uzyskane wyniki nie wskazują na istnienie sytuacji kryzysowych, to widoczna jest potrzeba wsparcia młodych w erze cyfrowej presji.

Tabela 82. Ocena samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (N=355) (P57)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo złe	1	18	5.1%
Raczej złe	2	39	11.0%
Ani dobre, ani złe	3	128	36.1%
Raczej dobre	4	128	36.1%
Bardzo dobre	5	42	11.8%
Średnia	3.10	-	-
Odczylenie standardowe	0.999	-	--

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Najczęstsze wskazywane przez młodych dorosłych problemy subkliniczne obejmowały: zmęczenie/brak energii („czasami/często” 196 osób, 55,5% łącznie), trudności koncentracji („czasami” 101, 28,5%), smutek („czasami” 116, 32,7%). Pozytywne sygnały, jakie odnotowano, to fakt, że w ocenie niskiego poczucia własnej wartości i osamotnienia wskazywane było głównie „nigdy” (123+131=254, 71.5%), co kontrastuje z wpływem technologii cyfrowych na samoocenę. Objawy przytłoczenia obowiązkami (15,5% „bardzo często”) korelują z aktywnymi rekrutacjami i hybrydowymi preferencjami pracy i mogły być związane z aktywnym uczestnictwem respondentów w procesach rekrutacyjnych lub pracujących hybrydowo (takie wybory w stosunku do preferencji co do pracy hybrydowej mogły łączyć się z nieświadomym brakiem właściwej organizacji pracy, prowadzącym do zmęczenia, w wyniku np. nawarstwiania się obowiązków).

Tabela 83. Ocena wybranych kategorii samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (P58)

Wskazania	Bardzo często	Czasami	Często	Nigdy	Rzadko
Uczucie smutku, przygnębienia	19	116	55	52	113
	5.4%	32.7%	15.5%	14.6%	31.8%
Trudności z koncentracją	38	101	65	46	105
	10.7%	28.5%	18.3%	13.0%	29.6%
Trudności z zasypianiem, wybudzanie się, zły jakościowo sen	50	83	66	67	89
	14.1%	23.4%	18.6%	18.9%	25.1%
Uczucie lęku, niepokoju	22	62	51	114	106
	6.2%	17.5%	14.4%	32.1%	29.9%

Wskazania	Bardzo często	Czasami	Często	Nigdy	Rzadko
Zmęczenie, brak energii	57	99	98	34	67
	16.1%	27.9%	27.6%	9.6%	18.9%
Drażliwość, napięcie	25	101	54	83	92
	7.0%	28.5%	15.2%	23.4%	25.9%
Poczucie osamotnienia	20	73	29	131	102
	5.6%	20.6%	8.2%	36.9%	28.7%
Niskie poczucie własnej wartości	22	67	40	123	103
	6.2%	18.9%	11.3%	34.6%	29.0%
Trudności w podejmowaniu decyzji	24	98	35	89	109
	6.8%	27.6%	9.9%	25.1%	30.7%
Uczucie przytłoczenia obowiązkami	55	84	68	62	86
	15.5%	23.7%	19.2%	17.5%	24.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Zdecydowana większość, bo 95,2% respondentów (338 osób), nie zgłaszała dodatkowych objawów poza standardowymi problemami stresowymi wyszczególnionymi w tabeli poniżej. Marginalne przypadki ekstremalnych stanów obejmowały frustrację z porównywania się do influencerów (1 osoba, 0,3%), stany depresyjne, ataki paniki, wypalenie zawodowe i zaburzenia odżywiania (po 1 osobie, 0,3%). Ogólnie, w przypadku samooceny, zaobserwowano brak poważnych kategorii samopoczucia psychicznego na poziomie badanej próby.

Tabela 84. Doświadczenie innych stanów samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (P59)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Przebodźcowanie	2	0.6%
Ataki paniki, ciągły stres	1	0.3%
Bezsens wynikający z codzienności.	1	0.3%
Bóle stawów	1	0.3%
Brak	1	0.3%
Brak chęci ogólnie do życia	1	0.3%
Frustracja- porównywanie się z influencerami powoduje drastyczne obniżanie wartości własnych osiągnięć	1	0.3%
Nerwy	1	0.3%
Rozczarowanie tym jak ludzie mnie postrzegają i depresja	1	0.3%
Rozdrażnienie	1	0.3%
Stany ciężkiej depresji, zaburzenia lękowe	1	0.3%
Wybudzanie się	1	0.3%
Wypalenie zawodowe	1	0.3%
Zaburzenie odżywiania	1	0.3%

Wskazania	Liczebność	Udział %
Zadowolenie	1	0.3%
Brak doświadczeń ¹	338	95.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wpływ technologii cyfrowych (media społecznościowe, smartfon, internet) na zdrowie psychiczne w ocenie młodych dorosłych jest neutralny (211 osób, 59,4% „neutralny / bez wpływu”) lub umiarkowanie negatywny (75 osób, 21,1% „raczej negatywny”; średnia 2,88). Tylko 54 osoby (15,2%) widzą pozytywny efekt, co z kolei potwierdza świadomość braku znaczącej poprawy samopoczucia psychicznego dzięki technologiom cyfrowym.

Tabela 85. Ocena wpływu technologii cyfrowych (media społecznościowe, smartfon, internet) na zdrowie psychiczne (P60)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo negatywny	1	15	4.2%
Raczej negatywny	2	75	21.1%
Neutralny / bez wpływu	3	211	59.4%
Raczej pozytywny	4	44	12.4%
Bardzo pozytywny	5	10	2.8%
Średnia	2.88	-	-
Odchylenie standardowe	0.777	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Doświadczenia negatywnych zjawisk związanych z korzystaniem przez młodych dorosłych z mediów społecznościowych wskazują na istnienie trzech głównych problemów, do których należą: prokrastynacja (14,5%) – odkładanie zadań przez przeglądanie internetu, pogorszenie snu (14,2%) – korzystanie z urządzeń przed snem oraz kompulsywne sprawdzanie telefonu/mediów społecznościowych (14,1%). Takie zjawiska dobrze oddają obraz życia młodych dorosłych „zawsze online”

Znaczące zjawiska o negatywnym wydźwięku, zaobserwowane podczas badania, wynikające z korzystania z technologii cyfrowych, to: porównywanie się z innymi (11,2%), syndrom FOMO (8,4%) i obniżenie samooceny (11,0%). Natomiast rzadko respondenci wskazywali na: cyberprzemoc (3,1%) i pogorszenie relacji z bliskimi (4,7%). Na brak negatywnych efektów wskazało 12,6% respondentów. Oznacza to, że w opinii badanych media społecznościowe wpływają w ograniczonym stopniu na organizację czasu, poczucie własnej wartości i emocje. Jeszcze rzadziej pojawiają się cięższe konsekwencje, jak cyberprzemoc czy wyraźne pogorszenie relacji z bliskimi, co sugeruje, że u większości problemy mają charakter nawyku, a nie skrajnie społeczny.

Warto podkreślić, że tylko mniejszość zadeklarowała brak jakichkolwiek negatywnych doświadczeń, co oznacza, że dla większości badanych technologie cyfrowe mogą być jednocześnie narzędziem i w pewnym stopniu obciążeniem, tzn. korzyści współistnieją z realnymi kosztami dla zdrowia psychicznego.

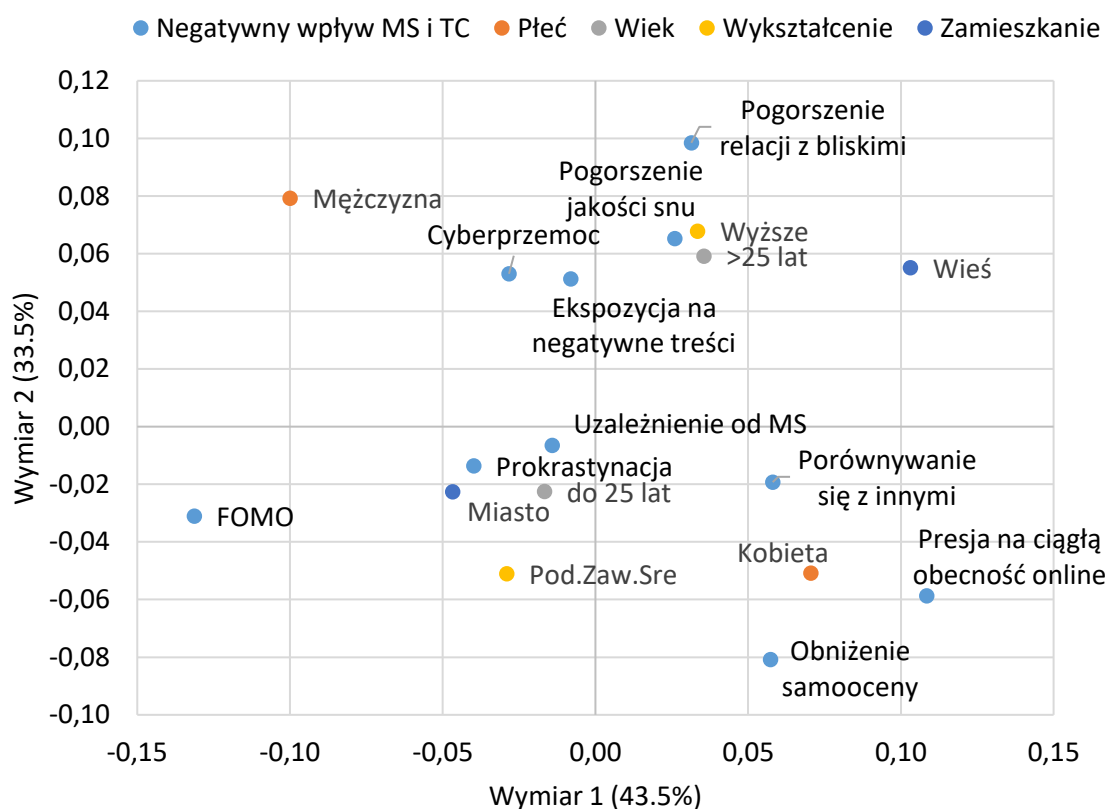
Tabela 86. Doświadczenie negatywnych zjawisk związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych (P61)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Prokrastynacja (odkładanie ważnych zadań przez spędzanie czasu w internecie)	115	14.5%
Pogorszenie jakości snu z powodu korzystania z urządzeń przed snem	113	14.2%
Uzależnienie / kompulsywne sprawdzanie telefonu, mediów społecznościowych	112	14.1%
Nie doświadczyłem/-am żadnego z powyższych	100	12.6%
Porównywanie się z innymi, zazdrość o cudzy life style pokazany w SM	89	11.2%
Obniżenie samooceny po przeglądaniu mediów społecznościowych	87	11.0%
Syndrom FOMO (strach przed tym, co mnie omija, niepokój związany z tym, że mogę przegapić ważne wydarzenia)	67	8.4%
Pogorszenie relacji z bliskimi z powodu nadmiernego korzystania z technologii	37	4.7%
Nadmierna ekspozycja na negatywne treści (przemoc, tragiczne wydarzenia)	33	4.2%
Cyberprzemoc (byłem/-am świadkiem lub ofiarą: hejtu, cyberbullingu, stalkingu)	25	3.1%
Presja do ciągłego bycia online i dzielenia się swoim życiem	15	1.9%
nie dotyczy	1	0.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wyboru kilku odpowiedzi).

Relatywnie niska jest samoświadomość uzależnienia od technologii cyfrowych (średnia 2,90): „zdecydowanie nie” (11,5%), „raczej nie” (27,9%), ale 35,5% wskazuje na uzależniające tendencje („raczej tak” 105 + „zdecydowanie tak” 21) i może sugerować niepełne rozpoznanie reakcji kompulsywnych.

Rysunek 7. Analiza korespondencji: powiązania między negatywnymi skutkami korzystania z mediów społecznościowych i technologii cyfrowych a cechami demograficznymi młodych dorosłych (P61 vs dane metryczkowe)



Źródło: Opracowanie własne.

Analiza korespondencji pomiędzy deklarowanymi negatywnymi skutkami korzystania z mediów społecznościowych i technologii cyfrowych a zmiennymi demograficznymi: płeć, wiek, wykształcenie i zamieszkanie wykazała, że dwa pierwsze, statystycznie istotne wymiary wyjaśniają łącznie 77% wariacji. Wymiar pierwszy (43.5%) porządkuje zjawiska według ich charakteru. Po lewej stronie osi skupiają się problemy behawioralno-emocjonalne – FOMO, prokrastynacja i uzależnienie od mediów społecznościowych – powiązane z mężczyznami, osobami poniżej 25. roku życia oraz mieszkańcami miast. Po prawej stronie dominują zjawiska społeczno-tożsamościowe, takie jak presja na ciągłą obecność online, porównywanie się z innymi i obniżenie samooceny, bliskie kobietom i mieszkańcom wsi. Wymiar drugi różnicuje badanych według wieku i wykształcenia. Młodzi dorośli powyżej 25 lat z wyższym wykształceniem lokują się przy doświadczeniach cyberprzemocy, pogorszeniu jakości snu i pogorszeniu relacji z bliskimi, natomiast osoby młodsze z niższym wykształceniem – przy obniżeniu samooceny i presji na obecność online. Drugi wymiar (33.5%) różnicuje badanych przede wszystkim według wieku i poziomu wykształcenia. W górnej części układu znajdują się osoby powyżej 25. roku życia z wyższym wykształceniem, których profil odpowiada takim zjawiskom jak cyberprzemoc, pogorszenie jakości snu oraz

pogorszenie relacji z bliskimi. Oznacza to, że starsi i lepiej wykształceni użytkownicy mediów społecznościowych częściej doświadczają negatywnych konsekwencji w sferze relacji interpersonalnych i zdrowia. Dolna część wymiaru skupia natomiast osoby młodsze, poniżej 25. roku życia, z niższym poziomem wykształcenia, którym bliżej jest do zjawisk takich jak obniżenie samooceny oraz presja na ciągłą obecność online, co może świadczyć o większej podatności tej grupy na mechanizmy porównań społecznych charakterystyczne dla platform cyfrowych.

Płeć jest najsilniejszym czynnikiem różnicującym rodzaj doświadczanych skutków: kobiety są bardziej narażone na presję społeczną i problemy z obrazem siebie, mężczyźni – na zakłócenia snu i relacji interpersonalnych. Wiek wyznacza podział między problemami impulsywno-kompulsywnymi u młodszych dorosłych a relacyjno-zdrowotnymi u starszych użytkowników. Mieszkańcy wsi częściej odczuwają presję na ciągłą obecność online, prawdopodobnie z powodu mniejszej sieci kontaktów offline, natomiast niższy poziom wykształcenia wiąże się z większą podatnością na mechanizmy obniżające samoocenę. Wyniki wskazują zatem, że różne grupy demograficzne narażone są na odmienne typy negatywnych konsekwencji korzystania z mediów społecznościowych i technologii cyfrowych.

Tabela 87. Ocena uzależnienia od smartfona / mediów społecznościowych / internetu (P48)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Zdecydowanie nie	1	41	11.5%
Raczej nie	2	99	27.9%
Trudno powiedzieć	3	89	25.1%
Raczej tak	4	105	29.6%
Zdecydowanie tak	5	21	5.9%
Średnia	2.90	-	-
Odchylenie standardowe	1.124	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Ponad połowa respondentów praktykuje przerwy od mediów społecznościowych: „tak, kilka razy” (70, 19,7%), „tak, raz” (36, 10,1%), „regularnie” (27, 7,6%) – łącznie 37,4% świadomie ogranicza technologie. Jednocześnie 39,7% nie robi tego i nie czuje takiej potrzeby („nie i nie czuję takiej potrzeby”) – można więc przyjąć, że jest to grupa młodych albo odporna, albo nieświadoma problemu uzależnienia.

Tabela 88. Wprowadzanie przerw od mediów społecznościowych / technologii cyfrowych w ciągu ostatniego roku (P63)

Odpowiedzi	Liczebność	Udział %
Nie i nie czuję takiej potrzeby	141	39.7%
Nie, ale chciałbym/-abym spróbować	81	22.8%
Tak, kilka razy	70	19.7%
Tak, raz	36	10.1%
Tak, wielokrotnie (regularnie robię sobie takie przerwy)	27	7.6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Młodzi co do zasady korzystają z urządzeń elektronicznych przed snem. Jest to powszechny nawyk (średnia 4,03): „zawsze/prawie zawsze” godzinę przed snem (151, 42,5%) i „często” (110, 31,0%) używa ekranów przed snem (73,5% badanych). Ten nawyk bezpośrednio koreluje z prokrastynacją i problemami ze snem.

Tabela 89. Częstość korzystania z urządzeń elektronicznych (smartfon, tablet, laptop) w ciągu godziny przed snem (P64)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Nigdy	1	11	3.1%
Rzadko	2	23	6.5%
Czasami	3	60	16.9%
Często	4	110	31.0%
Zawsze / prawie zawsze	5	151	42.5%
Średnia	4.03	-	-
Odchylenie standardowe	1.064	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Paradoksalnie neutralna w kierunku dobrej samoocena dobrego snu (średnia 3,21): „ani dobra / ani zła” (113 wskazań, 31,8%), „raczej dobra” (104 wskazania, 29,3%), „bardzo dobra” (43, 12,1%) mimo powszechnego korzystania z komputerów może wskazywać na subiektywną percepcję lub biologiczną odporność młodych na zaburzenia snu.

Tabela 90. Ocena jakości snu w ciągu ostatniego miesiąca (P65)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo zła	1	20	5.6%
Raczej zła	2	75	21.1%
Ani dobra / ani zła	3	113	31.8%
Raczej dobra	4	104	29.3%
Bardzo dobra	5	43	12.1%
Średnia	3.21	-	-

Odchylenie standardowe	1.081	-	-
------------------------	-------	---	---

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wyniki badania ilościowego wskazały na umiarkowane samooceny zdrowia psychicznego u młodych, z wyraźnymi negatywnymi efektami oddziaływania technologii cyfrowych (prokrastynacja, FOMO, kompulsywność), ale także z aktywnymi strategiami radzenia i dobrą samooceną snu mimo ryzykownych nawyków. Oznacza to, że młodzi są świadomi szkodliwych efektów technologii cyfrowych, aktywnie stosując przeciwdziałanie (detoks), ale nawyki „zawsze online” pozostają silniejsze niż chęć zmiany. Stabilność emocjonalna (rzadkie osamotnienie, niska samoocena) świadczy o odporności, lecz kosztem ciągłego zmęczenia i rozproszenia.

Młode osoby uczestniczące w badaniach jakościowych pogłębiających wskazywały na wpływ internetu i technologii na poczucie własnej wartości, samoocenę i kondycję psychofizyczną, choć nie zawsze uświadomiony. Internet w ocenie badanych daje przestrzeń nie tylko, by kreować własną wizję siebie, ale również by porównywać własną osobę z innymi członkami społeczności. Oceny te mogą jednak powodować obniżenie samopoczucia i decydować, w jaki sposób dana osoba postrzega własną osobę, swoje możliwości, potencjał i osiągnięcia. W tym kontekście stanowi wyzwanie dla umiejętnego korzystania, selekcjonowania i interpretowania treści dostępnych online, co sugerują wypowiedzi badanych, np.: „My chyba nie mamy takiej świadomości tego, w jaki sposób spędzanie czasu przed ekranem może wpływać na nasz stan psychiczny, dlatego że zaleca się też, żeby na przykład godzinę przed snem w ogóle nie dotykać telefonu, nie przeglądać tych mediów społecznościowych, bo to niestety wpływa na pogorszenie naszego nastroju, na jakość snu. To po pierwsze. A po drugie, też nie mamy chyba takiej świadomości, że jeżeli my przeglądamy te media społecznościowe, widzimy, nie wiem, super tych influencerów, super ludzi, tu ktoś jest szczupły, tu ktoś ma to, ma tamto, to w nas się też troszeczkę zanika to poczucie naszej własnej wartości i wydaje mi się, że my nie mamy świadomości tego, w jaki sposób to po prostu na nas, na naszą psychikę może wpływać, dlatego że my jesteśmy po prostu uzależnieni od tego, żeby te media społecznościowe przeglądać, żeby śledzić życie innych ludzi [...]”.

W ocenie młodych uczestniczących w wywiadach pogłębionych problematyczna pozostaje kwestia porównań na linii ja – inni, która często wypada na niekorzyść osób dokonujących takiego porównania w odniesieniu do własnej osoby. Przestrzeń internetowa daje nieograniczone możliwości w tym zakresie, prezentując profile wielu osób o różnej charakterystyce, postawach i dokonaniach, których osobowości czy charakteru najczęściej nie znamy. Młodzi zwracają uwagę, że: „treści, które są nam pokazywane w internecie, sprawiają, że czujemy przygnębienie na przykład przez porównywanie się do innych, czyli tych idealnych influencerów i ich ciekawego życia”. Ocenie podlega zatem to, co jest widoczne, dostępne, ale również oparte przede

wszystkim na wyobrażeniach, jakie dostarcza internet. Przeprowadzone badania nie pozostawiają wątpliwości, że w zakresie budowania i podtrzymania własnej kondycji psychicznej, energii, samooceny internet spełnia bardzo istotną rolę, ponieważ ilość spędzanego w nim czasu predysponuje do coraz to nowych aktywności i działań w jego przestrzeni. Wypełnia czas i uwagę na tyle, że wielość rzeczy, które wykonujemy, w tym również o charakterze psychofizycznym, powiązanych jest z aktywnością w tej materii. Bardzo często respondenci mają problem z identyfikacją, które stany emocjonalne są wynikiem korzystania z internetu, a które efektem pewnego stylu funkcjonowania, osobowości, predyspozycji wewnętrznych, problemów w najbliższym otoczeniu czy pewnych dysfunkcji. Błędna diagnoza w tym obszarze może mieć znaczenie w kontekście kształtowania się określonej kondycji psychofizycznej.

W ocenie badanych młodych osób, które wzięły udział w wywiadach pogłębionych, uzależnienie powiązane jest z sytuacją, kiedy codzienne funkcjonowanie bez telefonu/smartfona nie jest możliwe, a konieczność użycia aplikacji staje się koniecznością, często niekontrolowaną. Granice uzależnienia w perspektywie badanych są bardzo płynne i często trudno je zidentyfikować jako uzależnienie. Natomiast materiał empiryczny sugeruje, że nawet proste czynności wykonywane każdego dnia często wspierane są użytkowaniem internetu/telefonu, np. jedzenie czy spotkania ze znajomymi. Zaburzona relacja człowiek – telefon/smartfon najczęściej nie jest utożsamiana w ocenie respondentów z uzależnieniem podobnym do typowych używek jak alkohol czy narkotyki, ale również, co pokazują wyniki, może budzić obawy o sposób wykorzystania internetu, poświęcaną mu ilość czasu oraz pewien schemat codziennego funkcjonowania. W opinii młodych: „Tak naprawdę to uzależnienie zaczyna się, kiedy naprawdę nie jesteśmy w stanie wytrzymać bez telefonu. Nawet te codzienne spędzanie godziny, 2-3 godzin, ale jest to już w pewnym momencie takim naszym schematem, rytuałem. To już trzeba się zastanowić, czy to na pewno jest to, że faktycznie coś tam robimy czy to już jest po prostu szukanie, bo szukanie, bo nie mamy co ze sobą zrobić”.

W odniesieniu do postrzegania symptomów uzależniania przez badanych w formie samooceny zweryfikowano, jak wygląda rytuał korzystania z telefonu w czasie bezpośrednio przed snem i czy może on wskazywać na uzależnienie od technologii. Badania jakościowe wskazały, że zdecydowana większość respondentów prawie zawsze korzysta w mniejszym lub większym stopniu z telefonu bezpośrednio przed porą spoczynku nocnego. W ocenie badanych telefon najczęściej pozwala „zagospodarować” czas do momentu zaśnięcia, np.: „Przeważnie jak już wiem, że zbliża się pora mojego snu, no to po prostu położę się do łóżka i przeglądam rolki tik toki do momentu aż nie zasnę. (...) Raczej też nie mam problemu, żeby zasnąć nawet bez telefonu. Chociaż jest ciężiej ze względu, że czuję, że czegoś mi tam brakuje”, natomiast sam wybór treści czy aplikacji jest już raczej losowy. Respondenci wskazali, że najczęściej są to różnego rodzaju rolki, Instagram, Tik Tok, filmy. W kontekście zebranych danych można przyjąć, że telefon jest nieodłącznym elementem rytuału młodych

respondentów w porze spoczynku nocnego i na swój sposób pozwala rozluźnić się badanym w porze nocnej. Badania pokazują, że nawyk korzystania z telefonu jest mocno zakorzeniony wśród osób młodych, a nieodłączny kontakt z telefonem w porze nocnej jest naturalnym elementem relaksu. W takim ujęciu można wysnuć wniosek, że kontakt z technologiami daje poczucie komfortu, spokoju, rozluźnienia, umożliwiając tym samym odpoczynek. Zebrane dane dowodzą, że telefon jest pierwszym i ostatnim narzędziem, z którym respondenci zaczynają i kończą dzień.

Wyniki badania ilościowego rodziców wskazują na ich przekonanie o relatywnie dobrym ogólnym samopoczuciu psychicznym dzieci. Jednocześnie rodzice są świadomi, że technologie cyfrowe mogą to samopoczucie osłabiać, głównie poprzez nadmierny czas ekranowy, prokrastynację i zaburzenia snu.

Większość rodziców ocenia samopoczucie swojego dziecka jako raczej dobre (46,2%) lub bardzo dobre (25,2%), a tylko pojedyncze osoby wskazywały na wyraźne problemy. Średnia ocena 3,92 w skali 1-5 oznacza znaczącą przewagę odpowiedzi „raczej dobre”. Wyniki sugerują ogólnie pozytywny obraz przekonania rodziców o dobrostanie psychicznym ich dzieci, z niewielkim odsetkiem ocen negatywnych.

Jednocześnie wpływ technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne oceniany był przez rodziców ostrożnie (średnia 3,10). Najczęściej wybierana odpowiedź to ocena neutralna (57,1%), co wskazuje, że większość rodziców nie dostrzega jednoznacznego wpływu technologii na samopoczucie dziecka. Oceny negatywne (18,5%) i pozytywne (24,3%) również były obecne, ale mniej liczne, co pokazuje umiarkowane i zróżnicowane postrzeganie wpływu technologii.

Średnia ocena nasilenia zmian w zachowaniu po intensywnym korzystaniu z mediów społecznościowych wyniosła 2,83, a poziom postrzeganego uzależnienia od smartfona/mediów społecznościowych – 3,15 (moda 4). Uzyskany wynik wskazuje, że wyraźna grupa rodziców dostrzega symptomy uzależnienia dzieci od technologii, przy jednoczesnym dużym rozproszeniu opinii.

Korzystanie z urządzeń elektronicznych bezpośrednio przed snem jest w ocenie rodziców zjawiskiem powszechnym (średnia 4,19). Największa grupa rodziców wskazywała na korzystanie przez dzieci zawsze lub prawie zawsze z urządzeń przed snem (37,0%), a kolejne 24,4% na korzystanie częste. Tylko 5,8% badanych rodziców wskazało na używanie przez ich dzieci urządzeń elektronicznych przed snem rzadko lub wcale. Dane wskazują na powszechność wieczornego korzystania z urządzeń, co jest jedną z bardziej jednoznacznych tendencji.

Tabela 91. Samopoczucie i wpływ technologii na zdrowie psychiczne (P29–P34)

Pytanie	Kategoria/ Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
P29. Jak ogólnie ocenia Pan/Pani samopoczucie psychiczne córki/syna w ostatnim czasie?	1. Bardzo złe (widzę wyraźne problemy)	1	0.8%	3.92±0.825
	2. Raczej złe	3	2.5%	
	3. Ani dobre, ani złe / trudno ocenić	30	25.2%	
	4. Raczej dobre	55	46.2%	
	5. Bardzo dobre	30	25.2%	
P30. Jak ocenia Pan/Pani wpływ technologii cyfrowych (media społecznościowe, smartfon, internet) na zdrowie psychiczne i samopoczucie córki/syna?	1. Bardzo negatywny	3	2.5%	3.10±0.838
	2. Raczej negatywny	19	16.0%	
	3. Neutralny/ bez wpływu/ trudno ocenić	68	57.1%	
	4. Raczej pozytywny	21	17.6%	
	5. Bardzo pozytywny	8	6.7%	
P32. Czy zauważa Pan/Pani zmianę w zachowaniu córki/syna od momentu intensywnego korzystania z mediów społecznościowych i innych technologii cyfrowych?	1. Tak, na gorsze (znaczące pogorszenie)	4	3.4%	2.83±0.655
	2. Raczej na gorsze	24	20.2%	
	3. Bez zmian/ trudno ocenić	80	67.2%	
	4. Raczej na lepsze	10	8.4%	
	5. Tak, na lepsze (znacząca poprawa)	1	0.8%	
P33. Czy uważa Pan/Pani, że córka/syn jest uzależniony/a od smartfona / mediów społecznościowych / internetu?	1. Zdecydowanie nie	1	0.8%	3.15±1.055
	2. Raczej nie	4	3.4%	
	3. Trudno powiedzieć	35	29.4%	
	4. Raczej tak	30	25.2%	
	5. Zdecydowanie tak	39	32.8%	
P34. Czy zauważa Pan/Pani, że córka/syn korzysta z urządzeń elektronicznych (smartfon, tablet, laptop) bezpośrednio przed snem?	1. Nigdy/ prawie nigdy	1	0.8%	4.19±1.107
	2. Rzadko	6	5.0%	
	3. Czasami	28	23.5%	
	4. Często	29	24.4%	
	5. Zawsze/ prawie zawsze	44	37.0%	
	6. Nie wiem/ nie obserwuję	11	9.2%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza rozkładu odpowiedzi na pytanie o problemy związane z korzystaniem z technologii cyfrowej, udzielonych przez rodziców dzieci w wieku 18-34 lata, wskazuje na dominację behawioralnych symptomów nadmiernego korzystania z technologii

cyfrowych, przy względnie niskim odsetku wskazań na zaburzenia o charakterze emocjonalno-psychologicznym. Najczęściej identyfikowanym przez rodziców problemem jest nadmierne spędzanie czasu przed ekranem (65 wskazań, 23,1%). Niemal wszystkie wskazania w tej kategorii (61 z 65) uplasowały się na pierwszej pozycji rankingowej, co świadczy o tym, że rodzice postrzegają ten problem jako priorytetowy i najbardziej widoczny w codziennym funkcjonowaniu swoich dorosłych dzieci. Na kolejnych miejscach pod względem częstotliwości wskazań znalazły się: kompulsywne sprawdzanie telefonu lub mediów społecznościowych (42 wskazania, 14,9%) oraz problemy ze snem (27 wskazań, 9,6%), a także prokrastynacja (26 wskazań, 9,3%) i trudności z koncentracją (21 wskazań, 7,5%). Łącznie wymienione kategorie obejmują blisko dwie trzecie wszystkich wskazań (64,4%), tworząc spójny obraz nadużywania technologii cyfrowych manifestującego się przede wszystkim w sferze behawioralnej i poznawczej.

Na uwagę zasługuje stosunkowo wysoki odsetek odpowiedzi wskazujący na brak zaobserwowanych problemów – 33 respondentów (11,7%) zaznaczyło odpowiedź „nie zauważam żadnego z powyższych”, przy czym zdecydowana większość z nich (32 osoby) wskazała tę opcję jako pierwszą, co sugeruje jej charakter kategoriyczny, a nie wynikający z trudności z wybraniem priorytetowego problemu. Wynik ten może świadczyć o ograniczonej zdolności obserwacyjnej rodziców w zakresie subtelniejszych symptomów zaburzeń, bądź też odzwierciedlać faktyczne zróżnicowanie wewnątrz badanej populacji. Niemniej jednak, w zestawieniu z wysokim odsetkiem wskazań na nadmierne korzystanie z technologii, wynik ten skłania do refleksji nad możliwym efektem normalizacji: rodzice mogą nie postrzegać jako problematycznego takiego zachowania, które stało się powszechnym standardem w środowisku cyfrowych natywów.

Zaskakujący wydaje się natomiast relatywnie niski odsetek wskazań na problemy o charakterze psychologicznym i emocjonalnym, takie jak niskie poczucie własnej wartości (4,6%), objawy lęku i niepokoju (2,5%), poczucie osamotnienia (2,5%) czy objawy smutku i przygnębienia (3,2%). W przeprowadzonym badaniu rodzice wydają się identyfikować przede wszystkim symptomy powierzchowne, nie dostrzegając lub nie uznając za istotne głębszych konsekwencji psychologicznych. Zjawisko to może wskazywać na lukę percepcyjną między rodzicami a ich dorosłymi dziećmi.

Tabela 92. Zachowania lub problemy związane z korzystaniem z technologii cyfrowej przez dzieci (P31)

Odpowiedź	Kolejność odpowiedzi									Razem	Udział %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Drażliwość, napięcie	0	4	9	2	3	1	0	0	0	19	6.8%

Odpowiedź	Kolejność odpowiedzi									Razem	Udział %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Kompulsywne sprawdzanie telefonu / mediów społecznościowych	15	26	1	0	0	0	0	0	0	42	14.9%
Nadmierna dbałość o wizerunek online	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3	1.1%
Nadmierne spędzanie czasu przed ekranem	61	3	1	0	0	0	0	0	0	65	23.1%
Niskie poczucie własnej wartości	0	1	3	2	2	0	2	2	1	13	4.6%
Objawy lęku, niepokoju, stresu	0	1	1	5	0	0	0	0	0	7	2.5%
Objawy smutku, przygnębienia	0	3	1	2	1	2	0	0	0	9	3.2%
Poczucie osamotnienia	0	3	1	1	0	0	1	1	0	7	2.5%
Porównywanie się z innymi w mediach społecznościowych	1	0	4	1	1	2	0	0	0	9	3.2%
Problemy ze snem (trudności z zasypianiem, zły jakościowo sen)	7	11	8	0	1	0	0	0	0	27	9.6%
Prokrastynacja (odkładanie obowiązków przez czas w internecie)	2	4	6	4	6	2	1	1	0	26	9.3%
Trudności z koncentracją	1	6	5	7	0	2	0	0	0	21	7.5%
Nie zauważam żadnego z powyższych	32	1	0	0	0	0	0	0	0	33	11.7%
Razem	119	63	41	25	15	9	4	4	1	281	-

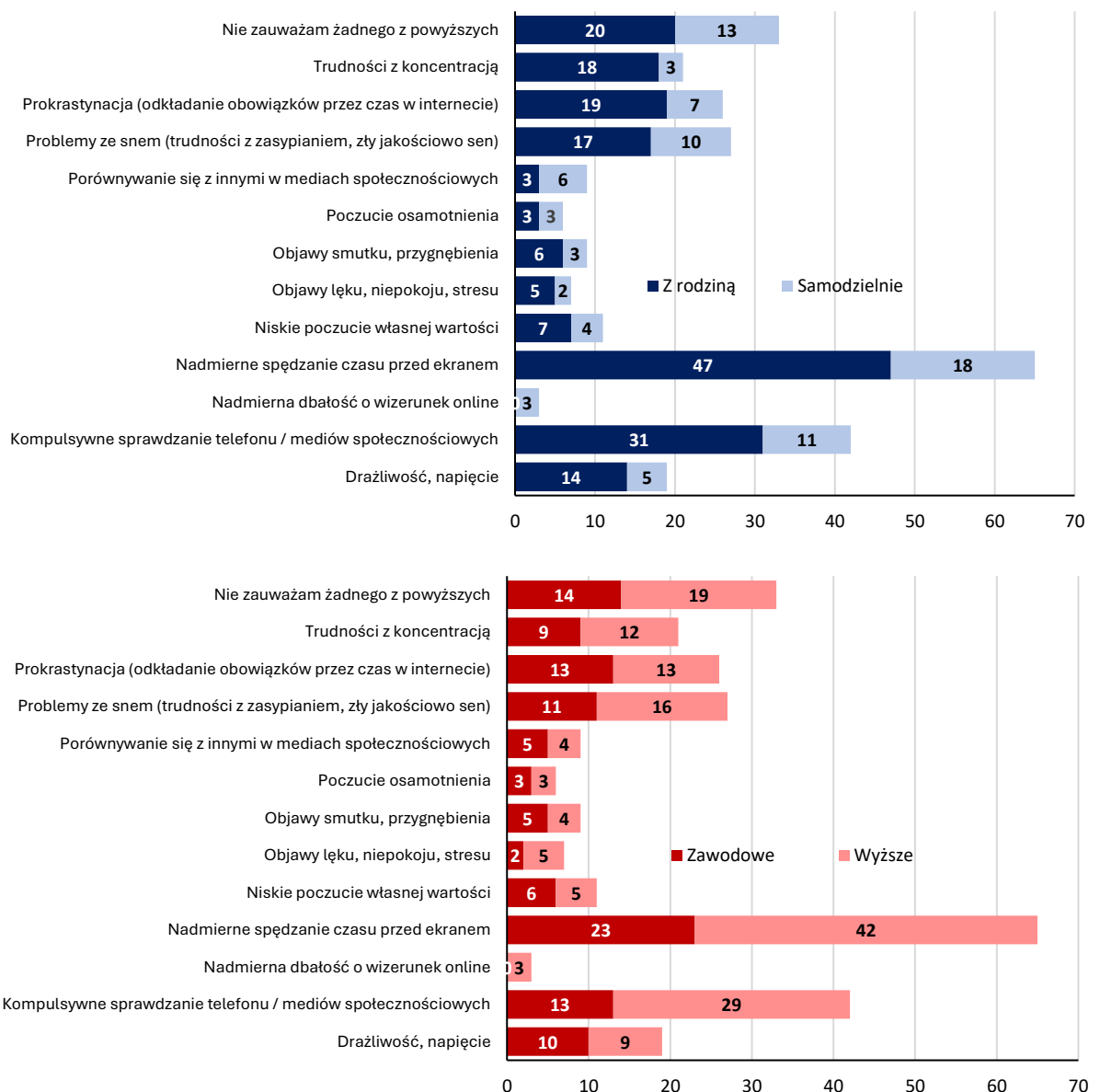
Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

W odpowiedziach rodziców dotyczących problemów ich dzieci związanych z korzystaniem z technologii cyfrowej widoczne są wyraźne różnice zależne od sytuacji mieszkaniowej i poziomu wykształcenia. Rodzice dzieci mieszkających z nimi częściej wskazują na występowanie trudności niż rodzice dzieci mieszkających samodzielnie. Nadmierne spędzanie czasu przed ekranem zauważało 47 rodziców dzieci mieszkających razem z rodziną, wobec 18 rodziców dzieci mieszkających samodzielnie. Podobnie kompulsywne sprawdzanie telefonu wskazało 31 rodziców w pierwszej grupie i 11 w drugiej, a nadmierną dbałość o wizerunek online – odpowiednio 0 i 3 rodziców. Różnice dotyczą także objawów emocjonalnych: lęk i stres zauważyło 5 rodziców dzieci mieszkających z rodziną i 2 rodziców dzieci mieszkających samodzielnie. Jedyne brak jakichkolwiek problemów częściej deklarują rodzice dzieci mieszkających samodzielnie (20 wskazań wobec 13).

Podobny wzorec pojawia się przy porównaniu według wykształcenia. Rodzice częściej zgłaszają trudności u dzieci z wykształceniem wyższym niż osoby z niższym wykształceniem. Na nadmierne spędzanie czasu przed ekranem wskazało 42 rodziców osób z wyższym wykształceniem i 23 rodziców osób z niższym wykształceniem.

Kompulsywne sprawdzanie telefonu zgłosiło 29 rodziców z wykształceniem wyższym wobec 13 rodziców z niższymi poziomami wykształcenia, a porównywanie się z innymi w mediach społecznościowych odpowiednio 4 wobec 5. Również objawy emocjonalne (lęk, niepokój, stres) częściej wskazywane były przez rodziców z wyższym wykształceniem (5 wobec 2 wskazań). Brak problemów rzadziej deklarują rodzice z wykształceniem zawodowym i średnim niż wyższym (14 wobec 19).

Rysunek 7. Zachowania i problemy związane z korzystania z technologii cyfrowych dzieci w ocenie rodziców w zależności od sytuacji mieszkaniowej i wykształcenia (P31)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Badanie jakościowe (IDI) przeprowadzone z rodzicami osób 18-34 lata potwierdziło, że rodzice zauważają, że młode osoby chętnie korzystają z technologii. Technologie umożliwiają kontakt ze znajomymi, co w konsekwencji może przekładać się na dobre samopoczucie. Rodzice podkreślają jednak, że w przypadku dorosłych osób ten wpływ może nie być aż tak duży jak w przypadku nastolatków. Negatywne wpisy w internecie, w opinii rodziców, którzy zetknęli się z tym problemem, istotnie zmieniały samopoczucie, a nawet wywoływały duży stres u ich dzieci. Badani rodzice zauważają również przypadki, że pełnoletni młodzi nadmiernie korzystający z technologii bywają ospali, nie zawsze potrafią podjąć decyzje dotyczące nawet prostych, codziennych spraw. Podkreślają jednak, że jako rodzice pełnoletnich dzieci, które często mieszkają poza domem rodzinnym, mają już niewielki wpływ na to, jak długo ich dzieci korzystają z technologii.

Warty podkreślenia jest fakt, że rodzice dorosłych dzieci dostrzegają problem związany z uzależnieniem. Podkreślają jednak, że obecnie właściwie każdy jest w jakimś stopniu uzależniony, zarówno dorośli, jak i dzieci. Zwracają uwagę, że w przypadku dorosłych dzieci korzystanie z technologii można rozpatrywać raczej, jako coś, co ułatwia życie, a nie jako uzależnienie. Technologie są narzędziem niezbędnym do funkcjonowania. Chociaż niektórzy dostrzegają problem w nadmiarowym korzystaniu przez ich dorosłe dzieci z technologii, nie chcą nazywać tego uzależnieniem, ale widzą problem i to ich niepokoi.

Ekspertki zdrowia psychicznego podkreślają problematyczność jednoznacznej oceny tego, jak korzystanie z technologii cyfrowych wpływa na funkcjonowanie jednostek i grup. Złożoność czynników, począwszy od technicznych, przez czas, cele korzystania, skutki, w tym uzależnienia, uniemożliwia kategoryczne stwierdzenia. Technologie cyfrowe są narzędziem pracy, rozrywki, komunikacji, wsparcia, ale i manipulacji. Nieumiejętne, nadmiarowe i bezrefleksyjne korzystanie może prowadzić do bardzo poważnych konsekwencji zarówno w aspekcie zdrowotnym, jak i społeczno-zawodowym, jednostkowym i zbiorowym. Jednocześnie technologie cyfrowe mogą być impulsem i środkiem do rozwoju w różnych obszarach.

Do pozytywnych aspektów wykorzystywania technologii cyfrowych zalicza się korzystanie z aplikacji ułatwiających naukę (zwłaszcza języków obcych, szczególnie w rocznikach trzydzieści plus). Wynika to z potrzeb rozwojowych pacjentów, ale też z większej świadomości pacjenta. Pozytywne strony rozwoju tego rodzaju technologii to: możliwość organizacji nauki zdalnej, indywidualnego nauczania online, pracy zdalnej czy indywidualnego podejścia do potrzeb odbiorcy, w przypadku np. szkoleń organizowanych przez pracodawcę. Pozytywnie należy ocenić również czynnik ekonomiczny korzystania z mediów: oszczędność pieniędzy dzięki możliwościom korzystania online ze szkoleń online, porównywania różnych ofert lub poznawanie nowych ludzi z różnych stron świata.

Według opinii ekspertów zdrowia psychicznego sposób korzystania z technologii cyfrowych przez młodych ludzi jest uwarunkowany, między innymi, sytuacją społeczną, zawodową czy intelektualną danej osoby. Inne zainteresowania i możliwości czasowe do korzystania z rozwiązań cyfrowych będzie miała osoba pracująca w korporacji, w przypadku której intensywna praca zawodowa nie pozwala na długie korzystanie z technologii cyfrowych w celach rozrywkowych, a inne osoba niepracująca. Eksperci zdrowia psychicznego podkreślają, że od statusu społecznego zależy, w jakich celach młodzi pacjenci korzystają z technologii cyfrowych, jednak w dużej mierze, np. w przypadku TikToka, jest to cel rozrywkowy. Dla osoby korzystającej jest to pewnego rodzaju pobudzanie się, stymulowanie do spędzania czasu w formie relaksacji, a także szukanie sposobu na obniżenie stresu lub nawiązywanie kontaktów społecznych.

Mówiąc o różnicach w problemach między osobami korzystającymi z technologii cyfrowych głównie w celach rozrywkowych a tymi koncentrującymi się na celach zawodowych/edukacyjnych, eksperci zdrowia psychicznego podkreślają, że młodzież, która korzysta ze stron internetowych w celach edukacyjnych czy zawodowych, zaskakuje swoimi odpowiedziami udzielanymi w czasie wywiadów prowadzonych podczas wykonywania przez nich zadań zawodowych. Młodzi pacjenci są szczegółowi, potwierdzają, że ich wiedza pozyskiwana za pomocą technologii jest faktycznie poszerzona. Natomiast w kontakcie z osobami korzystającymi z technologii cyfrowej w celach rozrywkowych łatwo stwierdzić, że wiedza, którą operują, jest bardzo płytka, mimo że wiele czasu spędzają w świecie wirtualnym.

Eksperci zwracają uwagę, że podczas prowadzenia diagnozy zauważają często, że jeśli pacjent przychodzi do poradni i jest bardzo zmęczony po nieprzespanej nocy, to powodem takiego stanu jest najczęściej korzystanie w porze nocnej z różnych aplikacji w celach rozrywkowych, np. gier. Młodzież często zasypia podczas diagnozy, która jest prowadzona w godzinach przedpołudniowych i rannych. Korzystanie w godzinach nocnych z różnych aplikacji przez młode osoby zależy od potrzeb młodych pacjentów, potrzeb osobowościowych, co potwierdzają również między innymi prowadzone w poradniach terapie.

Uczestniczący w badaniu specjaliści stwierdzili, że w swojej praktyce nie mieli styczności z młodymi, którzy doświadczają objawów depresji i lęku związanymi z korzystaniem z mediów społecznościowych. Młodzież nie przyznaje się, że z powodu mediów społecznościowych doświadcza depresji i lęku. Problem korzystania z mediów społecznościowych, który wyzwała depresję i lęk u młodego pacjenta, występuje wówczas, gdy młody człowiek doświadcza długo utrzymującego się hejtu w mediach społecznościowych (na przykład przez rok). Jednym z problemów zdrowia psychicznego związanym z nadmiernym korzystaniem z technologii cyfrowych jest wrażenie ogólnego zmęczenia i przemęczenia. Na pytanie skierowane do młodych pacjentów, co jest przyczyną takiego stanu, młodzi ludzie często nie chcą odpowiadać. Dopiero

w wywiadzie z rodziną pojawia się informacja, że przyczyną złego samopoczucia jest brak snu.

Badani specjaliści wskazują, że młodzi pacjenci doznają zaburzeń snu zdecydowanie częściej w porównaniu do poprzednich 10 lat. Nie zgłaszają jednocześnie poczucia niskiej samooceny po przeglądaniu mediów społecznościowych, co potwierdza również stosowany w poradniach kwestionariusz do samooceny. Zauważyć można, że istnieją dwie krańcowe samooceny u młodych: niska – wysoka. Nie ma potwierdzenia, że media społecznościowe mają wpływ na zaniżanie samooceny u młodych pacjentów. Wśród młodzieży istnieje tak zwany syndrom FOMO, lęku przed tym, co omija w mediach społecznościowych. Specjaliści zwracają uwagę, że młodzi pacjenci nie wyrażają swoich myśli i emocji werbalnie. Zauważają, że gdy młodzi pacjenci siedzą w poczekalni przed gabinetem, ich głowy są w telefonach, natomiast podczas diagnozy zachowują się nerwowo, cały czas zaglądają do telefonu, natychmiast czytają i odpisują, gdy słyszą powiadomienia w telefonie, na bieżąco są w świecie wirtualnym.

Specjaliści zdrowia psychicznego wskazują na różne mechanizmy psychologiczne, które prowadzą młodych ludzi do uzależnienia cyfrowego lub innych zaburzeń związanych z technologią. Młodzi ludzie mają świadomość mechanizmów, które prowadzą ich do nadmiernego korzystania. Jednak nie dostrzegają w pełni mechanizmów wiążących psychikę z korzystaniem z mediów społecznościowych. Mają wiedzę teoretyczną, natomiast w praktyce bardzo często nie mają siły do wdrożenia tej wiedzy, żeby na przykład ustawić sobie limit czasowy, który pozwoli ograniczyć korzystanie z tych mediów. W przypadku młodych, którzy doświadczają problemów rodzinnych bądź bycia nieakceptowanym przez rówieśników, korzystanie z telefonu, zwłaszcza gier lub przeglądania stron, czegokolwiek, pozwala odwrócić myśl i uwagę od bolesnej rzeczywistości. Młodzi korzystający ze wsparcia psychologicznego przyznają się do tego, że spędzają długie godziny w telefonie niewspółmierne do wieku i wysiłku, nawet fizycznego. Taki stan nazywany jest obudzaniem ośrodka nagrody w mózgu. Bezmyślne korzystanie, skrolowanie stron, przeglądanie krótkich filmików pozornie daje relaks, ale niekorzystnie wpływa na psychikę, gdyż daje krótkotrwały efekt nagrody. Wyzwała odpowiednie neuroprzekazniki pozytywne, ale odcięcie od telefonu powoduje gwałtowne obniżenie nastroju. Pogorszenie nastroju powoduje chęć poprawy samopoczucia poprzez ponowny powrót do skrolowania. Psycholodzy zaznaczają również, że algorytmy platform społecznościowych także wpływają na zachowanie młodego człowieka.

Głównym objawem uzależnienia cyfrowego jest spadek poziomu właściwego rozwoju kompetencji emocjonalnych. Młodzi ludzie są mniej odporni emocjonalnie, to znaczy, że teoretycznie umieją świetnie opisać teoretycznie strategie radzenia sobie z negatywnymi emocjami, na przykład złość, strach, smutek, ale w praktyce, w życiu codziennym już nie umieją ich zastosować.

Nadmierne korzystanie z technologii cyfrowych to także wynik mechanizmów psychologicznych, którymi posługują się media. Między innymi mechanizmu ucieczki, odciążenia od swoich emocji, nie czucia ich, mechanizmu: „lepiej nie przeżywać złości w sobie, nie pobyć z nią, lecz ją wyskrolować”. Wszystkie one prowadzą wtórnie do zaburzeń samoregulacji. Utrudnia to młodym osobom radzenie sobie i reagowanie na własne emocje, bo zamiast poczuć te emocje w sobie, starać się je jakoś regulować, nazywać i szukać na nie sposobów, młodzi po prostu sięgają po telefon. Bardzo niska świadomość tego rodzaju mechanizmów i radzenia sobie z nimi, czy stawiania własnych granic, powoduje bezwiedne i zautomatyzowane korzystanie z mediów.

Choć pracodawcy nie formułowali wprost ocen odnoszących się do zdrowia psychicznego młodych pracowników w kontekście używania AI, wskazywali na obserwowane zjawiska, które można interpretować jako pośrednio związane z tym obszarem. Dotyczyły one przede wszystkim spadku koncentracji, funkcjonowania w trybie ciągłego przetaczania uwagi, presji stałej responsywności oraz ograniczania samodzielnego namysłu na rzecz szybkich odpowiedzi generowanych technologicznie. Sugeruje to, że z perspektywy pracodawców temat wpływu AI na dobrostan psychiczny dopiero się wyłania i na obecnym etapie częściej ujmowany jest poprzez obserwowane zachowania i styl pracy niż przez język zdrowia psychicznego sensu stricto.

6.2. Relacje interpersonalne i kontrola rodzicielska

W ocenie obszarów relacji wśród badanych młodych dorosłych dominowała neutralność (26,5-43,4% odpowiedzi „neutralnie”), co charakteryzuje technologie jako czynnik niezakłócający więzi społecznych, obojętny w codziennym doświadczeniu respondentów. Negatywne oceny były marginalne (<6% łącznie) i wskazywały na niskie ryzyko digitalizacji jako zagrożenia dla relacji. Najwyższe oceny pozytywne (53,8-57,2%) wystąpiły w kontaktach z przyjaciółmi i kolegami, gdzie technologie ułatwiają utrzymanie luźnych więzi, podczas gdy relacje rodzinne (rodzice, rodzeństwo) oraz partnerskie cechował wysoki odsetek odpowiedzi „nie dotyczy” (17,2-35,5%), sugerujący mniejszą zależność tych obszarów od mediów cyfrowych lub brak doświadczenia.

Tabela 93. Ocena wpływu technologii cyfrowych na poszczególne obszary relacji (P66)

Relacje	-2 Bardzo negatywnie	-1 Raczej negatywnie	0 Neutralnie	1 Raczej pozytywnie	2 Bardzo pozytywnie	N/D Nie dotyczy
Relacje z rodzicami	9	13	154	72	46	61
	2.5%	3.7%	43.4%	20.3%	13.0%	17.2%
Relacje z rodzeństwem	6	10	117	76	60	86
	1.7%	2.8%	33.0%	21.4%	16.9%	24.2%
Relacje z partnerem/-ką (jeśli masz)	6	21	94	49	59	126
	1.7%	5.9%	26.5%	13.8%	16.6%	35.5%

Relacje	-2 Bardzo negatywnie	-1 Raczej negatywnie	0 Neutralnie	1 Raczej pozytywnie	2 Bardzo pozytywnie	N/D Nie dotyczy
Relacje z przyjaciółmi	7 2.0%	7 2.0%	97 27.3%	89 25.1%	114 32.1%	41 11.5%
Relacje z kolegami/koleżankami z pracy/uczelni	7 2.0%	6 1.7%	106 29.9%	98 27.6%	93 26.2%	45 12.7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wyniki oceny wpływu technologii cyfrowych na zmniejszenie czasu spotkań twarzą w twarz wskazują na podzielone opinie, z niemal połową respondentów (49%) dostrzegającą redukcję kontaktów offline, co charakteryzuje technologie jako wygodne, lecz potencjalnie izolujące narzędzie, ograniczające autentyczne interakcje na rzecz wirtualnych. Pozytywne zaprzeczenia (20,6%) i wysoki udział odpowiedzi „trudno powiedzieć” (22,8%) podkreślają ambiwalencję: respondenci akceptują cyfrową komunikację, ale nie ignorują jej kosztów społecznych.

Tabela 94. Wpływ technologii cyfrowych na skracanie czasu spędzanego na spotkaniach twarzą w twarz z innymi ludźmi (P67)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Raczej nie, nie zmniejszają	1	73	20.6%
Raczej tak, zmniejszają	2	94	26.5%
Tak, zdecydowanie zmniejszają	3	80	22.5%
Trudno powiedzieć	4	81	22.8%
Zdecydowanie nie, nie zmniejszają	5	27	7.6%
Średnia	2.71	0	0
Odchylenie standardowe	1.238	0	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia ocena 2,75 (skala 1-5) z dominującą neutralnością odpowiedzi „ani dobre, ani złe” (52,1%) podkreśla negatywny efekt intensywnej komunikacji cyfrowej (tekstowej) na umiejętności komunikacji interpersonalnej twarzą w twarz, gdzie respondenci postrzegają technologie jako czynnik osłabiający niuanse niewerbalne, ale nie destrukcyjny. Niski odsetek ekstremalnych opinii (7% „bardzo złe”, 14,1% „raczej dobre” + „bardzo dobre”) świadczy o zrównoważonym postrzeganiu technologii: wygoda cyfrowa nie zastępuje, lecz uzupełnia tradycyjne umiejętności.

Tabela 95. Wpływ intensywnego korzystania z komunikacji cyfrowej (tekstowej, w mediach społecznościowych) na umiejętności komunikacji interpersonalnej twarzą w twarz (P68)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo złe	1	25	7.0%
Raczej złe	2	95	26.8%
Ani dobre, ani złe	3	185	52.1%
Raczej dobre	4	43	12.1%
Bardzo dobre	5	7	2.0%
Średnia	2.75	-	-
Odchylenie standardowe	0.829	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Wysoki udział odpowiedzi osób młodych dotyczących braku doświadczenia w nawiązywaniu przyjaźni online (45,1%) oraz ocenianie przyjaźni cyfrowych jako podobnych lub gorszych jakościowo (18,3% + 29%) charakteryzuje relacje online jako drugorzędne wobec tradycyjnych, z ostrożnym optymizmem co do ich jakości. Respondenci cenią autentyczność offline, co podkreśla wartość osobistych więzi, choć nie odrzucają potencjału sieciowego w nawiązywaniu kontaktów.

Tabela 96. Ocena jakości przyjaźni nawiązanych online w porównaniu do przyjaźni z „realnego życia” (P69)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Nie nawiązałem przyjaźni online	81	22.8%
Przyjaźnie online są raczej gorsze jakościowo	53	14.9%
Przyjaźnie online są raczej lepsze jakościowo	20	5.6%
Przyjaźnie online są znacznie gorsze jakościowo	50	14.1%
Przyjaźnie online są znacznie lepsze jakościowo	7	2.0%
Są podobnej jakości	65	18.3%
Trudno porównać / nie mam przyjaźni nawiązanych online	79	22.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Konkludując, młodzi dorośli oceniają technologie cyfrowe jako głównie neutralny czynnik w relacjach interpersonalnych, z dominującą oceną „neutralnie” (26-43%) i marginalnymi negatywnymi opiniami (<6%). Najsilniejszy pozytywny wpływ technologii (53,8-57,2%) wystąpił w ocenie relacji z przyjaciółmi i kolegami, podczas gdy więzi rodzinne/partnerskie cechował wysoki odsetek „nie dotyczy” (17-35%). Aż 49.0% badanych młodych dostrzega zmniejszenie liczby spotkań twarzą w twarz. Średnia 2,71 wskazała na subtelny negatywny wpływ na umiejętności komunikacyjne. Przyjaźnie online ocenione zostały jako drugorzędne (45% wskazało „brak doświadczenia”).

Oznacza to, że technologie cyfrowe uzupełniają relacje luźne, a pozostają obojętne w relacjach intymnych. Młodzi respondenci wyraźnie zachowują hierarchię – offline przewyższa online.

W ocenie młodych osób uczestniczących w badaniach jakościowych pogłębiających (IDI) technologie zdecydowanie bardziej uzupełniają komunikację, ale na pewno w pełni jej nie zastępują. Młodzi podkreślają duże znaczenie relacji osobistych: „Rozmowa twarzą w twarz jest niezastąpiona i jest mi o wiele bliższa i bardziej szczerza niż rozmowa przez telefon, przez komunikację przez Messengera. Rozmowa przez Messengera to zazwyczaj zupełnie inny proces. Wysyła się wiadomość, czeka się kilka minut, kilkanaście czy nawet godzinę na odpowiedź. To jest zupełnie inna forma komunikacji”. Preferowaną formą kontaktu u młodych pozostaje interakcja bezpośrednia. Technologia w ocenie badanych jest skuteczna, gdy chodzi o komunikaty krótkie, treściwe, a jej wykorzystanie wynika bardziej z łatwej i przystępnej formy niż obawy przed kontaktem bezpośrednim. W kontekście zebranych danych można dostrzec, że badani zdecydowanie częściej utrzymują relacje bezpośrednio z rówieśnikami, rodziną i przyjaciółmi. Zatem w kontekście bliskich powiązań zdecydowanie preferowany jest kontakt bezpośredni. W przypadku części respondentów pojawiają się znajomości utrzymywane wyłącznie w formie online, jednak nie są to relacje głębokie i zażyte, a technologia może być jedyną formą ich podtrzymania ze względu np. na odległość. Badani podkreślili, że realia współczesnego, pędzącego świata powodują, że intensywność i częstość relacji się zmieniają. W tym kontekście podtrzymanie kontaktu choćby w formie wirtualnej jest pewną szansą, by mogła ona w ogóle trwać. Z jednej strony kontakt wirtualny może utrudniać pogłębianie relacji interpersonalnych, osłabiać je z powodu np. trudności w przekazywaniu własnych opinii, spostrzeżeń i emocji, ale z drugiej, paradoksalnie podnosić zaufanie i poczucie bezpieczeństwa. Kontakt online, w opinii badanych młodych osób, pozwala budować komfort w formułowaniu przekazu bez konieczności fizycznego okazywania emocji, uczuć czy stanów psychicznych. Z drugiej strony, wymaga zaangażowania w tworzenie treści, budowanie narracji, przekazywanie precyzyjnych informacji, jeśli ma ona być zrozumiała i dać szansę uzyskania pożądanej/adekwatnej odpowiedzi. Natura relacji wirtualnej może umożliwiać dzielenie się informacjami trudnymi, kontrowersyjnymi, problematycznymi do przekazania w bezpośredniej konfrontacji, ale jednocześnie tym samym budować deficyt w zakresie kompetencji komunikacyjnych i interpersonalnych. Wielość i zróżnicowanie relacji budowanych w internecie powoduje, że oprócz tych pozytywnych mogą pojawić się również zachowania i działania o charakterze patologicznym, związane z funkcjonowaniem w przestrzeni wirtualnej.

Badanie ilościowe rodziców pozwoliło na analizę istotnych aspektów oceny wpływu technologii cyfrowych na relacje interpersonalne w wymiarze rodzinnym i rówieśniczym. Średnia ocena wpływu technologii cyfrowych na relacje rodzic – dziecko wynosiła 3,08. Większość rodziców oceniła, że technologie nie wpływają na relacje – odpowiedź

neutralna dominuje (63,9%). Jednocześnie 21% dostrzega wpływ raczej pozytywny, a oceny negatywne są nieliczne (14,2%). Zatem ogólny obraz wskazuje na stabilność relacji mimo obecności technologii. Konflikty dotyczące korzystania z technologii pojawiają się rzadko lub sporadycznie. Ponad połowa rodziców deklaruje, że nigdy nie występują (31,1%) lub występują rzadko (28,6%), a kolejne 31,9% wskazuje, że zdarzają się tylko czasami. Jedynie niewielki odsetek doświadcza konfliktów często lub bardzo często (8,4%). Średnia 2,19 potwierdza, że napięcia związane z technologiami są obecne, ale mają raczej łagodny i incydentalny charakter, a wysokie odchylenie standardowe wskazuje na zróżnicowane doświadczenia między rodzinami. Jednocześnie ponad 3/4 rodziców zauważa, że technologie zmniejszają czas na bezpośrednie rozmowy i kontakty rodzinne (średnia 3,19), co wskazuje na brak jednoznacznego wzorca – część rodzin doświadcza ograniczenia kontaktu, inne nie widzą zmian.

Tabela 97. Relacje z rodzicami i funkcjonowanie w rodzinie (P35, P38, P39)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
P35. Jak technologie cyfrowe wpływają na Pana/Pani relacje z córką/synem?	1. Bardzo negatywnie (znacząco pogarszają relacje)	1	0.8%	3.08±0.640
	2. Raczej negatywnie	16	13.4%	
	3. Neutralnie/ nie wpływają	76	63.9%	
	4. Raczej pozytywnie	25	21.0%	
	5. Bardzo pozytywnie (znacząco poprawiają relacje)	1	0.8%	
P38. Jak często dochodzi do konfliktów w rodzinie związanych z korzystaniem z technologii cyfrowych przez córkę/syna (np. zbyt długi czas przed ekranem, korzystanie podczas posiłków rodzinnych, brak komunikacji)?	1. Nigdy	37	31.1%	2.19±0.991
	2. Rzadko	34	28.6%	
	3. Czasami	38	31.9%	
	4. Często	9	7.6%	
	5. Bardzo często	1	0.8%	
P39. Czy zauważa Pan/Pani, że technologie cyfrowe zmniejszają czas, który córka/syn spędza na bezpośrednich rozmowach i kontaktach z rodziną?	1. Zdecydowanie nie zmniejszają	5	4.2%	3.19±1.099
	2. Raczej nie zmniejszają	32	26.9%	
	3. Trudno powiedzieć	32	26.9%	
	4. Raczej zmniejszają	35	29.4%	
	5. Zdecydowanie zmniejszają	15	12.6%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza rozkładu odpowiedzi udzielonych przez rodziców w pytaniu o negatywny wpływ technologii cyfrowych na relacje rodzic – dziecko ujawnia złożony i wewnętrznie

zróznicowany obraz wpływu technologii cyfrowych na jakość relacji rodzinnych. Najistotniejszą obserwacją z perspektywy interpretacyjnej jest wysoki odsetek odpowiedzi „nie dotyczy” – wskazało ją aż 62 respondentów (33,1%), przy czym wszystkie te wskazania uplasowały się na pozycji pierwszej, co nadaje tej odpowiedzi charakter jednoznaczny i kategoriyczny. Wynik ten może świadczyć o tym, że niemal jedna trzecia rodziców nie dostrzega żadnych zakłóceń w relacji z dorosłym dzieckiem wynikających z korzystania przez nie z technologii cyfrowych. Zjawisko to należy interpretować ostrożnie – może ono odzwierciedlać zarówno faktyczny brak problemów, jak i ograniczoną zdolność percepcyjną rodziców w zakresie identyfikowania subtelnych, lecz systematycznych zaburzeń w komunikacji rodzinnej.

Zjawiskiem szczególnie wartym podkreślenia, a zarazem potencjalnie zaskakującym, jest stosunkowo wysoki odsetek wskazań dotyczących agresywnych reakcji dziecka w odpowiedzi na prośbę o odłożenie telefonu (n=20; 10,7%). Rozkład tych wskazań jest równomiernie rozłożony pomiędzy pozycjami 2, 3 i 4, co sugeruje raczej, że problem ten jest identyfikowany przez rodziców jako jeden z wielu współwystępujących trudności, a nie jako zjawisko pierwszoplanowe. Co zaskakujące, stosunkowo rzadko wskazywaną kategorią okazało się nieuczestniczenie w życiu rodzinnym z powodu nadmiernego czasu online (N=8; 4,3%), choć zjawisko to, w świetle pozostałych odpowiedzi, wydaje się być realnym i powszechnym problemem. Rozbieżność ta może wskazywać na trudność rodziców w konceptualizowaniu tego zachowania jako odrębnego problemu, skoro izolacja i brak rozmowy są przez nich ujmowane w innych, bardziej konkretnych kategoriach.

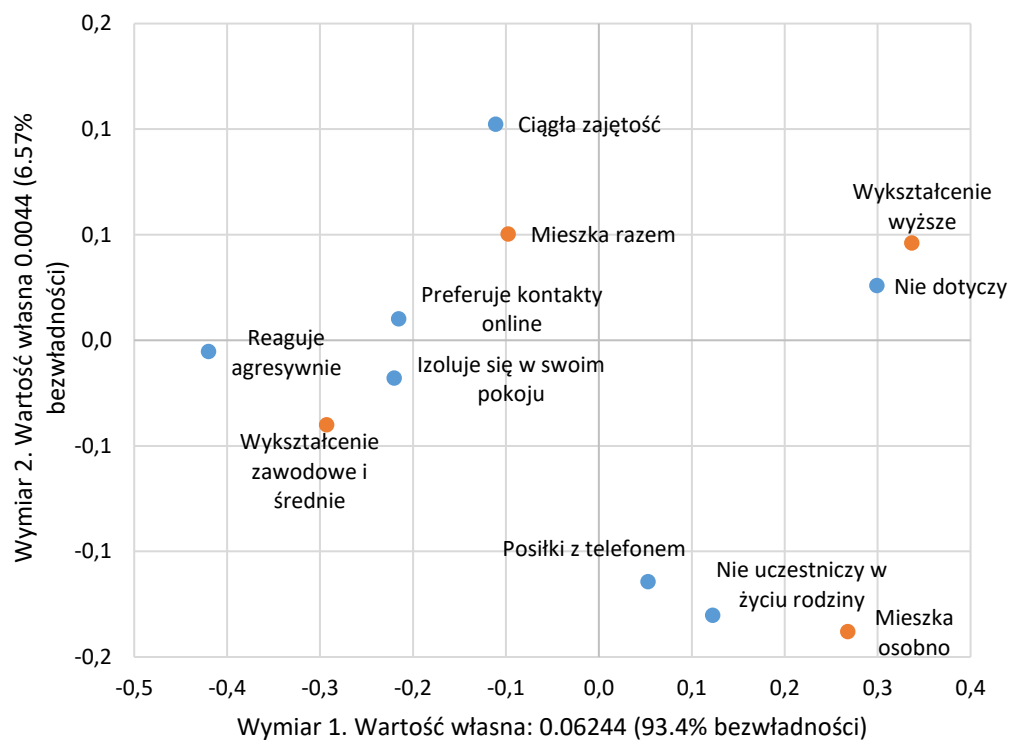
Tabela 98. Negatywny wpływ technologii cyfrowych na relacje rodzic-dziecko (P36)

Kategoria	Kolejność wskazań				Razem	Udział %
	1	2	3	4		
Córka/syn jest ciągle zajęty/a telefonem, komputerem i nie rozmawia	27	1	0	0	28	15.0%
Izoluje się w swoim pokoju z telefonem/komputerem	10	9	7	2	28	15.0%
Korzysta z telefonu/komputera podczas wspólnych posiłków rodzinnych	13	13	0	0	26	13.9%
Nie uczestniczy w życiu rodzinnym przez nadmierny czas online	2	1	3	2	8	4.3%
Preferuje kontakt online zamiast bezpośrednich rozmów	4	5	6	0	15	8.0%
Reaguje agresywnie, gdy proszę o odłożenie telefonu/odejście od komputera	1	9	5	5	20	10.7%
Nie dotyczy	62	0	0	0	62	33.1%
Razem	119	38	21	9	187	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 187).

Analiza korespondencji wykazała wyraźne zróżnicowanie w postrzeganiu negatywnego wpływu technologii cyfrowych na relacje z dziećmi, przy czym główny wymiar różnicujący (odpowiadający za 93,4% bezwładności układu) wyznacza sytuacja mieszkaniowa oraz poziom wykształcenia respondentów. W odpowiedziach rodziców, uwzględniających sytuację pod względem statusu zamieszkania i wykształcenia, rysuje się wyraźna dychotomia: rodzice niemieszkający z dziećmi, reprezentujący zazwyczaj grupę z wykształceniem wyższym, deklarują najczęściej, że problem negatywnego wpływu technologii ich nie dotyczy. Sugeruje to, że w przypadku relacji z dorosłymi dziećmi, które opuściły dom rodzinny, technologie cyfrowe przestają być źródłem konfliktów, a dystans fizyczny niweluje tarcia związane z nadużywaniem urządzeń. Zupełnie inna dynamika charakteryzuje grupę rodziców mieszkających z dziećmi pod jednym dachem, co na wykresie silnie koreluje z konkretnymi przejawami degradacji więzi. W tej grupie kluczową rolę odgrywa poziom wykształcenia. Respondenci nieposiadający wykształcenia wyższego częściej identyfikują problemy o charakterze konfrontacyjnym i separacyjnym. W tym segmencie najbardziej widoczne są zjawiska takie jak agresywne reagowanie dziecka na próby ograniczenia kontaktu z technologią oraz fizyczna izolacja w pokoju połączona z wyraźną preferencją kontaktów online nad osobistymi. Sugeruje to, że w tej grupie technologie cyfrowe stanowią barierę komunikacyjną, która prowadzi do emocjonalnego oddalenia i napięć na linii rodzic – dziecko. W obszarze wspólnego zamieszkiwania (blisko centrum układu) pojawiają się również problemy niezależne od skrajnych zachowań agresywnych. Respondenci wskazują tutaj na zjawisko ciągłej zajętości dziecka urządzeniami oraz zaburzenie kontaktów rodzinnych, czego symbolem jest korzystanie z telefonu podczas posiłków oraz ogólny brak uczestnictwa w życiu rodziny. O ile wykształcenie wyższe wydaje się wiązać z większym dystansem do problemu (wynikającym prawdopodobnie z faktu częstszego mieszkania osobno), o tyle wspólne życie w jednym gospodarstwie, szczególnie w rodzinach o profilu wykształcenia zawodowego i średniego, czyni z technologii cyfrowych istotny czynnik konfliktogenny, prowadzący do atomizacji życia rodzinnego.

Rysunek 8. Korespondencja percepcji negatywnego wpływu technologii cyfrowych na dzieci z wykształceniem rodziców i formą zamieszkania (P36)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, liczba wskazań 187).

W ocenie wpływu technologii cyfrowych na relacje dzieci z rówieśnikami większość rodziców wskazywała na „neutralny” (37,0%) lub „raczej pozytywny” (37,0%) wpływ, a kolejne 10,1% zauważała „bardzo pozytywny” wpływ technologii cyfrowych w tym zakresie. Oceny z odpowiedziami negatywnymi stanowiły łącznie 9,2%. Wyniki sugerują, że technologie cyfrowe są postrzegane głównie jako element wspierający kontakty z rówieśnikami lub przynajmniej niezakłócający ich, a obawy o ich negatywny wpływ były marginalne.

Oceny w zakresie pytania, czy dziecko spędza więcej czasu na spotkaniach bezpośrednich czy online, były zróżnicowane. Mniej niż połowa (42,9%) rodziców uważa, że technologie nie ograniczają spotkań twarzą w twarz (12,6% „zdecydowanie nie”, 30,3% „raczej nie”), natomiast 32,0% dostrzega przewagę kontaktów online. Duża grupa rodziców (25,2%) pozostaje niezdecydowana. Średnia 2,80 wskazuje na pewne przesunięcie aktywności społecznej do świata cyfrowego (online), ale nie jest to zjawisko powszechne ani jednoznaczne.

Tabela 99. Relacje rówieśnicze (P40-P41)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
P40. Jak ocenia Pan/Pani wpływ technologii cyfrowych na relacje córki/syna z przyjaciółmi i rówieśnikami?	1. Bardzo negatywny	1	0.8%	3.67±1.026
	2. Raczej negatywny	10	8.4%	
	3. Neutralny	44	37.0%	
	4. Raczej pozytywny	44	37.0%	
	5. Bardzo pozytywny	12	10.1%	
	6. Trudno powiedzieć	8	6.7%	
P41. Czy zauważa Pan/Pani, że córka/syn spędza mniej czasu na bezpośrednich spotkaniach z przyjaciółmi, a więcej czasu na kontaktach online?	1. Zdecydowanie nie (spotyka się często twarzą w twarz)	15	12.6%	2.80±1.094
	2. Raczej nie	36	30.3%	
	3. Trudno powiedzieć/ nie wiem	30	25.2%	
	4. Raczej tak, przeważają kontakty online)	34	28.6%	
	5. Zdecydowanie tak (prawie wyłącznie kontakty online)	4	3.4%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

W analizie zasad domowych i rozmów o technologiach 42% badanych rodziców deklaroowało brak ustalonych zasad korzystania z technologii cyfrowych (P42), a kolejne 21% wskazywało, że to ich nie dotyczy z uwagi na samodzielność i oddzielne zamieszkiwanie dziecka. Tylko niewielka część badanych miała jasne, przestrzegane zasady (9,2%) lub zasady, które nie zawsze są respektowane (13,4%), a 6,7% informowała o bezskutecznych próbach ich wprowadzenia.

Rozmowy rodziców z ich dziećmi o bezpiecznym i zdrowym korzystaniu z technologii (P44) odbywają się z umiarkowaną częstotliwością – średnia 2,62, najczęściej wybieraną przez rodziców odpowiedzią była odpowiedź „czasem” (42% wskazań). Uzyskane wyniki sugerują, że technologie cyfrowe są w wielu rodzinach słabo regulowane, ponieważ aż 42% rodziców nie ma żadnych ustalonych zasad, a tylko 9,2% deklaruje jasne i przestrzegane reguły; jednocześnie rozmowy o bezpiecznym korzystaniu z technologii odbywają się głównie sporadycznie lub okazjonalnie (razem 66,4%), co wskazuje, że zarówno zasady, jak i edukacja cyfrowa są w dużej mierze nieregularne i niesystematyczne.

Tabela 100. Zasady domowe i rozmowy o technologiach (P42-P45)

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
P42. Czy ustalił/a Pan/Pani z córką/synem jakieś zasady dotyczące	Nie dotyczy (córka/syn jest już samodzielny/a, mieszka osobno)	25	21.0%	-
	Nie, nie mamy ustalonych zasad	50	42.0%	

Pytanie	Kategoria/Skala Likerta	Liczebność	Udział %	Średnia±SD
korzystania z technologii cyfrowych (np. ograniczenia czasowe, zakaz przed snem, zasady podczas posiłków)?	Nie mam na córkę/syna wpływu. Dziecko jest dorosłe i nie słucha mnie, pomimo że mieszkamy razem	9	7.6%	
	Tak, mamy zasady, ale nie zawsze są przestrzegane	16	13.4%	
	Tak, mamy ustalone jasne zasady i są one przestrzegane	11	9.2%	
	Próbowaliśmy ustalić zasady, ale córka/syn się nie stosuje	8	6.7%	
P44. Jak często rozmawia Pan/Pani z córką/synem o bezpiecznym i zdrowym korzystaniu z technologii cyfrowych?	1.Nigdy/ prawie nigdy	19	16.0%	2.622±0.974
	2.Rzadko	29	24.4%	
	3.Czasem	50	42.0%	
	4.Często	20	16.8%	
	5.Bardzo często/ regularnie	1	0.8%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Pytanie o zasady korzystania z technologii cyfrowych adresowane było wyłącznie do tych rodziców, którzy w poprzedzającym pytaniu zadeklarowali istnienie jakichkolwiek zasad korzystania z technologii cyfrowych w domu. Wyniki w tym zakresie należy interpretować więc jako charakterystykę struktury zasad wśród rodziców aktywnie praktykujących regulację mediów (N=84), a nie jako miarę powszechności poszczególnych zasad w całej populacji badanych.

Dominującą zasadą identyfikowaną przez rodziców wprowadzających zasady korzystania z technologii cyfrowych jest zakaz korzystania z technologii podczas posiłków rodzinnych (28 wskazań, 33,3%), przy czym wskazania były równomiernie rozłożone pomiędzy pierwszą i drugą pozycją rankingową (odpowiednio 13 i 13 wskazań), co świadczy o postrzeganiu tej zasady jako jednej z kluczowych, lecz współwystępującej z innymi regułami w hierarchii domowych regulacji cyfrowych. Na kolejnych miejscach znajdują się: ograniczenia czasowe (16 wskazań, 19,0%), obowiązek wykonania zadań domowych przed korzystaniem z urządzeń (14 wskazań, 16,7%) oraz zakaz korzystania przed snem lub po określonej godzinie (11 wskazań, 13,1%). Skumulowany odsetek czterech powyższych kategorii wynosi 82,1%. Podkreśla to jednocześnie, że strategia regulacyjna rodziców skoncentrowana jest na wymiarze czasowym i sytuacyjnym korzystania z technologii.

Na szczególną uwagę zasługuje wynik dotyczący wspólnego czasu bez technologii, np. wieczorów rodzinnych (10 wskazań, 11,9%) – jest to jedyna zasada w zbiorze o charakterze pozytywnym i relacyjnym, tzn. niepolegająca na zakazie lub ograniczeniu, lecz na świadomym kreowaniu przestrzeni wolnej od technologii w celu wzmocnienia więzi rodzinnych. Niski odsetek wskazań na tę kategorię niestety podkreśla, że

dominującym modelem regulacji cyfrowej w badanych gospodarstwach domowych jest podejście restrykcyjne, a nie proaktywne czy wartościujące.

Jednocześnie zaskakująco niska okazała się liczba respondentów stosujących zakaz korzystania z urządzeń w sypialni (3; 3,6%), pomimo że jest to jedna z najszerzej rekomendowanych przez towarzystwa pediatryczne interwencji środowiskowych. W kontekście wcześniej zidentyfikowanego wysokiego odsetka wskazań na problemy ze snem jako skutek korzystania z technologii tak rzadkie stosowanie tej konkretnej reguły stanowi wyraźną niespójność między percepcją problemu a wdrażanymi strategiami zaradczymi. Rodzicielska regulacja cyfrowa w badanej populacji koncentruje się więc niemal wyłącznie na zakazach kontekstualnych (posiłki, sen, nauka), marginalizując podejścia oparte na wspólnym budowaniu nawyków cyfrowych.

Tabela 101. Zasady korzystania z technologii cyfrowych w domu (P43)

Kategoria	Kolejność odpowiedzi					Razem	Udział %
	1	2	3	4	5		
Obowiązek wykonania zadań domowych/nauki przed korzystaniem	5	1	6	1	1	14	16.7%
Ograniczenia czasowe (maksymalny czas dziennie/tygodniowo)	10	4	1	1	0	16	19.0%
Wspólny czas bez technologii (np. wieczory rodzinne)	5	4	1	0	0	10	11.9%
Zakaz korzystania podczas posiłków rodzinnych	13	13	2	0	0	28	33.3%
Zakaz korzystania przed snem / po określonej godzinie	8	2	1	0	0	11	13.1%
Zakaz korzystania w sypialni	1	1	0	1	0	3	3.6%
Brak zasad	2					2	2.4%
Razem	44	25	11	3	1	84	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=84).

Jeśli rodzice rozmawiają z dziećmi na temat wykorzystania technologii cyfrowych, to rozmowy te dotyczą przede wszystkim bezpieczeństwa, wiarygodności informacji oraz prywatności i ochrony danych osobowych w internecie. Dominującym przedmiotem rozmów jest bezpieczeństwo w internecie (76 wskazań, 26,8%), przy czym zdecydowana większość wskazań (63 spośród 76) uplasowała się na pierwszej pozycji rankingowej, co jednoznacznie potwierdza pierwszoplanowy charakter tego zagadnienia w świadomości rodziców. Na drugiej pozycji pod względem łącznego odsetka wskazań znalazła się wiarygodność informacji w internecie (67 wskazań, 23,6%), jednak z odmiennym rozkładem wewnętrznym: wskazania były rozłożone bardziej równomiernie pomiędzy kolejnymi pozycjami (1-4), co sugeruje, że temat jest podejmowany przez rodziców jako jeden z wielu równorzędnych wątków rozmów, a nie jako kwestia priorytetowa. Trzecia

co do częstości kategoria: prywatność i ochrona danych osobowych (55 wskazań, 19,4%) charakteryzuje się wyraźną koncentracją wskazań na pozycjach 1 i 2 (łącznie 53 z 55). Łącznie trzy wymienione kategorie obejmują 198 z 284 wszystkich wskazań (69,7%), kreśląc obraz rodzicielskiej komunikacji cyfrowej zdominowanej przez tematykę bezpieczeństwa i ochrony.

Zauważalne jest wyraźnie niskie miejsce dwóch kategorii dotyczących obszarów bezpośrednio powiązanych z dobrostanem psychicznym. Wpływ mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne jako temat rozmów wskazało jedynie 23 respondentów (8,1%), umiejscawiając tym samym tę kategorię na jednym z ostatnich miejsc wśród wszystkich tematów rozmów. Analogicznie, zagadnienie etykiety i kultury wypowiedzi w internecie uzyskało taki sam odsetek wskazań (23 wskazania, 8,1%). Podobny brak zainteresowania tematem zdrowia psychicznego w kontekście cyfrowym koreluje z wynikami analizowanych wcześniej danych, zgodnie z którymi problemy emocjonalne i psychologiczne dzieci były przez rodziców rzadko identyfikowane jako skutki korzystania z technologii.

Rodzice wykazują wysoką aktywność komunikacyjną w obszarze zagrożeń zewnętrznych (bezpieczeństwo, prywatność, dezinformacja), a jednocześnie w bardzo ograniczonym stopniu podejmują rozmowy dotyczące wewnętrznych, psychologicznych skutków korzystania z technologii przez ich dorosłe dzieci. Tego rodzaju asymetria tematyczna może być przejawem zarówno ograniczonej wiedzy rodziców na temat mechanizmów wpływu mediów cyfrowych na zdrowie psychiczne, jak i trudności w podejmowaniu rozmów dotyczących sfery emocjonalnej w relacji z dorosłym już dzieckiem.

Tabela 102. Tematyka rozmów z dziećmi w kontekście technologii cyfrowych (P45)

Kategoria	Kolejność odpowiedzi					Razem	Udział %
	1	2	3	4	5		
Bezpieczeństwo w internecie (oszustwa, cyberprzemoc)	63	10	3	0	0	76	26.8%
Czas spędzany online	17	6	13	0	0	36	12.7%
Etykieta i kultura wypowiedzi w internecie	1	4	7	8	3	23	8.1%
Nie rozmawiam	3	0	0	0	0	3	1.1%
Prywatność i ochrona danych osobowych	15	38	2	0	0	55	19.4%
Wiarygodność informacji w internecie	14	17	23	11	2	67	23.6%
Wpływ SM na zdrowie psychiczne	5	8	6	3	1	23	8.1%
Brak	1	0	0	0	0	1	0.4%
Razem	119	83	54	22	6	284	100.0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Analiza kategorii binarnych związanych z tematyką rozmów na temat bezpieczeństwa (P45) wskazuje, najczęściej dotyczą one bezpieczeństwa cyfrowego (86 ważonych wskazań, 39,8%), kompetencji informacyjnych (74, 34,3%) oraz dobrostanu cyfrowego (52, 24,1%), przy czym 1,9% rodziców nie wypowiada się na ten temat.

Tabela 103. Kategorie binarne w obrębie odpowiedzi na temat technologii cyfrowych

Kategoria binarna	Symbol kategorii	Liczebność ważona	Udział %
Bezpieczeństwo cyfrowe	B	86	39.8%
Dobrostan cyfrowy	D	52	24.1%
Kompetencje informacyjne	K	74	34.3%
Brak rozmów (neutralne)	N	4	1.9%
Średnia liczba wskazywanych kategorii	-	-	1.815

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Analiza współwystępowania wskazuje, że bezpieczeństwo, kompetencje informacyjne i dobrostan cyfrowy często pojawiają się razem, co odzwierciedla holistyczne podejście części rodziców do rozmów z dziećmi.

Tabela 104. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii

Para kategorii binarnych	Statystyka χ^2	Wartość p	Phi (ϕ)
BxD	5.3063	0.0212	0.2112
BxK	2.2106	0.1371	0.1363
BxN	10.7868	0.0010	0.3011
DxK	2.7310	0.0984	0.1515
DxN	3.2125	0.0731	0.1643
KxN	6.8066	0.0091	0.2392

Dominujące profile:

- BK - 31.1%
- BDK - 16.8%
- B - 14.3%
- BD - 10.1%
- D - 10.1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Prawie połowa rodziców (47,9%) nie monitoruje aktywności dzieci w internecie (P46), deklarując zaufanie, a kolejne 5,9% nie wie, jak to robić. Regularne monitorowanie dotyczy jedynie 3,4% badanych, natomiast 20,2% „czasami sprawdza” aktywność dziecka, a 11,8% robi to rzadko. Wśród metod monitorowania dominują: bezpośrednie pytanie o aktywności online (27 wskazań, 19,4%), śledzenie profilu w mediach społecznościowych (22, 15,8%) oraz korzystanie z aplikacji kontroli rodzicielskiej (11, 7,9%), przy czym prawie połowa respondentów zaznacza: „nie dotyczy” (brak

działań/monitoringu). Oznacza to, że większość rodziców nie monitoruje aktywności dziecka w sieci lub robi to jedynie okazjonalnie, a stosowane metody nadzoru są niesystematyczne i ograniczone głównie do rozmów lub obserwacji profilu, co może wskazywać na niski poziom realnej kontroli cyfrowej w rodzinach.

Tabela 105. Monitorowanie aktywności i obawy rodziców (P46-P47)

Pytanie	Kategoria	Liczebność	Udział %
P46. Czy monitoruje Pan/Pani aktywność córki/syna w mediach społecznościowych lub internecie?	Nie, ufam córce/synowi i nie monitoruję	57	47.9%
	Nie mam takiej możliwości/nie wiem, jak to zrobić	7	5.9%
	Chciałbym/chciałabym monitorować, ale córka/syn jest dorosła/y i nie zgadza się na to	13	10.9%
	Rzadko sprawdzam	14	11.8%
	Tak, czasami sprawdzam	24	20.2%
	Próbowaliśmy ustalić zasady, ale córka/syn się nie stosuje	8	6.7%
	Regularnie monitoruję	4	3,4%
P47. Jakich metod używa Pan/Pani do monitorowania aktywności córki/syna?	Monitoruję czas ekranowy	4	2.9%
	Nie dotyczy	69	49.6%
	Pytam bezpośrednio o aktywności online	27	19.4%
	Sprawdzam historię przeglądarki	5	3.6%
	Śledzę profil córki/syna w mediach społecznościowych	22	15.8%
	Używam aplikacji kontroli rodzicielskiej	11	7.9%
	W pytaniu wcześniejszym wskazałem/wskazałam, że nie wiem, jak to zrobić	1	0.7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (w P46: N=119, w P27: N=139, możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi).

Analiza hierarchii obaw rodziców wyrażonych przez rodziców w badaniu wymaga zastosowania dwóch komplementarnych miar: odsetka wskazań pierwszej pozycji rankingowej, odzwierciedlającego obawę priorytetową oraz ważonego wskaźnika średniej rangi, uwzględniającego rozkład wskazań we wszystkich pozycjach. Zestawienie obu miar pozwala uzyskać pełny obraz struktury lęków rodzicielskich wobec cyfrowego środowiska ich dzieci. Zdecydowaną dominującą obawą jest uzależnienie od technologii i mediów społecznościowych: 41 respondentów (34,5%) wskazało ją na pozycji 1, a średnia ważona ranga wyniosła 3,15 – co plasuje tę kategorię na samym szczycie hierarchii lęków rodzicielskich. Na drugiej pozycji, zarówno pod względem liczby wskazań na rangę 1 (N=28, 23,5%), jak i najniższej średniej ważonej rangi spośród wszystkich kategorii (3,08), znalazł się negatywny wpływ technologii na zdrowie psychiczne (depresja, lęk). Te dwie kategorie łącznie stanowiły 58,0% wszystkich wskazań na pozycję pierwszą, co konstrytuje wyraźny, dominujący blok obaw o charakterze psychologiczno-behawioralnym. Na dalszych pozycjach w hierarchii

znalazły się: cyberprzemoc (12,6% wskazań na rangę 1, średnia ranga 4,06) oraz oszustwa online i wyłudzenia finansowe (10,9%, średnia ranga 4,23).

Dosyć zaskakujące wyniki ukazują się przy analizie dolnego bieguna hierarchii obaw. Negatywny wpływ technologii na wyniki w nauce lub pracy uzyskał zaledwie jedno wskazanie na pozycji pierwszej (0,8%) i bardzo niską średnią rangę wynoszącą 6,51, co lokuje tę kategorię na przedostatnim miejscu wśród wszystkich obaw. Co więcej, aż 49 respondentów umieściło tę kategorię na pozycji ósmej, czyli jednej z najniższych. Jest to wynik zaskakujący w świetle powszechnych narracji medialnych i pedagogicznych, które niejednokrotnie eksponują właśnie wpływ technologii na efektywność nauki/pracy.

Jeszcze niżej w hierarchii znalazły się nieodpowiednie wzorce zachowań promowane przez media społecznościowe, takie jak konsumpcjonizm i powierzchowność (średnia ranga 7,87, zaledwie 2 wskazania na pozycji 1, tj. 1,7%). Aż 68 respondentów umieściło tę kategorię na przedostatniej pozycji rankingowej, co sugeruje, że rodzice nie postrzegają długoterminowego kształtowania postaw i wartości przez media cyfrowe jako istotnego zagrożenia, mimo że jest to zagadnienie szeroko dyskutowane w kontekście socjalizacji cyfrowej.

Tabela 106. Obawy rodziców w związku z korzystaniem z technologii cyfrowych (P48)

Kategoria	Ranga odpowiedzi										Średnia (±SD)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Cyberprzemocy (hejt, cyberbullying, nękanie online)	15 12.6%	15 12.6%	24 20.2%	19 16.0%	13 10.9%	17 14.3%	8 6.7%	5 4.2%	3 2.5%	0 0.0%	4.06 (±2.10)
Dezinformacji / fatszywych informacji	8 6.7%	5 4.2%	9 7.6%	14 11.8%	5 4.2%	7 5.9%	38 31.9%	18 15.1%	14 11.8%	1 0.8%	6.00 (±2.38)
Kontakt z nieznanymi o złych intencjach	7 5.9%	11 9.2%	8 6.7%	21 17.6%	24 20.2%	16 13.4%	19 16.0%	7 5.9%	6 5.0%	0 0.0%	5.01 (±2.08)
Naruszenia prywatności	4 3.4%	8 6.7%	17 14.3%	12 10.1%	15 12.6%	36 30.3%	14 11.8%	9 7.6%	4 3.4%	0 0.0%	5.18 (±1.94)
Negatywnego wpływu na wyniki w nauce / pracy	1 0.8%	12 10.1%	7 5.9%	11 9.2%	5 4.2%	6 5.0%	11 9.2%	49 41.2%	15 12.6%	2 1.7%	6.51 (±2.38)
Negatywnego wpływu na zdrowie psychiczne	28 23.5%	37 31.1%	18 15.1%	6 5.0%	13 10.9%	6 5.0%	6 5.0%	2 1.7%	3 2.5%	0 0.0%	3.08 (±2.08)
Nieodpowiednich wzorców zachowań z SM	2 1.7%	3 2.5%	4 3.4%	2 1.7%	3 2.5%	6 5.0%	10 8.4%	17 14.3%	68 57.1%	4 3.4%	7.87 (±2.01)
Oszustw online / wyłudzeń finansowych	13 10.9%	11 9.2%	18 15.1%	18 15.1%	32 26.9%	12 10.1%	10 8.4%	5 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	4.23 (±1.89)
	41	17	13	16	9	13	2	6	1	1	3.21

Kategoria	Ranga odpowiedzi										Średnia (±SD)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Uzależnienia od technologii / MS	34.5%	14.3%	10.9%	13.4%	7.6%	10.9%	1.7%	5.0%	0.8%	0.8%	(±2.27)
Inne	0	0	1	0	0	0	1	1	5	111	9.86
	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	4.2%	93.3%	(±0.74)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Z perspektywy paradoksów badawczych szczególnej uwagi wymaga zestawienie wyników analizy obaw rodziców ze wskazaniami z poprzednio analizowanych obszarów: zachowania lub problemy związane z korzystaniem z technologii cyfrowej przez dzieci (P31) i tematyka rozmów z dziećmi w kontekście technologii cyfrowych (P45). Podczas gdy rodzice wyraźnie artykułują obawę przed uzależnieniem jako zagrożenie pierwszoplanowe, jednocześnie rzadko podejmują rozmowy z dziećmi na temat wpływu mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne (jedynie 8,1% wskazań) i w ograniczonym stopniu identyfikują emocjonalne konsekwencje korzystania z technologii u swoich dzieci. Sugeruje to istnienie swoistego rozłamu poznawczego (cognitive gap): rodzice doświadczają lęku przed uzależnieniem jako abstrakcyjnej kategorii ryzyka, nie przekładając go jednak na konkretne działania profilaktyczne ani na pogłębioną obserwację psychologicznych skutków tego uzależnienia u własnych dzieci.

Technologie jednocześnie ułatwiają podtrzymywanie relacji rówieśniczych, ale zmniejszają czas przeznaczony na bezpośrednie kontakty rodzinne i spotkania twarzą w twarz, co rodzi ryzyko pogorszenia jakości więzi rodzinnych. W wielu rodzinach brakuje spójnych, egzekwowanych zasad korzystania z urządzeń cyfrowych oraz systematycznych rozmów o bezpieczeństwie i dobrostanie cyfrowym, a monitorowanie aktywności dzieci jest rzadkie i w dużym stopniu oparte na deklaratywnym zaufaniu. Najsilniejszym źródłem niepokoju rodziców pozostaje możliwość uzależnienia od technologii i negatywne konsekwencje dla zdrowia psychicznego, choć znaczna część rodziców nie dostrzega aktualnie poważnych problemów u swoich dzieci, co może oznaczać zarówno faktyczny brak problemów, jak i ograniczoną świadomość zjawisk zachodzących w świecie online.

Rodzice młodych osób biorący udział w badaniach jakościowych (IDI) zwracają uwagę, że w przypadku wielu pełnoletnich osób odłożenie telefonu w sytuacjach rodzinnych nie stanowi większego problemu. W zależności od wykonywanej pracy osoby te mogą też nie korzystać z telefonów w weekendy. Ale są też osoby, które notorycznie sprawdzają wiadomości, przeglądają telefon, niezależnie od sytuacji, w jakiej się znajdują, np. uroczystości rodzinnej. Konflikty wynikające z nadmiarowego korzystania z technologii przez dorosłe dzieci nie zdarzają się we wszystkich rodzinach. Trudne sytuacje mają miejsce np. podczas świąt, gdy przy rodzinnym stole syn/córka nie włącza się do rozmowy, tylko cały czas skroluje. Konflikty dotyczą długości korzystania z komputera,

korzystania przed snem albo od razu po obudzeniu się, kiedy są inne czynności, które należy szybko zrobić.

Niektórzy rodzice dorosłych dzieci uznają, że technologie ułatwiają relacje o tyle, że umożliwiają rodzicom i dzieciom kontakt w każdej przestrzeni i niemal o każdym czasie, i to jest bezwzględnie atut technologii. W wielu bowiem przypadkach dzieci nie mieszkają z rodzicami, często przebywają w innym mieście czy kraju. W takich sytuacjach obie strony korzystają z platform społecznościowych i wymieniają informacje na temat, co u nich się dzieje. Ale są też przypadki rodzin, w których dzieci nie chcą utrzymywać kontaktów z rodzicami, a wybierają relacje online ze znajomymi.

Rodzice dostrzegają również dobre strony korzystania przez ich dzieci z technologii w aspekcie ich relacji ze znajomymi. Jednak nie zawsze internet jest miejscem, gdzie ich dzieci szukają znajomych. Często bazują na relacjach w realnym świecie i kontaktach bezpośrednich, chociaż zdarzają się sytuacje, że dzieci utrzymują niemal wyłącznie kontakty online. Wielu rodziców dorosłych dzieci raczej nie widzi problemu z zachowaniem równowagi w tym aspekcie. Korzystają z telefonów i technologii, ale potrafią też bez niej funkcjonować. Jednak zależy to też od pracy, jaką wykonują. Czasami jest to prowadzenie własnego przedsiębiorstwa, co nie pozwala na ignorowanie telefonów od klientów np. w godzinach popołudniowych. Ale są też rodzice, którzy zauważają takie sięganie po telefon bez wyraźnego powodu. Wszystko zależy od sytuacji. Jeśli muszą wykonać jakieś zobowiązania, to pracują w różnych godzinach. Jeśli są ważne sytuacje, to traktują swoją pracę poważnie i nie ignorują telefonów.

Zdaniem ekspertów zdrowia psychicznego technologie wpływają na umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnych. Kształtuje się inna niż znana dotąd społecznie relacja osobista. Pokolenie młodych ludzi potrafi szybko nawiązać kontakt z daną osobą poprzez media społecznościowe. Poza tym nawiązuje relację i utrzymuje ją tak długo, jak jest ona potrzebna. Relacja ta kończy się często bardzo szybko, jest ucinana jest bez zobowiązań.

Współcześnie zauważyć można pogłębiającą się izolację społeczną młodych ludzi w świecie realnym. Natomiast relacje w świecie wirtualnym, świecie online, rozwijają się ilościowo. Zachodzi tutaj swoisty paradoks: wielość kontaktów online przy jednoczesnym poczuciu samotności. Samotność definiowana jest przez pryzmat jakości relacji, która determinowana jest poczuciem deficytu zaufania. Trudno jednoznacznie określić, jak rozumieją samotność młodzi ludzie. Ważna dla nich jest dla nich zarówno liczba, jaki i różnorodność relacji. Z jednej strony wskazują na przestymulowanie, ale z drugiej, nawet chwilowa cisza nazywana jest samotnością. Młodzi ludzie denerwują się, gdy ktoś nie odczytuje ich wiadomości, nie odpisuje na nie. Pojawia się lęk, szukają w sobie winy, co zrobiłam/zrobiłem nie tak. Brak wiedzy, dlaczego ktoś nie reaguje, powoduje bardzo wysoki poziom lęku. Można odnieść wrażenie, że młodzi ludzie

zatracają również granice między nazwaniem kogoś kolegą a przyjacielem. Jest to charakterystyczne zarówno dla relacji offline jak i online.

U młodych ludzi to, co dostają z mediów, tj. początkowe – częste kontakty, dużo aktywności, budzi swego rodzaju zachłyśnięcie się znajomością. Dopiero gdy częstotliwość spada, weryfikują znajomość, czasem powstające w świecie online więzi są początkowo wręcz zaborcze. Młodzi ludzie zwracają uwagę także na to, „czy jest zielona kropczka, czy znajomy/znajoma są online”. Sygnały takie dla wielu osób są absolutnie nieoczywiste, ale dla młodych ludzi – bardzo ważne. Nie jest też istotna pora dnia, dzień tygodnia, nie są ważne okoliczności, godzina, gdyż niemal non stop aktywność znajomych jest sprawdzana przez młodych ludzi. W głowach młodych osób pojawia się pytanie, dlaczego znajomi nie odpisują, nie odpowiadają.

Ważnym aspektem jest też kwestia przyjaźni nawiązywanych online w porównaniu do relacji offline. Zbudowane w internecie relacje skutkują niekiedy spotkaniem w realnym świecie, nawet jeśli wiąże się to z przelotem do innego kraju czy na inny kontynent. Często pojawia się wtedy rozczarowanie, a po powrocie do domu kontakt jest urwany. Powierzchnowe, krótkotrwałe relacje nie są czymś wyjątkowym w świecie młodych ludzi. Warto też podkreślić, że młode osoby o osobowości ekstrawertycznej szukają raczej kontaktów online. Natomiast w przypadku introwertyków, z uwagi na ich trudności związane z umiejętnościami społecznymi i kompetencjami, czasami nawet kontakty online nie pomagają. Z drugiej strony, w przypadku młodych pacjentów, wszystko, czego doświadczają online, wypełnia ich pustkę życiową związaną z funkcjonowaniem codziennym, ponieważ młody człowiek uważa, że wtedy „jest łatwiej”. Dlatego też, ciężko trochę znaleźć jasną zasadę, którą kierują się osoby młode podczas poszukiwania oraz nawiązywania kontaktów z innym człowiekiem. Specjaliści zdrowia psychicznego podkreślają, że to, co rodzi szczególnie lęk wśród młodych pacjentów, to lęk, który jest wzmacniany przez grupy Messenger i grupy discordowe. Lęk ten dotyczy obawy przed porzuceniem i odrzuceniem, ponieważ młode osoby bardzo szybko się odrzucają, przerzucają po grupach i wykluczają. W tego rodzaju grupach może nie ma bezpośredniego hejtu i agresji, ale istnieje forma odrzucenia i izolacji. Wystarczy dodać zaburzenia snu i ta korelacja jest tak bardzo silna, że rodzi lęk i strach. Osoby dobrze funkcjonujące, z dobrą refleksją o sobie samych, poddając się oddziaływaniu wymienionych grup zaczynają cierpieć na brak snu (presja ciągłego bycia online). Trafiają do specjalistów, z którymi muszą się uczyć, czym jest higiena snu, czym są kortyzol, i melatonina. Praca terapeutyczna z takimi osobami pozwala uregulować sen i pomóc tym osobom sprawić, że „na pierwszą lekcję do szkoły idą bez lęku”. Młodzi ludzie, poddając się presji bycia w ciągłym kontakcie online, omijają sen, który potrzebny jest do rozwoju. Długotrwałe korzystanie z technologii może wiązać się zaburzeniami snu, co może być pośrednią przyczyną lęku.

Izolacja społeczna i samotność, odrzucenie przez osoby bliższe, dalsze czy środowisko zawodowe zdecydowanie zwiększają podatność na ryzyko, jakie niesie wirtualny świat. Osoby o specyficznej osobowości, jak introwertyk klasyczny czy osoba z cechami introwertyzmu, która w sposób naturalny dąży do bycia samotnym, nie powinna popadać w ryzyko korzystania z technologii cyfrowych. Ogromne znaczenie mają tutaj również cechy osobowościowe oraz narażenie na ostracyzm społeczny, na przykład „inność” – środowisko migracyjne czy bycie oryginalnym (ekscentrycznym) sprzyja poszukiwaniu w sieci akceptacji i podobieństw. Specjaliści wskazują jednak, że trudno jednoznacznie ocenić, czy osoby z LGBT są bardziej narażone na problemy wynikające z korzystania z technologii cyfrowej. W trakcie badania podawano przykład dziewczynek, których pasją są anime i manga⁹⁸. Są one bardziej narażone na używanie mediów ze względu na to, że tam znajdują osoby sobie bliskie w tym zainteresowaniu, natomiast społecznie wśród rówieśników bywają wykluczone, wyśmiane, więc przebywanie w relacjach online jest dla nich ratujące i bliskościowe.

Różnorodność i inność są powodem częstego korzystania z mediów. Z drugiej strony są szansą, gdyż lokalne społeczności nie zawsze są otwarte na inność i różnorodność. W przypadku dziewczynek interesujących się fantastyką można powiedzieć, że tworzą one pewnego rodzaju grupę społeczną, wymieniają się doświadczeniami, filmami, książkami, wspierając się nawzajem. Z drugiej strony należy pamiętać, że takie relacje mogą również odciąć od realnych relacji społecznych, gdyż grupy takie jak anime czy Emo⁹⁹ trzymają się razem. Nie dopuszczają do siebie innych osób; jeśli ktoś chce dołączyć, musi się tej grupie spodobać.

⁹⁸ Anime i manga – produkcje narysowane i zanimowane przez japońskie studia. Zarówno anime, jak i mangę można rozpoznać po charakterystycznej kresce, postaciach posiadających duże oczy, ekstrawaganckie fryzury i stroje pełne detali.

Mianem mangi określa się japońskie komiksy. Czyta się je w odwrotnym kierunku niż zwykle – od prawej do lewej. Rysunki w tomach mangi są zazwyczaj czarno-białe, ale istnieją wyjątki, np. bogato ilustrowane powieści graficzne zwane gekiga. Wśród tysięcy tytułów znajdują się komiksy dla każdej grupy wiekowej, między innymi: shojo – manga dla dziewcząt, shonen – manga dla chłopców. Anime to skrót od angielskiego słowa „animation”, który jest ogólną nazwą animowanych seriali i filmów. Są one emitowane w telewizji, na platformach streamingowych oraz wydawane na płytach DVD. Anime bywają tworzone na podstawie mang – przykładem jest popularny „One Punch Man”. Japońskie animacje to często kosztowne przedsięwzięcia, w które zaangażowane jest grono najlepszych artystów, a tworzące je studia są znane na całym świecie. Przykładem jest Studio Ghibli – twórca znanych w Polsce filmów, takich jak „Spirited Away: W krainie bogów” (uhonorowane Złotym Niedźwiedziem i Oscarem), „Ruchomy zamek Hauru”, „Mój sąsiad Totoro” czy „Księżniczka Mononoke”. Mają one niepowtarzalną atmosferę, nasyconą naturą i rodzimymi legendami. Manga to komiksowe rysunki, anime to animowane seriale i filmy. Źródło: <https://www.smyk.com/porady/anime-a-manga---czym-sie-roznia,13752.html> [dostęp: 15.03.2026 r.].

⁹⁹ Emo - rodzaj subkultury młodzieżowej, źródło: <https://www.psychiatriapolska.pl/pdf-58235-79296?filename=Parental-attitudes-and-ag.pdf> [dostęp: 15.03.2026 r.].

Najbardziej narażoną na problemy związane z technologiami jest grupa młodych osób, która ma trudności w bezpośrednich relacjach społecznych, np. osoby z zespołem Aspergera czy autyzmem. Są to pacjenci, którzy świetnie posługują się technologiami cyfrowymi, natomiast w relacjach społecznych są wycofani i nie potrafią sobie z tym poradzić. Korzystanie z technologii okazuje się dla nich ucieczką od rzeczywistości w celu szukania kontaktu pośredniego z innymi ludźmi, których wybierają sobie sami. Specjaliści dodają, że do tej grupy zaliczyć można również osoby z niską samooceną, które nie mogą sobie poradzić na przykład z chwilowym odrzuceniem w mediach społecznościowych czy też dłuższym odrzuceniem. Podobnie jest też z osobami o wysokiej samoocenie. Kolejną grupę tworzą osoby z niskim poziomem intelektualnym, zarówno osoby z pogranicza niepełnosprawności, jak i z lekkim stopniem niepełnosprawności intelektualnej. U tych osób poziom samokrytycyzmu, a także w ogóle zdolności myślenia logicznego i przyczynowo skutkowego, jest ograniczony. A im ten iloraz jest mniejszy, tym bardziej zaburzony jest poziom krytycznego myślenia i bardzo często takie osoby napotykają problemy podczas korzystania z technologii cyfrowych lub są wykorzystywane niewłaściwie przez bardziej sprytnych użytkowników. Kolejną grupą najbardziej narażoną na problemy w mediach są dziewczęta, szczególnie borykające się z odrzuceniem oraz osoby o niskim statusie społecznym czy materialnym pochodzące z tak zwanych rodzin zrekonstruowanych – paczworkowych, w których relacje są poszarpane, poniszczone.

Relacje on-line, mogą mieć wpływ na myśli samobójcze lub próby samobójcze. Specjaliści zwracali uwagę, że jeszcze trzy lata temu odnotowywano jednostkowe przypadki takich sytuacji, które były związane wyłącznie z hejtem. Taka sytuacja dotyczyła jednego pacjenta na pół roku lub jednego pacjenta na rok szkolny. W ostatnim czasie (w przeciągu 1,5 roku) raz na kwartał odnotowuje się młodą osobę po próbie samobójczej lub samookaleczeniach z powodu hejtu. Decyzje o samookaleczeniu są podyktowane niską samooceną, która z kolei jest wynikiem hejtu. Potwierdza to przykład młodej mamy, która na Instagramie wskazuje na inne młode mamy, które bardzo dobrze sobie radzą. Informacja ta wzbudza potężną presję, nieświadomioną, niewypowiedzianą, ale jednak wewnętrzną, która stwarza różne trudności i zmiany perspektywy widzenia samej siebie. Dokonywanie samooceny przez technologie podprogowo obniża ją na wielu obszarach funkcjonowania, co dotyczy również dzieci. Problem porównywania się z innymi w mediach społecznościowych odgrywa ogromną rolę. Młody człowiek chce być akceptowanym społecznie nie tylko w życiu rzeczywistym, ale i online. Bycie akceptowanym jest pokarmem dla psychiki młodego człowieka. Żeby dobrze się czuć, by mieć dobrostan psychiczny, pozwalający na dobry nastrój i motywację do działania, młody człowiek musi być zauważalny w mediach.

6.3. Cyberprzemoc

Analiza doświadczenia młodych dorosłych w zakresie różnych form cyberprzemocy wskazała wysoką częstotliwość jej występowania. Niemal połowa badanych (46,4%) doświadczyła co najmniej jednej formy przemocy w przestrzeni internetowej. Najczęściej napotykanymi incydentami były takie zachowania jak hejt (13,3%) i cyberbullying/nękanie online (4,1%), co plasuje wynik znacznie powyżej średnich dla dorosłych w Polsce (9,5-30%)¹⁰⁰ i zbliża do wskaźników charakterystycznych w badaniach obejmujących młodzież (15-28%)¹⁰¹. Taka ekspozycja charakteryzuje grupę respondentów jako aktywnych użytkowników online o zwiększonym ryzyku, gdzie mimo rozproszenia zagrożeń (np. włamanie do telefonu 0,2%) problem wydaje się być systemowy, a nie marginalny.

Tabela 107. Doświadczenie różnych form cyberprzemocy (P70)

Doświadczenie cyberprzemocy	Liczebność	Udział %
Cyberbullying / nękanie online	18	4.1%
Groźby w Internecie	34	7.8%
Hejt / obraźliwe komentarze w mediach społecznościowych	58	13.3%
Nie doświadczyłem/-am żadnej formy cyberprzemocy	233	53.6%
Podszywanie się pod moją tożsamość	24	5.5%
Rozpowszechnianie prywatnych informacji / zdjęć bez zgody	18	4.1%
Stalking / uporczywe śledzenie profilu, kontaktowanie się	33	7.6%
Włamanie na telefon	1	0.2%
Wykluczenie z grupy online / ostracyzm cyfrowy	16	3.7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wyboru kilku odpowiedzi).

Mimo wysokiej ekspozycji na zagrożenia średnia ocena wpływu cyberprzemocy na samopoczucie psychiczne młodych wyniosła 3,92, z dominacją pozytywnych odpowiedzi (60,9% „raczej dobre” + „bardzo dobre”), co paradoksalnie opisuje cyberprzemoc jako czynnik mobilizujący psychikę u większości poszkodowanych, z tylko 16,6% negatywnych ocen. Wysoki pozytywny odsetek badanych wskazuje na odporność i adaptacyjność respondentów, gdzie incydenty wzmacniają raczej niż niszczą samopoczucie.

Tabela 108. Wpływ doświadczenia cyberprzemocy na samopoczucie psychiczne (P71)

¹⁰⁰ Cyberprzemoc krzywdzi naprawdę, Amnesty International, 2023, <https://www.amnesty.org.pl/badania-prawie-co-piata-mloda-dziewczyna-doswiadczyła-cyberprzemocy/> [dostęp: 07.03.2026 r.].

¹⁰¹ Health Behaviour in School-Aged Children, WHO, 2024, <https://www.who.int/europe/news/item/27-03-2024-one-in-six-school-aged-children-experiences-cyberbullying--finds-new-who-europe-study> [dostęp: 07.03.2026 r.].

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo złe	1	23	6.5%
Raczej złe	2	36	10.1%
Ani dobre, ani złe	3	80	22.5%
Raczej dobre	4	23	6.5%
Bardzo dobre	5	193	54.4%
Średnia	3.92	-	-
Odchylenie standardowe	1.323	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Najczęstsze reakcje respondentów na doświadczenie cyberprzemocy to blokowanie osoby (17,6%), zgłaszanie naruszenia administracji platformy (10%) i ignorowanie (8,9%), z dominującymi ocenami „nie dotyczy” (48,4%). Uzyskane wyniki każą scharakteryzować takie reakcje jako skuteczne i zdecentralizowane, unikające eskalacji do wezwania policji (2,7%) czy poddania się terapii (1,4%). Niski udział profesjonalnej pomocy terapeutycznej podkreśla kompetencje respondentów w samodzielnym zarządzaniu zagrożeniami cyfrowymi.

Tabela 109. Reakcja respondenta na doświadczenie cyberprzemocy (P72)

Kategorie	Liczebność	Udział %
Nie dotyczy	212	48.4%
Zablokowałem/-am osobę	77	17.6%
Zgłosiłem/-am naruszenie administracji platformy	44	10.0%
Zignorowałem/-am, nie zareagowałem/-am	39	8.9%
Rozmawiałem/-am z bliskimi o tym doświadczeniu	30	6.8%
Zgłosiłem/-am na Policję	12	2.7%
Usunąłem/-am swoje konto na platformie	7	1.6%
Skorzystałem/-am z pomocy psychologicznej / terapeutycznej	6	1.4%
Zrobiłem/-am przerwę od mediów społecznościowych	6	1.4%
Nie doświadczyłam	2	0.5%
„Odbiłem piłeczkę”	1	0.2%
W szkole poinformowałam dyrekcję i nauczycieli	1	0.2%
Zareagował psycholog, szkoła i moi rodzice	1	0.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wyboru kilku odpowiedzi).

Podsumowując, wyniki badania ilościowego osób młodych ujawniły wysoką ekspozycję na cyberprzemoc – 46,4% respondentów doświadczyło co najmniej jednej formy cyberprzemocy (hejt 13,3%, cyberbullying / nękanie online 7,8%). Paradoksalnie, respondenci wskazywali pozytywny wpływ psychiczny cyberprzemocy (średnia 3,92, 60,9% „raczej dobre” + „bardzo dobre”); pragmatyczne reakcje na zagrożenia:

blokowanie (17,6%), platforma (10%), ignorowanie (8,9%), minimum zaangażowania policji/terapii (<3%). Ponad połowa respondentów (53,6%) była wolna od incydentów cyberprzemocy. Jak wskazano, cyberprzemoc jest problemem systemowym w grupie osób aktywnych online. Można zatem uogólnić, że respondenci wykazują wysoką odporność na zagrożenia przemocowe w sieci. Cyberprzemoc mobilizuje, nie powodując istotnych problemów psychicznych i generuje samodzielne strategie radzenia z zagrożeniami w sieci.

W ocenie osób młodych biorących udział w wywiadach pogłębionych zdecydowanie to anonimowość wyzwala zachowania przemocowe w cyberprzestrzeni. Sprzyja również poczuciu bezkarności i tym samym może zacierać granice dopuszczalnych zachowań. Perspektywa respondentów podkreśla również przyczyny osobowościowe i psychologiczne związane ze stosowaniem cyberprzemocy, takie jak zazdrość, zawiść, niskie poczucie wartości i chęć jego podniesienia, np.: „Mam wrażenie, że przede wszystkim osoby czują, że nikt ich nie widzi, nikt ich nie zna, więc mogą napisać, zrobić cokolwiek i nie będą za to w żaden sposób wyciągnięte dla tej osoby konsekwencje, więc czują, że mogą zrobić wszystko i dlatego też są pewne siebie w tych działaniach. (...) na pewno chęć podbicia swojej pewności siebie. Może też częściowo efekt tego, że zazdrości się danej osobie i chce być się od niej lepszą i w jakiś sposób wpłynąć na gorsze samopoczucie danej osoby”. Trudno natomiast jednoznacznie określić, kto cechuje się większą wrażliwością na hejt w przestrzeni internetowej. Z badań pogłębiających przeprowadzonych w formie wywiadów indywidualnych z osobami 18-34 lata wynika, że w ocenie respondentów istotne pozostają indywidualne predyspozycje danej osoby, jej charakter, osobowość, temperament, które bezpośrednio korelują z odpornością i określają stopień wrażliwości na przemoc internetową. W tym zakresie bardzo trudno jest jednoznacznie określić różnice w poziomie wrażliwości pomiędzy młodym pokoleniem a starszymi pokoleniami.

Tymczasem 38,7% rodziców „nie sądzi, by dziecko miało jakikolwiek problem” związany z technologiami cyfrowymi, a 42,9% „nie zauważyło niczego niepokojącego”, co sumarycznie daje ponad trzy czwarte badanych rodziców, którzy nie dostrzegają problemów. Jednocześnie około 10,9% rodziców podejrzewa występowanie problemów (w tym część czuje się bezradna), a pojedyncze osoby (0,8%) deklarują podjęcie działań, takich jak skierowanie dziecka do specjalisty. Jeśli chodzi o cyberprzemoc, 71,4% rodziców twierdzi, że dziecko jej nie doświadczyło, 10,9% wie o takich doświadczeniach, a 17,6% nie ma wiedzy na ten temat.

W sytuacjach cyberprzemocy dominującą reakcją rodziców jest rozmowa z dzieckiem, często połączona z kontaktem ze szkołą lub nauczycielami; sporadycznie pojawia się zgłaszanie sprawy na policję lub do administracji platformy, a w części przypadków dziecko korzysta z pomocy psychologicznej. Rozkład uzyskanych odpowiedzi wskazuje,

że przy stosunkowo nielicznych przypadkach cyberprzemocy rodzice wybierają głównie strategie oparte na wsparciu emocjonalnym i współpracy z instytucjami edukacyjnymi.

W ocenie gotowości rodziców do reagowania na zagrożenia cyfrowe (P52) dominuje odpowiedź: „raczej wysoka” (50 osób, 42,0%) a następnie „średnia” (42 osoby, 35,3%). Średnia ważona skali 1-5 wynosi 3,57±0,898. Sugeruje to, że większość rodziców czuje się dobrze przygotowana, ale nie w pełni pewna siebie. W ocenie priorytetów wsparcia (P53) najczęściej wskazano rozpoznawanie uzależnienia (26 osób, 21,8%) i reagowanie na cyberprzemoc (24 osoby, 20,2%).

Uwzględniając powyższe, można przyjąć, że większość rodziców nie dostrzega u swoich dzieci poważnych problemów związanych z technologiami cyfrowymi, choć część z nich nie ma pełnej wiedzy o doświadczeniach dziecka, w tym o ewentualnej cyberprzemocy. Jednocześnie rodzice deklarują umiarkowaną gotowość do reagowania i wskazują konkretne obszary, w których potrzebują wsparcia – przede wszystkim rozpoznawanie uzależnień, reagowanie na cyberprzemoc i wspieranie równowagi między życiem online i offline.

Tabela 110. Problemy, cyberprzemoc i reakcje rodziców (P49-51)

Pytanie	Kategoria	Liczebność	Udział %
P49. Czy uważa Pan/Pani, że córka/syn mogą mieć jakiegokolwiek problem związane z korzystaniem z technologii cyfrowych (np. uzależnienie, problemy w relacjach, negatywne doświadczenia z cyberprzemocą, negatywne kontakty z nieznanymi przez internet, czy jakiegokolwiek inne, ale próbują to ukrywać?	Nie sędzę, żeby moje dziecko miało jakiś, związany z tym problem	46	38.7%
	Nie wiem, nie mam pojęcia	8	6.7%
	Nie, nie zauważyłem/am niczego niepokojącego	51	42.9%
	Tak, podejrzewam o to swoje dziecko, ale nic z tym nie robię	7	5.9%
	Tak, podejrzewam o to swoje dziecko, ale jestem bezradny/bezradna, nic nie mogę z tym zrobić	6	5.0%
	Tak, skłoniłam do wizyty u specjalisty	1	0.8%
P50. Czy wie Pan/Pani, czy córka/syn doświadczyła/doświadczył kiedykolwiek cyberprzemocy, takiej jak: hejt, cyberbullying, stalking online	Nie, nie doświadczyła/doświadczył	85	71.4%
	Tak, wiem, że doświadczyła/doświadczył	13	10.9%
	Nie wiem / córka/syn się ze mną nie dzieli takimi informacjami	21	17.6%
P51. Jak zareagował/a Pan/Pani na sytuację cyberprzemocy wobec córki/syna?	Skontaktowałem/am się ze szkołą / nauczycielami;	1	7.7%
	Rozmawiałem/am z córką/synem o tym; Skontaktowałem/am się ze szkołą / nauczycielami	3	23.1%
	Rozmawiałem/am z córką/synem o tym	3	23.1%

Pytanie	Kategoria	Liczebność	Udział %
	Skontaktowałem/am się ze szkołą / nauczycielami; Rozmawiałem/am z córką/synem o tym	1	7.7%
	Rozmawiałem/am z córką/synem o tym; Zgłosiłem/am na Policję	1	7.7%
	Rozmawiałem/am z córką/synem o tym; Zgłosiłem/am na Policję; Skontaktowałem/am się ze szkołą / nauczycielami	1	7.7%
	Rozmawiałem/am z córką/synem o tym; Córka/syn szukał/a pomocy psychologicznej	1	7.7%
	Córka/syn szukał/a pomocy psychologicznej; Skontaktowałem/am się ze szkołą / nauczycielami	1	7.7%
	Zgłosiłem/am sprawę administracji platformy; Rozmawiałem/am z córką/synem o tym	1	7.7%
P52. Jak ocenia Pan/Pani swoją gotowość do reagowania na potencjalne zagrożenia związane z korzystaniem córki/syna z technologii cyfrowych?	1. Bardzo nisko (czuję się bezradny/a)	3	2.5%
	2. Raczej niska	8	6.7%
	3. Średnia	42	35.3%
	4. Raczej wysoka	50	42.0%
	5. Bardzo wysoka (czuję się przygotowany/a)	16	13.4%
P53. W jakich obszarach związanych z technologiami cyfrowymi chciałby/chciałaby Pan/Pani otrzymać wsparcie lub informacje?	Jak reagować na cyberprzemoc	24	20.2%
	Jak rozmawiać z córką/synem o bezpiecznym korzystaniu z internetu	6	5.0%
	Jak rozpoznać uzależnienie od technologii	26	21.8%
	Jak rozwijać kompetencje cyfrowe córki/syna	12	10.1%
	Jak wspierać córkę/syna w zachowaniu work-life balance	22	18.5%
	Jakie narzędzia kontroli rodzicielskiej stosować	5	4.2%
	Nie potrzebuję wsparcia w tych obszarach	24	20.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z rodzicami (N=119).

Z badań pogłębiających przeprowadzonych wśród rodziców wyłania się podobny obraz, potwierdzający niski poziom ich wiedzy na temat doświadczania przez ich dzieci cyberprzemocy w przestrzeni internetowej. Rodzice dorosłych dzieci rzadko wskazują, że doświadczyły one cyberprzemocy. Według części badanych ich dzieci rozsądnie korzystają z technologii. Nie zamieszczają prywatnych zdjęć, nie udostępniają własnego wizerunku. Poza tym nie korzystają z niezabezpieczonych sieci. Część rodziców

deklarowała jednak, że ich dorosłe dzieci zamieszczają zdjęcia, a często też relacje na żywo. Rodzice młodych dorosłych podkreślali w badaniach, że nie mają już większego wpływu na korzystanie przez ich dzieci z technologii. Jeśli wcześniej rodzice wypracowali z dziećmi zasady bezpiecznego korzystania z internetu, to dzisiaj nie ma problemu. Obecnie rozmowy o bezpiecznym i zdrowym korzystaniu z technologii prowadzone są sporadycznie. Zanika ta możliwość, która była dostępna wcześniej, gdy ich dzieci chodziły do szkoły. Rodzice widzą, jak bardzo technologie są obecne w życiu ich dorosłych dzieci. Gdyby mogli cofnąć czas, widzieliby potrzebę większej liczby rozmów z dziećmi. Potrzebowaliby też wsparcia, głównie ze strony szkoły. Ważne też byłyby dla nich szkolenia, np. na temat cyberzagrożeń.

Specjaliści zdrowia psychicznego podkreślają istnienie cyberprzemocy. Problemem często zgłaszanym przez młodych ludzi podczas terapii jest hejt, który poniża, używa agresji słownej i zastrasza. Młodzi ludzie w różny sposób radzą/nie radzą sobie z hejtem. Czasem młodzi ludzie zgłaszają te doświadczenia dorosłym. Część robi to od razu, po pierwszym takim przykrym doświadczeniu. Inni natomiast zgłaszają problem hejtu po dłuższym czasie, najpierw próbują samodzielnie go rozwiązać, a jeszcze inni milczą i cierpią.

Cyberprzemoc wpływa na objawy depresji, lęku, myśli samobójcze. Niszczy psychikę osoby, która tego doświadcza, a potem pojawia się lęk. To poczucie niepokoju dotyczy relacji z osobami z najbliższego środowiska. Młodzi pacjenci często nie zgłaszają doświadczenia cyberprzemocy w sieci. Łatwiej jest im powiedzieć rodzicom, o tym, co złego dzieje się w klasie - w świecie realnym, w świecie offline niż o tym, co dzieje się niepokojącego w świecie online. Długoterminowe konsekwencje doświadczenia cyberprzemocy potwierdza przede wszystkim ich występowanie. Do tych konsekwencji specjaliści zdrowia psychicznego zaliczają zgłaszanie przez młodych ludzi problemów ze zdrowiem, objawów somatycznych, takich jak bóle głowy, bóle brzucha czy zaburzony rytm snu. Czasami młodzi ludzie deklarują obniżony poziom łaknienia. Natomiast do długoterminowych konsekwencji zalicza się wycofanie i izolację. Ma też miejsce izolacja online. Coraz rzadsze są kontakty z osobami, z którymi dotąd utrzymywane były relacje. Towarzyszą temu objawy depresji, utrata poczucia radości z korzystania z mediów społecznościowych. Ponadto do konsekwencji długoterminowych można też zaliczyć nieskuteczną pomoc najbliższych, środowiska, instytucji, które otaczają osoby młode. Korzystanie z technologii cyfrowych w znacznym stopniu wypełnia czas osób młodych. W wielu przypadkach poza pracą i nauką to około sześciu godzin dziennie, a w weekendy jest to czas niemal nielimitowany. Tak długi czas fizycznego i mentalnego oderwania od rodziny prawdopodobnie powoduje osłabianie więzi rodzinnych, a w konsekwencji ich zerwanie. W przypadku osób posiadających dzieci może powodować negatywne kształtowanie ich zachowań, co będzie skutkowało nadmiernym i nieadekwatnym do potrzeb korzystaniem przez dzieci z technologii cyfrowych. Na przykład rodzice często piszą do swoich dzieci smsy zamiast z nimi rozmawiać. To

determinuje osłabianie więzi w rodzinie. Młodzi ludzie będący w związkach, zgłaszający się po pomoc do specjalistów, wskazują, że wśród ich głównych problemów jest nadmierne korzystanie przez jednego z partnerów z telefonu czy komputera.

Interwencje terapeutyczne są najbardziej skuteczne w pracy z młodymi osobami doświadczającymi problemów związanych z technologiami cyfrowymi. Tam, gdzie już powstał poważny problem, gdzie dziecko cierpi z powodu nietolerancji rówieśniczej połączonej z hejtem, zaangażowanie całej rodziny w terapię jest kluczowe. Dotyczy to zwłaszcza młodszych dzieci, które nie informują rodziców o hejcie, w wyniku, którego zdarzają się przypadki młodych osób podejmujących próby samobójcze i/lub dokonujących samookaleczenia. Jedną z form udzielanej pomocy przez poradnie w takich przypadkach jest terapia poznawczo-behawioralna, która jest skuteczna i najczęściej proponowana, ponieważ wpisuje się w pracę z nastolatkiem, bo młoda osoba jest mocno zasobowa. Najczęściej pojawiające się bariery w pracy terapeutycznej z młodą osobą (uzależnioną lub będącą ofiarą hejtu czy cyberprzemocy) to na przykład zawężenie poznawcze. Terapia behawioralna odgrywa znaczącą rolę w przejściu przez wzorec poznawczy, pułapki myślowe nad strategiami, nad byciem w różnego rodzaju sztywnościach myślenia. Sami młodzi ludzie nie wskazują, aby nadmiernie korzystali z urządzeń, problem ten wybrzmiewa z perspektywy rodzica lub opiekuna. Jednak część rodziców bagatelizuje problem młodej osoby już na początku. Należy jednak pamiętać, że łatwiej jest młodym osobom powiedzieć rodzicom o tym, co złego dzieje się na przykład w klasie (w świecie offline) niż w świecie online.

Eksperti od zdrowia psychicznego wskazują, że w kwestiach związanych z cyberprzemocą ważna jest edukacja rodziców, ale ważniejsze są regulacje prawne, aby było to oddziaływanie odgórne, widoczne i naznaczone, które częściowo niwelowałoby problem wynikający z faktu, że osoby dorosłe nie mają wystarczającej wiedzy na temat zagrożeń cyfrowych. Jednym z najważniejszych aspektów przeciwdziałania cyberprzemocy, według specjalistów, jest współpraca międzysektorowa. Technologie informatyczne wymagają rozsądnego korzystania i czerpania z nich tego, co dobre. Pomocą w tym zakresie mogłoby być stworzenie bazy specjalistów w zakresie korzystania z technologii cyfrowych.

6.4. Dezinformacja, prywatność i bezpieczeństwo

Innym ważnym zjawiskiem towarzyszącym korzystaniu z technologii cyfrowych jest dezinformacja. Ważnego znaczenia nabierają w tym zakresie również kwestie prywatności i bezpieczeństwa podczas korzystania z sieci. Dezinformacja i manipulacje to zjawiska często napotymane przez młodych dorosłych w przestrzeni internetowej.

W ocenie młodych dorosłych dominują odpowiedzi „często” i „bardzo często” (60%), co opisuje dezinformację jako codzienne wyzwanie w mediach społecznościowych i internecie, a jednocześnie podkreśla wszechobecność problemu w doświadczeniach

respondentów. Niski odsetek odpowiedzi „nigdy” (3,1%) i „rzadko” (5,1%) wskazuje na wysoką ekspozycję cyfrową grupy, kontrastującą z optymizmem w samoocenie.

Tabela 111. Częstotliwość napotykania na fałszywe informacje w mediach społecznościowych lub w internecie (P73)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Nigdy	1	11	3.1%
Rzadko	2	18	5.1%
Czasem	3	96	27.0%
Często	4	112	31.5%
Bardzo często	5	101	28.5%
Nie wiem	6	17	4.8%
Średnia	3.92	-	-
Odchylenie standardowe	1.105	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia 3,77 (skala 1-5) w ocenie umiejętności rozpoznawania fałszywych informacji i weryfikowania źródeł w internecie, z przewagą pozytywnych ocen (69,3% „raczej dobra” + „bardzo dobra”) charakteryzuje respondentów jako pewnych siebie w weryfikacji źródeł. Na marginalny brak kompetencji w tym zakresie wskazywało jedynie 5,1% badanych. Tak optymistyczna samoocena sugeruje wysoką kompetencję medialną w badanej próbie respondentów, choć potencjalnie zawyżoną w obliczu częstej ekspozycji.

Tabela 112. Samoocena umiejętności rozpoznawania fałszywych informacji i weryfikowania źródeł w internecie (P74)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo słaba, nie potrafię ocenić wiarygodności	1	11	3.1%
Raczej słaba	2	7	2.0%
Średnia	3	91	25.6%
Raczej dobra	4	190	53.5%
Bardzo dobra (zawsze weryfikuję źródła i potrafię odróżnić fake news)	5	56	15.8%
Średnia	3.77	-	-
Odchylenie standardowe	0.848	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Relatywnie niski wpływ fałszywych informacji napotkanych w internecie na decyzje lub zachowania respondentów (27,1% przyznało się do efektu, w tym 2,3% wielokrotnie)

opisuje dezinformację jako zjawisko powszechne, lecz nie manipulujące zachowaniem większości (42,3% odpowiedziało „nie, nigdy”). Wysoki udział odpowiedzi „nie wiem” (30,7%) wskazuje na ambiwalencję lub świadome unikanie wpływu, podkreślając odporność badanej grupy na fałszywe informacje.

Tabela 113. Ocena wpływu fałszywych informacji napotkanych w internecie na decyzje lub zachowania (P75)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Nie, nigdy	150	42.3%
Nie wiem / trudno powiedzieć	109	30.7%
Tak, kilka razy	48	13.5%
Tak, raz	40	11.3%
Tak, wielokrotnie	8	2.3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355, możliwość wyboru kilku odpowiedzi).

Młodzi respondenci wykazują wyraźnie niskie zaufanie do nieformalnych źródeł informacji. W przypadku influencerów aż 55% badanych deklaruje brak zaufania (32,4% „raczej nie ufam” + 22,5% „w ogóle nie ufam”). Posty znajomych w mediach społecznościowych budzą mniejszą, ale nadal zauważalną nieufność – 23,1% respondentów deklaruje brak zaufania. Zaufanie do źródeł internetowych o charakterze informacyjnym jest umiarkowane. Wyniki wyszukiwania Google uzyskują łącznie 44,8% zaufania („raczej ufam” + „bardzo ufam”), a Wikipedia – 46,7%. Jednocześnie duża część badanych pozostaje wobec nich ostrożna (odpowiednio 38.6% i 31.8% odpowiedzi „trudno powiedzieć”). Najwyższy poziom zaufania dotyczy źródeł eksperckich. Publikacje naukowe i eksperckie cieszą się bardzo wysokim zaufaniem – 73% respondentów deklaruje, że im ufa. Relatywnie dobrze oceniane są także oficjalne profile firm i instytucji (49,8% zaufania). Taki rozkład odpowiedzi wskazuje, że badana grupa charakteryzuje się selektywnym i krytycznym podejściem do informacji: jest sceptyczna wobec treści nieformalnych i generowanych przez użytkowników, natomiast większe zaufanie okazuje źródłom weryfikowalnym, instytucjonalnym i naukowym.

Tabela 114. Poziom ufności wobec źródeł informacji (P76)

Źródła informacji	Bardzo ufam	Raczej ufam	Trudno powiedzieć	Raczej nie ufam	W ogóle nie ufam
Media społecznościowe (posty znajomych)	3	135	135	54	28
	0.8%	38.00%	38.00%	15.20%	7.90%
Media społecznościowe (oficjalne profile firm, instytucji)	14	163	110	40	28
	3.9%	45.90%	31.00%	11.30%	7.90%
Influencerzy / content creatorzy	1	21	138	115	80
	0.3%	5.90%	38.90%	32.40%	22.50%
Portale informacyjne online	4	93	145	78	35

Źródła informacji	Bardzo ufam	Raczej ufam	Trudno powiedzieć	Raczej nie ufam	W ogóle nie ufam
	1.1%	26.20%	40.80%	22.00%	9.90%
Tradycyjne media (TV, radio, prasa)	1	87	122	84	61
	0.3%	24.50%	34.40%	23.70%	17.20%
Wyniki wyszukiwania Google	11	148	137	37	22
	3.1%	41.70%	38.60%	10.40%	6.20%
Wikipedia	25	141	113	52	24
	7.0%	39.70%	31.80%	14.60%	6.80%
Odpowiedzi od AI (ChatGPT, Gemini, etc.)	4	94	160	64	33
	1.1%	26.50%	45.10%	18.00%	9.30%
Publikacje naukowe / eksperckie	93	166	63	16	17
	26.2%	46.80%	17.70%	4.50%	4.80%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Podsumowując, wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród osób 18-34 lata wskazują na codzienną ekspozycję użytkowników technologii cyfrowych na fake news (60% „często/bardzo często”) przy wysokiej samoocenie kompetencji rozpoznawania tego typu informacji (średnia 3,77, 69.3% „raczej/bardzo dobra”). Jednocześnie badani wskazują na niski realny wpływ treści cyfrowych na ich decyzje (27,1% doświadczyło efektu wpływu na decyzje, 42,3% nigdy) oraz selektywne zaufanie do źródeł informacji. Publikacjom naukowym ufa około 73% badanych. Influencerom i postom znajomych nie ufa natomiast odpowiednio 23% i 55% badanych. Uzyskane wyniki podkreślają wysoki poziom świadomości badanych młodych osób na temat poziomu dezinformacji w sieci. Z badań wyłania się następująca hierarchia źródeł, pod względem ich wiarygodności: eksperci > Google/Wikipedia > media społecznościowe > media tradycyjne. Oznacza to, że młode osoby są często narażone na dezinformację, ale wykazują odporność na manipulację i świadomie filtrują źródła po ich weryfikowalności.

Natomiast w obszarze prywatność i bezpieczeństwa w sieci uzyskana w badaniach ilościowych średnia 2,10 (skala 1-5), z dominacją niskiej aktywności w dzieleniu się osobistymi informacjami w mediach społecznościowych (34,9% „nigdy/rzadko” + 32,4% „rzadko”) opisuje respondentów jako bardzo powściągliwych w udostępnianiu lokalizacji, zdjęć czy swoich planów w mediach społecznościowych. Niski odsetek częstego dzielenia się informacjami osobistymi (9,8%) świadczy o silnej kulturze prywatności w analizowanej grupie, minimalizującej ekspozycję na ryzyka.

Tabela 115. Częstość dzielenia się osobistymi informacjami (np. lokalizacja, plany, zdjęcia prywatne, informacje o życiu osobistym) w mediach społecznościowych (P77)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Nigdy / bardzo rzadko	1	124	34.9%

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Rzadko	2	115	32.4%
Czasami	3	81	22.8%
Często	4	26	7.3%
Bardzo często / codziennie	5	9	2.5%
Średnia	2.10	-	-
Odchylenie standardowe	1.043	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia 3,93, z łącznie 72,1% wysokich ocen (40,6% „raczej wysoka” + 31,5% „bardzo wysoka”) świadomości ryzyka udostępniania informacji osobistych podkreśla wysoką samoświadomość zagrożeń związanych z danymi osobistymi, jednocześnie z marginalnym brakiem kompetencji w tym zakresie (8,2%). Potwierdza to wysoka wartość średniej 3,93. Tak optymistyczna ocena koreluje z niskim dzieleniem się informacjami, wskazując na praktyczną profilaktykę, tzn. respondenci nie tylko wiedzą o ryzyku, ale stosują je w praktyce, ograniczając ekspozycję.

Tabela 116. Samoocena świadomości ryzyka związanego z udostępnianiem informacji osobistych w mediach społecznościowych (P78)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo niska (nie zdaję sobie sprawy z ryzyka)	1	10	2.8%
Raczej niska	2	19	5.4%
Średnia	3	70	19.7%
Raczej wysoka	4	144	40.6%
Bardzo wysoka (w pełni zdaję sobie sprawę z ryzyka)	5	112	31.5%
Średnia	3.93	-	-
Odchylenie standardowe	0.987	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia 1,97 z 68,8% odpowiedzi negatywnych (46,5% „wcale nie” + 22,3% „raczej nie”) i tylko 10,7% odpowiedzi potwierdzających (8,7% „raczej wywołują” + 2,0% „zdecydowanie wywołują”) pokazuje, że media społecznościowe rzadko wywołują rywalizację o lajki czy wizerunek badanych. Wysoki odsetek zaprzeczeń kontrastuje z częstą ekspozycją cyfrową, podkreślając odporność psychiczną grupy na presję porównawczą (68,8% zaprzecza presji).

Tabela 117. Czy media społecznościowe wywołują u Ciebie poczucie niezdrowej rywalizacji z innymi (np. o liczby polubień, zasięgi, wygląd życia) (P79)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Wcale nie wywołują	1	165	46.5%
Raczej nie wywołują	2	79	22.3%
Trudno powiedzieć	3	73	20.6%
Raczej wywołują	4	31	8.7%
Zdecydowanie wywołują	5	7	2.0%
Średnia	1.97	-	-
Odchylenie standardowe	1.093	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

W analizie kontaktów osobistych z osobami poznanymi w internecie 39.7% respondentów nigdy się nie nimi nie spotkała oraz nie planuje takich spotkań z obawy o bezpieczeństwo (13,5%), ale 39,4% miało pozytywne doświadczenia w tego rodzaju kontaktach (33,2% kilka razy + 6.2% wielokrotnie) oraz tylko 7,3% badanych ma negatywne doświadczenie. Bilans pozytywny wśród raportujących kontakty osobiste charakteryzuje grupę jako ostrożną, lecz otwartą na realne kontakty z sieci, z niskim odsetkiem odczuć negatywnych.

Tabela 118. Osobiste spotkanie z kimś, poznanym wyłącznie przez internet / media społecznościowe (P80)

Odpowiedzi	Liczebność	Udział %
Nie i nie planuję takich spotkań z powodu obaw o bezpieczeństwo	48	13.5%
Nie, nigdy się nie spotkałem/-am	141	39.7%
Tak, ale miałem/-am negatywne / niebezpieczne doświadczenie	26	7.3%
Tak, kilka razy i były to pozytywne doświadczenia	118	33.2%
Tak, wielokrotnie i były to pozytywne doświadczenia	22	6.2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Reasumując, w kwestii bezpieczeństwa w sieci respondenci jawią się jako wyjątkowo prywatni i świadomi ryzyka obecności w sieci, z ekstremalnie niskim dzieleniem danych osobowych i odpornością na presję mediów społecznościowych. Większość, bo 67,3% nigdy/rzadko dzieli się danymi prywatnymi; 72,1% ocenia swoją świadomość ryzyka jako wysoką; 68,8% neguje rywalizację o lajki/zasięgi; 39.7% nigdy nie spotkało się z osobami z sieci. Uwzględniając powyższe, respondentów można określić jako kierujących się „cyfrową ostrożnością”, co oznacza minimalną ekspozycję własnych danych osobowych, wysoką świadomość zagrożeń, odporność na toksyczne mechanizmy mediów społecznościowych oraz wyważone podejście do realnych spotkań online-offline.

Dane pochodzące z badań jakościowych wskazują, że respondenci mają bardzo powierzchowną wiedzę w zakresie wykorzystania ich danych w internecie, choć dostrzegają, że takie działania istnieją. W ocenie respondentów trudno jest je jednak kontrolować i jeszcze trudniej sprawnie nimi zarządzać, weryfikując, co jest naprawdę niezbędne, by móc korzystać z danej strony/aplikacji. Perspektywa respondentów pokazuje, że granica między użyteczną personalizacją a manipulacją w zasadzie nie jest dostrzegalna, a na pewno pozostaje bardzo trudna do zdefiniowania. Sugerują to wypowiedzi, np.: „Mam absolutnie zerowe pojęcie na temat tego, w jaki sposób moje dane i to, co przeglądam w jednej aplikacji, wpływają do drugiej aplikacji, bo zdarzyło się wiele razy tak, że albo o czymś z kimś pisałam nawet, albo przeglądałam coś na jednej stronie, a na drugiej stronie automatycznie wyskakiwał mi ten przedmiot, albo przeglądałam TikToka i później zobaczyłam podobny przedmiot i zdarzyło mi się coś kupić, mimo że wcześniej tego nie planowałam”. Respondenci są świadomi, że przestrzeń cyfrowa jest przepętniona manipulacją, którą często bardzo trudno jest poprawnie interpretować, jednakże z drugiej strony – akceptują zgodę na wykorzystanie własnych danych uznając, iż takie są konsekwencje korzystania z sieci i zasobów internetu. W tym kontekście korzyści wynikające z użytkowania zasobów internetu i technologii przewyższają w ocenie badanych zagrożenia i konsekwencje.

Eksperci zdrowia psychicznego wskazują, że młodzi pacjenci nie są świadomi zagrożeń związanych z udostępnieniem informacji osobistych w internecie. Są w stanie bezrefleksyjnie podać nr PESEL podczas dokonywania zakupu w internecie. Należy pamiętać, że oszustwa w internecie to też cyberprzemoc. Młodzi ludzie nie mają świadomości form doświadczanej cyberprzemocy. Ponadto niejednokrotnie zamieszczają prywatne zdjęcia czy informacje, licząc na akceptację osób, którym te zdjęcia są udostępniane. Nie mają świadomości konsekwencji swoich czynów. Często młodzi ludzie udostępniają prywatne zdjęcia, aby przypodobać się danej grupie młodzieży.

Badani psycholodzy i psychiatry wskazują, że w kwestii zapobiegania nadużyciom w internecie niezwykle ważny jest aspekt edukacji, systemowego procesu uświadamiania młodych ludzi na temat realnych przejawów cyberzagrożeń. Do tych ryzykowanych postaw wymienianych przez ekspertów można zaliczyć przesyłanie smsów i mmsów bez refleksji nad tym, jak mogą być one upowszechnione czy do kogo mogą trafić. Badani podkreślają, że powodów takich zachowań może być wiele, np. niska samoocena, chęć podwyższenia jej, potrzeba bliskiej relacji czy podtrzymania tej relacji. Zwracają uwagę, że powodem ryzykownych postaw młodych osób może być potrzeba aprobaty, zauważenia i podkreślenia swojej pozycji. Świadomość młodych ludzi w rozumieniu, że ich dane mogą być wykorzystane przez reklamodawców, na przykład do celów zupełnie niezgodnych z prawem, ryzykownych jest niepokojąca i niewystarczająca. Warto tutaj wspomnieć o sztucznej inteligencji, która potrafi wygenerować filmiki z wizerunkiem młodej osoby. Filmiki są celowo weryfikowane przez

młodych ludzi, np. młodzi ludzie głosują, czy te filmiki są prawdziwe. Niestety nadal wiele osób ma takie przeświadczenie, że im w Internecie nic złego się nie przydarzy. Młode osoby nie są świadome zagrożeń płynących z udostępnienia własnego wizerunku czy podawania danych osobowych.

6.5. Work-life balance

Samoocena umiejętności utrzymania równowagi między życiem zawodowym lub nauką a życiem prywatnym wśród młodych respondentów wypadła umiarkowanie pozytywnie, lecz z wyraźną ambiwalencją. Średnia ocen wyniosła 3,44 (w skali 1-5), co wskazuje na ogólny, ale niezbyt silny trend w kierunku poczucia kompetencji. Największa grupa badanych (40%) wybrała odpowiedź „ani dobra, ani zła”, co sugeruje niepewność lub brak jednoznacznej samooceny. Jednocześnie 49% respondentów ocenia swoje umiejętności jako co najmniej dobre (39,7% „raczej dobra” + 9,3% „bardzo dobra”), co potwierdza umiarkowane poczucie sprawczości w zakresie work-life balance. Niewielki odsetek skrajnych ocen (3,7%) wskazujących na bardzo złe umiejętności oraz (9,3%) na bardzo dobre sugeruje, że badani unikali radykalnych deklaracji. Może to świadczyć o realistycznym postrzeganiu wyzwań związanych z utrzymaniem równowagi w środowisku cyfrowym, bez tendencji do skrajnego optymizmu czy pesymizmu. Wysoki udział odpowiedzi neutralnych wskazuje, że młode osoby są świadome istnienia granic między życiem prywatnym a zawodowym, lecz nie zawsze mają poczucie pełnej kontroli nad ich utrzymaniem.

Tabela 119. Samoocena umiejętności utrzymania równowagi między życiem zawodowym/nauką a życiem prywatnym (work-life balance) (P81)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo złe (nie potrafię zachować równowagi)	1	13	3.7%
Raczej zła	2	26	7.3%
Ani dobra, ani zła	3	142	40.0%
Raczej dobra	4	141	39.7%
Bardzo dobra (dobrze zachowuję równowagę)	5	33	9.3%
Średnia	3.44	-	-
Odchylenie standardowe	0.893	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

W ocenie wpływu technologii cyfrowych na równowagę między pracą/nauką a życiem prywatnym średnia 3,15 z przewagą neutralności (56,3%) i pozytywnych ocen (24,5% „raczej pozytywnie” + 4,2% „bardzo pozytywnie” = 28,7%) pokazuje technologie jako czynnik obojętny lub wspomagający work-life balance. Względnie mały negatywny wpływ (2,5% + 12,4% = 14,9%) kontrastuje z presją utrzymania równowagi między życiem zawodowym/nauką a życiem prywatnym, co świadczy o adaptacyjnym podejściu

respondentów – technologie ułatwiają elastyczność (np. zdalna praca), nie destabilizując życia prywatnego.

Tabela 120. Wpływ technologii cyfrowych na równowagę między pracą/nauką a życiem prywatnym (P82)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo negatywnie (znacząco utrudniają zachowanie równowagi)	1	9	2.5%
Raczej negatywnie	2	44	12.4%
Neutralne / nie wpływają	3	200	56.3%
Raczej pozytywnie	4	87	24.5%
Bardzo pozytywnie (pomagają w zachowaniu równowagi)	5	15	4.2%
Średnia	3.15	-	-
Odchylenie standardowe	0.784	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia presji do bycia dostępnym online 2,45, z niską częstotliwością (25,9% „nigdy” + 26,2% „rzadko” + 29,9% „czasem” = 82%) opisuje minimalną presję bycia online poza pracą/nauką. Względnie rzadkie ekstremalne przypadki (13% „często” + 5,1% „prawie zawsze/ ciągle”) podkreślają normy graniczne w grupie, unikającej pułapki „zawsze dostępny”, typowej dla wielu zawodów wymagających bycia online czy wykonywania zadań online (w tym zawodów cyfrowych).

Tabela 121. Częstość odczuwania presji, aby być dostępnym/-ą online (odpowiadać na wiadomości służbowe, być „na łączu”) poza godzinami pracy/nauki (P83)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Nigdy	1	92	25.9%
Rzadko	2	93	26.2%
Czasem	3	106	29.9%
Często	4	46	13.0%
Prawie zawsze / ciągle	5	18	5.1%
Średnia	2.45	-	-
Odchylenie standardowe	1.153	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Średnia łatwości „odłączenia się” od technologii cyfrowych po skończeniu pracy/nauki 3,26 z neutralno-pozytywnymi odpowiedziami (38,3% „ani łatwo, ani trudno” + 23,7% „raczej łatwo” + 14,6% „bardzo łatwo” = 76,6%) wskazuje na dobrą samokontrolę rozumianą jako wysoka zdolność do świadomego ograniczania korzystania z technologii

cyfrowych w kontaktach zawodowych/związanych z nauką po zakończeniu pracy/nauki, co jest kluczowym elementem odporności psychicznej w erze cyfrowej. Niski odsetek odpowiedzi „bardzo trudno” i „raczej trudno” (3,7% + 19,7% = 23,4%) może świadczyć o świadomym wyznaczaniu granic „po godzinach”, wzmacniającym własną odporność wobec technologii.

Tabela 122. Łatwość „odłączenia się” od technologii cyfrowych po skończeniu pracy/nauki (P84)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo trudno (nie potrafię się odłączyć)	1	13	3.7%
Raczej trudno	2	70	19.7%
Ani łatwo, ani trudno	3	136	38.3%
Raczej łatwo	4	84	23.7%
Bardzo łatwo	5	52	14.6%
Średnia	3.26	-	-
Odchylenie standardowe	1.048	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analizując ograniczanie korzystania z technologii cyfrowych w czasie wolnym, 62.3% aktywnie ogranicza (16,6% próbuje bezskutecznie + 33% czasami + 12,7% konsekwentnie) vs 37,7% nieograniczających. To pokazuje świadome, lecz nie powszechne dążenie do ograniczania korzystania z technologii cyfrowych w czasie wolnym. Jednocześnie 15,5% „nie widzi potrzeby ograniczania”, co sugeruje akceptację przez część osób technologii jako naturalnej części życia, bez kompulsji.

Tabela 123. Świadomość ograniczania korzystanie z technologii cyfrowych w czasie wolnym (P71)

Wskazania	Liczebność	Udział %
Nie widzę potrzeby ograniczania	55	15.5%
Nie, nie ograniczam	79	22.3%
Próbuję, ale mi się nie udaje	59	16.6%
Tak, ale tylko czasami	117	33.0%
Tak, regularnie i konsekwentnie	45	12.7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Stres wynikający z ciągłej dostępności technologii cyfrowych opisuje średnia 2,33 z dominującym odsetkiem 55,8% odpowiedzi negatywnych (24,8% „wcale nie” + 31% „raczej nie”) oraz 31,3% („trudno powiedzieć”) opisuje powiadomienia, wiadomości czy aktualizacje jako marginalne źródło stresu. Niski odsetek odpowiedzi pozytywnych (12,9%) kontrastuje z ekspozycją cyfrową, podkreślając psychiczną odporność grupy.

Tabela 124. Ciągła dostępność technologii cyfrowych (powiadomienia, wiadomości, aktualizacje) jako źródło stresu (P72)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Wcale nie jest źródłem stresu	1	88	24.8%
Raczej nie jest	2	110	31.0%
Trudno powiedzieć	3	111	31.3%
Raczej jest źródłem stresu	4	43	12.1%
Zdecydowanie jest źródłem stresu	5	3	0.8%
Średnia	2.33	-	-
Odchylenie standardowe	1.005	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

W ocenie wpływu technologii cyfrowych na produktywność pracy/nauki średnia odpowiedzi 3,10, ze wskazaniem neutralności (50,1%) i ocen pozytywnych (23,1% + 5,9% = 29%) wobec 20,8% wskazań negatywnych wskazuje na technologie cyfrowe jako efektywnościowe narzędzie zawodowe. Z kolei brak dominacji ocen ekstremalnych wskazuje na pragmatyczne podejście.

Tabela 125. Wpływ technologii cyfrowych na produktywność w pracy/nauce (P87)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo negatywnie (znacząco ograniczają, obniżają produktywność)	1	14	3.9%
Raczej negatywnie	2	60	16.9%
Neutralnie / trudno ocenić	3	178	50.1%
Raczej pozytywnie	4	82	23.1%
Bardzo pozytywnie (znacząco zwiększają produktywność)	5	21	5.9%
Średnia	3.10	-	-
Odchylenie standardowe	0.885	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Analizę wpływu technologii cyfrowych na aktywność fizyczną definiuje średnia 2,85 z 29,3% negatywnych ocen (5,6% „bardzo negatywnie” + 23,7% „raczej negatywnie”), która wskazuje na lekkie, ale nie dramatyczne ograniczenie aktywności fizycznej przez technologie – respondenci spędzają więcej czasu przed ekranami kosztem spacerów, sportu itp. Aż 70,8% ocen neutralnych i pozytywnych (53,5% „neutralnie” + 14,9% „raczej pozytywnie” + 2,3% „bardzo pozytywnie”) pokazuje, że grupa akceptuje kompromis między wygodą cyfrową (praca/rozrywka bez wychodzenia), kosztem (mniej aktywności fizycznej) a reakcją (pragmatyzm).

Tabela 126. Wpływ korzystania z technologii cyfrowych na aktywność fizyczną (P88)

Odpowiedzi	Kategoria	Liczebność	Udział %
Bardzo negatywnie (znacząco ogranicza moją aktywność)	1	20	5.6%
Raczej negatywnie	2	84	23.7%
Neutralnie / nie wpływa	3	190	53.5%
Raczej pozytywnie (motywuje mniej do aktywności)	4	53	14.9%
Bardzo pozytywnie	5	8	2.3%
Średnia	2.85	-	-
Odchylenie standardowe	0.823	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie CAWI z osobami młodymi 18-34 lata (N=355).

Podsumowując można stwierdzić, że wyniki badania ilościowego młodych w wieku 18-34 lata wskazują na fakt, że młodzi ludzie określają siebie jako zrównoważonych cyfrowo, z neutralno-pozytywnym wpływem technologii na pracę (produktywność: 29%) i minimalną presją dostępności (82% nigdy/rzadko/czasem). W odpowiedziach przeważała neutralna samoocena równowagi między życiem zawodowym/nauką a życiem prywatnym (średnia 3,44; 40% „trudno powiedzieć”); niska presja bycia online (średnia 2,45) + dobra samokontrola detoksu (średnia 3,25); pozytywna ocena produktywności (średnia 3,10 vs subtelny koszt aktywności fizycznej (średnia 2,85); minimalny stres wynikający z powiadomień, wiadomości, aktualizacji (średnia 2,33). Respondentów cechuje cyfrowa dojrzałość – technologie służą efektywności zawodowej bez dominacji życia prywatnego; respondenci cechują się wysoką samoregulacją, umiejętnością znalezienia kompromisu między wygodą cyfrową kosztem mniejszej aktywności fizycznej i reakcją (pragmatyzm).

Wyniki badań ilościowych znalazły swego rodzaju potwierdzenie w wywiadach pogłębionych, przeprowadzonych z przedstawicielami młodego pokolenia. W ich ocenie kontakt z technologią może wpływać pozytywnie na utrzymanie work-life balance, ale jednocześnie z badań wyłania się obraz młodych, którzy nie czują potrzeby bycia non stop online. Wyraźnie wskazano, że czas wolny/prywatny jest istotną wartością dla respondentów i ciągła dostępność, która wyraża się poprzez obecność online nie tylko nie jest przez nich preferowana, ale jest również kontrolowana, by nie przekraczać indywidualnej granicy, np.: „Wydaje mi się, że młodzi ludzie bardzo szanują swój czas prywatny i czas wolny i nie odpisywaliby na maile na przykład w weekendy, czy nie siadali do zadań w weekendy, jeśli wiedzą, że w poniedziałek wrócą do pracy i mogą się tym zająć na spokojnie, (...) czuję presję, żeby odpowiedzieć od razu i nie pozostawić tej osoby bez odpowiedzi, więc może jeśli ktoś zwróciłby się do mnie z jakimś zadaniem, odpowiedziałabym sorry, odpoczywam, zajmę się tym poniedziałek”.

Z analizy zagadnienia czy technologie cyfrowe pomagają czy przeszkadzają w codziennym funkcjonowaniu, wyłania się obraz młodych, którzy mają problem z jednoznaczną oceną, choć przeważają opinie, że wysoka świadomość celowości wykorzystania technologii może być pomocna w codziennych aktywnościach. Istotna pozostaje kwestia, w jaki sposób i po co korzysta się z technologii oraz ile czasu przeznaczają na jej wykorzystanie.

Z perspektywy respondentów produktywnie może być wykorzystanie AI, modeli językowych, ale destrukcyjne są media społecznościowe, które choć „zabijają” nudę jednocześnie powodują, że poświęcony im czas można uznać za bezproduktywny. Co ważne, w ocenie respondentów technologia umożliwia funkcjonowanie we współczesnym społeczeństwie, np.: „Powiedziałabym, że raczej pomagają, bo rozszerzają to życie w społeczeństwie. Wszędzie ze sobą możemy zanieść telefon i być od razu aktywni i mieć kontakt z tą drugą rzeczywistością. Ale też warto na to uważać, bo mogą mieć dużo negatywnych konsekwencji jak np. obniżone samopoczucie albo uzależnienie”, będąc jego naturalną częścią.

Z perspektywy respondentów istotny pozostaje dystans do technologii, jej świadome wykorzystanie, ograniczanie czasu spędzanego online, ale również ograniczone zaufanie do tego, co dzieje się w internecie. Badania jakościowe sugerują, że respondenci mają świadomość możliwości przestrzeni cyfrowej, ale również jej zagrożeń i ograniczeń. Potrafią rozróżnić pozytywne elementy wykorzystania technologii od negatywnych, mając świadomość, że nie wszystko, co prezentuje przestrzeń wirtualna, można przenieść do rzeczywistości. Technologia daje jednak możliwość rozwoju osobistego, pogłębiania wiedzy w wybranym obszarze, kształtowania kompetencji cyfrowych oraz poruszania się w przestrzeni, która jest dziś nieodłączną częścią świata i funkcjonujących w jego ramach relacji.

W opinii ekspertów zdrowia psychicznego, mówiąc o trudnościach w zachowaniu równowagi między nauką/pracą a życiem prywatnym, należy wziąć pod uwagę, że analizowana grupa osób w wieku 18-34 lata niejako wzrastała w technologii cyfrowej i z tą technologią. Młodzi ludzie w wielu przypadkach używają telefonów niemal nieustannie, na przykład idąc, patrzą w ekran, a nie przed siebie, nie patrzą, dokąd idą. W ich opinii trudno powiedzieć, czy ciągła dostępność online jest dla nich źródłem stresu. Źródłem niepokoju może być raczej brak powiadomienia czy odpowiedzi od drugiej osoby, brak relacji.

Praca zdalna, hybrydowa też wpływa na zatarcie granicy między życiem prywatnym a pracą. Jednak osoby w wieku 18-34 lata raczej tego sobie nie uświadamiają.

Im młodszy wiek, np. 18-19 lat, tym trudniej o krytyczne myślenie w kontekście uzależnienia od np. korzystania z telefonu. Dla młodych osób to jest frajda, przyjemność, źródło energii do życia. W miarę upływu lat pojawia się refleksyjność. Człowiek zaczyna

się zastanawiać nad np. skutkami nieprzespanych nocy. Młodzi ludzie są zdrowi i silni, nie widzą potrzeby rezygnacji z nieustannego korzystania z telefonów. Warto jednak poszukiwać skutecznych działań sprzyjających ograniczeniu bezrefleksyjnego i nadmiarowego korzystania z urządzeń. Eksperci formułowali w swoich wypowiedziach zalecenia, aby to rodzaj urządzenia decydował o tym, do czego konkretnie chcemy je wykorzystać, mając na myśli konkretne, sprecyzowane przeznaczenie urządzeń.

W badaniu pracodawców work-life balance w kontekście młodych pracowników jest odrębnym, lecz silnie powiązaniem z technologiami wątkiem. W części wypowiedzi pojawia się obraz młodych jako grupy, która wyraźnie odcina się „po godzinach”. Pracodawcy wskazują, że „od 16 to już telefonu nie odbiera”, a dodatkowo zaznaczają, że zadania bywają przerywane nawet wtedy, gdy do końca pracy pozostaje kilka minut, co rozmówcy porównywali do stylu „jak w urzędzie”. To spojrzenie bywa interpretowane jako spadek dyspozycyjności i elastyczności, ale równocześnie wpisuje się w szerszy trend stawiania granic wśród młodszych kohort wiekowych. W innym wywiadzie podobną obserwację ujęto inaczej: młodzi „zamykając drzwi od firmy (...), wyłączają się totalnie”, co można czytać jako ochronę życia prywatnego i mechanizm przeciwdziałania stałej dostępności.

Jednak wątek równowagi nie zawsze pojawiał się w badaniu pracodawców w kategoriach „granice po pracy”. W środowiskach produkcyjnych ograniczenia telefonów i specyfika pracy sprawiają, że technologia rzadziej przenika do wykonywania zadań, ale za to pojawiają się inne symptomy obciążenia cyfrowego, takie jak spóźnienie do pracy, tłumaczone zasypianiem po „siedzeniu w telefonie” albo przenoszenie komunikacji z rozmów bezpośrednich na grupy w komunikatorach. Ten fragment jest szczególnie cenny, bo pokazuje, że wpływ technologii na równowagę życia nie musi odbywać się wprost przez „pracę po godzinach”, lecz przez zmiany rytmu dobowego, snu i nawyków komunikacyjnych, które później wracają do organizacji jako absencje, spóźnienia lub napięcia w relacjach zespołowych.

Zakończenie

Wyniki przeprowadzonych badań dostarczają bogatego, wielowątkowego materiału empirycznego, który opisuje relację młodych mieszkańców województwa podlaskiego w wieku 18-34 lata z technologiami cyfrowymi w wielu wymiarach. Dostarczają analizy zachowania młodych na rynku pracy i zachowania w jego kontekście, obejmując szeroki zakres obszarów od funkcjonowania psycho-społecznego po aspekty ekonomiczne.

Na poziomie syntezy wskazują, jak technologie wpływają na oba obszary: z jednej strony na postawy na rynku pracy, z drugiej na work-life-balance, jako części zintegrowanego systemu funkcjonowania młodego człowieka. W kontekście teorii spillover, przyjętej jako jedna z ram teoretycznych, podkreślają przenikanie technologii przez wszystkie sfery życia: zdrowie psychiczne, relacje rodzinne i społeczne, zdrowie i samopoczucie, finanse i życie zawodowe.

Głównym celem badawczym było określenie kierunków (pozytywny/negatywny) i charakteru wpływu, jaki technologie cyfrowe, w tym poszczególne media społecznościowe, aplikacje oparte na sztucznej inteligencji oraz inne powszechnie wykorzystywane technologie cyfrowe wywierają na postawy młodych osób wobec rynku pracy oraz na ich zdolność do zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.

Uzyskane wyniki badań nie pozwalają na określenie tego wpływu w sposób jednostronnie jednoznaczny. Istotnym wskazaniem wynikającym ze zgromadzonego materiału badawczego jest ambiwalencja, czyli występowanie sprzeczności, które wskazują, że technologie cyfrowe mają pozytywny wpływ na część sfer życia młodych ludzi, a jednocześnie negatywny na inne. W warstwie wnioskowania uzyskane wyniki analiz pozwalają na odpowiedź na pytanie wynikające ze sposobu sformułowania celu głównego w następujący sposób: wpływ technologii na młodych w województwie podlaskim jest ambiwalentny, z przewagą efektów negatywnych w obszarze dobrostanu psychicznego i neutralno-negatywnych w obszarze WLB, przy jednoczesnym pozytywnym oddziaływaniu na dostęp do rynku pracy i kompetencje zawodowe.

Takie skondensowane stwierdzenie wskazuje na skomplikowanie istoty przedmiotu badania, uwypuklone przez wskazania wynikające z teorii technologii jako przedłużenia człowieka wpływającego na wszystkie aspekty jego funkcjonowania. Zmiany technologiczne posiadają ogromny wpływ na społecznie konstruowany, sensoryczny świat znaczeń, który kształtuje postrzeganie młodych ludzi, ich doświadczenia, postawy i zachowania. Zgodnie z teorią aktora-sieci (ANT) technologie cyfrowe są aktywnym aktorem (choć o statusie bytu nieludzkiego) o statusie równym bytowi ludzkiemu. Pomiędzy obydwojema bytami istnieje złożona sieć relacji, która wpływa na ich stale

kształtowanie się pod wpływem ich zdolności do wzajemnego oddziaływania i wywierania wpływu.

Należy jednocześnie podkreślić, że badanie, jak każde inne, posiadało swoje ograniczenia, które należy wziąć pod uwagę w procesie oceny jego wyników. Badanie opiera się na samoocenie respondentów, a w mniejszym zakresie na jej zderzeniu z opiniami innych aktorów otoczenia (rodziców, specjalistów zdrowia psychicznego i pracodawców). Jednocześnie na uzyskane wyniki wpływ mogła mieć struktura próby badawczej, w której większość respondentów stanowiły osoby studiujące i pracujące. Poziom kompetencji tych osób mógł decydować o większej odporności na oddziaływanie „ciemniejszej” strony mediów – głównego narzędzia współczesnych technologii cyfrowych. Niebagatelny wpływ na uzyskane wyniki miało z pewnością również osadzenie badania w województwie podlaskim, a więc zawężenie respondentów do jednego regionu, który, jak każdy inny, posiada charakterystyczną dla niego specyfiką społeczno-gospodarczą. Region, ze swoimi uwarunkowaniami w postaci poziomu rozwoju wynikającego z czynników o charakterze endo- i egzogenicznym, to kolejny aktor sieci, w znaczący sposób oddziałujący na pozostałych, a więc zarówno funkcjonujących w jego środowisku młodych dorosłych konsumowane przez młode pokolenie technologie cyfrowe.

Wyniki badań przeprowadzonych wśród młodych dorosłych (18-34 lata) zamieszkujących województwo podlaskie (N=355) wskazują, że technologie cyfrowe, a zwłaszcza media społecznościowe, są niemal powszechnie obecne w codziennym życiu tej grupy demograficznej. Korzysta z nich 98,6% respondentów.

Spośród platform aktywnie użytkowanych dominują Facebook (42,0% respondentów spędza na nim 0-1 godziny dziennie), Instagram (41,7%) oraz YouTube (34,9%), przy czym ta ostatnia platforma wykazuje znacznie wyższy udział dłuższych sesji (11,4% użytkowników spędza tam 2-5 godzin dziennie), co odzwierciedla specyfikę platformy opartej na długometrażowych treściach wideo. TikTok prezentuje wyraźne spolaryzowanie. Niemal połowa badanych (48,0%) deklaruje brak korzystania z tej aplikacji, podczas gdy spośród jej aktywnych użytkowników 17,4% spędza tam 1-2 godziny, a 8,6% nawet 2-5 godzin dziennie. Platformy takie jak Twitter/X, LinkedIn, Reddit, Telegram czy Twitch pozostają niszowe (do 76%-96% badanych nie korzysta z tych platform).

Pasywne korzystanie z mediów społecznościowych, rozumiane jako przeglądanie treści bez aktywnej interakcji, jest bardzo intensywne. Na Facebooku 54,0% użytkowników spędza pasywnie 0-1 godziny dziennie, na Instagramie 49,4%, TikTok wskazuje na wysoki potencjał wciągający tej platformy (ok. 1/3 osób korzysta z niej pasywnie do 1 godziny dziennie; ok. 1/3 do dwóch godzin, a około 15% aż 2-5 godzin dziennie). Natomiast

YouTube wyróżnia się szczególnie: 17,4% użytkowników spędza na nim pasywnie 2-5 godzin, a 3,1% nawet 5-7 godzin dziennie.

Ważnym uzupełnieniem perspektywy młodych osób są obserwacje ich rodziców (N=119). Rodzice jako technologie najczęściej używane przez dzieci wskazali smartfon (14,7% wskazań), YouTube (10,7%), Instagram (9,5%), TikTok (8,9%) i Facebook (8,6%), co jest zbliżone do deklaracji samych młodych. Dane te potwierdzają ogólny obraz dominacji kilku kluczowych platform, choć rodzice zdają się niedoszacowywać rzeczywistego czasu korzystania z poszczególnych aplikacji. Opinie specjalistów zdrowia psychicznego uczestniczących w badaniach jakościowych wskazują natomiast na problem wzrostu zaangażowania młodych użytkowników w aplikacje do gier na żywo, gdzie czas korzystania w weekendy może sięgać kilkunastu godzin.

Istotnym spostrzeżeniem pojawiającym się w badaniach jakościowych jest brak refleksji młodych ludzi nad nadmiernym korzystaniem z technologii. Respondenci trafiający na terapie psychologiczne nie postrzegają wielogodzinnego użytkowania urządzeń jako problemu, co rodzi pytania o granice świadomości cyfrowej w tej grupie wiekowej. Wyniki badań potwierdzają jednocześnie główne trendy międzynarodowe, zgodnie z którymi młodzież spędza łącznie około 4-5 godzin dziennie w mediach społecznościowych, z dominacją YouTube, TikToka i Instagrama.

Analiza celów korzystania z mediów społecznościowych ujawniła wyraźną hierarchię motywacji. Najwyżej ocenione zostały cele zawodowe (średnio 2,96 w skali 1-5) oraz edukacyjne (średnio 2,53), a następnie cele społecznościowe (średnio 2,34) i rozrywkowe (średnio 2,28). Wyniki te wskazują, młode osoby wykorzystują przede wszystkim ich potencjał zawodowy i edukacyjny.

W obrębie celów zawodowych dominują trzy funkcje: śledzenie trendów w branży i rozwój zawodowy (31,5% wskazań), poszukiwanie pracy i ofert zawodowych (24,6%) oraz komunikacja służbowa (23,7%). Networking biznesowy, promocja marki osobistej czy freelancing odnotowują znacznie niższe udziały (odpowiednio 5,7%, 7,1%, 5,0%), co świadczy o raczej pasywnym niż proaktywnym wykorzystaniu platform zawodowo. Niski odsetek korzystających z LinkedIn (91,7% niekorzystających) wskazuje na niedostateczną świadomość respondentów co do profesjonalnych możliwości tej platformy.

W obszarze celów edukacyjnych media społecznościowe służą przede wszystkim uczeniu się nowych umiejętności (39,6% wskazań) oraz śledzeniu ekspertów i edukatorów (27,4%), co można ocenić pozytywnie jako wykorzystywanie mediów do samokształcenia z wykorzystaniem materiałów dostępnych online. W przypadku celów społecznościowych i rozrywkowych kluczowym motywem jest utrzymywanie kontaktu z rodziną i przyjaciółmi (43,1% wskazań rozrywkowych), bierne konsumowanie treści (40,6% wskazań w kategorii społecznościowej) oraz wypełnianie wolnego czasu (24,8%).

Deklarowane cele użytkowników mają charakter wielowymiarowy: 42,6% respondentów wybierało jednocześnie cele ze wszystkich czterech kategorii (społeczno-komunikacyjne, rozrywkowe, edukacyjno-zawodowe i informacyjno-konsumpcyjne), średnio wskazując 3,06 kategorii na 4 możliwych. Wyniki testów chi-kwadrat wykazały statystycznie istotne powiązania między kategorią informacyjno-konsumpcyjną a pozostałymi kategoriami, co wskazuje na jej centralną pozycję w systemie motywacji użytkowników.

Istotną obserwacją z badań jakościowych jest fakt płynności celów. Respondenci często rozpoczynają korzystanie z aplikacji z jednym zamiarem (np. zawodowym), lecz szybko przechodzą do treści rozrywkowych. Przestrzeń internetowa, ze swoją architekturą narzędzi pozyskiwania uwagi i systemem rekomendacji, skutecznie rozprasza i utrudnia powrót do pierwotnego celu. Co istotne, opinie rodziców w obszarze celów wykorzystania mediów społecznościowych przez ich dzieci są porównywalnie spójne z deklaracjami samych młodych. Również rodzice wskazują dominację celów rozrywkowych (21,3% ich wskazań) i kontaktu z bliskimi (20,4%), lokując cele edukacyjne na trzecim miejscu (15,1%), a zawodowe na dalszych pozycjach.

Obszar korzystania z aplikacji opartych na sztucznej inteligencji jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się sfer cyfrowej aktywności młodych dorosłych. Blisko 75% respondentów deklaruje aktywne korzystanie z narzędzi AI w celach zawodowych, przy zdecydowanej dominacji ChatGPT, z którego korzysta regularnie niemal 73% użytkowników (28,2% codziennie, 44,7% kilka razy w tygodniu). Dla porównania, Google Gemini jest regularnie używany przez mniej niż 30% respondentów, Microsoft Copilot przez około 13%, a Claude przez zaledwie 6%. Narzędzia specjalistyczne (generowanie obrazów, dźwięku, wideo) wykazują marginalne użycie, poniżej 5-7%.

Cele zawodowego używania AI wskazują na pragmatyczny profil respondentów. W strukturze celów wykorzystania dominuje analiza danych (31,4%), tworzenie treści biznesowych (27,6%), automatyzacja zadań służbowych (14,5%) i przygotowanie materiałów marketingowych (12,0%). W celach edukacyjnych AI pełni funkcję przede wszystkim tutora do pomocy w nauce i wyjaśniania zagadnień (32,9%), przygotowania do egzaminów (18,5%), tłumaczenia tekstów (17,5%) i pisania prac (15,6%). W obszarze społeczno-kreatywnym respondenci korzystają głównie z generowania grafik i obrazów (41,1%), pisania tekstów kreatywnych (25,1%) i edycji zdjęć (22,1%). Narzędzia AI zdecydowanie przyczyniają się do upowszechnienia dostępności narzędzi twórczych dla osób bez zaawansowanych umiejętności artystycznych.

W wymiarze osobistym AI jest używana do planowania podróży i wydarzeń (30,3%), porad życiowych (24,9%), pomocy w podejmowaniu decyzji (22,6%) oraz rozmowy/rozrywki (16,4%). Respondenci cenią AI za dostępność, szybkość odpowiedzi

i brak osądzania, co wyraźnie kontrastuje z niską adopcją specjalistycznych aplikacji well-beingowych.

Średnia samoocena kompetencji w zakresie tworzenia promptów dla AI wynosi 3,76 w skali sześciostopniowej, 30,4% respondentów określa swoje umiejętności jako średnie, a 28,2% jako dobre. W ocenie rodziców 73,1% ich dzieci korzysta z aplikacji AI, z dominacją funkcji pomocniczych (43,6%) i kreatywnych (21,2%). Analiza współwystępowania celów użycia AI wskazuje na statystycznie istotne, silne powiązanie celów zawodowych i rozrywkowych ($\chi^2=19,34$, $p<0,001$, $\phi=0,47$), wskazując na hybrydowy charakter użytkowania AI – łączący produktywność z rozrywką.

Aż 82% respondentów deklaruje brak korzystania z dedykowanych aplikacji produktywnościowych, a jedynie 3,4% używa aplikacji wspierających zdrowie psychiczne. Tego rodzaju aplikacje należy uznać za znajdujące się we wczesnym stadium adopcji w badanej populacji. Wśród osób, które korzystają z narzędzi do zarządzania czasem, dominują aplikacje kalendarzowe (63,9% użytkowników tej kategorii; głównie Google Calendar, Outlook), w dalszej kolejności aplikacje to-do (19,6%) i narzędzia monitorowania czasu ekranowego (6,2%). Narzędzia zaawansowane czy do zarządzania projektami mają marginalne znaczenie.

W przypadku aplikacji wspierających zdrowie psychiczne, ich ekstremalnie niski odsetek użytkowników (3,4%) koreluje z niską świadomością dostępności tego rodzaju narzędzi i ograniczoną potrzebą ich wykorzystania. Badania jakościowe potwierdzają, że respondenci zdecydowanie chętniej sięgają po AI (jako źródło łatwych, szybkich odpowiedzi) niż po specjalistyczne aplikacje dobrostanu. Autorzy badań jakościowych wskazują, że aplikacje well-beingowe dotyczą delikatnych, emocjonalnie trudnych aspektów funkcjonowania, co samo w sobie może stanowić barierę wejścia.

Syntetyzując uzyskane wyniki, można sformułować kilka kluczowych wniosków. Młodzi dorośli w województwie podlaskim funkcjonują w intensywnym, wieloplatformowym środowisku cyfrowym, w którym dominuje kilka głównych serwisów (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok), a technologie cyfrowe są używane w krótkich, wielokrotnych sesjach w ciągu dnia. Funkcje rozrywkowe i społeczne zdecydowanie przeważają nad zawodowymi i edukacyjnymi, jednak cele użytkowania mają charakter hybrydowy i płynny – często zmieniają się w trakcie jednej sesji. Sztuczna inteligencja (głównie ChatGPT) zyskała wysokie miejsce w repertuarze narzędzi cyfrowych używanych przez młode osoby, z wyraźnie większym pragmatyzmem wykorzystania niż w przypadku mediów społecznościowych. Aplikacje do zarządzania czasem i zdrowiem psychicznym pozostają na marginesie codziennych praktyk cyfrowych. Jednocześnie występuje niepokojąca asymetria między wysoką intensywnością korzystania z technologii a niską świadomością jej konsekwencji dla dobrostanu psychicznego, zarówno w perspektywie respondentów, jak i ich rodziców.

Uzyskane wyniki są zasadniczo spójne między grupami respondentów. Oceny młodych osób i ich rodziców są zbieżne w kwestii dominujących platform i celów użytkowania. Widoczne rozbieżności dotyczą głównie stopnia widoczności celów edukacyjnych. Rodzice, obserwując korzystanie z AI przez dzieci, w większym stopniu podkreślają jego wymiar edukacyjny (43,6% wskazań „pomoc w nauce”) niż sami młodzi, którzy równie często używają AI w celach zawodowych i kreatywnych. Opinie specjalistów zdrowia psychicznego nakreślają natomiast niepokojący obraz rosnącego problemu z niekontrolowanym czasem ekranowym i trudnościami w koncentracji i motywacji, będącymi konsekwencjami nadmiernego korzystania z technologii, niezauważanego przez samych młodych użytkowników.

Wydatki młodych dorosłych na technologie cyfrowe posiadają spolaryzowany i selektywny charakter. W tych obszarach, gdzie wydatki występują, bywają one znaczne. Najsilniejszą kategorią konsumpcji są zakupy online (e-commerce): aż 35,5% respondentów wydaje miesięcznie ponad 500 zł, a jedynie 21,7% deklaruje brak wydatków w tej kategorii. Stanowi to wyraźny kontrast wobec pozostałych kategorii. Platformy streamingowe wideo (Netflix, HBO Max, Disney+) wykazują równomierne rozkłady: 27,3% wydaje do 50 zł, miesięcznie; 21,7% w przedziale 51-100 zł, przy 31,8% niekorzystających. Platformy muzyczne są mniej powszechne (46,5% deklaruje brak wydatków), choć dla aktywnych użytkowników typowe są subskrypcje o koszcie do 50 zł miesięcznie (34,9%).

Bardzo niski poziom monetyzacji dotyczy aplikacji i usług premium AI, gdyż 86,5% respondentów nie ponosi żadnych wydatków w tej kategorii, a płaćca mniejszość ogranicza się głównie do kwot do 50 zł miesięcznie. ChatGPT zdominował korzystanie z AI w wersji bezpłatnej. Podobnie marginalne są wydatki na usługi chmurowe (76,3% niekorzystających), e-booki i prasę cyfrową (84,5%) oraz reklamy w mediach społecznościowych (94,4%), co wskazuje na wąską grupę młodych podejmujących aktywność komercyjną online.

Sprzęt technologiczny wykazuje specyficzny, nieregularny wzorec konsumpcji: 38,6% respondentów nie ponosiło miesięcznych wydatków, ale aż 24,8% deklaruje kwoty przekraczające 500 zł. Zakupy sprzętu są więc rzadkie, lecz wysokowartościowe. Badania jakościowe ujawniają istotną hierarchię priorytetów. Młodzi respondenci wskazują, że ze smartfona i dostępu do ChatGPT zrezygnowaliby w ostatniej kolejności, podczas gdy subskrypcje rozrywkowe (gry, filmy) oceniają jako łatwiejsze do zastąpienia darmowymi alternatywami.

Aż 31% respondentów nie potrafi określić, jaką część budżetu stanowią wydatki na technologie. Badania jakościowe wyjaśniają ten wynik mechanizmem „pułapki subskrypcyjnej”. Niskie koszty miesięczne powodują, że użytkownicy aktywują usługi

impulsywnie, a następnie zapominają o ich anulowaniu. W efekcie wydatki na technologie nie są świadomie kontrolowane, choć ich suma może być istotna.

Perspektywa rodziców (N=119) dostarcza ważnego kontekstu dla oceny ekonomicznego wymiaru cyfrowej konsumpcji młodych. Większość rodziców (49,6%) ocenia poziom wydatków dzieci na technologie jako średni (ocena 3 w skali 1-5), średnio 2,80, przy umiarkowanej zmienności (SD=0,935), co świadczy o postrzeganiu tych wydatków jako typowych dla współczesnych realiów. Jednocześnie 41,2% rodziców deklaruje pełną samodzielną finansową swoich dzieci w obszarze technologii, 26,1% udziela wsparcia czasami, a 12,6% regularnie.

Dominującą kategorią wydatków wskazywaną przez rodziców jest sprzęt technologiczny (36,9% wskazań kategorizowanych binarnie), następnie streaming wideo, zakupy online i gry. Każda z tych kategorii odnotowuje około 23,6% wskazań. Analiza współwystępowania ujawniła profil wydatków: sprzęt + streaming + zakupy/nauka (12,6%) jako drugi najczęściej występujący, co wskazuje na odejście od jednorazowych zakupów na rzecz modelu mieszanego – inwestycja w sprzęt uzupełniana cyklicznymi subskrypcjami.

Pomimo umiarkowanej oceny poziomu wydatków 84,1% rodziców odczuwa umiarkowany lub znaczący wpływ wydatków technologicznych na budżet rodzinny. Badania jakościowe precyzują ten mechanizm – wsparcie zależy od celowości zakupu. Rodzice częściej finansują sprzęt do nauki lub pracy (np. komputer do projektowania), a rzadziej zakupy czysto rozrywkowe, w przypadku których oczekują samodzielnego pokrycia kosztów z kieszonkowego. Presja grupy rówieśniczej, prowadząca do oczekiwania od rodziców sprzętu „z najwyższej półki”, jest dodatkowym czynnikiem nasilającym obciążenie budżetów.

Analiza zachowań konsumenckich ujawnia istotny rozdźwięk między deklarowaną świadomością mechanizmów marketingu cyfrowego a rzeczywistymi zachowaniami zakupowymi. Młodzi dorośli oceniają swój poziom świadomości wykorzystywania danych osobowych do targetowania reklam na średnio 3,65 w skali 1-5, a uwagę poświęcaną ochronie własnych danych – na średnio 3,97. Jednocześnie średnia częstotliwości nieplanowanych zakupów pod wpływem reklam wynosi zaledwie 2,34, co może sugerować, że respondenci rzadziej przyznają się do skuteczności wpływu reklam na ich decyzje, niż wynikałoby to z obserwacji zachowań.

Rodzice również nie wskazują na silny wpływ reklam na zachowania zakupowe ich dzieci, na częste lub bardzo częste zakupy pod ich wpływem wskazuje bowiem 10,9% badanych rodziców. Jednocześnie 22,7% ocenia ten wpływ na poziomie „Nie dotyczy”. Badania jakościowe wskazują na konkretne mechanizmy tego oddziaływania. Obserwowanie influencerów i ich styl życia (zegarki, markowe obuwie, drogie kosmetyki) generuje potrzeby posiadania, które młodzi realizują poprzez impulsywne zakupy online.

Rodzice podkreślają, że młodzi pomimo świadomości ryzyk podejmują decyzje zakupowe bardzo szybko, bez refleksji nad zasadnością wydatku.

Z perspektywy rodziców 74,8% ocenia świadomość dzieci na temat zagrożeń ekonomicznych pozytywnie (oceny 4-6 na skali sześciostopniowej), co pozostaje w napięciu z ich równoczesną obserwacją zakupów impulsywnych. Wskazuje to, że deklaratywna świadomość zagrożeń nie przekłada się automatycznie na zmianę zachowań konsumenckich u dzieci.

Deklarowany poziom świadomości zagrożeń ekonomicznych jest relatywnie wysoki. Respondenci oceniają swą wiedzę o cyberprzestępczości (phishing, wyłudzenia) na średnio 3,86 w skali 1-5, co sytuuje ich w przedziale „raczej dobrej” orientacji. Badania jakościowe pokazują, że wiedza ta nie ma charakteru czysto teoretycznego. Respondenci wskazywali na konkretne doświadczenia prób oszustwa, włamań na konta znajomych, prób wyłudzenia pieniędzy przez BLIK, a także przypadków kradzieży środków z konta bankowego przy okazji zakupu online.

Respondenci wskazują na wielowątkowe przyczyny narażenia na cyberprzestępczość: ciekawość, trudność w ocenie wiarygodnego źródła, niewystarczające zabezpieczenia kont indywidualnych, brak ostrożności i łatwy dostęp do aplikacji. Kluczową obserwacją jest konstatacja, że czas spędzany online ma bezpośredni związek z poziomem narażenia. Im więcej czasu spędza się w przestrzeni cyfrowej, tym wyższe ryzyko zetknięcia się z nielegalnym działaniem. Respondenci zwracali również uwagę na różnice generacyjne w podejściu do bezpieczeństwa. Młodszy użytkownicy mogą być paradoksalnie bardziej narażeni ze względu na wyższe zaufanie do technologii, podczas gdy starsi wykazują większą nieufność. Decydująca jest jednak świadomość zagrożeń i doświadczenie, a nie wiek jako taki.

Rodzice potwierdzają świadomość zagrożeń i podejmują działania prewencyjne. Przestrzegają dzieci przez rozmowy o ochronie danych osobowych, jednak efektywność tych interwencji jest ograniczona. Młodzi posiadają wiedzę teoretyczną, ale w praktyce podejmują pochopne decyzje związane z udostępnianiem danych. Świadomość ochrony danych dojrzewa według rodziców wraz z wiekiem, aktywnością zawodową i eksponowaniem na realne sytuacje ryzykowne.

Wymiar syntetyczny uzyskanych wyników pozwala sformułować trzy zasadnicze wnioski. Po pierwsze, wydatki na technologie cyfrowe są umiarkowane w większości kategorii, ale skoncentrowane na e-commerce i sprzęcie. Zakupy internetowe stanowią główny kanał wydatkowania, wyraźnie dominując nad subskrypcjami cyfrowymi. Wyniki młodych i ich rodziców są spójne. Obie grupy identyfikują sprzęt, streaming i e-commerce jako dominujące kategorie, choć młodzi znacznie wyżej oceniają wartość AI (ChatGPT jako priorytet przy ograniczaniu wydatków), co rodzice marginalizują.

Po drugie, występuje systemowy deficyt świadomości finansowej. Aż 31% młodych nie potrafi ocenić udziału technologii w własnym budżecie, a mechanizm „pułapki subskrypcyjnej” powoduje, że wydatki na technologie są niedoszacowane i niekontrolowane. Jednocześnie 84,1% rodzin odczuwa ich realny wpływ na budżet domowy.

Po trzecie, świadomość zagrożeń ekonomicznych jest deklaratorywnie wysoka (cyberprzestępczość: średnio 3,86; ochrona danych: 3,97), ale nie przekłada się na działania prewencyjne w zachowaniach konsumenckich.

Badaną populację młodych dorosłych (18-34 lata, N=355) charakteryzowała wysoka aktywność edukacyjno-zawodowa. Najliczniejszą grupę stanowili studenci równocześnie pracujący (33,5%), a praca na etacie dotyczyła 21,7% respondentów.

Ocena wpływu mediów społecznościowych na aspiracje zawodowe młodych okazała się zaskakująco umiarkowana (średnio 2,39 w skali 1-5), przy czym aż 33,0% respondentów wybierało odpowiedź „trudno powiedzieć”, a jedynie 14,1% badanych deklarowało istotny lub zdecydowany wpływ mediów na wybory w obszarze kariery.

Mimo niskiej deklarowanej roli w kształtowaniu aspiracji media społecznościowe wyraźnie oddziałują na świadomość możliwości zawodowych. Respondenci wskazywali, że pomogły im odkryć nowe ścieżki zawodowe (25,7%), uświadomiły możliwość pracy zdalnej (21,6%) i zmotywowały do rozwijania kompetencji cyfrowych (14,7%). Warto podkreślić wyraźny dysonans odzwierciedlający się w fakcie, że choć 17,2% respondentów pozytywnie ocenia atrakcyjność kariery twórcy internetowego/influencera, to jednocześnie 57,2% nie wiąże swojej przyszłości zawodowej z mediami społecznościowymi. Badania jakościowe wyjaśniają tę sprzeczność. Respondenci postrzegają pracę influencera jako nieatrakcyjną ze względu na brak prywatności, ciągłą dostępność i niestabilność dochodów.

Rodzice oceniają wpływ technologii na aspiracje zawodowe dzieci wyżej niż sami młodzi. Aż 37,8% rodziców dostrzega umiarkowany lub silny wpływ (średnio 3,19). Badania jakościowe rodziców ujawniają jednak, że obok inspirowania i rozszerzania horyzontów technologie mogą wytwarzać złudne poczucie łatwości sukcesu poprzez obserwację influencerów, co może demotywować do rzetelnego wysiłku zawodowego.

Większość respondentów (55,2%) uczestniczyła w procesie rekrutacyjnym w ciągu ostatnich dwóch lat. Dominującymi platformami rekrutacyjnymi są ogólne portale pracy: OLX Praca (26,1% wskazań) i Pracuj.pl (25,1%), co wskazuje na preferencję tanich, regionalnie dostępnych narzędzi. LinkedIn, jako platforma zawodowa, występuje jedynie w 8,0% wskazań, Instagram w 1,3%. Wynik ten koresponduje z niskim odsetkiem korzystających z LinkedIn (91,7% niekorzystających) i wskazuje na ograniczoną

świadomość zawodowego potencjału tej platformy wśród młodych z województwa podlaskiego.

Korzystanie z AI w procesie rekrutacyjnym jest już zauważalne, choć nie powszechne. Aż 55,5% respondentów – uczestników rekrutacji sięgnęło po narzędzia AI, głównie do pisania CV (23,0%), przygotowania do rozmowy kwalifikacyjnej (11,3%) i pisania listu motywacyjnego (7,8%). Jednocześnie po stronie pracodawców automatyzacja rekrutacji (preselekcja CV, boty wideo) pozostaje niszowa. Jednocześnie 55,6% respondentów nie zetknęło się z AI po stronie pracodawcy, a 29,1% nie jest pewna. Rodzi się podejrzenie, że kandydaci adoptują AI szybciej niż pracodawcy, co może zmieniać dynamikę rynku pracy na korzyść dobrze przygotowanych aplikantów.

Kompetencje cyfrowe są postrzegane jako ważny, choć niekluczowy element kariery. Wśród badanych 52,7% ocenia ich znaczenie jako „raczej duże”, 15,5% jako „bardzo duże”, przy średniej 3,75. Dominują nieformalne sposoby ich rozwijania: YouTube (22,4%), samodzielna nauka metodą prób i błędów (19,1%) i nauka od społeczności online (10,9%), które łącznie wyprzedzają kanały formalne, jak studia (20,3%) i szkolenia w pracy (10,1%). Płatne kursy online stanowią jedynie 6,2% wskazań.

Respondenci wyraźnie oddzielają „kompetencje cyfrowe” (umiejętności informatyczne, programowanie, obsługa systemów) od „umiejętności użytkownika mediów społecznościowych”. Świadczy to o wysokiej świadomości własnych kompetencji, choć jednocześnie zaangażowanie w budowanie marki osobistej online jest połowiczne (54,1% w ogóle się tym nie zajmuje). Z perspektywy pracodawców młodzi są opisywani jako szybsi i bardziej intuicyjni od starszego pokolenia, lecz mniej cierpliwi wobec procedur i skracający refleksję, co tworzy napięcie między sprawnością a dojrzałością zawodową.

Praca hybrydowa (42,8%) jest wyraźnie najatrakcyjniejszym modelem zatrudnienia dla młodych dorosłych, stanowiąc kompromis między elastycznością cyfrową a potrzebą struktury i relacji społecznych. Na kolejnych pozycjach plasują się: praca stacjonarna (19,4%), własna działalność gospodarcza/przedsiębiorczość cyfrowa (16,6%) i praca w pełni zdalna (11,0%). Zaskakująco niska okazała się atrakcyjność gig economy (0,6%) i freelancingu (4,5%), co wskazuje, że elastyczność cyfrowa jest ceniona jedynie w połączeniu ze stabilnością, a model pełnej niestabilności nie jest przez respondentów pożądanym.

Ocena wpływu technologii na dostępność elastycznych form zatrudnienia jest pozytywna: średnio 3,68 w skali 1-5, z dominacją odpowiedzi „Raczej pozytywny wpływ” (43.7%), „Bardzo pozytywny wpływ” (16.9%) i neutralnych (31.8%). Oceny raczej negatywne i bardzo negatywne stanowiły 7.6%. Wynik ten sugeruje, że respondenci postrzegają technologie raczej jako katalizator stabilności zatrudnienia. Taka percepcja

jest spójna z niskim zaangażowaniem w budowanie marki osobistej i dystansem wobec kariery influencera.

W obszarze wpływu AI i automatyzacji na rynek pracy dominuje ambiwalencja: 47,9% respondentów wybiera kategorię „trudno powiedzieć”, 26,5% raczej szansa, a 5,1% zdecydowanie szansa dla własnej kariery (średnio 3,10). Jedynie 20,6% wyraża obawy. Badania jakościowe uszczegółwiają ten obraz. Młodzi mają trudność z precyzyjnym określeniem, co AI zmieni w ich branży, jednak większość nie obawia się bezpośrednio o własne miejsce pracy. Za względnie bezpieczne uważają zawody oparte na relacjach międzyludzkich (obsługa klienta, edukacja czy doradztwo). Respondenci są zgodni, że rynek pracy będzie się zmieniał, a zdolność do uczenia się nowych technologii stanie się kluczowym czynnikiem, będącym zarówno szansą dla uczących się, jak i ryzykiem wykluczenia dla tych, którzy nie wejdą w ten proces.

Perspektywa pracodawców jest wewnętrznie zróżnicowana i nie układa się w prosty podział „za/przeciw”. AI jest opisywana jako użyteczne narzędzie zadaniowe (ChatGPT do diagnozy błędów urzędzeń) w części organizacji, jako narzędzie pomocnicze do kreowania kontentu w innych, ale i jako źródło ryzyka erozji myślenia i kompetencji językowych. Zarządzanie telefonem i mediami społecznościowymi w miejscu pracy występuje jako spektrum: od zakazu prewencyjnego (produkcja), przez umiarkowaną tolerancję, po zakaz deklaracyjny bez realnych możliwości egzekwowania.

Wyniki badań w obszarze wpływu nowoczesnych technologii na rynek ujawniają spójności między grupami, ale również istotne napięcia. Spójność występuje w trzech obszarach. Po pierwsze, zarówno młodzi, jak i rodzice są zgodni, że technologie cyfrowe są nieodzownym elementem życia zawodowego i edukacyjnego, a ich rola będzie rosta. Po drugie, obie grupy wskazują na odkrywanie nowych ścieżek zawodowych jako główny mechanizm wpływu mediów na kariery. Po trzecie, zarówno młodzi, jak i pracodawcy dostrzegają podział między „sprawną obsługą” a dojrzałą kompetencją cyfrową.

Rozbieżności są jednak równie znaczące. Rodzice oceniają wpływ technologii na aspiracje zawodowe dzieci wyżej (średnio 3,19) niż sami młodzi (2,39), co sugeruje, że wpływ ten jest zewnętrznie bardziej widoczny niż odczuwalny od środka. Pracodawcy są bardziej krytyczni wobec kompetencji młodych pracowników, niż wynikałoby to z wysokiej samooceny młodych (kompetencje cyfrowe: średnio 3,75), cenią szybkość i intuicyjność, ale krytycznie oceniają cierpliwość procesową i głębość refleksji. Postrzeganie wpływu AI na rynek pracy również różni się wśród młodych i pracodawców. Młodzi wyrażają ambiwalencję i niepewność (47,9% „trudno powiedzieć”), pracodawcy zajmują wyraźniejsze stanowiska – od entuzjazmu zadaniowego po obawy kulturowe.

Ogólne samopoczucie psychiczne młodych dorosłych można określić jako umiarkowane: średnio 3,10 w skali 1-5, z równoległym rozkładem odpowiedzi „raczej dobre” i „ani dobre, ani złe” (po 36,1%), przy 11,8% deklarujących bardzo dobre

samopoczucie i zaledwie 5,1% bardzo złe. Obraz wskazuje na stosunkową stabilność, lecz jest daleki od optymalnego dobrostanu.

Wśród najczęstszych problemów obserwowanych przez młode osoby dominują: zmęczenie i brak energii (55,5% respondentów przeżywa to często lub czasami), trudności z koncentracją (28,5% czasami). Jednocześnie niskie poczucie własnej wartości i osamotnienie są wskazywane jako rzadkie lub nieobecne, co wskazuje na stosunkowo dobrą stabilność emocjonalną.

Kluczowe negatywne zjawiska, jakie zauważają u siebie badani, związane z korzystaniem z mediów społecznościowych to prokrastynacja (14,5% wskazań), pogorszenie snu z powodu używania urządzeń przed snem (14,2%) i kompulsywne sprawdzanie telefonu lub mediów (14,1%). Zjawiska te tworzą spójny obraz stylu życia „zawsze online”. Należy podkreślić wyraźny paradoks, aż 73,5% respondentów korzysta z urządzeń elektronicznych w ciągu godziny przed snem (42,5% zawsze lub prawie zawsze), a jednocześnie 73,5% deklaruje raczej dobrą lub bardzo dobrą jakość snu (średnio 4,03). Możemy mieć tu do czynienia ze specyficzną, subiektywną percepcją lub biologiczną odpornością. Zaburzenia snu mogą nie być jeszcze przez respondentów wystarczająco wiązane z technologiami cyfrowymi.

W obszarze uzależnienia wyniki są ambiwalentne: średnio 2,90 w skali 1-5, z 35,5% przyznających się do uzależniającej tendencji (29,6% raczej tak + 5,9% zdecydowanie tak) i 25,1% niezdecydowanych. Badania jakościowe wyjaśniają, że granice uzależnienia są dla respondentów płynne. Telefon jest pierwszym i ostatnim narzędziem, z którym zaczynają i kończą dzień, a korzystanie z niego przed snem jest naturalnym rytuałem. Wpływ technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne jest oceniany przez młodych neutralnie lub lekko negatywnie: 59,4% neutralny/bez wpływu, 21,1% raczej negatywny przy 15,2% deklarujących pozytywny efekt (średnio 2,88).

Rodzice oceniają samopoczucie psychiczne dzieci wyżej niż one same (średnio 3,92), postrzegając wpływ technologii jako umiarkowany (3,10). Dominującymi symptomami dostrzeganymi przez rodziców są negatywne zachowania, takie jak nadmierne spędzanie czasu przed ekranem (23,1% wskazań), kompulsywne sprawdzanie telefonu (14,9%) i problemy ze snem (9,6%). Znacząco niższy odsetek rodziców identyfikuje problemy emocjonalne u swoich dzieci, takie jak niskie poczucie własnej wartości (4,6%) i objawy lęku (2,5%). Może to oznaczać ograniczoną percepcję rodziców i niedostrzeganie przez nich problemów, które mogą rozwijać się u dzieci w związku z nadmiernym korzystaniem z technologii cyfrowych.

Specjaliści zdrowia psychicznego wskazują jednocześnie na rosnącą trudność młodych z podtrzymaniem koncentracji i motywacji, obniżanie się zasobów słownictwa, zaburzenia snu związane z presją ciągłego bycia online, a także na niską świadomość samych młodych co do negatywnego wpływu ekranu na jakość snu i samoocenę.

Młodzi dorośli oceniają technologie cyfrowe jako głównie neutralny czynnik w relacjach interpersonalnych, z dominującą oceną „neutralnie” (26-43%) i marginalnymi negatywnymi opiniami (<6%). Najsilniejszy pozytywny wpływ, zdaniem badanych, technologie posiadają na relacje z przyjaciółmi i kolegami, a w mniejszym stopniu na więzi rodzinne/partnerskie. Niemal jedna trzecia badanych (26,5%) dostrzega, że technologie cyfrowe wpływają na zmniejszenie liczby spotkań twarzą w twarz. Jednocześnie, przyjaźnie online oceniane są przez młode osoby jako drugorzędne (45% wskazało „brak doświadczenia”). Technologie cyfrowe można uznać za uzupełniające relacje luźne oraz obojętne w relacjach intymnych. Badane osoby młode wyraźnie preferują relacje offline niż online.

Specjaliści zdrowia psychicznego wskazują na kilka niepokojących zjawisk. Po pierwsze, kompulsywna kontrola obecności znajomych online (status „zielona kropka”) generuje lęk odrzucenia i obawy przed nieodpowiadaaniem przez innych. Po drugie, grupy messengerowe i discordowe mogą być źródłem wykluczenia i ostracyzmu, wzmacniając lęk przed porzuceniem. Po trzecie, relacje nawiązane online i przeniesione do realu często kończą się rozczarowaniem, a internet sprzyja rozwojowi relacji powierzchownych i krótkotrwałych. Specjaliści wskazują, że grupy szczególnie narażone na problemy w relacjach online to osoby z zespołem Aspergera lub autyzmem, z niską samooceną, ze społecznym wykluczeniem oraz z trudnych środowisk rodzinnych.

W relacjach rodzic – dziecko identyfikowany jest pewien poziom technoferencji. Zaobserwowano stosunkowo wysoki odsetek wskazań dotyczących agresywnych reakcji dziecka w odpowiedzi na prośbę o odłożenie telefonu (n=20; 10,7%). Jednak problem ten jest identyfikowany przez rodziców jako jeden z wielu współwystępujących trudności, a nie jako zjawisko pierwszoplanowe. Z drugiej strony rodzice stosunkowo rzadko wskazywali na nieuczestniczenie dziecka w życiu rodzinnym z powodu nadmiernego spędzania czasu online (N=8; 4,3%), chociaż zjawisko to, w świetle pozostałych wyników badań, należy uznać za powszechny problem, a obserwowane rozbieżności w ocenie, mogą wskazywać na trudność rodziców w konceptualizowaniu tego zachowania jako odrębnego problemu.

Analiza współwystępowania wykazała statystycznie istotne zależności między tymi kategoriami, z dominującą korelacją między zamykaniem się w pokoju a zakłóceniem życia rodzinnego. Jednocześnie ponad 40% rodziców nie ma ustalonych zasad korzystania z technologii przez dzieci.

Niemal połowa badanych młodych osób (46,4%) doświadczyła co najmniej jednej formy cyberprzemocy. Najczęściej hejtu (13,3%), gróźb online (7,8%), stalkingu (7,6%) i podszywania się pod tożsamość (5,5%). Uzyskane wyniki świadczą o wysokiej ekspozycji badanych na cyberzagrożenia jako aktywnych użytkowników online.

Paradoksalnie, średnia 3,92 w skali oceny wpływu cyberprzemocy 1-5 na samopoczucie, obserwowana u 60,9% respondentów, wskazuje na zaskakującą odporność badanych. Dominującymi strategiami reakcji na niepożądane zachowania w sieci jest blokowanie sprawcy (17,6%), zgłoszenie naruszenia do platformy (10,0%) i ignorowanie (8,9%). Pomoc psychologiczna lub terapeutyczna jest poszukiwana przez zaledwie 1,4% respondentów, co może świadczyć zarówno o wysokich kompetencjach w samodzielnym radzeniu sobie, jak i o bagatelizowaniu długoterminowych skutków cyberprzemocy.

Badania jakościowe wyjaśniają, że respondenci jako główne źródło zachowań przemocowych online wskazują anonimowość i poczucie bezkarności sprawców, a także zazdrość, niską samoocenę i chęć jej podniesienia poprzez dyskredytowanie innych. Specjaliści zdrowia psychicznego wskazują natomiast na powiązanie hejtu z myślami i próbami samobójczymi. Raz na kwartał odnotowują młodą osobę po próbie samobójczej lub samookaleczeniu z powodu hejtu. Jednocześnie 38,7% rodziców „nie sądzi, by dziecko miało jakikolwiek problem” z cyberprzemocą, a 42,9% „nie zauważyło niepokojących zachowań”, co tworzy istotną lukę percepcyjną.

Respondenci reprezentujący młode pokolenie wykazują wysoką ekspozycję na dezinformację, aż 60% z nich opisuje bowiem dezinformację jako codzienne wyzwanie w mediach społecznościowych i internecie. Jednocześnie, wyniki badania wskazują na relatywnie niski wpływ fałszywych informacji napotkanych w internecie na decyzje lub zachowania respondentów. Mniej niż 1/3 badanych (27,1%) przyznaje się do podatności na wpływ dezinformacji. Niski odsetek respondentów, którzy nie zetknęli się z dezinformacją w sieci („nigdy” -3,1%) i „rzadko” -5,1%) wskazuje na wysoką ekspozycję cyfrową badanych, co zdecydowanie kontrastującą z optymizmem w samoocenie pod kątem odporności na wpływ dezinformacji.

W zakresie zaufania do źródeł informacji widoczna jest wyraźna hierarchia zaufania. Publikacje naukowe i eksperckie cieszą się zaufaniem 73% respondentów, podczas gdy influencerzy spotykają się z nieufnością 54,9% badanych. Rezultaty te świadczą o deklaracyjnie wysokim poziomie krytycyzmu źródłowego. Badania jakościowe pokazują jednak, że w praktyce respondenci mają bardzo powierzchowną wiedzę o mechanizmach wykorzystywania danych w internecie i trudność z określeniem granicy między użyteczną personalizacją a manipulacją.

W obszarze ochrony prywatności respondenci prezentują postawę określaną jako „cyfrowa ostrożność”. Aż 67,3% nigdy lub rzadko dzieli się informacjami osobistymi (lokalizacja, zdjęcia, plany), 72,1% ocenia swoją świadomość ryzyka jako wysoką (średnio 3,92), a 68,8% neguje odczuwanie niezdrowej rywalizacji o lajki i zasięgi. Jednocześnie specjaliści zdrowia psychicznego wskazują, że młodzi pacjenci w gabinetach są skłonni bezrefleksyjnie udostępniać wrażliwe dane, co wskazuje na

rozbieżność między deklarowanymi postawami a rzeczywistymi zachowaniami w sytuacjach społecznych.

Technologie są postrzegane przez młodych jako czynnik sprzyjający produktywności zawodowej (29% odpowiedzi pozytywnych), przy jednoczesnym subtelny kosztach w obszarze aktywności fizycznej (średnio 2,85) i niskiej presji dostępności online (średnio 2,45). Respondenci wykazują względną samokontrolę w zakresie cyfrowego detoksu (średnio 3,25).

Badania jakościowe wskazują, że młodzi wyraźnie szanują swój czas prywatny i kontrolują dostępność online po godzinach pracy. Pojawia się jednak napięcie: z jednej strony wewnętrzna presja natychmiastowego odpowiadania na wiadomości, z drugiej świadoma chęć ochrony czasu wolnego. Respondenci postrzegają AI i narzędzia językowe jako produktywne, a media społecznościowe jako destrukcyjne dla efektywności, pomimo że praktycznie korzystają z obu.

Pracodawcy potwierdzają obserwację wyraźnego odcinania się młodych pracowników od pracy po godzinach, co jest interpretowane jako przejaw ochrony życia prywatnego i świadome stawianie granic. Jednocześnie zwracają uwagę na pośrednie koszty korzystania z technologii, takie jak spóźnienia i absencje wynikające z zaburzonego rytmu dobowego po „siedzeniu w telefonie” oraz przenoszenie komunikacji na komunikatory kosztem rozmów bezpośrednich. Eksperci zdrowia psychicznego podkreślają, że młodzi często nie są świadomi zacierania się granicy między pracą zdalną a życiem prywatnym, bo wzrastali w środowisku, w którym ta granica nigdy nie była wyraźna.

Zestawienie danych z czterech grup (młodzi, rodzice, specjaliści zdrowia psychicznego, pracodawcy) ujawnia kilka istotnych spójności. Wszystkie grupy potwierdzają: wysoką ekspozycję ekranową młodych, w tym bezpośrednio przed snem; dominację behawioralnych symptomów nadmiernego korzystania (kompulsywność, prokrastynacja, problemy ze snem) nad emocjonalnymi oraz równowagę WLB jako obszar wymagający uwagi.

Istotne rozbieżności występują jednak w kilku kluczowych kwestiach. Po pierwsze, młodzi oceniają swój sen jako dobry (średnio 4,03), podczas gdy specjaliści wskazują na zaburzenia snu jako poważny, niedostrzegany przez młodych problem. Po drugie, młodzi wykazują wysoką odporność na cyberprzemoc (średnio 3,92), tymczasem specjaliści odnotowują przypadki samookaleczeń i prób samobójczych związanych z hejtem. Po trzecie, rodzice koncentrują się na powierzchniowych objawach behawioralnych, nie dostrzegając głębszych konsekwencji emocjonalnych (niskie poczucie własnej wartości: 4,6%, lęk: 2,5%). Te rozbieżności świadczą o systematycznych lukach percepcyjnych między grupami.

W świetle uzyskanych wyników sformułowanych zostało kilka istotnych rekomendacji w obszarach będących przedmiotem zainteresowania prowadzonych analiz.

Rekomendacja 1. Wprowadzenie do edukacji systemowej od poziomu szkoły średniej (w związku z prawdopodobnym wprowadzeniem zakazu używania smartfonów w szkołach podstawowych) łatwo dostępnych szkoleń z zakresu zagadnień kształtujących świadomość tematyki ekonomii mediów cyfrowych, bezpieczeństwa danych osobowych w sieci, krytycznego analizowania informacji dostępnych w przestrzeni internetowej oraz kształtujących kompetencje w zakresie zarządzania swoim bezpieczeństwem w przestrzeni cyfrowej.

Adresaci:

Decydenci oświatowi, instytucje samorządowe kreujące politykę szkoleniową.

Rekomendacja 2. Wprowadzenie w systemach profilaktyki, diagnozy i terapii holistycznego podejścia do dzieci i innych osób wymagających wsparcia w kontekście problemów wynikających z korzystania z technologii cyfrowych. Instytucje systemu oświaty, służby zdrowia i polityki społecznej powinny ze sobą współpracować, a dziecko/młody człowiek wymagający wsparcia powinien być w jednym czasie objęty pomocą wszystkich instytucji. Współpraca instytucji powinna obejmować wzajemne informowanie się o podejmowanych działaniach leczniczych i terapeutycznych i prowadzenie wspólnej dokumentacji.

Adresaci:

Decydenci odpowiedzialni za ramy prawne funkcjonowania procesów profilaktyki, diagnozy i terapii uzależnień.

Rekomendacja 3. Wprowadzenie łatwo dostępnych szkoleń dla rodziców na temat specyfiki technologii cyfrowych, uzależnień cyfrowych, wpływu uzależnień cyfrowych na relacje rodzinne i społeczne oraz wspierania dzieci we właściwym zarządzaniu czasem ekranowym.

Adresaci:

Decydenci oświatowi, instytucje samorządowe kreujące politykę szkoleniową.

Rekomendacja 4. Stworzenie regionalnego systemu rozwijania kompetencji AI dla mieszkańców województwa podlaskiego. Program mógłby przybrać formułę certyfikowanych, bezpłatnych lub niskopłatnych kursów AI i kompetencji cyfrowych dla osób w wieku 18-34 lata, osadzonych w realiach lokalnego rynku pracy (np. poprzez ich powiązanie z możliwościami wykorzystania w rozwoju sektorów należących do regionalnych inteligentnych specjalizacji).

Adresaci:

Instytucje samorządowe kreujące politykę szkoleniową.

Bibliografia

I. Opracowania zwarte

1. Aleksander T., Andragogika, WSBiP, Ostrowiec Świętokrzyski 2002.
2. Apanowicz J., Metodologia ogólna, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu, Gdynia 2002.
3. Berger P. L., Luckmann T., The Social Construction of Reality, Anchor Books, New York 1966.
4. Bryman A., Social Research Methods, 5th ed., Oxford University Press, Oxford 2016.
5. Creswell J. W., Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Sage Publishing, Thousand Oaks 2014.
6. Denzin N. K., The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods, McGraw-Hill, Columbus 1978.
7. Diagnoza Młodzieży, Polskie Towarzystwo Polityki Społecznej, Warszawa 2026.
8. Dokument Roboczy Służb Komisji. Sprawozdania Krajowe Cyfrowej Dekady 2025, Bruksela, 16.6.2025, SWD (2025) 290, Wersja Ostateczna, CZĘŚĆ 21/27.
9. Gravetter F. J., Wallnau L. B., Statistics for the Behavioral Sciences, 10th ed., Cengage Learning, Belmont 2017.
10. Guba E. G., Lincoln Y. S., Competing Paradigms in Qualitative Research, [w:] N. K. Denzin, Y. S. Lincoln (red.), Handbook of Qualitative Research, Sage Publishing, Thousand Oaks 1994.
11. Krueger R. A., Casey M. A., Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, 5th ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015.
12. Kvale S., Brinkmann S., InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing, 3rd ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015.
13. Latour B., Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory, Oxford University Press, Oxford 2005.
14. Levinson P., Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium, Routledge, London 1999.
15. McLuhan M., Understanding Media: The Extensions of Man, MIT Press, Cambridge 1994.
16. Patton M. Q., Qualitative Research & Evaluation Methods, 4th ed., Sage Publications, Thousand Oaks 2015.
17. Postman N., Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business, Viking Penguin, New York 1985.
18. Postman N., Technopoly: The Surrender of Culture to Technology, Alfred A. Knopf, New York 1992.
19. Sobczyk M., Statystyka opisowa, C.H. Beck, Warszawa 2010.

20. Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego 2030, Załącznik do Uchwały Nr XVIII/213/2020 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 27 kwietnia 2020 r., Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok 2020.
21. Tashakkori A., Teddlie C., *Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, Sage Publications, Thousand Oaks 2010.
22. Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2024 roku, GUS, Warszawa 2025.

II. Artykuły w czasopismach

1. Amrulloh Y., Firmansyah T., *Consumptive Behavior in the Digital Era: A Literature Study on Generation Z and Millennials in E-Commerce*, „West Science Business and Management”, 2025, vol. 3, no. 2.
2. Batorski D., Prowadzenie badań przez internet. Podstawowe zagadnienia metodologiczne, „Studia socjologiczne”, 2006, nr 3 (182), s. 101-102.
3. Blahopoulou J., Ortiz-Bonnin S., *Student Perceptions of ChatGPT: Benefits, Costs, and Attitudinal Differences Between Users and Non-Users Toward AI Integration in Higher Education*, „Information and Education Technologies”, 2025, vol. 30.
4. Castro F. G., Kellison J. C., Boyd S. J., Kopak A., *A Methodology for Conducting Integrative Mixed Methods Research and Data Analyses*, „Journal of Mixed Methods Research”, 2010, vol. 4, no. 4.
5. Chang Chin-Wen, Chang Sheng-Hsiung, *The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude*, „SAGE Open”, 2023, vol. 13, no. 3.
6. Chesley N., *Blurring Boundaries? Linking Technology Use, Spillover, Individual Distress, and Family Satisfaction*, „Journal of Marriage and Family”, 2005, vol. 67, no. 5.
7. Cropanzano R. et al., *The Organizational Psychology of Gig Work: An Integrative Conceptual Review*, „Journal of Applied Psychology”, 2022, vol. 108, no. 3.
8. Diaz I., Chiaburu D. S., Zimmerman R. D., Boswell W. R., *Communication Technology: Pros and Cons of Constant Connection to Work*, „Journal of Vocational Behavior”, 2012, vol. 80, no. 2.
9. Greenhaus J. H., Beutell N. J., *Sources of Conflict Between Work and Family Roles*, „Academy of Management Review”, 1985, vol. 10, no. 1.
10. Greenhaus J. H., Powell G. N., *When Work and Family Are Allies: A Theory of Work-Family Enrichment*, „Academy of Management Review”, 2006, vol. 31, no. 1.
11. Islas O., Bernal J. D., *Media Ecology: A Complex and Systemic Metadiscipline*, „Philosophies”, 2016, vol. 1, no. 3.

12. James A., Platform Work-Lives in the Gig Economy: Recentering Work–Family Research, „Gender, Work & Organization”, 2024, vol. 32.
13. Khalaf A. M., Alubied A. A., Khalaf A. M., Rifaey A. A., The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults: A Systematic Review, „PMC”, 2023.
14. Koman G., Borsos P., Kubina M., The Possibilities of Using Artificial Intelligence as a Key Technology in the Current Employee Recruitment Process, „Administrative Sciences”, 2024, vol. 14, no. 7.
15. Lam M., Measures of Central Tendency: Median and Mode, „Journal of Pharmacology & Pharmacotherapeutics”, 2011, no. 2/3.
16. Piszczek M. M., Pichler S., Turel O., Greenhaus J. H., The Information and Communication Technology User Role: Implications for the Work Role and Inter-Role Spillover, „Frontiers in Psychology”, 2016, vol. 7.
17. Strate L., Studying Media as Media: McLuhan and the Media Ecology Approach, „MediaTropes”, 2008, vol. 1, no. 1.
18. Twenge J. M., Joiner T. E., Rogers M. L., Martin G. N., Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time, „Clinical Psychological Science”, 2018, vol. 6, no. 1.
19. Valkenburg P. M., Peter J., Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research, „Current Directions in Psychological Science”, 2009, vol. 18, no. 1.
20. von Garrel J., Mayer J., Artificial Intelligence in Studies – Use of ChatGPT and AI-Based Tools Among Students in Germany, „Humanities and Social Sciences Communications”, 2023, Article number 799.
21. Wieczorek T., Projektowanie badań pedagogicznych, „Zagadnienia Społeczne”, 2015, nr 2 (4).
22. Wood A. J., Graham M., Lehdonvirta V., Hjorth I., Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy, „Work, Employment & Society”, 2019, vol. 33, no. 1.
23. Yu D. J., Wing Y. K., Li T. M. H., Chan N. Y., The Impact of Social Media Use on Sleep and Mental Health in Youth: A Scoping Review, „Current Psychiatry Reports”, 2024, vol. 26.
24. Zdunek R. M., Recenzja: Jean M. Twenge, 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, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Politologia”, 2020.

III. Akty prawne

Art. 4 pkt 30 ustawy z dnia 14 grudnia 2016 roku Prawo oświatowe, Dz. U. z 2023 r., poz. 900, z późn. zm.

IV. Źródła internetowe

1. Acuity Knowledge Partners, Ensuring Quality Responses: Tips for Improving CAWI Survey Accuracy, <https://www.acuitykp.com/blog/ensuring-quality-responses-tips-for-improving-cawi-survey-accuracy/> [dostęp: 15.02.2026 r.].
2. Amnesty International, Cyberprzemoc, 2023, <https://arc.net/l/quote/aweycxe> [dostęp: 18.03.2026 r.].
3. Deakin University Library, Focus Groups – Qualitative Study Design, <https://deakin.libguides.com/qualitative-study-designs/focus-groups> [dostęp: 20.07.2025 r.].
4. Deloitte, Digital Media Trends Survey, Deloitte Insights, New York 2022, [za:] britopian.com, Gen Z Media Consumption, News Habits, and Purchasing Trends, <https://www.britopian.com/wp-content/uploads/2025/03/Gen-Z-Media-Consumption-Trends-2019-2024.pdf> [dostęp: 22.03.2026 r.].
5. Digital Decade – Policy Programme, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-decade-policy-programme> [dostęp: 03.03.2026 r.].
6. DJS Research, CAWI Market Research, <https://www.djsresearch.co.uk/glossary/item/CAWI-Market-Research> [dostęp: 18.07.2025 r.].
7. Dobrebadania.pl, Dobór kwotowy, <https://dobrebadania.pl/dobor-kwotowy-ang-quota-sampling/> [dostęp: 25.02.2026 r.].
8. Drive Research, In-Depth Interviews (IDIs) in Market Research, <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/what-are-idis-in-depth-interviews-market-research/> [dostęp: 18.07.2025 r.].
9. EcoCarts, 42 Statistics on Gen Z Spending Habits, 2023, <https://ecocart.io/gen-z-spending-habits/> [dostęp: 22.03.2026 r.].
10. ERTC, The Essential Guide to CAWI Survey Methodologies, <https://ertcegypt.com/blog/cawi-survey/> [dostęp: 15.02.2026 r.].
11. Główny Urząd Statystyczny, Słownik pojęć statystycznych: Miary tendencji centralnej, <https://stat.gov.pl> [dostęp: 12.03.2026 r.].
12. IdSurvey, CAWI Methodology – Computer Assisted Web Interviewing, <https://www.idsurvey.com/en/cawi-methodology/> [dostęp: 15.02.2026 r.].
13. McLuhan A., Media Hot and Cold, McLuhan.org Newsletter, <https://mcluhan.substack.com/p/2-media-hot-and-cold> [dostęp: 07.03.2026 r.].
14. Media Ecology Association, Media Ecology 101, <https://media-ecology.org/Media-Ecology-101> [dostęp: 22.03.2026 r.].

15. Pew Research Center, How Americans Use Social Media, Pew Research Center, Washington 2024, <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/> [dostęp: 22.03.2026 r.].
16. Psychiatria Polska, <https://www.psychiatriapolska.pl/pdf-58235-79296?filename=Parental-attitudes-and-ag.pdf> [dostęp: 15.03.2026 r.].
17. Smyk, Anime a manga – czym się różnią, <https://www.smyk.com/porady/anime-a-manga---czym-sie-roznia,13752.html> [dostęp: 15.03.2026 r.].
18. Startquestion, CAWI Method – Where Did the Popularity of Online Surveys Come From?, <https://www.startquestion.com/blog/cawi-method-where-did-the-popularity-of-online-surveys-come-from/> [dostęp: 18.07.2025 r.].
19. Statista, U.S. Daily Time Spent on Social Media Platforms 2023, Statista, New York 2023, <https://www.statista.com/statistics/1301075/us-daily-time-spent-social-media-platforms/> [dostęp: 22.03.2026 r.].
20. Voxpopme, In-Depth Interviews: A Comprehensive Guide for Qualitative Researchers, <https://www.voxpopme.com/learn/blog/in-depth-interview/> [dostęp: 18.08.2025 r.].

Wykaz skrótów

Skrót	Rozwinięcie / znaczenie
AI	Artificial Intelligence (sztuczna inteligencja)
ANT	Actor-Network Theory (teoria aktora-sieci)
B2B	Business-to-Business (model współpracy między przedsiębiorstwami)
CAWI	Computer-Assisted Web Interview (ankieta internetowa wspomagana komputerowo)
CV	Curriculum Vitae (życiorys zawodowy)
DESI	Digital Economy and Society Index (Indeks Gospodarki Cyfrowej i Społeczeństwa Cyfrowego)
DR	Desk Research (badania gabinetowe/analiza istniejących źródeł)
Dz. U.	Dziennik Ustaw
eID	Electronic Identity (elektroniczna tożsamość/elektroniczny dowód tożsamości)
FGI	Focused Group Interview (zogniskowany wywiad grupowy / focus group)
FOMO	Fear of Missing Out (lęk przed pominięciem / strach przed byciem pominiętym)
FTTP	Fibre to the Premises (światłowód do lokalu)
5G	Fifth Generation (piąta generacja sieci mobilnych)
GPT-4	Generative Pre-trained Transformer 4 (model językowy firmy OpenAI)
GUS	Główny Urząd Statystyczny
HR	Human Resources (zarządzanie zasobami ludzkimi)
ICT	Information and Communication Technology (technologie informacyjno-komunikacyjne)
IDI	Individual In-Depth Interview (indywidualny wywiad pogłębiony)
IKP	Internetowe Konto Pacjenta
IT	Information Technology (technologie informacyjne)
KE	Komisja Europejska

Skrót	Rozwinięcie / znaczenie
KPI	Key Performance Indicator (kluczowy wskaźnik efektywności)
MŚP	Małe i Średnie Przedsiębiorstwa
NASK- PIB	Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa – Państwowy Instytut Badawczy
PCSS	Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe
PIAST-Q	Polski komputer kwantowy oparty na technologii sputapkowanych jonów (nazwa własna)
PLN	Złoty polski (polska waluta)
PSQI	Pittsburgh Sleep Quality Index (Pittsburski Indeks Jakości Snu)
SI	Sztuczna Inteligencja
SWD	Staff Working Document (Dokument Roboczy Służb Komisji Europejskiej)
UE	Unia Europejska
VHCN	Very High Capacity Network (sieć o bardzo wysokiej przepustowości)
VPN	Virtual Private Network (wirtualna sieć prywatna)

Słownik pojęć

Ciemna strona internetu / Ciemna strona sieci – potoczne określenie szkodliwych treści i działań w internecie.

Cyberprzemoc / Cyberbullying – nękanie, straszenie, ośmieszanie w przestrzeni internetowej.

Cyberprzestępczość / Cyberoszustwa – wszelkiego rodzaju przestępstwa możliwe do popełnienia dzięki dostępności do przestrzeni internetowej, np. kradzieże danych, pieniędzy, wyłudzenia.

Cyberterroryzm – celowe ataki na systemy informatyczne o dużej skali.

Cyberzagrożenia – szerokie pojęcie obejmujące wszelkie niebezpieczeństwa w sieci.

Darknet – część sieci ukryta przed wyszukiwarkami, często wykorzystywana do nielegalnych działań.

Dezinformacja / Fake news – świadome wprowadzanie w błąd, manipulacja.

Epistemologia (teoria poznania) – „wiedza; umiejętność, zrozumienie”; dział filozofii badający naturę, źródła, granice i zakres ludzkiej wiedzy oraz procesy jej zdobywania. Odpowiada na pytania, czym jest wiedza, jak odróżnić prawdę od fałszu oraz czy poznajemy świat poprzez zmysły (empiryzm) czy rozum (racjonalizm).

FOMO (Fear of Missing Out) – lęk przed odłączeniem, potrzeba bycia cały czas online.

Hejt/mowa nienawiści – agresywne komentarze i agresja słowna szerzona w przestrzeni internetowej.

Inwigilacja w sieci – śledzenie aktywności użytkowników w przestrzeni internetowej.

Konstruktywizm – teoria uczenia się. Uczący się konstruuje wiedzę, a nie tylko biernie ją przyswajają

Malware/szkodliwe oprogramowanie – wirusy, trojany, oprogramowanie szpiegujące.

Patologie internetowe – zjawiska negatywne społecznie, takie jak hejt czy uzależnienie szerzące się w przestrzeni internetowej.

Phishing – podszywanie się pod zaufane instytucje w celu wyłudzenia haseł/danych.

Prekaryzacja pracy – to proces uelastyczniania i deregulacji rynku pracy, prowadzący do wzrostu zatrudnienia niepewnego, tymczasowego i pozbawionego stabilności socjalnej. Zjawisko to charakteryzuje się umowami śmieciowymi, niskimi zarobkami,

brakiem świadczeń (np. urlopów, ubezpieczeń) oraz poczuciem lęku o przyszłość zawodową, tworząc tzw. prekariat (klasa społeczna powstała z połączenia słów „precarious” (niepewny) i proletariat).

Technoferencja – zjawisko polegające na zakłócaniu codziennych interakcji społecznych, relacji międzyludzkich oraz codziennych czynności przez urządzenia technologiczne, głównie smartfony.

Trolling – celowe prowokowanie konfliktów przy wykorzystaniu szerokiego dostępu do użytkowników sieciowych.

Uzależnienie od internetu/siecioholizm – nałogowe korzystanie z sieci.

Wyciek danych osobowych – utrata kontroli nad wrażliwymi informacjami dostępnymi cyfrowo.

Zagrożenia w cyberprzestrzeni – obejmują ataki techniczne, społeczne i prawne w przestrzeni internetowej.

Spis tabel

Tabela 1. Realizacja przez Polskę wskaźników Cyfrowej Dekady 2030 w 2025 roku	26
Tabela 2. Charakterystyka respondentów – osób młodych w wieku 18-34 lata (N=411)	39
Tabela 3. Charakterystyka respondentów IDI – osób młodych w wieku 18-34 lata	45
Tabela 4. Charakterystyka respondentów – rodziców osób młodych w wieku 18-34 lata	47
Tabela 5. Profil rodziców	48
Tabela 6. Profil dzieci badanych rodziców.....	49
Tabela 7. Profil rodziców uczestniczących w IDI	50
Tabela 8. Profil specjalistów zdrowia psychicznego uczestniczących w FGI.....	51
Tabela 9. Profil pracodawców uczestniczących w IDI.....	52
Tabela 10. Dzienny czas poświęcony na aktywne korzystanie z platform mediów społecznościowych (P6) Aplikacje	58
Tabela 11. Dzienny czas poświęcony na pasywne korzystanie z platform mediów społecznościowych (P7)	60
Tabela 12. Współczynnik korelacji rang Spearmana (r_s) między czasem aktywnego i pasywnego korzystania z najczęściej wybieranych platform mediów społecznościowych. Wyróżniono korelacje istotne na poziomie $p < 0.05$	62
Tabela 13. Ocena zależności między płcią i wiekiem (do 25 lat vs powyżej 25 lat) a czasem aktywnego i pasywnego korzystania z najczęściej wykorzystywanych aplikacji (do 1h vs powyżej 1h)	63
Tabela 14. Korzystanie z technologii cyfrowych przez osoby w wieku 18-34 lata w opinii ich rodziców (P10)	64
Tabela 15. Tabela częstości występowania motywów/kategorii korzystania z technologii cyfrowych (P10).....	66
Tabela 16. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile odpowiedzi (P10)	66
Tabela 17. Wzorce korzystania z technologii cyfrowych przez dzieci – świadomość rodzica, ocena intensywności, szacowany czas dzienny oraz zmiana intensywności w czasie (P6- P9)	67
Tabela 18. Ranking celów korzystania z mediów społecznościowych (im niższa wartość średniej, tym większa ważność celu) (P8)	73

Tabela 19. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele zawodowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P9)	74
Tabela 20. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele edukacyjne – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P10)	75
Tabela 21. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele społecznościowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P11)	76
Tabela 22. Wykorzystanie mediów społecznościowych na cele rozrywkowe – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P12)	76
Tabela 23. Wykorzystanie mediów społecznościowych na inne cele – częstotliwość i struktura odpowiedzi (P13)	77
Tabela 24. Wykorzystanie aplikacji w celach zawodowych	78
Tabela 25. Wykorzystanie aplikacji w celach edukacyjnych	80
Tabela 26. Wykorzystanie aplikacji w celach społecznościowych	82
Tabela 27. Wykorzystanie aplikacji w celach rozrywkowych	82
Tabela 28. Rozkład korzystania z dominujących narzędzi cyfrowych według celów oraz aplikacje specyficzne dla poszczególnych kategorii aktywności	84
Tabela 29. Cele korzystania z technologii cyfrowych przez osoby młode w opinii rodziców (P11)	88
Tabela 30. Częstotliwość występowania motywów/kategorii korzystania z technologii cyfrowych (P11)	89
Tabela 31. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P11)	89
Tabela 32. Samoocena wiedzy rodzica na temat aktywności dziecka w MS (P14)	90
Tabela 33. Źródła wiedzy rodziców o aktywności cyfrowej ich dzieci (P15)	90
Tabela 34. Źródła wiedzy o aktywności cyfrowej dziecka (P15)	91
Tabela 35. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P15)	92
Tabela 36. Częstość korzystania z aplikacji AI (P20)	94
Tabela 37. Czas tygodniowo korzystania z aplikacji AI (P21)	95
Tabela 38. Współczynnik korelacji rang Spearmana (r_s) między częstością a czasem korzystania z najczęściej wybieranych platform AI. Wyróżniono korelacje istotne na poziomie $p < 0.05$	96
Tabela 39. Cele zawodowe korzystania z AI (P22)	97
Tabela 40. Cele edukacyjne korzystania z AI (P23)	98

Tabela 41. Cele kreatywne korzystania z AI (P24).....	99
Tabela 42. Cele osobiste korzystania z AI (P25)	99
Tabela 43. Inne cele korzystania z AI (P26)	100
Tabela 44. Ocena własnych umiejętności w zakresie formułowania poleceń (promptów) dla sztucznej inteligencji (P33).....	102
Tabela 45. Struktura odpowiedzi na pytanie o to, czy dzieci korzystają z aplikacji AI (P12)	103
Tabela 46. Cele wykorzystania AI przez osoby młode w ocenie ich rodziców (P13)	103
Tabela 47. Skategoryzowane cele wykorzystania aplikacji AI (P13).....	104
Tabela 48. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P13)	104
Tabela 49. Korzystanie z aplikacji lub narzędzi cyfrowych do zarządzania czasem i produktywnością (P27).....	106
Tabela 50. Korzystanie z aplikacji lub narzędzi cyfrowych do zarządzania czasem i produktywnością (P28).....	107
Tabela 51. Użyteczność aplikacji do zarządzania czasem w codziennym funkcjonowaniu (P29)	107
Tabela 52. Korzystanie z aplikacji wspierających zdrowie psychiczne i dobre samopoczucie (P31)	108
Tabela 53. Wpływ aplikacji do zarządzania czasem na samopoczucie (P32).....	108
Tabela 54. Średnie miesięczne wydatki na kategorie związane z technologiami cyfrowymi w ostatnich 12 miesiącach (P34)	112
Tabela 55. Ocena poziomu wydatków dzieci na technologie cyfrowe (P16)	114
Tabela 56. Rozkład wskazań rodziców na kategorie wydatków na technologie cyfrowe ponoszonych przez ich dzieci (P17)	115
Tabela 57. Skategoryzowane wydatki dzieci na technologie cyfrowe według opinii rodziców (P17)	116
Tabela 58. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P17)	116
Tabela 59. Procent budżetu własnego przeznaczanego na technologie cyfrowe w ujęciu miesięcznym (P35)	118
Tabela 60. Analiza wydatków dzieci na technologie cyfrowe (P18-P19)	119
Tabela 61. Presja reklam i treści w mediach społecznościowych i internecie oraz świadomość dzieci na temat zagrożeń ekonomicznych w ocenie rodziców (P20-P21).	121

Tabela 62. Status zawodowy respondentów (P41)	128
Tabela 63. Ocena wpływu mediów społecznościowych na wybory zawodowe i aspiracje kariery (P42).....	129
Tabela 64. Wpływ mediów społecznościowych na wybory zawodowe i aspiracje zawodowe (P43)	129
Tabela 65. Poziom zainteresowania pracą w zawodzie ściśle związanym z technologiami cyfrowymi lub mediami społecznościowymi (P44)	130
Tabela 66. Ocena atrakcyjności kariery jako influencer / content creator / twórca internetowy (P45)	131
Tabela 67. Wpływ i rodzaj wpływu technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe młodych w ocenie ich rodziców (P22-P28).....	133
Tabela 68. Rozkład wskazań odpowiedzi rodziców w zakresie pytania o wpływ technologii cyfrowych na aspiracje zawodowe dzieci (P23).....	134
Tabela 66. Szczegółowe kategorie w obrębie odpowiedzi respondentów (P23)	135
Tabela 67. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii (P23)	136
Tabela 68. Poszukiwanie pracy przez młodych dorosłych w ciągu ostatnich 2 lat (P46)	139
Tabela 69. Platformy, strony, kanały i narzędzia cyfrowe wykorzystywane przez młodych dorosłych w poszukiwaniu pracy (P47)	140
Tabela 70. Wykorzystanie narzędzi AI podczas procesu rekrutacyjnego (łącznie liczba wskazań (P48)	140
Tabela 71. Wykorzystanie narzędzi AI przez pracodawcę (np. automatyczna preselekcja CV, rozmowa wideo analizowana przez AI, testy kompetencyjne AI) (P49)	141
Tabela 72. Znaczenie kompetencji cyfrowych na obecnym rynku pracy (P50)	142
Tabela 73. Sposoby rozwijania kompetencji cyfrowych na rynku pracy przez młodych dorosłych (P51)	142
Tabela 74. Budowanie własnej marki osobistej w mediach społecznościowych (np. LinkedIn, Instagram), w celach zawodowych (P52).....	143
Tabela 75. Atrakcyjność modelu pracy (P53)	146
Tabela 76. Ocena wpływu technologii cyfrowych na dostępność elastycznych form zatrudnienia (praca zdalna, freelancing, gig economy) (P54).....	147
Tabela 77. Ocena wpływu automatyzacji i sztucznej inteligencji na zajmowane stanowisko pracy i perspektywy zawodowe (P55).....	147

Tabela 78. Postrzeganie rozwoju AI i automatyzacji bardziej jako zagrożenie czy jako szansę dla swojej kariery (P56)	148
Tabela 79. Ocena samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (N=355) (P57)	152
Tabela 80. Ocena wybranych kategorii samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (P58)	152
Tabela 81. Doświadczenie innych stanów samopoczucia psychicznego w ciągu ostatniego miesiąca (P59)	153
Tabela 82. Ocena wpływu technologii cyfrowych (media społecznościowe, smartfon, internet) na zdrowie psychiczne (P60)	154
Tabela 83. Doświadczenie negatywnych zjawisk związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych (P61).....	155
Tabela 84. Ocena uzależnienia od smartfona / mediów społecznościowych / internetu (P48)	157
Tabela 85. Wprowadzanie przerw od mediów społecznościowych / technologii cyfrowych w ciągu ostatniego roku (P63)	158
Tabela 86. Częstość korzystania z urządzeń elektronicznych (smartfon, tablet, laptop) w ciągu godziny przed snem (P64).....	158
Tabela 87. Ocena jakości snu w ciągu ostatniego miesiąca (P65)	158
Tabela 88. Samopoczucie i wpływ technologii na zdrowie psychiczne (P29–P34).....	162
Tabela 89. Zachowania lub problemy związane z korzystaniem z technologii cyfrowej przez dzieci (P31).....	163
Tabela 90. Ocena wpływu technologii cyfrowych na poszczególne obszary relacji (P66)	169
Tabela 91. Wpływ technologii cyfrowych na skracanie czasu spędzanego na spotkaniach twarzą w twarz z innymi ludźmi (P67)	170
Tabela 92. Wpływ intensywnego korzystania z komunikacji cyfrowej (tekstowej, w mediach społecznościowych) na umiejętności komunikacji interpersonalnej twarzą w twarz (P68).....	171
Tabela 93. Ocena jakości przyjaźni nawiązanych online w porównaniu do przyjaźni z „realnego życia” (P69).....	171
Tabela 94. Relacje z rodzicami i funkcjonowanie w rodzinie (P35, P38, P39)	173

Tabela 95. Negatywny wpływ technologii cyfrowych na relacje rodzic-dziecko (P36)...	174
Tabela 96. Relacje rówieśnicze (P40-P41)	177
Tabela 97. Zasady domowe i rozmowy o technologiach (P42-P45).....	177
Tabela 98. Zasady korzystania z technologii cyfrowych w domu (P43)	179
Tabela 99. Tematyka rozmów z dziećmi w kontekście technologii cyfrowych (P45).....	180
Tabela 100. Kategorie binarne w obrębie odpowiedzi na temat technologii cyfrowych	181
Tabela 101. Współwystępowanie kategorii i dominujące profile kategorii	181
Tabela 102. Monitorowanie aktywności i obawy rodziców (P46-P47).....	182
Tabela 103. Obawy rodziców w związku z korzystaniem z technologii cyfrowych (P48)	183
Tabela 104. Doświadczenie różnych form cyberprzemocy (P70)	189
Tabela 105. Wpływ doświadczenia cyberprzemocy na samopoczucie psychiczne (P71)	189
Tabela 106. Reakcja respondenta na doświadczenie cyberprzemocy (P72)	190
Tabela 107. Problemy, cyberprzemoc i reakcje rodziców (P49-51)	192
Tabela 108. Częstotliwość napotykania na fałszywe informacje w mediach społecznościowych lub w internecie (P73)	196
Tabela 109. Samoocena umiejętności rozpoznawania fałszywych informacji i weryfikowania źródeł w internecie (P74)	196
Tabela 110. Ocena wpływu fałszywych informacji napotkanych w internecie na decyzje lub zachowania (P75).....	197
Tabela 111. Poziom ufności wobec źródeł informacji (P76)	197
Tabela 112. Częstość dzielenia się osobistymi informacjami (np. lokalizacja, plany, zdjęcia prywatne, informacje o życiu osobistym) w mediach społecznościowych (P77)	198
Tabela 113. Samoocena świadomości ryzyka związanego z udostępnianiem informacji osobistych w mediach społecznościowych (P78).....	199
Tabela 114. Czy media społecznościowe wywołują u Ciebie poczucie niezdrowej rywalizacji z innymi (np. o liczby polubień, zasięgi, wygląd życia) (P79)	200
Tabela 115. Osobiste spotkanie z kimś, poznanym wyłącznie przez internet / media społecznościowe (P80)	200
Tabela 116. Samoocena umiejętności utrzymania równowagi między życiem zawodowym/nauką a życiem prywatnym (work-life balance) (P81).....	202

Tabela 117. Wpływ technologii cyfrowych na równowagę między pracą/nauką a życiem prywatnym (P82)	203
Tabela 118. Częstość odczuwania presji, aby być dostępnym/-ą online (odpowiadać na wiadomości służbowe, być „na łączu”) poza godzinami pracy/nauki (P83)	203
Tabela 119. Łatwość „odłączenia się” od technologii cyfrowych po skończeniu pracy/nauki (P84)	204
Tabela 120. Świadomość ograniczania korzystanie z technologii cyfrowych w czasie wolnym (P71)	204
Tabela 121. Ciągła dostępność technologii cyfrowych (powiadomienia, wiadomości, aktualizacje) jako źródło stresu (P72)	205
Tabela 122. Wpływ technologii cyfrowych na produktywność w pracy/nauce (P87)	205
Tabela 123. Wpływ korzystania z technologii cyfrowych na aktywność fizyczną (P88)..	206

Spis rysunków

Rysunek 1. Cele programu polityki Cyfrowa Dekada 2030	25
Rysunek 2. Triada Odporności Diagnozy Młodzieży 2026	31
Rysunek 3. Średnia i odchylenie standardowe rankingu celów korzystania z technologii cyfrowych przez kobiety i mężczyzn (im niższa średnia tym wyższa ranga celu).....	74
Rysunek 4. Średnie i odchylenia standardowe ocen korzystania z aplikacji cyfrowych w kontekście zarządzania czasem i wspierające zdrowie psychiczne według płci i poziomu wykształcenia	109
Rysunek 5. Świadomość wykorzystania danych osobowych	122
Rysunek 6. Wpływ technologii cyfrowych na aspiracje i kompetencje cyfrowe dziecka – analiza korespondencji	137
Rysunek 7. Zachowania i problemy związane z korzystaniem z technologii cyfrowych dzieci w ocenie rodziców w zależności od sytuacji mieszkaniowej i wykształcenia (P31)	165
Rysunek 8. Korespondencja percepcji negatywnego wpływu technologii cyfrowych na dzieci z wykształceniem rodziców i formą zamieszkania (P36)	176

Aneks 1. Weryfikacja pytań badawczych

Obszar I. Wzorce korzystania z technologii cyfrowych

Pytanie badawcze 1: Ile czasu dziennie i tygodniowo młode osoby (18-34 lata) w województwie podlaskim poświęcają na korzystanie z różnych rodzajów technologii cyfrowych?

Wyniki badań wskazują, że młode osoby w województwie podlaskim spędzają w mediach społecznościowych przede wszystkim krótkie, wielokrotne sesje trwające od 0 do 1 godziny dziennie – taki wzór dotyczy głównie Facebooka (aktywnie 42,0%, pasywnie 54,0%), Instagrama (aktywnie 41,7%, pasywnie 49,4%) i YouTube’a (aktywnie 34,9%, pasywnie 39,7%). Sesje dłuższe, przekraczające 2 godziny dziennie, występują głównie w przypadku YouTube i TikToka. Czas korzystania z aplikacji AI jest bardziej umiarkowany: większość użytkowników poświęca na to poniżej 2 godzin tygodniowo. W ujęciu łącznym dane te są zbliżone do trendów międzynarodowych (ok. 4-5 godzin dziennie łącznie), przy czym obserwowane wzorce świadczą o ciągłym, wielokrotnym powracaniu do platform w ciągu dnia, a nie o jednorazowych, długotrwałych sesjach.

Pytanie badawcze 2: W jakich celach młode osoby wykorzystują media społecznościowe i aplikacje AI – czy przeważają cele zawodowe, edukacyjne, rozrywkowe czy społeczne?

Wyniki jednoznacznie wskazują na dominację celów rozrywkowych i społecznych, zarówno w mediach społecznościowych (średnio 3,72 i 3,66), jak i w ogólnym profilu korzystania z technologii cyfrowych. Cele edukacyjne plasują się na trzecim miejscu (średnio 3,47), natomiast zawodowe na ostatnim (3,04). Niemniej jednak użycie technologii ma wyraźnie hybrydowy charakter: 42,6% respondentów wskazało jednocześnie kategorie ze wszystkich czterech obszarów aktywności. W przypadku aplikacji AI cele zawodowe i edukacyjne są wyraźniej reprezentowane niż w mediach społecznościowych, co dowodzi, że respondenci bardziej celowo i pragmatycznie podchodzą do AI niż do tradycyjnych mediów społecznościowych. Opinie rodziców są w istotnym stopniu zgodne z deklaracjami młodych: również oni dostrzegają przewagę celów rozrywkowych i społecznych, choć w ich percepcji cele edukacyjne są bardziej widoczne (szczególnie w kontekście AI).

Pytanie badawcze 3: W jakim stopniu młode osoby wykorzystują technologie cyfrowe do zarządzania czasem i wspierania swojego zdrowia psychicznego?

Wyniki wskazują na bardzo niski poziom użycia dedykowanych narzędzi w obu tych obszarach. Jedynie 18% badanych korzysta z aplikacji do zarządzania czasem i produktywnością, a tylko 3,4% sięga po aplikacje wspierające dobrostan psychiczny. Są to wyniki wyraźnie niższe niż w przypadku innych kategorii technologii cyfrowych.

Badania jakościowe sugerują, że respondenci postrzegają AI jako wygodniejszy substytut narzędzi dobrostanowych – chatboty AI są używane m.in. do porad życiowych, pomocy w decyzjach i zarządzania czasem „ad hoc”.

Obszar II. Technologie cyfrowe a aspekty ekonomiczne

Pytanie badawcze 4: Jakie są wzorce wydatków młodych osób na technologie cyfrowe – obejmujące platformy streamingowe, aplikacje AI, sprzęt technologiczny oraz reklamy w mediach społecznościowych i w jaki sposób wpływają one na ich budżety osobiste?

Wzorce wydatków młodych dorosłych na technologie cyfrowe charakteryzują się wyraźną polaryzacją i selektywnością. W większości kategorii dominuje brak wydatków, jednak tam, gdzie te wydatki występują, mogą być one znaczne. Głównym kanałem konsumpcji jest e-commerce (aż 35,5% respondentów wydaje miesięcznie ponad 500 zł na zakupy online), a jedynie 21,7% deklaruje brak takich wydatków. Platformy streamingowe wideo (Netflix, HBO Max) generują regularne wydatki u ok. 68% korzystających, przy czym typowy przedział to 1-100 zł miesięcznie. Serwisy muzyczne są mniej powszechne (46,5% respondentów nie ponosi żadnych wydatków w tej kategorii). Na przeciwległym biegunie plasują się usługi premium AI. Aż 86,5% respondentów nie płaci za nie nic, co wskazuje na wczesny etap monetyzacji sztucznej inteligencji w tej grupie pomimo powszechnego korzystania z ChatGPT. Również wydatki na reklamę w mediach społecznościowych są marginalne: 94,4% respondentów nie ponosi ich wcale. Sprzęt technologiczny wykazuje charakterystyczny wzorzec „rzadko, ale dużo” (38,6% nie wydawało na niego nic w ostatnim miesiącu, ale 24,8% deklaruje jednorazowe zakupy powyżej 500 zł). Wydatki na kursy online, gry, chmurę i e-booki są okazjonalne, z udziałami niekorzystających w przedziale 72-85%.

Wpływ wydatków na technologie cyfrowe na budżet wydaje się być przez respondentów niedoszacowany: 33% szacuje udział technologii w miesięcznym budżecie na poniżej 5%, a 31% nie jest w stanie podać żadnego szacunku obnażając systemowy deficyt świadomości finansowej. Mechanizm „pułapki subskrypcyjnej” opisany w badaniach jakościowych tłumaczy tę niewidoczność kosztu. Niskie ceny miesięczne powodują, że subskrypcje są aktywowane impulsywnie i zapominane, a w tle wciąż obciążają konto. Niezależnie od deklarowanej umiarkowanej wagi tych wydatków, 84,1% rodziców (N=119) odczuwa ich umiarkowany lub znaczący wpływ na budżet domowy. Z badań jakościowych wynika też, że respondenci traktują hierarchicznie różne wydatki cyfrowe: smartphone i ChatGPT uznawane są za dobra pierwszego wyboru, z których rezygnacja nastąpiłaby w ostatniej kolejności, natomiast subskrypcje czysto rozrywkowe (gry, filmy) są postrzegane jako zbywalne.

Obszar III. Technologie cyfrowe a rynek pracy

Pytanie badawcze 5: Jak technologie cyfrowe kształtują aspiracje zawodowe i ścieżki kariery młodych osób?

Wpływ technologii cyfrowych, w szczególności mediów społecznościowych, na aspiracje zawodowe młodych dorosłych z województwa podlaskiego jest umiarkowany: średnio 2,39 w skali 1-5, przy czym aż 33,0% respondentów wybrało kategorię „trudno powiedzieć”. Oznacza to, że technologie nie kształtują aspiracji zawodowych bezpośrednio ani jednoznacznie, lecz tworzą symboliczne środowisko, w którym pewne możliwości zawodowe stają się wyobrażalne. Respondenci wskazują, że media społecznościowe pomogły im odkryć nowe ścieżki zawodowe (25,7% wskazań), uświadomiły możliwość pracy zdalnej lub lokalizacyjnie niezależnej (21,6%) oraz zmotywowały do zdobywania kompetencji cyfrowych (14,7%). Jednocześnie praca influencera lub twórcy treści, wskazywana jako atrakcyjna w wymiarze aspiracyjnym dla ok. 17,2% respondentów, nie jest postrzegana jako realistyczna ścieżka kariery. Większość respondentów (57,2%) jednoznacznie nie wiąże swojej zawodowej przyszłości z mediami społecznościowymi, przede wszystkim z powodu braku prywatności, niestabilności dochodów i presji permanentnej obecności online.

W ocenie rodziców wpływ technologii na aspiracje dzieci jest wyższy (średnio 3,19), co wskazuje, że oddziaływanie to może być bardziej widoczne z zewnątrz niż uchwytnie subiektywnie przez samych zainteresowanych. Badania jakościowe ujawniają przy tym ambiwalencję: internet może zarówno poszerzać horyzonty zawodowe (ekspozycja na różnorodne ścieżki kariery czy programy międzynarodowe), jak i wytwarzać złudne poczucie łatwości sukcesu poprzez prezentowanie wyidealizowanego stylu życia influencerów, co może demotywować do rzetelnego nakładu pracy.

Pytanie badawcze 6: Jak wykorzystanie sztucznej inteligencji i platform cyfrowych w procesach rekrutacyjnych wpływa na oczekiwania młodych kandydatów oraz wymagania pracodawców?

Badanie nie potwierdziło istnienia wpływu na oczekiwania badanych młodych dorosłych ani na wymagania pracodawców. Technologie cyfrowe znacząco przekształciły procesy rekrutacyjne, choć ich adopcja przebiega asymetrycznie: kandydaci adoptują narzędzia AI szybciej niż pracodawcy. Spośród 55,2% respondentów, którzy brali udział w rekrutacji w ciągu ostatnich dwóch lat, ponad połowa sięgnęła po AI w przynajmniej jednym etapie: najczęściej do pisania CV (23,0%), przygotowania się do rozmowy kwalifikacyjnej (11,3%) i pisania listu motywacyjnego (7,8%). Dominującymi platformami poszukiwania pracy są ogólne portale regionalne – OLX Praca (26,1%) i Pracuj.pl (25,1%), przy marginalnym znaczeniu LinkedIn (8,0%), co świadczy o słabej świadomości zawodowego potencjału tej platformy wśród badanych.

Po stronie pracodawców automatyzacja rekrutacji jest niszowa: 55,6% respondentów nie zetknęło się z AI stosowanym przez pracodawcę, a 29,1% nie było pewnych, czy miało to miejsce. Wydaje się, że kandydaci wyprzedzający pracodawców w adaptacji AI mogą zmienić dynamikę rynku pracy na korzyść dobrze przygotowanych aplikantów. Taka sytuacja może jednak wynikać z ograniczonego udziału pracodawców w badaniu oraz ze specyfiki województwa podlaskiego, należącego do regionów słabiej rozwiniętych, charakteryzujących się niskim poziomem automatyzacji przedsiębiorstw.

W szerszym wymiarze znaczenie kompetencji cyfrowych na rynku pracy, jest oceniane przez młodych dorosłych jako „raczej duże” lub „bardzo duże” (łącznie 68,2%, średnio 3,75), a ich rozwój odbywa się przede wszystkim nieformalnymi kanałami, takimi jak YouTube (22,4%), samodzielna nauka (19,1%) i społeczności online (10,9%), przy relatywnie małej roli płatnych kursów (6,2%).

Pracodawcy natomiast, choć doceniają szybkość i intuicyjność młodych pracowników w obsłudze systemów, krytycznie oceniają ich cierpliwość wobec procedur i głębokość refleksji. Pojęcie „kompetencji cyfrowych” można więc uznać za społecznie konstruowane odmiennie przez obie strony: młodzi utożsamiają je ze sprawnością obsługi narzędzi, a pracodawcy z dojrzałością i odpowiedzialnością zawodową.

Pytanie badawcze 7: Jakie są konsekwencje rozwoju technologii cyfrowych dla wzorców zatrudnienia, nowych modeli biznesowych i transformacji tradycyjnych zawodów?

Badania empiryczne wskazują, że młodzi dorośli postrzegają skutki cyfrowej transformacji zatrudnienia w sposób ambiwalentny, z pewną przewagą postawy defensywnej i zachowawczej nad entuzjazmem. Preferowanym modelem pracy jest zdecydowanie forma hybrydowa (42,8%), stanowiąca kompromis między elastycznością cyfrową a potrzebą stabilnej struktury i relacji bezpośrednich. Pełna praca zdalna jest atrakcyjna jedynie dla 11% respondentów, a modele gig economy i freelancing dla mniej niż 5%, co kontrastuje z częstymi narracjami o pokoleniu cyfrowo emancypowanym.

Co ciekawe, wpływ technologii na dostępność elastycznych form zatrudnienia jest oceniany przez respondentów raczej negatywnie lub neutralnie (średnio 3,68), technologie są postrzegane jako katalizator niestabilności i prekaryzacji, a nie wyzwolenia zawodowego. W obszarze wpływu automatyzacji i AI na rynek pracy dominuje niepewność (47,9% respondentów wybiera kategorię „trudno powiedzieć” w kwestii zagrożenia dla własnej kariery, a 31,6% dostrzega szansę w wykorzystaniu AI na rynku pracy). Większość respondentów nie obawia się bezpośrednio o swoje miejsce pracy, postrzegając zawody oparte na relacjach międzyludzkich jako względnie bezpieczne. Jednocześnie badani identyfikują, że kluczem do adaptacji będzie zdolność uczenia, a technologie – zarówno szansą, jak i ryzykiem wykluczenia dla tych, którzy w ten proces nie wejdą. Perspektywa pracodawców dopełnia obrazu: AI jest

w środowiskach pracy obecna od narzędzia zadaniowego (ChatGPT do diagnostyki usterek) po źródło obaw o erozję krytycznego myślenia i kompetencji językowych. Praktyki zarządzania cyfrowym czasem pracowników rozciągają się od twardych zakazów jej używania (produkcja) po tolerancję warunkową, zależną od charakteru pracy i możliwości egzekwowania.

Obszar IV. Technologie cyfrowe a aspekty społeczne i psychologiczne

Pytanie badawcze 9: Jaki jest związek między intensywnością i sposobem korzystania z technologii cyfrowych a wskaźnikami zdrowia psychicznego młodych osób oraz ich podatnością na manipulacje?

Zebrany materiał empiryczny wskazuje na istnienie wyraźnego, choć często niedostrzeganego przez samych respondentów, związku między intensywnością korzystania z technologii cyfrowych a ich kondycją psychiczną. Ogólna samoocena samopoczucia psychicznego jest umiarkowana (średnio 3,10), a najczęściej występującymi problemami subklinicznymi jest zmęczenie i brak energii (55,5% respondentów odczuwa je czasami lub często), poczucie przytłoczenia obowiązkami (58,4%), trudności z koncentracją (28,5%) i problemy ze snem (56,1%). Bezpośredni związek z korzystaniem z technologii ujawniają trzy dominujące zjawiska: prokrastynacja spowodowana przeglądaniem internetu (14,5% wskazań), pogorszenie snu na skutek używania urządzeń przed snem (14,2%) oraz kompulsywne sprawdzanie telefonu i mediów społecznościowych (14,1%). Wyjątkowo znaczący jest przy tym paradoks snu: 73,5% respondentów korzysta z ekranów w ciągu godziny przed snem (42,5% zawsze lub prawie zawsze), jednocześnie aż 73,5% deklaruje raczej dobrą lub bardzo dobrą jakość snu (średnio 4,03), co specjaliści zdrowia psychicznego interpretują jako objaw niedostrzegania przez młodych realnych źródeł zakłóceń dobrostanu.

Ocena wpływu technologii na zdrowie psychiczne jest oceniana przez same osoby młode jako neutralna lub lekko negatywna (średnio 2,88; 59,4% „neutralny/bez wpływu”), podczas gdy specjaliści kliniczni wskazują na narastające trudności z koncentracją, motywacją i ubożeniem zasobu słownictwa.

W obszarze podatności na manipulacje dane rysują obraz deklaratywnie odpornej, lecz praktycznie narażonej grupy młodych dorosłych na te zagrożenia. Aż 60% respondentów napotyka fake newsy często lub bardzo często. Samoocena kompetencji ich rozpoznawania jest wysoka (średnio 3,77), jednak 27,1% przyznaje, że fałszywe informacje wpłynęły na ich decyzje lub zachowania, a badania jakościowe ujawniają bardzo powierzchowną wiedzę o mechanizmach wykorzystywania danych osobowych, mimo wysokiej deklarowanej świadomości ryzyka (średnio 3,92 oceny świadomości ochrony danych). Eksperci zdrowia psychicznego wskazują jednocześnie, że młodzi pacjenci bezrefleksyjnie udostępniają dane wrażliwe podczas zakupów online, co koliduje z ich wysoką deklaratywną ostrożnością.

Pytanie badawcze 10: W jaki sposób technologie cyfrowe wpływają na jakość i charakter relacji rodzinnych, przyjacielskich i społecznych młodych osób?

Wpływ technologii cyfrowych na relacje interpersonalne młodych dorosłych jest dwukierunkowy i zależy od kontekstu relacji oraz sposobu korzystania z medium. W wymiarze relacji rówieśniczych i przyjacielskich technologie oceniane są przez rodziców raczej pozytywnie (średnio 3,67), jako ułatwiające podtrzymywanie kontaktów, dostęp do społeczności o wspólnych zainteresowaniach (w tym grup niszowych, które w lokalnych środowiskach nie znajdowałyby przestrzeni) i tworzenie nowych sieci społecznych wykraczających poza granicę fizyczną. Jednocześnie około jednej trzeciej rodziców dostrzega przesunięcie aktywności społecznej dzieci z kontaktów bezpośrednich do świata online (średnio 2,80).

Z kolei w wymiarze relacji rodzic – dziecko identyfikowany jest pewien poziom technoferencji. Zaobserwowano stosunkowo wysoki odsetek wskazań dotyczących agresywnych reakcji dziecka w odpowiedzi na prośbę o odłożenie telefonu (n=20; 10,7%). Jednak problem ten jest identyfikowany przez rodziców jako jeden z wielu współwystępujących trudności, a nie jako zjawisko pierwszoplanowe. Z drugiej strony rodzice stosunkowo rzadko wskazywali na nieuczestniczenie dziecka w życiu rodzinnym z powodu nadmiernego spędzania czasu online (N=8; 4,3%), chociaż zjawisko to, w świetle pozostałych wyników badań, należy uznać za powszechny problem, a obserwowane rozbieżności w ocenie, mogą wskazywać na trudność rodziców w konceptualizowaniu tego zachowania jako odrębnego problemu.

Specjaliści zdrowia psychicznego wskazują na dwa szczególnie niepokojące mechanizmy: kompulsywne śledzenie statusu online znajomych (obecność w komunikatorach), generujące lęk odrzucenia i obawy przed nieodpowiadaniem, wzmacniające ciągłą presję bycia dostępnym, oraz na wykluczanie z grup messengerowych i discordowych, stanowiące nowy, subtelny mechanizm ostracyzmu społecznego, który może prowadzić do nasilenia lęku i zaburzeń snu.

Badania wskazują również, że dla osób wykluczonych społecznie lub o specyficznych potrzebach (introwertycy, osoby z cechami autyzmu, grupy niszowe) środowisko online może pełnić funkcję kompensacyjną, ratującą funkcję braku wystarczającej ilości kontaktów społecznych, stanowiącą przestrzeń przynależności nieosiągalną w realnym środowisku społecznym.

W obszarze cyberprzemocy niemal połowa respondentów (46,4%) doświadczyła przynajmniej jednej z jej form, najczęściej hejtu (13,3%), gróźb (7,8%) i stalkingu (7,6%). Dominującymi reakcjami na cyberprzemoc są samodzielne strategie (blokowanie, zgłaszanie do platformy, ignorowanie), przy marginalnym korzystaniu z pomocy specjalistów (1,4%), co wskazuje na zaskakująco wysoką odporność lub może oznaczać bagatelizowanie długoterminowych skutków narażenia na cyberprzemoc.