

Dr hab. Hanna Karp*

Pokolenie iGen (*internet Generation*), influencerzy i przedawkowanie social mediów- studium przypadku

Podarowano mi ten świat

tak nagle.

*Jest to podarunek kunsztowny i wyszukany
jak stryzyk z diamentów.*

Anna Świrszczyńska, Talerz cierpienia¹.

Entry

Digital technologies and the development of the Internet have initiated profound changes in the way we communicate individually in all dimensions and at every geographical location. They consolidated changes in the political, social, economic and scientific dimensions of all societies on a global scale. Digital technologies have deeply captured the consciousness of young generations. Culture, art, science, journalism, mass communication function among young people to the extent that they use digital communication tools. The modern advertising market is particularly eager to take advantage of the fascination of users of digital platforms. The article asks questions about the price that young social media users pay when working for the world of advertising and global brands. When they imperceptibly lose their own subjectivity and after being exploited, they are rejected. The conclusions, prepared, among others, on the example of a case study, include indications aimed at warning users of digital platforms, mainly TikTok, against the uncontrolled use of social media presented in the title, and thus against the necessity - as in any addiction - of the process of recovery from dangerous psycho-physical states.

Hanna Karp – doktor nauk teologicznych ze specjalizacją religioznawczą, uzyskany na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie (2002); studia doktoranckie w Muenster na Uniwersytecie Westfalskim i Trewirze; podyplomowe studia dziennikarskie w Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie; stopień doktora habilitowanego (2019) na Uniwersytecie Jana Pawła II w Krakowie. Opublikowała liczne prace naukowe na temat współczesnego ezoteryzmu i współczesnych ruchów religijnych oraz medioznawcze - m.in. monografie na temat mediów PRL, w tym m.in. służb w mediach i komunistycznej cenzury. W dorobku ponad 25 lat pracy naukowo-dydaktycznej oraz 30 lat pracy redakcyjno-publicystycznej w redakcjach ogólnopolskich i w Warszawie; opublikowała setki artykułów prasowych, w tym znaczną część poświęconych współczesnym mediom. Od 2005 roku związana z Akademią Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu. W latach 2016-2022 ekspert w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, od 3 października 2022, członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (kandencja: 2022-2028). Mieszka w Warszawie.

¹ A. Świrszczyńska, *Poezje zebrane*, Wydawnictwo Marginesy, Warszawa 2023, s. 374. Anna Świrszczyńska (1909-1984), poetka, dramatopisarka, autorka utworów dla dzieci i młodzieży; debiutowała w 1936 roku, w czasie wojny pracowała jako robotnica, kelnerka, salowa w szpitalu, pielęgniarka i roznosicielka pieczywa. Po wojnie współpracowała z Polskim Radiem, pisała scenariusze do filmów animowanych, sztuki poetyckie i wiersze dla dzieci.

WSTĘP

Cyfrowe technologie i rozwój sieci internetowej zapoczątkowały głębokie zmiany w sposobie komunikowania indywidualnego we wszystkich wymiarach i pod każdą szerokością geograficzną. Utrwaliły przemiany w wymiarach politycznym, społecznym, gospodarczym i naukowym wszystkich społeczeństw na skalę globalną. Cyfrowe technologie zawładnęły najgłębiej świadomością młodych pokoleń. Kultura, sztuka nauka, dziennikarstwo, komunikowanie masowe o tyle funkcjonują wśród młodych, na ile te eksploatują narzędzia cyfrowej komunikacji. Współczesny rynek reklamy szczególnie chętnie wykorzystuje fascynację użytkowników platform cyfrowych. W artykule zostają postawione pytania o cenę, jaką młodzi użytkownicy mediów społecznościowych ponoszą, pracując na rzecz świata reklamy i globalnych marek. Gdy niezauważalnie tracą własną podmiotowość, a po wykorzystaniu są odrzuceni. We wnioskach, opracowanych między innymi na przykładzie studium przypadku, znajdziemy wskazania, mające na celu ostrzeżenie użytkowników platform cyfrowych, głównie TikToka, przed przedstawionym w tytule – niekontrolowanym użytkowaniem mediów społecznościowych, a tym samym przed koniecznością - jak w każdym uzależnieniu - procesu wydobywania z niebezpiecznych psycho-fizycznych stanów.

1. Rewolucja cyfrowa i aplikacja TikTok

Obecnie konta na platformach społecznościowych posiada 100 proc. rządów państw europejskich, 75 proc. w Azji, 71 proc. w Afryce oraz 38 proc. w Oceanii². Profil byłego prezydenta USA Donalda Trampa na oficjalnym koncie X obserwuje (dane z lipca 2024) ponad 87 mln 758 tys., Elona Muska³ na koncie X ponad 192 mln osób. Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Andrzeja Dudę na prywatnym koncie X (dane z 5 sierpnia 2024) obserwuje ponad 1 900 028 osoby. W 2021 roku 31, 97 mln Polaków korzystało z serwisów internetowych⁴, zaś 68,5 proc. polskiego społeczeństwa ma zarejestrowane konta przynajmniej na jednej platformie społecznościowej, gdzie spędza średnio dziennie 1 h 59 minut⁵. Nowe media przenikają wszystkie obszary ludzkiej aktywności, wpływają na osobowość swoich użytkowników i sfery zarówno poznawczą, społeczną jak i behawioralną⁶. Umożliwiają dostarczanie i gromadzenie informacji, ale także ich przetwarzanie i generowanie.

² D. Domalewska, *Media społecznościowe - władza i manipulacja. Analiza zagrożeń społecznych, politycznych i informacyjnych z perspektywy nauk o bezpieczeństwie*, wyd. Akademia Sztuki Wojennej, Warszawa 2022, s. 25.

³ Przedsiębiorca, założyciel lub współzałożyciel przedsiębiorstw PayPal, SpaceX, Tesla, Neuralink i The Boring Company. Dyrektor generalny i techniczny w SpaceX, dyrektor generalny i główny architekt w Tesla Inc. W styczniu 2021 został uznany najbogatszym człowiekiem świata przez magazyn „Forbes” i agencję Bloomberg. Od października 2022 właściciel serwisu X (Twittera).

⁴ D. Domalewska, *Media społecznościowe- władza i manipulacja*, wyd. Akademia Sztuki Wojennej, Warszawa 2022, s.26.

⁵ Tamże.

⁶ I. B. Czajkowska, *Odziaływanie mass mediów i hipermediów- szanse i zagrożenia*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” nr 1, 2005, s. 230.

Całe społeczeństwo i pojedynczy obywatele znaleźli się w zindywidualizowanym ekosystemie sieci, która pozwala na zaangażowanie w nowy sposób w życiu społecznym i zawodowym. Zasięgi, klikalność, uwaga pozwalają nie tylko wpływać i kształtować opinie, ale stać źródłem zarobkowania. Społeczeństwo informacyjne i rzeczywistość wirtualna wpływa na sektor usług, gospodarkę opartą na wiedzy, scholaryzację, komunikowanie, system mediów. Influenserzy korzystają z mediów i platform społecznościowych takich jak Instagram, You Tube, Facebook, Twiterr (obecnie X) czy TikTok. W naszych rozważaniach, zatrzymamy się przede wszystkim przy analizie i użytkownikach tej ostatniej aplikacji.

Aplikacja TikTok, umożliwia publikację krótkich pionowych filmów video, jest prowadzona przez chińską firmę ByteDance, założoną przez chińskiego miliardera Zhanga Yminga (przeszedł na emigrację w listopadzie 2021 roku), powiązaną z kompleksem wojskowo-wywiadowczo-przemysłowym Komunistycznej Partii Chin. Można ją uznać za międzynarodową wersję działającej od 2016 r. aplikacji Douyin, przeznaczonej tylko na rynek chiński. TikTok zaczął działać w 2017 roku i zdobył na początku popularność głównie wśród ludzi młodych. Duże kontrowersje od początku budzą treści promowane przez jego algorytmy oraz sprawy związane z dostępem do danych użytkowników. W 2022 r. w USA wyciekły zapisy rozmów pracowników TikToka, w których okazało się, że główny administrator z Chin ma pełen dostęp do wszystkich danych gromadzonych przez tę aplikację. Wiosną 2023 r. Montana w USA, był pierwszym amerykańskim stanem, w którym zdelegalizowano TikToka. Stanowe władze wykazały wówczas, że aplikacja ta może zbierać wrażliwe dane dla chińskich tajnych służb oraz, że promuje niedopuszczalne zachowania aspołeczne⁷. Amerykańskie służby dowodzą, iż aplikacja stanowi zagrożenie dla bezpieczeństwa narodowego USA. Dyrektor FBI Christopher Wray dowodzi, iż ze względu na zacieranie się granic między chińskim biznesem i władzą polityczną Chińskiej Republiki Ludowej, chińskie służby mogą korzystać ze zdobywania wrażliwych danych o amerykańskich użytkownikach, manipulować algorytmem użytkownika, wykorzystywać na różne sposoby do operacji wpływu i potencjalnie inwigilować urzędników z zainstalowaną aplikacją⁸.

Amerykański resort sprawiedliwości w sierpniu 2024 roku pozwał platformę TikTok, oskarżając ją o to, że nie zablokowała dzieciom poniżej 13. roku życia otwierania kont z pominięciem zgody rodziców oraz bezprawnie zbierała dane osobowe nieletnich. Z pozwu wynika, iż aplikacja zbiera takie dane, jak: adresy e-mail, numery telefonów, dane lokalizacyjne, nie uwzględnia także wniosków rodziców o usunięcie informacji o ich dzieciach⁹.

TikTok został zakazany na urządzeniach służbowych przez instytucje Unii Europejskiej. Podobne zakazy dla swoich urzędników państwowych wydały Australia, Estonia, Wielka Brytania, Francja, Holandia, Norwegia, Belgia, Dania, USA, Kanada, Tajwan oraz Indie. Indie także trwale zablokowały platformę TikToka, z tych samych powodów, które niepokoją USA. Był to dla strony chińskiej duży cios, Indie bowiem stanowią dla Chin państwo

⁷ H. Kozieł, *Współpracownik Trumpa chce przejść TikToka*, „Rzeczpospolita”, z dnia 15 marca 2024, s. A 16.

⁸ JD/PAP, *TikTok pozwany za naruszanie prywatności dzieci*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tiktok-pozwany-za-naruszanie-prywatnosci-dzieci> (odsłona 06.08.2024).

⁹ Tamże.

konkurencyjne, zarówno z powodu liczebności populacji, jak i pod pewnymi względami wrogie, na przykład z powodu sporów granicznych. Częściowe blokady TikToka wprowadzono w Indonezji – głównie z powodu łamania prawa dotyczącego sprzedaży online. W tym wypadku chińska platforma dążyła do zmonopolizowania branży e-commerce. Całkowity, choć krótkotrwały zakaz TikToka był wprowadzany w Pakistanie. Decyzja była uzasadniana demoralizującymi treściami obecnymi na platformie.

TikToka zakazała także Japonia na urządzeniach rządowych i zapowiada dalsze kroki w ograniczeniach aplikacji¹⁰. W Polsce aplikacja ta działa bez żadnych ograniczeń. Chińscy stratedzy zalecają wykorzystywanie tej platformy do prowadzenia wojen informacyjnych i kognitywnych. Działania te rozpisane są w czasie, mogą trwać nawet dziesięciolecia, zwłaszcza, gdy realizują cele strategiczne w perspektywie długofalowej¹¹. Chińskie platformy społecznościowe wykorzystywane są do rozpoznawania i kształtowania mentalnego zachodnich użytkowników, tzw. wtargnięcie w umysł przeciwnika, poznanie drugiej strony i wykorzystanie wiedzy na jej temat - wygranie wojny przed wojną¹². Nie wszyscy wiedzą, że rząd chiński użytkownikom chińskim na korzystanie z serwisu TikTok jednak nie zezwala. W opinii wielu badaczy współczesnych mediów wszystkie platformy mediów społecznościowych to współczesny koń trojański. Pozwalają na toczenie wojen poznawczych (*cognitive war*) mentalnych i dezintegracyjnych, mających na celu pokonanie wroga bez jednego wystrzału¹³. Dlatego też ustawodawcy wielu krajów na Zachodzie mają obawy co do tego medium, twierdząc, że zagraża ono bezpieczeństwu narodowemu wielu krajów. Ostrzegają twierdząc, iż chiński rząd może wpływać na jego właściciela (ByteDance) w celu przejmowania danych użytkowników TikToka¹⁴. Strona amerykańska od jakiegoś czasu myśli o kupnie tej platformy. Jednak, o ile Elon Musk odkupił Twittera od poprzedniego właściciela za ponad 44 miliardy dolarów, to cały ByteDance wyceniony został przez firmę PitchBook na 220 miliardów dolarów. Zatem cena TikToka, jak twierdzą eksperci wypowiadający się w CNBC, na pewno też nie będzie mniejsza. Były sekretarz skarbu USA Steven Mnuchin, który zbiera grupę inwestorów, zainteresowanych wykupieniem TikToka uważa, że Chińczycy nigdy nie pozwoliliby amerykańskiej firmie prowadzić jego odpowiednika w Chinach¹⁵.

Wojny kognitywne, toczone na platformach społecznościowych pozwalają opanować przestrzeń poznawczą wroga (*cognitive space*), chodzi tu m.in. o obszar uczuć, percepcji, pojmowania, przekonań, dążeń czy wartości i w tym obszarze toczyć bitwę. Podczas walki

¹⁰ Ł. Sakowski, *Szpieg czai się w aplikacji*, „Rzeczpospolita. PlusMinus” z dnia 23-24 marca 2024, s. 15.

¹¹ S. Palczewski, *CyberDefence 24, Wojna kognitywna. Zawalnac umyslem wroga*, 06.08.2022, <https://cyberdefence24.pl/armia-i-sluzby//cybermagazyn-wojna-kognitywna-za-wladnac-umyslem-wroga> (odsłona 05.08.2024).

¹² Tamże.

¹³ P. Schweizer, *Blood Money: Why the Powerful Turn a Blind Eye While China Kills Americans*” https://www.se.pl/wiadomosci/swiat/chiny-w-stanie-wojny-z-usa-dziennikarz-oskarza-aa-2WPo-DFvj-Saon.html#google_vignette (odsłona 12.05.2024).

¹⁴ A. Słabisz, *Amerykański Kongres przeciw chińskiemu TikToku*, „Rzeczpospolita” z dnia 18 marca 2024, s. A5.

¹⁵ Tamże; zob. także: H. Kozieł, art. cyt., s. A16.

należy wykorzystywać zdobywane informacje oraz produkty pop kultury zawarte w aplikacjach, grach wideo i filmach jako rodzaju narzędzi wpływających na psychikę, wolę, postawy, zachowania osób, a nawet zmianę wartości i przekonań, tradycji kulturowych, tożsamości i całych systemów społecznych. W ten sposób zdobyta przewaga mentalna (*mind superiority*) pozwala poprzez manipulację percepcją, zmierzającą do zmiany postrzegania przez użytkowników platform społecznościowych czasu obecnego, ale także przeszłego, na odcinanie pamięci historycznej. Dodatkowo dochodzi jeszcze wypaczanie aksjologii oraz poglądów związanych z dorobkiem własnego kraju i pokoleń, by ostatecznie doprowadzić do zmiany kulturowego paradygmatu i transformacji postrzegania całego zbiorowego dorobku kulturowego i jednostkowego użytkownika. Ważna jest także, tak zwana „dekonstrukcja symboli”, chodzi tu o skłonienie do porzucenia tradycyjnych symboli i zmianę tożsamości zbiorowej określonych społeczności, a korzystnej dla strony agresora, bez jawnej bitwy militarnej¹⁶.

Jedno z najbardziej skutecznych narzędzi możliwości oddziaływania na odbiorcę korzysta z kanału rozrywki i kultury masowej, to za ich pomocą odbiorca najłatwiej przyswaja oraz transformuje narzucane i niepożądane treści. Określone przekazy do młodego odbiorcy docierają najskuteczniej także wtedy, gdy napływają z wielu różnorodnych źródeł. Młodzi użytkownicy TikToka, konsekwentnie poddani presji podżegania emocjonalnego, mogą skłaniać się nawet ku najbardziej niedorzecznemu postępowaniu, w przekonaniu, że stanowi on wyraz ich niezależności i buntu. Przy budowie mediów społecznościowych, jak również i Tik Toka korzystano z najnowszej wiedzy psychologicznej, wiedzy o pracy i działaniu ludzkiego mózgu. Szczególnie uwzględniając to, co przyciąga jego uwagę, co powoduje lęki i obawy, co wywoła panikę i strach. Na tej podstawie algorytmy promują treści, które owe zagrożenia podsycają. Najważniejsze odkrycia psychologii społecznej z ostatnich stu lat zostały wykorzystane w biznesie właśnie w mediach społecznościowych. Budowano je, korzystając z modeli uzależnień. Dziś każde dziecko może mieć dostęp do mediów, które na planie psychicznym uzależni je od siebie jak ciężki narkotyk¹⁷.

Średnia dzienna spędzania czasu w cyberprzestrzeni przez młodzież w Polsce w roku 2021 w porównaniu do badań z roku 2020 wzrosła i wynosi obecnie 6 godzin 16 minut¹⁸. Ponad połowa nastolatków w trakcie używania smartfona wykonuje inne czynności, ponadto jak wynika z badania, rodzice nie ustalają żadnych zasad dotyczących użytkowania elektroniki lub korzystania z internetu. Z badań raportu wynika, iż przeciętny polski nastolatek otrzymał pierwszy telefon z dostępem do internetu w wieku 8 lat i 5 miesięcy. Zaś czas poświęcany na internet zwiększa się systematycznie¹⁹.

¹⁶ Tamże; D. Dziwisz, *Wojna na media społecznościowe*, Komentarz KBN, nr 14(2022), s.1-5; zob. także: J. Woźniczko, *Zombie w sieci*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 17-18 września 2005 r, s. 10.

¹⁷ E. Olczyk, *Upaństwowić media społecznościowe*, rozmowa z J. Kuiszem, „Rzeczpospolita. Plus Minus”, nr 162, z dnia 13-14 lipca 2024, s. 19.

¹⁸ Raport Państwowego Instytutu Badawczego NASK, „Nastolatki3.0”.
<https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/4295.RAPORT-Z-BADAN-NASTOLATKI-30-2021.html> (odsłona 03.08.2024)

¹⁹ Tamże.

TikToka budowanego według szczegółowych modeli uzależnień promują wielkie firmy, politycy, gwiazdy i celebryci. Pierwszą amerykańską gwiazdą, która reklamowała chińską aplikację był gospodarz programu „The Tonight Show” Jimmy Fallon, później dołączyła do niego prowadząca dzienny show Ellen DeGeneres. Z kolei raperka Cardi B za znaczną opłatą opublikowała na TikToku kilka filmików. Do współpracy z TikTokiem dołączyły wkrótce największe amerykańskie instytucje, np. w 2019 r. liga NFL ogłosiła wieloletnie partnerstwo z aplikacją; korzystają z niej także amerykańscy politycy. W kwietniu tego roku kampania prezydenta Joe Bidena otworzyła konto na TikToku, by dotrzeć do młodych wyborców. Jak informuje Jakub Olek, przedstawiciel tej platformy na Centralną i Wschodnią Europę z chińskiej aplikacji w naszym kraju korzysta ponad 11 milionów użytkowników²⁰.

2. Influenserzy - zasięgi i dochody

Influenser, od łacińskiego czasownika *influo*²¹ - *wpływać niepostrzeżenie, wciskać się*; od tego czasownika pochodzi rzeczownik influencer, ten który wpływa w sposób niewidoczny. Słowo „wciskać się” wskazuje na działanie odbywające się podstępnie i w pewien sposób na siłę. Zadaniem influencersa jest właśnie takie działanie. Widoczny ma być jedynie skutek aktywnego oddziaływania. Internet w szybkim czasie stał się źródłem zarobkowania, pojawiła się profesja internetowych influencerów zaś aplikacja TikTok cieszy się wśród nich wielką popularnością. Ich znaczenie (nota bene nie ma polskiego zamiennika na słowo influencer) w branży handlowej rośnie w szybkim tempie. Skupiają oni uwagę częściej niż media tradycyjne, kino czy książki. Wiedzą o tym producenci i reklamodawcy²².

Jedną z najbardziej znanych influencererek jest Aitana Lopez, wykreowana przez sztuczną inteligencję (AI), ma rzeszę obserwatorów w sieci; na Instagramie jest to ponad 314 tys. osób²³ i przynosi właścicielowi dochody na poziomie 100 tys. euro miesięcznie. Aitana będzie uczestniczyć w pierwszej edycji konkursu Miss AI i w World AI Creator Awards, w której cyfrowi twórcy będą nadsyłać projekty postaci powstałe przy udziale sztucznej inteligencji. Ocenie podlegać będzie wygląd, wykorzystanie narzędzi AI oraz zasięgi w social mediach (liczba obserwujących, zaangażowanie fanów, itp)²⁴.

Influenserów opisuje się często jako zwykłych ludzi, którzy upubliczniają swoje życie i pasje. Zarówno oni, jak i celebryci, przekuwają swoją popularność na walutę. Pracują na Instagramie, Facebooku, YouTubie czy TikToku. Opowiadają o modzie, gotowaniu, budowaniu domów, sporcie, makijażu, inwestowaniu, budowaniu kariery. Opisywani są jako nowoczesne słupy reklamowe. Widzowie pod wrażeniem tego, co słyszą pragną żyć jak oni; mieć te same

²⁰ J. Jędrzejkowski, *Media w obliczu nowych wyzwań*, „Rzeczpospolita”, 13 maja 2024, s. A19.

²¹ H. Menge-H. Kopia, *Słownik łacińsko-polski*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, s. 260.

²² K. Waś-Smarczewska, *Influencer sprzeda wszystko?*, <https://bankier.pl/wiadomosc/> (odsłona 19.03.2024).

²³ https://www.instagram.com/fit_aitana/p/CyBjj2UMwqU/ Twórca cyfrowy, 📍 Barcelona's Digital Muse at [@theclueless.ai](https://www.instagram.com/theclueless.ai), 🎮 Gamer at heart & Fitness lover ❤️🤖 Powered by AI, (odsłona 11 maja 2024).

²⁴ Ł. Zboralski, *Pierwsze wybory sztucznej miss*, *Do Rzeczy*, nr 19, 6-12 maja, 2024, s. 69.

przedmioty, ubrania, wystrój domu, produkty i marzenia. Traktują, tych których śledzą jak przyjaciół, znajomych czy wręcz najbliższą rodzinę²⁵.

Influence marketing trafia do konsekwentnie budowanych grup docelowych i kreuje sposoby coraz doskonalszej komunikacji z nimi. Finansują te działania marki i firmy, agencje reklamowe, domy mediowe oraz różnego rodzaju instytucje komercyjne. Chodzi o sprzedaż towarów, linii mody, szkoleń, kursów na przykład ...zarabiania pieniędzy. Czołowi influencerzy w ostatnich latach osiągają dziesiątki milionów złotych dochodu. Jeden z biznesów to przykładowo, tworzenie i sprzedaż e-booków - mogą być o tanich podróżach, gotowaniu, ogrodach. Napisz e-booka sam - głosi jedna z zachęt - podziel się swoją wiedzą z obserwującymi. Ograniczeniem może być tylko wyobraźnia autora. Koszty wydania e-booka są niewielkie, nie ma kosztów papieru, druku, magazynowania, fizycznej wysyłki. Badania wskazują, że 56 proc. klientów z pokolenia „Z” i millenialsów kupiło określony produkt po zauważeniu go u osoby, którą chętnie śledziły w mediach społecznościowych. Inne 88 procent poznało lepiej produkt, który zamierzało zakupić za pośrednictwem social mediów²⁶. Influencer Marketing Benchmark Report informuje, że aż 90 proc. ankietowanych przyznało, że ich zdaniem influencer marketing jest skuteczny. Ponadto 59 procent przyznaje, że na te zakupy posiada osobny budżet²⁷.

Ile kosztuje reklama u influensera? O tym decyduje liczba kont obserwujących na różnych kanałach i generowane zasięgi. Ceny publikacji sponsorowanych są bardzo zróżnicowane. Od 50 zł do 45 tys. zł netto za reklamę - podaje ReachBlogger. Inny serwis PKO BP Bankomania podaje, że polski influencer może za jeden post uzyskać nawet 100 tys. zł²⁸. Rynek influencerski jest bardzo zróżnicowany, influencerzy, którzy w świetle prawa są przedsiębiorcami, godzą się na tak duży rozrzut w kwotach. Niektórzy ceny zawyżają, inni zaniżają. Influencer marketing to najszybciej rozwijający się sposób przyciągania nowych zainteresowanych. Najlepsze wyniki osiągają często mikroinfluencerzy. Z badań wynika, że 92 proc. klientów ufa bardziej im, niż tradycyjnej reklamie czy promocji²⁹.

Raporty Influencer Marketing Benchmark wskazują, iż wartość rynku związanego z influencer marketingiem rośnie z roku na rok. W roku 2020 globalną sprzedaż za pośrednictwem platform mediów społecznościowych oszacowano na 560 miliardów dolarów, w roku 2022 chodziło już o 958 miliardów dol., a do roku 2026 przewidywany jest wynik przekraczający 2,9 biliona dolarów. Te liczby robią wrażenie³⁰.

Najczęściej wybierane w 2022 r. przez reklamodawców platformy społecznościowe to kolejno: 1. Instagram - 80, 4 proc. -wzrost o około 11 punktów procentowych względem roku

²⁵ K. Waś-Smarczewska, *Influencer sprzeda wszystko? Gwiazdy mediów społecznościowych dźwignią handlu 2.0*, Bankier. Pl, (odsłona: odsłona 19.03.2024).

²⁶ Wyniki badania „The influencer report: Engaging Gen Z and Millenials”, zob. K. Waś-Smarczewska, art. cyt., s. 4.

²⁷ Tamże.

²⁸ Tamże, s. 4-5.

²⁹ Virtual Army, Introducing the first three members of the new #Balmainarmy: Margot, Shudu and Zhi, Wirtualni influencerzy na Instagramie, <https://sprawnymarketing.pl/blog/wirtualni-influencerzy-na-instagramie> (odsłona 3.08.2024).

³⁰ K. Waś-Smarczewska, art. cyt., s. 5-7.

2021, 2. Facebook - 54,9 proc. -wzrost o 9 punktów, 3. tzw. blogi webowe - 34,3 proc, 4. You Tube - 41,2 proc. - wzrost o 25 punktów procentowych, 5. Tik Tok - 37,3 proc. - wzrost o 31 punktów procentowych³¹.

3. Łapacze zasięgów – studium przypadku

Przedstawione studium przypadku odwołuje się przede wszystkim do użytkowników TikToka, który zastępuje młodym relacje. Influencer staje się bliższy niż rodzic, traktowany jest jako starszy brat czy przyjaciel. Relacja jest monetyzowana – co już często umyka uwadze widza i to często sumami, które bywają zawrotne, niosą obietnicę stałego wzrostu, pod warunkiem rosnącej klikalności i oglądalności.

Uległ pokusie znacznych sum, zdobytych w szybkim tempie także Jan S. Dziś mówi o sobie byłem influencerem. - *Robiłem coś w rodzaju TikToka codzienności*³². Wykonywał dwa filmiki dziennie, plus te sponsorowane. W najlepszym okresie miał trzy miliony zasięgów i wyświetleń każdego dnia. 80 mln wyświetleń w najlepszym miesiącu. Reklamował wiele marek. I jak sam powiada, *na koniec zwariował*³³, bo *przegrzały mi się zwoje*³⁴. Jednak, okazuje się, że to nic szczególnego. Twórcy internetowi przeżywają załamania nerwowe średnio raz w miesiącu, latami chodzą do terapeuty i nie radzą sobie z rosnącą konkurencją³⁵. Jan S. zapewnia, że ludzie dla zasięgów zrobią wszystko – zdradzą siebie i bliskich³⁶. Ale o tym już nie mówi się.

Co zatem stało się z naszym bohaterem, skoro mówi, że pionowe video, gdyby mógł zamknąłby natychmiast³⁷. Zawód influencera zlikwidował, zostawił tylko ludzi budujących swoje marki osobiste, takich, którzy mają wiedzę na określony temat i mogą dzielić się nią z innymi³⁸.

Życie na sprzedaż Jana S. wyglądało w ten sposób, że pierwsze sto tysięcy widzów osiągał w miesiąc, a w pół roku 0,5 mln obserwujących. Jednak profil z czasem, zmienił się w zapis pogarszania się stanu psychicznego jego autora.

- Influencing opiera się na postach sponsorowanych; jedna miesięczna pensja za nagranie jednego materiału, 10 tys. zł za kilkusekundowy materiał - naiwność, wierzyłem kiedyś reklamom, głupiutki byłem³⁹ - tak później oceniał tamten czas. Jan poznaje tajniki własnego oddziaływania na odbiorcę i patrzy na wszystko coraz krytyczniej. Tłumaczy, że posty działają na podświadomość za pomocą efektu skojarzenia z przeszłością, ludzki mózg

³¹ Tamże, s. 5.

³² J. Strojny, *Nie zostawaj influencerem*, Wyd. Znak, Kraków 2024, s.11.

³³ Tamże, s. 13.

³⁴ Tamże, s.12.

³⁵ Tamże, s.14.

³⁶ Tamże.

³⁷ Tamże, s.301.

³⁸ K. Romanowska, *Jak przedawkowałem media społecznościowe*, rozmowa z Janem Strojnym, „Rzeczpospolita” z dnia 3-4 lutego 2024, s.22.

³⁹ Tamże.

myli znajomość czegoś z pozytywnymi emocjami wobec czegoś już ujrzanego⁴⁰. Nazywa siebie sprzedajnym śmieciem, żyjącym w kłamstwie, gdy nie można powiedzieć, co się naprawdę myśli⁴¹. Przyszła depresja, choroba dwubiegunowa, pobyt w szpitalu⁴².

Chorobę poprzedziło zaburzenie relacji osobistych i rodzinnych. To były już „skutki przedawkowania zasięgów: relacji paraspołecznych, czyli udających prawdziwe, w rzeczywistości będące jedynie skorupą tej rzeczywistej, a w środku ukrywającą pustkę”⁴³. Pojawiły się problemy z odczytaniem własnej tożsamości: *gdzie kończy się Janek pierwszy, a gdzie zaczyna Janek drugi?*⁴⁴. Jeśli dodamy, że jeszcze w liceum był introwertykiem, ze zdiagnozowaną depresją, można zrozumieć, co się naprawdę stało. „Doszło do zmian osobowości, ten rodzaj pracy – poczucie wyższości, pozostawia ślady w psychice (PTSD)”⁴⁵, które potęguje wybujałe ego i wybujałe poczucie wyższości - to już fragmenty jego samooceny⁴⁶.

Kiedy opuścił szpital z diagnozą i świadomością, że „został zabity przez własne filmiki”⁴⁷, alkoholizm i palenie marihuany wiedział, że nie jest jedynym, którego spotkał taki los. Jego koledzy też „tyrają latami wypaleni i na skraju rozpacz, aż nie wytrzymują”⁴⁸. Zrozumiał też opinię youtubera Casey’a Neistata⁴⁹, który pytany o swój sukces odpowiedział: „Nie zrobiłbym tego drugi raz, drugi raz po prostu żyłbym, poświęciłbym się życiu, a nie nagrywaniu go”⁵⁰. W okresie schyłkowym, który jednocześnie był apogeum sukcesu i gdy „zioło przestało być modne”, Jan S. oddawał się zakupom w manii rozrzutności. Wtedy przestawały obchodzić zasięgi, przestawało cokolwiek obchodzić, a chodziło już tylko o zachowanie pozorów⁵¹. Na koniec przyszły epizody maniakalno-depresyjne, psychoza, próba samobójcza. Ale okazuje się - większość twórców internetowych „żre leki, jest pod opieką

⁴⁰ J. Strojny, *Nie zostawaj influencerem*, wyd. Znak, Kraków 2024, s. 123.

⁴¹ Tamże, s. 129.

⁴² Tamże, s. 135.

⁴³ Tamże, s. 149.

⁴⁴ Tamże.

⁴⁵ Post-traumatic stress disorder (PTSD), rodzaj zespołu stresu pourazowego, tamże, s. 153.

⁴⁶ Tamże, s.155.

⁴⁷ Tamże, s.157. Kannabinoidy, szczególnie wpływają na płat czołowy mózgu, ten obszar, który daje zdolność planowania działań, rozwiązywania problemów i kontrolowania impulsów. Jeśli młody człowiek regularnie je zażywa, to ryzykuje zmniejszeniem tych zdolności, staje się impulsywny, przychodzą trudności z koncentracją na zadaniu, wydajność umysłowa spada, zob. B. Szukałski, *Neurobiologiczne podstawy uzależnienia od narkotyków*, s.5, <https://www.ptfarm.pl/wydawnictwa/czasopisma/farmacja-polska/103/-/11989> (odsłona 30.07.2024).

⁴⁸ Tamże, s. 158.

⁴⁹ Casey Owen Neistat, urodzony w 1981 r., amerykańska osobowość YouTube, filmowiec, vloger i współzałożyciel firmy multimedialnej Beme, która została później przejęta przez CNN. W 2018 roku założył „368”, kreatywną przestrzeń współpracy twórców. Lata aktywne od 2010 – obecnie. Od 13 lipca 2018 roku Neistat wydał 936 filmów na swoim kanale You Tube od czasu jego powstania 15 lutego 2010 roku. W dniu 23 sierpnia 2015 roku, osiągnął milion abonentów, który wzrósł do czterech milionów w sierpniu 2016 roku. Od lutego 2023 roku jego kanał ma 12,5 miliona subskrybentów, w 2020 roku Neistat poparł demokratę Joe Bidena w wyborach prezydenckich a wcześniej Hilary Clinton, https://en.wikipedia.org/wiki/Casey_Neistat (odsłona 2.08.2024).

⁵⁰ J. Strojny, dz. cyt., s.167.

⁵¹ Tamże, s. 179.

psychiatry”⁵². Bo kokaina czyli influencerski dopalacz, która także pojawiła się, to imprezy i wejście w świat skokainizowany. A „na imprezach każdy traktuje każdego jak przedmiot, ludzie wchodzą w relacje dla kasy i dla kasy rozstają”⁵³. Dochodzi praca „na koksie”, „z tym, że rzadko w tych najciemniejszych grupach najwyżej postawionych, pojawiają się jakiegokolwiek kobiety. Dlaczego? Wolę nie wiedzieć” - pisał Jan S.⁵⁴. Dowiadujemy się, że „nieoficjalnie odbywają się imprezy, które – gdyby je sfilmować – zahaczyłyby o kilkanaście paragrafów z Kodeksu Karnego. To oczywiste, że na takich eventach jest koks”⁵⁵. I „im więcej się wciąga tym bardziej cię lubią, stajesz się jednym z nich. Poza tym poznajesz coraz ciekawsze osoby, które mają dla ciebie coraz ciekawsze influencerskie propozycje. A im bardzo trudno się oprzeć. (...) I jeżeli wciąga się kreskę z organizatorem jakichś wydarzeń, jest ogromna szansa na angaż i zarobek”⁵⁶. Jan S. zaczyna rozumieć, że „neurony przeżarte kokainą nie działają jak kiedyś. (...) Nie ma innych opcji. Psychiatra, odwyk (...) a poza tym masz robić to, czego chce od ciebie twój kontrahent, a z resztą życia radź sobie sam. Żaden z ciebie aktor, choć - gdyby dało się zmierzyć panikę i fobię społeczną, mielibyście ją na podobnym poziomie”⁵⁷. Internet daje iluzję sławy, iluzję bogactwa, kradnąc prywatność i wysysając kreatywność⁵⁸. A ty musisz być nieustannie miły i wyglądać⁵⁹, agencja jest jak jastrząb⁶⁰, pasący się na internetowej klasie robotniczej⁶¹.

Jan S. podejmuje decyzję o odejściu. Ekosystem patologii⁶², tik-tokowa psychoza i diagnoza zdecydowały o tym, że nie ma już powrotu do tego, co było.

4. Jak żyć po tiktokowej psychozie?

Wskazówki Jana S. są klarowne. Powrót do rodziny, powrót do czynności sprzed epoki smartfona. Choć brzmi to niewykonalnie i... banalnie. Do tego czytanie dłuższych tekstów - smartfony zabrały bezpośrednią umiejętność skupiania się na tekście pisanym i trzeba tę zdolność odzyskać. Oto kilka kroków na początek, jakie przedstawia Jan S.:

⁵² Tamże, s. 187.

⁵³ Tamże, s. 191, 192.

⁵⁴ Tamże, s. 194, 195.

⁵⁵ „W tej sytuacji „uchować się można cudem, bo twoi znajomi tak długo będą nad tobą pracować, że zaczniesz wciągać. A zaczniesz wciągać, bo - tak jak mówiłem - koksiarz załatwi koksiarzowi lepszy kontrakt niż randomowemu influencerowi, który nie wciąga. Dyskretny product placement specyfików rzekomo poprawiających nastrój opłaca się wszystkim. Ale mało kto o tym wspomina, próbował jeden z raperów (MATA?) , ale zaczął wciągać i mu się wena skończyła. Wciąga się koks na vipowskim piętrze w jednym z lokali (jest też piętro dla plebsu). Balują tam nestorzy polskiego internetu. Tytani, którzy zarobili miliony na rozbujaniu wirtualnym w Polsce. Ale także giganci z mediów klasycznych, artyści o znanych nazwiskach. Niektórzy z nich mają przy sobie po trzy fiołki wypełnione substancjami o różnej sile kopa”, J. Strojny, dz. cyt. s. 197.

⁵⁶ Tamże, s. 199, 200.

⁵⁷ Tamże, s. 200, 214.

⁵⁸ Tamże, s. 216.

⁵⁹ Tamże, s. 218.

⁶⁰ Tamże, s. 224.

⁶¹ Tamże, s. 227.

⁶² Tamże, s. 257.

1. Wylogowanie się z publicznych kont na platformach; 2. Usunięcie zbędnych aplikacji; 3. Życie bez powiadomień i zaglądania do smartfona, by sprawdzać co się tam dzieje; 4. Usunięcie bombardowania wiadomościami, ich liczbą nie do przerobienia, które miazdzą mózg. To pierwsze kroki. Ale zbawienne. I konieczne⁶³.

Co jeszcze pomaga wydobyć się z cyfrowej matni? Wykonywanie czynności z odroczoną gratyfikacją (w smartfonie masz wszystko, wszędzie i teraz), czytanie książek – to najprzyjemniejsza rzecz Jana S., gdyż to oddalenie cyfrowego przebodźcowania. Kiedy odstawi się narzędzia cyfrowe, czas znów zaczyna płynąć jak dawniej. Poza tym należy poświęcać się rzeczom, na których zależy i żyć swoim tempem.

- Książka to teleport do innego świata, który daje wytchnienie, ale wymaga koncentracji, skupienia. Poza tym wysiłek fizyczny, ćwiczenia. Walka o koncentrację, szukanie czynności, które skupiają uwagę bezwysiłkowo, np. sport, gra na instrumencie - tłumaczy Jan S.⁶⁴. Aby nie powrócić do dawnych błędów i nie szukać powrotu do tego, co było należy pamiętać o tym, że influencer dostarcza agencji dochodu, jak żywy towar. Jego niedoświadczenie i naiwność to siła agencji. W influencera nie trzeba inwestować, sam w sobie jest towarem, aktywem agencji. Jeśli się wyczerpie zostanie wymieniony na kogoś nowego. W kolejce są ich dziesiątki, jeżeli któryś nagle przestaje być dochodowy, można go odsunąć, można go też przytrzymać, licząc na to że znów się zregeneruje i zasięgi znowu mu wzrosną. To nie osoby, to bardziej maszynki, do których wrzuca się grosik, a otrzymuje trzy. A czasem nie trzeba wrzucać nic - opowiada Jan S.⁶⁵.

Literatura przedmiotu podkreśla - większość korporacji podobnie działa. Kto z dziennikarzy nie słyszał w redakcji, że na jego miejsce czeka pięciu chętnych? Jednak influencer ponosi realne straty na zdrowiu psychicznym, związane ze stałym napięciem wokół kliknięć; to także stres towarzyszący uzależnieniu od statystyk i zasięgów. Poza stratami na zdrowiu, dochodzi ryzyko wystąpienia fobii społecznych, towarzyszące wystawianiu się na tysiące ocennych spojrzeń każdego dnia, skutkujące lękiem w budowaniu relacji w świecie rzeczywistym⁶⁶.

Jan S. w maju 2023, przed rozpoczęciem leczenia, nakręcił filmik pożegnalny. Oznaczało to krótki powrót do internetu. I tylko ten moment obecności w social mediach spowodował nawrót problemów i zaburzenie samokontroli. Trzymając smartfona automatycznie skierował obiektyw na swoją twarz, odruchowo chciał tworzyć kolejne filmiki. W finale Jan S. odstawił wszystkie platformy społecznościowe, nie potrzebuje już Facebooka, żeby się dowiedzieć co u jego dawnych znajomych. Są inne sposoby komunikacji. Podobnie z TikTokiem, nie ogląda czegoś dlatego, że inni to oglądają. Stan przebodźcowania zdaje się odchodzić w niepamięć. Zapewnia, że odkąd zakończył pracę w internecie czuje się lepiej niż kiedykolwiek⁶⁷. Chciałby, żeby jego przypadek skłonił dorosłych do zastanowienia się nad

⁶³ Tamże, s. 294.

⁶⁴ Tamże, s. 295.

⁶⁵ Tamże.

⁶⁶ P. Mazurkiewicz, *Polacy nie chcą dzieci w social mediach. Wielu popiera zakaz-[rp.pl](https://www.rp.pl/media/art38464141-polacy-nie-chca-dzieci-w-soc...)*, <https://www.rp.pl/media/art38464141-polacy-nie-chca-dzieci-w-soc...> (odsłona 03.08.2024)

⁶⁷ J. Strojny, dz. cyt., 307.

tym, czy chcieliby takiego losu, jaki go spotkał dla własnego dziecka? Postuluje także, aby informować opinię publiczną o tym, co dzieje się w zamkniętych środowiskach influencerskich.

5. Skutki przedawkowania mediów społecznościowych

Neurobiolodzy i psychiatrzy, badający media cyfrowe przyznają, że korzystanie z mediów społecznościowych nie tylko u dzieci czy młodzieży, również u dorosłych, niesie różnorodne konsekwencje, także te negatywne. Czerwone ostrzegawcze światła, powinny zapalać się zwłaszcza wśród młodych użytkowników sieci. Opisane studium przypadku potwierdza, iż cyfrowe technologie i media mobilne, mogą zwłaszcza u młodych użytkowników wywoływać zaburzenia rozwoju mózgu, problemy zdrowotne i uzależnienie, które w znacznym stopniu przypomina uzależnienie od używek, w rodzaju alkoholu, choć nie jest z nim tożsame. Dlatego większość badaczy zgodnie przyznaje, że z cyfrowych technologii informacyjnych, dzieci powinny zacząć korzystać nie wcześniej niż w wieku 14 lub 15 lat.

Smartfon to urządzenie, który w ostatnich latach zmienił ekosystem mediów, ale także i jego użytkowników. Dziś mówimy o pokoleniu smartfona. Jean M. Twenge⁶⁸, specjalistka od psychologii osobowości określa je pokoleniem iGen: *iGen- internet Generation*⁶⁹. Profesor, badająca od ćwierć wieku różnice pokoleniowe uważa, iż technologie cyfrowe wytworzyły podziały pokoleniowe głębsze i szersze niż kiedykolwiek we współczesnej historii. Pokolenie iGen, urodzone po 1995 roku, dorastające z telefonem komórkowym, spędza mniej czasu z przyjaciółmi i rodzicami, niż ich dotychczasowi rówieśnicy⁷⁰. To może decydować o wykształceniu w ich świadomości niespotykanego dotąd poziomu lęku, depresji i poczucia samotności. Twenge na podstawie badań z udziałem 11 milionów Amerykanów, zidentyfikowała dziesięć istotnych cech kształtujących pokolenie iGen, to: 1. niedojrzałość; 2. dominacja czasu spędzanego w internecie; 3. wirtualność, ograniczanie rzeczywistych kontaktów osobistych, dominacja komunikacji wygenerowanej i zaprojektowanej w sieci; 4. niespokojność - problemy ze zdrowiem psychicznym; 5. niereligijność – utrata religijności i indyferentyzm religijny; 6. izolacja – wiążąca się z problemem e-samotności, łączącej się ze spadkiem zainteresowań obywatelskich; 7. niepewność dochodów – problemy z samodzielnością zarobkową; 8. brak ograniczeń - nowe postawy, zwłaszcza w sprawach

⁶⁸ Jean M. Twenge, profesor psychologii na uniwersytecie stanowym USA w San Diego, autorka ponad 120 publikacji naukowych i książek napisanych na podstawie własnych badań, m.in. takich prac jak: „iGen”, „Pokolenie Ja”, „Epidemia narcyzmu”. Publikowała w wysokonakładowej prasie amerykańskiej jak „Time”, „The Atlantic”, „Newsweek”, „The New York Times”, „The Washington Post”. Występowała w programach telewizyjnych „Today”, „Good Morning America”, „Fox and Friends”, mieszka z rodziną w San Diego.

⁶⁹ J. M. Twenge, *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane...*, tłum. Olga Dziedzic, Wyd. SmakSłowa, Sopot 2023, s. 10; zob. także D. Tapscot, *Cyfrowa dorosłość: Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.

⁷⁰J. M. Twenge, dz. cyt., s. 9.

własnej seksualności, związków i rodzicielstwa; 9. inkluzyjność – akceptacja, równość i wolność słowa; 10. pozorna niezależność - gdy chodzi o poglądy polityczne⁷¹.

Pokolenie iGen, zdaniem Twenge, przedstawia inne wzorce zachowań kulturowych i społecznych niż poprzednie pokolenia młodych; inaczej także spędza czas, inaczej traktuje sferę intymną, religię i politykę⁷². Według raportu UNICEF z 2021 r. aż 20 proc. młodych z pokolenia iGen ma objawy depresji, łącznie z próbami samobójczymi. Uzależnieniu od smartfona towarzyszy tzw. phubbing, czyli lekceważenie rozmówcy w trakcie kontaktu osobistego na rzecz skupiania uwagi na telefonie. Wielkim problemem iGen jest samotność – może oznaczać to kumulację negatywnych emocji, cyberprzemoc oraz problemy z postrzeganiem własnego ciała⁷³. Zauważalne gołym okiem są sprawy na planie zdrowotnym, wynikające z ograniczenia aktywności fizycznej, otyłość, brak odpowiedniej dla wieku sprawności ruchowej, choroby kręgosłupa w różnym stopniu zaawansowania, a w dłuższej perspektywie choroby wynikające z nadciśnienia, podwyższonego poziomu cukru we krwi, choroby sercowo-naczyniowe. Z zaburzeniami rozwojowymi dotyczącymi zdolności ruchowych tworzą się problemy psychologiczne, lęki, zaburzenia koncentracji, prowadzące do różnych stanów depresji, fobii i myśli samobójczych, które przytrafiły się także w opisywanym przypadku. Wszystkiemu towarzyszy mniejsza zdolność empatii i budowania zdrowych relacji interpersonalnych. Dodatkowo nadmierowe użytkowanie smartfona nasila poczucie stresu, uzależnienia od internetu, internetowych gier. Izolacja sprzyja nadużywaniu takich substancji jak alkohol, tytoń, a także narkotyki⁷⁴. Chodzi zatem o całe spektrum zaburzeń na planie fizycznym, umysłowym, emocjonalnym i społecznym.

Niemiecki neuropsychiatra Manfred Spitzer zauważa, że ryzyko zaburzeń emocjonalnych i problemów rodzinnych z każdą godziną, z którą dziecko spędza przed ekranem, wzrasta. Oznacza to gorszy stan zdrowia, większe prawdopodobieństwo chorób psychicznych i somatycznych. Inne badania i analizy na wielkich próbach, obejmujących ok. 160 tys. dzieci wykazują znaczące zależności między korzystaniem z mediów ekranowych a kłopotami psychicznymi, takimi jak nadpobudliwość, zaburzenia zachowań społecznych, zachowania opozycyjno-zaprzeczające i agresywne⁷⁵.

Nie można w tym miejscu zapomnieć, iż informatycy kreujący media społecznościowe i platformy zaprojektowali tak, aby skupiać uwagę użytkowników i wciągać ich w różnego rodzaju interakcje. Przebywanie w sieci powoduje w szybkim czasie wyrzut dopaminy, gdy

⁷¹ Tamże, s. 11.

⁷² Tamże.

⁷³ M. Więczkowska, *Smartfonowa depresja*, „Nasz Dziennik”, z dnia 24 kwietnia 2023 r., s. 12.

⁷⁴ RO, *Dzieci w „szponach” nowych technologii*, „Gazeta Bankowa”, z dnia 28 czerwca 2022; zob. także: S. Agarwal, *Media społecznościowe się rozpadają. I to jest świetna wiadomość*, [https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/media...\(odsłona](https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/media...(odsłona) 03.08.2024).

⁷⁵ A. Koziański, *Smartfony szkodzą dzieciom na wiele sposobów - rozmowa z Manfredem Spitzerem*, Kurier Poranny, z dnia 2-3 maja 2024, s. 16. Zob. także, M. Spitzer, *Epidemia smartfonów. Czy jest zagrożeniem dla zdrowia, edukacji i społeczeństwa?*, przekł. M. Guzowska, wyd. Dobra Literatura, Słupsk/Warszawa 2021.

użytkownik wysyła wiadomość i odbiera reakcje innych użytkowników, wikłając swój umysł i mózg w niekończący się cykl wpisów, lajków, przesyłania dalej komentarzy, itp.⁷⁶.

Wszystkie platformy społecznościowe zostały zaprojektowane jako przestrzeń afektywnego przyciągania, jej użytkownicy jako biorcy i zarazem dostarczyciele treści wpływają na media głównego nurtu, formy produktów i usług nowomediálních⁷⁷. Obecnie nowa gałąź psychologii - cyberpsychologia analizuje i bada wpływ mediów cyfrowych i społecznościowych na zachowania człowieka w przestrzeni online, twórców jak i odbiorców przekazów cyfrowych. Chodzi o zachowania standardowe jak i różnego rodzaju patologiczne zachowania, warunkowane użytkowaniem nowych mediów, które nie muszą być tożsame z żadną tradycyjną formą uzależnień behawioralnych⁷⁸.

Zaburzony użytkownik lub twórca mediów społecznościowych traci orientację, co do rzeczywistego statusu świata, w którym aktualnie funkcjonuje oraz praktycznych konsekwencji swoich działań, tak było także w opisywanym studium przypadku. Zjawisko „zacierania się granic między światami” może kreować tzw. multitasking intermedialny, który wymaga ciągłego i często zautomatyzowanego przełączania (pola) uwagi pomiędzy różnymi aktywnościami, podmiotami /objektami oraz środowiskami działania⁷⁹.

Badacze potwierdzają, iż platformy zaprogramowane na wzór TikToka wprost prowadzą do zaburzeń psychicznych, zwłaszcza u dzieci i młodzieży, ale nie tylko. Zaburzenie behawioralne to początek patologii, wynikający z niekontrolowanego korzystania z aplikacji. Z innych zaburzeń wymienić należy takie, jak zjawisko dysmorfofobii, czyli obsesyjnego doszukiwania się w swoim ciele brzydoty, dokładniej nieasymetryczności. Filtry aplikacji zniekształcają wygląd użytkownika, w efekcie realne odbicie w lustrze powoduje kompleksy i zaburzenia w postrzeganiu własnego ciała. Z kolei zaburzenia koncentracji uwagi, stanowiące skutek krótkich filmików jako dominującej formy postów, niosą ryzyko deficytu panowania nad własnymi emocjami i zaburzonym budowaniem relacji na planie realnym⁸⁰.

Nauka o psychologicznych następstwach obecności w życiu człowieka maszyn, zwana eutyfroniką, kładzie nacisk na fakt, iż nowe technologie mogą przynieść ze sobą szczególne nasilenie utraty podstawowej aksjologii charakterystycznej dla kultury Zachodu, zbudowanej na etyce chrześcijańskiej. W podstawowej logice komputerowej nie ma miejsca na dobro i zło, gdzie dominuje myślenie tak zwane bezetyczne. Nie istnieją cele dobre lub złe, podstawową miarą cyfrowych technologii jest bowiem skuteczność⁸¹.

Kultura „selfie” towarzysząca użytkownikom mediów cyfrowych sprzyja z kolei rozbudzaniu ich cech narcystycznych. Narcystyczne schorzenie dotyka nie tylko jednostki, ale dotyczy także licznych struktur społecznych, w tym różnych organizacji i instytucji, które niejako infekują z czasem całą kulturę, która premiuje i kultywuje narcystyczne cechy

⁷⁶ P.W. Singer, T. Emerson i inni, *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, wyd. Etiuda Vis a Vis, Kraków 2019, s.10.

⁷⁷ A. Ogonowska, *Cyberpsychologia. Nowe perspektywy badania mediów i ich użytkowników*, „Studia de Cultura”10(4) 218,s. 6.

⁷⁸ Tamże, s. 7.

⁷⁹ Tamże, s. 8.

⁸⁰ Ł. Sakowski, art. cyt., s. 15.

⁸¹ A. Zwoliński, *Cyber pułapka*, wyd. Fronda, Warszawa 2023, s. 50.

charakteru. Zaś sam narcyz pragnie żyć w specyficznym środowisku, które można określić mianem „wiecznego lajka i efektywnego sprzedania się” oraz wystawienia siebie jako produktu czy marki do wypromowania⁸². Przyczynia się to do rozwoju społeczeństwa i społeczności zatowarowanych, najczęściej skupionych wokół danego produktu lub usługi medialnej. Pojawia się problem e-osobowości, e-tożsamości, strategii autokreacji w sieci.

W świetle naszego tematu, pracy młodych influencerów w sieci, bardzo ważne wydają się zagadnienia dotyczące ich tożsamości w rodzaju: Co ukrywam (jak każdy użytkownik cyberprzestrzeni), a co ujawniam o sobie w kontekście różnych aktywności online? W jakim stosunku pozostaje w tych działaniach moje „ja-realne” do „ja-idealnego”? Jak tworzę i w jakich okolicznościach przejawiają się wyidealizowane wersje mojej tożsamości, jakie negatywne aspekty mojej tożsamości ujawniam w sieci poza moją świadomą kontrolą (poza autocenzurą ego); kiedy w relacjach społecznych wybieram opcję, by być niewidocznym lub anonimowym dla innych użytkowników sieci⁸³.

Smartfon niweluje dotychczasowe drobne interakcje międzyludzkie związane z komunikacją społeczną, mającą na celu uzyskanie w przestrzeni publicznej drobnych informacji, pytań, wymiany prostych zdań, czy podtrzymania towarzyskiej rozmowy. Sprzyja to narastaniu anonimowości, redukuje relacje twarzą w twarz, osłabia zaufanie personalne. Podobny efekt powoduje oglądanie tak zwanych filmików w internecie, zwłaszcza tych o treściach radykalnych, tzw. patostream i gdy oglądają zwłaszcza młodzi użytkownicy sieci.

Raport przygotowany przez serwis rekrutacyjny „the:protocol”⁸⁴ w roku 2023 prezentuje dane, które mogą być alarmujące. Średni czas korzystania przez Polaków z urządzeń elektronicznych w ciągu doby wyniósł aż 13 godzin i 20 minut. Ponad połowa doby przed ekranami - to więcej, niż poświęcamy na sen. Urządzenia, z których korzystają badani, to smartfon i laptop. Z pierwszego korzysta 88,5 proc., z drugiego - 85 proc. badanych. Dalej są drukarki i telewizory Smart TV, z których korzysta odpowiednio 57 i 52 proc. osób. Komputery stacjonarne posiada 46 proc. badanych, zaś konsole do gier 31 proc. badanych⁸⁵. Psychiatrzy są zgodni, twierdzą, iż zaburzenia rozwojowe fizyczne i psychiczne, płynące z niekontrolowanego użytkowania mediów mobilnych są nieodwracalne. Uzależnienie od mediów cyfrowych porównuje się do uzależnienia, które powoduje na przykład alkohol. Skutek: skrajny egoizm, narcyzm, egocentryzm, brak empatii, deficyty w budowaniu relacji społecznych. Dlatego należałoby zwrócić szczególną uwagę na to, by ograniczać czas korzystania ze smartfonów u dzieci, chronić je przynajmniej, jak już wcześniej wspomniano, do 14 roku życia, a później zwracać uwagę na skutki uboczne użytkowania.

Od początku należy uczyć dzieci prawidłowego korzystania z technologii cyfrowych. Ponad wszystko bowiem, najważniejsze jest u dziecka opanowanie języka, poczucie własnej

⁸² M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGH, Kraków 2016, s. 9.

⁸³ A. Ostrowska, art. cyt., s. 12.

⁸⁴ K. Kotłowski, *Polacy są uzależnieni? Tyle godzin dziennie spędzają w sieci* <https://www.dobreprogramy.pl/polacy-sa-uzaleznieni-tyle-godzin-dziennie-spedzaja-w-sieci.6924121874115552a> (odsłona 03.08.2024).

⁸⁵ Tamże.

wartości, kontakt z własnymi emocjami i kontrola nad nimi; zdolność koncentracji i skupienia, logicznego myślenia i umiejętności społecznych. Smartfon nie jest tu konieczny. Potrzebne są relacje interpersonalne, spotkania, komunikacja interpersonalna, wymiana myśli, artykulacja własnych myśli i umiejętność słuchania drugich, ponadto empatia, czytanie mimiki i gestów drugiego⁸⁶.

Pamiętać należy, iż na „strukturę mózgu wpływ ma nie tylko to, czemu poświęcamy dużo czasu, lecz także to, czego nie robimy. Jeśli kiedyś dzieci spędzały wolne chwile na podwórku, grając w piłkę, bawiąc się, kłócąc i godząc, to struktura ich mózgow była inna niż osób, które kilka godzin dziennie przesiadują samotnie przy komputerze”⁸⁷. Gdyż „trening umysłu (uczenie się) odbywa się tak jak w mięśniach, automatycznie podczas pracy umysłowej i fizycznej. Narzędzia cyfrowe i cyfrowe technologie powinny także pracować i być wykorzystywane na rzecz ludzkiego bytowania w pełnej harmonii i poza cyfrową demencją”, przed którą ostrzegał niemiecki neurobiolog i psychiatra prof. Manfred Spitzer⁸⁸.

Neuropsychologia mówi o wpływie doświadczeń medialnych, (przekazów wielokodowych, polimodalnych) na aktywację poszczególnych ośrodków mózgowych i szlaków neuronalnych. Dlatego tak ważne są w edukacji młodzieży elementy z zakresu psychologii zdrowia, profilaktyki patologicznych form korzystania z komputera i internetu. Dr hab. Sławomir Murawiec, specjalista psychiatrii, rzecznik Polskiego Towarzystwa Psychiatrycznego podkreśla niepokojące zjawisko wskazujące na fakt, iż rzeczywistością pokolenia iGen nie jest świat realny, tzw. materialno-twardy, ale „ich rzeczywistość jest gdzie indziej, żyją bardziej tam, a nie tu i teraz. Ich mózgi są od najmłodszych lat przyzwyczajone do intensywnego strumienia informacji, a każde odstawienie jest dla nich pozbawieniem zasadniczego sposobu funkcjonowania, a nawet pewnego sposobu istnienia w świecie”⁸⁹. Z tego także powodu terapia, której poddał się Jan S. wymaga detoksu od wszelkich technologii cyfrowych i najważniejszą kwestią, jak w każdej terapii uzależnień - jest stworzenie alternatywnych zachowań. Jeśli po terapii pacjent wraca do poprzednich zachowań, zaburzenie ponownie wraca. Profesor Sławomir Murawiec podkreśla, że: „Uzależnienie jest mechanizmem nieodwracalnym, na przykład alkoholik nigdy nie będzie mógł pić alkoholu, a osoba, która jest cyber-zaburzona, będzie mogła używać tych urządzeń tylko na zasadzie odpowiedniego modelu i w odpowiedniej ilości. To jest właśnie cyber disorder”⁹⁰.

Rodzice powinni wiedzieć, że jeżeli chcą, aby ich dzieci w przyszłości zostały mądrymi ludźmi, którzy spełniają się w swojej pracy, powinny ograniczyć im korzystanie z technologii - tłumaczy Jan S.⁹¹. Ma on nadzieję na społeczną zmianę i szerokie zrozumienie zagrożeń płynących z patologizacji życia w sieci. Zakłada, że w niedługim czasie brak konta na TikToku stanie się symbolem niezależności. Uważa, iż ogromnym nieszczęściem jest

⁸⁶ A. Koziński, art. cyt. s. 16.

⁸⁷ J. Spitzer, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, Wydawnictwo Dobra Literatura, Słupsk 2013, s. 2.

⁸⁸ M. Spitzer, *Cyberchoroby. Jak cyfrowe życie rujnuje nasze zdrowie*, tłum. M. Guzowska, wyd. Dobra Literatura, Słupsk 2016.

⁸⁹ N. Miller, *Niczego nie można przegapić*, „Rzeczpospolita. Plus Minus” z dnia 8-9 lipca 2023, s. 17.

⁹⁰ Tamże.

⁹¹ J. Strojny, s. 302.

niezdolność przeżywania wartościowych chwil w świecie rzeczywistym⁹². W 2023 r. minął rok, jak Jan S. zrezygnował z mediów społecznościowych i – jak sam podkreśla - uratował sobie życie.

ZAKOŃCZENIE

Jako rodzaj pewnego podsumowania naszych rozważań potraktujmy informację na temat wycofywania urządzeń mobilnych ze szkół. W roku 2023 UNESCO wezwało do globalnego zakazu przynoszenia smartfonów do szkoły przez uczniów. We Francji tak zwany ban na smartfony wprowadzono w roku 2018, zakazane są tam także tablety i inteligentne zegarki. W Hiszpanii w niektórych regionach smartfony zostały zakazane częściowo, w innych całkowicie. Również kraje skandynawskie zdecydowały się na pójście w kierunku zakazu przynoszenia smartfonów do szkół. W 2020 roku zrobiła to Szwecja, która w 2023 r. wycofała się częściowo z cyfrowych podręczników i wróciła do papierowych. Liczne badania bowiem dowiodły, że ludzki mózg lepiej skupia się, zapamiętuje i angażuje w treść, gdy poznaje ją z papieru. Finlandia wprowadziła zakaz na smartfony podczas trwania lekcji, natomiast w roku 2024 zakaz użytkowania smartfonów w szkołach przez uczniów zapowiedziała Norwegia. W roku 2024/2025 ban na smartfony w szkołach obowiązywać będzie w Holandii, tak dzieje się od sierpnia 2024 roku także na Węgrzech. W Polsce debata na ten temat jeszcze się nie rozpoczęła⁹³.

Według amerykańskiego centrum Centres for Disease Control (CDC) nadużywanie mediów ekranowych może nieść wzrost przypadków demencji, kanadyjskie szerokie badania przewidują wzrost cztero a nawet sześciokrotny, w stosunku do zachorowań obecnych. Psychiatrzy informują, że rozdawanie smartfonów uczniom obniża poziom wysokości ich ocen, zaś zakaz korzystania z nich w szkołach podnosi ogólną wysokość ocen, zwłaszcza wśród uczniów pochodzących ze środowisk o niskim statusie społeczno-ekonomicznym. Psycholodzy mediów są zgodni, smartfony to narzędzia dla dorosłych⁹⁴.

W konkluzji należy jeszcze raz podkreślić, iż nowe media współtworzą dynamiczne środowisko egzystencji i różnego rodzaju interakcji, zdolnych symulować rzeczywiste emocje i formy komunikacji. Nowe formy komunikacji cyfrowej oparte na interaktywności, wirtualności, sieciowości, hipertekstualności, konwergencji i komunikacji on line w czasie rzeczywistym, wymagają od swoich użytkowników szczególnej samokontroli. Szczególnej uwagi wymagają ważne aspekty wpływu technologii na procesy komunikacji społecznej, ekspresję emocji i uczuć, budowanie relacji⁹⁵.

Cyberpsychologia badająca wpływ nowych mediów na neurotypowe i nieneurotypowe funkcjonowanie człowieka w tym także dostępność nowych technologii cyfrowych, ich miniaturyzację mobilność i kompatybilność z innymi mediami cyfrowymi

⁹² Tamże.

⁹³ Ł. Sakowski, *Wyrzucimy smartfony z klasy*, „Rzeczpospolita. PlusMinus” z dnia 2-3 marca 2024, s. 11.

⁹⁴ M. Spitzer, *Epidemia smartfonów*, dz. cyt. s. 110-114.

⁹⁵ H. Karp, *Media na wojnie hybrydowej*, „Sieci” , 31.08.2021.

stwierdza, iż wszystko to sprzyja rozwojowi zjawisk charakterystycznych dla medialnego ekshibicjonizmu i voyeryzmu; cyberinwigilacji powiązanej z cyberprzestępczością, cyberkontrolą, cyberseksualnością i cybererotyką⁹⁶.

Bibliografia

Druki zwarte

1. Domalewska D., *Media społecznościowe- władza i manipulacja*, wyd. Akademia Sztuki Wojennej, Warszawa 2022.
2. Menge H.-Kopia H., *Słownik łacińsko-polski*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977.
3. Rajczyk R., *Nowoczesne wojny informacyjne*, wyd. Difin, Warszawa 2016;
4. Singer P.W., Emerson T. i inni, *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, wyd. Etiuda Vis a Vis, Kraków 2019;
5. Spitzer M., *Epidemia smartfonów. Czy jest zagrożeniem dla zdrowia, edukacji i społeczeństwa?*, przekł. M. Guzowska, wyd. Dobra Literatura, Słupsk/Warszawa 2021.
6. Tenże, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, Wydawnictwo Dobra Literatura, Słupsk 2013;
7. Tenże, *Cyberchoroby. Jak cyfrowe życie rujnuje nasze zdrowie*, tłum. M. Guzowska, wyd. Dobra literatura, Słupsk 2016;
8. Strojny J., *Nie zostawaj influencerem*, Wyd. Znak, Kraków 2024;
9. Świrszczyńska A., *Poezje zebrane*, Wydawnictwo Marginesy, Warszawa 2023;
10. Szpunar M., *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGH, Kraków 2016;
11. Tapscot D., *Cyfrowa dorosłość: Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010;
12. Twenge J. M., *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane...*, tłum. Olga Dziedzic, Wyd. SmakSłowa, Sopot 2023.
13. Zwoliński A., *Cyber pułapka*, wyd. Fronda, Warszawa 2023.

Druki ciągłe

1. Czajkowska I. B., *Odziaływanie mass mediów i hipermediów- szanse i zagrożenia*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” nr 1, 2005;
2. Dziwisz D., *Wojna na media społecznościowe*, Komentarz KBN, nr 14(2022);
3. Jędrzejkowski J., *Media w obliczu nowych wyzwań*, „Rzeczpospolita”, 13 maja 2024;
4. Karp H., *Media na wojnie hybrydowej*, „Sieci” , 31.08.2021;

⁹⁶ A. Ostrowska, art. cyt., s. 10; zob. także: R. Rajczyk, *Nowoczesne wojny informacyjne*, wyd. Difin, Warszawa 2016, s. 70-72.

5. Koziel H., *Współpracownik Trumpa chce przejść TikToka*, „Rzeczpospolita”, z dnia 15 marca 2024;
6. Koziński A., *Smartfony szkodzą dzieciom na wiele sposobów - rozmowa z Manfredem Spitzerem*, „Kurier Poranny” z dnia 2-3 maja 2024;
7. Miller N., *Niczego nie można przegapić*, „Rzeczpospolita. Plus Minus” z dnia 8-9 lipca 2023;
8. Ogonowska A., *Cyberpsychologia. Nowe perspektywy badania mediów i ich użytkowników*, „Studia de Cultura”10(4) 2018;
9. Olczyk E., *Upaństwowić media społecznościowe*, rozmowa z J. Kuiszem, „Rzeczpospolita. Plus Minus”, nr 162, z dnia 13-14 lipca 2024;
10. Romanowska K., *Jak przedawkowałem media społecznościowe*, rozmowa z Janem Strojnym, „Rzeczpospolita” z dnia 3-4 lutego 2024;
11. RO, *Dzieci w „szponach” nowych technologii*, „Gazeta Bankowa”, z dnia 28 czerwca 2022;
12. Sakowski Ł., *Wyrzucimy smartfony z klasy*, „Rzeczpospolita. PlusMinus” z dnia 2-3 marca 2024;
13. Tenże, *Szpieg czai się w aplikacji*, „Rzeczpospolita. PlusMinus” z dnia 23-24 marca 2024;
14. Schweizer P., *Blood Money: Why the Powerful Turn a Blind Eye While China Kills Americans* 2024;
15. Ślabisz A., *Amerykański Kongres przeciw chińskiemu TikToku*, „Rzeczpospolita” z dnia 18 marca 2024,
18. Woźniczko J., *Zombie w sieci*, „Gazeta Wyborcza” z dnia 17-18 września 2005;
19. Zboralski Ł., *Pierwsze wybory sztucznej miss*, „Do Rzeczy”, nr 19 , 6-12 maja 2024,
21. Więczkowska M., *Smartfonowa depresja*, „Nasz Dziennik”, z dnia 24 kwietnia 2023.

Internetografia

1. Agarwal S., *Media społecznościowe się rozpadają. I to jest świetna wiadomość*, <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/media...> (odstona 03.08.2024);
2. Casey Neistat, *Oto dlaczego Casey Neistat kończy swój niezwykle popularny dziennik Vlog na YouTube, 22 listopada 2026, Czas na Casey 3,0. Blog, Phoenix, Arizona*, https://en.wikipedia.org/wiki/Casey_Neistat (odstona 2.08.2024); <https://www.adweek.com/performance-marketing/heres-why-casey-neistat-ending-his-wildly-popular-daily-vlog-youtube-174748/> (odstona 2.08.2024);
3. Dziennikarz oskarża o atak środkiem chemicznym, https://www.se.pl/wiadomosci/swiat/chiny-w-stanie-wojny-z-usa-dziennikarz-oskarza-aa-2WPo-DFvj-Saon.html#google_vignette (odstona 12 .05.2024);

- 4.JD/PAP, *TikTok pozwany za naruszanie prywatności dzieci*,
<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tiktok- pozwany-za-naruszanie-prywatnosci-dzieci>
(odsłona 06.08.2024).
- 5.Kotłowski K., *Polacy są uzależnieni? Tyle godzin dziennie spędzają w sieci*
<https://www.dobreprogramy.pl/polacy-sa-uzaleznieni-tyle-godzin-dziennie-spedzaja-w-sieci,6924121874115552a> (odsłona 03.08.2024);
- 6.Mazurkiewicz B., *Polacy nie chcą dzieci w social mediach. Wielu popiera zakaz-rp.pl*,
<https://www.rp.pl/media/art38464141-polacy-nie-chca-dzieci-w-soc...> (odsłona 03.08.2024);
- 7.Palczewski S., *CyberDefence 24, Wojna kognitywna. Zawładnąć umysłem wroga*,
06.08.2022, <https://cyberdefence24.pl/armia-i-sluzby//cybermagazyn-wojna-kognitywna-zawladnac-umyslem-wroga> (odsłona 05.08.2024);
- 8.Szukalski B., *Neurobiologiczne podstawy uzależnienia od narkotyków*,
<https://www.ptfarm.pl/wydawnictwa/czasopisma/farmacja-polska/103/-/11989> (odsłona 30.07.2024);
- 9.Raport Państwowego Instytutu Badawczego NASK, „Nastolatki3.0”
<https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/4295,RAPORT-Z-BADAN-NASTOLATKI-30-2021.html>
(odsłona 03.08.2024);
- 10.Twórca cyfrowy, 📍 Barcelona's Digital Muse at [@theclueless.ai](https://www.instagram.com/theclueless.ai) , 🎮 Gamer at heart & Fitness lover ❤️🤖 Powered by AI, (odsłona 11 maja 2024).https://www.instagram.com/fit_aitana/p/CyBjj2UMwqU/;
- 11.Virtual Army, Introducing the first three members of the new #Balmainarmy: Margot, Shudu and Zhi, Wirtualni influencerzy na Instagramie,
<https://sprawnymarketing.pl/blog/wirtualni-influencerzynainstagramie> (odsłona 3.08.2024).

**Powyższy tekst będzie opublikowany w książce: #Creativity. Wyzwania współczesnych mediów, wyd. Akademia Kultury Społecznej i Medialnej, Toruń 2024.*

© copyright Hanna Karp