

Wielowymiarowa analiza zależności między popularnością w sieci, samooceną a wynikami akademickimi studentów

Kornelia Brzozowska

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: 92134@student.pb.edu.pl

Karol Poniatowski

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: 113847@student.pb.edu.pl

Krzysztof Poniatowski

Politechnika Warszawska, Szkoła Doktorska

e-mail: krzysztof.poniat.poniatowski@gmail.com

Beata Madras-Kobus

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: b.kobus@pb.edu.pl

DOI: 10.65731/az-2026-0082

Streszczenie

Postępująca cyfryzacja oraz rosnąca popularność mediów społecznościowych sprawiają, że coraz większego znaczenia nabiera analiza ich wpływu na funkcjonowanie psychospołeczne młodych dorosłych. Celem artykułu jest analiza zależności między popularnością w mediach społecznościowych, samooceną oraz wynikami akademickimi. Szczególną uwagę poświęcono wpływowi czasu ekranowego, liczby obserwatorów oraz aktywności w mediach społecznościowych na dobrostan psychiczny i funkcjonowanie edukacyjne badanych. W artykule przeanalizowano również zależności między czasem spędzanym w mediach społecznościowych a prokrastynacją, związek liczby obserwatorów z wahaniami nastroju oraz różnice płciowe w reakcji na brak interakcji w sieci. Uzyskane wyniki wskazują,

że sposób korzystania z mediów społecznościowych pozostaje powiązany z poziomem samooceny oraz wybranymi aspektami funkcjonowania akademickiego i psychospołecznego młodych dorosłych. Przeprowadzone analizy wskazują, że równowaga między aktywnością online i offline może odgrywać istotną rolę w utrzymaniu dobrostanu psychicznego oraz efektywności uczenia się.

Słowa kluczowe

media społecznościowe, samoocena, dobrostan psychospołeczny, badania ankietowe

Wstęp

Już starożytne narzekania Sokratesa na młodzież pokazują, że starsze pokolenia od zawsze krytykowały zachowanie młodych – a to w gruncie rzeczy oznacza, że ich własne metody wychowawcze okazywały się nieskuteczne. Dziś jednak sytuacja jest jeszcze trudniejsza. Dzieci dorastają w świecie zdominowanym przez technologię, a internet, smartfony i telewizja nie tylko kształtują ich postawy, ale wręcz zaczynają zastępować tradycyjne wychowanie. Dzieje się tak często za zgodą samych rodziców. Zapracowani i zmęczeni dorośli chętnie wykorzystują media jako tzw. „trzeciego rodzica”, który przejmuje opiekę nad dzieckiem [Morbitzer, 2014, s. 119-120]. Dla współczesnej młodzieży internet to po prostu naturalna przestrzeń społeczna. To tam uczą się norm, kształtują swoje wartości, budują tożsamość i utrzymują kontakty z innymi. Sieć ma dziś ogromny, bezpośredni wpływ na ich kondycję psychiczną, emocjonalną i zdrowotną. Zjawisko to straciło swój marginalny charakter, stając się powszechną cechą generacyjną. [Nastolatki ..., 2023, s. 5]. Jak wskazują najnowsze, ogólnopolskie badania NASK, współczesny nastolatek spędza w sieci w dni powszednie średnio aż 5 godzin 36 minut, w 2020 było to 4 godziny i 50 minut. Ponadto, 16,2% badanych nastolatków, zadeklarowało, że nie jest w stanie wytrzymać bez mediów społecznościowych dłużej niż godzinę [Nastolatki..., 2023, s. 7-8]. Ta ciągła pogoń za cyfrową aprobatą i przeniesienie relacji do sieci bezpośrednio uderzają w konstrukcję psychiczną młodzieży, wywołując to, co badacze nazywają „triadą kryzysu psychicznego” – stan przepełniony samotnością, brakiem poczucia sprawczości oraz skrajnie niską samoocenę. Skalę tego problemu w Polsce idealnie obrazują ogólnokrajowe badania „MŁODE GŁOWY” zrealizowane przez Fundację UNAWEZA [Raport..., 2023]. Wynika z nich, że niemal połowa badanych uczniów (46%) cierpi z powodu skrajnie niskiej samooceny. Ponadto, aż 65,9% badanych otwarcie przyznaje, że chciałoby mieć więcej szacunku do siebie. Młodzi ludzie, budując swój wizerunek w oparciu o nierealne standardy

i liczbę lajków w mediach społecznościowych, stają się swoimi największymi krytykami. W efekcie co trzeci uczeń nie lubi siebie (31,6%), a ponad jedna czwarta (26,4%) uważa się za osobę mniej wartościową od innych, co rodzi chroniczny stres, który codziennie przerasta 81% badanych nastolatków. Co kluczowe dla analizy pedagogicznej, ten dramatyczny spadek poczucia własnej wartości oraz cyfrowe przebudżcowanie drastycznie rzutują na strefę poznawczą i efektywność edukacyjną uczniów. Nastolatek uwikłany w kryzys samooceny i presję wizerunkową sieci traci zasoby psychiczne niezbędne do efektywnego przyswajania wiedzy. Raport „MŁODE GŁOWY” wprost dokumentuje to przełożenie: na czele problemów polskiej młodzieży stoi brak motywacji do działania (52,4%), szeroko powiązany z zaburzeniami koncentracji uwagi (38,1%) oraz problemami ze snem (37%). Ostatecznym rezultatem tej kaskady problemów są bezpośrednie kłopoty w nauce, które skarży się niemal co trzeci uczeń (30,6%). Przedstawione dane empiryczne wyraźnie dowodzą, że współczesne problemy edukacyjne młodzieży nie wynikają jedynie z lenistwa czy braku predyspozycji intelektualnych, lecz są głęboko zakorzenione w ich kondycji psychicznej oraz dynamicznie zmieniającym się środowisku cyfrowym. Analiza tych danych prowadzi do wniosku, że cyfrowe życie nastolatków i ich stan psychiczny mają ogromny wpływ na to, jak radzą sobie w szkole. Niniejszy artykuł powstał po to, aby dokładnie zbadać te powiązania. Głównym celem artykułu jest wielowymiarowa analiza zależności między popularnością w sieci, samooceną a wynikami akademickimi młodzieży.

1. Przegląd literatury

1.1. Rozwój mediów społecznościowych a funkcjonowanie psychospołeczne młodych dorosłych

Rozwój technologii na przestrzeni dziejów niejednokrotnie prowadził do istotnych przemian społecznych, kulturowych i komunikacyjnych. Współczesna rewolucja cyfrowa wyróżnia się jednak skalą swojego oddziaływania, ponieważ technologie informacyjno-komunikacyjne przeniknęły niemal wszystkie obszary życia człowieka [Wróblewski i in., 2023; Dec i in., 2024]. Szczególnie widoczne jest to wśród młodych dorosłych, których codzienne funkcjonowanie w znacznym stopniu opiera się na korzystaniu z mediów cyfrowych i mediów społecznościowych. W rezultacie współczesna rzeczywistość społeczna znacząco różni się od tej sprzed kilkunastu lat. Jak podkreśla Kopiecka-Piech [Wasylewicz, 2024, s. 122], mediatyzacja jest specyficznym procesem społeczno-przestrzennym, który stanowi spójną koncepcję teoretyczną opisującą zmiany zachodzące pod wpływem mediów. Obejmuje ona nie tylko

rozwój technologii, lecz również przekształcenie sposobów komunikowania się, organizacji życia społecznego oraz funkcjonowania jednostek we współczesnym świecie. Na tempo i kierunek tych przemian znaczący wpływ wywarł rozwój mediów społecznościowych. Jak wskazuje Kozłowska [Wasylewicz, 2024, s. 122], sposób funkcjonowania współczesnego społeczeństwa pozostaje ściśle związany z rozwojem mediów społecznościowych, ich funkcjonalnością oraz sposobem wykorzystania ich przez użytkowników. Proces ten stopniowo przenika do codziennego życia jednostek, przyczyniając się do ukształtowania społeczeństwa sieciowego. Pisarek [Wasylewicz, 2024, s. 122] zwraca uwagę, że mediatyzacja oznacza pośrednictwo mediów w procesie poznawania rzeczywistości, wpływając na sposób postrzegania świata oraz interpretowania zjawisk, których jednostka nie doświadcza bezpośrednio. W konsekwencji media nie tylko przekazują informacje, lecz również uczestniczą w konstruowaniu społecznego obrazu rzeczywistości i doświadczeń odbiorców. Analizując aktywność młodych dorosłych w mediach społecznościowych, warto odwołać się do koncepcji Ervinga Goffmana przedstawionej w pracy „Człowiek w teatrze życia codziennego”. Autor porównuje życie społeczne do spektaklu teatralnego, w którym jednostki pełnią określone role i starają się wywołać u odbiorców zamierzone wrażenie poprzez odpowiednio zaplanowaną autoprezentację. Współczesne media społecznościowe można postrzegać jako przestrzeń pełniącą funkcję takiej sceny, na której użytkownicy świadomie kreują swój wizerunek oraz zarządzają sposobem, w jaki są postrzegani przez innych. Jak zauważyła Andrzejewska [2021, s. 89-90], publikowanie fotografii, materiałów wideo, relacji z codziennego życia czy informacji dotyczących emocji i miejsca pobytu stanowi element budowania własnego obrazu w środowisku internetowym. Użytkownicy podejmują działania mające na celu zaprezentowanie siebie w możliwie najbardziej korzystny sposób, dostosowując publikowane treści do oczekiwań odbiorców oraz obowiązujących trendów. Autorka wyróżnia dwie podstawowe strategie autoprezentacji występujące w mediach społecznościowych. Pierwsza opiera się na eksponowaniu życia prywatnego i ujawnianiu informacji o sobie, natomiast druga polega na kreowaniu wyidealizowanego obrazu własnej osoby przez prezentowanie atrakcyjnego stylu życia, sukcesów czy wyglądu zgodnego z aktualnymi kanonami. Niezależnie od przyjętej strategii, nadrzędnym celem działań użytkowników pozostaje uzyskanie pozytywnej relacji odbiorców oraz zdobycie społecznej akceptacji [Andrzejewska, 2021, s. 89-90]. Współczesne platformy społecznościowe przez część badaczy definiowane jako „media trzeciego sektora” fundamentalnie przekształcają relacje społeczne. Ich specyfika technologiczna pozwala na zdobywanie masowych zasięgów bez jakiegokolwiek zewnętrznej kontroli nad rzetelnością publikowanych treści. Ma to ogromne znaczenie dla młodych dorosłych, dla których kluczowym etapem

rozwoju jest kształtowanie własnej tożsamości oraz integracja z grupą rówieśniczą. W Internecie zaciera się granica między tym, co prywatne, a tym co publiczne. Przez to ludzie łatwiej dzielą się swoją prywatnością i częściej przekraczają granice tego, co w świecie realnym uznalibyśmy za „wypada” lub „nie wypada” [Andrzejewska i Bednarek, 2023, s. 112]. Głównym elementem aktywności w sieci stała się auto-prezentacja oparta na kreowaniu wyidealizowanego wizerunku. Pokazując zbyt wiele ze swojego prywatnego życia, ludzie tworzą w sieci nierealne wizje piękna i sukcesu, którym nikt w prawdziwym świecie nie jest w stanie dorównać. Jak wskazuje Bell [Andrzejewska i Bednarek, 2023, s. 112] młodzi ludzie uzależniają poczucie własnej wartości od reakcji internautów, dążąc do wykreowania swojej sieciowej osoby jako osoby maksymalnie atrakcyjnej społecznie i wizualnie. W konsekwencji te wirtualne standardy zaczynają determinować w ich realnym życiu wywołując radykalne zmiany w codziennych nawykach, stosunku do własnego ciała oraz rodzą obsesyjną chęć dorównania internetowym idolom. To z kolei powoduje opieranie poczucia własnej wartości na czynnikach zewnętrznych i drastycznie zwiększa ryzyko uzależnienia behawioralnego od technologii [Andrzejewska i Bednarek, 2023, s. 112]. Z perspektywy psychologicznej kluczową rolę w samopoczuciu internauty odgrywa tzw. pętla cyfrowej gratyfikacji. Reakcje takie jak „lajki” czy komentarze działają jak natychmiastowe bodźce nagradzające, które na chwilę poprawiają nastrój i sztucznie podnoszą samoocenę. Potrzeba zdobycia aprobaty i komplementów motywuje do dalszych działań wizerunkowych i napędza konformizm [Andrzejewska i Bednarek, 2023, s. 112].

Szerokie spektrum negatywnych konsekwencji nadużywania mediów społecznościowych przez młodą populację można sklasyfikować w kilku komplementarnych wymiarach [Andrzejewska i Bednarek, 2023, s.113-114]:

1. Wymiar psychologiczny: odcięcie od internetu może wywoływać lęki, nastrój depresyjny oraz wybuchy agresji. W skrajnych sytuacjach ludzie zaczynają tracić kontakt z rzeczywistością, zaczynają mieć fobie społeczne skutkujące wycofaniem się z realnego świata oraz zanikiem umiejętności bezpośredniej rozmowy. Dodatkowo ciągłe korzystanie z ekranów zaburza rytm snu, co prowadzi do chronicznego zmęczenia i problemów z koncentracją.
2. Wymiar społeczny: W sferze rodzinnej następuje osłabienie więzi i wzrost konfliktów, ponieważ telefon staje się ważniejszy od rodziny. W sferze akademickiej problem objawia się opuszczaniem zajęć, łamaniem regulaminów oraz zaniedbywaniem obowiązków naukowych.

3. Wymiar intelektualny: Przeladowanie informacji sprawia, że młodzi ludzie bezkrytycznie przyswajają masę niesprawdzonych wiadomości i fake newsów. Prowadzi to do zaniku autentycznych pasji, rezygnacji z rozwijania hobby oraz utraty motywacji do regularnego wysiłku intelektualnego.
4. Wymiar moralny i egzystencjalny: Brak odgórnej cenzury i weryfikacji w sieci naraża młodych użytkowników na niebezpieczne zjawiska. Mowa tu o łatwym dostępie do cyberprzestępczości, destrukcyjnych grup, a także substancji odurzających czy instruktaży zachowań autodestrukcyjnych.

Dynamiczny rozwój social mediów stworzył środowisko o silnym potencjale stymulującym, które oddziałuje na młodego człowieka w sposób dwoisty. Choć oferuje pozorne mechanizmy szybkiej nagrody i budowania popularności, jednocześnie obciąża użytkownika ogromnymi kosztami w sferze poznawczej, emocjonalnej i behawioralnej. Ten głęboki kryzys psychospołeczny staje się bezpośrednim punktem wyjścia do oceny kolejnego istotnego aspektu życia młodych dorosłych i ich efektywności oraz wyników w nauce.

1.2. Problemатyczne korzystanie z mediów społecznościowych

Zjawisko FOMO (Fear of Missing Out) można najprościej zdefiniować jako obawę przed odłączeniem od strumienia informacji i relacji. Choć koncepcja ta została wprowadzona w latach 90. przez stratega Dana Hermmana, jej pierwotne znaczenie nie było związane z technologiami cyfrowymi. Dopiero gwałtowny rozwój mediów społecznościowych przyczynił się do redefinicji tego zjawiska i nadania mu szerszego kontekstu. Nieograniczony dostęp do sieci daje użytkownikom poczucie ciągłego uczestnictwa w życiu znajomych oraz bycia na bieżąco ze wszystkimi nowościami, co z kolei rodzi rosnący strach przed wypadnięciem z obiegu. Lęk przed tym, że w momencie bycia offline ominie nas coś istotnego, dotyka coraz większe grupy polskich internautów. Choć syndrom ten może wystąpić u każdego, niezależnie od metryki, to nastolatki stanowią grupę najbardziej na niego podatną. Z perspektywy współczesnych badaczy FOMO przestało być traktowane w kategoriach niegroźnej ciekawostki, a obecnie opisuje się je jako realne zagrożenie, które może znacząco obniżyć jakość życia i zaburzyć codzienne funkcjonowanie [<https://fomo.wdib.uw.edu.pl/2023/01/24/fomo-2022-polacy-a-lek-przed-odlaczeniem-raport-z-iv-edycji-badan/>, 29.06.2026]. Z badań wynika, że głównymi powodami aktywności w mediach społecznościowych są: poszukiwanie wiedzy i informacji oraz chęć relaksu i rozrywki. U osób z wysokim wskaźnikiem FOMO tendencje te są znacznie silniejsze niż wśród pozostałych użytkowników. Co istotne, osoby dotknięte FOMO wykazują również zwiększoną potrzebę wykorzystywania tych

platform do kreowania wizerunku i podnoszenia swojego statusu społecznego. Podczas gdy w populacji ogólnej dbałość o autoprezentację deklaruje około 20% osób, w grupie z wysokim poziomem FOMO odsetek ten przekracza 40% [FOMO..., 2022, s. 21-22]. Wskazuje to, że media społecznościowe pełnią dla tej grupy funkcję narzędzia służącego budowaniu społecznego uznania, a nie tylko komunikacji. Ponadto autorzy raportu podkreślają, że media społecznościowe są często wykorzystywane jako sposób na poprawę nastroju. Osoby z wysokim FOMO sięgają po nie częściej, gdy odczuwają nudę, przeżywają spadek nastroju lub chcą odciąć się od codziennych spraw. Taka strategia radzenia sobie z trudnymi emocjami za pomocą aktywności online może prowadzić do wykształcenia się nawykowego, częstego korzystania z serwisów społecznościowych zwłaszcza w chwilach obniżonego samopoczucia. [FOMO..., 2022, s. 21-22]. Nasilone zjawisko FOMO ma bezpośredni wpływ na psychospołeczne funkcjonowanie oraz zdrowie psychiczne młodych ludzi. Osoby wykazujące wysoki poziom tego lęku częściej zmagają się z objawami depresji, obniżonym samopoczuciem oraz pogorszoną oceną własnego stanu fizycznego. Dodatkowo, destrukcyjne korzystanie z technologii cyfrowych wiąże się u nich z obniżeniem parametrów pamięci oraz negatywnymi zmianami fizycznymi [Tomczyk, 2018, s. 144].

Istnieje również wyraźna korelacja między FOMO a zachowaniami ryzykownymi [Tomczyk, 2018, s. 145]:

1. Osoby z syndromem FOMO częściej nadużywają alkoholu, co wynika z regularnego kontaktu z treściami w mediach społecznościowych promującymi używki oraz z presji budowania relacji „za wszelką cenę”
2. Destruktywne wzorce zachowań przenoszą się ze świata wirtualnego do realnego, czego przykładem jest używanie telefonu komórkowego podczas prowadzenia samochodu.

Współczesna nauka podkreśla, że choć dotychczasowe badania wykazują silne zależności między syndromem FOMO a obniżonym samopoczuciem, konieczne jest prowadzenie dalszych, wieloletnich analiz podłużnych, aby w pełni wyjaśnić mechanizm zmian emocjonalnych i fizycznych wywoływanych przez FOMO [Tomczyk, 2018, s. 145]. Lęk przed przegapieniem istotnych informacji jest również czynnikiem znacząco obniżającym koncentrację w procesie edukacyjnym. Przejawia się to w formie ciągłego rozpraszania uwagi, co ilustruje m.in. impulsywne korzystanie z portali społecznościowych, takich jak Facebook, podczas trwania wykładów. Zjawisko to również objawia się trudnościami w koncentracji na konkretnym zadaniu oraz tendencją do odkładania obowiązków na później (prokrastynacją) [Ciłko i Owsieniuk, 2020, s. 73-74]. Raport „FOMO 2022- Polacy a lęk przed odłączeniem” wskazują na istotną różnicę w nawykach edukacyjnych w zależności

od poziomu lęku przed wykluczeniem. O ile w grupie ogólnej 19% [FOMO..., 2022, s. 26] uczniów korzysta z internetu w sposób niezwiązany z tematyką lekcji lub wykładu, to w przypadku osób z wysokim indeksem FOMO wskaźnik ten wzrasta aż do 41% [FOMO..., 2022, s. 26]. Powyższa różnica, przekraczająca dwukrotność wyniku grupy ogólnej, stanowi dowód na to, że FOMO jest znaczącym czynnikiem utrudniającym utrzymanie uwagi na celach edukacyjnych, sprzyjającym dekoncentracji i prokrastynacji w środowisku szkolnym. W świetle przedstawionych badań FOMO można uznać za jeden z mechanizmów zwiększających ryzyko problematycznego korzystania z mediów społecznościowych, co może przekładać się zarówno na funkcjonowanie psychospołeczne jednostki, jak i jej osiągnięcia edukacyjne.

1.3. Relacje online i offline a poczucie własnej wartości

Postępujący rozwój cyfryzacji sprawił, że obecność młodych ludzi w sieci przestała być jedynie dodatkiem, a stała się nieodłączną częścią ich codziennego życia społecznego. Obecnie zaciera się granica między światem offline a online, gdyż obie te strefy nieustannie na siebie oddziałują. Według Dębskiego, Pyżalskiego, Borcheta i Witkowskiej, rzeczywistość cyfrowa przenika niemal każdą domenę ludzkiej egzystencji, w tym edukację, aktywność zawodową, interakcje z innymi oraz proces formowania tożsamości. Technologie wyszły poza rolę prostych środków komunikacji, przekształcając się w środowisko, w którym młodzież nawiązuje relacje i funkcjonuje w społeczeństwie [Dębski i in., 2025, s. 4]. Wraz z rozwojem serwisów społecznościowych, kontakty międzyludzkie przeniosły się na płaszczyznę łączącą świat realny z cyfrowym. Wirtualna rzeczywistość stała się dla młodego pokolenia naturalnym środowiskiem służącym do nawiązywania relacji, pielęgnowania znajomości oraz autoprezentacji. Wiąże się to jednak z dużą potrzebą zewnętrznej aprobaty, która bywa mierzona cyfrowymi wskaźnikami, takimi jak liczba reakcji, komentarzy czy obserwujących. Skutkiem takiego mechanizmu jest nierzadko uzależnienie poczucia własnej wartości od opinii innych osób, co sprawia, że młodzi ludzie stają się bardziej podatni na niekorzystne porównania społeczne oraz dotkliwe odczuwanie negatywnych emocji, gdy ich oczekiwania co do zainteresowania innych nie zostaną zaspokojone [Dębski i in., 2025, 6-8]. Poczucie własnej wartości kształtuje się przez całe życie pod wpływem doświadczeń oraz relacji z innymi ludźmi. Szczególnie istotny jest okres dzieciństwa i dorastania, kiedy obraz własnej osoby budowany jest na podstawie informacji zwrotnych otrzymywanych od rodziców i rówieśników. Jak wskazuje Kata, akceptacja ze strony najbliższego otoczenia

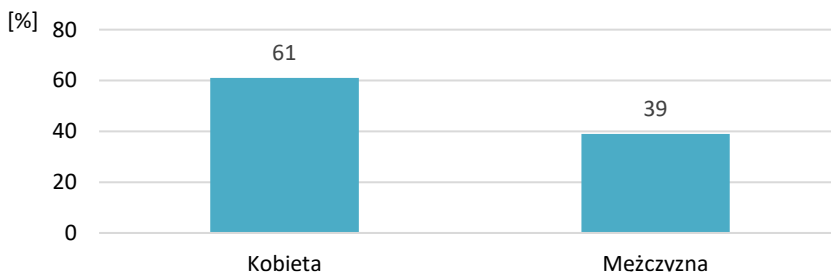
sprzyja budowaniu trwałej i stabilnej samooceny, natomiast jej brak może prowadzić do zwiększonej potrzeby poszukiwania aprobaty społecznej [Kata, 2018, s. 97-99]. Analizy przeprowadzone przez Porzaka dowodzą, że solidne fundamenty samooceny wyrastają przede wszystkim z jakości więzi rodzinnych. Autor zauważa, że młodzi ludzie, którzy w domu otrzymują wsparcie oraz poczucie bycia akceptowanym, nie odczuwają tak silnej potrzeby poszukiwania potwierdzenia swojej wartości w świecie wirtualnym. Odwrotna sytuacja występuje u osób borykających się z brakami w relacjach z bliskimi, mają one tendencję do tworzenia wielu, lecz płytkich więzi w internecie, traktując je jako narzędzie do dowartościowania się i uzyskania potwierdzenia własnej atrakcyjności czy przynależności do grupy [Porzak, 2012, s. 75-76]. Poczucie własnej wartości stanowi kluczowy składnik autoportretu jednostki, który w istotny sposób oddziałuje na jej funkcjonowanie w wymiarze poznawczym, emocjonalnym oraz społecznym. Jest ono wynikiem wewnętrznych ocen, jakich człowiek dokonuje wobec własnych atrybutów, wyglądu, osiągnięć oraz jakości swoich relacji z otoczeniem. Warto jednak pamiętać, że samoocena nie wynika wyłącznie z indywidualnych przeżyć, jest ona efektem złożonej interakcji między osobistymi przemyśleniami a opiniami płynącymi z zewnątrz. Innymi słowy, obraz własnego „ja” stanowi wypadkową naszych doświadczeń oraz informacji zwrotnych otrzymywanych od innych. Jeśli dochodzi do rozbieżności między własnym postrzeganiem siebie a zewnętrznymi opiniami społecznymi, może to skutkować destabilizacją obrazu własnej osoby oraz obniżeniem ogólnego dobrostanu psychicznego [Góralewska-Słońska, 2021, s. 98-100]. Postrzeganie siebie działa jako istotny mechanizm regulujący ludzkie zachowanie, rzutując na nasz autoportret, sposób interakcji z otoczeniem oraz umiejętność radzenia sobie z codziennością. Osoby o wysokiej samoocenie wykazują się większą wiarą w swoje kompetencje, skuteczniej zarządzają stresem i wykazują wyższą odporność psychiczną, co czyni je bardziej otwartymi na podejmowanie nowych wyzwań. Pozytywna ocena siebie przekłada się również na wyższą jakość relacji z innymi, redukuje obawy przed byciem odrzuconym oraz umacnia poczucie bezpieczeństwa. Dzięki tym zasobom jednostka z większą łatwością wyznacza sobie cele, wykazuje się inicjatywą i skuteczniej pokonuje napotkane przeszkody [Renata Biernat, Troska o poczucie własnej wartości dzieci w rzeczywistości szkolnej – wymiar teoretyczny i praktyczne implikacje, 2016, s. 152-153]. Z kolei osoby o niskim poczuciu własnej wartości funkcjonują w sposób odmienny, częściej zmagając się z lękiem, niepewnością oraz poczuciem winy. Problemy z budowaniem satysfakcjonujących więzi społecznych łączą się u nich z wyższą podatnością na stres i trudnymi emocjami. Niska samoocena bywa przyczyną wycofywania się z życia społecznego, ograniczania wła-

snej aktywności, unikania nowych zadań oraz spadku motywacji. Skupienie na własnych deficytach i pesymistyczne przewidywanie porażek, w połączeniu z problemami w konstruktywnym przyjmowaniu opinii innych, prowadzi często do utrwalenia negatywnego obrazu własnej osoby [Biernat, 2016, s. 154-155]. Podsumowując, relacje interpersonalne, zarówno te nawiązywane w świecie rzeczywistym, jak i za pośrednictwem internetu, odgrywają istotną rolę w kształtowaniu poczucia własnej wartości młodych ludzi. Trwały fundament samooceny stanowią przede wszystkim więzi rodzinne oraz rówieśnicze, oparte na wzajemnym zaufaniu, wsparciu i koncentracji, gdyż to właśnie w tych relacjach młodzi ludzie po raz pierwszy weryfikują swoje kompetencje i poczucie przynależności. Upowszechnienie mediów społecznościowych dodało do tego procesu przestrzeń internetową, która również stała się znaczącym źródłem informacji zwrotnych na temat własnej osoby. Choć aktywność w sieci może skutecznie wspierać relacje i poczucie bycia częścią grupy, to niebezpieczne przeniesienie punktu ciężkości na reakcje wirtualne zwiększa podatność na destrukcyjne porównania społeczne i pogorszenie dobrostanu psychicznego. Wobec powyższego, zachowanie balansu między funkcjonowaniem w świecie rzeczywistym a wirtualnym staje się warunkiem koniecznym dla zapewnienia młodzieży stabilnej samooceny i zdrowego rozwoju psychospołecznego.

2. Metodyka badań

2.1. Uczestnicy badania

Badanie zostało zrealizowane wiosną 2026 roku. Wzięło w nim udział 97 studentów studiujących na Politechnice Białostockiej oraz Uniwersytecie Przyrodniczym w Lublinie. Udział w badaniu był dobrowolny i anonimowy. Wśród respondentów przeważały kobiety, które stanowiły 61% badanej próby, natomiast mężczyźni stanowili 39% (rys. 1).



Rys. 1. Płeć osób biorące udział w ankiecie

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Pod względem wieku badani należeli do dwóch grup. Najliczniejszą grupę stanowili respondenci w wieku 18-21 lat, których było 52 osób co stanowi 53,6%. Drugą grupę tworzyły osoby w wieku 22-30 lat – 45 respondentów, co stanowi 46,4%. Badana grupa składa się z młodych dorosłych, którzy należą do populacji najaktywniej korzystającej z mediów społecznościowych. Biorąc pod uwagę dużą częstotliwość korzystania z telefonu, osoby te stają się odpowiednią reprezentatywną grupę do analizy zależności między popularnością w sieci, samooceną oraz wynikami akademickimi.

2.2. Narzędzia badawcze i procedura

W badaniu posłużono się techniką sondażu diagnostycznego, wykorzystując do tego narzędzie CAWI (Computer-Assisted Web Interview). Polegało to na zdalnym wypełnieniu ankiety online przez uczestników badania. Decyzja o zastosowaniu tej metody wynikała z chęci sprawnego dotarcia do szerokiego grona studentów, zagwarantowania im poufności, a także usprawnienia samego procesu zbierania i późniejszej analizy uzyskanych odpowiedzi. Narzędzie badawcze stanowi autorski kwestionariusz ankiety opracowany w aplikacji Microsoft Forms. Kwestionariusz składał się z 14 pytań, obejmujących zagadnienia dotyczące aktywności respondentów w mediach społecznościowych, popularności w sieci, samooceny oraz wyników akademickich. Badanie przeprowadzono w formie elektronicznej. Link do ankiety został udostępniony studentom Politechniki Białostockiej oraz Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie. Zastosowanie internetowej formy ankiety umożliwiło zebranie danych w krótkim czasie oraz ograniczyło ryzyko błędów związanych z ręcznym wprowadzaniem odpowiedzi do baz danych. Do zgromadzenia danych oraz przygotowania wykresów wykorzystano program Microsoft Excel, natomiast analizę statystyczną przeprowadzono przy użyciu programu Statistica.

2.3. Metody analizy statystycznej

W procesie opracowania wyników badań zdecydowano się na zastosowanie testów nieparametrycznych. Wybór ten podyktowany był charakterem zgromadzonych danych, które ze względu na rozkład nie spełniały założeń niezbędnych do wykorzystania testów parametrycznych. W analizie statystycznej posłużono się następującymi metodami:

1. Korelacja rang Spearmana [Luszniewicz i Słaby, 2008, s.293]: Tą metodę wykorzystano do zbadania siły i kierunku zależności pomiędzy zmiennymi.

Pozwoliła ona na ocenę korelacji w oparciu o rangi, co jest adekwatne dla danych nieposiadających rozkładu normalnego.

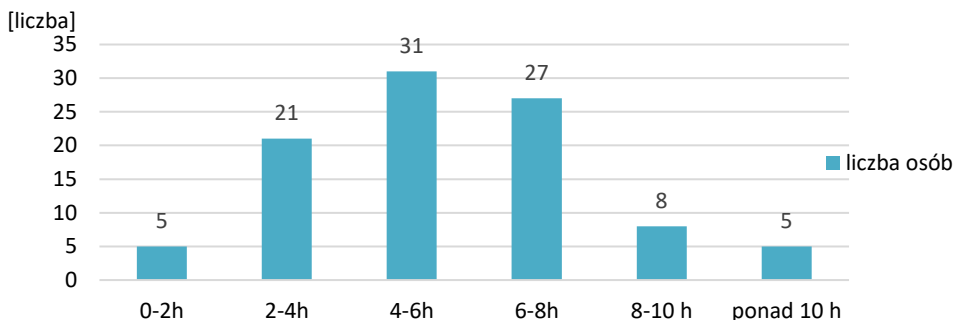
2. Test U Manna-Whitneya [Rabiej, 2012, s.152-153]: Wybrano go w celu weryfikacji istotności różnic pomiędzy dwiema niezależnymi grupami respondentów.

Za przyjęty poziom istotności statystycznej uznano 0,05. Wszystkie prezentowane w dalszej części pracy zależności, przy których uzyskano wartość p poniżej tej wielkości, zostały uznane za statystycznie istotne.

3. Wyniki badań

Analiza relacji między popularnością w sieci, samooceną a ocenami studentów rozpoczęła się od określenia czasu, jaki badani spędzają przed ekranami telefonów. Urządzenia te są dla większości badanych podstawowym narzędziem kontaktu ze światem wirtualnym.

Wykres na rysunku 2 pokazuje, ile godzin dziennie ankietowani korzystają z telefonu (rys. 2).



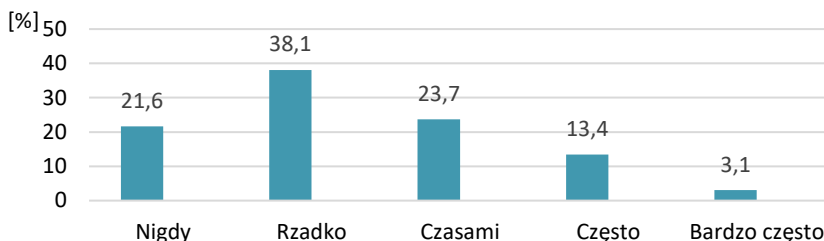
Rys. 2. Czas spędzany na korzystaniu z telefonu

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Z zebranych danych wynika, że telefon towarzyszy badanym przez większą część dnia. Najwięcej osób wskazało, że używa telefonu od 4 do 6 godzin (32% ankietowanych) oraz od 6 do 8 godzin dziennie (28% ankietowanych). Oznacza to, że ponad połowa ankietowanych jest niemal stale połączona do sieci. Z kolei skrajności, czyli osoby korzystające z telefonu krótko (do 2 godzin) lub bardzo długo (ponad 10 godzin) stanowiły zdecydowaną mniejszość (w obu przypadkach po 5% osób).

Nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych często przenosi się na godziny wieczorne i nocne, co może odbijać się na jakości odpoczynku. W ankiecie

zapytano respondentów, jak często odkładają sen z powodu przeglądania mediów społecznościowych (rys. 3).



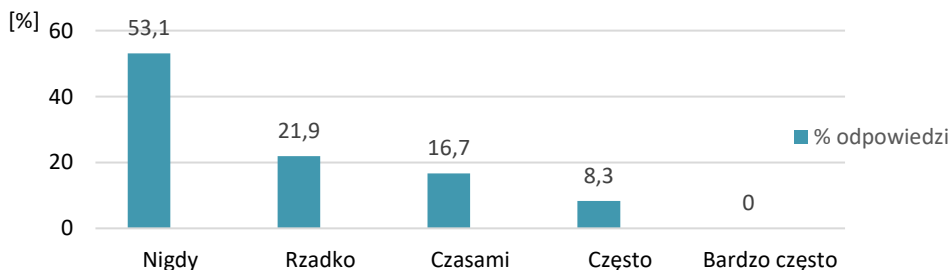
Rys. 3. Częstotliwość opóźniania snu ze względu na korzystanie z mediów społecznościowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Uzyskane odpowiedzi pokazują, że problem nocnego korzystania z telefonu dotyczy sporej części badanych. Największa grupa studentów zadeklarowała, że odkładanie snu z tego powodu zdarza się im rzadko (38,1%) lub nigdy (21,6%). Oznacza to, że blisko 60% ankietowanych stara się dbać o odpowiednią porę odpoczynku. Z drugiej strony, ponad jedna trzecia studentów zмага się z tym problemem w stopniu zauważalnym: czasami sen z powodu telefonu odkłada 23,7% osób, a często lub bardzo często łącznie 16,5% badanych. Choć odpowiedzi bardzo często stanowią zaledwie 3,1% to regularne opóźnianie snu na rzecz mediów społecznościowych przez co szóstego studenta może negatywnie wpływać na ich koncentrację w trakcie porannych zajęć i w konsekwencji na wyniki w nauce.

Wiedząc, że telefon towarzyszy studentom przez większość dnia, kluczowe staje się pytanie, czy korzystają z niego także w momentach wymagającym koncentracji na nauce.

Odpowiedzi na pytanie o częstotliwość kontrolowania swoich profilów w czasie przeznaczonym na edukację przedstawia rysunek 4.

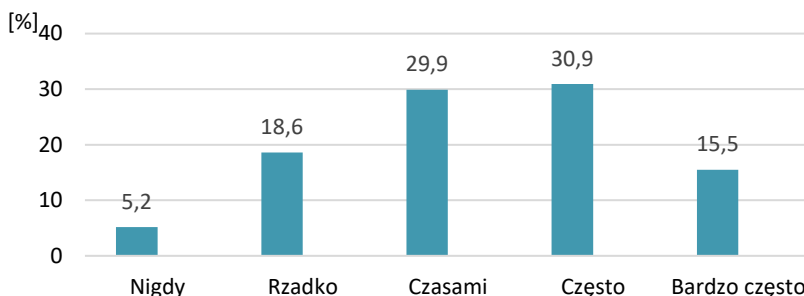


Rys. 4. Częstotliwość sprawdzania statystyk w mediach społecznościowych podczas nauki

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Jak pokazują dane, mimo ogólnego długiego czasu spędzanego z telefonem w ciągu dnia, studenci potrafią zachować dyscyplinę w trakcie nauki. Ponad połowa badanych (53,1%) zadeklarowała, że nigdy nie sprawdza powiadomień ani lajków, gdy musi się skoncentrować. Kolejne 21,9% ankietowanych robi to rzadko, co oznacza, że łącznie blisko trzy czwarte studentów stara się w pełni skupić na swoich obowiązkach akademickich. Odpowiedzi „bardzo często” nie wskazał nikt z badanych. Pokazuje to, że choć media społecznościowe są ważną częścią życia studentów, większość z nich potrafi postawić wyraźną granicę między czasem wolnym a nauką.

Okazuje się jednak, że o ile studenci radzą sobie z zachowaniem skupienia w trakcie samej nauki, o tyle znacznie większym wyzwaniem jest dla nich sam moment przystąpienia do obowiązków. Kolejne pytanie w ankiecie dotyczyło tego, jak często badani odkładają rozpoczęcie nauki, tłumacząc to sobie chęcią szybkiego sprawdzenia powiadomień w telefonie (rys. 5).



Rys. 5. Częstotliwość odkładania rozpoczęcia nauki ze względu na chęć sprawdzenia powiadomień w telefonie

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Dane na wykresie wyraźnie pokazują, że smartfon jest częstym powodem prokrastynacji. Największa grupa respondentów przyznała, że odkładanie nauki z powodu chęci zajrzenia do telefonu zdarza się im często (30,9%) lub czasami (29,9%). Kolejne 15,5% badanych robi to bardzo często. Oznacza to, że łącznie ponad 75% studentów zmaga się z problemem odwiekowania nauki przez rozproszacze w telefonie. Nieliczni wskazali, że taka sytuacja nie ma u nich miejsca nigdy (5,2%) lub zdarza się rzadko (18,6%).

Przedstawione powyżej wyniki opisują codzienne nawyki cyfrowe respondentów oraz to, jak korzystają oni z telefonów. Kolejnym kluczowym etapem pracy było przejście do analizy statystycznej w programie Statistica, która miała na celu dokładne zbadanie konkretnych zależności między zmiennymi. W ramach tej analizy szczegółowo zweryfikowano: wpływ czasu ekranowego na oceny i zjawisko prokrastynacji, zależność między liczbą obserwatorów a wahaniami nastroju, różnice

pleciowe w reakcji na brak interakcji w sieci oraz rolę relacji offline jako tarczy ochronnej dla obrostanu.

3.1. Wpływ czasu ekranowego na oceny i zjawisko prokrastynacji

Przeprowadzone badania statystyczne potwierdzają występowanie ujemnej korelacji rang Spearmana ($r = -0,21$) między wymiarem czasu spędzonego przed ekranem a wynikami w nauce – im dłuższy czas spędzony przed ekranem tym niższe wyniki w nauce. Oznacza to, że godziny poświęcone na aktywność w sieci bezpośrednio konkurują z czasem, który powinien być przeznaczony na naukę, prowadząc do obniżenia osiągnięć akademickich.

Proces ten jest determinowany przez szereg współzależnych mechanizmów:

1. Zaburzenia w obszarze procesów poznawczych i zdrowia fizycznego: Zwiększony czas ekranowy wykazuje powiązania z redukcją czasu przeznaczonego na sen ($r = 0,49$) oraz obniżoną zdolnością koncentracji podczas zajęć dydaktycznych ($r = 0,33$).
2. Problemy z efektywnością edukacyjną: Zaobserwowano silną korelację ($0,54$) pomiędzy niestosowaniem się do zaleceń prowadzących zajęcia a tendencją do odkładania obowiązków na później.
3. Aspekt emocjonalny: Skłonność do odkładania obowiązków dydaktycznych na później jest ściśle związana z nastrojem studenta. Zaobserwowano, że obniżenie nastroju będące skutkiem nadmiernego korzystania z mediów społecznościowych wykazuje korelację na poziomie $0,30$ z prokrastynacją akademicką.

Powyższe wyniki sugerują, że destrukcyjne nawyki związane z obecnością w mediach społecznościowych nie ograniczają się jedynie do marnotrawstwa czasu, który mógłby być przeznaczony na naukę. Działania te rzutują również na dobrostan psychofizyczny studentów, co w konsekwencji obniża ich zdolność do skutecznego przyswajania materiału dydaktycznego.

3.2. Zależności między liczbą obserwatorów a wahaniami nastroju

W celu zbadania zależności między liczbą obserwatorów w mediach społecznościowych a wahaniami nastroju zestawiono liczbę obserwatorów respondentów z wynikami dotyczącymi dobrostanu emocjonalnego.

Przeprowadzona analiza wykazała silną dodatnią zależność pomiędzy liczbą obserwatorów a liczbą otrzymywanych polubień ($r = 0,75$). Oznacza to, że respon-

denci posiadający większą liczbę obserwatorów zazwyczaj uzyskiwali również więcej reakcji pod publikowanymi treściami. Wyniki te wskazują, że wzrost popularności w mediach społecznościowych wiąże się z większą aktywnością odbiorców oraz większym zasięgiem publikowanych materiałów.

Wyniki badania sugerują, że bycie „popularnym” w mediach społecznościowych może sprawiać, iż nasze samopoczucie staje się bardziej uzależnione od opinii innych. Współczynnik korelacji rang Spearmana na poziomie $r = 0,49$ potwierdza, że im więcej osób śledzi profil użytkownika, tym gorzej czuje się on w sytuacjach, gdy jego publikacje nie cieszą się oczekiwanym zainteresowaniem. Istnieje wyraźna tendencja – wraz z rosnącą popularnością w mediach społecznościowych, samoocena użytkownika staje się coraz bardziej zależna od tego, jak reagują na niego inni internauci.

Analiza wykazała również dodatnią zależność pomiędzy kompulsywnym sprawdzaniem liczby polubień podczas zajęć a wahaniami nastroju ($r = 0,56$). Uzyskany wynik wskazuje, że osoby częściej monitorujące relacje innych użytkowników są bardziej podatne na zmiany samopoczucia związane z aktywnością w mediach społecznościowych.

Z badania wynika, że wysoka aktywność online wiąże się z większą potrzebą otrzymywania potwierdzenia własnej wartości w postaci reakcji innych użytkowników. Taka koncentracja na miernikach popularności nie tylko podnosi znaczenie zewnętrznej oceny, ale również potęguje stres wynikający z konieczności ciągłego dbania o wizerunek i regularną obecność w mediach społecznościowych.

Uzyskane wyniki potwierdzają, że większa popularność w mediach społecznościowych może wiązać się z większą podatnością na wahania nastroju oraz silniejszym uzależnieniem samopoczucia od reakcji innych użytkowników.

3.3. Weryfikacja różnic płciowych w reakcji na brak interakcji w sieci

W dalszej części badań przeprowadzono test U Manna-Whitneya aby zbadać, czy istnieją statystycznie istotne różnice między odpowiedziami kobiet i mężczyzn w odniesieniu do analizowanych zagadnień. Analiza uzyskanych danych statystycznych wskazuje, że presja wywierana przez środowisko internetowe nie jest odczuwana w sposób jednolity, a znaczące różnice w tym zakresie często wynikają z uwarunkowań płciowych. W badaniu przyjęto poziom istotności 0,05. Wyniki testu przedstawiono w tabeli 1 (czerwono zapisane wartości *p-value* oznaczają różnice statystycznie istotne).

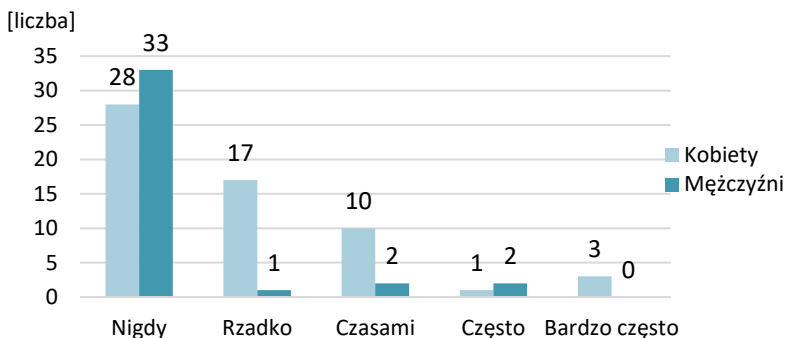
Tab. 1. Wyniki testu U Manna-Whitneya

Zmienna	p-value
Dzienny czas przed ekranem	0,630967
Przybliżona liczba obserwatorów	0,081789
Największa liczba polubień	0,577145
Sprawdzanie polubień podczas zajęć	0,036821
Zarywanie nocy by przeglądać social media	0,418381
Odkładanie nauki, by sprawdzić powiadomienia	0,145426
Niesłuchanie prowadzących by korzystać z telefonu	0,753456
Spadek nastroju, gdy nie osiągnie się pewnej liczby reakcji	0,002386
Zmniejszenie rangi osiągnięć przez pryzmat presji Internetu	0,000281
Częstotliwość spożycia alkoholu	0,442139
Nawiązywanie relacji w świecie offline	0,847627
Pewność podczas prezentacji	0,159178
co łatwiej? sympatia w Internecie czy normalnie	0,764707
średnia ocen z ostatniego semestru	0,064133
Problem z czytaniem a robienie przerw na telefon	0,914663
Poczucie własnej wartości	0,201069

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Na podstawie wyników testu można stwierdzić, że w odniesieniu do:

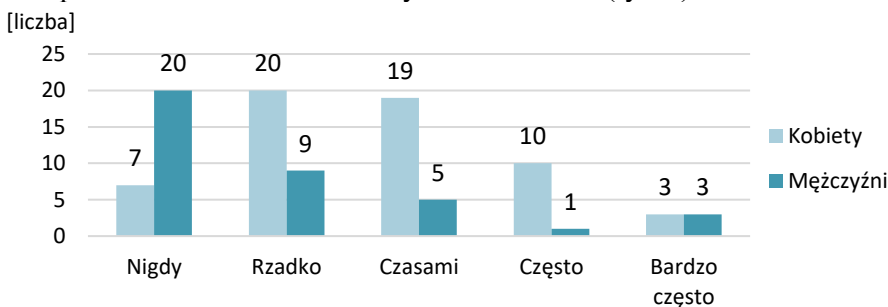
1. reakcji na brak interakcji społecznych: Zaobserwowano istotne różnice w emocjonalnym reagowaniu na brak oczekiwanej liczby reakcji w mediach społecznościowych w zależności od płci respondenta. Podczas gdy mężczyźni w przeważającej mierze deklarują brak negatywnego wpływu tej sytuacji na swój nastrój, kobiety wykazują większe zróżnicowanie w tym zakresie. Znacząca liczbę respondentek deklaruje umiarkowany lub wysoki spadek nastroju. Interpretuje się to jako większą zależność kobiet od gratyfikacji uzyskiwanych w przestrzeni cyfrowej (rys. 6).



Rys. 6. Częstotliwość odczuwania smutku przy braku osiągnięcia oczekiwanej ilości polubień

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

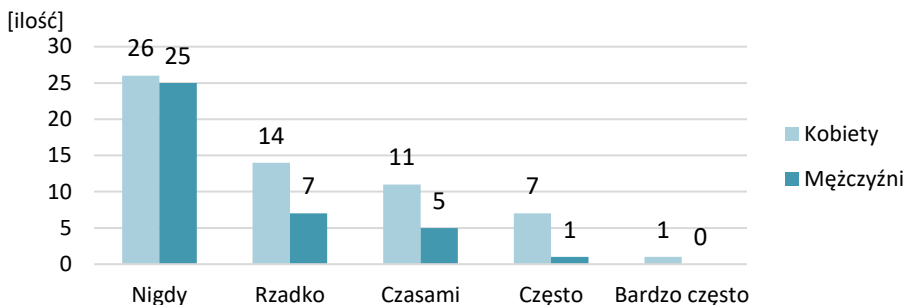
- postrzegania własnych osiągnięć przez pryzmat internetu: Mechanizmy porównań społecznych w sieci silniej oddziałują na poczucie kompetencji u kobiet, co może korelować z uzyskiwanymi przez nie ocenami. W przypadku kobiet zaobserwowano, że internet realnie wpływa na dewaluację własnych sukcesów. Mężczyźni natomiast rzadziej ulegają tendencji do umniejszania swoich rzeczywistych osiągnięć na podstawie porównań z wizerunkami innych osób w sieci (rys. 7).



Rys. 7. Częstotliwość zmniejszania rangi własnych osiągnięć przy braku osiągnięcia oczekiwanej ilości polubień

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

- bieżącej weryfikacji reakcji innych na publikowane treści: Zaobserwowano, że kobiety wykazują silniejszą tendencję do przerywania bieżących czynności w celu sprawdzenia liczby otrzymanych polubień niż mężczyźni. Wynik ten można interpretować jako przypisywanie przez nie większej wagi do wskaźników aprobaty w mediach społecznościowych (rys. 8).



Rys. 8. Częstotliwość sprawdzania ilości polubień podczas zajęć

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankiety.

Z przedstawionej analizy wynika, iż zjawisko presji internetowej prowadzi do różnorodnych skutków psychologicznych, gdzie dla wielu osób (głównie kobiet) nieosiągających wystarczającej „rangi” w sieci, konsekwencją jest obniżenie poczucia własnej wartości oraz deprecjacja osobistych osiągnięć.

3.4. Rola relacji offline jako tarczy ochronnej dla dobrostanu

W celu oceny znaczenia relacji interpersonalnych dla dobrostanu psychicznego respondentów przeanalizowano zależności pomiędzy aktywnością społeczną w środowisku offline i online a wybranymi wskaźnikami samooceny oraz funkcjonowania psychicznego.

Z przeprowadzonych analiz wynika, że istnieje dodatnia korelacja ($r = 0,33$) pomiędzy spotkaniami twarzą w twarz a lepszym samopoczuciem respondentów. Osoby prowadzące aktywne towarzyskie w świecie rzeczywistym wykazują lepszą równowagę emocjonalną. Sugeruje to, że pielęgnowanie relacji offline stanowi istotne wsparcie dla zdrowia psychicznego i może chronić przed niekorzystnymi efektami nadmiaru czasu spędzanego w sieci.

Również odnotowano dodatnią korelację ($r = 0,52$) między aktywnością towarzyską w mediach społecznościowych a poziomem pewności siebie podczas występów publicznych. Uzyskany wynik sugeruje, że interakcje w sieci mogą wspierać rozwój umiejętności komunikacyjnych, co przekłada się na większą śmiałość w sytuacjach wymagających bezpośredniego kontaktu z otoczeniem.

Uzyskane wyniki wskazują, że zarówno relacje offline, jak i odpowiednio wykorzystywane relacje online mogą odgrywać istotną rolę we wspieraniu dobrostanu psychicznego. Szczególne znaczenie wydaje się jednak mają bezpośrednie kontakty interpersonalne, które sprzyjają budowaniu trwałego wsparcia społecznego i mogą

ograniczać negatywny wpływ nadmiernej aktywności w mediach społecznościowych.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie pozwoliło na potwierdzenie zależności między aktywnością w mediach społecznościowych, samooceną oraz wybranymi aspektami funkcjonowania akademickiego młodych dorosłych. Uzyskane wyniki wskazują, że sposób korzystania z mediów społecznościowych może pozostawać w związku zarówno z dobrostanem psychicznym, jak i efektywnością nauki.

Zaobserwowana ujemna zależność pomiędzy czasem ekranowym a wynikami akademickimi sugeruje, że nadmierne korzystanie z urządzeń cyfrowych może ograniczać czas przeznaczany na naukę oraz utrudniać utrzymanie odpowiedniej koncentracji. Jednocześnie wyniki wskazują, że zwiększony czas ekranowy wiąże się z większą skłonnością do odkładania obowiązków na później oraz pogorszeniem samopoczucia. Może to świadczyć o tym, że nadmierna aktywność w mediach społecznościowych wpływa nie tylko na organizację czasu, lecz również na codzienne funkcjonowanie i motywację do wykonywania obowiązków akademickich.

Istotnym rezultatem badania okazało się również wykazanie zależności pomiędzy popularnością w mediach społecznościowych a dobrostanem emocjonalnym respondentów. Osoby posiadające większą liczbę obserwatorów częściej deklarowały pogorszenie nastroju w sytuacji, gdy publikowane treści nie spotykały się z oczekiwanym zainteresowaniem. Wynik ten może wskazywać, że wraz ze wzrostem aktywności w mediach społecznościowych rośnie znaczenie zewnętrznej akceptacji oraz potrzeba uzyskania pozytywnych reakcji ze strony innych użytkowników.

Przeprowadzone analizy wykazały także występowanie różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami w sposobie reagowania na brak interakcji w mediach społecznościowych. Kobiety częściej deklarowały obniżenie nastroju oraz większą skłonność do porównywania własnych osiągnięć z aktywnością innych użytkowników. Może to świadczyć o ich większej wrażliwości na informacje zwrotne pojawiające się w przestrzeni internetowej oraz większym znaczeniu, jakie przypisują ocenie społecznej.

Na uwagę zasługują również wyniki dotyczące relacji interpersonalnych poza środowiskiem internetowym. Badanie wykazało, że osoby częściej spotykające się z rodziną i znajomymi odczuwały lepsze samopoczucie oraz większą równowagę emocjonalną. Jednocześnie zaobserwowano, że aktywność w mediach społecznościowych może pozytywnie wpływać na pewność siebie w sytuacjach wymagają-

cych kontaktu z innymi ludźmi. Otrzymane wyniki sugerują, że relacje online i offline nie muszą się wzajemnie wykluczać, lecz mogą pełnić odmienne funkcje i wzajemnie się uzupełniać.

Należy również podkreślić, że badanie zostało przeprowadzone na stosunkowo niewielkiej grupie studentów, dlatego uzyskanych wyników nie można bezpośrednio odnosić do całej populacji młodych dorosłych.

Podsumowując, wyniki badania wskazują, że aktywność w mediach społecznościowych pozostaje związana z funkcjonowaniem psychospołecznym oraz akademickim młodych dorosłych. Szczególnego znaczenia nabiera zachowanie równowagi pomiędzy aktywnością w świecie cyfrowym i rzeczywistym oraz świadome korzystanie z mediów społecznościowych.

ORCID iD

Beata Madras-Kobus: <https://orcid.org/0000-0001-6380-2244>

Literatura

1. Andrzejewska A. (2021), *Aktywność młodzieży w mediach społecznościowych – perspektywa osobowa, społeczna i kulturowa*, Społeczeństwo. Edukacja. Język 14/2, s. 89-90.
2. Andrzejewska A., Bednarek J. (2023), *Osobowe i społeczne aspekty funkcjonowania dzieci i młodzieży w cyberprzestrzeni*, Społeczeństwo Edukacja Język 18, s.112-114.
3. Biernat R. (2016), *Troska o poczucie własnej wartości dzieci w rzeczywistości szkolnej – wymiar teoretyczny i praktyczne implikacje*, Społeczeństwo. Edukacja, Język, s. 154-155.
4. Citko A., Owsieniuk I. (2020), *Epidemiologia i skutki zdrowotne syndromu FOMO. Rola lekarzy rodzinnych we wczesnym rozpoznawaniu, leczeniu i profilaktyce syndromu FOMO u nastolatków i młodych dorosłych*, *Pediatr Med Rodz* 16 (1), s. 73-74.
5. Dębski M., Pyżalski J., Borchet J., Witkowska H. (2025), *Dobre i złe wiadomości – życie online i offline a zdrowie psychiczne polskich nastolatków. Raport z badań*, Fundacja „Dbam o Mój Zasięg”, s. 4-8.
6. Dec G., Olszewska M., Szydło J. (2024), *Źródła motywacji i sposoby nauki studentów*, *Akademia Zarządzania* 8(3), s.456-476.
7. FOMO 2022. Polacy a lęk przed odłączeniem (2022), Uniwersytet Warszawski, s. 21-26.
8. Góralewska-Słońska A. (2011), *Poczucie własnej wartości jako potencjał jednostki*, *Problemy Profesjologii* 2, s. 98-100.

9. Jupowicz -Ginalska A. (2023), *FOMO 2022. Polacy a lęk przed odłączeniem* – raport z IV edycji badań, <https://fomo.wdib.uw.edu.pl/2023/01/24/fomo-2022-polacy-a-lek-przed-odlaczaniem-raport-z-iv-edycji-badan/> [29.06.2026]..
10. Kata J. (2018), *Poczucie własnej wartości u młodzieży. Wymiar teoretyczny i praktyczne implikacje*, Nauczyciel i Szkoła 3(67), s. 97-99.
11. Luszniiewicz A., Słaby T. (2008), *Statystyka z pakietem komputerowym STATISTICA PL. Teoria i zastosowania*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa.
12. Morbitzer J. (2014), *O wychowaniu w świecie nowych mediów – zarys problematyki*, Labor et Educatio 2, s. 119-120.
13. Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów i rodziców (2023), NASK, Warszawa, s. 5-8.
14. Porzak R. (2013), *Poczucie własnej wartości gimnazjalistów i ich zaangażowanie w życie rodzinne a korzystanie z Internetu*, Innovatio Press Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji, s. 75-76.
15. Rabiej M. (2021), *Statystyka z programem Statistica*, Wydawnictwo HELION, Gliwice.
16. Raport MŁODE GŁOWY. Otwarcie o zdrowiu psychicznym (2023), Fundacja UNAWEZA, s. 4-69.
17. Tomczyk Ł. (2018), *FOMO (FEAR OF MISSING OUT) – wyzwanie diagnostyczne i edukacyjne*, Lubelski Rocznik Pedagogiczny, s. 144-145.
18. Wasylewicz M. (2024), *Media społecznościowe w życiu współczesnego nastolatka*, HUMANITAS Pedagogika i Psychologia, s. 122.
19. Wróblewski F., Żegarski P., Szydło J. (2023), *Social media w życiu studentów Politechniki Białostockiej*, Akademia Zarządzania 7(2), s. 379-401.

A Multidimensional Analysis of the Relationships between Online Popularity, Self-Esteem and Academic Performance

Abstract

The ongoing digitization and the growing popularity of social media mean that analyzing their impact on the psychosocial functioning of young adults is becoming increasingly important. The purpose of this article is to analyze the relationship between popularity on social media, self-esteem and academic performance. Particular attention was paid to the impact of screen time, the number of followers and social media activity on the mental well-being and educational functioning of the participants. The article also analyzed the relationship between time spent on social media and procrastination, the link between the number of followers and mood swings and gender differences in reactions to a lack of online interaction. The results indicate that social media usage is associated with self-esteem levels and

selected aspects of young adults' academic and psychosocial functioning. The analysis indicates that a balance between online and offline activities may play a significant role in maintaining mental well-being and learning effectiveness.

Key words

social media, self-esteem, psychosocial well-being, survey research