

Uzależnienie od mediów społecznościowych w świetle myślenia krytycznego i poczucia własnej skuteczności

Marta Szostak, Piotr Pałczyński, Sebastian Skalski-Bednarz

Wstęp

Uzależnienie od mediów społecznościowych jest względnie nowym pojęciem, przez co jest również ciekawym zagadnieniem dla wielu badaczy. Według definicji, uzależnienie to charakteryzuje się skrajnym ograniczeniem kontaktów interpersonalnych do sieci, co może skutkować pogorszeniem relacji w prawdziwym życiu. Osoba uzależniona od mediów społecznościowych spędza bardzo dużo czasu w sieci, ciągle udoskonalając swój profil, ale także przegląda profile innych użytkowników. Uzależnienie od mediów społecznościowych może skutkować ubogimi interakcjami twarzą w twarz oraz lękiem przed komunikacją (Larson, 2021). Zbyt częste używanie mediów społecznościowych zmniejsza ilość i jakość interakcji społecznych. Nadmierne korzystanie z sieci zazwyczaj motywowane jest nudą lub prokrastynacją (Rowicka, 2018).

Kontrola emocji to procesy, dzięki którym wpływamy na to jakie mamy emocje, jak je wyrażamy i doświadczamy oraz kiedy się one pojawiają (Sygit-Kowalkowska i in., 2015). Według Grossa (1998) „emocje mogą być regulowane w pięciu punktach procesu generowania emocji: (a) wybór sytuacji, (b) modyfikacja sytuacji, (c) ukierunkowanie uwagi, (d) zmiana poznawcza oraz (e) modulacja reakcji.” Kontrola emocji to również ich regulacja. Skuteczna regulacja emocji jest czynnikiem hamującym depresję (Kozubał, Szuster, Wielgopolań, 2023). Regulacja emocji może zachodzić na każdym etapie procesu emocjonalnego – zarówno przed pojawieniem się reakcji emocjonalnej, jak i po jej wystąpieniu. Wyróżnia się przy tym strategie zapobiegawcze (antycypacyjne) oraz te, które odnoszą się bezpośrednio do przeżywanej już reakcji (Kozubał, Szuster, Wielgopolań, 2023).

Albert Bandura zajmował się modyfikacją zachowań ludzi i to właśnie on wprowadził pojęcie własnej skuteczności. Według jego definicji, osoba z postrzeganą wysoką własną skutecznością, trudne zadania postrzega jako wyzwania, wykazuje większą wytrwałość i motywację oraz osiąga lepsze wyniki w wykonywanym zadaniu (Bandura, 1986). Według teorii społeczno – poznawczej, ludzkimi zachowaniami kierują oczekiwania dotyczące sytuacji, wyniku działania oraz własnej skuteczności. Dwa pierwsze oczekiwania dotyczą konsekwencji działania, jednak „poczucie własnej skuteczności odnosi się do samego działania i wchodzi w zakres kontroli osobistego działania” (Juczyński, 2000). Osoby o silnym poczuciu własnej skuteczności wyznaczają sobie wyższe cele i wykazują większą determinację w ich realizowaniu, nawet wtedy, gdy doświadczają niepowodzeń (Juczyński, 2000). Należy jednak pamiętać, że kluczową kwestią do zrozumienia własnej skuteczności jest to, że koncepcja ta odnosi się do przekonań o postrzeganych zdolnościach lub niezdolnościach do wykonania określonego zadania, a nie faktycznych zdolności lub wyników (Waddington, 2023).



Materiał i Metody

W badaniu wzięło udział 234 uczestników (189 kobiet, 44 mężczyzn. Średni wiek badanych to 40 lat (N=234, SD=15,39). Każdy uczestnik badania wyraził świadomą zgodę na udział w nim, oraz był poinformowany o jego anonimowości i dobrowolności. W każdym momencie wypełniania kwestionariuszy można było przerwać udział. Podstawowe dane socjodemograficzne dla badanych grup zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1

Podstawowe dane socjodemograficzne

Kategoria	Wartość	Ilość
PŁEĆ	Kobieta	189
	Mężczyzna	44
WYKSZTAŁCENIE	Podstawowe	4
	Zawodowe	15
	Średnie	93
	Wyższe	122
BLISKI ZWIĄZEK	Singiel	62
	Związek partnerski	59
	Związek małżeński	101
	Wdowa/wdowiec	12
MIEJSCE ZAMIESZKANIA	Wieś	59
	Miasto do 50 tys.	56
	Miasto 50-100 tys.	40
	Miasto 100-200 tys.	48
	Miasto powyżej 200 tys.	31
POSIADANIE DZIECI	Tak	120
	Nie	114

W badaniu zastosowano własną ankietę socjodemograficzną. Następnie za pomocą kwestionariuszy BSMAS, SWE oraz GSES zbadano wybrane właściwości psychologiczne osób dorosłych.

Ankieta własnej konstrukcji – kwestionariusz ankiety zawierał 6 pytań odnoszących się do podstawowych właściwości socjodemograficznych grupy badanej takich jak płeć, wiek, miejsce zamieszkania, bliski związek. W ankiecie znalazło się również pytanie odnoszące się do korzystania z mediów społecznościowych.

BSMAS – Skala Uzależnienia od Mediów Społecznościowych Bergen, Andreassen i in. – Kwestionariusz bada ocenę uzależnienia od mediów społecznościowych. Narzędzie składa się z 6 itemów. 6 stwierdzeń odpowiada sześciu wskaźnikom uzależnienia. 5-stopniowa skala Likerta koduje odpowiedzi od „bardzo rzadko” do „bardzo często.”

CThQ – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia. A. Kobylarek, L. Jakubowska, K. Błaszczczyński. Kwestionariusz składa się z 25 pozycji. Test pozwala na ocenę myślenia krytycznego w sześciu wymiarach: zapamiętywaniu, rozumieniu, stosowaniu, analizowaniu, ocenianiu oraz tworzeniu.

GSES – Skala Uogólnionej Własnej Skuteczności. A. Bandura, polska adaptacja Z. Juczyński. – Kwestionariusz składa się z 10 stwierdzeń. Skala mierzy siłę ogólnych przekonań jednostki dotyczących jej własnej zdolności do radzenia sobie z trudnymi sytuacjami oraz pokonywania napotkanych przeszkód. Wyraża stopień, w jakim osoba wierzy, że jest w stanie skutecznie poradzić sobie w obliczu wyzwań życiowych (Juczyński, 2000).

Wyniki

Macierz korelacji została opracowana z wykorzystaniem nieparametrycznego współczynnika rho Spearmana, co pozwoliło na zbadanie zależności między analizowanymi zmiennymi w sposób odporny na odchylenia od rozkładu normalnego. Uzyskane wyniki ujawniły istotne statystycznie ujemne związki pomiędzy poziomem uzależnienia od mediów społecznościowych a wybranymi aspektami myślenia krytycznego. W szczególności, osoby o wyższym nasileniu uzależnienia cechowały się niższą zdolnością do rozumienia i interpretowania informacji ($\rho = -0,201$; $p = 0,002$). Podobny, choć nieco słabszy efekt zaobserwowano w przypadku umiejętności związanych z autorefleksją oraz krytycznym spojrzeniem na własne działania i myśli ($\rho = -0,159$; $p = 0,015$). Innymi słowy, im silniejsze skłonności do nadmiernego korzystania z mediów społecznościowych, tym trudniej badanym było interpretować treści i poddawać refleksji własne postawy oraz zachowania.

W odniesieniu do poczucia własnej skuteczności (ogólnej samoefektywności) nie stwierdzono istotnego związku z uzależnieniem od mediów społecznościowych. Nie oznacza to jednak, że czynnik ten nie odgrywa roli w analizowanym kontekście. Analiza wykazała bowiem, że wysoka samoefektywność wiąże się w sposób istotny i pozytywny z ogólnym poziomem myślenia krytycznego ($\rho = 0,375$; $p < 0,001$). Co więcej, zależności te rozciągają się na konkretne wymiary tej kompetencji, takie jak:

- umiejętność oceny wiarygodności napływających informacji ($\rho = 0,329$),
- zdolność do tworzenia własnych, oryginalnych interpretacji ($\rho = 0,307$),
- sprawność w rozumieniu i porównywaniu treści ($\rho = 0,295$),
- umiejętność praktycznego wykorzystania posiadanej wiedzy ($\rho = 0,354$),
- tendencja do autorefleksji i analizy przebiegu własnych procesów poznawczych ($\rho = 0,366$).

Wszystkie te korelacje osiągnęły wysoki poziom istotności statystycznej ($p < 0,001$), co pozwala na sformułowanie wniosku, że poczucie własnej skuteczności może sprzyjać rozwijaniu myślenia krytycznego i jego poszczególnych komponentów. Macierz korelacji została przedstawiona w tabeli 2.

Wnioski

Uzyskane wyniki sugerują, że zdolności krytycznego myślenia, a zwłaszcza kompetencja związana z rozumieniem i interpretacją informacji, mogą stanowić czynnik ochronny przed rozwojem uzależnienia od mediów społecznościowych. Jednocześnie ogólna samoefektywność, choć nie pozostaje w bezpośrednim związku z poziomem uzależnienia, wydaje się odgrywać istotną rolę w kształtowaniu i wzmacnianiu krytycznego podejścia do informacji i własnych procesów poznawczych, co pośrednio może wpływać na bardziej świadome i zdrowsze korzystanie z mediów społecznościowych.

Tabela 2

Macierz korelacji

	BSMAS	CThQ	CThQ A	CThQ E	CThQ C	CThQ R	CThQ U	CThQ X	GSES
BSMAS	1.0	-0.11	-0.04	-0.2	-0.05	-0.16	-0.08	-0.01	-0.1
CThQ	-0.11	1.0	0.73	0.79	0.88	0.64	0.85	0.83	0.38
CThQ A	-0.04	0.73	1.0	0.56	0.62	0.18	0.62	0.58	0.12
CThQ E	-0.2	0.79	0.56	1.0	0.65	0.41	0.55	0.61	0.33
CThQ C	-0.05	0.88	0.62	0.65	1.0	0.47	0.71	0.68	0.31
CThQ R	-0.16	0.64	0.18	0.41	0.47	1.0	0.49	0.48	0.37
CThQ U	-0.08	0.85	0.62	0.55	0.71	0.49	1.0	0.67	0.3
CThQ X	-0.01	0.83	0.58	0.61	0.68	0.48	0.67	1.0	0.35
GSES	-0.1	0.38	0.12	0.33	0.31	0.37	0.3	0.35	1.0

BSMAS – Skala Uzależnienia od Mediów Społecznościowych, **CThQ**, **CThQ** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia, **CThQ A** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Analiza, **CThQ E** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Ewaluacja, **CThQ C** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Tworzenie, **CThQ R** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Zapamiętywanie, **CThQ U** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Rozumienie, **CThQ X** – Kwestionariusz Krytycznego Myślenia: Stosowanie, **GSES** – Skala Uogólnionej Własnej Skuteczności.

Bibliografia

