



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



**NCBR**  
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

1

# Media

# społecznościowe –

# rozwinięcie

1

Radland, 2025. Udostępniono na licencji CC BY 4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>, Projekt współfinansowany przez  
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach programu FERS.03.01: Dostępność  
szkolnictwa wyższego, „WSSiP rozwija dostępność dla ON” (FERS.03.01-IP.08-  
001/23)

## Spis treści

Ogólne o mediach społecznościowych.....	10
Historia rozwoju mediów społecznościowych.....	10
<b>1. Początki komunikacji internetowej (lata 70.–90. XX w.).....</b>	<b>10</b>
<b>2. Pierwsze portale społecznościowe (1997–2003) .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Era globalnych platform społecznościowych (2004–2010) .....</b>	<b>11</b>
<b>4. Rozwój mobilnych mediów społecznościowych (2010–2018).....</b>	<b>11</b>
<b>5. Współczesne media społecznościowe (od 2018 do dziś).....</b>	<b>12</b>
<b>6. Znaczenie mediów społecznościowych.....</b>	<b>12</b>
Wpływ mediów społecznościowych na komunikację międzyludzką.....	13
<b>1. Ułatwienie kontaktów między ludźmi .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Zmiana formy komunikacji .....</b>	<b>14</b>
<b>3. Budowanie nowych relacji .....</b>	<b>14</b>
<b>4. Wpływ na relacje międzyludzkie .....</b>	<b>14</b>
<b>5. Wpływ na komunikację społeczną .....</b>	<b>15</b>
Zalety i wady korzystania z mediów społecznościowych .....	16
<b>Zalety korzystania z mediów społecznościowych.....</b>	<b>16</b>
<b>Wady korzystania z mediów społecznościowych .....</b>	<b>16</b>
Jak media społecznościowe zmieniły sposób zdobywania informacji.....	17
<b>1. Szybkość przekazywania informacji .....</b>	<b>18</b>
<b>2. Łatwy dostęp do informacji.....</b>	<b>18</b>
<b>3. Różnorodność źródeł informacji.....</b>	<b>18</b>
<b>4. Personalizacja treści .....</b>	<b>18</b>
<b>5. Zagrożenia związane z informacjami .....</b>	<b>18</b>
Rola mediów społecznościowych w życiu młodzieży .....	19
<b>1. Komunikacja z rówieśnikami .....</b>	<b>19</b>

<b>2. Budowanie tożsamości i wyrażanie siebie</b> .....	19
<b>3. Źródło informacji i wiedzy</b> .....	19
<b>4. Rozrywka i spędzanie wolnego czasu</b> .....	20
<b>5. Możliwe zagrożenia</b> .....	20
Spółeczeństwo i psychologia .....	21
Wpływ mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne .....	21
<b>1. Pozytywny wpływ na zdrowie psychiczne</b> .....	21
<b>2. Negatywny wpływ na zdrowie psychiczne</b> .....	21
<b>3. Jak ograniczyć negatywny wpływ</b> .....	22
Uzależnienie od mediów społecznościowych .....	23
<b>1. Czym jest uzależnienie od mediów społecznościowych</b> .....	23
<b>2. Objawy uzależnienia</b> .....	23
<b>3. Przyczyny uzależnienia</b> .....	23
<b>4. Skutki uzależnienia</b> .....	24
<b>5. Jak zapobiegać uzależnieniu</b> .....	24
Hejt i cyberprzemoc w internecie .....	25
<b>1. Czym jest hejt</b> .....	25
<b>2. Czym jest cyberprzemoc</b> .....	25
<b>3. Skutki hejtu i cyberprzemocy</b> .....	25
<b>4. Dlaczego ludzie hejtują w Internecie</b> .....	26
<b>5. Jak reagować na hejt i cyberprzemoc</b> .....	26
Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych .....	26
<b>1. Czym jest wizerunek w mediach społecznościowych</b> .....	27
<b>2. Dlaczego ludzie kreują swój wizerunek</b> .....	27
<b>3. Sposoby budowania wizerunku</b> .....	27
<b>4. Zagrożenia związane z kreowaniem wizerunku</b> .....	28

Porównywanie się z innymi w social mediach .....	28
<b>1. Mechanizm porównywania społecznego .....</b>	<b>29</b>
<b>2. Dlaczego social media wzmacniają porównywanie .....</b>	<b>29</b>
<b>3. Skutki psychologiczne .....</b>	<b>30</b>
<b>4. Dlaczego te porównania są często nieuczciwe .....</b>	<b>30</b>
<b>5. Jak ograniczyć negatywne skutki .....</b>	<b>31</b>
Edukacja i rozwój .....	31
Wykorzystanie mediów społecznościowych w edukacji .....	31
<b>1. Dostęp do wiedzy i materiałów edukacyjnych .....</b>	<b>31</b>
<b>2. Współpraca i komunikacja .....</b>	<b>32</b>
<b>3. Nauka poprzez krótkie formy wideo .....</b>	<b>32</b>
<b>4. Rozwijanie kompetencji cyfrowych .....</b>	<b>33</b>
<b>5. Możliwe zagrożenia .....</b>	<b>33</b>
Media społecznościowe jako źródło wiedzy .....	33
<b>1. Łatwy i szybki dostęp do informacji .....</b>	<b>34</b>
<b>2. Różnorodne formy przekazywania wiedzy .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Możliwość uczenia się od ekspertów .....</b>	<b>34</b>
<b>4. Zagrożenia związane z wiarygodnością informacji .....</b>	<b>35</b>
Rola influencerów w przekazywaniu informacji .....	35
<b>1. Przekazywanie informacji w przystępnej formie .....</b>	<b>35</b>
<b>2. Wpływ na opinie i decyzje odbiorców .....</b>	<b>36</b>
<b>3. Szybkie rozpowszechnianie informacji .....</b>	<b>36</b>
<b>4. Możliwe zagrożenia .....</b>	<b>36</b>
Fake newsy i dezinformacja w mediach społecznościowych .....	37
<b>1. Czym są fake newsy .....</b>	<b>37</b>
<b>2. Dlaczego fake newsy szybko się rozprzestrzeniają .....</b>	<b>37</b>

<b>3. Skutki dezinformacji</b> .....	38
<b>4. Jak rozpoznawać fałszywe informacje</b> .....	38
Jak rozpoznawać fałszywe informacje w internecie .....	38
<b>1. Sprawdzaj źródło informacji</b> .....	39
<b>2. Porównuj informacje w kilku miejscach</b> .....	39
<b>3. Zwracaj uwagę na emocjonalne nagłówki</b> .....	39
<b>4. Sprawdź datę publikacji</b> .....	39
<b>5. Analizuj zdjęcia i materiały</b> .....	40
Biznes i marketing.....	40
Marketing w mediach społecznościowych.....	40
<b>1. Budowanie wizerunku marki</b> .....	40
<b>2. Bezpośredni kontakt z klientami</b> .....	40
<b>3. Wykorzystanie influencerów</b> .....	41
<b>4. Reklamy dopasowane do odbiorców</b> .....	41
<b>5. Zalety marketingu w social media</b> .....	41
Wpływ social media na decyzje zakupowe.....	42
<b>1. Reklamy w mediach społecznościowych</b> .....	42
<b>2. Opinie i rekomendacje użytkowników</b> .....	42
<b>3. Wpływ influencerów</b> .....	42
<b>4. Prezentacja produktów w atrakcyjnej formie</b> .....	42
<b>5. Szybkie rozpowszechnianie trendów</b> .....	43
Budowanie marki osobistej w internecie .....	43
<b>1. Prezentowanie swoich umiejętności i wiedzy</b> .....	43
<b>2. Budowanie wiarygodności i zaufania</b> .....	44
<b>3. Nawiazywanie kontaktów i współpracy</b> .....	44
<b>4. Konsekwencja i autentyczność</b> .....	44

<b>5. Korzyści z posiadania marki osobistej</b> .....	44
Reklama w mediach społecznościowych .....	45
<b>1. Różne formy reklamy</b> .....	45
<b>2. Precyzyjne dopasowanie do odbiorców</b> .....	45
<b>3. Współpraca z influencerami</b> .....	46
<b>4. Szybkie rozpowszechnianie informacji</b> .....	46
<b>5. Możliwość analizowania wyników</b> .....	46
Rola influencer marketingu .....	46
<b>1. Budowanie zaufania i wiarygodności</b> .....	47
<b>2. Zwiększanie świadomości marki</b> .....	47
<b>3. Docieranie do określonej grupy docelowej</b> .....	47
<b>4. Zwiększanie sprzedaży</b> .....	47
<b>5. Tworzenie atrakcyjnych treści marketingowych</b> .....	48
<b>6. Budowanie relacji z konsumentami</b> .....	48
<b>7. Wzmacnianie wizerunku marki</b> .....	48
Współczesne trendy .....	49
Krótkie filmy (shorts, reels) jako nowa forma komunikacji .....	49
<b>Szybkie przekazywanie informacji</b> .....	49
<b>Atrakcyjność wizualna i emocjonalna</b> .....	49
<b>Budowanie relacji z odbiorcami</b> .....	49
<b>Narzędzie marketingowe</b> .....	49
<b>Łatwość tworzenia i publikacji</b> .....	50
<b>Podsumowanie</b> .....	50
Prywatność i bezpieczeństwo danych w mediach społecznościowych .....	50
<b>Gromadzenie danych użytkowników</b> .....	50
<b>Ryzyko naruszenia prywatności</b> .....	51

<b>Zagrożenia cyberbezpieczeństwa</b> .....	51
<b>Ochrona danych i regulacje prawne</b> .....	51
<b>Świadome korzystanie z mediów społecznościowych</b> .....	51
<b>Podsumowanie</b> .....	52
Algorytmy mediów społecznościowych – jak działają .....	52
<b>Analiza aktywności użytkownika</b> .....	52
<b>Personalizacja treści</b> .....	53
<b>Znaczenie zaangażowania</b> .....	53
<b>Czas i aktualność treści</b> .....	53
<b>Format treści</b> .....	53
<b>Zalety i wady algorytmów</b> .....	53
<b>Podsumowanie</b> .....	53
Cancel culture w internecie .....	54
<b>Na czym polega cancel culture</b> .....	54
<b>Przyczyny zjawiska</b> .....	54
<b>Wpływ na osoby publiczne i marki</b> .....	55
<b>Kontrowersje wokół cancel culture</b> .....	55
<b>Podsumowanie</b> .....	55
Viralowe treści i ich wpływ na użytkowników .....	55
<b>Czym charakteryzują się viralowe treści</b> .....	56
<b>Mechanizm rozprzestrzeniania</b> .....	56
<b>Wpływ na użytkowników</b> .....	56
<b>Znaczenie w marketingu</b> .....	56
<b>Potencjalne zagrożenia</b> .....	57
<b>Podsumowanie</b> .....	57
Spółeczeństwo i polityka .....	57



Wpływ mediów społecznościowych na politykę .....	57
Media społecznościowe podczas kryzysów i wydarzeń społecznych .....	59
<b>Szybkie rozpowszechnianie informacji</b> .....	59
<b>Koordinacja pomocy i wsparcia</b> .....	59
<b>Relacjonowanie wydarzeń na żywo</b> .....	60
<b>Ryzyko dezinformacji</b> .....	60
<b>Wpływ na opinię publiczną</b> .....	60
<b>Podsumowanie</b> .....	60
<b>Czym jest aktywizm internetowy</b> .....	61
<b>Kampanie społeczne w internecie</b> .....	61
<b>Mobilizacja społeczności</b> .....	61
<b>Zalety aktywizmu internetowego</b> .....	61
<b>Ograniczenia i krytyka</b> .....	62
<b>Podsumowanie</b> .....	62
Manipulacja opinią publiczną w social mediach .....	62
<b>Dezinformacja i fake news</b> .....	62
<b>Wykorzystanie botów i fałszywych kont</b> .....	63
<b>Targetowanie treści</b> .....	63
<b>Wpływ na procesy społeczne i polityczne</b> .....	63
<b>Jak przeciwdziałać manipulacji</b> .....	63
<b>Podsumowanie</b> .....	63
Przyszłość mediów społecznościowych .....	64
<b>1. Większa rola sztucznej inteligencji</b> .....	64
<b>2. Rozwój krótkich form wideo</b> .....	64
<b>3. Metaverse i wirtualne światy</b> .....	65
<b>4. Większy nacisk na prywatność</b> .....	65



Fundusze Europejskie  
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



**NCBR**  
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

9

<b>5. Decentralizacja platform .....</b>	<b>65</b>
<b>6. Regulacje prawne i odpowiedzialność platform .....</b>	<b>66</b>
Bibliografia .....	66

9

Radland, 2025. Udostępniono na licencji CC BY 4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>, Projekt współfinansowany przez  
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach programu FERS.03.01: Dostępność  
szkolnictwa wyższego, „WSSiP rozwija dostępność dla ON” (FERS.03.01-IP.08-  
001/23)



## Ogólne o mediach społecznościowych

### *Historia rozwoju mediów społecznościowych*

#### 1. Początki komunikacji internetowej (lata 70.–90. XX w.)

Pierwsze formy komunikacji przypominające media społecznościowe pojawiły się jeszcze przed powstaniem nowoczesnych portali. W latach 70. i 80. użytkownicy Internetu korzystali z:

- forów dyskusyjnych (Usenet),
- list mailingowych,
- czatów internetowych (IRC).

Umożliwiały one wymianę informacji i tworzenie społeczności wokół wspólnych zainteresowań, jednak nie posiadały jeszcze profili użytkowników ani sieci znajomych.

W latach 90. pojawiły się pierwsze strony internetowe pozwalające użytkownikom tworzyć własne profile i komunikować się z innymi.

#### 2. Pierwsze portale społecznościowe (1997–2003)

Za pierwszy prawdziwy portal społecznościowy uważa się **SixDegrees**, uruchomiony w 1997 roku. Umożliwiał on:

- tworzenie profilu,
- dodawanie znajomych,
- przeglądanie sieci kontaktów.

Choć platforma nie przetrwała długo, wprowadziła model funkcjonowania współczesnych mediów społecznościowych.



Na początku XXI wieku zaczęły pojawiać się kolejne serwisy, m.in.:

- **Friendster** (2002) – skupiony na znajomościach i randkach,
- **MySpace** (2003) – szczególnie popularny wśród muzyków i młodzieży,
- **LinkedIn** (2003) – sieć kontaktów zawodowych.

Portale te zaczęły tworzyć duże społeczności internetowe i pokazały potencjał biznesowy tego typu platform.

### 3. Era globalnych platform społecznościowych (2004–2010)

Prawdziwy przełom nastąpił wraz z powstaniem **Facebook** w 2004 roku, założonego przez **Mark Zuckerberg**. Początkowo był dostępny tylko dla studentów Harvardu, lecz szybko rozszerzył się na cały świat.

W kolejnych latach powstały inne ważne platformy:

- **YouTube** (2005) – serwis do udostępniania filmów,
- **Twitter** (2006) – mikroblog z krótkimi wiadomościami,
- **Nasza Klasa** (2006) – bardzo popularny portal w Polsce.

Media społecznościowe zaczęły pełnić funkcję nie tylko komunikacyjną, ale również informacyjną i rozrywkową.

### 4. Rozwój mobilnych mediów społecznościowych (2010–2018)

Wraz z popularyzacją smartfonów media społecznościowe zaczęły być używane głównie na urządzeniach mobilnych. W tym okresie powstały platformy skoncentrowane na zdjęciach i krótkich treściach wizualnych:

- **Instagram** (2010),



- **Snapchat** (2011),
- **WhatsApp** (2009 – globalna popularność po 2013).

W tym czasie rozwijały się również funkcje takie jak:

- transmisje na żywo,
- relacje (Stories),
- komunikatory wbudowane w aplikacje.

## 5. Współczesne media społecznościowe (od 2018 do dziś)

Obecnie media społecznościowe są jednym z najważniejszych narzędzi komunikacji i marketingu na świecie. Ogromną popularność zdobyły platformy oparte na krótkich filmach, np.:

- **TikTok**.

Media społecznościowe mają dziś ogromny wpływ na:

- politykę,
- marketing i reklamę,
- kulturę popularną,
- sposób zdobywania informacji.

Powstał także zawód **influencera**, czyli osoby budującej swoją markę i wpływ na odbiorców poprzez publikowanie treści w mediach społecznościowych.

## 6. Znaczenie mediów społecznościowych



Media społecznościowe zmieniły sposób komunikacji między ludźmi. Ich główne funkcje to:

- utrzymywanie kontaktów społecznych,
- szybkie przekazywanie informacji,
- tworzenie społeczności wokół zainteresowań,
- promocja firm i produktów,
- działalność edukacyjna i informacyjna.

Jednocześnie pojawiają się też wyzwania, takie jak dezinformacja, uzależnienie od Internetu czy problemy z prywatnością.

### *Wpływ mediów społecznościowych na komunikację międzyludzką*

**Wpływ mediów społecznościowych na komunikację międzyludzką** jest bardzo duży, ponieważ zmieniły one sposób, w jaki ludzie nawiązują kontakty, przekazują informacje oraz utrzymują relacje. Rozwój platform takich jak **Facebook**, **Instagram**, **TikTok** czy **WhatsApp** sprawił, że komunikacja stała się szybsza, łatwiejsza i bardziej dostępna.

### **1. Ułatwienie kontaktów między ludźmi**

Media społecznościowe umożliwiają utrzymywanie kontaktu z rodziną, przyjaciółmi oraz znajomymi niezależnie od miejsca zamieszkania. Dzięki nim można:

- wysyłać wiadomości tekstowe i głosowe,
- prowadzić rozmowy wideo,
- udostępniać zdjęcia i filmy,
- organizować wydarzenia i spotkania.



Dzięki temu komunikacja stała się natychmiastowa i globalna. Osoby mieszkające w różnych krajach mogą utrzymywać stały kontakt praktycznie bez kosztów.

## 2. Zmiana formy komunikacji

Media społecznościowe zmieniły również sposób przekazywania informacji. W komunikacji internetowej często wykorzystuje się:

- emotikony i emoji,
- skróty językowe,
- memy i krótkie filmy.

Taka forma komunikacji jest bardziej obrazowa i szybka, ale czasem może prowadzić do uproszczenia języka i trudności w wyrażaniu bardziej złożonych myśli.

## 3. Budowanie nowych relacji

Platformy społecznościowe umożliwiają poznawanie nowych ludzi o podobnych zainteresowaniach. Użytkownicy mogą:

- dołączać do grup tematycznych,
- komentować treści innych osób,
- uczestniczyć w dyskusjach online.

Dzięki temu powstają społeczności skupione wokół wspólnych pasji, takich jak sport, muzyka czy gry komputerowe.

## 4. Wpływ na relacje międzyludzkie

Media społecznościowe mają zarówno pozytywny, jak i negatywny wpływ na relacje między ludźmi.

### Pozytywne skutki:

- łatwiejsze utrzymywanie kontaktów,



- możliwość szybkiego przekazywania informacji,
- wsparcie społeczne w trudnych sytuacjach,
- możliwość wyrażania opinii i poglądów.

#### **Negatywne skutki:**

- ograniczenie bezpośrednich kontaktów twarzą w twarz,
- uzależnienie od mediów społecznościowych,
- powierzchowność relacji,
- ryzyko konfliktów w Internecie.

#### **5. Wpływ na komunikację społeczną**

Media społecznościowe stały się również ważnym narzędziem komunikacji w szerszym wymiarze społecznym. Są wykorzystywane do:

- przekazywania informacji i wiadomości,
- organizowania wydarzeń społecznych,
- prowadzenia kampanii społecznych i marketingowych.

Dzięki temu komunikacja między ludźmi może odbywać się na bardzo dużą skalę i w bardzo krótkim czasie.

#### **Podsumowanie:**

Media społecznościowe znacząco zmieniły komunikację międzyludzką. Ułatwiły utrzymywanie kontaktów i wymianę informacji, ale jednocześnie mogą prowadzić do ograniczenia bezpośrednich relacji oraz spłylenia komunikacji. Dlatego ważne jest świadome i odpowiedzialne korzystanie z tych narzędzi.



## *Zalety i wady korzystania z mediów społecznościowych*

Korzystanie z mediów społecznościowych, takich jak **Facebook**, **Instagram**, **TikTok** czy **WhatsApp**, ma zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki. Wpływają one na sposób komunikacji, zdobywania informacji oraz spędzania wolnego czasu.

### **Zalety korzystania z mediów społecznościowych**

#### **1. Łatwy kontakt z innymi ludźmi**

Media społecznościowe umożliwiają szybkie komunikowanie się z rodziną i znajomymi, nawet jeśli mieszkają bardzo daleko. Można wysyłać wiadomości, prowadzić rozmowy wideo oraz udostępniać zdjęcia i filmy.

#### **2. Szybki dostęp do informacji**

Dzięki mediom społecznościowym użytkownicy mogą na bieżąco śledzić wydarzenia na świecie, czytać wiadomości i poznawać różne opinie.

#### **3. Możliwość poznawania nowych ludzi**

Platformy społecznościowe pozwalają nawiązywać nowe znajomości oraz dołączać do grup o podobnych zainteresowaniach, takich jak sport, muzyka czy gry.

#### **4. Rozrywka i spędzanie wolnego czasu**

Użytkownicy mogą oglądać filmy, zdjęcia, transmisje na żywo oraz różnego rodzaju treści rozrywkowe.

#### **5. Promocja i rozwój zawodowy**

Media społecznościowe są także wykorzystywane do promowania firm, produktów oraz własnej działalności. Pomagają budować wizerunek w Internecie i rozwijać karierę.

### **Wady korzystania z mediów społecznościowych**

## 1. Uzależnienie od Internetu

Częste korzystanie z mediów społecznościowych może prowadzić do uzależnienia oraz spędzania zbyt dużej ilości czasu przed ekranem.

## 2. Ograniczenie kontaktów bezpośrednich

Zbyt intensywne korzystanie z Internetu może powodować, że ludzie rzadziej spotykają się ze sobą w rzeczywistości.

## 3. Hejt i cyberprzemoc

W sieci łatwo spotkać się z negatywnymi komentarzami, obrażaniem innych osób czy rozpowszechnianiem fałszywych informacji.

## 4. Problemy z prywatnością

Publikowanie zbyt wielu informacji o sobie może prowadzić do utraty prywatności lub wykorzystania danych przez niepowołane osoby.

## 5. Porównywanie się z innymi

W mediach społecznościowych często pokazuje się tylko pozytywne momenty życia, co może powodować frustrację lub obniżenie poczucia własnej wartości u innych użytkowników.

### Podsumowanie:

Media społecznościowe mają wiele zalet, takich jak łatwy kontakt z ludźmi czy szybki dostęp do informacji. Jednocześnie niosą ze sobą pewne zagrożenia, dlatego ważne jest korzystanie z nich w sposób odpowiedzialny i z umiarem.

### *Jak media społecznościowe zmieniły sposób zdobywania informacji*

Media społecznościowe znacząco zmieniły sposób zdobywania informacji. Platformy takie jak **Facebook**, **X (Twitter)**, **TikTok** czy **YouTube** sprawiły, że dostęp do wiadomości stał się szybki, łatwy i dostępny niemal w każdym miejscu na świecie.

## **1. Szybkość przekazywania informacji**

Jedną z najważniejszych zmian jest ogromna szybkość rozpowszechniania wiadomości. Informacje o ważnych wydarzeniach często pojawiają się w mediach społecznościowych wcześniej niż w tradycyjnych mediach, takich jak telewizja czy prasa. Użytkownicy mogą natychmiast publikować zdjęcia, filmy lub relacje z miejsca wydarzeń.

## **2. Łatwy dostęp do informacji**

Dzięki mediom społecznościowym informacje są dostępne dla szerokiego grona odbiorców. Wystarczy smartfon i dostęp do Internetu, aby śledzić wiadomości z całego świata. Użytkownicy mogą obserwować profile mediów, dziennikarzy, ekspertów czy instytucji i otrzymywać aktualne informacje na bieżąco.

## **3. Różnorodność źródeł informacji**

Media społecznościowe umożliwiają poznanie wielu różnych opinii i punktów widzenia. Użytkownicy mają dostęp do treści tworzonych nie tylko przez profesjonalne media, ale również przez zwykłych użytkowników Internetu.

## **4. Personalizacja treści**

Algorytmy platform społecznościowych dopasowują wyświetlane treści do zainteresowań użytkownika. Oznacza to, że każdy może otrzymywać inne informacje w zależności od tego, jakie profile obserwuje lub jakie treści najczęściej ogląda.

## **5. Zagrożenia związane z informacjami**

Mimo wielu zalet media społecznościowe mogą również utrudniać zdobywanie rzetelnych informacji. W Internecie łatwo rozpowszechniają się:

- fałszywe wiadomości (tzw. fake news),
- niepotwierdzone informacje,



- manipulacje i propaganda.

Dlatego ważne jest sprawdzanie źródeł informacji i korzystanie z wiarygodnych mediów.

### **Podsumowanie:**

Media społecznościowe znacząco przyspieszyły i ułatwiły dostęp do informacji. Umożliwiają szybkie śledzenie wydarzeń i poznawanie różnych opinii, ale wymagają również krytycznego podejścia do publikowanych treści, aby uniknąć dezinformacji.

### *Rola mediów społecznościowych w życiu młodzieży*

**Rola mediów społecznościowych w życiu młodzieży** jest bardzo duża, ponieważ młodzi ludzie korzystają z nich na co dzień do komunikacji, zdobywania informacji, rozrywki oraz budowania relacji. Platformy takie jak **Instagram**, **TikTok**, **Snapchat** czy **YouTube** stały się ważnym elementem życia społecznego młodego pokolenia.

### **1. Komunikacja z rówieśnikami**

Media społecznościowe umożliwiają młodzieży szybki kontakt z przyjaciółmi i znajomymi. Dzięki wiadomościom, czatom i rozmowom wideo młodzi ludzie mogą łatwo utrzymywać relacje oraz dzielić się swoimi przeżyciami i codziennymi wydarzeniami.

### **2. Budowanie tożsamości i wyrażanie siebie**

Dla wielu młodych osób media społecznościowe są miejscem, gdzie mogą wyrażać swoje poglądy, zainteresowania i pasje. Publikowanie zdjęć, filmów czy komentarzy pozwala im pokazać swoją osobowość oraz budować własny wizerunek w Internecie.

### **3. Źródło informacji i wiedzy**

Młodzież często korzysta z mediów społecznościowych, aby zdobywać informacje na różne tematy, takie jak wydarzenia na świecie, moda, muzyka czy nauka. Wiele



treści edukacyjnych pojawia się w formie krótkich filmów lub postów, które są łatwe do przyswojenia.

#### **4. Rozrywka i spędzanie wolnego czasu**

Media społecznościowe są również ważnym źródłem rozrywki. Młodzi użytkownicy oglądają filmy, słuchają muzyki, śledzą ulubionych twórców oraz uczestniczą w różnych trendach internetowych.

#### **5. Możliwe zagrożenia**

Mimo wielu korzyści media społecznościowe mogą mieć także negatywny wpływ na młodzież. Do najczęstszych problemów należą:

- uzależnienie od Internetu,
- cyberprzemoc i hejt,
- presja społeczna i porównywanie się z innymi,
- spędzanie zbyt dużej ilości czasu przed ekranem.

Dlatego ważne jest, aby młodzi ludzie korzystali z mediów społecznościowych w sposób świadomy i z umiarem.

#### **Podsumowanie:**

Media społecznościowe odgrywają ważną rolę w życiu młodzieży. Ułatwiają komunikację, rozwijanie zainteresowań i zdobywanie informacji, ale jednocześnie mogą powodować różne problemy, jeśli są używane w nadmiarze. Dlatego istotne jest odpowiedzialne korzystanie z tych platform.

## **Społeczeństwo i psychologia**

### *Wpływ mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne*

**Wpływ mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne** jest złożony – mogą one zarówno wspierać samopoczucie i relacje społeczne, jak i powodować problemy psychiczne, jeśli są używane w nadmiarze lub w niewłaściwy sposób. Platformy takie jak **Instagram**, **TikTok**, **Facebook** czy **Snapchat** mają szczególnie duży wpływ na młodych ludzi.

### **1. Pozytywny wpływ na zdrowie psychiczne**

Media społecznościowe mogą mieć także korzystny wpływ na samopoczucie użytkowników.

#### **Wsparcie społeczne**

Dzięki mediom społecznościowym ludzie mogą łatwiej utrzymywać kontakt z rodziną i przyjaciółmi. W trudnych momentach mogą liczyć na wsparcie innych osób.

#### **Poczucie przynależności**

Użytkownicy mogą dołączać do społeczności skupionych wokół wspólnych zainteresowań, co pomaga w budowaniu relacji i poczucia akceptacji.

#### **Dostęp do wiedzy i pomocy**

W Internecie można znaleźć wiele materiałów dotyczących zdrowia psychicznego, radzenia sobie ze stresem czy rozwoju osobistego.

### **2. Negatywny wpływ na zdrowie psychiczne**

Nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych może prowadzić do różnych problemów psychicznych.



## **Porównywanie się z innymi**

Użytkownicy często widzą w Internecie idealizowane obrazy życia innych osób, co może powodować spadek poczucia własnej wartości i frustrację.

## **Uzależnienie od mediów społecznościowych**

Częste sprawdzanie powiadomień czy potrzeba ciągłego bycia online może prowadzić do uzależnienia i problemów z koncentracją.

## **Hejt i cyberprzemoc**

Negatywne komentarze, obrażanie czy ośmieszanie w sieci mogą prowadzić do stresu, lęku, a nawet depresji.

## **Zaburzenia snu**

Korzystanie z telefonu lub komputera późno w nocy może utrudniać zasypianie i pogarszać jakość snu.

## **3. Jak ograniczyć negatywny wpływ**

Aby media społecznościowe nie wpływały negatywnie na zdrowie psychiczne, warto:

- ograniczać czas spędzany w Internecie,
- robić przerwy od korzystania z telefonu,
- obserwować wartościowe i pozytywne treści,
- dbać o kontakt z ludźmi w rzeczywistości.

## **Podsumowanie:**

Media społecznościowe mogą wspierać relacje i dawać dostęp do wiedzy, ale ich nadmierne używanie może negatywnie wpływać na zdrowie psychiczne.

Najważniejsze jest korzystanie z nich w sposób świadomy i zachowanie równowagi między życiem online a rzeczywistym.

## *Uzależnienie od mediów społecznościowych*

**Uzależnienie od mediów społecznościowych** to problem, który polega na nadmiernym i trudnym do kontrolowania korzystaniu z platform społecznościowych. Serwisy takie jak **TikTok**, **Instagram**, **Facebook** czy **Snapchat** są zaprojektowane tak, aby przyciągać uwagę użytkowników i zachęcać ich do częstego sprawdzania nowych treści.

### **1. Czym jest uzależnienie od mediów społecznościowych**

Uzależnienie od mediów społecznościowych polega na tym, że osoba odczuwa silną potrzebę ciągłego korzystania z Internetu i sprawdzania aplikacji społecznościowych. Często prowadzi to do zaniedbywania innych obowiązków, takich jak nauka, praca czy relacje z innymi ludźmi.

### **2. Objawy uzależnienia**

Do najczęstszych objawów uzależnienia od mediów społecznościowych należą:

- spędzanie bardzo dużej ilości czasu w Internecie,
- ciągłe sprawdzanie powiadomień i nowych wiadomości,
- trudność w ograniczeniu korzystania z telefonu lub komputera,
- odczuwanie niepokoju lub zdenerwowania bez dostępu do Internetu,
- zaniedbywanie obowiązków szkolnych, zawodowych lub rodzinnych.

### **3. Przyczyny uzależnienia**

Uzależnienie może wynikać z kilku czynników, między innymi:

- potrzeby akceptacji i popularności,
- chęci bycia na bieżąco z informacjami,
- nudy lub braku innych form spędzania czasu,



- działania algorytmów, które dostarczają użytkownikom interesujące treści.

#### 4. Skutki uzależnienia

Nadmierne korzystanie z mediów społecznościowych może prowadzić do różnych problemów, takich jak:

- pogorszenie wyników w nauce lub pracy,
- problemy ze snem,
- ograniczenie kontaktów w rzeczywistości,
- pogorszenie zdrowia psychicznego, np. stres czy obniżone poczucie własnej wartości.

#### 5. Jak zapobiegać uzależnieniu

Aby ograniczyć ryzyko uzależnienia, warto:

- ustalać limit czasu korzystania z mediów społecznościowych,
- robić regularne przerwy od telefonu i Internetu,
- spędzać więcej czasu na aktywnościach offline, np. sporcie lub spotkaniach z przyjaciółmi,
- wyłączać niepotrzebne powiadomienia.

#### Podsumowanie:

Uzależnienie od mediów społecznościowych staje się coraz częstszym problemem, szczególnie wśród młodych ludzi. Dlatego ważne jest świadome korzystanie z platform społecznościowych oraz zachowanie równowagi między życiem w Internecie a życiem w rzeczywistości.



## *Hejt i cyberprzemoc w internecie*

**Hejt i cyberprzemoc w Internecie** to poważny problem społeczny, który pojawił się wraz z rozwojem komunikacji online i mediów społecznościowych. Platformy takie jak **Facebook, Instagram, TikTok** czy **X (Twitter)** umożliwiają szybkie publikowanie opinii i komentarzy, co niestety bywa wykorzystywane do obrażania innych osób.

### **1. Czym jest hejt**

**Hejt** to publikowanie w Internecie obraźliwych, agresywnych lub poniżających komentarzy skierowanych do innych osób. Często dotyczy wyglądu, poglądów, stylu życia czy działalności w sieci. Hejt może pojawiać się w komentarzach pod postami, filmami lub na forach internetowych.

### **2. Czym jest cyberprzemoc**

**Cyberprzemoc** to forma przemocy psychicznej, która odbywa się za pomocą Internetu lub urządzeń elektronicznych. Może przyjmować różne formy, takie jak:

- obrażanie i wyśmiewanie w komentarzach,
- rozsyłanie obraźliwych wiadomości,
- publikowanie kompromitujących zdjęć lub filmów,
- podszywanie się pod inną osobę w Internecie,
- rozpowszechnianie plotek i fałszywych informacji.

### **3. Skutki hejtu i cyberprzemocy**

Hejt i cyberprzemoc mogą mieć poważne konsekwencje dla osób, które ich doświadczają. Najczęstsze skutki to:

- stres i poczucie smutku,
- obniżone poczucie własnej wartości,



- problemy z relacjami społecznymi,
- lęk przed korzystaniem z Internetu,
- w skrajnych przypadkach problemy ze zdrowiem psychicznym.

#### **4. Dlaczego ludzie hejtują w Internecie**

Hejt w Internecie często wynika z kilku powodów:

- poczucia anonimowości w sieci,
- chęci zwrócenia na siebie uwagi,
- frustracji lub zazdrości,
- braku świadomości konsekwencji swoich działań.

#### **5. Jak reagować na hejt i cyberprzemoc**

Aby ograniczyć skutki hejtu, warto:

- nie odpowiadać agresją na agresję,
- blokować osoby publikujące obraźliwe treści,
- zgłaszać niewłaściwe komentarze administratorom platform,
- rozmawiać o problemie z rodzicami, nauczycielami lub zaufanymi osobami.

#### **Podsumowanie:**

Hejt i cyberprzemoc są poważnymi zagrożeniami w Internecie, które mogą negatywnie wpływać na zdrowie psychiczne i relacje społeczne. Dlatego ważne jest promowanie kultury szacunku w sieci oraz reagowanie na przejawy agresji online.

*Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych*

**Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych** polega na świadomym budowaniu tego, jak dana osoba lub marka jest postrzegana przez innych



użytkowników Internetu. Platformy takie jak **Instagram**, **TikTok**, **Facebook** czy **LinkedIn** umożliwiają prezentowanie swojego stylu życia, zainteresowań, osiągnięć oraz poglądów.

### **1. Czym jest wizerunek w mediach społecznościowych**

Wizerunek w mediach społecznościowych to sposób, w jaki użytkownik przedstawia siebie w Internecie. Tworzą go między innymi:

- publikowane zdjęcia i filmy,
- treści postów i komentarzy,
- sposób komunikowania się z innymi,
- obserwowane profile i zainteresowania.

Na podstawie tych elementów inni użytkownicy wyrabiają sobie opinię o danej osobie.

### **2. Dlaczego ludzie kreują swój wizerunek**

Wiele osób stara się budować określony wizerunek w mediach społecznościowych z różnych powodów. Najczęściej chodzi o:

- pokazanie swoich zainteresowań i pasji,
- zdobycie popularności lub większej liczby obserwujących,
- budowanie marki osobistej,
- promowanie swojej działalności lub pracy.

W przypadku niektórych użytkowników media społecznościowe stają się także narzędziem do rozwoju kariery zawodowej.

### **3. Sposoby budowania wizerunku**

Kreowanie wizerunku w Internecie może odbywać się na wiele sposobów, np.:



- regularne publikowanie treści,
- dbanie o estetykę zdjęć i filmów,
- dzielenie się swoimi doświadczeniami i opiniami,
- utrzymywanie kontaktu z obserwującymi poprzez komentarze i wiadomości.

Ważne jest również zachowanie spójności – czyli publikowanie treści zgodnych z tym, jaki obraz siebie chce się pokazać innym.

#### **4. Zagrożenia związane z kreowaniem wizerunku**

Budowanie wizerunku w mediach społecznościowych może mieć także negatywne skutki. Do najczęstszych problemów należą:

- presja bycia idealnym w Internecie,
- porównywanie się z innymi użytkownikami,
- utrata prywatności,
- publikowanie zbyt wielu informacji o swoim życiu.

Czasami wizerunek prezentowany w sieci może różnić się od rzeczywistości, co może prowadzić do nieporozumień.

#### **Podsumowanie:**

Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych polega na świadomym przedstawianiu siebie w Internecie. Może pomagać w budowaniu relacji, rozwijaniu kariery i prezentowaniu swoich zainteresowań, jednak wymaga odpowiedzialności i dbałości o prywatność.

*Porównywanie się z innymi w social mediach*

**Porównywanie się z innymi w mediach społecznościowych** to zjawisko psychologiczne polegające na ocenianiu własnego życia, wyglądu, sukcesów czy



relacji poprzez zestawianie ich z tym, co widzimy u innych użytkowników. W kontekście platform takich jak Instagram, TikTok czy Facebook jest ono szczególnie intensywne, ponieważ użytkownicy najczęściej publikują wyselekcjonowane, pozytywne fragmenty swojego życia.

### 1. Mechanizm porównywania społecznego

Zjawisko to jest związane z teorią **porównań społecznych**, którą opracował psycholog Leon Festinger. Według niej ludzie naturalnie oceniają siebie poprzez porównanie z innymi, zwłaszcza gdy trudno im obiektywnie ocenić własne osiągnięcia czy wartość.

W mediach społecznościowych porównania te są jednak **zniekształcone**, ponieważ:

- widzimy głównie **najlepsze momenty życia innych** (sukcesy, podróże, idealne zdjęcia),
- rzadko pokazuje się **problemy, porażki czy codzienność**,
- treści są często **edytowane, filtrowane lub pozowane**.

### 2. Dlaczego social media wzmacniają porównywanie

Platformy społecznościowe sprzyjają temu zjawisku z kilku powodów:

#### 1. Stała ekspozycja na cudze życie

Użytkownicy mogą w ciągu kilku minut zobaczyć setki zdjęć czy filmów pokazujących sukcesy innych.

#### 2. Algorytmy promujące atrakcyjne treści

Algorytmy platform takich jak TikTok czy Instagram pokazują treści, które przyciągają uwagę – często są to idealizowane wizerunki życia.



### 3. Liczby jako miara wartości

Polubienia, komentarze i liczba obserwujących mogą sprawiać wrażenie, że popularność jest równoznaczna z wartością człowieka.

### 3. Skutki psychologiczne

Nadmierne porównywanie się z innymi w social mediach może prowadzić do różnych konsekwencji:

#### Negatywne skutki:

- spadek samooceny
- poczucie bycia gorszym lub mniej atrakcyjnym
- frustracja i zazdrość
- zwiększone ryzyko zaburzeń takich jak Depression czy Anxiety disorder
- niezadowolenie z własnego życia

#### Czasem pozytywne skutki:

- motywacja do rozwoju
- inspiracja do działania
- zdobywanie nowych pomysłów

Kluczowe jest jednak **to, czy porównanie ma charakter inspirujący czy obniżający poczucie własnej wartości.**

### 4. Dlaczego te porównania są często nieuczciwe

Porównania w internecie są problematyczne, ponieważ zestawiamy:

- **czyjaś „najlepszą wersję”**

z



- **naszą codzienną rzeczywistością**

W efekcie powstaje **nierealny standard**, którego trudno dorównać.

## 5. Jak ograniczyć negatywne skutki

Kilka strategii pomagających zmniejszyć wpływ porównań:

- **świadome korzystanie z social mediów** (np. ograniczenie czasu)
- obserwowanie kont, które **inspirują zamiast frustrować**
- przypominanie sobie, że **internet pokazuje tylko fragment życia**
- skupienie się na **własnym postępie zamiast cudzych osiągnięć**

### Podsumowanie:

Porównywanie się z innymi w mediach społecznościowych jest naturalnym mechanizmem psychologicznym, ale w środowisku online może prowadzić do zniekształconych ocen siebie i własnego życia. Kluczowe jest krytyczne podejście do treści w internecie i koncentracja na własnym rozwoju zamiast na ciągłym zestawianiu się z innymi.

## Edukacja i rozwój

*Wykorzystanie mediów społecznościowych w edukacji*

**Wykorzystanie mediów społecznościowych w edukacji** polega na używaniu popularnych platform internetowych do wspierania procesu nauczania, komunikacji między uczniami i nauczycielami oraz dzielenia się wiedzą. Serwisy takie jak Facebook, Instagram, TikTok czy YouTube coraz częściej stają się narzędziami pomocnymi w nauce.

### 1. Dostęp do wiedzy i materiałów edukacyjnych



Media społecznościowe umożliwiają szybki dostęp do różnorodnych treści edukacyjnych, takich jak:

- krótkie filmy wyjaśniające trudne zagadnienia,
- infografiki i prezentacje,
- nagrania wykładów lub lekcji.

Na przykład na platformie YouTube można znaleźć kanały edukacyjne z zakresu matematyki, historii czy biologii, które pomagają uczniom zrozumieć materiał w bardziej przystępny sposób.

## **2. Współpraca i komunikacja**

Media społecznościowe ułatwiają kontakt między uczniami i nauczycielami. Dzięki nim możliwe jest:

- tworzenie grup klasowych,
- zadawanie pytań dotyczących materiału,
- wspólne przygotowywanie projektów.

Na przykład w grupach na Facebook uczniowie mogą wymieniać się notatkami, informacjami o zadaniach czy terminach sprawdzianów.

## **3. Nauka poprzez krótkie formy wideo**

Krótki format filmów w aplikacjach takich jak TikTok lub Instagram (rolki) może być wykorzystywany do:

- szybkiego wyjaśniania pojęć,
- pokazywania eksperymentów,
- prezentowania ciekawostek naukowych.

Dzięki temu nauka staje się bardziej atrakcyjna i łatwiejsza do zapamiętania.



#### 4. Rozwijanie kompetencji cyfrowych

Korzystanie z mediów społecznościowych w edukacji pomaga uczniom rozwijać ważne umiejętności, takie jak:

- wyszukiwanie i selekcja informacji,
- krytyczne myślenie,
- tworzenie własnych treści (np. filmów edukacyjnych).

Te kompetencje są istotne w dzisiejszym społeczeństwie informacyjnym.

#### 5. Możliwe zagrożenia

Mimo wielu zalet, wykorzystanie mediów społecznościowych w edukacji wiąże się również z pewnymi problemami:

- możliwość rozpraszania uwagi uczniów,
- ryzyko kontaktu z nieprawdziwymi informacjami,
- nadmierne korzystanie z internetu.

Dlatego ważne jest, aby korzystać z tych narzędzi **świadomie i z umiarem**.

#### **Podsumowanie:**

Media społecznościowe mogą być wartościowym wsparciem w edukacji, ponieważ ułatwiają dostęp do wiedzy, wspierają współpracę oraz zwiększają atrakcyjność nauki. Jednocześnie wymagają odpowiedzialnego i krytycznego podejścia, aby uniknąć ich negatywnego wpływu.

*Media społecznościowe jako źródło wiedzy*

**Media społecznościowe jako źródło wiedzy** oznaczają wykorzystywanie platform internetowych do zdobywania informacji, uczenia się nowych rzeczy oraz poszerzania swoich zainteresowań. Współcześnie serwisy takie jak YouTube,



TikTok, Instagram czy Facebook stały się miejscem, gdzie użytkownicy nie tylko się komunikują, ale także zdobywają wiedzę z różnych dziedzin.

### **1. Łatwy i szybki dostęp do informacji**

Jedną z największych zalet mediów społecznościowych jest szybki dostęp do ogromnej ilości informacji. Użytkownicy mogą w krótkim czasie znaleźć materiały dotyczące nauki, historii, języków obcych czy technologii.

Na przykład na platformie YouTube można oglądać wykłady, poradniki i filmy edukacyjne wyjaśniające trudne zagadnienia w prosty sposób.

### **2. Różnorodne formy przekazywania wiedzy**

Media społecznościowe oferują wiele sposobów przekazywania informacji, takich jak:

- filmy,
- grafiki i infografiki,
- transmisje na żywo,
- krótkie materiały wideo.

Krótki format filmów w aplikacjach takich jak TikTok czy Instagram sprawia, że wiedza jest przedstawiana w atrakcyjnej i łatwej do zapamiętania formie.

### **3. Możliwość uczenia się od ekspertów**

W mediach społecznościowych wiele osób dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem. Są to między innymi:

- nauczyciele,
- naukowcy,
- specjaliści z różnych dziedzin.



Dzięki temu użytkownicy mogą poznawać nowe informacje i rozwijać swoje zainteresowania bez wychodzenia z domu.

#### 4. Zagrożenia związane z wiarygodnością informacji

Mimo wielu zalet media społecznościowe nie zawsze są wiarygodnym źródłem wiedzy. W internecie mogą pojawiać się:

- nieprawdziwe informacje,
- niesprawdzone porady,
- treści tworzone wyłącznie dla popularności.

Dlatego ważne jest, aby **sprawdzać źródła informacji i podchodzić do nich krytycznie**.

##### **Podsumowanie:**

Media społecznościowe mogą być wartościowym źródłem wiedzy, ponieważ umożliwiają szybki dostęp do informacji i prezentują je w atrakcyjnej formie. Jednak aby korzystanie z nich było naprawdę pożyteczne, należy umieć odróżniać rzetelne treści od nieprawdziwych informacji.

##### *Rola influencerów w przekazywaniu informacji*

Influencerzy to osoby, które dzięki swojej popularności w internecie mają wpływ na opinie i zachowania innych użytkowników. Działają głównie w mediach społecznościowych takich jak Instagram, TikTok, YouTube czy Facebook. Ich działalność polega na tworzeniu treści, które oglądają tysiące, a czasem nawet miliony osób.

#### 1. Przekazywanie informacji w przystępnej formie

Jedną z najważniejszych ról influencerów jest przedstawianie informacji w sposób łatwy do zrozumienia. Często wykorzystują krótkie filmy, zdjęcia lub relacje, dzięki czemu nawet trudniejsze tematy mogą być przedstawione w prosty i ciekawy sposób.

## 2. Wpływ na opinie i decyzje odbiorców

Influencerzy mają duży wpływ na swoich obserwatorów. Ich rekomendacje mogą dotyczyć różnych dziedzin, na przykład:

- stylu życia,
- zdrowia,
- edukacji,
- technologii.

Wiele osób traktuje ich opinie jako wiarygodne, ponieważ influencerzy często budują bliską relację ze swoją społecznością.

## 3. Szybkie rozpowszechnianie informacji

Media społecznościowe pozwalają influencerom bardzo szybko docierać do dużej liczby odbiorców. Informacje przekazywane przez popularne osoby mogą w krótkim czasie rozprzestrzenić się w internecie i dotrzeć do szerokiej publiczności.

## 4. Możliwe zagrożenia

Mimo wielu zalet działalność influencerów może wiązać się również z pewnymi problemami. Niektórzy twórcy publikują treści sponsorowane lub niesprawdzone informacje, które mogą wprowadzać odbiorców w błąd. Dlatego ważne jest, aby użytkownicy internetu zachowywali krytyczne podejście do przekazywanych treści.

### Podsumowanie:

Influencerzy odgrywają ważną rolę w przekazywaniu informacji w mediach społecznościowych. Dzięki swojej popularności mogą szybko dotrzeć do wielu osób i

przedstawić różne tematy w atrakcyjny sposób. Jednocześnie odbiorcy powinni pamiętać o konieczności weryfikowania informacji i nie przyjmować wszystkich treści bezkrytycznie.

### *Fake newsy i dezinformacja w mediach społecznościowych*

Fake newsy to nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, które są rozpowszechniane w internecie. W mediach społecznościowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok czy X mogą one rozprzestrzeniać się bardzo szybko i docierać do dużej liczby odbiorców.

## **1. Czym są fake newsy**

Fake newsy to wiadomości, które wyglądają jak prawdziwe informacje, ale w rzeczywistości są:

- całkowicie zmyślone,
- częściowo nieprawdziwe,
- przedstawione w sposób manipulujący faktami.

Często są tworzone po to, aby wzbudzić emocje, przyciągnąć uwagę użytkowników lub wpłynąć na ich opinie.

## **2. Dlaczego fake newsy szybko się rozprzestrzeniają**

Media społecznościowe sprzyjają rozprzestrzenianiu się fałszywych informacji, ponieważ:

- użytkownicy często udostępniają treści bez sprawdzania ich prawdziwości,
- algorytmy promują materiały wywołujące silne emocje,
- informacje mogą być przekazywane dalej w bardzo krótkim czasie.



W efekcie jedna nieprawdziwa wiadomość może zostać udostępniona przez tysiące osób.

### 3. Skutki dezinformacji

Dezinformacja w mediach społecznościowych może prowadzić do wielu negatywnych konsekwencji, takich jak:

- wprowadzanie społeczeństwa w błąd,
- wywoływanie paniki lub niepotrzebnych konfliktów,
- wpływanie na opinie publiczne i decyzje ludzi.

Dlatego fake newsy stanowią poważny problem we współczesnym świecie.

### 4. Jak rozpoznawać fałszywe informacje

Aby ograniczyć wpływ fake newsów, warto:

- sprawdzać informacje w kilku źródłach,
- zwracać uwagę na wiarygodność autora,
- czytać całą wiadomość, a nie tylko nagłówek,
- zachować ostrożność wobec treści wywołujących silne emocje.

#### **Podsumowanie:**

Fake newsy i dezinformacja są dużym wyzwaniem w mediach społecznościowych, ponieważ mogą szybko rozprzestrzeniać się w internecie i wpływać na opinie wielu osób. Dlatego bardzo ważne jest krytyczne podejście do informacji oraz sprawdzanie ich wiarygodności przed udostępnieniem.

#### *Jak rozpoznawać fałszywe informacje w internecie*

W internecie, szczególnie w mediach społecznościowych takich jak Facebook, Instagram, TikTok czy X, można znaleźć wiele informacji, które nie zawsze są



prawdziwe. Dlatego ważne jest, aby umieć rozpoznawać fałszywe wiadomości i podchodzić do nich krytycznie.

### **1. Sprawdzaj źródło informacji**

Pierwszym krokiem jest sprawdzenie, skąd pochodzi dana wiadomość. Wiarygodne informacje zwykle publikują:

- znane portale informacyjne,
- instytucje naukowe,
- eksperci w danej dziedzinie.

Jeśli informacja pochodzi z nieznanego źródła lub anonimowego konta, warto zachować ostrożność.

### **2. Porównuj informacje w kilku miejscach**

Jeżeli dana wiadomość jest prawdziwa, najczęściej pojawia się w wielu źródłach. Dlatego dobrze jest sprawdzić, czy o tym samym wydarzeniu informują również inne portale lub media.

### **3. Zwracaj uwagę na emocjonalne nagłówki**

Fake newsy często mają nagłówki, które mają wywołać silne emocje, na przykład:

- szok,
- strach,
- oburzenie.

Takie nagłówki mogą zachęcać do szybkiego udostępniania informacji bez jej sprawdzania.

### **4. Sprawdź datę publikacji**

Czasami prawdziwe informacje są ponownie udostępniane po wielu latach, przez co mogą wprowadzać w błąd. Dlatego warto zwrócić uwagę, kiedy dana wiadomość została opublikowana.

## **5. Analizuj zdjęcia i materiały**

Zdjęcia lub filmy w internecie mogą być wyrwane z kontekstu lub przerobione. Warto sprawdzić, czy dane zdjęcie nie było wcześniej użyte w innym artykule lub wydarzeniu.

### **Podsumowanie:**

Rozpoznawanie fałszywych informacji w internecie jest ważną umiejętnością w dzisiejszym świecie. Sprawdzanie źródeł, porównywanie informacji i krytyczne myślenie pomagają uniknąć rozpowszechniania nieprawdziwych wiadomości.

## **Biznes i marketing**

### *Marketing w mediach społecznościowych*

Marketing w mediach społecznościowych to działania promocyjne prowadzone na platformach internetowych w celu zwiększenia rozpoznawalności marki, promocji produktów lub usług oraz budowania relacji z klientami. Firmy wykorzystują w tym celu serwisy takie jak Facebook, Instagram, TikTok czy YouTube.

### **1. Budowanie wizerunku marki**

Media społecznościowe pozwalają firmom prezentować swoją działalność, wartości i ofertę. Poprzez regularne publikowanie postów, zdjęć i filmów marka może budować pozytywny wizerunek oraz zwiększać swoją rozpoznawalność wśród użytkowników internetu.

### **2. Bezpośredni kontakt z klientami**

Jedną z największych zalet marketingu w mediach społecznościowych jest możliwość bezpośredniej komunikacji z odbiorcami. Użytkownicy mogą:

- zadawać pytania,
- komentować posty,
- wyrażać opinie o produktach.

Dzięki temu firmy mogą szybciej reagować na potrzeby klientów i budować z nimi trwałe relacje.

### **3. Wykorzystanie influencerów**

W marketingu internetowym często wykorzystuje się współpracę z popularnymi twórcami internetowymi, którzy promują produkty lub usługi w swoich materiałach. Dzięki temu reklama dociera do dużej liczby obserwatorów i może być bardziej przekonująca dla odbiorców.

### **4. Reklamy dopasowane do odbiorców**

Platformy społecznościowe umożliwiają tworzenie reklam dopasowanych do konkretnych grup użytkowników, na przykład ze względu na wiek, zainteresowania czy miejsce zamieszkania. Dzięki temu firmy mogą skuteczniej docierać do potencjalnych klientów.

### **5. Zalety marketingu w social media**

Do najważniejszych korzyści należą:

- duży zasięg przekazu,
- stosunkowo niski koszt reklamy,
- szybkie dotarcie do odbiorców,
- możliwość analizowania wyników kampanii.



## **Podsumowanie:**

Marketing w mediach społecznościowych jest ważnym elementem współczesnej promocji. Dzięki platformom internetowym firmy mogą skutecznie docierać do klientów, budować swoją markę oraz prowadzić bezpośrednią komunikację z odbiorcami.

### *Wpływ social media na decyzje zakupowe*

Media społecznościowe mają duży wpływ na decyzje zakupowe użytkowników internetu. Platformy takie jak Instagram, TikTok, Facebook czy YouTube są nie tylko miejscem komunikacji i rozrywki, ale także przestrzenią, w której użytkownicy poznają nowe produkty i marki.

## **1. Reklamy w mediach społecznościowych**

Firmy wykorzystują media społecznościowe do promowania swoich produktów poprzez reklamy wyświetlane użytkownikom. Często są one dopasowane do zainteresowań, wieku czy wcześniejszych wyszukiwań użytkownika, dzięki czemu mogą skutecznie zachęcać do zakupu.

## **2. Opinie i rekomendacje użytkowników**

Wiele osób przed dokonaniem zakupu sprawdza opinie innych użytkowników w internecie. Komentarze, recenzje czy oceny produktów publikowane w mediach społecznościowych mogą wpływać na decyzję o zakupie lub rezygnacji z niego.

## **3. Wpływ influencerów**

Popularni twórcy internetowi często promują różne produkty w swoich materiałach. Ich rekomendacje mogą być dla obserwatorów ważne, ponieważ influencerzy budują z nimi relację i zaufanie. Dzięki temu produkty polecane przez influencerów mogą szybko zyskać popularność.

## **4. Prezentacja produktów w atrakcyjnej formie**



Media społecznościowe umożliwiają przedstawianie produktów w atrakcyjny sposób, na przykład poprzez zdjęcia, filmy lub relacje na żywo. Dzięki temu użytkownicy mogą zobaczyć, jak dany produkt wygląda i jak działa w praktyce.

## 5. Szybkie rozpowszechnianie trendów

W mediach społecznościowych trendy zakupowe mogą pojawiać się i rozprzestrzeniać bardzo szybko. Produkty, które stają się popularne na platformach takich jak TikTok czy Instagram, często w krótkim czasie zyskują dużą liczbę klientów.

### Podsumowanie:

Media społecznościowe mają znaczący wpływ na decyzje zakupowe użytkowników. Reklamy, opinie innych osób oraz rekomendacje influencerów mogą zachęcać do zakupu różnych produktów i kształtować trendy konsumenckie.

### *Budowanie marki osobistej w internecie*

Budowanie marki osobistej w internecie polega na świadomym kreowaniu swojego wizerunku w sieci oraz prezentowaniu swoich umiejętności, wiedzy i wartości. Dzięki mediom społecznościowym takim jak Instagram, LinkedIn, TikTok czy YouTube wiele osób może pokazać swoje kompetencje i zdobyć rozpoznawalność w danej dziedzinie.

## 1. Prezentowanie swoich umiejętności i wiedzy

Jednym z najważniejszych elementów budowania marki osobistej jest dzielenie się swoją wiedzą oraz doświadczeniem. Można to robić poprzez:

- publikowanie postów edukacyjnych,
- tworzenie filmów lub artykułów,
- komentowanie aktualnych wydarzeń związanych z daną branżą.



Dzięki temu inni użytkownicy mogą poznać nasze kompetencje i zainteresowania.

## **2. Budowanie wiarygodności i zaufania**

Regularne publikowanie wartościowych treści pomaga budować zaufanie wśród odbiorców. Osoby, które dzielą się rzetelną wiedzą i doświadczeniem, są często postrzegane jako eksperci w swojej dziedzinie.

## **3. Nawiązywanie kontaktów i współpracy**

Media społecznościowe umożliwiają nawiązywanie nowych znajomości zawodowych i współprac. Na przykład platforma LinkedIn jest często wykorzystywana do kontaktów biznesowych, poszukiwania pracy oraz budowania sieci zawodowych relacji.

## **4. Konsekwencja i autentyczność**

Budowanie marki osobistej wymaga systematyczności i spójności w publikowanych treściach. Ważne jest także, aby być autentycznym i przedstawiać prawdziwy obraz swojej działalności, ponieważ odbiorcy łatwo zauważają nieszczerłość.

## **5. Korzyści z posiadania marki osobistej**

Silna marka osobista w internecie może przynieść wiele korzyści, takich jak:

- większa rozpoznawalność,
- nowe możliwości zawodowe,
- zaproszenia do współpracy,
- rozwój kariery.

### **Podsumowanie:**

Budowanie marki osobistej w internecie polega na świadomym prezentowaniu swoich umiejętności, wiedzy i wartości w mediach społecznościowych. Dzięki



regularnemu publikowaniu wartościowych treści można zdobyć zaufanie odbiorców oraz zwiększyć swoje możliwości zawodowe.

### *Reklama w mediach społecznościowych*

Reklama w mediach społecznościowych polega na promowaniu produktów, usług lub marek za pomocą platform internetowych. Serwisy takie jak Facebook, Instagram, TikTok czy YouTube umożliwiają firmom dotarcie do bardzo dużej liczby użytkowników w krótkim czasie.

## **1. Różne formy reklamy**

Reklamy w mediach społecznościowych mogą przyjmować różne formy, na przykład:

- sponsorowane posty,
- krótkie filmy reklamowe,
- relacje sponsorowane,
- banery reklamowe.

Dzięki temu firmy mogą prezentować swoje produkty w atrakcyjny i ciekawy sposób.

## **2. Precyzyjne dopasowanie do odbiorców**

Jedną z największych zalet reklamy w mediach społecznościowych jest możliwość kierowania reklam do konkretnych grup użytkowników. Reklamy mogą być dopasowane między innymi do:

- wieku,
- zainteresowań,
- miejsca zamieszkania,
- aktywności w internecie.



Dzięki temu reklama trafia do osób, które mogą być najbardziej zainteresowane danym produktem.

### 3. Współpraca z influencerami

Firmy często promują swoje produkty poprzez współpracę z popularnymi twórcami internetowymi. Influencerzy prezentują produkty w swoich postach lub filmach, co może zwiększać zainteresowanie odbiorców.

### 4. Szybkie rozpowszechnianie informacji

Media społecznościowe umożliwiają bardzo szybkie dotarcie do odbiorców. Jedna reklama może zostać udostępniona przez wielu użytkowników, dzięki czemu jej zasięg może znacznie wzrosnąć.

### 5. Możliwość analizowania wyników

Platformy społecznościowe oferują narzędzia, które pozwalają firmom sprawdzać skuteczność reklam. Można analizować między innymi:

- liczbę wyświetleń,
- kliknięcia,
- reakcje użytkowników.

#### **Podsumowanie:**

Reklama w mediach społecznościowych jest ważnym elementem współczesnego marketingu. Dzięki niej firmy mogą skutecznie promować swoje produkty, docierać do wybranych grup odbiorców oraz analizować efekty swoich działań reklamowych.

#### *Rola influencer marketingu*

**Rola influencer marketingu** polega na wykorzystywaniu popularności oraz zaufania, jakie influencerzy zdobyli w mediach społecznościowych, do promowania marek, produktów lub usług. Jest to jedna z najdynamiczniej rozwijających się form



marketingu cyfrowego, ponieważ opiera się na autentyczności i relacji między twórcą internetowym a jego odbiorcami.

### **1. Budowanie zaufania i wiarygodności**

Influencerzy często są postrzegani przez swoich obserwatorów jako autorytety lub osoby godne zaufania w danej dziedzinie (np. moda, technologia, fitness, podróże). Kiedy polecają dany produkt, odbiorcy traktują to bardziej jak rekomendację znajomego niż tradycyjną reklamę. Dzięki temu marka może szybciej zdobyć wiarygodność w oczach potencjalnych klientów.

### **2. Zwiększanie świadomości marki**

Jedną z najważniejszych ról influencer marketingu jest zwiększanie rozpoznawalności marki. Influencerzy docierają do dużej liczby obserwatorów, często w bardzo konkretnych grupach docelowych. Dzięki temu firmy mogą promować swoje produkty wśród osób, które są najbardziej zainteresowane daną kategorią.

### **3. Docieranie do określonej grupy docelowej**

Influencerzy skupiają wokół siebie społeczności o określonych zainteresowaniach. Przykładowo:

- influencer fitness dociera do osób aktywnych fizycznie,
- influencer technologiczny – do fanów nowych technologii,
- influencer modowy – do osób zainteresowanych stylem i trendami.

Dzięki temu firmy mogą precyzyjnie kierować swoje komunikaty marketingowe.

### **4. Zwiększanie sprzedaży**

Rekomendacje influencerów mogą bezpośrednio wpływać na decyzje zakupowe odbiorców. Często stosuje się:



- kody rabatowe przypisane do influencera,
- linki afiliacyjne,
- recenzje i testy produktów.

Takie działania mogą znacząco zwiększyć sprzedaż produktów lub usług.

## 5. Tworzenie atrakcyjnych treści marketingowych

Influencerzy są jednocześnie twórcami treści. Potrafią przygotować zdjęcia, filmy czy relacje w sposób atrakcyjny dla swojej społeczności. Dzięki temu marka zyskuje kreatywne materiały promocyjne, które mogą być również wykorzystywane w innych kanałach marketingowych.

## 6. Budowanie relacji z konsumentami

Influencer marketing sprzyja budowaniu długoterminowych relacji między marką a konsumentami. Regularna współpraca z influencerem sprawia, że marka staje się bardziej „ludzka” i bliższa odbiorcom.

## 7. Wzmacnianie wizerunku marki

Dobór odpowiedniego influencera pozwala markom budować określony wizerunek – np. nowoczesny, ekologiczny, luksusowy czy młodzieżowy. Influencer staje się wtedy swoistym ambasadorem marki.

### Podsumowanie:

Influencer marketing odgrywa ważną rolę w nowoczesnej komunikacji marketingowej. Pozwala firmom budować zaufanie, zwiększać rozpoznawalność marki, docierać do precyzyjnie określonych grup odbiorców oraz skutecznie wpływać na decyzje zakupowe konsumentów.

## **Współczesne trendy**

### *Krótkie filmy (shorts, reels) jako nowa forma komunikacji*

Krótkie filmy w mediach społecznościowych stały się jedną z najpopularniejszych form komunikacji w internecie. Format ten polega na publikowaniu krótkich materiałów wideo, zwykle trwających od kilku do kilkudziesięciu sekund. Funkcjonuje on na wielu platformach, takich jak TikTok, Instagram (Reels) czy YouTube (Shorts). Popularność tego formatu wynika z jego dynamicznego charakteru oraz łatwości odbioru.

### **Szybkie przekazywanie informacji**

Krótkie filmy pozwalają przekazać treść w bardzo skondensowanej formie. Dzięki temu odbiorca może szybko zapoznać się z informacją, bez konieczności oglądania długich materiałów. W świecie, w którym użytkownicy mają ograniczony czas i krótszą koncentrację uwagi, taki format jest szczególnie skuteczny.

### **Atrakcyjność wizualna i emocjonalna**

Shorts i reels są zazwyczaj dynamiczne, zawierają muzykę, napisy, efekty wizualne oraz szybki montaż. Dzięki temu przyciągają uwagę odbiorców i wywołują emocje, co zwiększa szansę na udostępnianie treści oraz ich viralowy zasięg.

### **Budowanie relacji z odbiorcami**

Krótkie filmy pozwalają twórcom i markom pokazać bardziej autentyczną, mniej formalną stronę działalności. Dzięki temu odbiorcy mogą poczuć większą bliskość z twórcą lub marką, co sprzyja budowaniu relacji i lojalności.

### **Narzędzie marketingowe**

Dla firm krótkie filmy są skutecznym narzędziem marketingowym. Mogą służyć do:

- prezentowania produktów,



- pokazywania kulis działalności firmy,
- edukowania odbiorców,
- promowania nowych kampanii lub trendów.

Dzięki algorytmom platform społecznościowych nawet małe profile mogą osiągać duże zasięgi.

### **Łatwość tworzenia i publikacji**

Produkcja krótkich filmów jest stosunkowo prosta – często wystarczy smartfon oraz podstawowa aplikacja do edycji wideo. To sprawia, że każdy użytkownik może zostać twórcą treści i aktywnie uczestniczyć w komunikacji internetowej.

### **Podsumowanie**

Krótkie filmy, takie jak shorts czy reels, stanowią nowoczesną i bardzo efektywną formę komunikacji w mediach społecznościowych. Dzięki swojej dynamicznej formie, łatwości odbioru oraz dużym zasięgom stały się ważnym narzędziem zarówno dla twórców internetowych, jak i dla marek prowadzących działania marketingowe.

### *Prywatność i bezpieczeństwo danych w mediach społecznościowych*

Media społecznościowe stały się ważnym elementem codziennego życia, umożliwiając komunikację, dzielenie się informacjami i budowanie relacji. Platformy takie jak Facebook, Instagram czy TikTok gromadzą jednak duże ilości danych użytkowników, co rodzi pytania dotyczące prywatności i bezpieczeństwa informacji.

### **Gromadzenie danych użytkowników**

Media społecznościowe zbierają różne rodzaje danych, m.in. informacje o wieku, lokalizacji, zainteresowaniach czy aktywności w sieci. Dane te są wykorzystywane głównie do personalizacji treści oraz dopasowywania reklam do preferencji użytkowników. Choć pozwala to na bardziej spersonalizowane doświadczenie w

sieci, może także prowadzić do nadmiernego gromadzenia informacji o użytkownikach.

### **Ryzyko naruszenia prywatności**

Jednym z głównych problemów związanych z mediami społecznościowymi jest możliwość ujawnienia danych osobowych. Użytkownicy często publikują informacje o swoim życiu prywatnym, zdjęcia czy lokalizację, co może zostać wykorzystane przez osoby trzecie w niepożądany sposób, np. do kradzieży tożsamości lub nadużyć.

### **Zagrożenia cyberbezpieczeństwa**

Konta w mediach społecznościowych mogą być celem cyberprzestępców. Do najczęstszych zagrożeń należą:

- phishing, czyli wyłudzenie danych logowania,
- włamanie na konta użytkowników,
- rozsyłanie złośliwych linków lub oprogramowania.

Dlatego ważne jest stosowanie silnych haseł oraz dodatkowych zabezpieczeń, takich jak uwierzytelnianie dwuskładnikowe.

### **Ochrona danych i regulacje prawne**

W wielu krajach wprowadzono przepisy mające na celu ochronę danych osobowych użytkowników internetu. W Unii Europejskiej ważną rolę odgrywa RODO, które nakłada na firmy obowiązek odpowiedniego przetwarzania i zabezpieczania danych osobowych.

### **Świadome korzystanie z mediów społecznościowych**

Bezpieczeństwo danych zależy również od samych użytkowników. Warto:

- kontrolować ustawienia prywatności,

- ograniczać udostępnianie danych osobowych,
- uważać na podejrzane wiadomości i linki,
- regularnie aktualizować hasła.

## Podsumowanie

Prywatność i bezpieczeństwo danych w mediach społecznościowych są ważnym wyzwaniem współczesnego internetu. Choć platformy społecznościowe oferują wiele możliwości komunikacji i rozrywki, użytkownicy powinni korzystać z nich świadomie, dbając o ochronę swoich danych i bezpieczeństwo w sieci.

### *Algorytmy mediów społecznościowych – jak działają*

Algorytmy mediów społecznościowych to zestawy zasad i mechanizmów informatycznych, które decydują o tym, jakie treści użytkownicy widzą na swoich profilach. Platformy takie jak Instagram, TikTok, Facebook czy YouTube wykorzystują algorytmy, aby dopasować wyświetlane materiały do zainteresowań odbiorców.

## Analiza aktywności użytkownika

Podstawą działania algorytmów jest analiza zachowania użytkowników. Systemy sprawdzają m.in.:

- jakie posty użytkownik polubił,
- jakie treści komentuje lub udostępnia,
- jak długo ogląda filmy,
- jakie profile obserwuje.

Na podstawie tych danych algorytm tworzy profil zainteresowań użytkownika i dobiera podobne treści.

## **Personalizacja treści**

Algorytmy starają się pokazywać użytkownikowi takie materiały, które mają największą szansę go zainteresować. Dzięki temu każdy użytkownik może widzieć zupełnie inny zestaw postów, nawet jeśli obserwuje te same profile co inni.

## **Znaczenie zaangażowania**

Jednym z najważniejszych czynników wpływających na zasięg treści jest zaangażowanie odbiorców. Im więcej osób reaguje na dany post (np. polubienia, komentarze, udostępnienia), tym większa szansa, że algorytm pokaże go kolejnym użytkownikom.

## **Czas i aktualność treści**

Algorytmy biorą pod uwagę również czas publikacji. Nowe i aktualne posty są częściej promowane, ponieważ platformy chcą pokazywać użytkownikom najświeższe informacje i trendy.

## **Format treści**

Niektóre platformy promują określone formaty, np. krótkie filmy czy relacje. Dlatego twórcy często dostosowują swoje materiały do formatów preferowanych przez algorytmy.

## **Zalety i wady algorytmów**

Algorytmy pomagają użytkownikom szybciej znaleźć interesujące treści i zwiększają wygodę korzystania z platform. Jednocześnie mogą prowadzić do tzw. „bańki informacyjnej”, czyli sytuacji, w której użytkownik widzi głównie treści zgodne z jego poglądami i zainteresowaniami.

## **Podsumowanie**

Algorytmy mediów społecznościowych analizują aktywność użytkowników i na tej podstawie personalizują treści, które pojawiają się na ich ekranach. Dzięki temu korzystanie z platform jest bardziej dopasowane do indywidualnych preferencji, jednak wymaga także świadomego podejścia do informacji pojawiających się w sieci.

### *Cancel culture w internecie*

Cancel culture (tzw. „kultura unieważniania”) to zjawisko społeczne polegające na publicznym krytykowaniu, bojkotowaniu lub wykluczaniu osób publicznych, firm lub twórców internetowych z powodu ich kontrowersyjnych wypowiedzi, działań lub zachowań. Zjawisko to rozwija się głównie w mediach społecznościowych, takich jak Twitter, Instagram czy TikTok.

### **Na czym polega cancel culture**

Cancel culture polega na tym, że użytkownicy internetu masowo krytykują daną osobę lub organizację, często wzywając do zaprzestania jej wspierania. Może to oznaczać np.:

- przestanie obserwować profil danej osoby,
- bojkot produktów danej marki,
- publiczne komentowanie i krytykowanie jej działań,
- naciski na firmy, aby zakończyły współpracę z daną osobą.

### **Przyczyny zjawiska**

Cancel culture najczęściej pojawia się w sytuacjach, gdy osoba publiczna zostaje oskarżona o zachowania uznawane za nieetyczne lub obraźliwe, np. dyskryminację, rasizm czy niewłaściwe wypowiedzi. Media społecznościowe umożliwiają szybkie rozpowszechnianie takich informacji, co może prowadzić do masowej reakcji użytkowników.



## Wpływ na osoby publiczne i marki

Dla influencerów, celebrytów czy firm cancel culture może mieć poważne konsekwencje, takie jak:

- utrata popularności i zaufania odbiorców,
- spadek liczby obserwujących,
- zakończenie współprac reklamowych,
- pogorszenie wizerunku w mediach.

## Kontrowersje wokół cancel culture

Zjawisko to budzi wiele dyskusji. Zwolennicy uważają, że jest to forma społecznej odpowiedzialności i sposób na pociągnięcie osób publicznych do odpowiedzialności za swoje słowa i działania. Krytycy natomiast wskazują, że cancel culture może prowadzić do nadmiernego „publicznego potępienia”, braku możliwości wyjaśnienia sytuacji oraz tzw. „internetowego linczu”.

## Podsumowanie

Cancel culture jest charakterystycznym zjawiskiem współczesnego internetu i mediów społecznościowych. Pokazuje, jak dużą siłę mają społeczności online w kształtowaniu opinii publicznej oraz w wywieraniu wpływu na osoby publiczne, marki i instytucje. Jednocześnie rodzi pytania o granice krytyki, odpowiedzialność za słowa oraz wolność wypowiedzi w przestrzeni cyfrowej.

### *Viralowe treści i ich wpływ na użytkowników*

Viralowe treści to materiały publikowane w internecie, które w bardzo krótkim czasie zdobywają ogromną popularność i są masowo udostępniane przez użytkowników. Mogą to być filmy, zdjęcia, memy lub posty w mediach społecznościowych.



Najczęściej rozprzestrzeniają się na platformach takich jak TikTok, Instagram czy YouTube.

### **Czym charakteryzują się viralowe treści**

Treści viralowe zwykle mają kilka wspólnych cech. Są krótkie, łatwe do zrozumienia i wywołują silne emocje – np. rozbawienie, zaskoczenie czy wzruszenie. Często opierają się na aktualnych trendach, wyzwaniach internetowych lub humorze, dzięki czemu użytkownicy chętnie je udostępniają.

### **Mechanizm rozprzestrzeniania**

Viralowe materiały rozprzestrzeniają się głównie dzięki udostępnieniom, komentarzom i reakcjom użytkowników. Algorytmy mediów społecznościowych promują treści, które szybko zdobywają duże zaangażowanie, pokazując je coraz większej liczbie osób. W efekcie jeden film lub post może w krótkim czasie dotrzeć do milionów użytkowników.

### **Wpływ na użytkowników**

Viralowe treści mają duży wpływ na zachowanie i opinie użytkowników. Mogą:

- kształtować trendy w internecie,
- wpływać na sposób postrzegania różnych tematów,
- inspirować użytkowników do tworzenia podobnych materiałów,
- zachęcać do udziału w internetowych wyzwaniach.

### **Znaczenie w marketingu**

Viralowe treści są także ważnym narzędziem marketingowym. Marki i twórcy starają się tworzyć materiały, które mają potencjał do szybkiego rozprzestrzeniania się. Dzięki temu mogą osiągnąć bardzo duże zasięgi bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów reklamowych.



## **Potencjalne zagrożenia**

Mimo wielu zalet viralowe treści mogą również nieść pewne ryzyko. Niekiedy rozpowszechniają nieprawdziwe informacje, kontrowersyjne treści lub niebezpieczne wyzwania internetowe. Z tego powodu ważne jest krytyczne podejście do materiałów, które szybko zdobywają popularność.

## **Podsumowanie**

Viralowe treści są ważnym elementem współczesnego internetu. Dzięki szybkiemu rozprzestrzenianiu się mogą wpływać na opinie, zachowania i trendy wśród użytkowników mediów społecznościowych, a jednocześnie stanowią skuteczne narzędzie promocji dla twórców i marek.

## **Społeczeństwo i polityka**

### *Wpływ mediów społecznościowych na politykę*

Media społecznościowe odgrywają coraz większą rolę w życiu politycznym. Platformy takie jak Facebook, Twitter czy YouTube umożliwiają politykom bezpośrednią komunikację z obywatelami oraz szybkie rozpowszechnianie informacji.

## **Bezpośrednia komunikacja z wyborcami**

Media społecznościowe pozwalają politykom na kontakt z wyborcami bez pośrednictwa tradycyjnych mediów, takich jak telewizja czy prasa. Dzięki temu mogą szybko przekazywać swoje stanowisko, reagować na bieżące wydarzenia oraz budować wizerunek publiczny.

## **Kampanie wyborcze w internecie**



Współczesne kampanie wyborcze coraz częściej przenoszą się do internetu. Politycy wykorzystują media społecznościowe do promowania swoich programów, publikowania materiałów wideo czy organizowania transmisji na żywo. Dzięki temu mogą dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza młodszych wyborców.

### **Mobilizacja społeczeństwa**

Media społecznościowe mogą mobilizować obywateli do udziału w życiu politycznym, np. poprzez zachęcanie do udziału w wyborach, protestach lub akcjach społecznych. Informacje rozprzestrzeniają się bardzo szybko, co sprzyja organizowaniu wydarzeń i inicjatyw społecznych.

### **Ryzyko dezinformacji**

Jednym z poważnych problemów jest rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Fałszywe wiadomości mogą wpływać na opinie społeczne i decyzje wyborców. Szybkie tempo rozprzestrzeniania się treści w mediach społecznościowych sprawia, że dezinformacja może dotrzeć do wielu osób w krótkim czasie.

### **Polaryzacja społeczeństwa**



Algorytmy platform często pokazują użytkownikom treści zgodne z ich poglądami. Może to prowadzić do tzw. „baniek informacyjnych”, w których użytkownicy mają kontakt głównie z opiniami podobnymi do własnych. W efekcie może wzrastać podział polityczny w społeczeństwie.

## **Podsumowanie**

Media społecznościowe znacząco zmieniły sposób prowadzenia komunikacji politycznej. Umożliwiają szybki kontakt z wyborcami, zwiększają zaangażowanie społeczne i odgrywają ważną rolę w kampaniach wyborczych. Jednocześnie stwarzają wyzwania, takie jak dezinformacja czy rosnąca polaryzacja opinii publicznej.

### *Media społecznościowe podczas kryzysów i wydarzeń społecznych*

Media społecznościowe odgrywają ważną rolę podczas kryzysów oraz istotnych wydarzeń społecznych. Platformy takie jak Facebook, Twitter czy Instagram umożliwiają szybkie przekazywanie informacji oraz komunikację między instytucjami, mediami i społeczeństwem.

### **Szybkie rozpowszechnianie informacji**

Podczas sytuacji kryzysowych, takich jak klęski żywiołowe, wypadki czy konflikty społeczne, media społecznościowe pozwalają na natychmiastowe przekazywanie informacji. Użytkownicy mogą szybko dowiedzieć się o zagrożeniach, zmianach w sytuacji czy działaniach służb ratunkowych.

### **Koordinacja pomocy i wsparcia**



Media społecznościowe pomagają również w organizowaniu pomocy dla osób dotkniętych kryzysem. Za ich pomocą można zbierać fundusze, organizować akcje charytatywne lub informować o potrzebach poszkodowanych. Dzięki temu społeczności mogą szybko reagować i wspierać osoby w trudnej sytuacji.

### **Relacjonowanie wydarzeń na żywo**

Użytkownicy często publikują zdjęcia, filmy i relacje bezpośrednio z miejsca wydarzeń. Takie materiały pozwalają innym osobom na bieżąco śledzić rozwój sytuacji. Media społecznościowe stają się więc ważnym źródłem informacji dla dziennikarzy oraz opinii publicznej.

### **Ryzyko dezinformacji**

Szybkie rozprzestrzenianie się informacji ma również swoje negatywne strony. W czasie kryzysów łatwo o rozpowszechnianie niepotwierdzonych lub fałszywych wiadomości, które mogą wywoływać panikę i utrudniać działania służb.

### **Wpływ na opinię publiczną**

Media społecznościowe umożliwiają także wyrażanie opinii i mobilizowanie społeczeństwa wokół ważnych problemów. Wiele ruchów społecznych i protestów zaczyna się właśnie w internecie, gdzie użytkownicy mogą organizować działania i nagłaśniać ważne sprawy.

### **Podsumowanie**

Media społecznościowe są ważnym narzędziem komunikacji podczas kryzysów i wydarzeń społecznych. Ułatwiają szybkie przekazywanie informacji, organizowanie pomocy oraz mobilizowanie społeczeństwa. Jednocześnie wymagają odpowiedzialnego korzystania, aby ograniczyć ryzyko dezinformacji i chaosu informacyjnego.

Aktywizm internetowy (np. kampanie społeczne)

Aktywizm internetowy, nazywany również cyfrowym lub sieciowym, polega na wykorzystywaniu internetu i mediów społecznościowych do promowania idei, nagłaśniania problemów społecznych oraz mobilizowania ludzi do działania. Platformy takie jak Facebook, Instagram czy Twitter umożliwiają szybkie dotarcie do szerokiego grona odbiorców i organizowanie działań społecznych.

### **Czym jest aktywizm internetowy**

Aktywizm internetowy polega na wykorzystywaniu narzędzi cyfrowych do wyrażania opinii, zwracania uwagi na ważne problemy społeczne oraz wpływania na decyzje polityczne lub społeczne. Może przyjmować różne formy, np. publikowanie postów informacyjnych, organizowanie akcji w mediach społecznościowych czy podpisywanie internetowych petycji.

### **Kampanie społeczne w internecie**

Internet jest często wykorzystywany do prowadzenia kampanii społecznych, które mają na celu zwiększenie świadomości na temat określonych problemów, takich jak ochrona środowiska, prawa człowieka czy zdrowie publiczne. Przykładem globalnej kampanii społecznej była akcja Ice Bucket Challenge, która zwróciła uwagę na chorobę Stwardnienie zanikowe boczne i zachęcała do zbierania funduszy na badania nad jej leczeniem.

### **Mobilizacja społeczności**

Media społecznościowe pozwalają szybko mobilizować ludzi wokół określonych spraw. Użytkownicy mogą udostępniać informacje, zapraszać innych do udziału w akcjach lub organizować wydarzenia i protesty. Dzięki temu działania społeczne mogą rozprzestrzeniać się na dużą skalę.

### **Zalety aktywizmu internetowego**

Do najważniejszych zalet aktywizmu online należą:



- szybkie rozpowszechnianie informacji,
- możliwość dotarcia do dużej liczby osób,
- łatwość organizowania działań społecznych,
- możliwość angażowania ludzi z różnych części świata.

### **Ograniczenia i krytyka**

Aktywizm internetowy bywa również krytykowany. Niektórzy wskazują na zjawisko tzw. „slacktywizmu”, czyli powierzchownego zaangażowania polegającego np. jedynie na polubieniu posta lub udostępnieniu informacji, bez podejmowania realnych działań w świecie rzeczywistym.

### **Podsumowanie**

Aktywizm internetowy stał się ważnym narzędziem współczesnych ruchów społecznych. Dzięki mediom społecznościowym możliwe jest szybkie nagłaśnianie problemów i mobilizowanie ludzi do działania. Jednocześnie skuteczność takich działań często zależy od tego, czy aktywność w sieci przekłada się na realne działania poza internetem.

#### *Manipulacja opinią publiczną w social mediach*

Manipulacja opinią publiczną w mediach społecznościowych polega na celowym wpływaniu na poglądy i decyzje użytkowników poprzez rozpowszechnianie określonych treści, informacji lub narracji. Platformy takie jak Facebook, Twitter, TikTok czy YouTube mogą być wykorzystywane do kształtowania opinii społecznej na dużą skalę.

### **Dezinformacja i fake news**

Jedną z najczęstszych metod manipulacji jest rozpowszechnianie fałszywych informacji, czyli tzw. fake newsów. Mogą one dotyczyć polityki, wydarzeń



społecznych czy zdrowia publicznego. Szybkie tempo udostępniania treści w mediach społecznościowych sprawia, że takie informacje mogą bardzo szybko dotrzeć do szerokiego grona odbiorców.

### **Wykorzystanie botów i fałszywych kont**

Manipulacja opinią publiczną często odbywa się przy użyciu botów internetowych lub fałszywych profili. Takie konta mogą masowo publikować lub udostępniać określone treści, tworząc wrażenie, że dana opinia jest popularna lub powszechnie akceptowana.

### **Targetowanie treści**

Media społecznościowe umożliwiają bardzo dokładne dopasowanie przekazu do konkretnej grupy odbiorców. Dzięki analizie danych użytkowników można kierować określone treści do osób o konkretnych poglądach, zainteresowaniach lub cechach demograficznych, co zwiększa skuteczność manipulacji.

### **Wpływ na procesy społeczne i polityczne**

Manipulacja w mediach społecznościowych może wpływać na ważne procesy społeczne, takie jak wybory, referenda czy debaty publiczne. Odpowiednio przygotowane kampanie informacyjne lub dezinformacyjne mogą zmieniać sposób postrzegania wydarzeń przez społeczeństwo.

### **Jak przeciwdziałać manipulacji**

Aby ograniczyć wpływ manipulacji, ważne jest krytyczne podejście do informacji pojawiających się w internecie. Warto sprawdzać źródła wiadomości, porównywać informacje z różnych mediów oraz unikać udostępniania niezweryfikowanych treści.

### **Podsumowanie**



Manipulacja opinią publiczną w mediach społecznościowych jest poważnym wyzwaniem współczesnego społeczeństwa informacyjnego. Świadome korzystanie z internetu oraz rozwijanie umiejętności krytycznej analizy informacji może pomóc w ograniczaniu jej negatywnego wpływu.

### *Przyszłość mediów społecznościowych*

Przyszłość mediów społecznościowych to temat bardzo dynamiczny, bo rozwój technologii, zmiany społeczne i regulacje prawne szybko wpływają na sposób, w jaki korzystamy z platform takich jak Facebook, Instagram, TikTok czy X (Twitter). Można wyróżnić kilka kluczowych kierunków rozwoju.

## **1. Większa rola sztucznej inteligencji**

Sztuczna inteligencja będzie coraz mocniej wpływać na działanie mediów społecznościowych.

### **Przykłady zastosowań:**

- personalizowane algorytmy pokazujące dokładnie takie treści, które najbardziej interesują użytkownika
- automatyczne tworzenie treści (grafik, filmów, opisów)
- moderowanie komentarzy i wykrywanie mowy nienawiści

AI może też prowadzić do powstawania **wirtualnych influencerów** oraz generowanych automatycznie treści.

## **2. Rozwój krótkich form wideo**

Krótki format wideo stał się dominujący dzięki popularności platformy TikTok. W odpowiedzi powstały funkcje takie jak:

- Reels w Instagram



- Shorts w YouTube

Trend ten prawdopodobnie się utrzyma, ponieważ krótkie materiały są szybkie w konsumpcji i łatwe do udostępniania.

### 3. Metaverse i wirtualne światy

Część ekspertów przewiduje rozwój bardziej **immersyjnych form komunikacji** – np. spotkań w wirtualnej rzeczywistości.

Firma Meta Platforms inwestuje w projekt metaverse, w którym użytkownicy mogliby:

- spotykać się w wirtualnych przestrzeniach
- uczestniczyć w wydarzeniach
- tworzyć cyfrowe społeczności

Choć rozwój jest wolniejszy niż zakładano, technologia VR i AR może w przyszłości zmienić media społecznościowe.

### 4. Większy nacisk na prywatność

Użytkownicy coraz bardziej zwracają uwagę na ochronę danych.

Możliwe zmiany:

- bardziej zamknięte społeczności
- komunikacja w prywatnych grupach i czatach
- szyfrowanie wiadomości

Dlatego funkcje podobne do tych z WhatsApp czy Telegram mogą zyskiwać na znaczeniu.

## 5. Decentralizacja platform

Powstają także alternatywne sieci społecznościowe, które nie są kontrolowane przez jedną firmę.



Przykładem jest Mastodon – platforma działająca w modelu federacyjnym, gdzie użytkownicy mogą tworzyć własne serwery i społeczności.

Taki model daje:

- większą kontrolę nad danymi
- mniejszą zależność od jednej korporacji

## 6. Regulacje prawne i odpowiedzialność platform

Rządy i organizacje międzynarodowe coraz częściej próbują regulować media społecznościowe, aby:

- ograniczyć dezinformację
- chronić dzieci i młodzież
- zwiększyć transparentność algorytmów

Może to wpłynąć na sposób moderowania treści i funkcjonowania platform.

### **Podsumowanie:**

Przyszłość mediów społecznościowych prawdopodobnie będzie łączyć rozwój technologii (AI, VR), zmianę form komunikacji (krótkie wideo, prywatne społeczności) oraz większą kontrolę użytkowników nad danymi i treściami.

### **Bibliografia**

Alanezi, M. (2021). Phishing detection methods: A review.

<https://doi.org/10.47577/technium.v3i9.4973>

Aleroud, A., & Zhou, L. (2017). Phishing environments, techniques, and countermeasures: A survey. *Computers & Security*, 68, 160–196.

<https://doi.org/10.1016/j.cose.2017.04.006>

Alkhalil, Z., Hewage, C., Nawaf, L., & Khan, I. (2021). Phishing attacks: A recent comprehensive study and a new anatomy. *Frontiers in Computer Science*, 3, 563060.

<https://doi.org/10.3389/fcomp.2021.563060>

Alsharnouby, M., Alaca, F., & Chiasson, S. (2015). Why phishing still works: User strategies for combating phishing attacks. *International Journal of Human-Computer Studies*, 82, 69–82.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2015.05.005>

Apandi, S. H., Sallim, J., & Sidek, R. M. (2020). Types of anti-phishing solutions for phishing attack. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 769, No. 1, p. 012072). IOP Publishing.

Barker, C., & Jane, E. A. (2016). *Cultural Studies: Theory and Praxis*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington D.C./Melbourne: SAGE Publications.

Beam, B. (2019). *Cyberbullying Crash Course: Protect Your Kids from Cyberbullies, Cyber Violence, and Digital Peer Pressure*. Author.

Berg, S., & Hofmann, J. (2021). Digital democracy. *Internet Policy Review*, 10(4). Digital democracy (policyreview.info)

Boldt, M. (2017). Osseo High-Schooler Battles Taunts with Tweets. Retrieved from Osseo high-schooler battles taunts with tweets – Twin Cities

Chemaly, S. (2013, May 21). An Open Letter to Facebook. *The Huffington Post*. An Open Letter to Facebook | HuffPost Impact

Chen, Y. J., Chen, Y. M., Hsu, Y. J., & Wu, J. H. (2019). Predicting consumers' decision-making styles by analyzing digital footprints on Facebook. *International*



*Journal of Information Technology & Decision Making*, 18(02), 601–627.

<https://doi.org/10.1142/S0219622019500019>

Christian, S.-E. (2023). *Everyday Media Literacy*. New York & London: Routledge.

Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Daniels, J. (2009). Cloaked websites: propaganda, cyber-racism and epistemology in the digital era. *New Media & Society*, 11(5), 659–683.

Dean, J. (2023). Social Conformity Bias In Psychology: What It Is & Examples [Web log post]. Retrieved from

Social Conformity Bias In Psychology: What It Is & Examples – PsyBlog (spring.org.uk)

European Commission (2022). *Guidelines for teachers on tackling disinformation and promoting digital literacy through education and training*. European Union.

Harasim, L. (2017). *Learning theory and online technologies*. Routledge.

Harley, D., & Lee, A. (2007). Phish phodder: is user education helping or hindering?. In *Virus Bulletin Conference Proceedings* (pp. 1–7).

Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2014). *Bullying Beyond the Schoolyard: Preventing and Responding to Cyberbullying*. Corwin.

Jackman, J. A., Gentile, D. A., Cho, N. J., & Park, Y. (2021). Addressing the digital skills gap for future education. *Nature Human Behaviour*, 5(5), 542–545.

<https://doi.org/10.1038/s41562-021-01074-z>

Jandrić, P., Knox, J., Besley, T., Ryberg, T., Suoranta, J., & Hayes, S. (2018).

Postdigital science and education. *Educational Philosophy and Theory*, 50(10), 893–899.

<https://doi.org/10.1080/00131857.2018.1454000>

Li, J., Craig, W., Johnson, M. (2015). *Young Canadians' Experiences With Online Bullying*. Ottawa: MediaSmarts.

McCaughey, M. (Ed.). (2014). *Cyberactivism on the participatory web* (Vol. 34). New York: Routledge.

Nawi, A., Hussin, Z., Ren, C. C., Norsaidi, N. S., & Mohd Pozi, M. S. (2020). Identifying the types of digital footprint data used to predict psychographic and human behaviour. In *ICADL 2020 Proceedings* (pp. 287–296). Springer.

[https://doi.org/10.1007/978-3-030-64452-9\\_26](https://doi.org/10.1007/978-3-030-64452-9_26)

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. London: Viking.

Parker, P. M. (2022). *The 2023–2028 World Outlook for Identity Verification*. ICON Group International, Inc.

Savage, M., & Barnett, A. (2015). *Digital Literacy for Primary Teachers*. Northwich: Critical Publishing.

Sgueo, G. (2020). Digital democracy: Is the future of civic engagement online?. Digital democracy (europa.eu).

Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution: what it means and how to respond. *World Economic Forum*, 1–7.

Smith, P. K., Steffgen, G., & Sittichai, R. (2013). *Cyberbullying through the new media*. London: Psychology Press.

Sprague, J. R., & Walker, H. M. (2021). *Safe and Healthy Schools, Second Edition*. The Guilford Press.

Steeves, V. (2014). *Young Canadians in a Wired World, Phase III*. Ottawa: MediaSmarts.

Steeves, V., McAleese, S., & Brisson-Boivin, K. (2020). *Young Canadians in a Wireless World, Phase IV*. MediaSmarts.

Third, A., et al. (2014). *Children's Rights in the Digital Age*.

Tomaiuolo, M., et al. (2020). A survey on troll detection. *Future Internet*, 12(2), 31.

<https://doi.org/10.3390/fi12020031>

United Nations (n.d.). Committee on the Rights of the Child. General comment No. 25 (2021).

Van Dijk, J. A. G. M. (2017). Digital divide: Impact of access. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1, 1–11.

Van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. Cambridge, UK: Polity Press.

Wang, D. Y., Savage, S., & Voelker, G. M. (2011). Cloak and dagger: dynamics of web search cloaking. In *Proceedings of the 18th ACM Conference* (pp. 477–490).

Whittaker, L., et al. (2023). Mapping the deepfake landscape. *Technovation*, 125, 102784.

<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102784>

Xie, J., et al. (2011). Social consensus through the influence of committed minorities. *Physical Review E*, 84(1).

Tzimogiannis, Ath. (2017). *E-Learning*. Kritiki.

### Zasoby multimedialne

<https://spotthetroll.org/start>

<https://www.youtube.com/>

Czym jest phishing i jak się przed nim chronić? (youtube.com)

Co to jest phishing i jak uniknąć przynęty (youtube.com)

Czym jest phishing? – YouTube

Phishing, vishing i smishing: jak chronić się przed oszustami (youtube.com)

Czym jest smishing? Jak działa phishing za pomocą wiadomości tekstowych (youtube.com)

Phishing wyjaśniony w 6 minut | Simplilearn (youtube.com)

<https://www.youtube.com/watch?v=3wVpVH0Wa6E>

<https://www.youtube.com/watch?v=WzK1MBEpkJ0>

<https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0>

<https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2023-04-06/pope-francis-white-puffer->



[coat-ai-image-sparks-deep-fake-concerns](#)

<https://staysafeonline.org/resources/how-to-protect-yourself-against-deepfakes/>

[https://www.youtube.com/watch?v=sDOo5nDJwgA&t=84s&ab\\_channel=Washington Post](https://www.youtube.com/watch?v=sDOo5nDJwgA&t=84s&ab_channel=Washington+Post)

[https://learning-corner.learning.europa.eu/learning-materials/tackling-disinformation-and-promoting-digital-literacy\\_el](https://learning-corner.learning.europa.eu/learning-materials/tackling-disinformation-and-promoting-digital-literacy_el)

<https://medium.com/@efim.lerner/authenticating-identity-methods-to-confirm-the-real-person-behind-a-name-2037d9bd716e>

<https://dashdevs.com/blog/account-verification-practices/>

<https://www.criipto.com/blog/what-is-authentication>

<https://iguru.gr/einai-elegchos-taftotitas-dyo-paragonton-giati-prepei-chrisimopoieite/>

<https://doubleoctopus.com/security-wiki/authentication/single-factor-authentication/>

<https://mshelton.medium.com/two-factor-authentication-for-beginners-b29b0eec07d7>

<https://doubleoctopus.com/security-wiki/authentication/multi-factor-authentication/>

<https://www.elprocus.com/biometric-authentication-system-applications>