

Pavol Rankov – Milan Regec

KÖZÖSSÉGI MÉDIA VAGY EMBERTELEEN MÉDIA?

Bevezetés

Ez a transzdiszciplináris áttekintés arra törekszik, hogy kapcsolatot találjon a fogalmak és az elméletek között, amelyek a különféle társadalomtudományok és humán tudományok diskurzusaiban hagyományosan kialakultak. Egy széles körű transzdiszciplináris megközelítésre esett a választás, mivel a téma metakontextus összehasonlítást igényel. Általában az információtudományi kutatások elsősorban a tudományos kommunikációra, annak résztvevőire és a tudásmenedzsmentre összpontosítanak. Ez a fókusz azonban hajlamos arra, hogy a közösségi hálózatokon folyó tudományos kommunikációt, valamint közreműködőiket – a hálózat kommunikációját megkönnyítő tudósokat – a szakmai és a magánhálózatok, valamint információs környezetük átfedését tükrözze. Ezenkívül a könyvtárak közösségi hálózatokban való aktív jelenlétének hatékonyságát és hasznosságát mérő tanulmányok csak a könyvtárak szempontjából mérik annak hatását, anélkül, hogy figyelembe vennék, hogy a közösségi hálózaton eltöltött idő hasznos-e a célközönség számára. Továbbá nem találkoztunk a könyvtárak következetes oktatási erőfeszítéseivel a közösségi hálózatok (például gyermekek, fiatal felnőttek vagy szülők) egészséges felhasználására vonatkozóan (ha egyáltalán ilyen létezik).

Jelen cikknek a célja annak a hipotézisnek a vitatása, miszerint főként a fiatalok társadalmi jólétének alakulása, valamint a közösségi hálózatok kommunikációs eszközként való széles körű átvétele kapcsolódik egymáshoz.

A társadalmi tőke politikai gazdaságtana

A társadalmi tőke elméleti fogalma sokkal régebbi, mint az internetes közösségi hálózati oldalak. Ha a társadalmi tőkét a közösségi hálózatok tekintetében határozzuk meg, akkor ezeket a „szociális hálókat” nem a digitális technológia, hanem az interperszonális kapcsolatok kötik össze. „A társadalmi tőke a tényleges vagy potenciális erőforrások összessége, amelyek kapcsolódnak a kölcsönös ismerkedés és elismerés többé-kevésbé intézményesített kapcsolatainak tartós hálózatához”.¹ Vagy más szavakkal: a társadalmi tőke „az összes közösségi hálózat (amelyet az emberek ismernek) kollektív értéke, valamint az ezekből a hálózatokból fakadó hajlandóság az egymásért való cselekvésre (viszonossági normák)”.²

Amikor 35 évvel ezelőtt Pierre Bourdieu bemutatta a tőke három formájának (gazdasági, társadalmi és kulturális tőke) koncepcióját, új vita kezdődött a társadalmi tőkéről. Bourdieu állítása szerint a társadalmi tőke a tényleges vagy potenciális erőforrások összessége, amelyek tartós kapcsolati hálózat birtoklásához vagy egy csoporthoz való csatlakozáshoz kapcsolódnak. Megközelítése hangsúlyozta a társadalmi tőke politikai és gazdasági szempontjait, továbbá azt is, hogy az interperszonális kapcsolatok hálózata a beruházások terméke. Bár Bourdieu felismerte a gazdasági és a társadalmi tőke közötti különbségeket, azt is megerősíti, hogy a gazdasági csere átláthatóságával ellentétben a társadalmi csere „a hit egyik formáját” feltételezi.³

A gazdasági tőke és a társadalmi tőke (valamint a kulturális tőke) közötti kapcsolat kölcsönös feltételeességükben rejlik. A magas társadalmi tőkével jellemezhető személyek, azaz a hatékony interperszonális hálózattal rendelkezők, a gazdasági tőkéhez való hozzáférést is előnyben részesítették (például az egyik oldalon munkalehetőséget, a másik oldalon a korrupció különböző eszközeit). A társadalmi tőke mozgása kölcsönösen előnyös barterkereskedést feltételez. A társadalmi tőkéhez fűződő ilyen típusú „politikai gazdaságtan” megközelítés sok más teoretikus számára is jellemző. Nan Lin hangsúlyozza a pénzügyi befektetések hasonlóságait; a társadalmi tőke „a társadalmi kapcsolatokba való beruházás és a várható hozam”, valamint „minden hozam hozzáadott tőkének tekinthető”.⁴ Thomas H. Sander és Robert D. Putnam azzal érvelnek, hogy a társadalmi tőke „röviden megfogalmazva a közösségi hálózatok, valamint a viszonosság és a bizalom normái”.⁵

A társadalmi tőkét a gazdasági tőkéhez hasonlóan örököljük: egy gyermek potenciálisan profitálhat a szülei által létrehozott kapcsolatrendszerből, de a szociálisan hátrányos környezet korlátozólag hathat. Bob Edwards és Michael W. Foley szerint „a földrajzi és társadalmi elszigeteltség korlátozza a társadalmi tőke strukturális elérhetőségét”, és „a társadalmi tőke egy bizonyos formájának értéke valamely tevékenység (ténykedés) megkönnyítése szempontjából nem kis mértékben függ a társadalmi tőke társadalmi-gazdasági helyétől a társadalmon belül”.⁶

Az interperszonális hálózatok szociológiája

Mark S. Granovettert a közösségi hálózati elmélet megalkotójának tekintik. Ezen elmélet keretében a társadalmi kapcsolatokat csomópontok és kapcsolatok szempontjából közelítjük meg. A csomópontok egyéni szereplők (például egyének vagy szervezetek), és a kapcsolatok a szereplők közötti kapcsolatok.⁷ A kapcsolatok „az erőforrások (akár anyagi, akár nem anyagi) átadási vagy áramlási csatornái”, „a kapcsolat lehet bármilyen kapcsolat, ami fennállhat az egységek között; például rokonság, anyagi tranzakciók, erőforrások vagy támogatások áramlása, viselkedési interakciók, csoportos társulás vagy az egyik személy érzelmi megítélése a másik által”.⁸

Granovetter abban különbözik Bourdieu-tól, hogy nem az interperszonális kapcsolatok társadalmi használhatóságára és hatékonyságára koncentrál, hanem azok erősségére és érzelmi intenzitására. Granovetter szerint az interperszonális kapcsolatoknak három típusa van: hiányzó kapcsolatok, gyenge kapcsolatok és erős kapcsolatok. „Egy kapcsolat erőssége az idő mennyiségének, az érzelmi intenzitásnak, az intimitásnak (kölcönös bizalom) és a kölcsönös szolgáltatásoknak (valószínűleg lineáris) kombinációja”.⁹ Habár visszatértünk a „gazdasági” kategóriákhoz, – a kapcsolatok kölcsönösségéhez és viszonyosságához – ezeknek a kategóriáknak a jelentése más. A hiányzó kapcsolatok potenciális kapcsolatok, viszonylag kevés aktuális jelentőséggel rendelkeznek. Ha két ember többször is találkozik, előbb vagy utóbb elkezdenek köszönni egymásnak, de ez minden – hiszen hiányzik a kötelék közöttük. Gyenge társadalmi kapcsolatokat ismerősökkel alakítunk ki, például volt osztálytársakkal vagy szomszédokkal. „Makroszkopikusabb szempontból tekintve a gyenge kapcsolatok szerepet játszanak a társadalmi kohézió megvalósításában”.¹⁰

Végül, az erős kapcsolatok a szülők és a gyermekek, a testvérek és általában a közeli családon belüli kapcsolatok, illetve erős kapcsolatoknak tekintjük a szerelmeseink, közeli barátok vagy régóta fennálló kollégák közötti kapcsolatokat is. Az ilyen típusú kapcsolatok a belső társadalmi körökben fordulnak elő, ahol a bizalom és az életbiztonság alapját képezik. Az emberek gyakrabban találkoznak, és aktívabban vesznek részt programokon olyan barátokkal, akikkel szoros kapcsolatot ápolnak. A közeli barátok és a családtagok ugyanabban a közösségi körben és buborékban helyezkednek el, így ugyanazokat a híreket kapják. A „gyenge kapcsolatok” embere sokféle, a miénktől eltérő környezetben fordul elő, ezért érhet el különböző információforrásokat. A tudás, információ vagy bármi, amit „el kell terjeszteni, nagyobb számú embert érhet el, és nagyobb társadalmi távolságot haladhat meg, ha inkább gyenge kapcsolatokon halad keresztül, mint erősen”¹¹. Másrészt „az erős kapcsolatok nagyobb befolyást gyakorolnak”¹².

Abraham Harold Maslow szükséghierarchiája szerint a társadalmi kapcsolatok az alapvető élettani és biztonsági igények után közvetlenül a harmadik szinten helyezkednek el. A társadalmi kapcsolatok a Maslow-féle szükségletek széles spekt-

rumát foglalja magában, mint például „a kapcsolat iránti érzetet, az intimitást, a hovatarozást, és azáltal, hogy le kell küzdeni az elidegenedést, az egység, az idegesség és a magány érzéseit... a csoportosulás, a kapcsolat és az igazi együttlét mély éhségét”¹³. Az embernek szüksége van a társadalmi csoporthoz való tartozás és elfogadottság érzetére, kapcsolatokra, barátságokra és intimitásra. A család, a barátok vagy a szomszédok fontosságát az egyén jóléte szempontjából nem szabad kihagyni. Távollétük társadalmi szorongást és depressziót idéz elő, és fordítva: ezen igények kielégítése alapja az önértékelés kialakításának.

Az ember pszichéjének szoros kapcsolatokra van szüksége, mert ezek platformok a szerelem és a mély érzelmek cseréjéhez. Másrészt a gyenge kapcsolatok felelősek az információ továbbításáért a közösségi hálózatokban és általában a társadalomban. A gyenge kapcsolatok hozzáférést biztosítanak az információkhoz és az erőforrásokhoz, amelyek meghaladják az emberek azon információit, amik saját társadalmi körükben rendelkezésre állnak. Végso soron az erős és gyenge kapcsolatok együtt tartják a társadalom tagjait. Az embernek szüksége van mind a gyenge, mind pedig az erős kapcsolatokra ahhoz, hogy jól érezze magát, és a társadalomnak szüksége van arra, hogy hatékonyan működtesse mind a gyenge, mind az erős kapcsolatokat.

Társadalmi tőke az online közösségi hálózatok körében

Annak ellenére, hogy Pierre Bourdieu a szociális tőke egyik forrásának tekinti az „öreg fiúk hálózatát”¹⁴, amikor a 80-as évek közepén írta cikkét, nem tudhatott a digitális közösségi médiáról és a közösségi hálózati szolgáltatásokról. Természetesen, amikor ezek a technológiák megjelentek, a társadalmi tőke fogalma új jelentőségre tett szert (és a kifejezés új jelentéseket kapott). A közösségi média sokkal könnyebbé tette a kommunikációt; óriási mennyiségű társadalmi kapcsolatot teremtett.

A politikai gazdaságtan hangsúlyozta, hogy a társadalmi tőke nem egyenlően elérhető és nem is létrehozható, azonban ezt a helyzetet jelentősen megbonthatja a közösségi média – amely a társadalom minden szintjén ingyenes a társadalmi tőke generátorának – globális, országos és helyi szinten. A közösségi hálózati szolgáltatások áthidalhatják a társadalmi távolságot, egalitáriusak, tehát kiküszöbölhetik a társadalmi tőkéhez való hozzáférés terén mutatkozó egyenlőtlenségeket. Egy Facebook-felhasználó nem számít „gazdasági” viszonyosságra közte és egy adott Facebook-barát között; a Facebook-felhasználó viszonyosságot él vele és a hálózatba csatlakozó összes emberrel.

A közösségi média megszüntette a térbeli távolságot. Áthidalta a földrajzi távolság határait az azonos érdeklődésű emberekkel való kapcsolatteremtés érdekében. Nagy segítséget nyújt azoknak is, akiknek idegessége vagy kínos érzése miatt felszabadítóbb és kényelmesebb az online interakció a személyes beszélgetés helyett. De a szokásos életkörülmények között a normál emberek nem érzik

magukat idegesen, amikor „erős kapcsolataikkal” beszélgetnek. A közösségi média hatékony támogatója az emberek közötti gyenge kapcsolatoknak. Az ötszáz Facebook-barát nem barát, csak ismerős és a négyszáz Instagram-követő „csak” báméskodó.

Egyes szerzők szerint¹⁵ a közösségi hálózatok elsősorban a gyenge kapcsolatok kialakítását és fenntartását támogatják, szerepük az emberek összekapcsolódásán alapul, akik nem rendelkeznek azonos információkkal vagy információforrásokkal. Ezzel szemben az erős kapcsolatokkal összekötött emberek általában hasonló információforrásokkal és tudással rendelkeznek, és az általuk megosztott lényeg nem továbbadható a közösségi médián keresztül.

A kommunikációs gyakorlatok pszichológiai kutatása a közösségi hálózati oldalakon

Online közösségi hálózatok mint a társadalmi integráció követelménye

A társadalmi hálózatokban való részvétel a mai emberek társadalmi szükségletévé vált, esetleg az idősek átmeneti kivételével (akiknek a szükségletei e téren hirtelen növekednek a generációk közötti kirekesztés elkerülése érdekében). Amint Igor Škodáček mondja, „a közösségi média a gyermekek és fiatalok civil társadalmává válik”, és „a társadalmi kapcsolatok pótlására szolgál”¹⁶. Tisztáznunk kell azonban azt, hogy a közösségi média nem jelenti a teljes helyettesítést, de az idő, amit erre a célra szánunk, a múltban a társadalmi kapcsolatokra lett szentelve. Az angliai Gyermekjogi Hivatal kutatása során a 8–11 éves gyermekek „élvezik, hogy a közösségi média lehetővé teszi számukra, hogy mindenkivel kapcsolatba lépjenek, és ez gyakran volt az első, amit a gyerekek megemlítettek, amikor a közösségi média pozitív oldaláról kérdezték őket”. Metaforikusan azt kérdezhetjük, hogy nem egy igazi „érintés”, egy személyes interakció hiányzik-e nekik, amelyet nagyrészt felváltott a közösségi média.

Mivel egy nap csak 24 órából áll, az interneten töltött időt más tevékenységek csökkentésével teremtyük elő, különös tekintettel az emberek közötti személyes kommunikációra. Nagy-Britanniában a serdülők országos reprezentatív felmérése kimutatta, hogy „a szociális média használatával töltött átlagos idő 1–3 óra volt (a serdülők 32%-a); 21%-uk azonban legalább 5 órán keresztül használta a közösségi médiát”¹⁷. Hasonló adatokat mutatott be a magyar serdülők országos reprezentatív mintája is. „A közösségi média használata átlagosan hetente 23,16 óra volt”¹⁸; más szóval ez azt is jelenti, hogy a serdülők hetente átlagosan egy egész napot töltöttek a közösségi médián, beleértve az alvási időt is. A Szlovákiában végzett felmérés, amelybe bevontak minden korosztályt, kimutatta, hogy az emberek okostelefonjuk használatával hetente átlagosan 28 órát és 46 percet töltöttek. „A 19 éves és annál fiatalabb korosztály a legtöbb időt okostelefonjával töltötte: átlagosan napi 5 óra és 15 perc.”¹⁹ A legintenzívebben használt közösségi média-alkalmazások: az Instagram, a Messenger és a YouTube.

Online közösségi hálózatok és az emberi empátia visszaesése

Mivel a közösségi médiára mindenki sok időt szentel, elkerülhetetlen a személyes kommunikáció hirtelen csökkenése. Erre jutott több kutatási cikk, a közvetlen személyes interakció csökkenésének negatív hatásaival együtt. Az online kommunikáció csökkenti a „közösség érzetét, a kapcsolatokat és a bizalmat azáltal, hogy felváltja a nem közvetített, személyes társadalmi interakciókat – a társadalmi tőke kulcsfontosságú forrását”²⁰. Ráadásul, Ryan J. Dwyer és mások szerint, még az online kommunikációra fordított átlagos idő is „elegendő ahhoz, hogy elvonja a figyelmet a zavaró érzésektől, amelyek aláássák a társadalmi interakció érzelmi hasznát”²¹. Annak ellenére, hogy az emberek a közösségi média révén sokkal több információt cserélnek, társadalmilag elszigeteltebbé válnak.

Manapság a közösségi média elsősorban mobil eszközökön keresztül érhető el, ezzel szemben a számítógépek és a laptopok használata a közösségi média szempontjából nem mutat folyamatos csökkenést. Köszönhetően annak, hogy mindenhol jelen vannak, a mobil eszközök mindig rendelkezésre állnak, és a felugró értesítések (push notifications) miatt folyamatosan figyelmet igényelnek a felhasználóktól. Kostadin Kushlev és Elizabeth W. Dunn kutatást készítettek, amelyben megfigyelték, hogy a szülők miként használják okostelefonjukat a gyermekeikkel töltött idő alatt. Megállapításaik szerint „a telefonhasználat gátolhatja az együtt töltött időből származó előnyök érvényesülését azáltal, hogy negatívan befolyásolja a figyelem minőségét”, így „az okostelefonok gyakori használata elvonja a szülők figyelmét attól, hogy ápolják a társadalmi kapcsolatok érzetét, miközben időt töltnék a gyermekeikkel”²². A szülő és gyermeke közötti kapcsolat kétségkívül a legerősebb interperszonális kapcsolat. Az okostelefont használó szülőkre azonban a kognitív multitaskinghoz hasonló mechanizmus hat; a meglévő tevékenységbe merülés intenzitását befolyásolja a figyelem eloszlása különböző irányokba. Ugyanúgy, ahogy a kognitív munkaterhelés során a több feladatra koncentráció megosztása negatív hatással van az általános teljesítményre, gyakorlatilag lehetetlen az érzelmeket egyszerre több irányba osztani.

Az az állítás, hogy a szoros kapcsolatokat a közösségi hálózatok megjelenése eredményeként gyenge kapcsolatok váltották fel, nem pontos. Az erős kapcsolatokat olyan online kapcsolatok váltották fel, amelyek természetüknél fogva gyengék, de nem azonosak. A személyes gyenge kapcsolatok száma szintén csökkent ennek következményeként. Kutatásaik alapján Kostadin Kushlev, Ryan Dwyer és Elizabeth W. Dunn kijelentik²³, hogy „az online kommunikáció csökkenti annak valószínűségét, hogy közvetlen környezetünkben kapcsolatba lépünk idegenekkel és ismerősökkel (azaz gyenge kapcsolatokkal)”. Azonban még ezek az „egyszerű” személyes interakciók is szükségesek az érzelmi jólét fenntartásához. „Amikor a technológia akár az egyszerű személyes társadalmi interakciókat is helyettesíti, akkor az emberek kihagyhatják a lehetőséget, hogy kielégítsék alapvető kapcsolati igényüket”²⁴. Ezek az eredmények azt jelzik, hogy a valós gyenge

kötélékek különböznek az online közösségi hálózatokon tapasztalható gyenge kötélékektől. Míg az előbbiek viszonyosságon és empátián alapulnak (mind információ, mind érzelmi szinten), az online kapcsolatok esetén hiányzik a hiteles viszonyosság és a kölcsönös érzelmi felfogás. Az online érzelmi élmény elsősorban az önfelfogáson alapul, kevesebb figyelmet fordítva mások érzéseire.

A közösségi hálózatok kialakulását a diszpozíciós empátia csökkenésének egyik lehetséges okaként jelzik. „Ha sok időt töltenek másokkal online, mint inkább a valóságban, akkor az interperszonális dinamika, például az empátia valószínűleg megváltozik. Például, talán könnyebb online kapcsolatot létesíteni a barátokkal és a másik nemmel, de ezek a képességek nem jelentkeznek a valós életben zavartalan társadalmi kapcsolatokként”.²⁵ Ezt az empátiacsökkenést azonban más tényezők is okozhatták. Walter Quattrociocchi, Antonio Scala, Cass R. Sunstein szerint a Facebook-felhasználók nagymértékben polarizálódtak és hajlamosak a figyelmüket egy narratívára összpontosítani, és „a különféle közösségekhez tartozó felhasználók hajlamosak nem kölcsönhatásba lépni, valamint kizárólag hasonló gondolkodású emberekkel kapcsolatokat ápolni”.²⁶ Ilyen módon az online közösségi hálózatok felhasználói beágyazódnak az úgynevezett „visszhangkamrába”, visszhangozva azokat a gondolatokat és véleményeket, amelyekkel a körben mindenki egyetért. Érthető, hogy az azonos véleményű emberekkel folytatott kommunikáció alacsonyabb szintű empátiát igényel, mint a konfrontáció. Az embereknek természetes affinitása van ahhoz, hogy egyetértő hallgatósággal vegyék körül magukat (olyannal, amellyel egyetértünk, de ami még fontosabb, olyannal amely egyetért velünk). A visszhangkamrák hatását megerősítik a közösségi hálózatok szelekciós algoritmusai, amelyek elsősorban a tartalmat a felhasználónak akarják megjeleníteni a saját preferenciái szerint – vagy pontosabban azt a tartalmat, amellyel a felhasználó a leginkább kölcsönhatásba lép, és eltölti az idejét.

Online közösségi hálózatok és identitáskezelés

A közösségi hálózatok kommunikációs médiumok, valamint a virtuális identitáskezelés és az önreprezentáció eszközei. A nagyon sok virtuális barát és követő megszerzése azonban bonyolult; egy vékony vonalon egyensúlyozva az egyik oldalon figyelmet kell kelteni, míg a másik oldalon ellentmondásos öngratulációt kell gyakorolni. Keith Wilcox, Andrew T. Stephen hangsúlyozza az önvizsgálat és az önellenőrzés csökkenését az online identitás létrehozásának folyamata során. „Mivel az ember törődik a közeli barátok számára a közösségi hálózatokon bemutatott képpel, a közösségi hálózatok használata növeli az önértékelést”.²⁷

Az önmegjelenítés versenyképes természetű, és vannak olyan sikerkritériumai is, mint a pozitív reakciók (pl. kedvelések), megjegyzések, megosztás, követők száma vagy „ellenőrzött fiók” és egyéb státuszjelzések. Ennek az önmegjelenítésnek megvannak a bevált módszerei is. „Trendekké váltak azok a pózok, amiket a lányok másoltak a hírességekről, vagy a középiskolában „népszerű” lányokról az iskolájukban. Sok lány arról számolt be, hogy az arcukat eltakarták a fotókon,

amikor egy képen pózoltak, majd átszerkesztették a képet”, valamint „a fiúk is aggódtak a fizikai megjelenés miatt, de jobban aggódtak a megfelelő márkájú ruházat vagy anyagi javak viselése vagy a jó megjelenés végett”²⁸. Természetesen az identitásverseny ilyen módja nem erősítheti meg a mentális jólétet. A gyermekek „jobban ismerve saját identitásukat, elkezdtek összehasonlítani magukat egy szélesebb embercsoporttal, és aggódtak, hogy beleillenek-e. Ez további aggodalmakat vetett fel azzal kapcsolatban, hogy mit gondolnak róluk az emberek, hogy néznek ki, és kiknek kellene lenniük”²⁹. A közösségi média kommunikációjának mechanizmusa nem csupán kevésbé hiteles, mint a személyes kommunikáció, hanem feltételeket teremt az identitásválság kialakulásához, mivel folyamatos színlelést és túlzást igényel. Minél nagyobb a siker iránti vágy vagy az egymás ösztönzése, annál szélesebb a különbség az online és a valós identitások között.

Amikor Bourdieu a társadalmi tőkéről beszél, kihangsúlyoz egy különleges embercsoportot, a nemeseket, és ezeket úgy írja le, mint „mindenki számára tökéletesen látható, mindenki számára ismert és mindenki által elismert”. Ezek az emberek „beszélhetnek az egész csoport nevében, képviselik az egész csoportot és gyakorolhatnak hatalmat az egész csoport nevében. A nemesek a csoport megszemélyesítői.”³⁰ A jelenlegi popkultúra ezeket az embereket hírességeknek nevezi. Ők gyakran illetik az alárendelt követőiket a saját nevükkel, mint például a „Beliebers” (Justin Bieber) vagy a „Swifties” (Taylor Swift). Az online közösségi hálózatok világában a hírességek szerepét úgynevezett influenszerek egészítették ki, akiknek az online identitásait és trendjeit, amelyeket ők állítanak fel, gyakran utánozzák a követők. Ez nyomást gyakorolhat, különösen a fiatalabb felhasználókra, hogy tovább különbözzenek valós identitásuktól az online önmegjelenítés során, azzal a negatív következménnyel, amelyet ez pszichoszociális jólétükre gyakorolhat.

A fiatal felhasználók gyakran követik a hírességek közösségi oldalait. Következésképpen „az idősebb gyermekek egy része beszámolt arról, hogy alacsonyabbrendűnek érzik magukat a szociális médiában, és gyakran összehasonlítják magukat olyan emberekkel, akiket jobbnak tartanak maguknál”³¹. Hasonlóképpen Hui-Tzu Grace Chou és Nicholas Edge egyetemi hallgatók egy csoportjában kimutatták, hogy „a Facebook gyakori felhasználói hajlamosak azt észlelni, hogy mások boldogabbak” [...] „arra a következtetésre jutottak, hogy mások jobb életet élnek, mint maguk, és hogy az élet nem tisztességes. Ez az elfogultság valószínűbb akkor, amikor az emberek következtetéseket vonnak le olyan emberekről, akiket nem ismernek jól”³². Ezt a tendenciát tovább hangsúlyozza az aktív és a passzív felhasználók összehasonlítása. Míg a „közösségi hálózatok aktív használata befolyásolja a társadalmi tőkét és a kapcsolatokat”, a közösségi hálózati oldalak gyakoribb passzív használata „a társadalmi összehasonlítást és az irigység érzetét idézi elő”³³.

Az online közösségi hálózatok felhasználói általában gyakran létesítenek online kapcsolatokat olyan emberek csoportjával, akikkel a valós életben nincsen sem erős, sem gyenge kapcsolatuk. Ez az online közösségi hálózatok paradoxona: kiszélesítettük a (személyesen nem ismerős) emberek számát, akikkel kapcsolatban állunk, így lehetőséget adtak nekünk társadalmi tőkénk növelésére, ám végül csökkenthetik mentális és érzelmi jólétünket azáltal, hogy folyamatosan összehasonlíthatjuk mások nem feltétlenül hiteles, de sikeres online identitásait, saját identitásunkkal.

Online közösségi hálózatok és személyiségzavarok

A közösségi hálózatok hiperversenyképes légkörében a felhasználók nem azonos versenytársak azokkal a személyiség típusokkal, akiknek előnyei vannak a többiekkel szemben. Az online önmegjelenítés közvetlenül kapcsolódik a narcizmushoz. Tanulmányok, amelyek azt vizsgálták, hogy a Facebook-felhasználói vagy nem felhasználói személyiség tulajdonságok összefüggenek-e az oldal használatának módjával, azt mutatták, hogy a Facebook-felhasználók valószínűleg extrovertáltak és narcisztikusak, de erősebb a családi magány érzése is az ő esetükben. „A Facebook-felhasználók körében magasabb a teljes körű narcizmus, exhibicionizmus és vezetői természet, mint a Facebookot nem használók esetén”, valamint „a neurotikus és magányos személyek több időt töltenek a Facebookon”³⁴. Ez arra utalhat, hogy a közösségi média nemcsak a narcisztikus és exhibicionista emberek számára vonzó, hanem támogathatja az ilyen személyiségjellemzők kialakulását is. Wendy T. Behary és Denise D. Davis tanulmányukban³⁵ kimutatták, hogy „összefüggés van a szociális média felemelkedése és az egyetemi hallgatók narcizmusának fokozatos növekedése között”. Ivan Belica ezt alátámasztja a szlovák kamaszokkal kapcsolatos megállapításaival (15–18 évesek)³⁶. Azok, akiknél magasabb a narcizmus, aktívabbak voltak az online közösségi hálózatokon – gyakrabban készítettek profilokat, gyakrabban hagytak megjegyzéseket a barátok profiljában, közzétettek állapotokat, és eseményeket vagy csevegőcsoportokat hoztak létre.

Nem létezik konszenzusos tanulmány erről a témáról. Például Nathan T. Walters és Robert Horthon férfi főiskolai hallgatókkal végzett kutatásaikban azt állítják, hogy a Facebook nem segíti elő a narcizmus kialakulását, és az emberek a személyiségükkel összhangban álló módon használják. „Úgy tűnik, hogy a Facebook-profilok inkább a valóságos, mint az ideális személyiségeket tükrözik, és azok, akik a leginkább exhibicionista fotókat töltenek fel és az állapotfrissítésekben a legtöbbször öndicsérő nyelvet használnak, azok a leghajlamosabbak a narcizmusra”³⁷. Ebben a vizsgálatban azonban korlátozott számú (83) résztvevő vett részt egy a férfiaknak fenntartott főiskoláról, és kompenzációt is kaptak a részvételért, például tanulmányi kredit formájában.

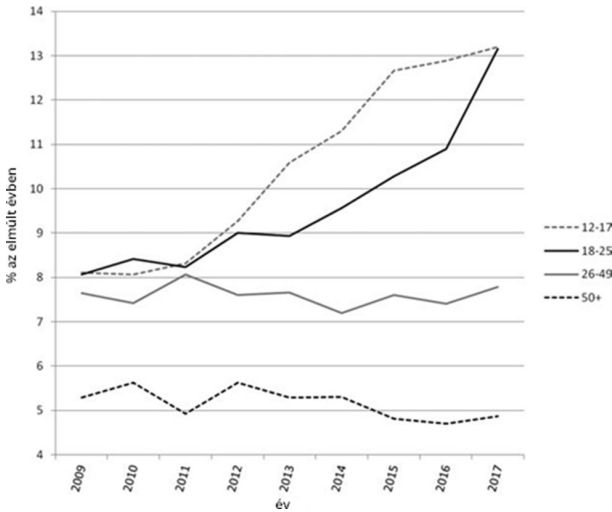
Az érzelmek átirányítása a valós világban kialakult erős kapcsolatokból a virtuális térbe, ahol a gyenge online kapcsolatok uralják a fiatalok életét, érzelmileg

nem kielégítő, annak ellenére, hogy az emberek erőfeszítéseket tesznek az ilyen elégedettség elérésére. Más kutatások is megerősítik „a Facebook-használat és az érzelmi jólét közötti negatív kapcsolatot [...], mivel a közösségi médiahasználat felváltja a személyes társadalmi interakciókat”³⁸. Ez olyan elvárásokhoz vezet, amelyek a valóságban nem teljesülnek. Heather Cleland Woods és Holly Scott kutatása³⁹ szerint „a serdülőknél, akik érzelmileg inkább befektetnek a közösségi média oldalain, fokozott a szorongás és depresszió kockázata a szorongás és elszigeteltség érzése miatt, amelyet akkor tapasztalnak, amikor nem kapcsolódnak össze a közösségi médiában”.

Statisztikai trendek: személyiségzavarok a fiatalok körében

Az 1990-es évek elején különféle internetes platformokat és szolgáltatásokat fejlesztettek ki az emberek online kommunikációjának lehetővé tétele érdekében, például online közösségi hálózatokat (Bulletin Board Services – BBS, hírcsoportok – Usenet, chatszobákat – IRC, AOL, MSN stb.). Az online társadalmi kommunikáció globális elterjedése azonban az elmúlt tizenöt évben következett be, amikor a millenniumi generáció (amely az internet, a személyi számítógépek és a mobiltelefonok használatával töltötte gyermekkorát) elérte a felnőttkort. Ez a nemzedék viszonylag stabil világba lépett be, amelyet az anyagi termékek és az információs szolgáltatások hiperfogyasztása, az emberi jogok liberalizációja és a folyamatos technológiai innováció uralt. Mindez az 1990-es évek eleje óta folyamatosan jelen van, és az egyetlen forradalmi változás, amely hirtelen és élesen megváltoztatta a nyugati fiatalabb generáció életmódját, a Facebook globális tömegesedése volt 2008 körül (amikor a felhasználók száma hirtelen növekedni kezdett. 2007-ben 58 millió, 2009-ben pedig 360 millió), és 2008 elején felülmúlta a MySpace-t⁴⁰. A következő közösségi hálózati szolgáltatások (Twitter, Instagram, Snapchat) megérkezését már nem tekintik kommunikációs forradalomnak, hanem a kialakult paradigma fejlődésének. A (nem csak) nyugati fiatalok életmódjának egy másik radikális változása a 2020-as koronavírus-járvány volt, amely a fent említett kutatások és tanulmányok után következett be.

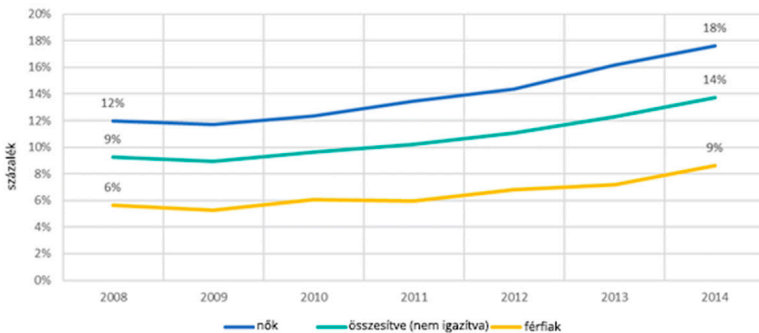
Jean M. Twenge és munkatársai az úgynevezett súlyos pszichés szorongás (pl. súlyos depressziós esemény, öngyilkossági gondolatok, öngyilkossági terv, öngyilkossági kísérlet) gyakoriságát vizsgálta az alanyok életében az „elmúlt hónapban” egy 600 000 fős USA-beli mintán a 2008–2017 évek tekintetében (lásd az 1. ábrát).



1. ábra. A súlyos depressziós epizód százalékos aránya az elmúlt 12 hónapban, korcsoportok szerint, 2009–2017.⁴¹

A súlyos pszichés szorongás előfordulása eltérően alakult azon csoportokban, amelyek a kutatási időszakban intenzíven használták a Facebookot, azon csoporttól, amelyek nem. A 26–49 éves csoportokban és 50 év felett, az ilyen súlyos pszichológiai szorongás száma stabil volt. Azonban a 12–17 éves és a 18–25 éves korúak csoportjában ezek az epizódok 8%-ról több mint 13%-ra növekedtek, míg a fiatalabb csoportban az éles növekedés már 2011-ben kezdődött, és a görbe meredeken emelkedett. Még ennél is aggasztóbb az öngyilkossági tervek növekedése (113%-kal 20–21 éves korig és 117%-kal 22–23 éves korig) és az öngyilkossági kísérletek (87% 20–21 éves korig és 108% 22–23 éves korig), összehasonlítva a 2005 és 2017 közötti időszakkal⁴².

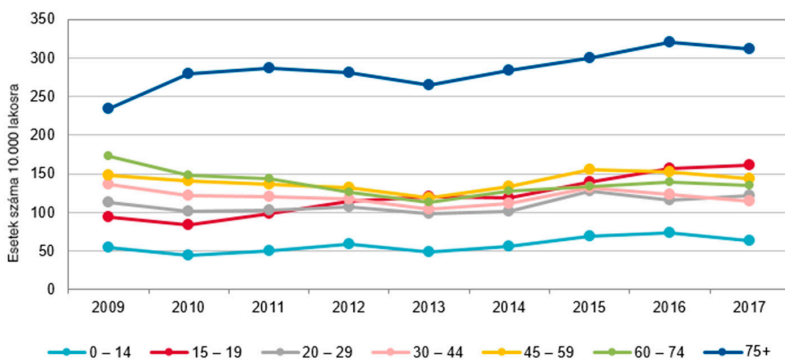
A fenti tendenciát más kutatások is megerősítették. Az USA-ban Richard Scheffler és munkatársai: „2008 és 2014 között a szorongás aránya folyamatosan



2. ábra: Az elmúlt évi szorongásdiagnosztika nemek szerint az NCHA 18–26 éves hallgatói válaszadók körében.

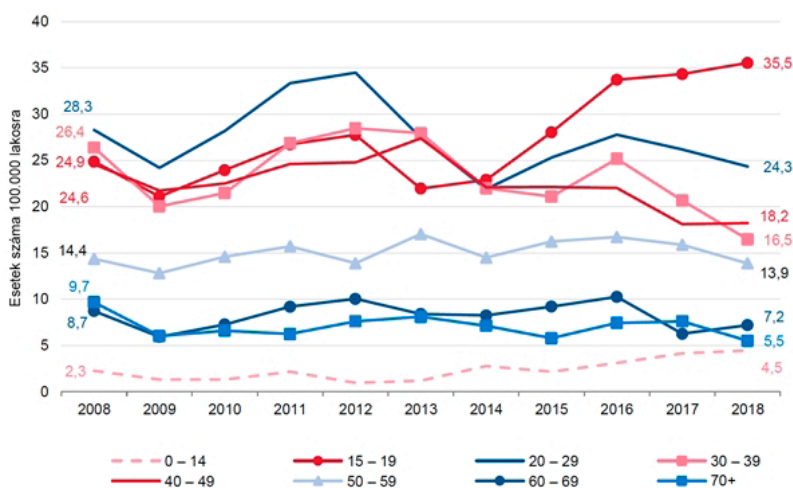
növekedett a 18 és 26 év közötti főiskolai hallgatók esetén. Az általános arány 2008 és 2014 között körülbelül 48,4%-kal emelkedett”.⁴³ A hozzájáruló tényezők között a szerzők megemlítik a „közösségi média és az internethasználatot” (2. ábra).

Szlovákiában a pszichiátriai járóbeteg-kezelésben részesülők száma 2009 és 2017 között 72,1%-kal nőtt a 15–19 éves korosztályban. (A többi korcsoportban nem növekedett, kivéve a 75 év feletti alanyokat), lásd a 3. ábrát. A fiatalok körében leggyakrabban az első azonosított diagnózisok „neurotikus, stresszhez kapcsolódó és szomatiformás rendellenességek” voltak.⁴⁴



3. ábra: A vizsgált személyek korcsoportok szerint – első azonosított diagnózis.⁴⁵

Egyéb generációk közötti különbségek Szlovákiában az öngyilkossági kísérletek ábráján is megfigyelhetők (4. ábra). 2008 óta az öngyilkossági kísérletek száma minden korcsoportban csökkent, kivéve a 0–14 éves gyermekeket (96%-os növekedés) és a 15–19 éves korosztályt (43%-os növekedés).⁴⁶



4. ábra: Az öngyilkossági kísérletek száma korcsoportok szerint a 2008–2018-as években.⁴⁷

Az idézett dokumentumok⁴⁸ alapján összefoglalhatjuk, hogy összefüggés van a közösségi hálózatok széles körű használata és a nárcizmus között. Az is ismert, hogy a patológiás nárcizmus esetén az emberek hajlamosabbak az öngyilkosságra.⁴⁹ Az online közösségi média tömeges használata miatt a népesség patológiás nárcizmusa és öngyilkossági hajlama növekszik.

A szociális média néhány triviális pszichológiai állapotot is okoz, amely közvetlenül kapcsolódik a fiatalok mentális jólétéhez. A neurózist az alvás krónikus hiánya okozhatja. A közösségi média kiszorítja az alvást: közvetlenül vagy közvetve. „A közvetlen alváshelyettesítés valószínűbb az iskolai napokon, különösen a nagyon magas felhasználói körökben, mivel az iskolai órákban a korlátozott hozzáférés a közösségi médiához azt jelenti, hogy a közösségi médiában a napi idő legalább egy része valószínűleg lefekvés előtt zajlik. Egy hasonló folyamat közvetett módon késleltetheti az alvás kezdetét, ha más nappali tevékenységeket (például házi feladatokat) késleltetnek a szociális média értesítéseinek ellenőrzése és a válaszokra való sürgős reagálás miatt”.⁵⁰ Az online közösségi médián eltöltött idő, az éjszakai speciális közösségi médiahasználat és a közösségi médiába történő érzelmi befektetés „rosszabb alváshoz, szorongáshoz és a depresszió magasabb szintjéhez vezet”.⁵¹

Az online közösségi hálózatok túlzott mértékű használata potenciálisan fenyegető hatásainak köre széles és változatos. Tanulmányukban Keith Wilcox és Andrew T. Stephen úgy találta, hogy a Facebook nagyobb mértékű használata számos káros viselkedési mintával társul, mint például a rossz koncentráció, a túlzott étkezés, a magasabb testtömegindex, a rossz pénzügyi helyzet (hitelkártya-adósság). „A Facebook használata jelentős előrejelzője annak a viselkedésnek, amely összhangban áll a gyenge önkontrollal”.⁵²

Következtetések

A közösségi média példátlanul növeli az interperszonális kommunikáció lehetőségeit. Manapság mindenki megtalálható rajta, akivel az információk ingyenesen és gyorsan cserélhetők. Ez a változás azonban az interakciók számát növeli, nem pedig azok minőségét. Az online interakciók felváltották a személyes kommunikációt, csökkentve ez által az erős, valamint a gyenge kapcsolatok közötti kölcsönhatást. Ahelyett, hogy összehoznák az embereket, a szociális média távolságot teremt az emberek között, a kapcsolatok korábbi formáit felváltva az új típusú „online kapcsolatokra”, amelyek nem rendelkeznek hiteles viszonyossággal és kölcsönös érzelmi észleléssel. De az ember társadalmi lény, kölcsönös interperszonális kommunikációra és empátiára van szüksége. Az embereknek nem új információkra, hanem „régie” érzelmekre van szükségük, szoros kapcsolatokra. Ha ez hiányzik, nélkülözés és depresszió jelentkezik náluk.

Több tanulmány azt mutatja, hogy a tömeges online közösségi hálózatok megjelenését szorosan követte a neurotikus és mentális rendellenességek (identitás-

válság, narcizmus, exhibicionizmus, szorongás, depresszió, szorongás, stressz, neurózis, gyenge önkontroll), öngyilkosság előfordulása, gondolata, kísérlete és maga az öngyilkosság. Ez a növekedés a fiatalok körében a legnagyobb – akik a legintenzívebben használják a közösségi médiát (az öngyilkossági kísérlet 96%-kal nőtt a 14 éves vagy annál fiatalabb szlovák gyermekek körében és 43%-kal nőtt a 15–19 éves korú gyermekek körében, 108%-kal nőtt a 22–23 éves kor között az USA-ban). Ha megvizsgálnánk ennek a globális trendnek az okait, kiderülne, hogy az összes országban közös kiváltó ok a kommunikációs gyakorlat megváltozása (egy hét alatt a fiatalok általában átlagosan 24 órát töltenek az online közösségi oldalakon). Ez krónikus alváshiányhoz is vezethet, fokozva a fenti negatív tendenciákat.

Annak ellenére, hogy a társadalmi siker kritériumai a valós világban és az online környezetben eltérőek, a későbbi kudarcok az emberek valódi jólétének csökkenésével járnak. Az online közösségi hálózatok javították az információcsere lehetőségeit, de nem növelték az autentikus érzelmek cseréjének valószínűségét; nem támogatták az emberi empátiát, inkább a hasonló gondolkodású emberek „visszhangkamráiba” zárták be felhasználóikat. A technológiák egyre funkcionálisabb kommunikációs hálózatot hoznak létre, de ennek a hálózatnak a csomópontjai érzelmileg egyre kevésbé kielégítőek. Manapság a rutinműveleteket, a személyre szabott tartalomkiválasztási döntéseket szinte kizárólag mesterséges intelligenciával működő algoritmusok kezelik. A jövőben olyan szolgáltatások lesznek, ahol az ember még azt sem fogja tudni, hogy a másik fél, amellyel kommunikál, emberi vagy virtuális személyiség. Bár sokat beszélnek a mesterséges intelligenciáról, könnyebb az embereket lenyűgözni a mesterséges érzelmek gépeinek tökéletes összekapcsolásával. Ezen érzelmek visszhangkamráit az egész civilizációra vonatkozóan még kockázatosabbnak tekintjük, mint az információ visszhangkamráit.

Ezt a munkát a Szlovák Kutatási és Fejlesztési Ügynökség (Slovak Research and Development Agency) támogatta az APVV-19-0074 számú szerződés keretein belül. Angol eredetiből fordította Gelencsér András.

Jegyzetek

1. Bourdieu, Pierre: *The forms of capital*. In: *Handbook of theory and research for the sociology of education*, by John G. Richardson, Westport, Conn: Greenwood Press. 1986. 251. p.
2. Bhushan, Surya – Singh, Piyush Kumar – Telidevara, Sridhar – Kumar, Santosh: *Understanding livelihood diversification: A case study of mushroom farming in Bihar*. In: *Transition strategies for sustainable community systems: design and systems perspectives*, edited by Amar KJR Nayak, Springer International Publishing, 2019. 155. p. (APESS 26.) https://doi.org/10.1007/978-3-030-00356-2_14 (2020.09.15.)
3. Bourdieu, Pierre: *The forms of capital*. In: *Handbook of theory and research for the sociology of education*, by John G. Richardson, Westport, Conn: Greenwood Press. 1986. 253. p.
4. Lin, Nan: *Building a network theory of social capital*. In: *Social Capital*, By Rene Dubos, Routledge, 2017. 3–280 p. <https://doi.org/10.4324/9781315129457> (2020.09.15.)

5. Sander, Thomas H. – Putnam, Robert D.: *Still Bowling Alone? The Post-9/11 Split.* = *Journal of Democracy*, 21. vol. 2009. 1. no. 9. p. <https://doi.org/10.1353/jod.0.0153> (2020.09.15.)
6. Edwards, Bob – Foley, Michael W.: *Social capital and the political economy of our discontent.* = *American Behavioral Scientist*, 40. vol. 1997. 5. no. 672–673. p. <https://doi.org/10.1177/0002764297040005012> (2020.09.15.)
7. Granovetter, Mark S.: *The strength of weak ties.* = *American Journal of Sociology*, 78. vol. 1973. 6. no. 1360–1380. p. <https://doi.org/10.1086/225469> (2020.09.15.)
8. Wasserman, Stanley – Faust, Katherine: *Social network analysis: methods and applications.* (Structural analysis in the social sciences 8.) Cambridge, New York: Cambridge University Press, 1999. 4. p.; 8. p.
9. Granovetter: *i. m.*, 1361. p.
10. Granovetter: *i. m.*, 1372. p.
11. Granovetter: *i. m.*, 1366. p.
12. Wilcox, Keith – Stephen, Andrew T.: *Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control.* = *Journal of Consumer Research*, 40. vol. 2013. 1. no. 91. p. <https://doi.org/10.1086/668794> (2020.09.15.)
13. Maslow, Abraham Harold: *Motivation and personality.* New York, Harper & Row., 1970. 44. p.
14. Bourdieu: *i. m.* 92. p.
15. Kneidinger, Bernadette: *Sozialkapital.* In: Kneidinger, Bernadette: *Facebook und co: eine soziologische analyse von interaktionsformen in online social networks*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 25–39. p.
Shih, Clara Chung-wai: *Part I. A brief history of social media.* In: *The Facebook era: tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff*, Boston, Prentice Hall, 2009. 11–57. p.
16. Škodáček, Igor: *Vplyv Mediálnej Kultúry Na Správanie Detí a Mládeže.* = *Psychológia a Patopsychológia Dieťaťa*, 51. vol. 2017. 4. no. 303. p.
17. Scott, Holly – Biello, Stephany M. – Woods, Heather: *Social media use and adolescent sleep patterns: cross-sectional findings from the UK millennium cohort study.* Preprint, PsyArXiv, 2019. 10. p. <https://doi.org/10.31234/osf.io/z7kpf> (2020.09.15.)
18. Bányai, Fanni – Zsila, Ágnes – Király, Orsolya – Maraz, Aniko – Elekes, Zsuzsanna – Griffiths, Mark D. – Andreassen, Cecilie Schou – Demetrovics, Zolt: *Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample.* Edited by Jiménez-Murcia, Susana. = *PLOS ONE*, 12. vol. 2017. 1. no. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839> (2020.09.15.)
19. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. 2020. *Študenti skúmali, koľko času strávime používaním mobilných telefónov.* Press release. February 19, 2020. <https://fmk.sk/download/ine/Studenti-skumali-kolko-casu-stravime-pouzivanim-mobilnych-telefonov-tlacova-sprava.pdf> (2020.09.15.)
20. Kushlev, Kostadin: *Media technology and well-being: A complementarity-interference model.* In: *Handbook of Well-Being*, edited by Diener, E., Oishi, S., and Tay, L., Salt Lake City, DEF Publishers, 2018. <https://www.nobascholar.com/chapters/6> (2020.09.15.)
21. Dwyer, Ryan J. – Kushlev, Kostadin – Dunn, Elizabeth W.: *Smartphone use undermines enjoyment of face-to-face social interactions.* = *Journal of Experimental Social Psychology*, 78. vol. 2018. (September) 237. p. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.10.007> (2020.09.15.)
22. Kushlev, Kostadin – Dunn, Elizabeth W.: *Smartphones distract parents from cultivating feelings of connection when spending time with their children.* = *Journal of Social and Personal Relationships*, 36. vol. 2019. 6. no. 1628. p.

23. Kushlev, Kostadin – Dwyer, Ryan – Dunn, Elizabeth W.: *The social price of constant connectivity: smartphones impose subtle costs on well-being*. = *Current Directions in Psychological Science*, 28. vol. 2019. 4. no. 347–352. p. <https://doi.org/10.1177/0963721419847200> (2020.09.15.)
24. Kushlev, Kostadin – Proulx, Jason D.E. – Dunn, Elizabeth W.: *Digitally connected, socially disconnected: the effects of relying on technology rather than other people*. = *Computers in Human Behavior* 76. vol. 2017. (November) 72. p. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.001> (2020.09.15.)
25. Konrath, Sara H. – O'Brien, Edward H. – Hsing, Courtney: *Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis*. = *Personality and Social Psychology Review*, 15. vol. 2011. 2. no. 188. p. <https://doi.org/10.1177/1088868310377395> (2020.09.15.)
26. Quattrociochi, Walter – Scala, Antonio – Sunstein, Cass R.: *Echo chambers on Facebook*. SSRN Scholarly Paper ID 2795110. Rochester, NY: Social Science Research Network. 2016. <https://papers.ssrn.com/abstract=2795110> (2020.09.15.)
27. Wilcox, Keith – Stephen, Andrew T.: *Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control*. = *Journal of Consumer Research*, 40. vol. 2013. 1. no. 90. p. <https://doi.org/10.1086/668794> (2020.09.15.)
28. Children's Commissioner for England: *Life in 'likes' children's commissioner report into social media use among 8-12 year olds*. London, Children's Commissioner for England, 2018. 26. p. <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/01/Childrens-Commissioner-for-England-Life-in-Likes-3.pdf> (2020.09.15.)
29. Children's Commissioner for England: *i. m.*, 37. p.
30. Bourdieu: *i. m.*, 251–252. p.
31. Children's Commissioner for England: *i. m.*, 27. p.
32. Chou, Hui-Tzu Grace – Edge, Nicholas: *'They are happier and having better lives than I am': the impact of using Facebook on perceptions of others' lives*. = *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15. vol. 2012. 2. no. 119. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324> (2020.09.15.)
33. Verduyn, Philippe – Ybarra, Oscar – Résibois, Maxime – Jonides, John – Kross, Ethan: *Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review: do social network sites enhance or undermine subjective well-being?* = *Social Issues and Policy Review*, 11. vol. 2017. 1. no. 287. p.; 290. p. <https://doi.org/10/ϕ9t5kt> (2020.09.15.)
34. Ryan, Traci – Xenos, Sophia: *Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage*. = *Computers in Human Behavior*, 27. vol. 2011. 5. no. 1663. p. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004> (2020.09.15.)
35. Behary, Wendy T. – Davis, Denise D.: *Narcissistic personality disorder*. In: *Cognitive therapy of personality disorders*. third edition, by Beck, Aaron T. – Davis, Denise D. – Freeman, Arthur. Guilford Publications, 2014.
36. Belica, Ivan. *Narcizmus Na Facebooku*. = *Psychológia a Patopsychológia Diet'at'a*, 50. vol. 2016. 4. no. 317–33. p.
37. Walters, Nathan T. – Horton, Robert: *A diary study of the influence of Facebook use on narcissism among male college students*. = *Computers in Human Behavior*, 52. vol. 2015. (November) 326–330. p. <https://doi.org/10/f7q7tv> (2020.09.15.)
38. Kushlev: *i. m.*
39. Woods, Heather Cleland – Scott, Holly: *#Sleepyteens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem*. = *Journal of Adolescence* = 51. vol. 2016. (August) 41–49. p. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008> (2020.09.15.)
40. Richter, Felix: *Infographic: Facebook's remarkable user growth*. = Statista Infographics. February 4, 2013. <https://www.statista.com/chart/870/facebook-user-growth-since-2004/> (2020.09.15.)

- Oremus, Will: *The Myspace fallacy*. = Slate Magazine, January 23, 2014. <https://slate.com/business/2014/01/facebooks-decline-in-popularity-a-viral-research-paper-doesnt-prove-its-case.html> (2020.09.15.)
41. Twenge, Jean M. – Cooper, A. Bell – Joiner, Thomas E. – Duffy, Mary E. – Binau, Sarah G.: *Age, period, and cohort trends in mood disorder indicators and suicide-related outcomes in a nationally representative dataset, 2005–2017*. = Journal of Abnormal Psychology, 128. vol. 2019. 3. no. 191. p. <https://doi.org/10/gfxvz9> (2020.09.15.)
42. Twenge: *i.m.*
43. Scheffler, Richard – Arnold, Daniel – Qazi, Hinnaneh – Harney, Jessie – Linde, Lauren – Dimick, Grayson – Vora, Niki: *The anxious generation: causes and consequences of anxiety disorder among young americans*. = Policy Brief July 2018. Berkeley: Berkeley Institute for the Future of Young Americans, 2018. 2. p. https://gspp.berkeley.edu/assets/uploads/page/Policy_Brief_Final_071618.pdf (2020.09.15.)
44. Národné centrum zdravotníckych informácií. *Psychiatrická starostlivosť v SR 2017*. Bratislava: National health information center, 2017. <http://www.nczisk.sk/Aktuality/Pages/Psychiatricka-starostlivosť-v-SR-2017.aspx> (2020.09.15.)
45. Národné centrum zdravotníckych informácií: *i. m.* (2017)
46. Národné centrum zdravotníckych informácií. 2019. *Samovraždy a samovražedné pokusy v Slovenskej republike 2018*. Bratislava: National health information center, 2018. http://data.nczisk.sk/statisticke_vystupy/Samovrazdy_samovrazedne_pokusy/Samovrazdy_a_samovrazedne_pokusy_v_SR_2018_Sprava_k_publikovanym_vystupom.pdf. (2020.09.15.)
47. Národné centrum zdravotníckych informácií, *i. m.* (2019), 3. p
48. Behary – Davis: *i. m.*; Belica: *i. m.*
Ryan, Traci – Xenos, Sophia: *Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage*. = Computers in Human Behavior, 27. vol. 2011. 5. no. 1663. p. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004> (2020.09.15.)
49. Links, Paul S.: *Understanding and treating pathological narcissism*. In: *Understanding and treating pathological narcissism*. Edited by Ogrodniczuk, John S., Washington, DC: American Psychological Association, 2013. 167–181. p.
50. Scott, Holly – Biello, Stephany M. – Woods, Heather: *Social media use and adolescent sleep patterns: cross-sectional findings from the UK millennium cohort study*. Preprint, PsyArXiv, 2019. 14. p. <https://doi.org/10.31234/osf.io/z7kpf> (2020.09.15.)
51. OECD. 2018. *Children & young people's mental health in the digital age. Shaping the future*. 2018. 8. p. <https://www.oecd.org/els/health-systems/Children-and-Young-People-Mental-Health-in-the-Digital-Age.pdf> (2020.09.15.)
52. Wilcox, Keith – Stephen, Andrew T.: *Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control*. = Journal of Consumer Research, 40. vol. 2013. 1. no. 100. p. <https://doi.org/10.1086/668794> (2020.09.15.)
-
-