

*Social media mogą odgrywać ważną rolę w prewencji zachowań ryzykownych. Stwarzają nową płaszczyznę edukowania społeczeństwa. Pozwalają także dotrzeć do szerszego grona odbiorców ze względu na specyfikę powiązań sieciowych z użytkownikami. Ich atrakcyjność może przyciągać nowe osoby do profili, a zasięg oddziaływania i forma przekazu wpływa na kształtowanie norm społecznych, zwłaszcza gdy przykuwają uwagę i generują dyskusję. Niestety, z tych samych powodów social media mogą być także zagrożeniem.*

## „POZYTYWNY TROLLING”? O ROLI MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W PROFILAKTYCE UZALEŻNIEŃ

Marcin Szulc

Instytut Psychologii Uniwersytetu Gdańskiego

Zakład Psychologii Osobowości i Psychologii Sądowej

### Wstęp

Kanadyjski teoretyk komunikacji Herbert Marshall McLuhan przewidywał, że świat stanie się globalną wioską, czyli społeczeństwem, w którym wszyscy wiedzą wszystko o wszystkim i wszystkich (McLuhan, Powers, 1989). Przewiduje się, że do 2021 roku liczba użytkowników mediów społecznościowych przekroczy 3 miliardy, czyli ponad 1/3 populacji ludzkiej na świecie (Clement, 2018). Oznacza to globalną zmianę paradygmatu już nie tylko z klasycznego „człowiek–świat” na „człowiek–media–świat”, lecz na człowieka aktywnie tworzącego świat w mediach.

Media odgrywają kluczową rolę w percepcji rzeczywistości (Maciołek, 2014). Internet stał się dla dzieci i młodzieży podstawowym źródłem wiedzy o świecie, naturalnym środowiskiem zdobywania doświadczeń i zaspokajania potrzeb społecznych, a także narzędziem efektywnej komunikacji i dostępu do informacji na niespotykaną dotychczas skalę (Laberschek, 2010). Przestrzeń cyfrowa to także nieodzowny element życia społecznego młodzieży, który wpływa na ich kształt dorastania i funkcjonowania oraz kształtowania postaw i zaspokajania potrzeb społecznych (Wilk-Kołodziejczyk, 2004; Boyd, 2007; Sheldon, Abad, Hinsch, 2011). Można nawet twierdzić, że tożsamość obecnego pokolenia dzieci jest tożsamością technologiczną (Pyżalski, 2012). Zmienił się kierunek przepływu wartości, świat jest bardziej zrozumiały dla dzieci i młodzieży, a młodsze pokolenia przekazują wiedzę techniczną pokoleniom starszym. Stosując terminologię Margaret Mead, kultura prefiguratywna zastąpiła kulturę

postfiguratywną. Dla 99% Polaków w wieku 16-24 lata internet jest głównym źródłem informacji, a najchętniej odwiedzanymi stronami są Facebook i YouTube (Klingová, Hajdu, 2018; Raport Wave 9, 2018). Odpowiedź na pytanie, dlaczego zdigitalizowana przestrzeń ma przewagę nad tradycyjnymi mediami analogowymi, takimi jak telewizja, radio czy gazeta, jest dość oczywista. Sieć jest narzędziem interaktywnym i właśnie to stanowi o jej atrakcyjności. Niezwykle popularną płaszczyzną kształtowania relacji międzyludzkich są media społecznościowe w postaci takich social networks, jak Facebook, MySpace, Instagram, Twitter, Bebo, różnego rodzaju blogi, mikroblogi czy fora. Obecnie młodzież przesuwa swoją aktywność z Facebooka na Instagram, który jeszcze nie jest portalem tak silnie opanowanym przez rodziców jak pierwszy ze wspomnianych.

### Fake newsy jako zagrożenie

W zdigitalizowanej rzeczywistości komunikat staje się coraz częściej tylko produktem do sprzedania, który jak się okazuje, wcale nie musi być prawdziwy. W sieci każdy ma prawo zamieszczać, co chce, byleby nie łamał prawa. Człowiek staje dziś zatem nie tyle wobec problemu braku dostępu do informacji, którego konsekwencją jest wykluczenie cyfrowe, ile jej jakości i rzetelności, którą niezwykle trudno poddać weryfikacji (Szpunar, 2007). Bardzo poważnym problemem stały się tzw. *fake newsy*, czyli fałszywe informacje. Tygodnik „Polityka” podaje za

BuzzFeed News, że w amerykańskiej sieci aż 2/3 dezinformacji rozpowszechniono w celu osiągnięcia zysku lub politycznej korzyści. Nadreprezentacja określonego typu informacji w mediach albo wprost zamieszczanie fałszywych informacji może skłonić obserwatora bądź do przecenienia zagrożenia, np. spowodowanego falą uchodźców, albo niedoceniaenia zagrożenia, jakim jest promowanie dostępu do broni czy minimalizowanie wpływu niektórych substancji psychoaktywnych na organizm. Najbardziej spektakularne działanie *fake newsów* miało miejsce podczas wyborów prezydenckich w USA pomiędzy Hilary Clinton a Donaldem Trumpem. Fałszywe informacje rozpowszechniane w sieci np. dotyczące rzekomej sprzedaży broni organizacji terrorystycznej ISIS przez Hilary Clinton, znacząco wpłynęły na decyzje wyborców, a w konsekwencji wygraną Trumpa (Allcott, Genzkow, 2017). Badania przeprowadzone przez K. Polańską wskazują, że najważniejszym elementem w ocenie wiarygodności informacji z sieci jest zaufanie do źródła, z którego korzysta internauta (59%), dalej aktualność informacji (53,7%), logiczne powiązanie informacji z pozostałymi wiadomościami (45,4%) i powielenie tej samej informacji w kilku niezależnych źródłach (41,7%). Połowa badanych uważała, że większość informacji zawartych w sieci jest wiarygodna, około 41% twierdziło, że tylko połowa, zaś niecałe 9% uważa, że brakuje rzetelnych informacji w internecie (Szpunar, 2007). Najczęstszym sposobem weryfikacji wiarygodności danych jest polecenie strony przez znajomych, co samo w sobie może prowadzić do uwiarygodnienia informacji poprzez regułę społecznego dowodu słuszności (co jest dobre dla innych, jest dobre też dla mnie), samospełniającego się proroctwa (przekonania samego siebie do ich prawdziwości, skoro polecili znajomi, to informacje są godne zaufania) i powielenia dalej. Interesującym przykładem tego zjawiska jest manipulowanie informacją, jej fałszowanie lub podawanie niepełnych danych na temat oddziaływania marihuany na zdrowie człowieka. Ten ostatni problem – żonglowania faktami pozbawionymi kontekstu – prowadzi do dobrze znanej konkluzji, że „Nie ma nic gorszego jak strzęp wiedzy w rękach głupca”.

## Profilaktyka uzależnień z użyciem social mediów

Pomimo wspomnianych zagrożeń wydaje się, że social media mogą odgrywać ważną rolę w prewencji zachowań

ryzykownych. Z całą pewnością nowe media stwarzają nową płaszczyznę edukowania społeczeństwa. Pozwalają także dotrzeć do szerszego grona odbiorców ze względu na specyfikę powiązań sieciowych z użytkownikami. Ich atrakcyjność może przyciągać nowe osoby do profili, a zasięg oddziaływania i forma przekazu wpływa na kształtowanie norm społecznych, zwłaszcza gdy przykuwają uwagę i generują dyskusję (Goodrow, MSW, MPH, 2017)<sup>1</sup>. Niestety, z tych samych powodów social media mogą być także zagrożeniem. Według raportu National Center on Addiction and Substance Abuse z Columbia University, nastolatki, które spędzają czas na różnych kontach mediów społecznościowych, częściej palą papierosy, zażywają narkotyki i piją alkohol (NCASA, 2012). Około 75% badanych nastolatków w USA przyznało, że są bardziej skłonni sięgać po narkotyki po obejrzeniu zdjęć swoich przyjaciół pijących alkohol i biorących narkotyki. Ekspertki z NCASA nazwały to zjawisko cyfrową presją rówieśniczą związaną z pragnieniem dopasowania się do kolegów. W porównaniu z nastolatkami, które nigdy nie widziały na Facebooku lub innym portalu społecznościowym zdjęć dzieci upijających się, zażywających narkotyki lub będących pod ich wpływem, nastolatki, które takie zdjęcia widziały czterokrotnie częściej używają marihuany, ponad trzykrotnie częściej używają alkoholu i prawie trzy razy częściej palą papierosy (NCASA, 2012). Podobne wyniki uzyskał w swoich badaniach na portalach społecznościowych David Tran, który ujawnił, że 66% wszystkich nastolatków biorących udział w jego badaniu przyznało, że treści związane z narkotykami w mediach społecznościowych wywołały w nich niekontrolowane pragnienie wypróbowania narkotyków<sup>2,3</sup>. Od czasu zalegalizowania marihuany rekreacyjnej w stanie Waszyngton w 2012 roku, firmy zajmujące się produkcją marihuany wykorzystywały strony społecznościowe do promowania swoich produktów i adresowania ich do młodzieży. Badania nad konsekwencją tych działań, finansowane przez NIDA, prowadzą do konkluzji, że brakuje przepisów ograniczających dostęp młodzieży do tych stron. Zalecenie jest zatem takie, by w państwach, w których marihuana rekreacyjna jest legalna, wdrożyć politykę ograniczania dostępu w mediach społecznościowych do treści promujących narkotyki (Moreno i in., 2018). Celem innego badania realizowanego w ramach grantu NIDA, było uchwycenie natury, wzorów i zakresu zaangażowania młodzieży w treści pro- i antynarkotykowe na Twitterze. Głównym zadaniem było określenie wpływu codziennie

publikowanych tweetów promujących marihuanę. Większość powiadomień związanych z marihuaną odzwierciedla pozytywne nastawienie do jej używania, przy czym tweety „pro-marihuana” przewyższają liczebnie tweety „anty-marihuana”. Niestety, informacje wysyłane przez wpływowych użytkowników Twittera, zachęcające do używania konopi, przyczyniają się do popularyzacji poglądów o ich nikłej szkodliwości (Cavazos -Regh i in., 2015).

Z całą pewnością social network pozwala na nieograniczony dostęp do zdigitalizowanych zasobów, ale wraz z nim pojawiają się problemy, które nie mają prostego rozwiązania. Oto kilka głównych pytań:

- Które z tych zasobów są prawdziwe (odzwierciedlają rzeczywistość)?
- Czy użytkownicy stosują metody sprawdzania prawdziwości informacji, jeśli tak, to w jakim zakresie i czy są one skuteczne?
- W jaki sposób zachęcić użytkowników do sprawdzania wiarygodności?
- W jaki sposób dotrzeć ze swoją informacją do użytkowników?
- W jaki sposób sprawić, aby twoje informacje były chętniej rozpowszechniane (powielane) niż inne?

Podstawową kwestią jest umiejętne dotarcie do grupy docelowej. W przypadku profilaktyki zagrożeń społecznych najczęściej adresatem będzie młodzież. Należy zdawać sobie sprawę z niezwyklej różnorodności tej grupy wiekowej, dlatego trzeba precyzyjnie kierować komunikaty, uwzględniając różnorodne, często skrajnie odmienne potrzeby i postawy światopoglądowe. Na przykład program *peer-to-peer* „Living the Example” (LTE), który opiera się na interaktywnej kampanii w mediach społecznościowych, daje obiecujące wyniki w efektywnej profilaktyce uzależnień. Zapewnia rówieśnikom platformę do wypowiedzenia się i bycia wysłuchanym. Program angażuje starszą młodzież ze szkół średnich, którą kształcą na ambasadorków zdrowia. Uczestnicy przechodzą szkolenia w zakresie przywództwa, rzecznictwa i komunikacji w mediach społecznościowych, aby stać się liderami zmian w swoich społecznościach szkolnych<sup>4</sup>.

## Czy i w jaki sposób można wykorzystać media społecznościowe do profilaktyki uzależnień?

Nowe czasy przynoszą nowe wyzwania, które wymagają nowych rozwiązań. Niektóre z nich mogą się wydawać

pozornie dyskusyjne. Na przykład wprowadzenie paritetów w zarządach norweskich firm, choć budziło duże kontrowersje, także wśród kobiet, działa z powodzeniem od niemal 10 lat, a niedawno wprowadziła je także Kalifornia<sup>5</sup>. Kevin Mitnick, najślynniejszy haker w historii, pomimo swojej kryminalnej przeszłości, po wyjściu z więzienia nie cierpiał z powodu piętna przestępcy, lecz otrzymał wiele ofert pracy od poważnych firm i współpracował z instytucjami rządowymi związanymi z bezpieczeństwem i finansami<sup>6</sup>. A zatem mogą się pojawić rozwiązania, które z początku budzą wątpliwości, bywają zaskakujące, lecz z czasem mogą się okazać przydatne i użyteczne. Powstaje pytanie, czy do tej kategorii użytecznych metod można będzie kiedyś zaliczyć trolling? Pojęcie „trollowanie” jest terminem wędkarskim, określającym metodę połowu ryb przez ciągnięcie przynęty za łodzią (Jachyra, 2011). W internecie oznacza nieetyczną aktywność, polegającą na rozpowszechnianiu *fake newsów* i psuciu relacji między użytkownikami poprzez zarzucanie przynęty w postaci kontrowersyjnej, nierzadko wulgarnej wypowiedzi i obrażaniu rozmówców. Portal o nazwie Poltergeist<sup>7</sup> wprost podaje wskazówki, w jaki sposób skutecznie trollować. Jest to swoisty septałog trolla:

1. Bądź bezczelny i niewychowany.
2. Przyczepiaj etykiety.
3. Uogólniaj, czepiaj się słówek.
4. Kieruj się zasadą „im gorzej, tym lepiej”.
5. Zadawaj miliony bezsensownych pytań.
6. Bełkocz i gadaj bez sensu.
7. Stosuj argumenty ad personam i ad baculum.

Internetowitrolle to często osoby zaangażowane i opłacane przez konkretnych mocodawców, np. polityków, skrajne ugrupowania, obce wywiady albo tzw. pożyteczni idioci, czyli osoby bezrefleksyjne, a zarazem fanatycznie zaangażowane w różne internetowe krucjaty. Celowo tworzą i przekazują nieprawdziwe informacje, walcząc w ich mniemaniu o „słuszną sprawę”. Nie jest trudno zakupić fałszywy, choć zweryfikowany i subskrybowany profil na Facebooku. Duża liczba fanów i „lajków” uwiarygadnia zamieszczane treści i stwarza pozory poważnego funpage’a. Koszt gotowego funpage’a z polskimi fanami waha się w zależności od liczby followersów – 100 fanów kosztuje 50 złotych, ale już 1000 – 900 złotych<sup>8</sup>. Kierując się myślą Bertanda Russella, że głupcy są tak pewni siebie, a ludzie mądrzy, tak pełni wątpliwości, można stwierdzić, że osoby mające nieczyste intencje nie przejmują się

zwykle konsekwencjami swych działań, zaś przyzwoici biją się z myślami i pozostają w ciągłej udręce zanim podejmą właściwą ich zdaniem decyzję. Trollowanie jest zjawiskiem nieprzyzwoitym, nieetycznym, przynoszącym szkody globalne i z punktu widzenia moralnego godnym surowego potępienia. Jednak, co pokazuje obecna rzeczywistość (zwłaszcza polityczna), jest to metoda nadzwyczaj skuteczna, szczególnie w zdigitalizowanym świecie. Jak wspomniano wcześniej, rozpowszechnianie fałszywych treści było kluczem do zwycięstwa Donalda Trumpa nad Hilary Clinton (Allcott, Genzkow, 2017). Rosyjscy trolle odnoszą wielkie sukcesy, wywołując zamieszanie w sieci i mają swój istotny udział w inicjacji kampanii Brexitu i separatystycznych ambicjach Katalonii, sianiu chaosu w państwach Unii Europejskiej poprzez wspieranie niedemokratycznych zmian w prawie oraz pogłębianiu podziałów społecznych (NATO Strategic Communications, 2016; Allcott, Genzkow, 2017; Jopling, 2018). Broniatowski i wsp. (2018) odkryli, że tweety na temat szczepionek pochodzą z tych samych kont, które zostały wcześniej zidentyfikowane i obwiniane przez amerykański Departament Sprawiedliwości o ingerencję w wybory w Stanach Zjednoczonych. Rosyjscy trolle tweetują 22 razy częściej na temat szczepionek (#VaccinateUS) niż przeciętny użytkownik Twittera. Celem tych działań jest właśnie sianie zamętu i polaryzowanie społeczeństwa, wysyłając zarówno pro-, jak i antyszczepionkowe komunikaty, ale o charakterze skrajnym (pełne agresji lub utrzymywane w tonie prowokacji) (Broniatowski i in., 2018). W demokratycznym świecie nadzwyczaj łatwo zaistnieć treściom niedemokratycznym lub szkodliwym. Przeciwnicy demokracji skutecznie wykorzystują jej zdobycze do walki, czasem do obrony zbrodniczych przekonań, a nawet działań, np. Stefan W., zabójca prezydenta Adamowicza, i Anders Breivik, masowy zabójca z Norwegii, doskonale wiedzieli, w jaki sposób usprawiedliwiać swoje czyny, a nawet dokonywali ich apoteozy, co przysporzyło im licznych „wyklętych” entuzjastów w sieci. Właśnie ci „wyklęci” zwolennicy nie mogą bowiem w świetle prawa głośno pochwalać zbrodni. Faktycznie jednak poczucie anonimowości w internecie ośmiela niektórych z nich do dzielenia się własnymi przemyśleniami.

Zaobserwowano pewną specyfikę aktywności trolli w sieci:

1. Generują znacznie więcej treści niż typowy internauta (nawet do 12 razy więcej).
2. Częściej sięgają po wyrazy potoczne i wulgaryzmy.
3. Mają tendencję do odpowiadania niemal na każdy komentarz, w którym ktoś inny odnosi się do ich słów.
4. Na ich profilach w mediach społecznościowych, np. na Facebooku, nie ma żadnych informacji na ich temat lub udostępniają artykuły o treściach ideologicznych nieopatrznie własnym komentarzem.
5. Najczęściej stosują awatary lub korzystają ze zdjęć innych osób, np. mniej znanych aktorów albo osób zmarłych.
6. Są powiązani z innymi trollami<sup>9</sup>.

Czy zatem określenie „pozytywny trolling” nie jest oksymoronem? Być może jest, ale chodzi o to, aby w promocji zdrowia i profilaktyce stosować tylko te techniki, które będą zgodne z zasadami etyki i prawa, a zatem należy odrzucić to, co w nich szkodliwe i nieetyczne (np. fałszowanie treści, agresja). Co zatem można zrobić, aby rzetelne informacje dotyczące zdrowia miały szanse wyraźnie zaistnieć w internecie? Jeśli chcielibyśmy osiągnąć sukces, działania musiałyby mieć charakter globalny i systemowy. Można by je ująć w kilku punktach:

1. Wypromowanie funpage’y dotyczących zdrowego stylu życia przez ich odpowiednie pozycjonowanie. Search Engine Optimization, czyli optymalizacja pod wyszukiwarkę internetową, oznacza „wszystkie działania, które mają na celu zwiększenie widoczności strony w organicznych wynikach wyszukiwania. Na pozycję strony w wyszukiwarce Google wpływa kilkaset parametrów, które są oceniane przez algorytmy Google. Pozycjonowanie to stały proces. Zbudowanie i utrzymanie wysokich pozycji strony internetowej wymaga ciągłej obserwacji algorytmów, działań konkurencji, a także trendów SEO<sup>10</sup>. Celem jest to, aby rzetelne informacje na temat szkodliwości narkotyków, np. na temat szkodliwości marihuany, wyświetlały się na pierwszych stronach przeglądarki po wpisaniu hasła „marihuana” („jaranie” itp.). W skali jednostkowej nie są to duże koszty, ale w skali globalnej mogą być znaczące<sup>11</sup>. Niemniej jednak na profilaktykę uzależnień nie powinno się patrzeć z perspektywy doraźnych oszczędności, bowiem zwrot kosztów dobrej profilaktyki może być widoczny dopiero w dłuższej perspektywie, np. w postaci mniejszej liczby pacjentów z problemem używania narkotyków.

2. Zaangażowanie tzw. ambasadorów zdrowia („dobrych trolli”) – np. studentów zainteresowanych działaniami w obszarze szeroko pojętej edukacji zdrowotnej, którzy jako admini będą takie strony prowadzić. Admini powinni zostać przeszkoleni zarówno w zakresie profilaktyki zdrowotnej (profilaktyki uzależnień), jak również w obszarze public relations i zarządzania mediami społecznościowymi.
  3. Udział pozytywnych dorosłych w mediach społecznościowych np. wspieranie i zachęcanie nauczycieli do prowadzenia funpage’y, na których promują pozytywny (prozdrowotny) styl życia, ciekawe wydarzenia, spotkania naukowe i przekazują sprawdzone informacje. Zapraszają do polubienia własnej strony zarówno obecnych, jak i byłych uczniów, inicjują, zachęcają i moderują dyskusje pod postami, tworząc sieć wzajemnych relacji.
  4. Wyłapywanie i nagłaśnianie prozdrowotnych treści wygłaszanych przez tak zwanych VIP-ów, znane postaci artystów i celebrytów, które negatywnie odnoszą się do używek. Być może zespół Scorpions nie jest dziś tak popularny wśród młodego pokolenia, ale warto, by krytyczna wypowiedź basisty na temat przykrych doświadczeń z koncertu zagranego dla „upalonej” publiczności w stanie Colorado, zaraz po legalizacji tam marihuany, wyraźniej wybrzmiała w mediach<sup>12</sup>.
  5. Nazwy profili powinny przyciągać uwagę, najlepiej, gdy są tworzone wraz z młodzieżą pod kierunkiem specjalistów od PR. Jest wiele przykładów w mediach społecznościowych nietypowych a fascynujących nazw, które zyskały sporo odbiorców np. „Dej mam horom curke” (83 401 obserwujących), „Polska w dużych dawkach” (126 042 obserwujących), „Zdelegalizować coaching i rozwój osobisty” (145 291 obserwujących), „Ironia i sarkazm pomagają mi znosić głupotę innych” (171 945 obserwujących), „Ból od Bytu” (11 035).
  6. Budowanie kapitału społecznego odbiorców mediów społecznościowych oparte na inkluzji, czyli włączaniu i budowaniu relacji, skupiając się na tym, co łączy, a nie na tym, co dzieli.
  7. Wiedza na temat zasięgów i adresatów – różnorodność social mediów skłania do myślenia w kategoriach globalnych. Inne media są atrakcyjne dla młodzieży, a inne dla dorosłych. Ścisła światowa dziesiątka najbardziej popularnych mediów to: Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tumblr i Vine, Snapchat. Podczas gdy najbardziej popularne wśród młodzieży są: Snapchat, WhatsApp, Instagram, Twitter, Vine, Tumblr, Pheed, Kik, Ask.fm, Google+<sup>13</sup>.
  8. „Zalanie” internetu **prawdziwymi informacjami**, rozpowszechnianymi przez przeszkolonych użytkowników mediów oraz za pomocą krótkich informacji rozpowszechnianych przez **boty** na temat szkodliwości narkotyków (np. informacja o zatruciach NSP-ami konkretnych osób w konkretnym mieście, prewencja, pomoc, konsultacje).
  9. Dynamiczne prowadzenie prozdrowotnych funpage’y, które nie odbywa się z doskoku. Na stronach powinny pojawiać się treści odpowiednie do misji i celów, prawdziwe, precyzyjne, aktualne i ciekawe dla publiczności i co najważniejsze – interaktywne, poprzez quizy lub zabawę w dokończanie obrazków komiksowych, tak aby zaangażować odbiorcę. Należy jednak unikać „nowości”, które nie są nowe<sup>14</sup>.
  10. Jedną z cech trollingu jest odnoszenie się do każdego komentarza. Warto tę metodę zastosować w przypadku „pozytywnego trollingu” i nie zostawiać żadnego komentarza, zwłaszcza antyzdrowotnego, bez odpowiedzi.
  11. Postowanie (zamieszczanie nowych informacji na funpage’u) powinno się odbywać co najmniej raz dziennie, aby utrzymać zainteresowanie i zwiększyć widoczność strony<sup>15</sup>.
  12. Tworzenie i rozpowszechnianie prozdrowotnych memów. Należy zaakceptować fakt, że żyjemy w rzeczywistości obrazkowej. Dobrze skonstruowany mem, zabawny komentarz do obrazka przykuwa uwagę i ma szansę być powielany. Oczywiście należy liczyć się z tzw. drugim życiem hasel, które nie zawsze będzie zgodne z intencjami twórców.
  13. Wprowadzenie do programu studiów pedagogicznych i psychologicznych zagadnień z zakresu prowadzenia profilaktyki uzależnień (i nie tylko) z użyciem mediów społecznościowych.
- Być może przedstawiona propozycja jest nieco przewrotna i ma niewiele z cech typowego trollingu, niemniej jednak przemyślane działania, zwłaszcza ich zasięg i rozumienie, w jaki sposób działają media społecznościowe, a nade wszystko włączenie do ich prowadzenia młodzieży oddanej pozytywnej sprawie pozwoli iść

profilaktyce z duchem czasu. Pojawia się pytanie, czy to działa i czy ma sens. Warto zatem zwrócić uwagę na dokonania wybitnych ekspertów-praktyków w promowaniu zdrowia, którzy prowadzą swoje fanpage'e w sposób profesjonalny i atrakcyjny dla odbiorców.

Lekarz medycyny Dawid Ciemiega jest bohaterem mediów społecznościowych walczącym z antyszczepionkowymi hejterami (nie z osobami sceptycznymi wobec szczepionek, lecz z agresywną nienaukową i obraźliwą retoryką użytkowników mediów społecznościowych). Na swoim profilu, który obserwuje 46 093 osoby, wyjaśnia mechanizmy działania antyszczepionkowego lobby oraz przedstawia naukowe dowody na wartość i znaczenie szczepień. Oprócz tego demaskuje nierzetelne i szkodliwe porady medyczne, które stanowią zagrożenie dla zdrowia i życia oraz informuje o toczących się w sądach postępowaniach przeciwko zniesławianiu lekarzy, także z jego powództwa<sup>16</sup>.

Anna Mierzyńska, specjalistka ds. marketingu sektora publicznego, zajmująca się PR i kreowaniem wizerunku, a także dziennikarka regularnie publikująca w portalu OKO.press, prowadzi funpage „Niech Cię widzą” (1845 obserwatorów). Autorka w klarowny i profesjonalny sposób wyjaśnia, czym są *fake newsy* oraz demaskuje mechanizmy dezinformacji w sieci. Przedstawia nie tylko własne analizy, ale udostępnia także źródła kłamstw<sup>17</sup>. Wiele fanpage'y udostępnia jej rzeczowe analizy.

Paulina Łopatniuk, lekarka ze specjalizacją w dziedzinie patologii, a zarazem popularyzatorka nauki, prowadzi funpage „Patolodzy na klatce”, który zyskał 107 184 obserwujących! Autorka w przystępny sposób omawia różne choroby, wyjaśnia ich mechanizmy i wskazuje na zagrożenia zdrowotne, odsyłając chętnych do konkretnych artykułów z czasopism naukowych na temat omawianych przypadków<sup>18</sup>.

NIDA podaje, że przez ostatnie kilka lat na badania związane z zastosowaniem mediów społecznościowych w profilaktyce i leczeniu uzależnień wydano w USA 11 mln dolarów<sup>19</sup>. Nie należy też zawężać profilaktycznej aktywności w mediach społecznościowych wyłącznie do nastolatków i młodych dorosłych. Niezwykle istotną grupę docelową stanowią rodzice. Obecnie tworzy się i finansuje programy wspierające i zachęcające rodziców w mediach społecznościowych do działań profilaktycznych w swojej okolicy, tzw. rodzinne programy dla zdrowia publicznego. Ich celem jest włączenie rodziców do aktywnego wspierania dzieci w trzeźwości i aktywi-

zowanie innych rodziców w mediach społecznościowych poprzez wzajemne porady i wskazania oraz wymianę informacji i udzielanie wsparcia (Oesterle i in., 2018).

## Przypisy

- <sup>1</sup> <https://nnpconference.org/wp-content/uploads/2017/08/Goodrow-Dana.pdf>.
- <sup>2</sup> <https://www.drugrehab.us/news/social-networking-hinders-drug-rehab-recovery/>.
- <sup>3</sup> <https://www.secureteen.com/drug-abuse/role-of-social-media-in-promoting-drug-addiction-among-teens/>.
- <sup>4</sup> <https://mentorfoundationusa.org/what-we-do/living-the-example/>.
- <sup>5</sup> <https://www.forbes.pl/kariera/parytety-dla-kobiet-w-zarzadach-czy-to-dziala/wm58797>.
- <sup>6</sup> <https://www.denverpost.com/2018/03/16/kevin-mitnick-fbi-most-wanted-hacker-denver/>.
- <sup>7</sup> <https://polter.pl/jak-skutecznie-trollowac-b15536>.
- <sup>8</sup> <https://oko.press/fejkowe-konta-i-hejt-na-zamowienie-rynek-uslug-manipulacyjnych-kwitnie-takze-w-polsce/>.
- <sup>9</sup> <https://tech.wp.pl/sposob-na-internetowych-trolli-i-hejterow-6034811830030977a>.
- <sup>10</sup> [https://delante.pl/pozycjonowanie-stron/?adgroupid=71237062766?network=g?creativ=358112231231?position=1t1&gclid=CjwKCAjwzdLrBRBiEiwAEHrAYunsu-prt5dYZ-H47qcVUWVNb2si929NCfwA9unvGtxn0x5rjUp633hoC3nEQAvD\\_BwE](https://delante.pl/pozycjonowanie-stron/?adgroupid=71237062766?network=g?creativ=358112231231?position=1t1&gclid=CjwKCAjwzdLrBRBiEiwAEHrAYunsu-prt5dYZ-H47qcVUWVNb2si929NCfwA9unvGtxn0x5rjUp633hoC3nEQAvD_BwE).
- <sup>11</sup> <http://pozycjonaria.com/cennik>.
- <sup>12</sup> <https://magazyngitarzysta.pl/muzyka/newsy/40303-pawel-maciwoda-basista-scorpions-nie-zagladamy-w-metryke>.
- <sup>13</sup> <https://nnpconference.org/wp-content/uploads/2017/08/Goodrow-Dana.pdf>.
- <sup>14</sup> <https://nnpconference.org/wp-content/uploads/2017/08/Goodrow-Dana.pdf>.
- <sup>15</sup> Tamże.
- <sup>16</sup> [https://www.facebook.com/lekarzDawidCiemiega/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/lekarzDawidCiemiega/?ref=br_rs).
- <sup>17</sup> <https://www.facebook.com/mierzynskamarketing/>.
- <sup>18</sup> <https://www.facebook.com/patolodzynaklatce/>.
- <sup>19</sup> <https://archives.drugabuse.gov/news-events/news-releases/2014/10/using-social-media-to-better-understand-prevent-treat-substance-use>.

## Bibliografia

- Allcott H., Gentzkow M., „Social Media and Fake News in the 2016 Election”, *Journal of Economic Perspectives* 2017, vol. 31, 2.
- Boyd D.M., „Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life”, In D. Buckingham (ed.) „Youth, identity, and digital media volume”, Cambridge 2007, MA: MIT Press.
- Broniatowski D.A., Jamison A.M., Qi, SiHua, AlKulaib L., Chen, Tao, Benton A., Quinn S.C., Dredze M., „Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate”, *American Journal of Public Health*, 2018, 108 (10), 1378-1384.
- Cavazos-Rehg P.A., Krauss M., Fisher S.L., Salyer P., Gruzca R.A., Bierut L.J., „Twitter chatter about marijuana”, *J. Adolesc Health* 2015, 56(2), s.139-45. doi: 10.1016/j.jadohealth.2014.10.270.
- Clement J., „Number of social media users worldwide from 2010 to 2021 (in billions)”, 2018, (pobrane z: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>).
- Jachyra D., „Trollowanie – antyspołeczne zachowania w internecie, sposoby wykrywania i obrony”, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* 2011, 656 (28), s. 253-262.
- Jopling L., „Countering Russia's hybrid threats: An update”, NATO Parliamentary Assembly, Committee on The Civil Dimension of Security 2018, [www.nato-pa.int](http://www.nato-pa.int).

- Klingová K., Hajdu D., „From online battlefield to loss of trust? Perceptions and habits of youth in eight European countries”, GLOBSEC Policy Institute, Bratislava, Slovakia 2018.
- Laberschek M., „Treści sensacyjne w internetowych serwisach informacyjnych i ich wpływ na wzrost poziomu czytelnosci”, Zarządzanie w Kulturze 11/2010, 81-98.
- McLuhan M., Powers B.R., „The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century”, New York 1989.
- Maciołek D., „Wpływ manipulacji medialnej na kształtowanie się tożsamości współczesnej młodzieży”, Kultura – Media – Teologia 2014, 19, s. 45-59.
- Moreno M.A., Gower A.D., Jenkins M.C., Kerr B., Gritton J., „Marijuana promotions on social media: adolescents' views on prevention strategies”, Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy, 2018, volume 13, Article number: 23. <https://doi.org/10.1186/s13011-018-0152-7>.
- NCASA – National Center on Addiction and Substance Abuse at Columbia University, 2012.
- NATO Strategic Communications (2016) Social media as a tool of hybrid warfare, ISBN 978-9934-8582-6-0 Centre of Excellence.
- Oesterle S., Epstein M., Haggerty K.P., Moreno M., „Using Facebook to Recruit Parents to Participate in a Family Program to Prevent Teen Drug Use”, Prev Sci. 2018, 19(4), 559-569. doi: 10.1007/s11121-017-0844-7.
- Poltergeist, „Jak skutecznie trollować?” (pobrane z: <http://polter.pl/Jak-skutecznie-trollowac-b15536>).
- Pyżalski J., „Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży”, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2012.
- Raport Wave 9 (2018) „Polak zapatrzony w Facebooka” (pobrane z: <http://www.universalmccann.pl/news/68/114/Wave-9-Polak-zapatrzony-w-Facebooka>).
- Sheldon K.M., Abad N., Hinsch C., „A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it”, Psychology of Popular Media Culture” 2011.
- Szpunar M., „Internet – medium informacji versus dezinformacji (w:) „e-mentor”, GH. Warszawa 2007, 2, s. 46-51.
- Wilk-Kołodziejczyk D., „Pozyskiwanie wiedzy w sieciach komputerowych z rozproszonych źródeł informacji” (w:) L. Haber (red.), „Społeczeństwo informacyjne. Wizja czy rzeczywistość”, Kraków 2004.