

EWA KRZYŻAK-SZYMAŃSKA

Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach

ANDRZEJ SZYMAŃSKI

Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie

INTERNET W ŚWIADOMOŚCI KATOWICKICH STUDENTÓW

Współczesny świat jest zdominowany przez wszechobecną technologię, w tym także technologię będącą podstawą (źródłem) interakcji społecznych. Badania wykazują, że z roku na rok rośnie rola Internetu. Medium to „wciąża” swoich użytkowników, zanurza w instrumentalny proces przekazu, a zarazem, w ujęciu niektórych badaczy, skutecznie osłabia tradycyjne związki społeczne (por. Fiut 2004: 311). Zdaniem Z. Baumana Internet prowadzi również do postępującej nomadyzacji zbiorowości ludzkich (Bauman 2003: 28), komunikacyjnie coraz skuteczniej i chętniej zakorzeniających się w *wirtual on-line*. Ta przemiana o charakterze technologicznym nie pozostaje bez wpływu na życie poszczególnych jednostek, powoduje szereg procesów, które ze względu na swoją wagę i rezultaty są określane mianem „wielkiego wstrząsu” (Fukuyama 2000). Jedną z obaw towarzyszących technologicznej transformacji jest lęk przed znaczącymi jakościowo przemianami więzi społecznej. Zatem współcześni socjologowie poniekąd zmuszeni są do szukania odpowiedzi na pytania, czy Internet osłabia dotychczasowe więzi, czy też może je intensyfikuje, lub też, czy tworzy więzi jakościowo inne? Dorobek nauki w tym obszarze jest niejednoznaczny. W świetle prowadzonych badań można wyróżnić te, których wyniki mówią o pozytywnym znaczeniu Internetu (Katz, Rice, Apsen 2001; Howard, Rainie, Jones 2001;

Di Maggio, Hargittai, Neuman 2001; Cole, Robinson 2002; Hampton, Wellman 2002; Hampton, Sessions, Ja Her 2009), o jego negatywnym, osłabiającym wpływie (Kraut i inni 1998) oraz dokumentujące brak znaczącego oddziaływania (Tracey, Anderson 2001; Putnam, Bowling 2000).

Uwzględniając zróżnicowanie poglądów na temat roli (znaczenia) „sieci”, w podjętych badaniach poszukiwano odpowiedzi na pytanie, jaką funkcję spełnia Internet w życiu studentów kierunku pedagogicznego oraz jak warunkuje ich kontakty społeczne? Badaniami objęto 546 niestacjonarnych studentów pedagogiki Wydziału Społeczno-Pedagogicznego w Katowicach, WSP TWP w Warszawie oraz Śląskiej Wyższej Szkoły Zarządzania im. Generała Jerzego Ziętka w Katowicach. Wśród uczestników badań było 81,8% kobiet i 18,2% mężczyzn. Ankietowani to przeważnie ludzie młodzi, do 35. roku życia (78,8%). Wśród nich najliczniejszą kategorię stanowili respondenci między 22. a 28. rokiem życia (33,4%) oraz studenci mający 29–35 lat (28,9%). Zdecydowaną większość (68,9%) stanowili słuchacze studiów I stopnia, 31,1% to słuchacze studiów II stopnia (zob. tab. 1).

Tabela 1

Respondenci ze względu na wiek i płeć

Wiek	Studia I stopnia				Studia II stopnia			
	K		M		K		M	
	N	%	N	%	N	%	N	%
19–21	79	21,0	9	2,4	0	0,0	0	0,0
22–28	94	25,0	18	4,8	57	33,5	13	7,7
29–35	87	23,1	21	5,6	42	24,7	8	4,7
< 36 r. ż.	55	14,7	13	3,4	33	19,4	17	10,0
Razem	315	83,8	61	16,2	132	77,6	38	22,4

Źródło: badania własne.

Realizacja studiów w trybie niestacjonarnym wiąże się z chęcią lub potrzebą podnoszenia kwalifikacji, głównie przez osoby aktywne zawodowo. Ta tendencja widoczna była w badanej próbie, 91,4% respondentów to studenci zatrudnieni bądź to na stanowiskach pracowników fizycznych (26,2%), bądź na stanowiskach pracowników umysłowych (65,2%). Brak pracy deklarowało 8,8% respondentów (zob. tab. 2).

Prawie połowa respondentów (46%) to panny i kawalerowie, druga połowa (47%) pozostaje w związku małżeńskim, reszta to osoby, których małżeństwa zostały rozwiązane przez rozwód lub śmierć. Jest to o tyle ciekawe, że z uwagi na zdecydowaną przewagę wśród objętych badaniami kobiet oraz osób między 22. a 35. rokiem życia można było spodziewać się większego odsetka respondentów pozostających w związku małżeńskim.

Tabela 2

Respondenci ze względu na zatrudnienie

Rodzaj zatrudnienia	Studia I stopnia				Studia II stopnia			
	K		M		K		M	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Brak zatrudnienia	28	7,4	6	1,6	11	6,5	2	1,2
Pracownik fizyczny	90	23,9	16	4,3	28	16,4	9	5,3
Pracownik umysłowy	197	52,5	39	10,3	93	54,7	27	15,9
Razem	315	83,8	61	16,2	132	77,6	38	22,4

Źródło: badania własne.

Ewolucja wspólnot, od tych opartych na sąsiedztwie do tych definiowanych jako *network society*, jest związana z relacjami międzyludzkimi, których źródłem jest zbiór zbieżnych wartości i norm. Zbiór ten tworzy się na bazie fizycznych styczności lub, jak ma to miejsce w przypadku wirtualnej społeczności, przez interakcje mające w większości charakter tekstowy, bez konieczności równoczesnego spotkania *on-line* nadawcy z odbiorcą. Ta asynchroniczna natura Internetu wprawdzie pozwala na niezależną przestrzennie komunikację z wieloma uczestnikami, ale przy zniesieniu wielu barier, oprócz technologicznego oprzyrządowania, ciągle potrzebuje równie dużego zaangażowania czasowego, takiego jak w tradycyjnych kontaktach. Wymaga tym samym pewnego stopnia interaktywności, miarą którego może być minimalny poziom utrzymywanego uczestnictwa, odmierzany liczbą wejść do danej wirtualnej osady i liczbą godzin spędzonych w Internecie, niewynikających z obowiązku pracy. Chcąc ustalić, ilu studentów może pretendować do miana usieciowionych, zadano im pytanie o sposób spędzania czasu wolnego. Zwrócono szczególną uwagę na tę część próby, która w dokonywanych wyborach wskazywała na komputer i Internet jako podstawowe źródło relaksu i satysfakcji.

Badania wykazały, że Internet dla prawie co piątego respondenta jest ważną formą spędzania czasu wolnego. Nieco wyższe wskazania miały spotkania ze znajomymi (21,1%) oraz poświęcanie wolnego czasu rodzinie (20,5%). Odpowiednie rozkłady odpowiedzi przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3

Formy czasu wolnego respondentów

Forma czasu wolnego	Liczba wyborów	
	N	%
Spotykanie się ze znajomymi	115	21,1
Oglądanie telewizji	79	14,5
Czytanie książek	64	11,7
Korzystanie z komputera i Internetu	99	18,1
Zajmowanie się swoim hobby	77	14,1
Poświęcanie wolnego czasu rodzinie	112	20,5
Razem	546	100,00

Źródło: badania własne.

W badanej próbie jednoczesne korzystanie z komputera i Internetu jako formy spędzania wolnego czasu silnie uzależnione jest od takich cech społeczno-demograficznych jak wiek i stan cywilny, mniej natomiast od formy zatrudnienia i płci. Najliczniejsza procentowo część objętych badaniami, która wybrała komputer i Internet jako formę spędzania czasu, to osoby najmłodsze, mające od 19 do 21 lat (31,8%) oraz mieszczone między 22. a 28. rokiem życia (28,6%); 18% osób powyżej 28 lat wybierało komputer i Internet jako sposób spędzania czasu wolnego, 5% respondentów powyżej 35. roku życia wskazywało tę formę jako znaczącą. Czas wolny przed komputerem i Internetem spędzają przede wszystkim osoby stanu wolnego. Ta forma jest zasadniczo rzadka wśród respondentów funkcjonujących w związku małżeńskim.

Połowa ankietowanych deklaruje, że do Internetu wchodzi kilka razy w tygodniu. Co trzeci z badanych (35,5%) deklaruje, że w tygodniu, niezależnie od wykonywania obowiązków zawodowych i nauki, spędza w sieci od 5 do 10 godzin. Co dziesiąty (9,9%) natomiast przyznaje, że tygodniowo w Internecie surfuje powyżej 15 godzin. Jednorazowe wejście do sieci, dla ponad 42% badanych, przeciętnie trwa od 30 minut do godziny, co czwarta osoba (27,7%) spędza przed monitorem do pół godziny, do dwóch godzin przyznaje się prawie 17% respon-

dentów, a tych, które obserwują ekran powyżej 3 godzin, jest nieco ponad 5% (rozkład przedstawiono w tab. 4).

Tabela 4

Średni czas jednorazowego wejścia respondenta do Internetu

Średni czas w Internecie podczas jednorazowego wejścia	Liczba wyborów	
	N	%
Do 30 minut	151	27,7
Od 30 minut do godziny	232	42,5
Od godziny do 2 godzin	92	16,8
Od 2 godzin do 3 godzin	42	7,7
Powyżej 3 godzin	29	5,3
Razem	546	100,00

Źródło: badania własne.

Ankietowani studenci wykorzystują Internet głównie (zob. tab. 5) do przesyłania e-maili (77,5%), szukania informacji z różnych dziedzin (74,9%), nauki (74,1%), czytania prasy i wiadomości (54,4%), a także ściągania plików muzycznych (42,3%). Pomocny jest również w robieniu zakupów (28,2%), w kontakowaniu się z innymi ludźmi przy wykorzystaniu takich komunikatorów jak GG, Skype (38,6%), umożliwia uczestnictwo w różnych grupach i forach dyskusyjnych (30,2%) oraz czatowanie (28,6%).

Tabela 5

Cel wykorzystywania Internetu przez respondentów

Cel wykorzystywania Internetu	Liczba wyborów	
	N	%
1	2	3
Wysyłanie e-maili	423	77,5
Szukanie informacji z różnych dziedzin	409	74,9
Szukanie informacji dotyczących studiowanych przedmiotów	405	74,1
Czytanie prasy i wiadomości	297	54,4
Ściąganie plików muzycznych	231	42,3
Korzystanie z GG, Skype itp.	211	38,6
Aktywność na różnych forach dyskusyjnych	165	30,2
Wchodzenie na czaty	156	28,6
Robienie zakupów	154	28,2

1	2	3
Szukanie ofert handlowych	123	22,5
Tworzenie swojego profilu	106	19,4
Ściąganie plików filmowych	92	16,8
Oglądanie filmów	89	16,3
Granie w gry sieciowe	82	15,0
Usługi bankowe	75	13,7
Słuchanie muzyki i oglądanie koncertów	45	8,2
Sprawdzanie notowań giełdowych	39	7,1
Wysyłanie SMS-ów	35	6,4
Przeglądanie i ściąganie oprogramowania	29	5,3
Szukanie stron o seksie	13	2,4
Członkostwo w serwisach	12	2,2
Szukanie pracy	11	2,0

(N = 546) Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent miał możliwość wyboru kilku kategorii.

Źródło: badania własne.

Można więc zauważyć, że wśród respondentów najpopularniejszym wymiarem funkcjonowania w Internecie jest przestrzeń wymiany, konsumpcji oraz kontaktu. Zebrane dane pozwalają również na stwierdzenie, że brak jest wyraźnych różnic między kobietami i mężczyznami w wykorzystywaniu zasobów Internetowych, z wyjątkiem korzystania z zamieszczonego w sieci oprogramowania i szukania stron o seksie. Udział mężczyzn w tych obszarach odpowiednio wynosi 81% i 98%.

Relatywnie wysoki poziom korzystania przez respondentów z Internetu oraz znaczna różnorodność wykorzystywanych jego zasobów może rodzić pewne obawy co do tego, czy użytkownicy korzystają z nich w sposób odpowiednio selektywny, czy zachowują odpowiedni krytycyzm wobec znajdujących się tam materiałów, ofert i informacji.

Wyniki badań wskazują na lukę pokoleniową, na związaną z wiekiem respondenta deklarowaną umiejętność obsługi komputera i korzystania z Internetu. Studenci do 28. roku życia nie mają wątpliwości, co do swoich kompetencji w tym zakresie, w zdecydowanej większości oceniają je jako dobre lub bardzo dobre. Mniej optymistycznie do swoich kompetencji w tym zakresie odnoszą się respondenci w przedziale wiekowym 29–35 lat. Swoje umiejętności obsługi komputera i korzystania z Internetu oceniają przeważnie jako dostateczne (40,5%)

bądź słabe (23,4%). Najbardziej krytycznie do swoich umiejętności odnoszą się badani powyżej 35. roku życia. Co trzeci z nich przekonany jest, że jego poziom jest dostateczny. Prawie 30% ankietowanych uważa, że raczej nie radzi sobie z tą technologią, a co dziesiąty twierdzi, że nie potrafi obsługiwać komputera i korzystać z Internetu.

Najbardziej popularnym miejscem korzystania z Internetu jest dom (mieszkanie) ze stałym łączem. Tę możliwość deklaruje 70,9% objętych badaniami studentów. Inną kategorię stanowią respondenci, którzy z Internetu korzystają głównie w pracy – jest ich 14,1%. Popularne wśród młodzieży kafejki internetowe regularnie odwiedza 1,5% studentów. Część studentów, obejmująca prawie jedną dziesiątą (9,0%) badanych, deklaruje dostęp do Internetu za pomocą modemu. Mało rozpowszechnionym sposobem łączenia się z siecią jest stosowanie do tego celu komórki bądź palmtopa (2,7%). Niewielki odsetek (1,8%) ankietowanych, chcąc mieć dostęp do Internetu, korzysta z możliwości znajomych.

Uzyskane wyniki prowadzą do wniosku, że blisko 30% respondentów to użytkownicy doraźni, sporadycznie wykorzystujący Internet. Wśród nich są głównie aktywne zawodowo mężatki powyżej 35. roku życia, deklarujące słabą znajomość obsługi komputera. Stosunkowo duża część respondentów (prawie 25%) wyjątkowo aktywnie użytkuje Internet. Część ta składa się przeważnie z osób w wieku 22–28 lat, stanu wolnego, z dobrą lub bardzo dobrą umiejętnością obsługi komputera, dysponująca stałym dostępem do Internetu we własnym domu.

Według P. Wallace w Internecie mamy do czynienia z różnego rodzaju zbiorowościami wykorzystującymi sieć jako środek komunikacji i wymiany myśli (Wallace 2000: 80–81). Interakcje internetowe rządzą się swoimi prawami, wprowadzając w nowe obszary kontakty międzyludzkie, oparte na aprzestrzenności, asynchroniczności, acielesności, astygmatyczności oraz anonimowości (zob. Szpunar 2004: 108). Oznacza to, że internetowe społeczności biegunowo można podzielić na te, które tworzą się w sieci, gdzie punktem skupienia są wspólne zainteresowania poszczególnych członków, niekoniecznie dążących do spotkania w realnym świecie, oraz na te, które wykorzystują sieć do podtrzymania kontaktów z osobami wcześniej znanymi i polepszenia ich jakości.

W badaniach zainteresowano się tym, jaka część respondentów utrzymuje jakiegokolwiek kontakty przez Internet oraz tym, czy dla studentów liczy się sam kontakt i możliwość prowadzenia rozmowy bez względu na to, z kim ta rozmowa się toczy, czy też dokonywany przez nich dobór rozmówców jest precyzyjny, z jednoczesnym preferowaniem osób uprzednio im znanych z rzeczywistego (re-

alnego) świata. Ponadto postanowiono sprawdzić, jaki odsetek respondentów jest uczestnikiem serwisów społecznościowych, jaki typ (rodzaj) tych serwisów jest wybierany oraz jakie są tego motywy.

Z otrzymanych wypowiedzi wynika, że Internet jest ważnym medium do podtrzymywania kontaktów lub stałego ich pielęgnowania dla 87% uczestników badań. Największą kategorię systematycznych kontaktów stanowi rodzina (69,8%) oraz przyjaciele i znajomi spoza sieci (67,2%). Wykorzystywany jest także chętnie do kontaktów z osobami, do których utrudniony jest inny, w miarę szybki, sposób dostępu (54,%). Dla co czwartego studenta Internet jest ważnym kanałem do utrzymywania wzajemnych interakcji z osobami poznanymi w sieci, jednocześnie co trzeciemu służy do łączności z osobami o podobnych zainteresowaniach, umożliwia również dzielenie się problemami i radościami ze swoją sympatią. Uwzględniając przy tym tę zmienną, jaką jest stan cywilny, można powiedzieć, że sieć dla ponad 60% respondentów jest ważna w ich życiu uczuciowym (zob. tab. 6).

Tabela 6

Częstotliwość i odbiorey (kategorie) kontaktu internetowego

Kategorie osób	Rodzaj kontaktu przez Internet							
	często		sporadycznie		bardzo rzadko		brak kontaktów	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Rodzina	381	69,8	25	4,6	48	8,8	92	16,8
Przyjaciele i znajomi spoza Internetu	367	67,2	26	4,7	52	9,5	101	18,6
Osoby, z którymi brak jest innego kontaktu	299	54,8	132	24,2	36	6,5	79	14,5
Osoby poznane w Internecie	138	25,3	12	2,2	284	52,0	112	20,5
Osoby o podobnych zainteresowaniach	179	32,8	150	27,5	28	5,1	189	34,6
Sympatie	190	34,8	28	5,1	20	3,7	308	56,4

Źródło: badania własne.

Ankietowani deklarując częstotliwość i kategorię kontaktów (osób poznanych) w sieci, wskazywali, że określiliby je jako znajomości, które obejmują swoim zakresem do 5 osób (38,2%). Co piąty respondent uważa, że kontakty z powyżej pięcioma osobami w jego przypadku mają charakter raczej bliski. Im więcej kontaktów (osób) deklarowanych przez studentów, tym stopień ich zażyłości

jest mniejszy. Zasadniczo respondenci nie mają więcej znajomych pochodzących z Internetu niż 20 osób.

Większość ankietowanych (ponad 72%) uważa, że Internet ma duże znaczenie dla kontaktów z innymi ludźmi. Przeciwnego zdania jest 18% z nich, a stanowiska w tym względzie nie ma co dziesiąty ankietowany. Respondenci dodatkowo oceniając wpływ Internetu na stosunki z rodziną i przyjaciółmi, w ponad 65% deklaruowali, że jest on pomocny w tym zakresie i oddziałuje zdecydowanie pozytywnie lub pozytywnie na wzajemne kontakty z przyjaciółmi oraz bliskimi im osobami. Przeciwnego zdania był co piąty ankietowany, a wyrobionego zdania na ten temat nie miało około 10% badanych.

Zgromadzony materiał świadczy również o tym, że objęci badaniami studenci kierunków pedagogicznych doceniają rolę Internetu w życiu codziennym, lecz nie są nim na tyle zafascynowani (zaabsorbowani), aby zniewalał ich czy uzależniał. Co piąty z nich doświadcza pretensji od najbliższych sobie osób, że zbyt długo korzysta z Internetu. Zdarza się niekiedy wybrać Internet zamiast spotkania z innymi ludźmi (18,5%) i denerwować się, gdy ktoś do nich zwraca się, indaguje ich, a oni są akurat zalogowani (13,4%). Miewają czasami problem z wyłączeniem komputera (36,85%) i zamiast spać do późna surfują w sieci (24,5%). Towarzyszy im również potrzeba sprawdzania poczty elektronicznej, zanim zaczną wykonywać inne ważne codzienne czynności. Wyraźny stopień nasilenia tych właściwości występuje u około 10% uczestników badań.

Zauważyć należy także to, że respondenci są umiarkowanymi amatorami serwisów społecznościowych, odwiedza je 2/3 spośród nich (382 osoby). W Polsce funkcjonuje kilkanaście typowych serwisów społecznościowych. Wspólną ich cechą jest możliwość tworzenia sieci kontaktów, poznawania nowych ludzi, a nawet odbudowywania kontaktów utraconych (Szpunar 2007: 97). Można w nich zarówno komentować profile innych użytkowników, jak i nawiązywać współpracę, wymieniać doświadczenia oraz dzielić zainteresowania. W zależności od profilu serwisy *networkingowe* pozwalają realizować cele rozrywkowe bądź zawodowe i zalicza się je umownie do interaktywnych portali nowej generacji Web 2.0 (por. Stachura 2007: 319–320).

Chcąc dowiedzieć się, jakie rodzaje serwisów społecznościowych preferują respondenci, poproszono ich o wskazanie jednej lub kilku kategorii serwisów, które są przez nich odwiedzane. Najwięcej wskazań (64,1%) otrzymały serwisy o charakterze towarzyskim, skierowane do konkretnych odbiorców, typu Nasza klasa. Co trzeci student deklaruje, że jest uczestnikiem serwisów umożliwiają-

cych prowadzenie prywatnych stron użytkownika, na której może napisać o sobie i swoich zainteresowaniach. Prawie 30% ankietowanych udziela się na serwisach społecznościowych, na których można zamieszczać i oglądać zdjęcia, filmy, dzielić się wiadomościami i korzystać z aplikacji. Mniejszym zainteresowaniem cieszą się serwisy tematyczne i branżowe, odwiedzane przez co dziesiątego ankietowanego studenta. Z badań wynika również, że część respondentów (8,3%) odwiedza więcej niż jeden serwis społecznościowy.

Między członkami społeczności sieciowych zachodzą liczne interakcje, co nadaje podejmowanym kontaktom dynamiczny charakter. Dostępne wyniki badań jednocześnie wskazują, że serwisy te wykorzystywane są przede wszystkim do podtrzymywania i umacniania już istniejących relacji (Stachura 2008: 346). W obszarze tematycznym badań prowadzonych wśród katowickich studentów znalazły się przyczyny, dla których ankietowani zdecydowali się przyłączyć do takich społeczności (zob. tab. 7). Wymieniany powód lub powody wiązały się głównie z chęcią utrzymywania kontaktów ze znajomymi (37,9%), poznawaniem nowych osób (26,4%), odnawianiem dawnych znajomości (20,9%) lub wynikały z potrzeby przynależności do danej wspólnoty (25,9%), a także z woli pokazania

Tabela 7

Motywy uczestnictwa w serwisach (portalach) sieciowych

Motywy uczestnictwa	Liczba wyborów	
	N	%
Utrzymywanie kontaktów ze znajomymi	145	37,9
Zawieranie nowych znajomości	101	26,4
Odczuwanie poczucia przynależności do danej wspólnoty	99	25,9
Możliwość zamieszczania swoich zdjęć, tekstów, itp. – zaprezentowanie się z różnych stron	92	24,1
Uczestnictwo w dobrej zabawie	84	22,0
Możliwość odnowienia dawnych znajomości	80	20,9
Spotykanie osób o podobnych zainteresowaniach	78	20,4
Możliwość anonimowego wypowiedzenia swoich poglądów	75	19,6
Bycie „trendy”	73	19,1
Terapia	59	10,8
Łatwość wejścia i wyjścia, co wpływa na brak skrupowania	41	10,7

(N = 382) Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent miał możliwość wyboru kilku kategorii.

Źródło: badania własne.

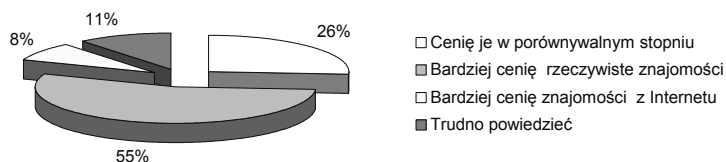
„kim jestem”, „czego dokonałem”, „gdzie byłem”, „co myślę” (24,1%). Niektórzy studenci przyznawali także, że robili to, aby być „trendy” (19,1%) lub ze względu na łatwość wejścia i wyjścia na portal społecznościowy, bez odczuwania skrępowania (10,7%), lub dla terapii (7,6%). Patrząc na ostatni z motywów, należy stwierdzić, że rosnąca dostępność *Word Wide Web* spowodowała zmiany w zachowaniach mających na celu poszukiwanie wsparcia. Dając początek globalnym przemianom w komunikacji międzyludzkiej, Internet otworzył nowe możliwości tworzenia wirtualnych grup samopomocy, które skupiają ludzi odczuwających podobne dolegliwości lub mających podobne problemy. Wsparcie społeczne udzielane przez podobne do siebie, pod jakimś względem, osoby komunikujące się ze sobą w sieci jest zagadnieniem jeszcze niezbadanym dostatecznie (Barani 2008: 180–181), ale uwidacznia się jego rosnąca rola, o czym świadczą uzyskane wyniki.

Badania coraz wyraźniej dowodzą, że korzystanie z Internetu staje się częścią życia codziennego i codziennych spraw, będąc jednym z ich podstawowych komponentów. Studenci postrzegają Internet także jako przestrzeń sprzyjającą nawiązywaniu nowych kontaktów. Jednocześnie, zdaniem respondentów, najbardziej właściwą formą komunikacji, sposobem nawiązania nowych kontaktów z innymi jest forum (49,5%) i własna strona www (39%).

Badania prowadzone wśród katowickich studentów dostarczają wyników dotyczących jakości relacji w sieci. Dokonując oceny znajomości, których źródłem jest komunikacja sieciowa, respondenci w większości (54,5%) są przekonani co do tego, że bardziej wartościowe są te kontakty, które nawiązali poza wirtualną strefą. Co czwarty respondent przyznający się do znajomości zawieranych w sieci uważa, że są one w porównywalnym stopniu ważne i cenne, jak te zawierane w świecie rzeczywistym. Odmiennego zdania jest 8,4% respondentów, przyznających zdecydowanie pierwszeństwo znajomościom internetowym. Co dziesiąty badany ma natomiast problem z jednoznaczną oceną relacji wirtualnych i realnych (zob. wykres 1). Dla ponad 52% mężczyzn, deklarujących zawieranie znajomości w Internecie, są one albo równie ważne, albo bardziej cenne, niż te zawierane w tradycyjny sposób. Jeśli chodzi o kobiety, w ich wskazaniach zdecydowanie dominują kontakty, które zawierane są poza siecią.

O zdecydowanym pierwszeństwie i ważności znajomości internetowych, w konfrontacji z tradycyjnie zawieranymi, są przekonane osoby stanu wolnego. W kategorii tej znajduje się także procentowo najlicniejsza grupa osób niepotra-

fiąca odpowiedzieć, które znajomości są dla nich ważniejsze – czy te ze świata wirtualnego, czy rzeczywiste.



Wykres 1. Ocena znajomości z Internetu

Źródło: badanie własne.

Na podstawie wyników badań można wnioskować, że wirtualny świat znajomości może zaburzać studentom trzy jedności: miejsca, czasu i akcji. Może tym samym wywoływać u nich pewnego rodzaju ostrożność, skutkującą racjonalizacją podejścia do związków *on-line*. Dla wielu respondentów wirtualny świat, któremu nie można przypisać żadnej współrzędnej przestrzenno-czasowej (por. Szpunar 2006: 215), jest głównie miejscem niezobowiązującego relaksu, pozytywnie wpływającego na kondycję psychiczną surfera sieciowego, osnutego ekranową zasłoną tajemniczości. O takim podejściu świadczyć może fakt, że co piąty z ankietowanych (21%) zawierający znajomości przez Internet przyznaje się do dalszej ich kontynuacji. Tak więc znajomości te są na tyle bliskie, co wciśnięcie kilku klawiszy komputera oraz opierają się na ograniczonej liczbie sygnałów niewerbalnych, z anonimową otwartością i powierzchownymi zobowiązaniami.

Dominującym sposobem komunikacji jest tutaj prowadzenie rozmów dostępnych dla szerszego gremium, to znaczy dla wszystkich zalogowanych użytkowników w danej chwili. Taki sposób wzajemnych interakcji preferuje ponad 56% respondentów spośród wskazujących na nawiązywanie kontaktów w sieci. Są oni jednak przy tym nie tyle aktorami, co biernymi widzami. Ich aktywność na forach, czatach w grupach dyskusyjnych ma wymiar sporadycznego angażowania własnych uzdolnień, emocji i możliwości intelektualnych (31,2%). Wolą być postronnymi obserwatorami tego co się dzieje w wirtualnej przestrzeni (41,1%), a jedynie dla co piątego przestrzeń ta jest ważnym miejscem kreacji własnego „wizerunku” i intelektualnej działalności (zob. tab. 8). Z analizy odpowiedzi wynika dodatkowo, że respondentom zasadniczo obcy jest ten rodzaj aktywności, który określany jest przez użytkowników sieci jako *cyberbulling*. Do takich prak-

tyk (sieciowe nękanie, ośmieszanie, obmawianie oraz grożenie innym osobom) przyznaje się co dwudziesty student (4,9%).

Tabela 8

Aktywność internetowa respondentów

Rodzaje aktywności (fora, grupy dyskusyjne itp.)	N	%
Aktywny udział z zaangażowaniem emocjonalnym i wysiłkiem umysłowym	87	22,8
Stosowanie <i>cyberbullingu</i>	19	4,9
Obserwator z rzadka pojawiającymi się komentarzami w uaktywnionych grupach dyskusyjnych i forach	119	31,2
Postronny obserwator – gap	157	41,1
Razem	382	100,00

Źródło: badania własne.

Badaniami objęto także zakorzenienie respondentów w internetowej kulturze, ich otwarcie na znaczenia, symbole obowiązujące w sieci, posługiwanie się językiem sieci oraz podporządkowanie się normom obowiązującym w wirtualnej przestrzeni. Ludzie konstruują swoje „ja” w obszarze wyznaczonym przez kulturę danej zbiorowości (zob. Górniakowska-Zwolak 2002). Z wypowiedzi respondentów (zob. tab. 9) wnioskować można, że słabo orientują się w sieciowej gwarze i slangu. Najpopularniejszym tego typu elementem jest wykorzystywanie emotikonów oraz znaków tekstowych ASCII wyrażających nastroj. Taką formą komunikacji wzbogaconą o elementy okazujące emocje posługuje się około 40% objętych badaniami studentów. Mało znany wśród nich jest pseudoznacznik języka HTML, transliteracja słów z wykorzystaniem cyfr i innych znaków (*hack mowa*) czy akronimy wyrażen ASCII. Około 50% objętych badaniami osób przyznaje się do stosowania netykiety zalecanej w grupach dyskusyjnych. Co drugi respondent, w ramach zasad przyzwoitego zachowania w sieci, nie stosuje lub raczej nie stosuje takich praktyk, jak spamowanie (wysyłanie niechcianych linków do stron), wysyłanie „łańcuszków szczęścia”, nadmierne *cross-postowanie* (wysyłanie e-maili lub postów do kilku grup naraz), pisanie nie na temat (*OT – OffTopic*), *floodowanie* (wielokrotne wysłanie tej samej wiadomości lub wielu różnych wiadomości w bardzo krótkich odstępach czasu). Co drugi respondent przestrzega zasady zwracania się po imieniu lub z wykorzystaniem *nicku*, nigdy samym nazwiskiem (szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawiono w tab. 10). Nasuwa się wniosek, że badani studenci nie identyfikują się z kulturą Internetu, praw-

dopodobnie są na pierwszym etapie procesu asymilacji elementów internetowej (sub)kultury.

Tabela 9

Stosowanie w komunikacji sieciowej elementów kultury internetowej

Stosowane elementy kultury internetowej	Rodzaj udzielanej odpowiedzi							
	tak		raczej tak		nie		raczej nie	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Akronimy wyrażen	15	3,9	26	6,8	307	80,4	34	8,9
Emotikony	63	16,5	89	23,3	138	36,1	92	24,1
Pisownia fonetyczna	24	6,3	35	9,2	259	67,8	64	16,7
Pseudoznaczniki języka HTML	2	0,5	4	1,0	329	86,2	47	12,3
<i>Hack</i> mowa	3	0,8	3	0,8	353	92,4	23	6,0
Netykieta zalecana dla grup i list dyskusyjnych	95	24,9	101	26,4	137	35,9	49	12,8
Netykieta zalecana dla usług internetowych	72	18,8	83	21,7	176	46,1	51	13,4

N = 382

Źródło: badania własne.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden element potwierdzający brak w pełni wspólnotowego uczestnictwa badanych studentów w sieciowych społecznościach i utożsamiania się ich z nimi. Pytani o kłamstwa w przedstawianiu swojej tożsamości objęci badaniami studenci w większości (nieco więcej niż 61%) przyznają się do stosowania praktyk obejmujących wirtualną zmianę płci przez przyjęcie pseudonimu lub nazwiska charakterystycznego dla płci przeciwnej, podawania się za inną osobę przez używanie jej *nicka* lub nazwiska (podszywania się), a także do przybierania fałszywej tożsamości, zmieniającej między innymi ich wygląd, nazwisko, imię, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania czy wykonywany zawód. Około jednej piątej (19 %) respondentów zdecydowanie wskazało, że nie zmienia swojej tożsamości, a jedna piąta (20%) deklarowała, że raczej tego nie robi. Zdecydowanie chętniej dokonują zmiany swojej tożsamości kobiety, przyznaje się do tego nieco więcej niż 68% spośród tych, które aktywnie uczestniczą w społecznościach wirtualnych. W przypadku mężczyzn sytuacja ta dotyczy nieco więcej niż jednej czwartej (27,5%) objętych badaniami. Ulubioną formą zmiany tożsamości w sieci zarówno przez kobiety (78,2%), jak i mężczyzn (6,5%) jest przybieranie fałszywej tożsamości. Na dalszych miejscach lokuje się podszywa-

nie się pod inną osobą i zmiana płci. Prawdopodobnie brak bezpośredniego wizualnego albo głosowego sprzężenia zwrotnego zachęca do dokonywania oszustw, dających możliwość kreowania wizerunku.

Przedstawione wyniki badań przeprowadzonych wśród katowickich studentów pokazują, że Internet pozwala podtrzymywać relacje, a także ułatwia nawiązywanie nowych kontaktów o słabych więziach. Jeżeli za wiodącą przyjęć koncepcję „siły słabych więzi” (Granovetter 1973: 1360–1380), to można uznać, że Internet staje się odpowiednim medium, które w naturalny sposób wspomaga kompetencje komunikacyjne, zwiększa umiejętność wchodzenia w różnorodne role, zwiększa też wachlarz dostępnych reakcji oraz schematów zachowań. Zgromadzony materiał pozwala na stwierdzenie, że społeczna przestrzeń Internetu jest, dla znacznej części objętych badaniami studentów, równie ważnym wymiarem jak przestrzeń w świecie realnym. Za jej pomocą uczą się, podejmują ważne decyzje, łączą się emocjonalnie z innymi osobami, spędzają swój wolny czas lub szukają wsparcia. Badania uwidoczniły także swoistą elitarność wirtualnej zbiorowości (rzeczywistości), z jednej strony potencjalnie otwartej na każdego chcącego skorzystać z sieciowych możliwości, z drugiej zaś strony wymagającej od uczestnika (użytkownika) posiadania odpowiedniego oprogramowania i odpowiednich kompetencji.

Literatura

- Barani K. 2008, *Wirtualne wspólnoty kobiet na forach internetowych jako źródło wsparcia w przygotowaniu do macierzyństwa*, w: *Cale życie w Sieci*, red. B. Szmigielska, UJ, Kraków.
- Bauman Z. 2003, *Ponowoczesny świat i jego wyzwania*, „Res Humana”, nr 2.
- Castells M. 2003, *Galaktyka Internetu*, Rebis, Poznań.
- Cole J., Robinson J.P. 2002, *Internet Use and Sociability in the UCLA Data: a Simplified MCA Analysis*, „It & Society”, Vol. 1.
- Di Maggio P., Hargittai E., Neuman W.R., Robinson J.P. 2001, *The Social Implications of the Internet*, „Annual Review of Sociology”, No. 27.
- Fiut I. 2004, *Komunikacja sieciowa źródłem interakcji społecznych*, w: *Spółczesność informacyjna – wizja czy rzeczywistość*, red. L.H. Haber, BG AGH, Kraków.
- Fukuyama F. 2000, *Wielki wstrząs. Natura ludzka a odbudowa porządku społecznego*, Politeja, Warszawa.
- Górnikaowska-Zwolak E. 2002, *Rola społeczna kobiety w tradycji śląskiej a wymogi społeczeństwa nowoczesnego. Dylemat spójnej tożsamości*, w: *Edukacja wobec ładu globalnego*, red. T. Lewowicki, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.

- Granovetter M.S. 1973, *The strength of Weak Ties*, „American Journal of Sociology”, No. 78.
- Hampton K., Sessions L., Ja Her E. 2009, *Social Isolation and New Technology. How the Internet and Mobile Phones Impact Americans' Social Networks*, Pew Internet & American Life Project, Washington .
- Hampton K., Wellman B. 2002, *The not so Global Village of Netville*, w: *The Internet in Everyday Life*, red. B. Wellman, Blackwell, Oxford.
- Howard P.E., Rainie L., Jones S. 2001, *Days and Nights on the Internet: The Impact of a Diffusing Technology*, „American Behavioral Scientist”, No. 45 (3).
- Katz J.E., Rice R.E., Apsen P. 2001, *The Internet 1995–2000: Access, Civic Involvement, and Social Interaction*, „American Behavioral Scientist”, No. 45.
- Kraut R., Patterson M., Lundmark V., Kiesler S., Mukophadhyay T., Scherlis W. 1998, *Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being?*, „American Psychologist”, No. 53.
- Putnam R., Bowling A. 2000, *The Callapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.
- Stachura K. 2007, *Ewolucja kultury partycypacji na przykładzie serwisu YouTube*, w: *Konteksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, red. M. Sokołowski, t. 1, UWM Olsztyn.
- Stachura K. 2008, *Serwisy społecznościowe w perspektywie światów społecznych*, w: *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Adam Marszałek, Toruń.
- Szpunar M. 2004, *Spoleczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*, „Studia Socjologiczne”, nr 2.
- Szpunar M. 2006, *Bliskie więzi na odległość – paradoksalna natura związków on-line*, w: *Definiowanie McLuhana. Media a perspektywy rozwoju rzeczywistości wirtualnej*, red. M. Sokołowski, Kastalia Oficyna Wydawnicza, Olsztyn.
- Szpunar M. 2007, *Alienacja i samotność w sieci vs grupowość i kapitał społeczny w Internecie. Internet i jego wpływ na kontakty społeczne*, w: *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, PWSZ, Elbląg.
- Tracey K., Anderson B. 2001, *The Significance of Lifestage and Lifestyle Transitions in the Use and Disuse of Internet Applications and Services*, „American Behavioral Scientist”, No. 45.
- Wallace P. 2000, *Psychologia Internetu*, Rebis, Warszawa.

INTERNET W ŚWIADOMOŚCI KATOWICKICH STUDENTÓW

Streszczenie

W artykule zaprezentowano wykorzystanie Internetu jako nowoczesnego środka komunikacji przez studentów kierunku pedagogicznego wybranych katowickich uczelni. W podjętych badaniach obejmujących zbiorowość 546 osób autorzy poszukiwali odpowiedzi na pytanie, jaką funkcję pełni Internet w życiu respondentów oraz jaki wpływ wywiera na ich kontakty społeczne. Uzyskane wyniki pozwoliły między innymi stwierdzić, że studenci kierunku pedagogicznego wykorzystują Internet w podstawowym zakresie jako przestrzeń wymiany informacji, konsumpcji oraz kontaktu, zachowując przy tym krytycyzm wobec znajdujących się tam materiałów, ofert i informacji. Badania potwierdzają również istniejącą lukę pokoleniową w zakresie obsługi komputera i korzystania z zasobów sieci. Ponadto pokazują, że Internet pozwala w efektywny sposób podtrzymywać już istniejące relacje, a także ułatwia nawiązywanie nowych kontaktów o słabych więziach.

Słowa kluczowe: Internet, komunikacja, relacje społeczne, więzi internetowe

THE INTERNET IN THE CONSCIOUSNESS OF KATOWICE STUDENTS

Summary

The article presents the problem of using the Internet by students of pedagogy at Katowice Universities as a modern means of communication. The survey conducted on a group of 546 students attempted to find an answer to the question what kind of functions the Internet has in the life of the respondents and how it affects their social relations. The results of the survey demonstrated that the extent to which students of pedagogy use the Internet is fundamental, i.e., it is used as the space for an exchange of information, consumption and contact. The students, however, take a critical approach to the materials, offers and information presented on the Internet.

This analysis also confirms the existing generation gap in computer skills and using the resources of the web. Moreover, the results show that the Internet helps cultivating the already existing relations in an effective way, and also facilitates developing new relations of casual character.

Keywords: Internet, communication, social relations, Internet ties

