



Wydawca: *Ewa Skuza*  
Projekt okładki, stron tytułowych: *Janusz Fajto*  
Redakcja: *Dorota Białas*

ISBN 978-83-7644-021-7

Wydanie książkowe  
© Copyright by Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne  
Warszawa 2009

Redakcja naukowa: *dr Krzysztof Krejtz*  
Koordynacja projektu: *Piotr Toczyski*  
Koordynacja techniczna badania: *dr Jarosław Milewski*

**Gazeta.pl:** Zespół Badań i Analiz realizuje między innymi takie badania, jak ogólnopolskie badanie blogosfery, badanie dotyczące zagrożeń w sieci czy preferencji zakupowych polskich internautów. Kilkanaście projektów badawczych i szkoleniowych realizowanych rocznie czyni z Gazeta.pl centrum kompetencji w dziedzinie badań polskiego internetu.

**Instytut Społecznej Psychologii Internetu i Komunikacji w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej** łączy psychologię społeczną z informatyką i sztuką. Instytut powstał w odpowiedzi na potrzeby współczesnej nauki i współczesnego biznesu. Kształci psychologów, którzy rozumieją i wyjaśniają mechanizmy rządzące nowoczesnym społeczeństwem informacyjnym.

<http://DiagnozaInternetu.org>



Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o.  
Grupa Kapitałowa WSiP S.A.  
00-696 Warszawa, ul. J. Pankiewicza 3  
[www.waip.com.pl](http://www.waip.com.pl)

Internet jest w Polsce ciągle nowym, lecz coraz ważniejszym wymiarem przestrzeni społecznej. Liczba internautów nieustannie rośnie. Kim jest polski użytkownik internetu? Czy rzeczywiście interesuje go głównie pornografia, jak głosi jeden z konserwatywnych stereotypów? Po co jednak snuć domysły, lepiej sięgnąć po **Diagnozę Internetu 2009**. Odsłania ona zaskakujące nieraz, unikatowe charakterystyki polskiej cyberprzestrzeni oraz psychologiczne profile i motywacje jej użytkowników. Jest to lektura obowiązkowa dla wszystkich, dla których cyberprzestrzeń i jej mieszkańcy stają się coraz poważniejszym wyzwaniem społecznym, politycznym, biznesowym.

**Edwin Bendyk**  
tygodnik „Polityka”

Wraz ze wzrostem popularności i znaczenia internetu na przemianę życia codziennego, rośnie potrzeba systematycznej refleksji i badań wyjaśniających znaczenie i wpływ nowego medium na funkcjonowanie jednostek i na różne sfery życia społecznego. Projekt **Diagnoza Internetu** to pierwsze w Polsce duże naukowe badania, dogłębnie charakteryzujące cele i sposoby korzystania z internetu, zestawiając je z aktywnością użytkowników poza internetem, przede wszystkim w obszarze aktywności społecznej i konsumpcji mediów tradycyjnych. Książka **Diagnoza Internetu 2009** jest znaczącym uzupełnieniem dotychczasowej literatury poświęconej społecznym aspektom internetu.

**dr Dominik Batorski**  
Interdyscyplinarne Centrum Modelowania  
Matematycznego i Komputerowego  
Uniwersytet Warszawski

**Diagnoza Internetu** to istotny wkład w zrozumienie użytkowników polskiego internetu. Wiedza zdobyta dzięki temu badaniu pomoże zrozumieć zmiany zachodzące w konsumpcji internetu i będzie zalążkiem pomysłów, które przerodzą się w udane przedsięwzięcia internetowe.

**Tomasz Józefacki**  
członek zarządu Agora S.A.  
Prezes Europejskiego  
Stowarzyszenia Wydawców  
Internetowych (OPA Europe)

WYDAWNICTWA AKADEMICKIE  
I PROFESJONALNE  
ul. J. Pankiewicza 3  
00-696 Warszawa  
tel. 0 22 21 32 702  
e-mail: waip@waip.com.pl  
www.waip.com.pl

Patronat medialny

**metro**

**Media&Marketing**  
w POLSKA

Patronat branżowy

 **Interactive  
Advertising  
Bureau Polska**

 **INTERNETSTANDARD**

**ibiz**

Cena 39,90 zł

ISBN 978-83-7644-021-7



9 788376 440217

# Spis treści

## Wprowadzenie

KRZYSZTOF KREJTZ, ANDRZEJ NOWAK

Znaczenie internetu dla funkcjonowania jednostki  
w społeczeństwie informacyjnym ..... 7

## Rozdział pierwszy

JAROSŁAW MILEWSKI, PIOTR TOCZYSKI

Jak badaliśmy? Metodologia i przebieg badania ..... 17

## Rozdział drugi

KRZYSZTOF KREJTZ

O kim piszemy? Charakterystyka badanej próby ..... 32

## Rozdział trzeci

KRZYSZTOF KREJTZ

Technologie cyfrowe i wykorzystanie internetu ..... 39

## Rozdział czwarty

KRZYSZTOF KREJTZ, MARZENA CYPRYAŃSKA

Dlaczego korzystamy z internetu? Determinanty psychologiczne i społeczne ... 58

## Rozdział piąty

WOJCIECH CIEMNIEWSKI

Sposób spędzania wolnego czasu i aktywność społeczna internautów ..... 87

## Rozdział szósty

IZABELA KREJTZ

We want to speak English. Plany edukacyjne a wzorzec motywacyjny  
korzystania z internetu ..... 101

## Rozdział siódmy

PIOTR TOCZYSKI, MARZENA CYPRYAŃSKA

Internet i inne media jako źródło informacji i rozrywki ..... 107

**Zespół *Diagnozy Internetu* ..... 115**

## Wprowadzenie

KRZYSZTOF KREJTZ, ANDRZEJ NOWAK

# Znaczenie internetu dla funkcjonowania jednostki w społeczeństwie informacyjnym

## Rola internetu w rozwoju społeczeństwa informacyjnego

Internet stał się we współczesnym świecie medium powszechnie używanym. Jest też medium, które jak żadne inne w historii, ma znaczący wpływ na większość sfer życia człowieka. Stąd między innymi duże zainteresowanie nauk społecznych badaniem sposobów używania tego medium, konsekwencji, społecznych i psychologicznych dla jednostki. Szczególnie istotne wydaje się badanie skutków używania internetu w krajach takich jak Polska, gdzie odsetek osób korzystających z tego medium nie osiągnął jeszcze poziomu nasycenia, a jednocześnie liczba nowych użytkowników gwałtownie się zwiększa.

Jednym z etapów rozwoju współczesnych społeczeństw, szeroko opisywanym w literaturze, jest społeczeństwo informacyjne, nazywane też społeczeństwem opartym na wiedzy czy społeczeństwem sieciowym<sup>1</sup>. Jego immanentną cechą jest oparcie niemal wszystkich dziedzin życia – społecznej, indywidualnej, kulturowej, ekonomicznej i politycznej – na tworzeniu, dyfuzji, integracji i wymianie wiedzy. W Polsce etap ten nie został wciąż osiągnięty chociaż rozwój w jego kierunku jest dynamiczny. Jednym z podstawowych czynników facylitujących taki rozwój jest wykorzystanie technologii cyfrowych, ze szczególną rolą internetu. Medium, jakim jest internet, w swoich podstawowych założeniach bazuje na wymianie informacji pomiędzy użytkownikami, opartej na zasadzie wzajemności<sup>2</sup>. O ile można kwestionować obecnie zasadę wzajemności jako podstawę funkcjonowania ludzi w internecie, o tyle trudno o przecenienie roli internetu w procesie produkcji, dystrybucji i wymiany informacji.

## Podział cyfrowy a nierówności internetowe

Dostęp do informacji, jak również włączenie się w proces jej produkcji i dystrybucji, spowodował jednak również nowe zjawiska i podziały społeczne. Podstawowym jest zjawisko wykluczenia informacyjnego (ang. *digital divide*), nazywane również „podziałem cyfrowym”<sup>3</sup>. Termin ten definiowany jest jako rozróżnienie pomiędzy osobami, które korzystają z komputerów i internetu a tymi, którzy odcięci są od wielu informacji

<sup>1</sup> Zob.: Castells M. (1996). *The rise of the network society*. Malden, MA: Blackwell Publishers Ltd.; Castells M. (2003). *Galaktyka internetu: refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Rebis; Van Dijk J.A.G.M. (2005). *The deepening divide, inequality in the information society*. Thousand Oaks: Sage; Fuchs C. (2008) *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. New York: Routledge; Webster F. (2006). *Theories of the Information Society*. London: Routledge.

<sup>2</sup> Bendyk E. (2004). *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*. Warszawa: Wydawnictwo WAB.

<sup>3</sup> Batorski D. (2005). *Korzystanie z nowych technologii: uwarunkowania, sposoby i konsekwencje*. W: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków* (s. 269–297). Warszawa: Vizja Press&IT.

z powodu braku dostępu lub nie korzystania z tych technologii<sup>4</sup>. Podział ten prowadzi do wielu ważnych konsekwencji społecznych, ekonomicznych i kulturowych. Ma on olbrzymie znaczenie w społeczeństwach, w których, tak jak w Polsce, dostęp do internetu nie jest powszechny. Obecnie na podstawie raportów wielu instytutów badawczych, szacuje się, że 40–50% gospodarstw domowych w Polsce ma dostęp do tego medium<sup>5</sup>.

Jednakże wraz ze wzrostem nasycenia rynku dostępem do internetu inne – nie związane z dostępem do internetu – rodzaje podziałów stają się bardziej widoczne i ważne, zarówno z punktu widzenia badaczy, jak i osób praktycznie zajmujących się rozwojem społecznym i gospodarczym. Już kilka lat temu badacze zwrócili uwagę na zjawisko nierówności internetowych (ang. *internet inequality*)<sup>6</sup>. Zjawisko to polega na nierównym wykorzystaniu internetu oraz uczestnictwa w procesie tworzenia i wymiany wiedzy, w sytuacji dostępu do internetu nieograniczonego kwestiami technicznymi czy ekonomicznymi. Jego podłoża należy szukać w bardziej precyzyjnym zdefiniowaniu określenia „dostęp do internetu”. Niektórzy proponują zdefiniować „dostęp” jako odpowiedź na pytanie, „co ludzie robią i co są w stanie zrobić wtedy, kiedy używają internetu”<sup>7</sup>, natomiast termin „internet” w naukach społecznych już dawno przestał być traktowany jako zunifikowana technologia czy środowisko<sup>8</sup>. Definiowany jest jako zbiór szybko zmieniających się technologii, tworzących często odrębne środowiska dla funkcjonowania jednostki<sup>9</sup>. Biorąc pod uwagę zredefiniowane pojęcie „dostęp do internetu” dochodzimy do wniosku, że źródeł nierówności w wykorzystaniu technologii internetowych powinniśmy poszukiwać w innych czynnikach niż binarnym technologicznym rozróżnieniu „ma – nie ma” linii telekomunikacyjnej, po której jednostka może korzystać internetu.

Przyczyn nierówności internetowych można poszukiwać zarówno wśród aspektów technologicznych korzystania z internetu, jak również społecznych i psychologicznych. Ciekawą propozycją typologii czynników determinujących nierówne wykorzystanie

<sup>4</sup> Zob.: Anderson R.H., Bikson T.K., Law S.A. i Mitchell B.M. (1995), *Universal Access to E-Mail – Feasibility and Societal Implications*. Santa Monica, CA: RAND; Mehra B., Merkel C., Bishop A.P. (2004). The internet for empowerment of minority and marginalized users. *New Media & Society*, 6 (6), 781–802; Jackson L.A., Barbatsis G., Von Eye A., Biocca F., Zhao Y., Fitzgerald H. (2003). Internet Use in Low-Income Families: Implications for the Digital Divide. *IT&Society*, 1(5), 141–165; Rice R. (2002), Primary Issues in Internet Use: Access, Civic and Community Involvement, and Social Interaction and Expression, W: L. Lievrouw i S. Livingstone (Red.), 105–129; Bargh J.A., McKenna K.Y. (2004), The Internet and the Social Life. *Annu. Rev. Psychol.*, 55, 573–590.

<sup>5</sup> Zob.: CBOS 2008; Batorski D. (2007). Uwarunkowania i konsekwencje korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych. W: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków* (s. 274–295). Warszawa: Vizja Press&IT.

<sup>6</sup> Zob.: DiMaggio P., Hargittai E., Neuman W.R., Robinson J.P. (2001). Social Implications of the Internet. *Annu. Rev. Sociol.*, 27, 307–336; DiMaggio P., Hargittai E. (2001). From the „digital divide” to „digital inequality”: Studying Internet use as penetration increases. Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies, Working Paper Series, 15; Valladares J.R., Duran R. (2007). Redefining the Digital Divide: Beyond Access to Computers and the Internet. *The High School Journal*, 3/4, 31–44.

<sup>7</sup> DiMaggio, Hargittai 2001, op. cit., s. 4.

<sup>8</sup> Wallace R. (1999). *The Psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

<sup>9</sup> Ibidem; DiMaggio, Hargittai 2001, op. cit.; Castells M. (2000). *The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Oxford: Blackwell.

internetu wprowadzili DiMaggio i Hargittai<sup>10</sup>. Autorzy ci wyróżnili pięć wymiarów nierówności internetowych: **technologia** (sprzęt i podłączenie), **autonomia** (definiowana jako ograniczenia w korzystaniu z internetu spowodowane np. posiadaniem dostępu wyłącznie w miejscu pracy, konkurowaniem o czas online z innymi osobami w swoim otoczeniu, etc.), **umiejętności**, **wsparcie społeczne**, oraz **cele korzystania z internetu**<sup>11</sup>. Cele korzystania z internetu, przez wymienionych autorów, były okrojone do trzech: **ekonomicznej produktywności** (np. poszukiwanie ofert pracy, podnoszenie własnych umiejętności), **politycznego i społecznego kapitału** (np. śledzenie wiadomości politycznych, utrzymywanie kontaktu z innymi osobami) oraz **konsumpcji rozrywki**. Jedną z pierwszych prób opisu nierówności w korzystaniu z internetu w Polsce były badania Rudnickiej<sup>12</sup>, ograniczone jednak wyłącznie do grupy studentów<sup>13</sup>.

Dokładne przyjrzenie się wymienionym wymiarom używania internetu wśród osób już teraz intensywnie korzystających z tego medium, już na tym etapie rozwoju internetu w Polsce może mieć ważne konsekwencje dla predykcji jego rozwoju, jak również stanowić wskazówkę dla instytucji i firm inwestujących w rozwój określonych usług i serwisów. Ponadto z tej perspektywy wydaje się, że stymulacja rozwoju społeczeństwa opartego na wiedzy poprzez promowanie używania internetu nie powinna jedynie koncentrować się na zwiększaniu ogólnych wskaźników klasycznie rozumianego dostępu do internetu, ale na promocji takiego jego wykorzystania, które powoduje najszersze możliwości rozwoju wiedzy i jej dystrybucji.

Koncept nierównego wykorzystania możliwości technologii internetowych nabiera szczególnego znaczenia współcześnie, w dobie rozwoju technologii zgodnych z Web 2.0. Termin „Web 2.0” opisuje głównie kierunki zmiany wykorzystania technologii internetowych. Obecnie same technologie informacyjne i komunikacyjne (ang. *Information and Communications Technology*, ITC) oraz tendencje w tworzeniu stron internetowych koncentrują się na tym, aby zwiększyć kreatywność, komunikację, współpracę i wymianę informacji pomiędzy ich użytkownikami. Dają one użytkownikom internetu niespotykaną do tej pory łatwość w aktywnym uczestniczeniu w procesie produkcji informacji i ich wymiany. Znacząco zwiększają również możliwości interakcji między osobami korzystającymi z internetu, co może przekładać się na poczucie wsparcia społecznego otrzymywanego od innych internautów. Takie podejście do internetu przesuwają znacząco akcenty ze statycznego korzystania, typu witryna internetowa (wizytówka) i stosunkowo bierny odbiorca w stronę dynamicznego kreowania treści i formy w internecie. Dzięki temu obserwuje się zacieranie się różnic pomiędzy odbiorcą i twórcą informacji<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> DiMaggio, Hargittai 2001, op. cit.

<sup>11</sup> Ibidem, Kling R. 1998. Technological and Social Access on Computing, Information and Communication Technologies. White Paper for Presidential Advisory Committee on High-Performance Computing and Communications, Information Technology, and the Next Generation Internet.

<sup>12</sup> Rudnicka P. (2007). Wzorce aktywności studentów w Internecie. *Psychologia Społeczna*, 3–4.

<sup>13</sup> Skarżyńska K., Henne K. (2005). Internet, kapitał społeczny, szczęście. Kto i dlaczego korzysta z Internetu? *Kolokwia Psychologiczne*, 13, 172–186.

<sup>14</sup> Por. Nowak A., Krejtz K. (2006). Internet z perspektywy nauk społecznych. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń internetu* (s. 113–132). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.

Projekt badawczy *Diagnoza Internetu 2009* jest próbą zrozumienia psychologicznych i społecznych determinantów korzystania z internetu grupy osób, która już teraz w Polsce intensywnie korzysta z tego medium. Jednym z podstawowych celów stawianych w tym projekcie jest eksploracyjna rekonstrukcja nierówności w korzystaniu z sieci. Szczególnie istotne z punktu widzenia psychologii społecznej są kwestie związane z motywacją korzystania z różnych technologii internetowych. Motywacje, przekładające się w praktyce na cele korzystania z internetu, są odzwierciedleniem zarówno postaw wobec internetu, spostrzegania możliwości, jakie stwarza to medium, percepcji własnych umiejętności oraz, co istotne, potrzeb jednostki. Mając to na uwadze *Diagnoza Internetu 2009* wyróżniła w toku analiz statystycznych typowe wzorce motywacyjne korzystania z internetu. W świetle wcześniejszych rozważań teoretycznych powinny być one traktowane jako opis jednego z wymiarów przyczyn nierównego korzystania z internetu. Wymiar ten jednak z punktu widzenia psychologii społecznej, który dominuje w niniejszym raporcie, jest jednym z najważniejszych dla zrozumienia źródeł nierównego wykorzystania internetu.

### Wzorce motywacyjne korzystania z internetu. Twórcze i konsumpcyjne podejście do wiedzy w internecie

Wyróżnienie wzorców motywacyjnych pozwala zrozumieć, że sam dostęp do sprzętu komputerowego podłączonego do sieci nie jest czynnikiem wystarczającym dla jednostki do tego, aby w pełni włączyła się w kulturę produkcji i wymiany wiedzy. Musi ona widzieć możliwości realizacji określonych celów związanych z produkcją i dystrybucją wiedzy, a więc mieć wystarczającą wiedzę na temat perspektyw funkcjonowania oferowanych przez współczesne technologie internetowe. Podkreślmy, że nie jest to wyłącznie wiedza podstawowa o tym, w jaki sposób korzystać z komputera i podstawowych funkcji internetu, a tak wielu badaczy traktowało ją rozpatrując zagadnienie podziału cyfrowego. Co więcej, osoba ta musi mieć wewnętrzne (np. potrzeby osobiste) lub zewnętrzne (np. wymogi pracodawcy lub uczelni) źródła motywacji, a także wykształcone potrzeby do korzystania z określonych usług.

Niezwykle ważną kwestią są również cechy osobowościowe jednostek determinujące zaangażowanie ich wysiłku w technologie Web 2.0. Należałoby przypuszczać, że cechy determinujące aktywny udział w produkcji i dystrybucji wiedzy w internecie są podobne do cech predestynujących ludzi do aktywnego i twórczego udziału w życiu społecznym poza internetem. Z tej perspektywy takie własności demograficzne, jak wiek, płeć, wielkość miejscowości zamieszkania schodzą na dalszy plan. Dlatego *Diagnoza Internetu 2009* opisuje nierówności w wykorzystaniu internetu koncentrując się na takich własnościach psychologicznych, jak osobowość, dążenie do przeżywania emocji, potrzeby i wartości. Nie zapominamy o zmiennych demograficznych w opisie typów korzystania z internetu, traktując je jednak jako drugoplanowe. Dzięki takiemu podejściu udało się sporządzić profile psychologiczne osób korzystających z internetu w sposób aktywny (aktywnie produkujący treści), pasywny (skoncentrowani głównie na konsumpcji informacji) oraz najmniej zaangażowany (produkują treści w internecie oraz najmniej aktywnie – w porównaniu do pozostałych grup – z nich korzystają).

W powstawaniu nierówności dużą rolę odgrywają także kwestie dostępu do sprzętu i łącza internetowego o przepustowości pozwalającej jednostce na realizację zamierzonych celów. W kontekście aktywnej produkcji wiedzy ważny staje się także dostęp

do innych technologii cyfrowych pozwalających na włożenie treści, często w formie wizualnej, do sieci. W projekcie *Diagnoza Internetu 2009* podjęto próbę stworzenia wskaźnika potencjału cyfrowego. Głównym zadaniem tego wskaźnika jest syntetyczny opis możliwości technologicznych, jakie ma jednostka inkorporacji cyfrowych technologii do swojego zwyczajowego funkcjonowania. W skład tego wskaźnika wchodzi liczba posiadanego sprzętu elektronicznego, liczba komputerów w gospodarstwie domowym, szybkość posiadanego łącza internetowego oraz percepcja ceny za łącze internetowe. Wskaźnik ten nie jest jednoznaczny z korzystaniem wyłącznie z technologii internetowych. Dotyka on znacznie szerszego zjawiska cyfrowych mediów. Tak rozumiany potencjał porównywany jest z intensywnością korzystania z internetu definiowaną jako liczba godzin poświęcanych na internet dziennie, częstość korzystania z tego medium oraz liczba wykorzystywanych technologii internetowych. Zestawienie tych wskaźników pokazuje m.in., że intensywność wykorzystania internetu może być wyższa niż potencjał cyfrowy. Co więcej, potencjał zależy głównie od wielkości dochodów, podczas gdy intensywność korzystania z internetu od poziomu edukacji jednostki. Sam potencjał cyfrowy również nie przekłada się bezpośrednio na intensywność korzystania z internetu. Wyniki te pokazują rolę, jaką odgrywa edukacja w szeroko rozumianym korzystaniu z internetu. Im lepiej wyedukowane osoby, tym szerszy zakres wykorzystania tego medium. Wyniki pokazały również, że zarówno potencjał cyfrowy, jak i intensywność korzystania z internetu mogą być z powodzeniem wykorzystane do charakterystyki stylów motywacyjnych korzystania z internetu.

### Istniejące badania społecznych aspektów wykorzystania internetu

Obecnie realizowanych jest kilka dużych badań koncentrujących się na korzystaniu z internetu oraz innych mediów cyfrowych przez polskie społeczeństwo. Do najważniejszych należą takie cykliczne raporty, jak projekt „Polacy w Sieci” realizowany przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS), „D-Link Technology Trend” realizowany przez SMG/KRC, „NetTrack” realizowany również przez SMG/KRC, Megapanel PBI/Gemius zrealizowany przez spółkę Polskie Badania Internetu. Każde z tych badań ma swoją specyfikę, koncentrując się głównie na ilościowych i jakościowych wskaźnikach używania internetu i specyficznych technologii internetowych. Z wyników tych badań widzimy tendencje poszerzania się kręgu osób korzystających z internetu oraz rozszerzania się liczby działań wykonywanych w internecie przez jednostki. Do najważniejszych dużych opracowań oferujących pogłębioną analizę społecznych i technologicznych aspektów korzystania z internetu należy „Diagnoza Społeczna”. Ma ono wyodrębnioną część dotyczącą technologii informacyjno-komunikacyjnych<sup>15</sup>. Badanie to pokazuje procesy rozszerzania się dostępu do nowych technologii i internetu, dogłębnie diagnozuje problematykę nierówności społecznych związanych z dostępem do internetu lub jego brakiem oraz konsekwencje używania internetu dla relacji społecznych, pracy, funkcjonowania instytucji i kultury. Wszystkie wymienione badania pozwalają na porównanie użytkowników internetu i tych osób, które wciąż nie korzystają z tego medium.

<sup>15</sup> Batorski D. (2003). Ku społeczeństwu informacyjnemu. W: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków* (s. 207–251). Warszawa: Vizja Press&IT; zob. także Batorski D. (2005), op. cit.; Batorski D. (2007), op. cit.

Prowadzonych też jest bardzo wiele pogłębionych studiów naukowych, poświęconych specyficznym zagadnieniom społecznym i psychologicznym konsekwencji korzystania z internetu. Wystarczy chociażby wspomnieć artykuły ukazujące się w periodykach psychologicznych i socjologicznych, takich jak „Psychologia Społeczna”, „Nowiny Psychologiczne”, „Kolokwia Psychologiczne” czy „Studia Socjologiczne”. Pojawia się ostatnio również wiele książek przedstawiających dorobek polskich naukowców zajmujących się społecznymi aspektami internetu, m.in. takie pozycje, jak *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje* czy *Przestrzeń społeczna internetu*.

*Diagnoza Internetu 2009* jest jednym z pierwszych projektów koncentrujących się wyłącznie na osobach, które intensywnie korzystają z internetu w Polsce. Specyfiką tego badania jest również niezwykle silny nacisk na determinanty i konsekwencje społeczno-psychologiczne używania internetu. Dlatego głównym obszarem tematycznym opisu wyników są motywy korzystania z internetu, determinanty osobowościowe i emocjonalne, postawy, potrzeby i wartości leżące u podstaw różnych wzorców korzystania z tego medium. Ważną częścią jest także opis relacji społecznych realizowanych za pomocą internetu, rola wsparcia społecznego i zaangażowanie internautów w życie lokalnych społeczności (tych pozainternetowych). Specyfiką badania relacji w *Diagnozie Internetu 2009* jest zastosowana metodologia. Badano próbkę relacji internetowych i pozainternetowych oraz ich konsekwencje dla dobrostanu psychicznego, jaki respondenci mieli w dniu badania. Z tego punktu widzenia *Diagnoza Internetu 2009* jest badaniem służącym uzupełnieniu i pogłębieniu posiadanej wiedzy, głównie z perspektywy psychologii społecznej, na temat społecznych i psychologicznych determinantów i konsekwencji korzystania z internetu.

## Interpersonalne relacje internetowe

Internet jako medium społeczne służące w dużej mierze kontaktom z innymi osobami<sup>16</sup> zmienia niemal każdy aspekt funkcjonowania jednostki w społeczeństwie<sup>17</sup>. Dzieje się tak, ponieważ dotyka esencji funkcjonowania społecznego człowieka: komunikacji oraz kontaktów i relacji z innymi osobami. Internet jest obecnie jednym z podstawowych narzędzi wymiany informacji pomiędzy jednostkami i grupami społecznymi, a aplikacje służące komunikacji interpersonalnej, np. klient poczty elektronicznej, są od lat wśród najczęściej używanych technologii internetowych<sup>18</sup>.

Relacje internetowe posiadają wiele cech różniących je od relacji poza internetem (często używa się na określenie takich relacji akronimu IRL (*In Real Life*), jak poczucie anonimowości, umowność czasu i przestrzeni, brak fizyczności<sup>19</sup>. Mimo to, w większości przypadków internet służy do utrzymania relacji istniejących poza nim<sup>20</sup>. Stał się niejako naturalnym sposobem wspierającym utrzymanie relacji istniejących. Kwestią

<sup>16</sup> Nowak A., Krejtz K. (2006), op. cit.

<sup>17</sup> Np. Zając J.M., Krejtz K. (2007). Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej. *Psychologia Społeczna*, 3–4.

<sup>18</sup> Por. Batorski D., Marody M., Nowak A. (red.) (2006), *Społeczna przestrzeń internetu*. Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica; Batorski D. (2007), op. cit.

<sup>19</sup> Bargh J.A., McKenna K.Y., Fitzsimons G.M. (2002), Can you see the real me? Activation and expression of the „true self” on the Internet. *Journal of Social Science*, 58, 33–48.

<sup>20</sup> Wallace R. (1999) op. cit.; Nowak A., Krejtz K. (2006), op. cit.

wciąż nierozwiązaną jest pytanie o wpływ internetu na relacje społeczne oraz na zaangażowanie w życie realnych grup, w których funkcjonuje jednostka.

Wyniki badań obrazujące ten wpływ zmieniają się wraz z rozwojem technologii internetowych, interfejsów programów komputerowych oraz popularyzacją internetu w społeczeństwie. Jedne z pierwszych wyników pokazywały katastrofalny wpływ używania internetu dla relacji społecznych, co zostało okrzyknięte paradoksem internetu<sup>21</sup>. Pojęcie to zostało szybko zrewidowane przez wyniki pokazujące m.in. rolę różnic indywidualnych w używaniu internetu<sup>22</sup> czy umiejętności posługiwania się technologiami internetowymi i komputerowymi oraz wywołanym przez to stresem<sup>23</sup>. Co więcej, pojawiły się prace pokazujące pozytywne efekty używania internetu na otwartość w relacjach społecznych<sup>24</sup> czy też możliwość powstawania głębokich związków emocjonalnych<sup>25</sup>. Dokładna analiza wpływu relacji internetowych na społeczne funkcjonowanie jednostki znacznie wykracza poza ramy tego tekstu. Najważniejszym jednak wnioskiem płynącym z wielu badań jest stwierdzenie mówiące, że internet służy głównie do podtrzymania relacji już istniejących IRL oraz że jego funkcje zmieniają się wraz z rozwojem samej technologii, a ich wpływ na relacje interpersonalne, ich własności i konsekwencje, jakie powodują dla człowieka jest niewątpliwy, aczkolwiek często przeceniany i błędnie interpretowany<sup>26</sup>.

Z tego powodu znacząca część projektu *Diagnoza Internetu 2009* dotyczy zagadnień związanych z percepcją relacji internetowych, ich roli w codziennym funkcjonowaniu oraz spostrzeganego wpływu na relacje IRL. Większość zbadanych internautów twierdzi, że internet ma pozytywny wpływ na ich relacje z innymi osobami, w tym z rodziną, ale jednocześnie, paradoksalnie, to właśnie z rozmów z rodziną są w stanie stosunkowo najłatwiej zrezygnować w celu korzystania z internetu.

Należy zwrócić uwagę na metodę zbierania informacji o relacjach społecznych wykorzystaną w *Diagnozie Internetu 2009*. Pytania dotyczyły relacji, jakie respondent miał w dniu, w którym brał udział w badaniu. Podobny sposób zbierania danych jest wykorzystywany w wielu badaniach opartych na codziennych dzienniczkach. Metoda ta pozwoliła na uzyskanie próby relacji, w jakie badani internauci się angażują.

## Zaangażowanie społeczne internautów

W *Diagnozie Internetu 2009* przyglądamy się także związkom pomiędzy różnymi typami aktywności internetowej a zaangażowaniem w działania społeczne poza internetem.

<sup>21</sup> Kraut R., Patterson M., Lundmark V., Kiesler S., Mukopadhyay T., Scherlis W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017–1031.

<sup>22</sup> Kraut R.E., Kiesler S., Boneva B., Cummings J., Helgeson V., Crawford, A. (2001). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58 (1), 49–74.

<sup>23</sup> LaRose R., Eastin M.S., Gregg J. (2001). Reformulating the Internet paradox: Social cognitive explanations of Internet use and depression. *Journal of Online Behavior*, 1(2). Uzyskano 7 czerwca 2004 z <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/paradox.html>

<sup>24</sup> McKenna K.Y.A., Bargh J.A. (1998). Coming out in the age of Internet: Identity “demarginalization” through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 681–694; Bargh J.A., McKenna K.Y.A., Fitzsimons G.M. (2002), op. cit.

<sup>25</sup> Por. np. Ben-Ze’ev A. (2005). *Miłość w sieci. Internet i emocje*. Poznań: Rebis.

<sup>26</sup> Tyler T.R. (2004). Is the Internet Changing Social Life? It Seems the more Things Change, the More They Stay the Same. *Journal of Social Issues*, 58(1), 195–205.

Ogólnie wśród badanej próby aktywność w lokalnych społecznościach plasowała się na poziomie kilku procent. Z drugiej jednak strony wyniki pokazują m.in., iż dużej aktywności internetowej i twórczemu podejściu do tego medium towarzyszy również wyższe niż średnia zaangażowanie np. w organizacje pozarządowe, koła zainteresowań czy lokalne środowiska społeczne. Pytaliśmy również o wsparcie społeczne otrzymywane w internecie i poza nim. Wyniki wskazują, że są to jedne z najważniejszych zmiennych determinujących zaangażowanie w aktywności społeczne poza internetem oraz w sieci.

### Rola internetu w codziennym funkcjonowaniu jednostki

Obecnie zmienia się także sama percepcja internetu jako medium. Coraz rzadziej mówi się o środowisku internetu jako wirtualnej rzeczywistości odrębnej od tej w której na co dzień funkcjonuje człowiek. Coraz mniej badaczy twierdzi również, że internet służy głównie do zabawy i rozrywki, pomimo że w świadomości społecznej taki stereotyp wciąż jest żywy. *Diagnoza Internetu 2009* obala ten mit. Pokazuje, że wraz ze stażem internauci coraz mniej czasu poświęcają na gry internetowe, a coraz częściej realizują cele praktyczne blisko związane z rzeczywistością, w której funkcjonują, takie jak korzystanie z usług finansowych np. banków internetowych. Oczywiście wraz ze stażem rośnie również zaufanie do internetu oraz poczucie bezpieczeństwa w sieci.

Dla osób twórczych internet może stwarzać możliwości do czynności wymagających stosunkowo więcej wysiłku w świecie realnym. Osoby takie realizują w internecie cele, które mogłyby realizować innymi środkami. Jednak w internecie jest to znacznie prostsze, także w kontekście banalnych czynności, np. zdobywania codziennych informacji społeczno-politycznych poprzez czytanie internetowych wydań tytułów prasowych czy portali informacyjnych. Zjawisko to opisywane jest w literaturze przedmiotu jako konwergencja innych mediów przez internet. Co ciekawe, wyniki *Diagnozy Internetu 2009* pokazują, że dla wielu osób internet obok rozmów z innymi stał się najważniejszym medium dostarczającym informacje. Także takie czynności, jak wystawianie własnych prac twórczych w galeriach internetowych, zdobywanie informacji o produktach i usługach, zdobywanie informacji o innych osobach stały się domeną wielu aktywnych internautów. Czynności te z powodzeniem można by realizować bez internetu. Zjawisko to, podobne w swojej istocie do konwergencji mediów, opisujemy jako wirtualizacja codzienności. Mówi o złożonym przenikaniu się internetu i rzeczywistości pozainternetowej. Realizacja wielu czynności niezbędnych do sprawnego i pełnego funkcjonowania człowieka staje się wręcz uzależniona od dostępu do internetu.

### Internet zmienił obraz funkcjonowania firm i marketingu

Internet jest medium, które niemal od swojego początku, zwłaszcza od momentu powstania technologii stron internetowych, było intensywnie wykorzystywane w biznesie. Firmy szybko zorientowały się, że jest to bardzo dobry środek dotarcia do potencjalnych klientów, zarówno biznesowych, jak i indywidualnych. Pierwotnie korzystano, przede wszystkim, ze statystycznej formy reklamy. Budowano strony internetowe będące niejako wirtualną wizytówką firmy. Jednakże tendencje rozwoju internetu i wzorców korzystania z niego, rozwijające się w stronę Web 2.0, czyli bardzo dynamicznego i interaktywnego korzystania z tego medium, zmieniają też obraz marketingu sieciowego. Proces ten wyraźnie widoczny jest na przykładzie reklamy internetowej. Znaczenie

wyświetlanych na stronach internetowych „banerów”, mimo tego, że wciąż spore, zdecydowanie maleje. Rośnie za to rola marketingu opartego na procesie przekazywania opinii pomiędzy klientami i potencjalnymi klientami za pomocą internetu. Stawia to w oczywisty sposób nowe wyzwania przed osobami zajmującymi się promocją. W jaki sposób spowodować, aby produkt był dyskutowany w sieci? Jak podtrzymać zainteresowanie internautów tematem? Jak dotrzeć z informacją do jak największej liczby internautów? Z pomocą przychodzą tutaj techniki i pojęcia wywodzące się z teorii sieci. Kluczowe, między innymi, staje się znalezienie osób, które stanowią w sieci komunikacyjnej w internecie „gwiazdy”, mają możliwie najwięcej połączeń z innymi internautami. Ważne jest również zrozumienie tych osób. Zazwyczaj są to osoby również najbardziej aktywne w sieci, korzystające z niej w sposób twórczy. O ile *Diagnoza Internetu 2009* nie bada sieci społecznych w internecie, o tyle jest w stanie dostarczyć ważnych informacji pomagających w zrozumieniu motywów oraz własności psychologicznych tych, którzy są najbardziej aktywni w internecie.

Dzięki rozwojowi interakcyjnego wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych rozszerza się również zastosowanie internetu w biznesie. Dobrym przykładem są rozwijające się serwisy sprzedażowe, a także serwisy finansowe, np. usługi bankowe. Podstawowym problemem, przed jakim stają twórcy takich serwisów, jest kwestia zaufania klientów do tego rodzaju rozwiązań. Robiąc przelew w internecie użytkownik musi być pewny, że jego pieniądze nie trafią w niepowołane ręce. Wyniki *Diagnozy Internetu 2009* wskazują gdzie mogą być źródła zaufania. Co więcej, pokazują, że aktywne i twórcze używanie internetu jest związane z częstością korzystania z usług bankowych przez internet.

## Internet a edukacja

Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) w coraz większym stopniu są włączane w działania edukacyjne. Jest to przejaw szerszej prawidłowości, procesu „udomowienia” internetu i ogólnie ICT oraz zdobywania przez nie coraz większego znaczenia w codziennym życiu<sup>27</sup>. W niniejszym raporcie przyjrzelśmy się także aktywności edukacyjnej internautów. Podobnie jak w przypadku zaangażowania społecznego respondentów, którzy najbardziej aktywnie korzystają z internetu są również osobami, które mają najbardziej pozytywny stosunek wobec edukacji i najsilniej wyrażają chęć zdobywania nowych informacji, które traktują jako niezbędne by działać efektywnie w świecie realnym.

## Ograniczenia *Diagnozy Internetu 2009*

Należy pamiętać, że *Diagnoza Internetu 2009* oraz wnioski płynące z niniejszego raportu, z uwagi na swój pilotażowy charakter mają również poważne ograniczenia. Przede wszystkim związane są one z reprezentatywnością badanej próby zarówno dla populacji Polski, jak również dla populacji polskich internautów. Proces rekrutacji do badania został tak skonstruowany, aby jak najskuteczniej wychwycić osoby, które z internetu korzystają bardzo intensywnie, po kilka godzin dziennie. Próba ta jest jednak próbą przypadkową i nie pozwala na uogólnienia w stosunku do wszystkich Polaków czy

<sup>27</sup> Por. Wellman B., Haythornthwaite C. (red.). (2002). *The internet in everyday life*. Malden, MA: Blackwell.

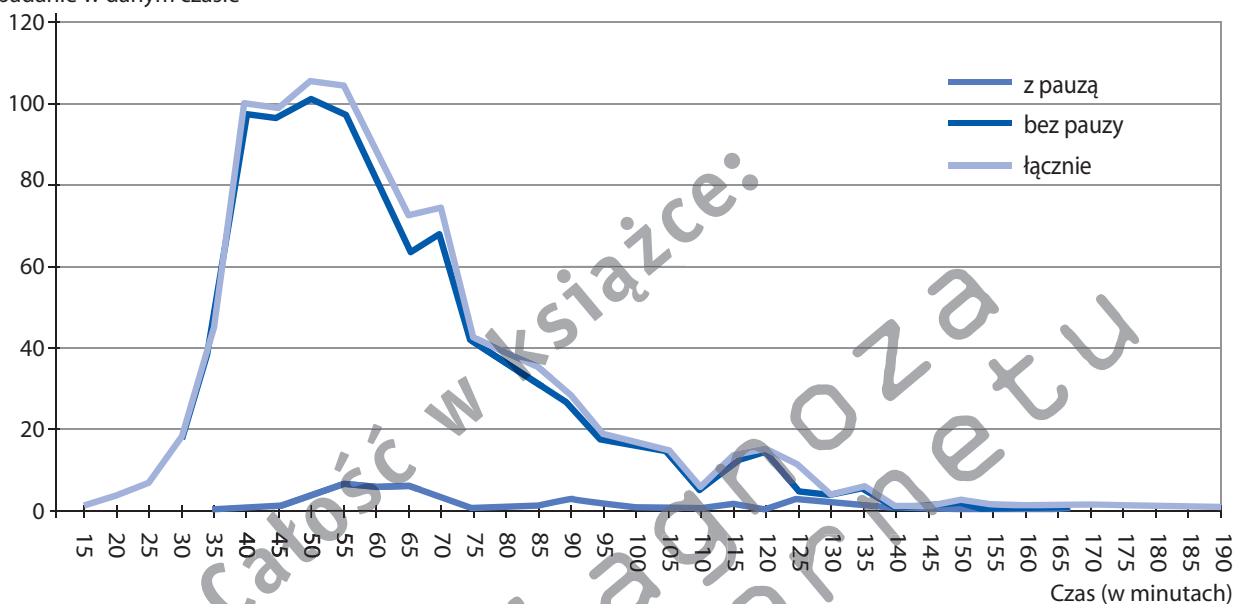
nawet wszystkich internautów. Konstruując tak badanie *Diagnozy Internetu 2009* chcieliśmy, aby było ono źródłem dalszych pytań i hipotez, które będzie można sprawdzić w kolejnych jej falach, jak również innych badaniach empirycznych.

*Diagnoza Internetu 2009* jest projektem pilotażowym. Dlatego nie było naszą ambicją udzielenie definitywnych odpowiedzi na wiele kwestii nurtujących badaczy społecznych, zajmujących się funkcjonowaniem człowieka w internecie oraz wpływem internetu na funkcjonowanie poza nim. Oddając ten raport w Państwa ręce mamy jednak nadzieję, że stanie się ono przyczynkiem do dyskusji o tym, jak rozwija się korzystanie z internetu w Polsce i jaki to może mieć wpływ na stosunki interpersonalne, aktywny proces produkcji i dzielenia się wiedzą oraz postawy edukacyjne, a także konsumpcję mediów i aktywności ekonomiczne – np. zakupowe – internautów.

## Czas wypełniania kwestionariusza

Wykres na rysunku 1.7 ilustruje czas, jaki okazał się potrzebny do przejścia *Diagnozy Internetu 2009* od początku do końca. Oddzielnie pokazany jest rozkład czasu wypełniania dla tych uczestników, którzy przeszli badanie „jednym ciągiem” oraz dla tych, którzy skorzystali z mechanizmu pauzy. Dla osób z grupy „z pauzą” podany jest czas pracy netto, to znaczy po odliczeniu przerw. Górna linia obejmuje obie grupy łącznie.

Liczba uczestników, którzy ukończyli badanie w danym czasie



Rysunek 1.7. Czas wypełniania ankiety w badaniu *Diagnoza Internetu 2009*<sup>2</sup>

Czas pracy każdego z respondentów jest zaokrąglony w górę do 5 minut. Dzięki temu nie tracimy zbyt wiele na dokładności danych, a jednocześnie uzyskujemy rozsądne liczebności w poszczególnych słupkach histogramu.

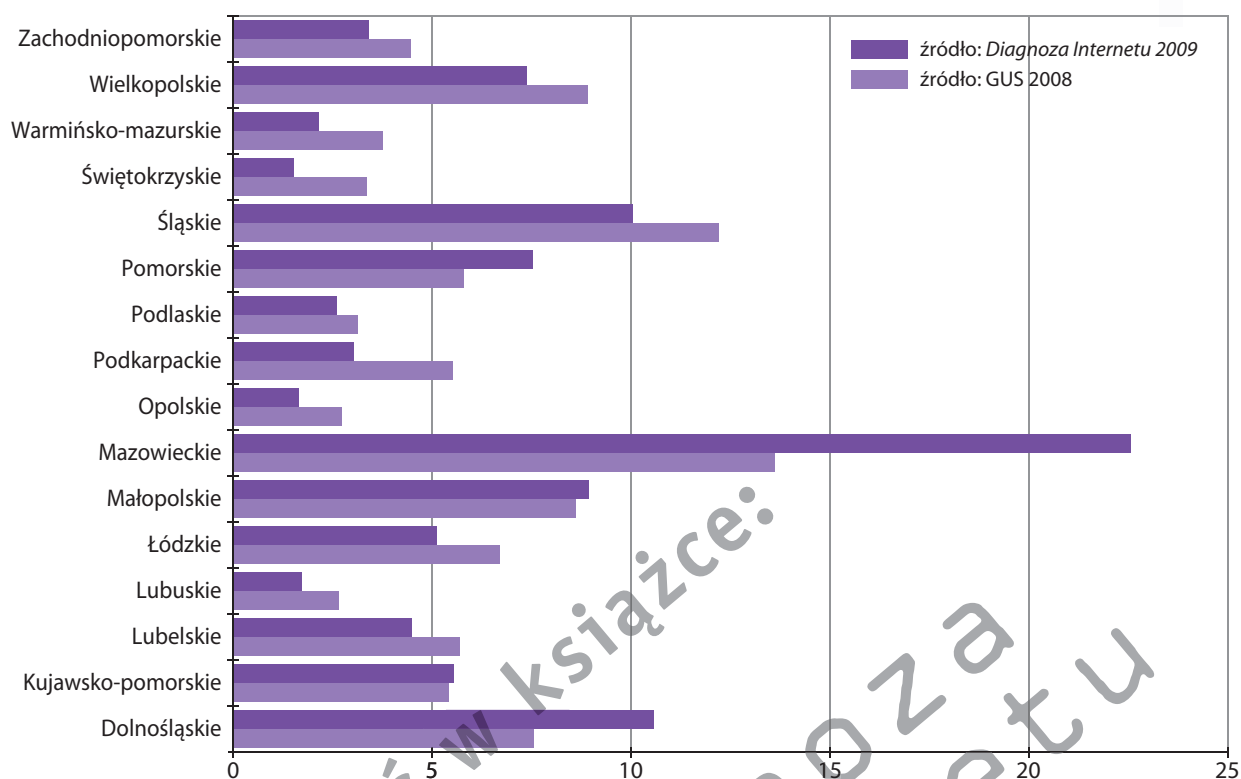
Tabela 1.2 podaje podstawowe statystyki rozkładów (liczebność próby, średni czas i odchylenie standardowe). Parametry te zostały wyliczone na podstawie dokładnych

Tabela 1.2. Średni czas wypełniania ankiety *Diagnoza Internetu 2009*<sup>4</sup>

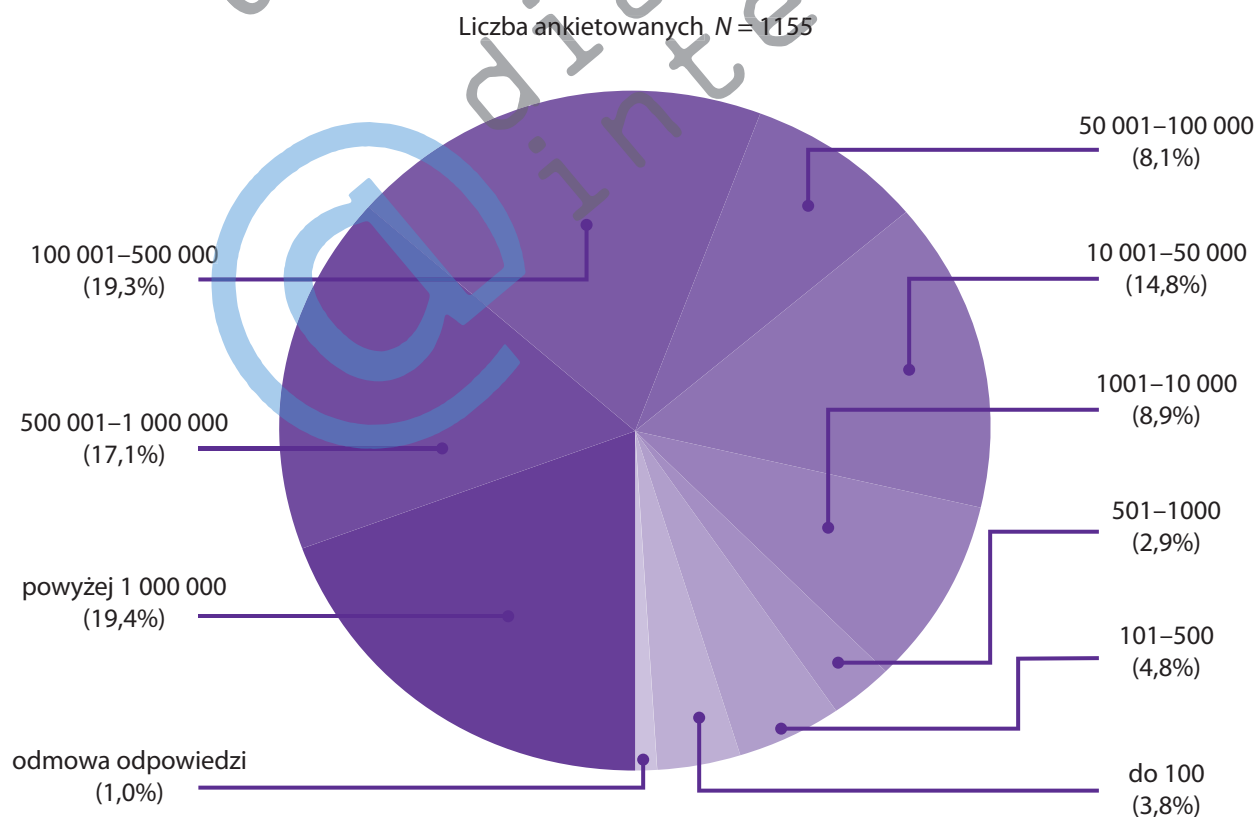
	Liczebność <i>N</i>	Średnia <i>M</i> (minuty)	Odchylenie standardowe <i>SD</i> (minuty)
z pauzą	59	75,5	31,8
bez pauzy	926	61,0	25,4
łącznie	985	61,9	26,0

<sup>2</sup> Uwagi do wykresu: Stosunkowo niewielka liczba uczestników, którzy skorzystali z opcji pauzy, nie wpływa znacząco na ogólny średni czas wypełniania badania, który wyniósł niemal dokładnie 1 godzinę z odchyleniem standardowym ok. 25 minut

Niemniej średni czas pracy (netto) w grupie z pauzą był dłuższy o ok. 15 minut. Może to wynikać z dodatkowego czasu, jaki jest potrzebny do „zorientowania się w sytuacji” po powrocie z przerwy.



**Rysunek 2.1.** Procentowy rozkład osób badanych w województwach, w jakich mieszkają w porównaniu z liczbą mieszkańców województw według GUS (2008)

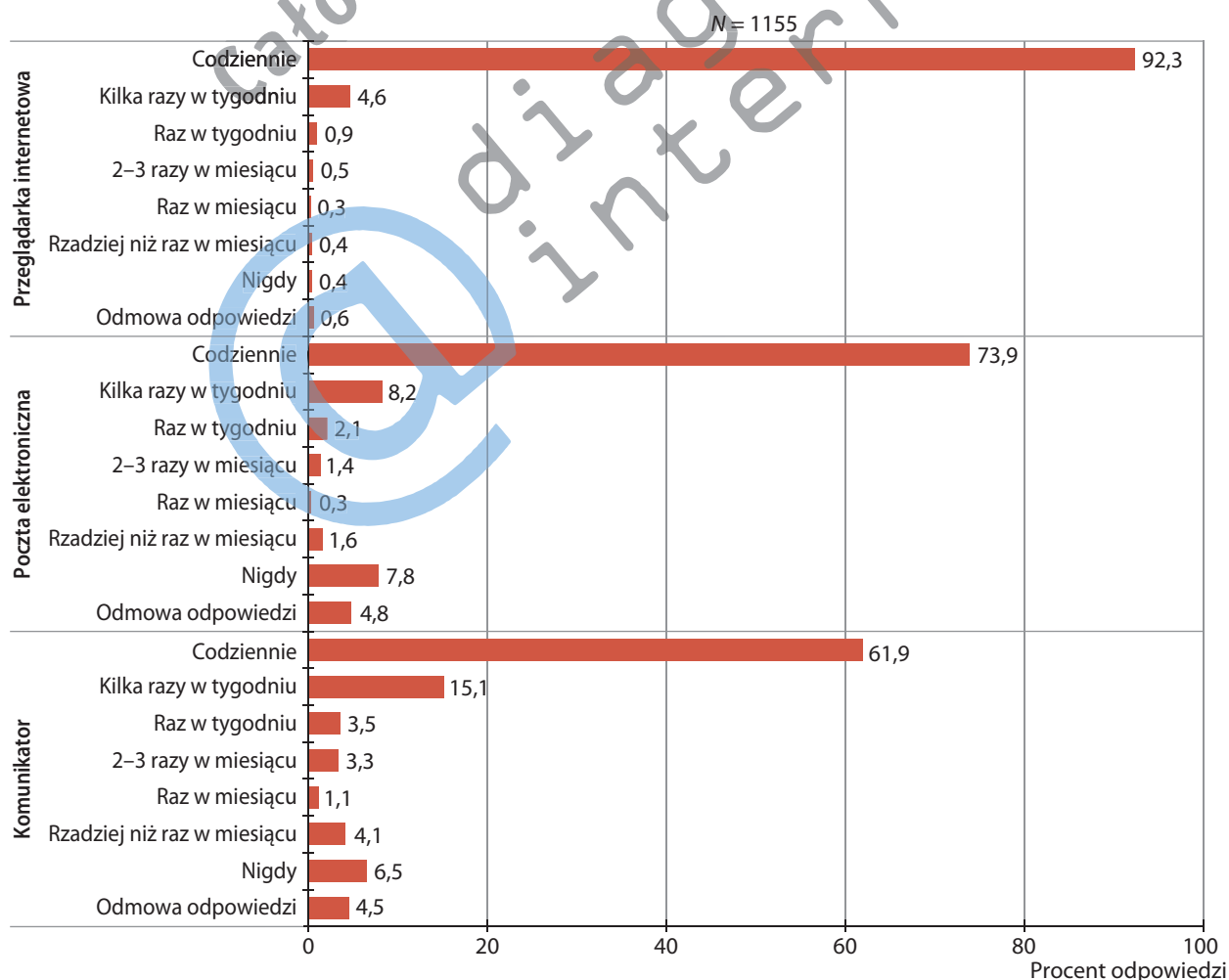


**Rysunek 2.2.** Procentowy rozkład wielkości miejscowości zamieszkania wśród respondentów badania *Diagnoza Internetu 2009*

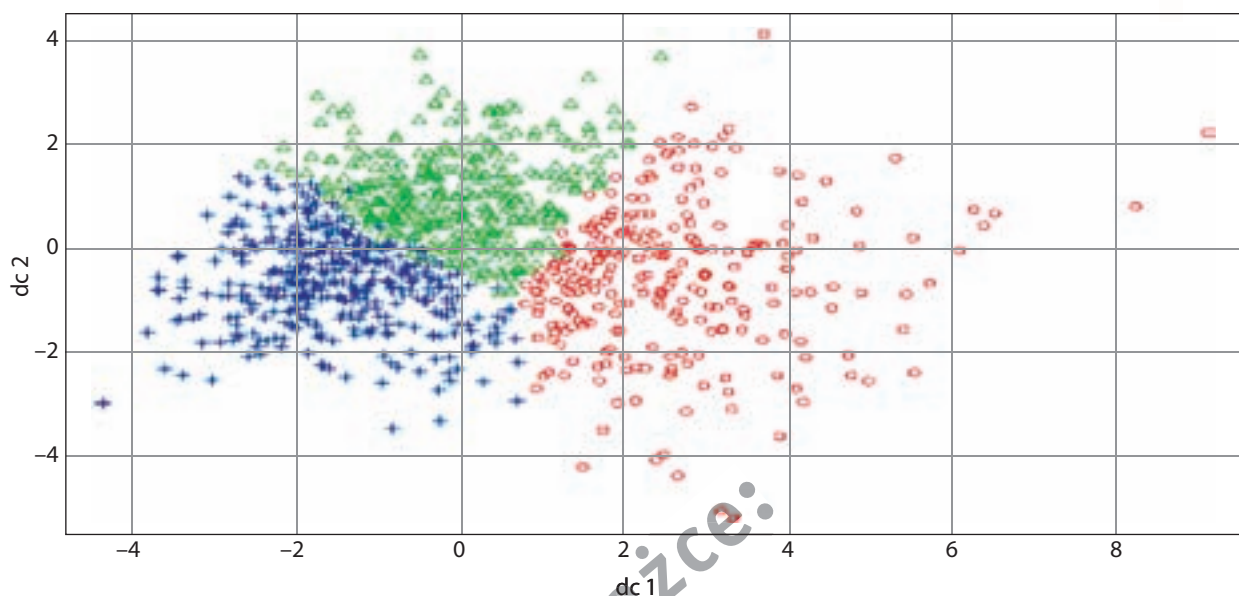
Tabela 3.4. Statystyki opisowe częstości korzystania z aplikacji internetowych

Aplikacja internetowa	Liczba przypadków (N)	Średnia (M)	Odchylenie standardowe (SD)	Mediana (Me)
Przeglądarka	1148	7,86	0,65	8,00
Komunikator	1103	7,00	1,82	8,00
e-mail	1099	7,24	1,77	8,00
FTP	937	3,36	2,00	2,00
Telnet	911	2,34	1,14	2,00
IRC	913	2,31	1,03	2,00
RSS	926	3,10	2,08	2,00
Gry online	965	3,64	2,24	2,00

Ponad 92% badanej próby używa przeglądarki internetowej codziennie. Podobny procent korzysta z poczty elektronicznej i komunikatorów. Ponad 73% respondentów korzysta z poczty elektronicznej codziennie (rysunek 3.11), a ponad 84% używa tej



Rysunek 3.11. Procentowe rozkłady korzystania z najpopularniejszych aplikacji internetowych



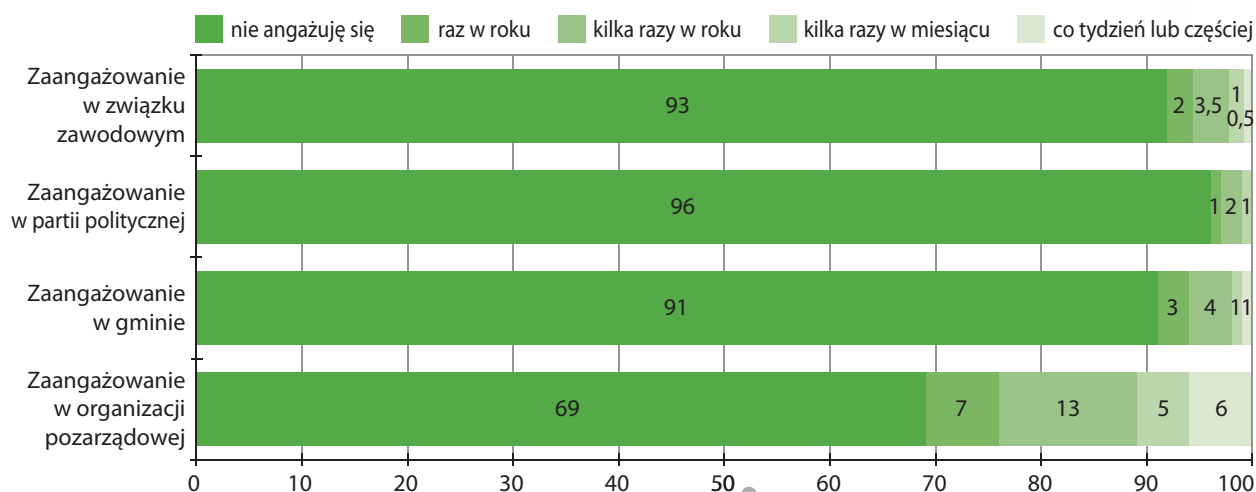
**Rysunek 4.3.** Wariancja wyników w trzech skupieniach wyodrębnionych na podstawie celów korzystania z internetu

**Tabela 4.7.** Średnie w środkach skupień

	Kreatywny	Finansowy	Spoleczny	Komputerowy	Praktyczny	Informacyjny	Suma kwadratów	Liczebność
Twórcy	1,35	1,26	0,77	0,50	0,25	0,15	1359	260
Obserwatorzy	-0,55	-0,52	-0,64	-0,65	-0,63	-0,57	1495	436
Konsumenci	-0,25	-0,24	0,18	0,36	0,49	0,49	1511	430

Analiza skupień pokazuje, że osoby należące do skupienia nazwanego Twórcy to osoby, które przede wszystkim korzystają z internetu w celach określonych wcześniej jako aktywne, przenoszące część funkcjonowania jednostki w sferę wirtualną. Prowadzą strony internetowe, blogi, komentują na forach etc., korzystają z usług finansowych. Także we wszystkich innych celach są powyżej średniej dla całej próby. A zatem mimo aktywnego zaangażowania w życie wirtualne, nie rezygnują oni z wykorzystywania internetu w celach, które pomagają lepiej funkcjonować w realnym życiu. Z częstotliwością powyżej średniej realizują także cele praktyczne, kreatywne i techniczne.

Druga wyodrębniona grupa to Konsumenci. Osoby te nastawione są przede wszystkim na bardzo instrumentalne wykorzystanie internetu jako narzędzia pomagającego w codziennym funkcjonowaniu. Jednocześnie nie są skłonne przenosić ważnych swoich aktywności w sferę wirtualną na taką skalę, co osoby z grupy Twórców. Nie angażują się także, w porównaniu z Twórcami, w aktywności związane z funkcjonowaniem samego internetu. To właśnie cele skupione w wymiarach celów kreatywnym i finansowym, wykorzystywane z częstotliwością znacznie poniżej średniej w całej próbie, odróżniają Konsumentów od Twórców. Konsumenci korzystają natomiast

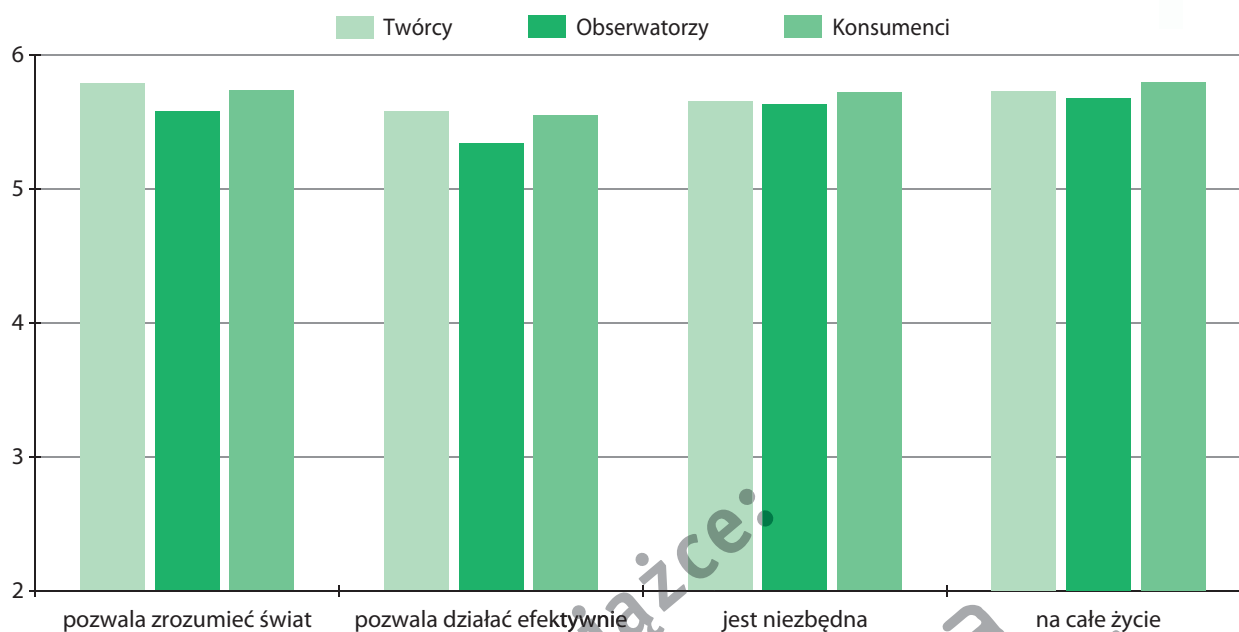


**Rysunek 5.15.** Częstotliwość zaangażowania internautów w organizacjach samorządowych (w procentach)

związku zawodowego, gminy) oraz całego społeczeństwa (partie polityczne). Drugi czynnik – indywidualny – (17,599% wyjaśnianej zmienności) wiązał się z zaangażowaniem w organizacjach, których działalność można określić jako kreatywną i/lub służącą samorozwojowi. Chodzi tu o lokalne grupy artystyczne, kluby sportowe czy ośrodki kultury. Niewątpliwie z każdej z tych aktywności uczestnik badania korzystał indywidualnie, mając jednocześnie możliwość oddania się pracy twórczej. Ostatni wyodrębniony czynnik, wyjaśniający dodatkowe 12,8% wariancji, określono mianem „samarytańskiego” – to zaangażowanie w działalność organizacji pozarządowych i religijnych. Zestawienie ładunków czynnikowych przedstawiono w tabeli 5.3.

**Tabela 5.3.** Macierz ładunków czynnikowych zaangażowania w działalność poszczególnych organizacji

Zaangażowanie w...	Czynnik		
	obywatelski	indywidualny	samarytański
Osiedle	0,815		
Dzielnica	0,807		
Związki zawodowe	0,429		
Partia polityczna	0,496		
Gmina	0,535		
Ośrodek kultury		0,742	
Grupa artystyczna		0,841	
Klub sportowy		0,514	
Kościół			0,816
Organizacja pozarządowa			0,674



**Rysunek 6.2.** Różnice między Twórcami, Obserwatorami i Konsumentami w postawie wobec nauki

**Tabela 6.2.** Wartości średnich dla poszczególnych zmiennych z rysunku 59

	Zrozumieć świat		Działać efektywnie		Edukacja niezbędna		Na całe życie	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Twórcy	5,78	0,56	5,58	0,71	5,67	0,72	5,73	0,63
Obserwatorzy	5,57	0,78	5,35	0,98	5,63	0,82	5,68	0,72
Konsumenty	5,75	0,60	5,56	0,74	5,72	0,70	5,8	0,51

## Osobowość a dążenie do wiedzy

Niezwykle ciekawym wydaje się zidentyfikowanie zmiennych psychologicznych, które pozwolą określić, jakimi cechami, potrzebami i wartościami kierują się osoby, mające większą potrzebę zdobywania wiedzy. W tym celu przeprowadzono wiele analiz badających zależności między zmiennymi psychologicznymi uwzględnionymi w *Diagnozie Internetu 2009* a deklaracją podjęcia nauki w najbliższym czasie.

### Potrzeby

Spośród uwzględnionych w badaniu potrzeb, potrzeby poznawcza, bezpieczeństwa i tworzenia okazały się istotnie związane z deklaracją podjęcia nauki<sup>6</sup>. Zgodnie z przewidywaniami im większa potrzeba poznawcza, tym większa ochota do podejmowania nauki. Podobnie wraz z nasileniem wewnętrznej potrzeby tworzenia wzrasta chęć zdobywania wiedzy. Natomiast potrzeba bezpieczeństwa jest negatywnie związana z zamiarem podjęcia edukacji. Osoby o niskiej potrzebie bezpieczeństwa chętniej dążą do pogłębiania wiedzy.

Ujawniły się też istotne zależności między potrzebą uznania w oczach innych, potrzebą wrażeń i ekshibicjonizmu. Potrzeby te są również pozytywnie związane

<sup>6</sup> Siła związku (-1,1) mierzona korelacją r-Pearsona.

## Rozdział siódmy

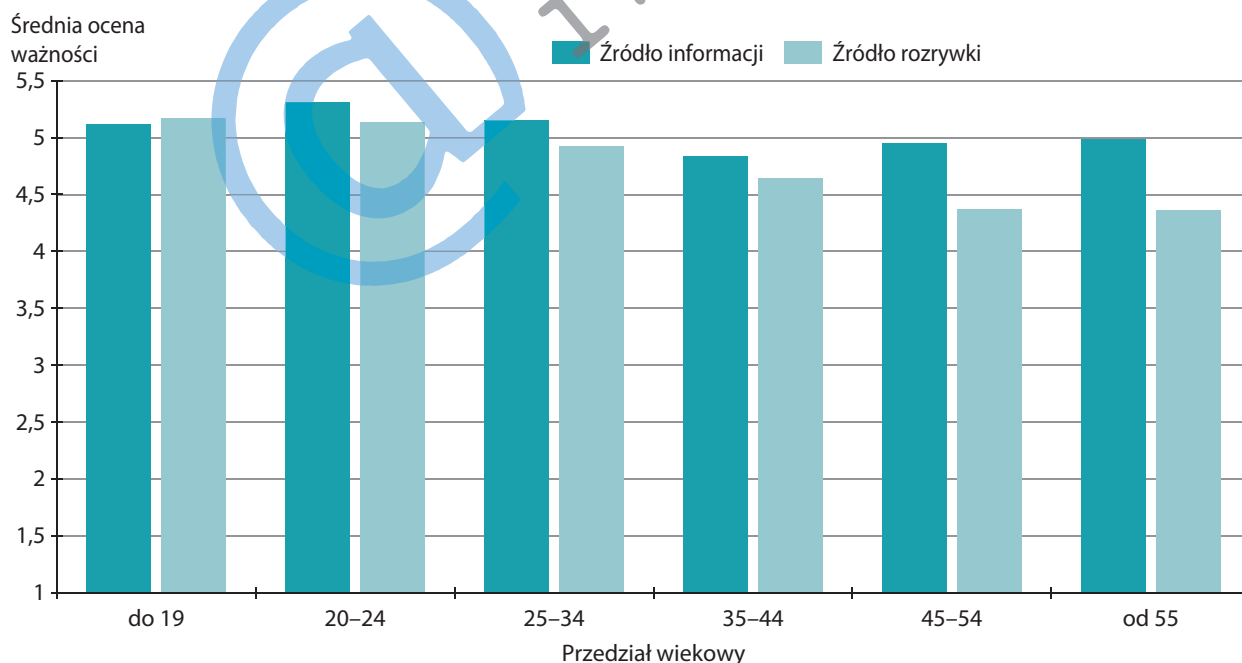
PIOTR TOCZYSKI I MARZENA CYPRYAŃSKA

# Internet i inne media jako źródło informacji i rozrywki

### Internet jako źródło informacji vs rozrywki

Jedno z podstawowych pytań dotyczyło subiektywnej oceny ważności internetu w dwóch podstawowych wymiarach: informacyjnym oraz rozrywkowym. Badani byli proszeni o ocenę tego, jak ważny jest dla nich internet jako źródło informacji/rozrywki. Oceny były dokonywane na 6-stopniowej skali typu Likerta: zupełnie nieważne/mało ważne/raczej mało ważne/raczej ważne/ważne/bardzo ważne.

Aż 76,2% badanych oceniło internet jako ważne lub bardzo ważne źródło informacji, a jedynie 0,8% internautów uznało to źródło za mało ważne lub zupełnie nieważne. Podobne oceny dotyczą aspektu rozrywkowego. Tutaj 68,8% osób oceniło internet jako ważne lub bardzo ważne źródło rozrywki, podczas gdy 4,7% badanych oceniło to źródło jako mało ważne lub zupełnie nieważne. Okazało się jednocześnie, że średnia ocena ważności internetu jako źródła informacji ( $M = 5,10$ ;  $SD = 0,90$ ) jest istotnie statystycznie wyższa niż przeciętna ocena ważności rozrywkowego aspektu korzystania z internetu ( $M = 4,86$ ;  $SD = 1,17$ ). Różnica ta ujawnia się w podobnym stopniu zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Jednocześnie jednak można zauważyć pewne zróżnicowanie ocen przy uwzględnieniu zmiennej „wiek respondenta”. Jak widać na rysunku 7.1, wspomniana powyżej przewaga ważności informacyjnych źródeł internetu nie dotyczy najmłodszych uczestników badania. Dla osób w wieku do 19 lat internet wydaje się równie ważnym źródłem zarówno rozrywki, jak i informacji. We



**Rysunek 7.1.** Ocena ważności internetu jako źródła informacji vs źródła rozrywki

<sup>1</sup> Skala: od 1 – zupełnie nieważne do 6 – bardzo ważne.

# @diagnoza internetu 2009

redakcja naukowa  
Krzysztof Krejtz



Książka do nabycia  
w sieci salonów EMPiK,  
we wszystkich dobrych księgarniach  
oraz na  
[www.waip.com.pl](http://www.waip.com.pl)