

Magdalena Szpunar
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Spółeczna przestrzeń Internetu – Internet jako medium komunikacji społecznej¹

Internet stał się nową przestrzenią społeczną, gdzie realizuje się większość ludzkich potrzeb. Społeczna przestrzeń Internetu stała się nowym, istotnym elementem w życiu wielu jednostek. Znacząca część ludzkiej aktywności, nie wyłączając aktywności społecznej, przenosi się do sfery wirtualnej. Autorka na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych odpowiada w artykule na następujące pytania: Jak Internet wpływa na kontakty międzyludzkie? Czy wzmacnia kontakty interpersonalne, czy raczej prowadzi do ich osłabienia? Czy preferujemy kontakty za pomocą Internetu, czy spotkania osobiste? Procesy komunikacyjne coraz częściej przebiegają w środowisku zapośredniczonym, gdzie częściej liczy się sam kontakt, możliwość rozmowy, a drugorzędne znaczenie ma, z kim ta rozmowa się toczy.

Społeczna przestrzeń Internetu stanowi odzwierciedlenie fizycznej przestrzeni, w jakiej funkcjonujemy na co dzień. Przestrzeń wirtualna stanowi – posługując się terminologią M. McLuhana – „przedłużenie” przestrzeni społecznej, w której

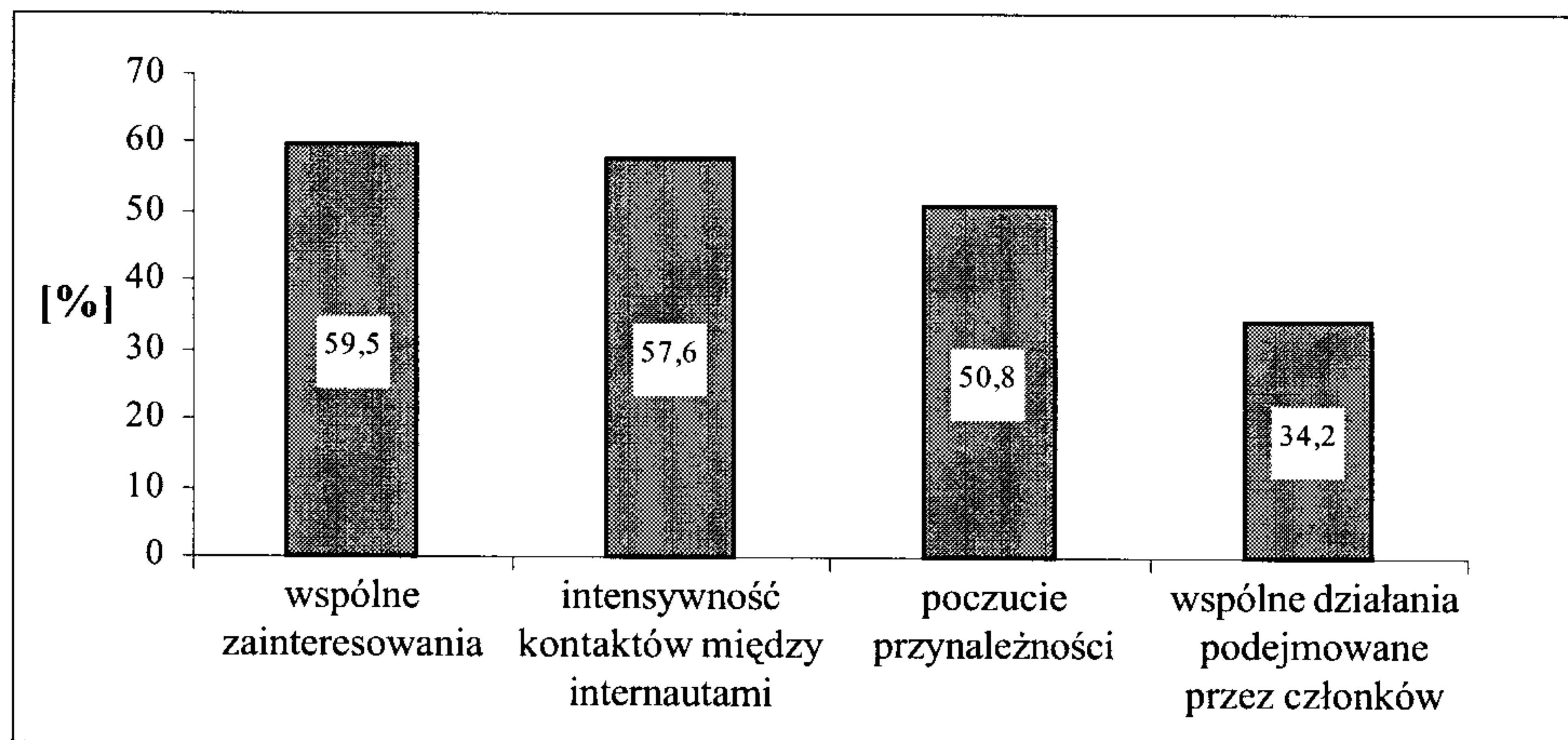
¹ Artykuł powstał przy wsparciu Ministerstwa Nauki i Informatyzacji w ramach grantu Społeczna przestrzeń Internetu. Zaprezentowane tutaj wyniki są efektem przeprowadzonych badań empirycznych w ramach tegoż grantu. Badanie przeprowadzono na próbie 1317 osób przy pomocy kwestionariusza ankiety zamieszczonego w Internecie. Aby uzyskać jak najbardziej reprezentatywną próbę, zastosowano ważenie obserwacji. Procesu ważenia dokonano względem najistotniejszych cech z punktu widzenia komunikacji internetowej: korzystania z poczty elektronicznej, forum dyskusyjnego oraz komunikatora. Jako podstawę ważenia wybrano reprezentatywne badania ogólnopolskie Diagnoza Społeczna 2005 przeprowadzone na próbie 12 731 członków gospodarstw domowych.

przebiegają kontakty międzyludzkie. Internet – podobnie jak inne media – współtworzy pewne wymiary rzeczywistości, redefiniuje nasz sposób myślenia o przestrzeni i tym, co prawdziwe i realne. Za naturalne uznajemy porozumiewanie się z oddalonym o tysiące kilometrów, nieznanym nam człowiekiem i to w czasie rzeczywistym. Wydaje się, że to medium, jak żadne inne, kompresuje czas i przestrzeń.

Internet przekonuje swoich użytkowników, że ową przestrzenią rzeczywiście jest. Analogicznie do realnego świata, internauci wchodzą, oglądają, rozmawiają, wysyłają listy. Internet oferuje swoim odbiorcom pokoje rozmów, kafejki, gdzie odwiedzają poszczególne miejsca i spotykają innych ludzi. Strona internetowa ma przywołać na myśl kartkę papieru, a witryny WWW stanowią odwzorowanie witryn sklepowych. Sama przeglądarka internetowa, której zadaniem jest „zagłębienie” do Internetu jest zbudowana na kształt „okna” stanowiącego analogię do rzeczywistego okna, przez które oglądamy świat.

Z badań przeprowadzonych przez autorkę wynika, iż 39% badanych przyznaje, iż Internet zacieśnia stosunki międzyludzkie, a 30% twierdzi, iż dzięki Internetowi ma poczucie przynależności do jakiejś wspólnoty. 38% respondentów uważa, iż internautów łączy szczególny rodzaj więzi, niespotykany poza Siecią. Ankietowani są jednak świadomi specyfiki kontaktów internetowych, dlatego też tylko 11% uważa, że związki zawarte przez Internet są trwałe, a 7% preferuje kontakty wirtualne bardziej od kontaktów w świecie rzeczywistym. Niemal co drugi badany (44%) uważa, iż nie można w Internecie spotkać prawdziwych przyjaciół.

Rys. 1. Cechy określające społeczność internetową



60% badanych uważa, iż społeczność internetową określają głównie wspólne zainteresowania (46% przyznaje jednocześnie, iż w Internecie poszukuje ludzi

podobnych do siebie), intensywne kontakty między członkami (internautami) – 58% oraz poczucie przynależności – 51%. Nieco mniej ważne są zdaniem ankietowanych wspólne działania podejmowane przez członków tychże społeczności – 34%. Wśród odpowiedzi „inne” respondenci najczęściej wybierali anonimowość, częstotliwość korzystania z Internetu oraz łatwość w nawiązywaniu kontaktów.

Z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z osobami badanymi wynika², iż społeczna przestrzeń Internetu jest utożsamiana ze społecznym agregatem tej przestrzeni. Przestrzeń tę tworzą sami użytkownicy: *to przestrzeń, w której ludzie porozumiewają się ze sobą za pomocą słów, gestów, obrazów, a w procesie komunikacji między nimi pośredniczy komputer bądź inna jednostka sprzętowa umożliwiająca dostęp do sieci globalnej (Internetu). W tym przypadku komputer jest narzędziem komunikacji, bez którego „Społeczna Przestrzeń Internetu” po prostu istnieć by nie mogła. Według mnie „SPT” organizowana jest w myśl pewnych pierwotnych zasad, które to kształtowały się wraz z pojawieniem się człowieka na ziemi, czyli język, kultura bycia, wyznawana ideologia, popierany system polityczno-ustrojowy, poglądy kulturowe itp. W zależności od wyznawanych zasad ludzie dobierają się w pewne struktury społeczne komunikujące się ze sobą za pomocą Internetu na przeróżnych forach, czatach, za pomocą programów komunikacyjnych, stronach internetowych, blogach (pamiętnikach internetowych) itd. By wymieniać zdania (poglądy) na dany temat, poszerzać kontakty i znajomości – Piotr.*

W podobnym tonie wypowiada się Marcin i Magdalena, którzy zwracają uwagę na element ludzki, który tę przestrzeń konstituuje: *Składają się na nią ludzie, którzy kontaktują się między sobą, dyskutują zawierają znajomości, bądź uzyskują pomoc, dzięki stworzonym w tym celu witrynom internetowym, lub specjalnym aplikacjom, umożliwiającym kontakt przez sieć. Na przykład: gadu-gadu, skype, tlen etc. Poza tym czaty, kanały irc, fora dyskusyjne, blogi, oraz rozmaite strony.*

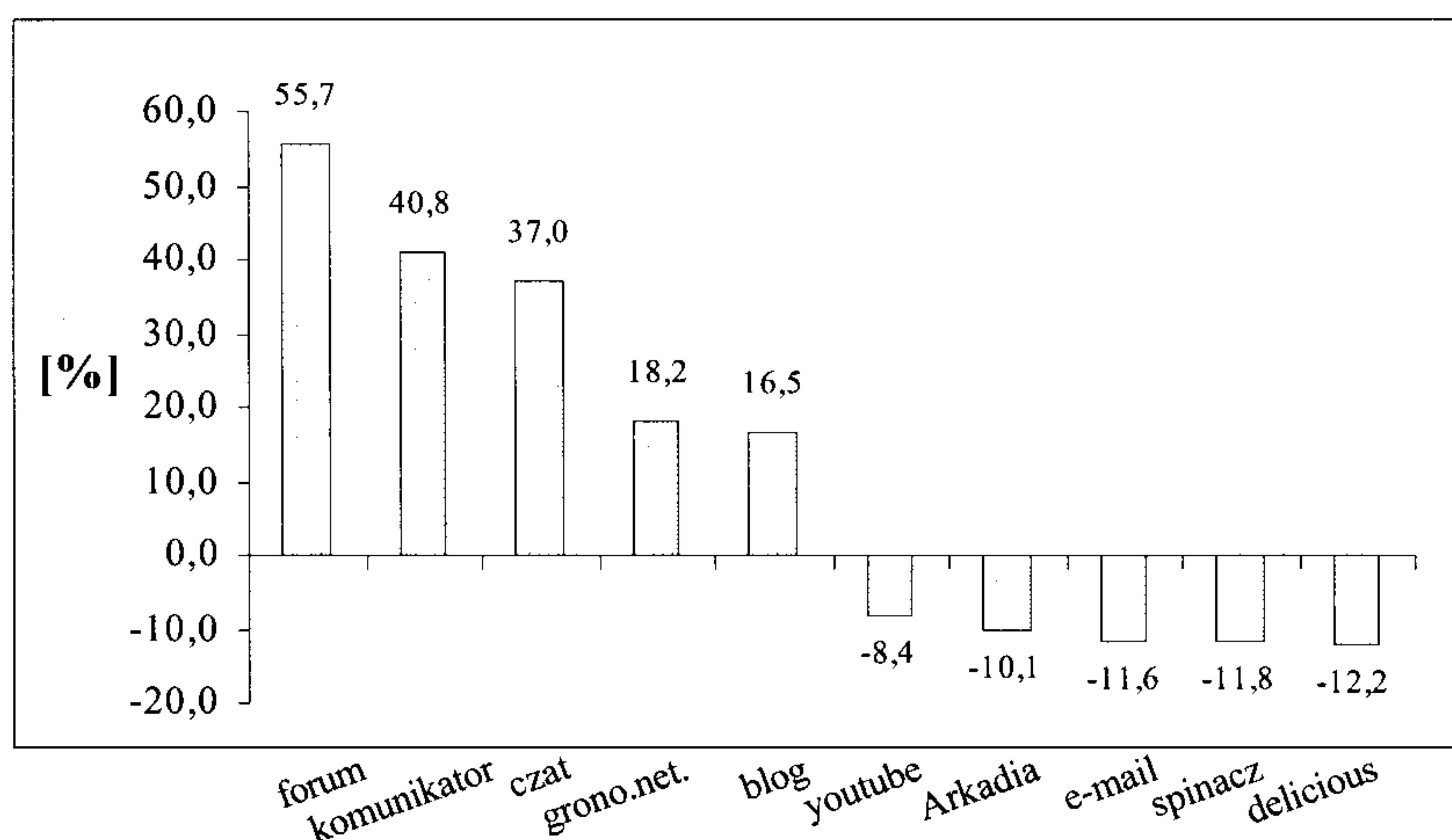
Pojęcie sieci – Internetu obejmuje swoim zakresem nie tylko fizyczne urządzenia, połączenia, ale także wszystkich użytkowników i tych, którzy dostarczają informacji. Tworzą ją ci, którzy na co dzień zasiadają przed monitorami swoich komputerów, w przeróżnych celach (odszukują informacje, kontaktują się ze swoimi bliskimi i przyjaciółmi, zabierają głos na rozmaitych na forach, piszą „wirtualne pamiętniki – blogi, słuchają muzyki, uczą się, pracują...etc). Należy zaznaczyć tutaj, że jedynym pośrednikiem w relacji człowiek – człowiek jest komputer.

² Wywiady przeprowadzono na Akademickim Forum Dyskusyjnym (AFD) Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie.

Badani zwracają uwagę na dynamikę i ciągłe zmiany w zakresie społecznej przestrzeni Internetu, w której nic nie jest stałe: *Spółeczna przestrzeń Internetu to my ludzie, którzy ją tworzymy. To nie tylko proste połączenie kablem paru PC-tów, to coś dynamicznego, co tworzy się od nowa, z każdym zalogowaniem się do sieci i z każdym nowym użytkownikiem. Przestrzeń ta to twór dynamiczny, który podlega ciągłym zmianom i różnym wpływom. Pojawia się w momencie włączenia komputera i znika po jego wyłączeniu. Tworzy się ciągle od nowa. Ludzie dzieląc się uczuciami, myślami, sądami, ocenami, mający do dyspozycji tak wiele elementów budują indywidualną jak i społeczną przestrzeń Internetu. To fascynujące zjawisko, powstające na styku ludzkiej wyobraźni, rozumu i technologii* – Sabina.

Najbardziej „prospołecznościowym” narzędziem komunikacji internetowej jest forum (według 56% ankietowanych), komunikator (41%) oraz czat (37%). Tworzeniu społeczności nie sprzyja, zdaniem badanych, poczta elektroniczna (12%), delicious³ (12%) oraz spinacz⁴ (12%).

Rys. 2. Tworzenie się społeczności w poszczególnych formach komunikacji⁵



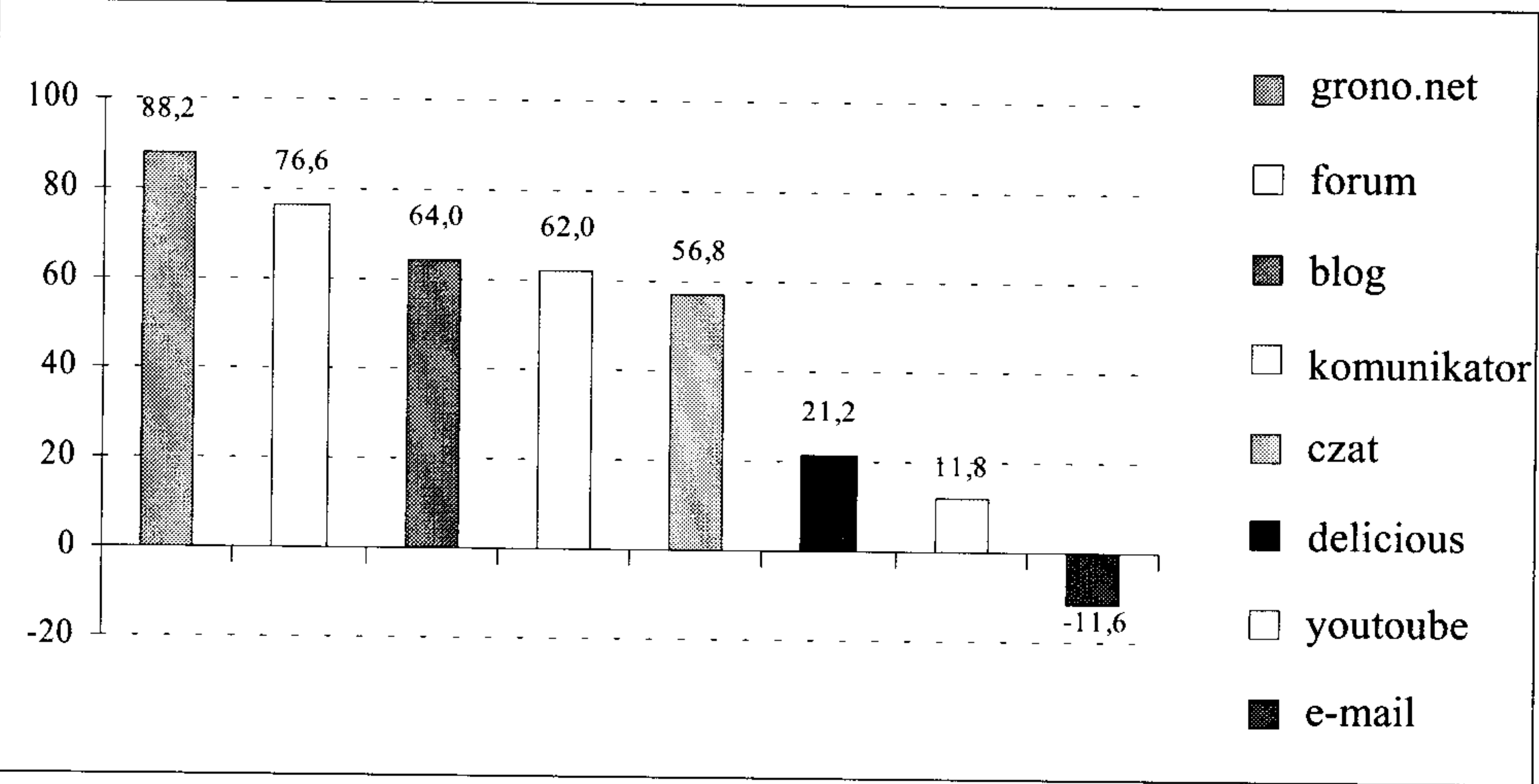
³ Delicious – serwis służący wymianie linków: <http://del.icio.us/>.

⁴ Serwis Spinacz.pl zalicza się do grona serwisów społecznościowych, jego głównym celem jest łączenie ludzi o podobnych zainteresowaniach; serwis umożliwia wyszukiwanie znajomych i przeglądanie połączeń z innymi użytkownikami.

⁵ Minus oznacza, iż o taki procent użytkowników więcej uważa, że dana forma komunikacji nie tworzy społeczności.

Wśród aktywnych użytkowników danej formy komunikacji jedynie poczta elektroniczna została zaklasyfikowana jako narzędzie nietworzące społeczności (12% więcej użytkowników poczty elektronicznej twierdzi, że nie tworzy ona społeczności)⁶. Największa liczba aktywnych użytkowników serwisu grono.net⁷ przyznaje, iż tworzy on społeczność (88%).

Rys. 3. Opinie aktywnych użytkowników danej formy komunikacji o istnieniu społeczności w ramach tej formy komunikacji⁸

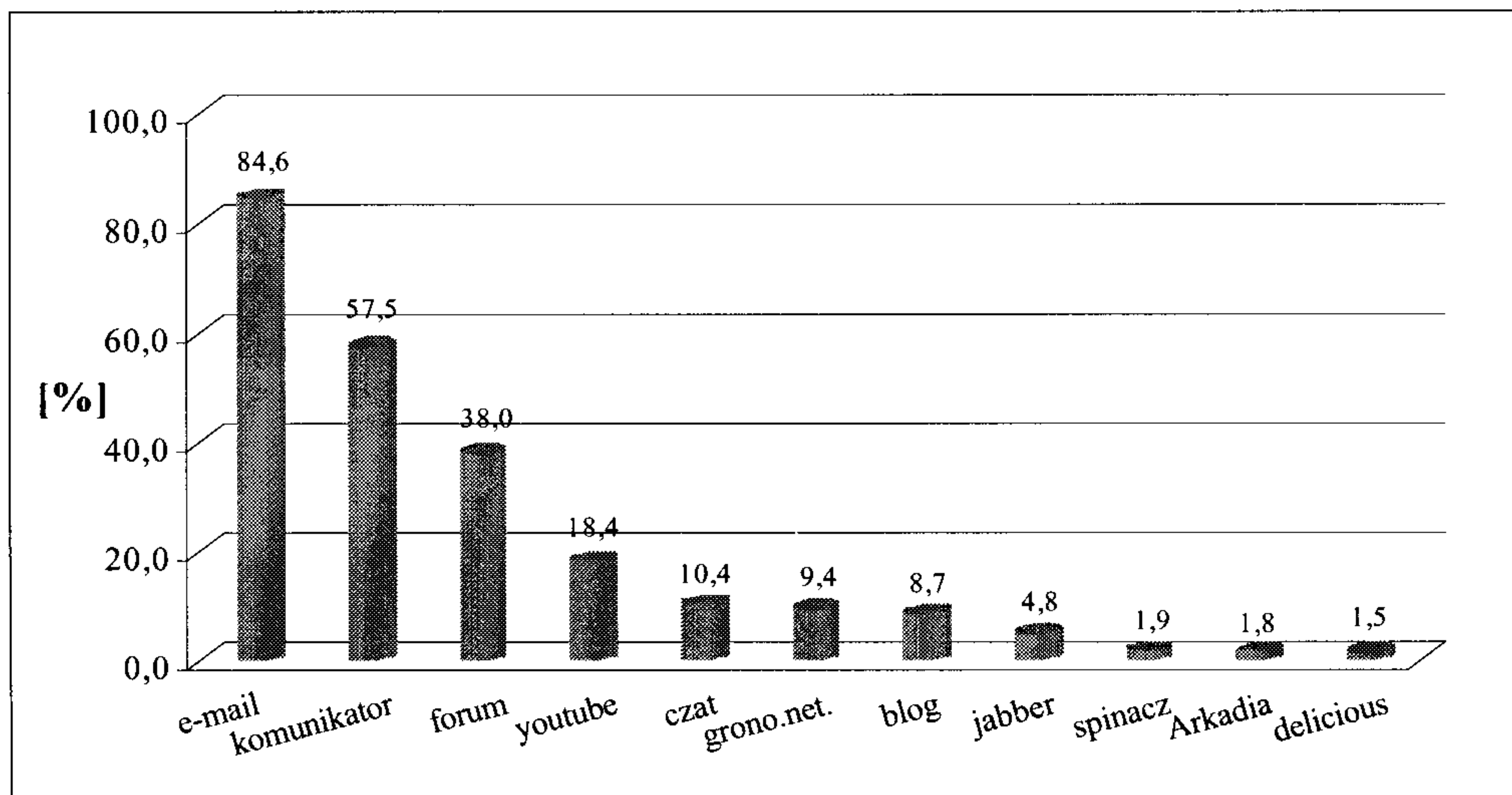
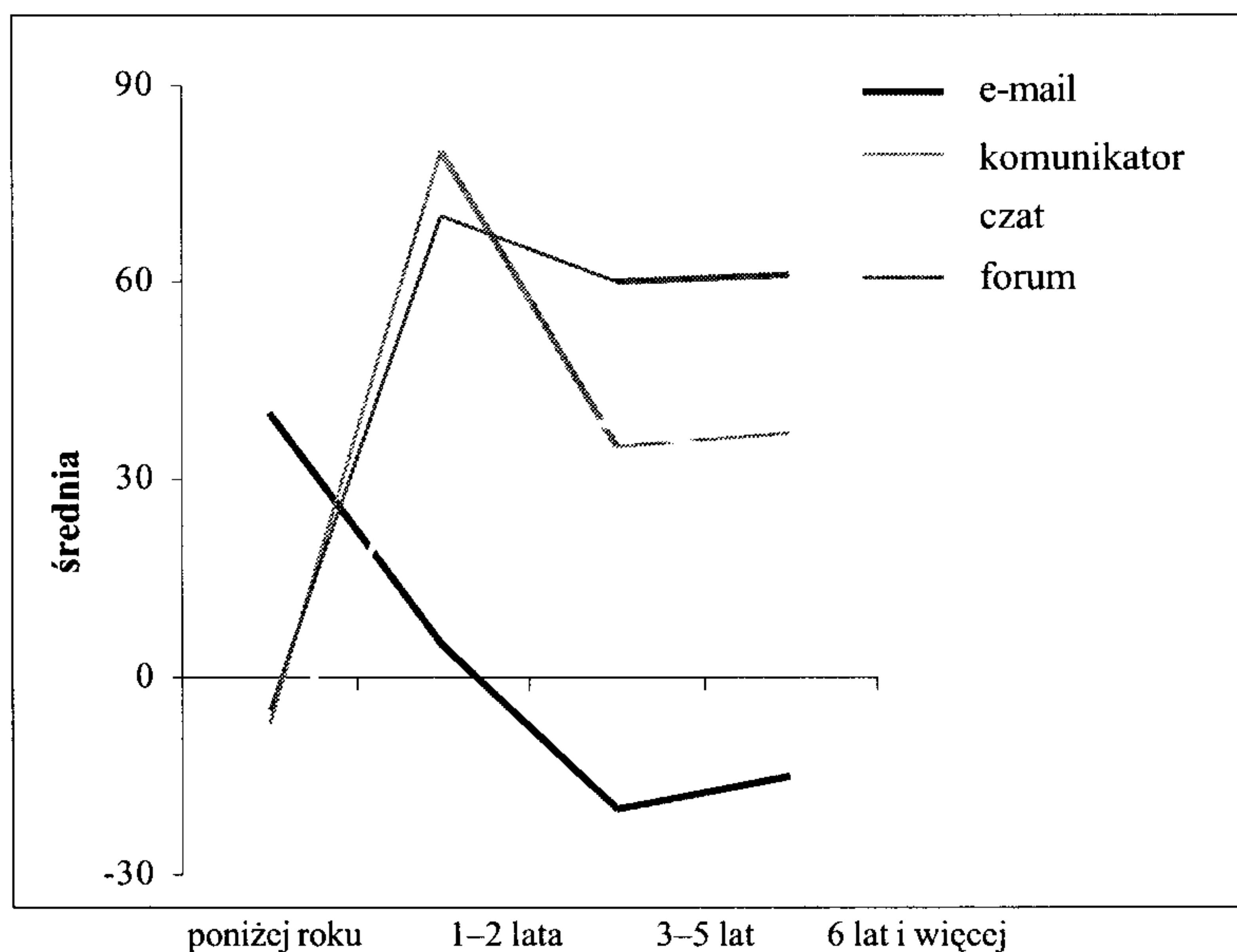


Jeśli chodzi o narzędzia komunikacyjne, największa liczba badanych korzysta aktywnie z poczty elektronicznej (85%), komunikatorów (58%) oraz forum (38%).

⁶ Wynik stanowi różnicę pomiędzy osobami, które wskazują, że e-mail nie jest narzędziem sprzyjającym tworzeniu społeczności, a użytkownikami, którzy twierdzą odwrotnie.

⁷ Grono.net to witryna o charakterze społecznościowym, umożliwia ona tworzenie sieci kontaktów (system rejestruje kontakty i pokazuje, kto może się stać naszym potencjalnym znajomym). System ma jednak charakter zamknięty, korzystać z niego mogą wyłącznie osoby, które otrzymały wcześniej zaproszenie.

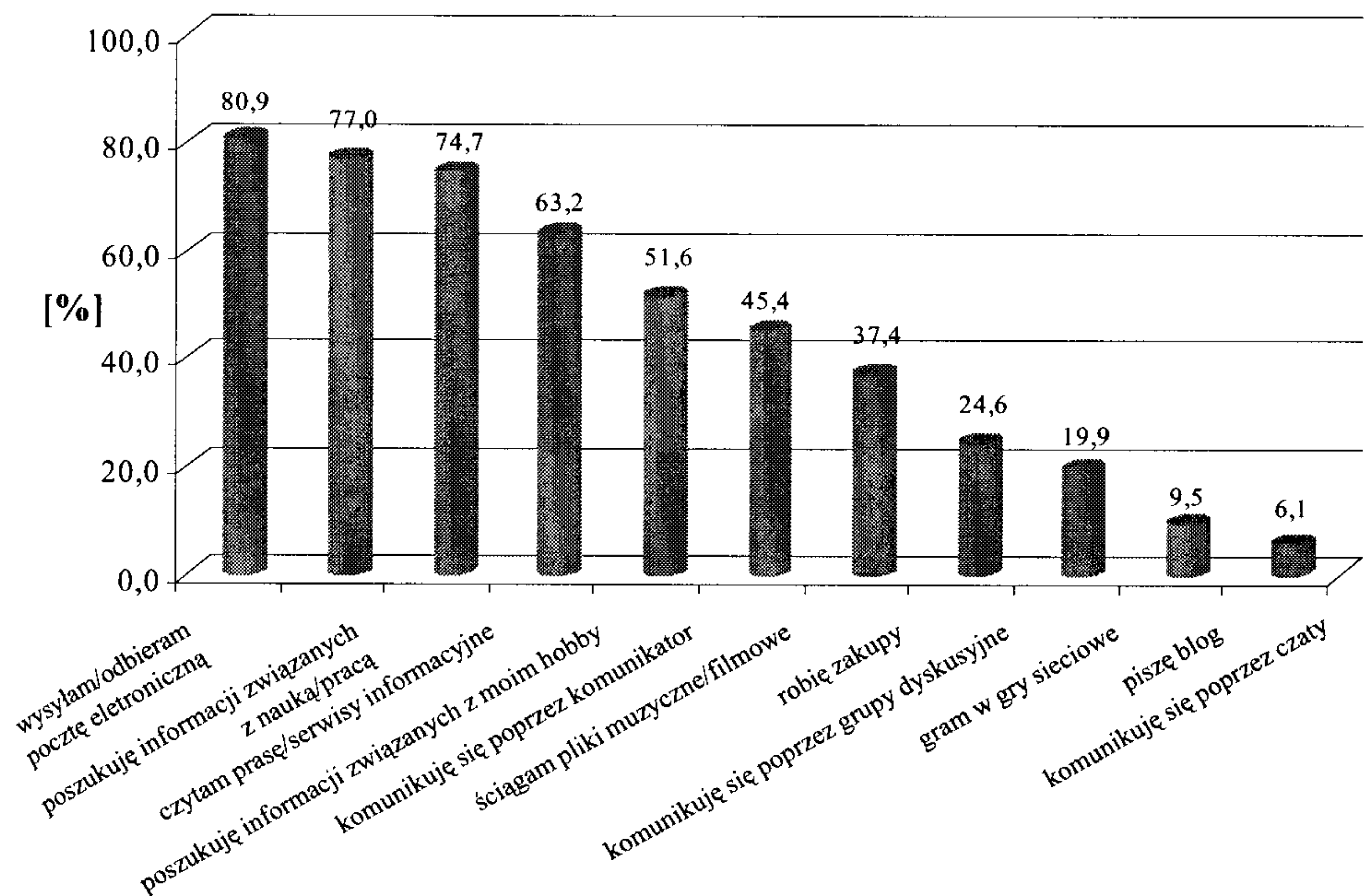
⁸ Procent aktywnie korzystających z danej formy komunikacji, który uważa, iż nie tworzy ona społeczności.

Rys. 4. Aktywne korzystanie z różnych form komunikacji**Rys. 5.** Tworzenie się społeczności poprzez poszczególne narzędzia komunikacyjne a staż korzystania z Internetu

W pierwszych dwóch latach użytkowania Internetu zaczyna się wśród użytkowników kształtować świadomość istnienia społeczności internetowych. Egzemplifikacją tego jest to, że użytkownicy korzystający z Internetu poniżej roku (niezaawansowani) wymieniają jako najbardziej „prospołecznościową” formę komunikacji pocztę elektroniczną, natomiast wraz ze wzrostem stażu internetowego rośnie przekonanie, że poczta elektroniczna nie sprzyja tworzeniu społeczności. Niedoceniane wśród początkujących internautów forum jako narzędzia społecznościowego wyraźnie zyskuje na znaczeniu u zaawansowanych użytkowników, stając się najbardziej prospołeczną formą komunikacji wśród ogółu badanych.

Respondenci najczęściej korzystają z Internetu w celu wysyłania/odebrania poczty elektronicznej (81%, poszukują informacji związanych z pracą lub nauką (77%), czytają prasę lub serwisy informacyjne funkcjonujące w Internecie (75%) oraz poszukuje informacji związanych z hobby (63%). Przez komunikatory kontaktuje się co drugi badany (52%), także co drugi ściąga pliki muzyczne lub filmowe (45%). Co czwarty komunikuje się poprzez grupy dyskusyjne (25%), a co piąty gra w gry sieciowe (20%). Niemal 10% badanych pisze blog, a 6% komunikuje się na czatach.

Rys. 6. Główne formy aktywności w Internecie

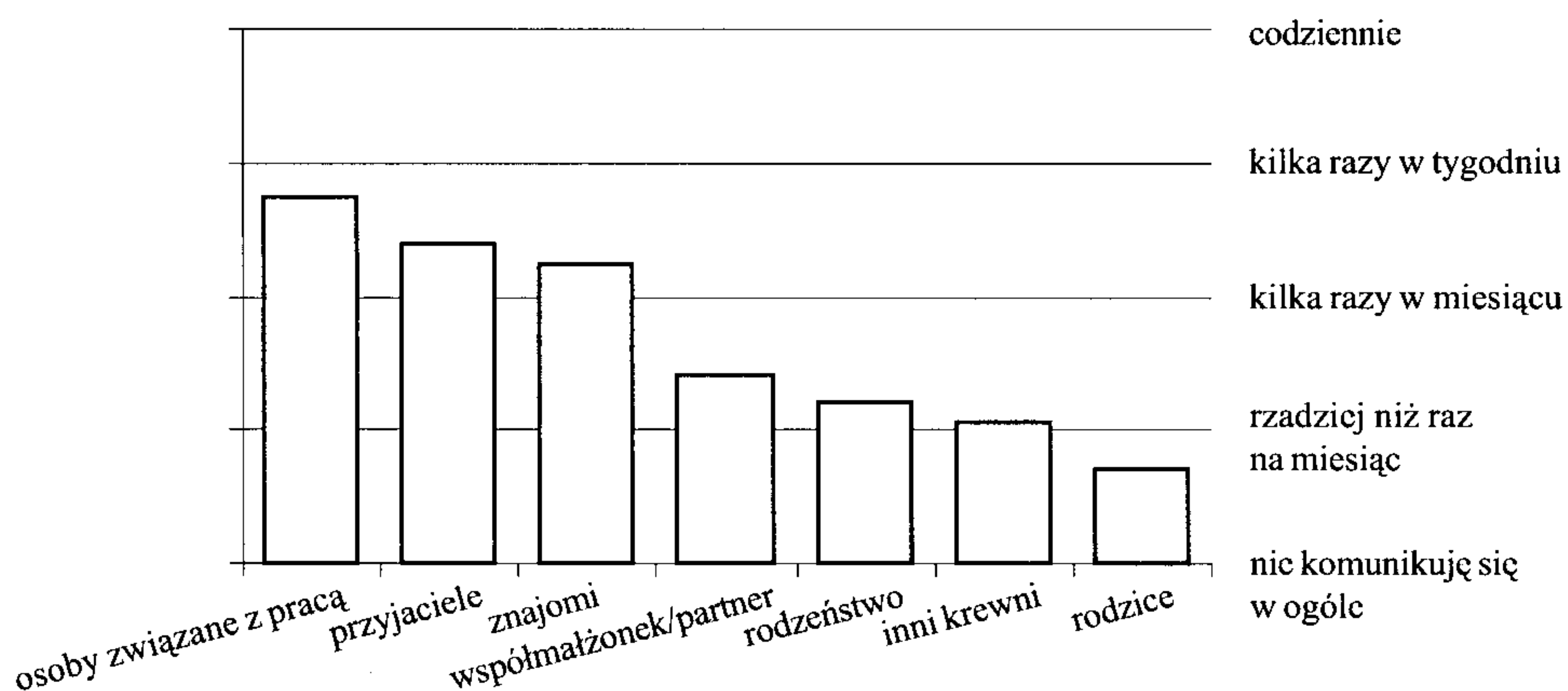


Poczta elektroniczna jest najbardziej popularnym narzędziem komunikacyjnym, aż 80% badanych przyznaje, iż korzysta z tej formy komunikacji.

Poczta elektroniczna najczęściej służy komunikacji w sprawach zawodowych, z osobami związanymi z wykonywaną pracą oraz do kontaktowania się z przyjaciółmi i znajomymi. Najrzadziej to narzędzie jest wykorzystywane do komunikacji z rodzicami oraz innymi krewnymi.

W badaniu prowadzonym pod kierunkiem prof. L. Habera określanych jako Krakowski Eksperyment Internetowy (KEI) odsetek osób korzystających z poczty elektronicznej w roku 2005 był niemal taki sam, jak w moim badaniu i wynosił 81% [Napieracz P., Niezgoda M. (2005): 280]⁹.

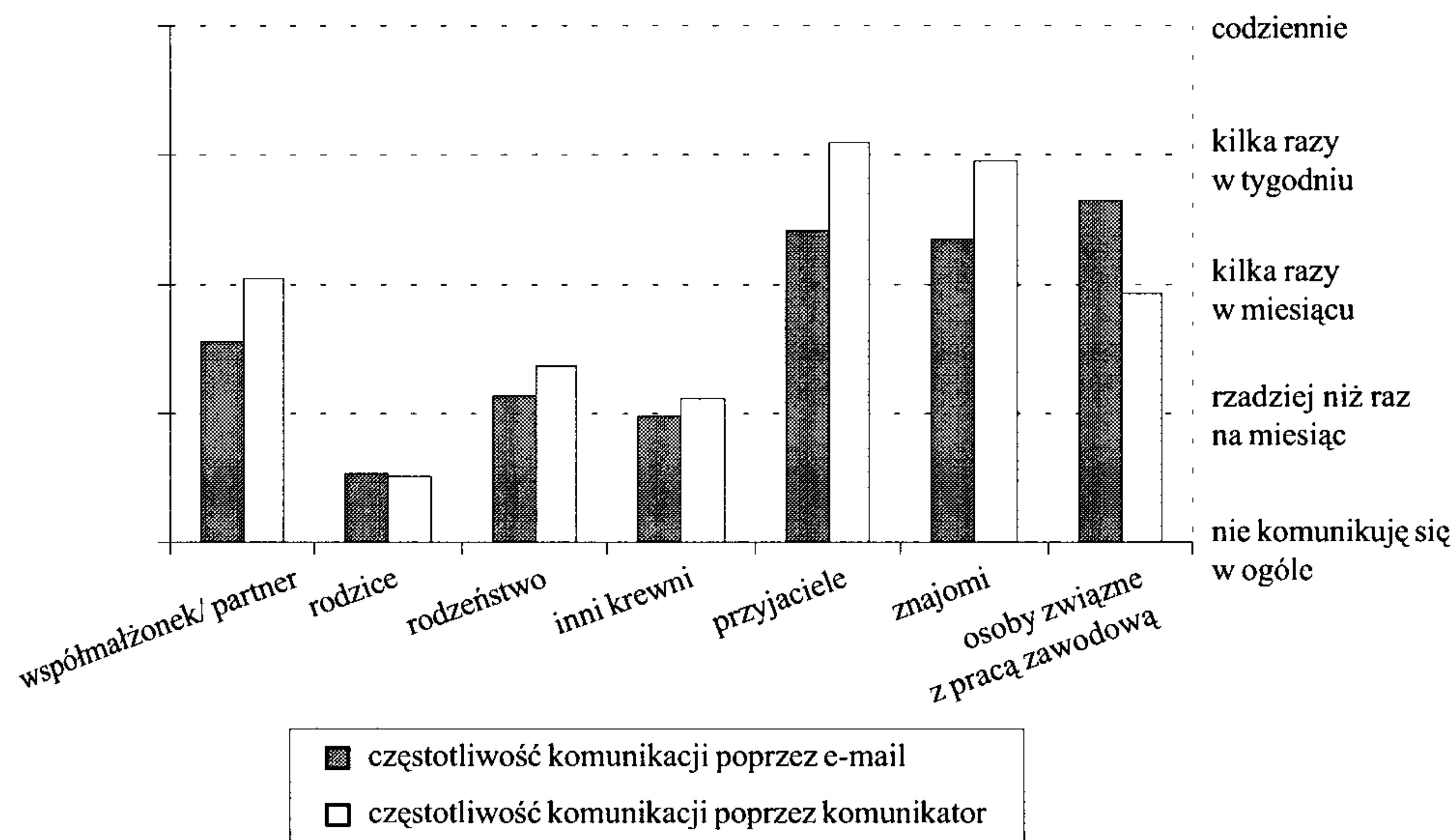
Rys. 7. Komunikacja z poszczególnymi osobami poprzez pocztę elektroniczną (średnio)



Komunikator jest częściej wybieranym narzędziem komunikacyjnym, w stosunku do poczty elektronicznej. Poczta elektroniczna staje się dominującym środkiem komunikacyjnym jedynie w przypadku kontaktów z osobami związanymi z pracą zawodową, a więc jak można domniemywać, kontaktów o charakterze zawodowo-profesjonalnym. Kilka razy w tygodniu badani korzystają z komunikatora, rozmawiając z przyjaciółmi i znajomymi. Rzadziej niż raz na miesiąc używają obu narzędzi w celu komunikacji z rodzicami.

⁹ Pod uwagę w przypadku tego badania wzięto odpowiedzi ze zbiorowości studentów poddanych badaniu.

Rys. 8. Częstotliwość komunikacji poprzez pocztę elektroniczną vs poprzez komunikator



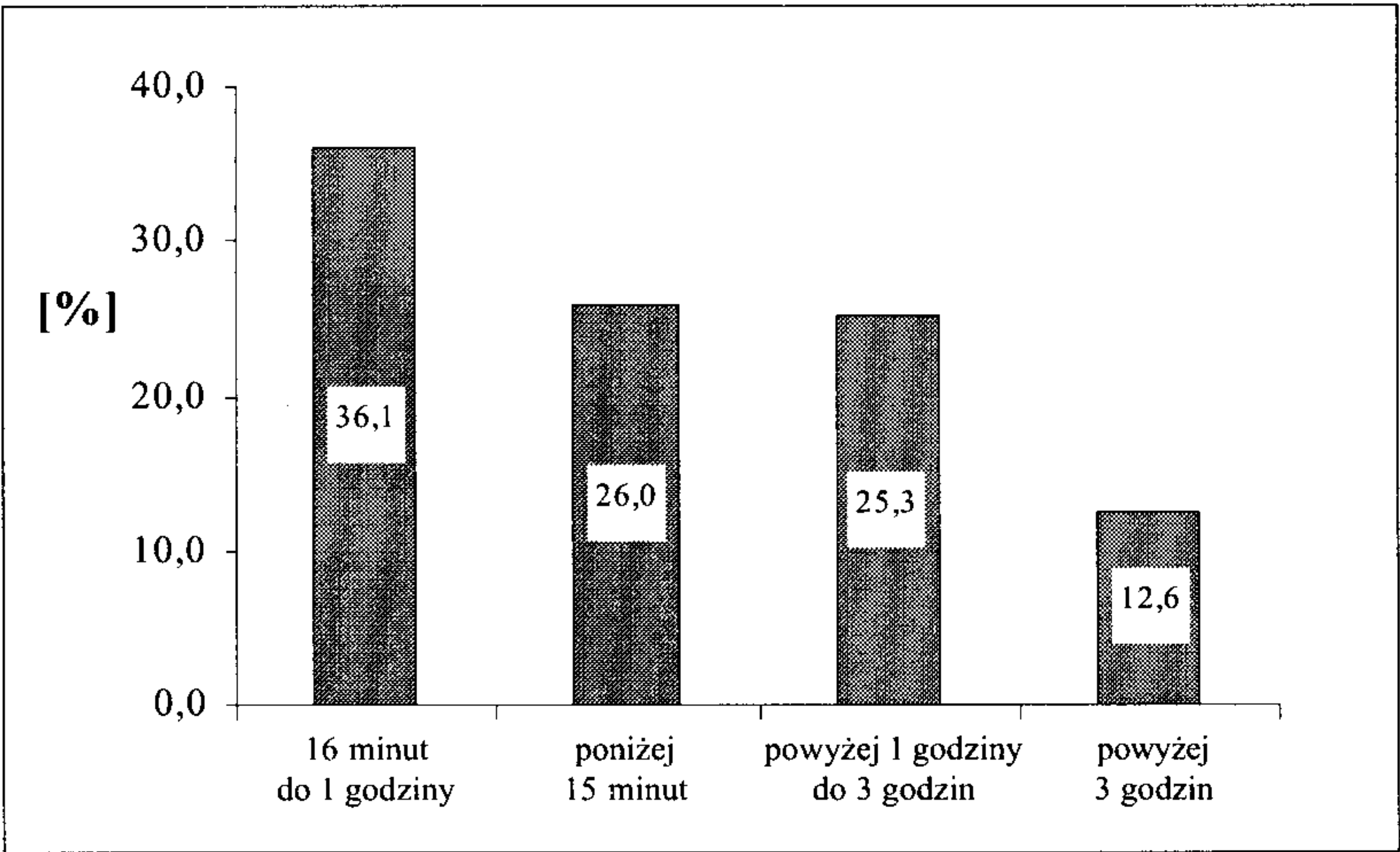
Zdecydowana większość badanych przyznaje, iż kontaktuje się poprzez komunikator (61%). Co trzecia osoba korzystająca z komunikatora poświęca codziennie na tę formę komunikacji od 16 minut do godziny (36,1%), co czwarta osoba – poniżej 15 minut (26%), niemal taki sam odsetek badanych poświęca na tę formę komunikacji powyżej godziny do trzech (25,3%), a 13% rozmawia przez komunikator powyżej trzech godzin dziennie.

W badaniu przeprowadzonym przez CBOS w 2006 odsetek osób korzystających z komunikatora jest bardzo zbliżony do uzyskanego przeze mnie wyniku i wynosił 63% [Wenzel (2006)].

W badaniu Krakowski Eksperyment Internetowy (KEI) odsetek osób korzystających z komunikatora w roku 2005 wynosił 73%¹⁰. Odsetek ten jest wyższy w przypadku KEI, gdyż dane te odnoszą się do zbiorowości studentów.

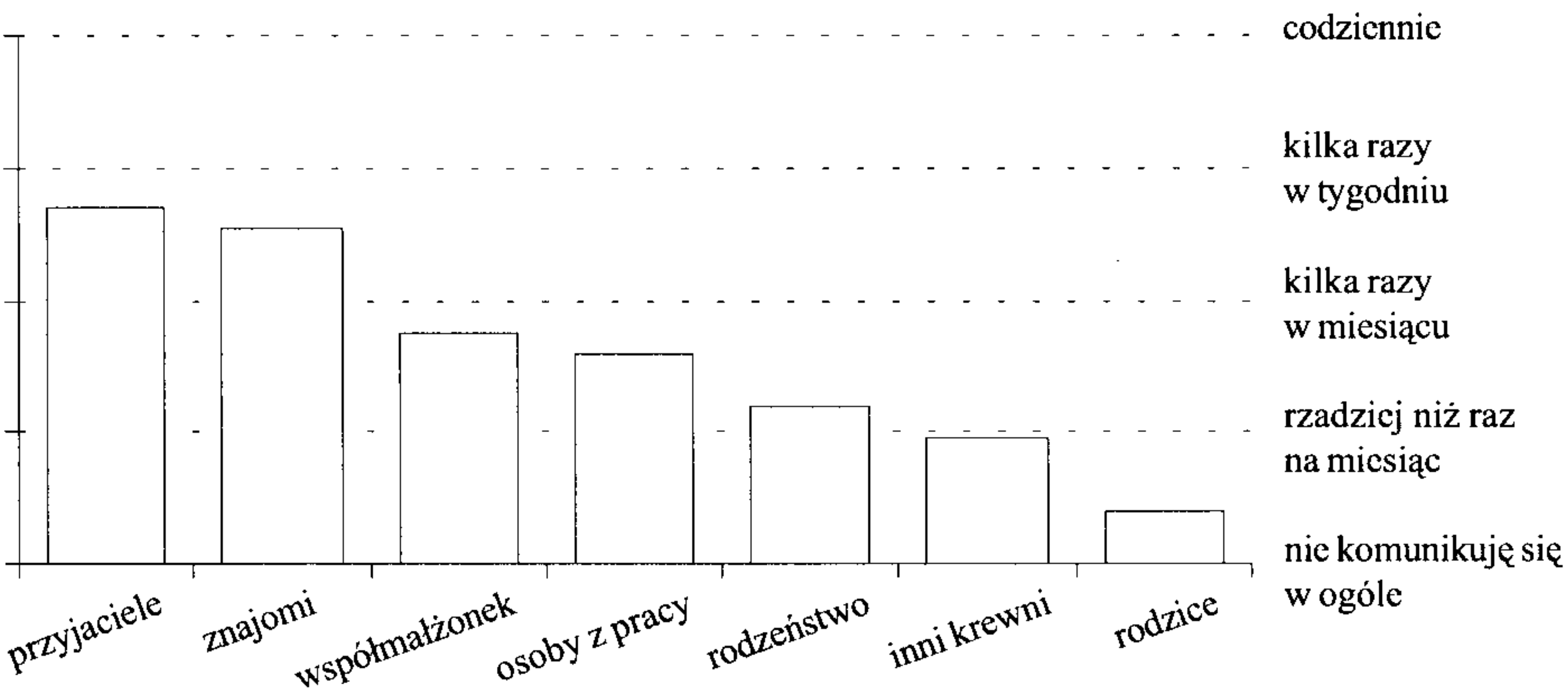
¹⁰ Pod uwagę wzięto odsetek osób korzystających z komunikatora regularnie.

Rys. 9. Czas komunikacji poprzez komunikator z poszczególnymi osobami (codziennie)



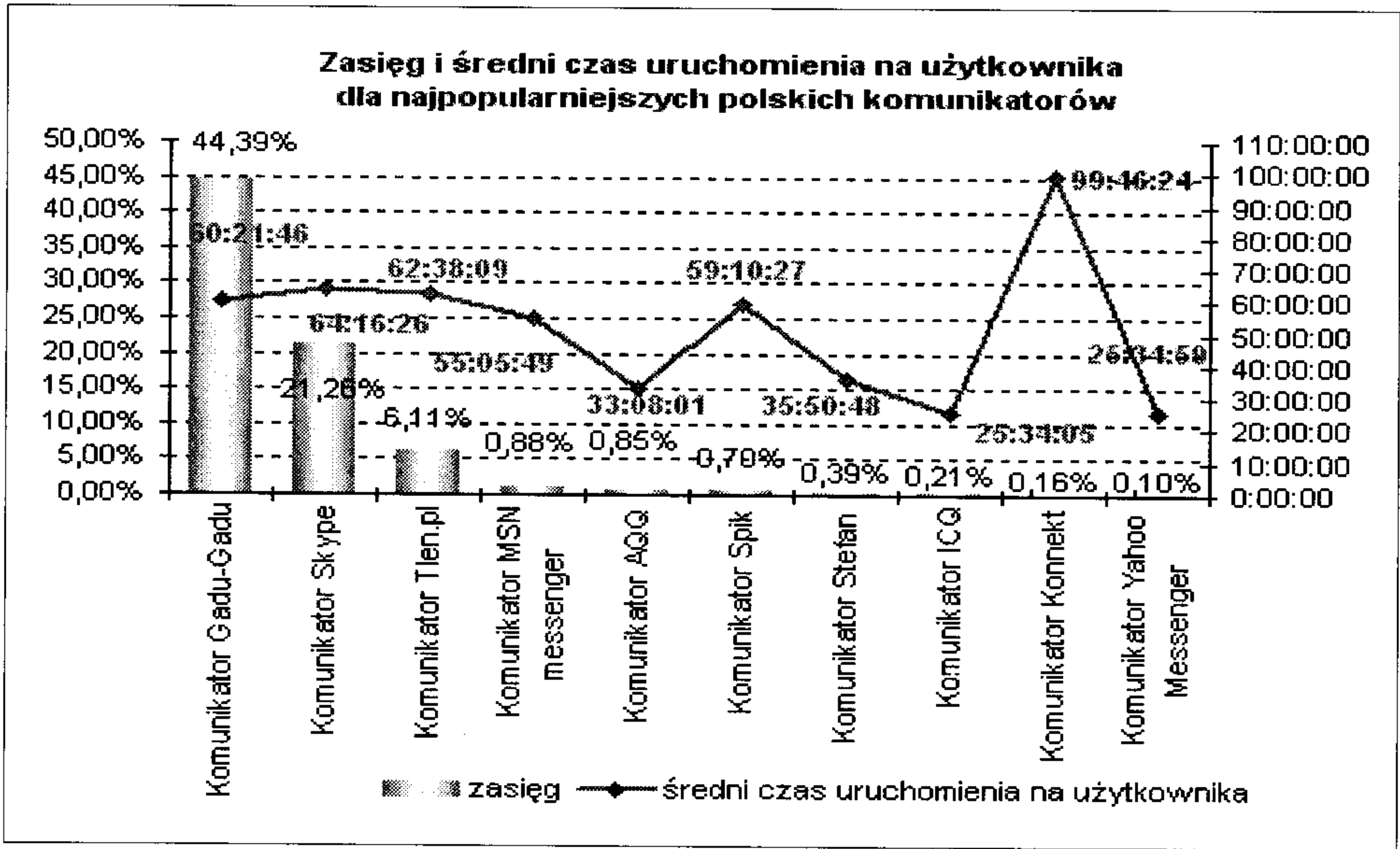
Osobami, z którymi badani najczęściej rozmawiają poprzez komunikator są przyjaciele i znajomi oraz współmałżonkowie lub partnerzy. Podobnie jak w przypadku poczty elektronicznej, badani najrzadziej komunikują się w ten sposób z rodzicami i innymi krewnymi.

Rys. 10. Komunikacja z poszczególnymi osobami poprzez komunikator (średnio)



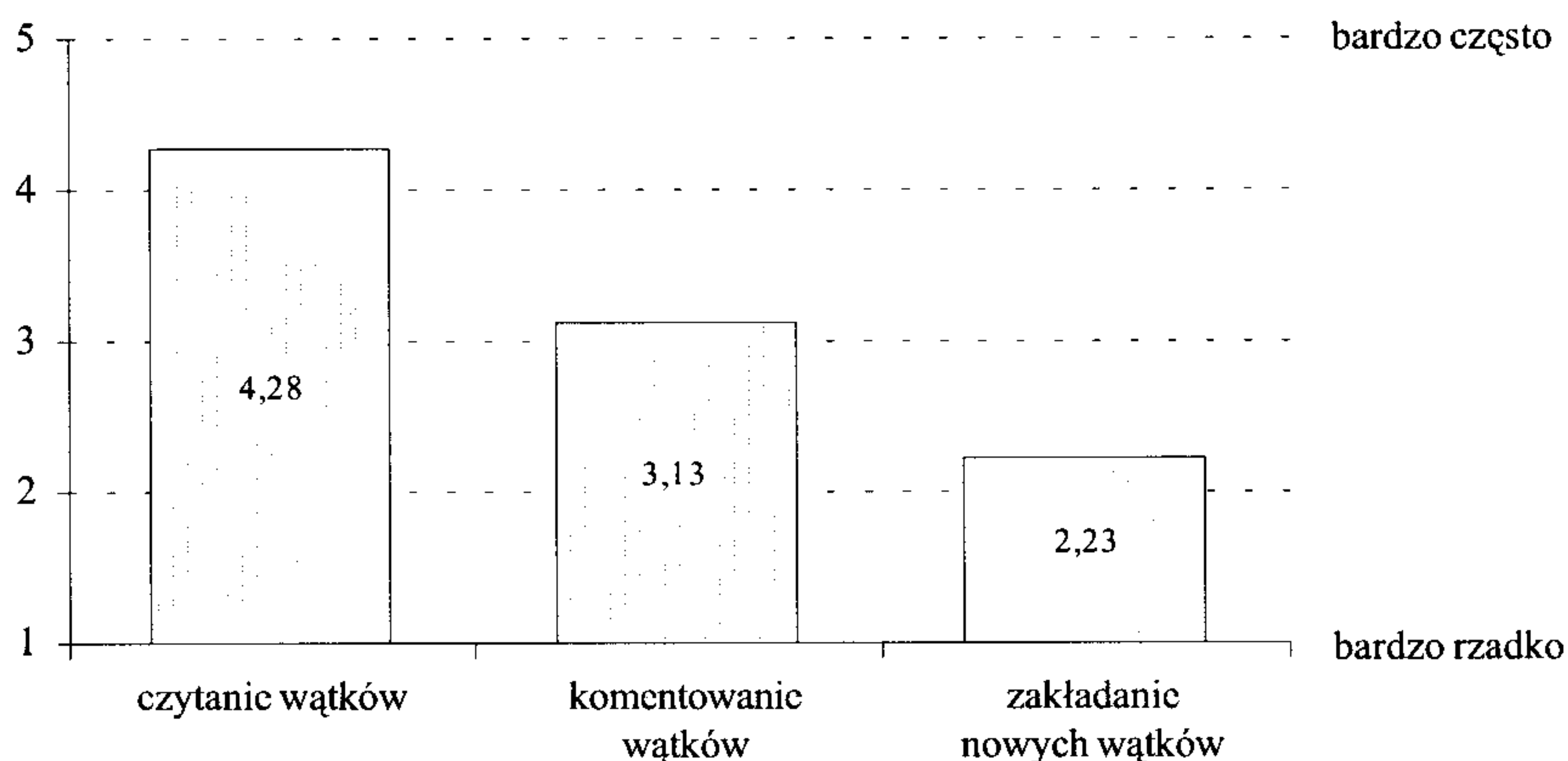
Najpopularniejszym komunikatorem w Polsce jest Gadu-Gadu, z którego korzysta 44,4% internautów, na drugim miejscu lokuje się komunikator Skype (21,26% korzystających) oraz Tlen.pl, z którego korzysta 6,11% internautów [Kopeć A. (2006)].

Rys. 11. Najpopularniejsze komunikatory wśród polskich użytkowników Internetu i średni czas korzystania z nich (miesięcznie)

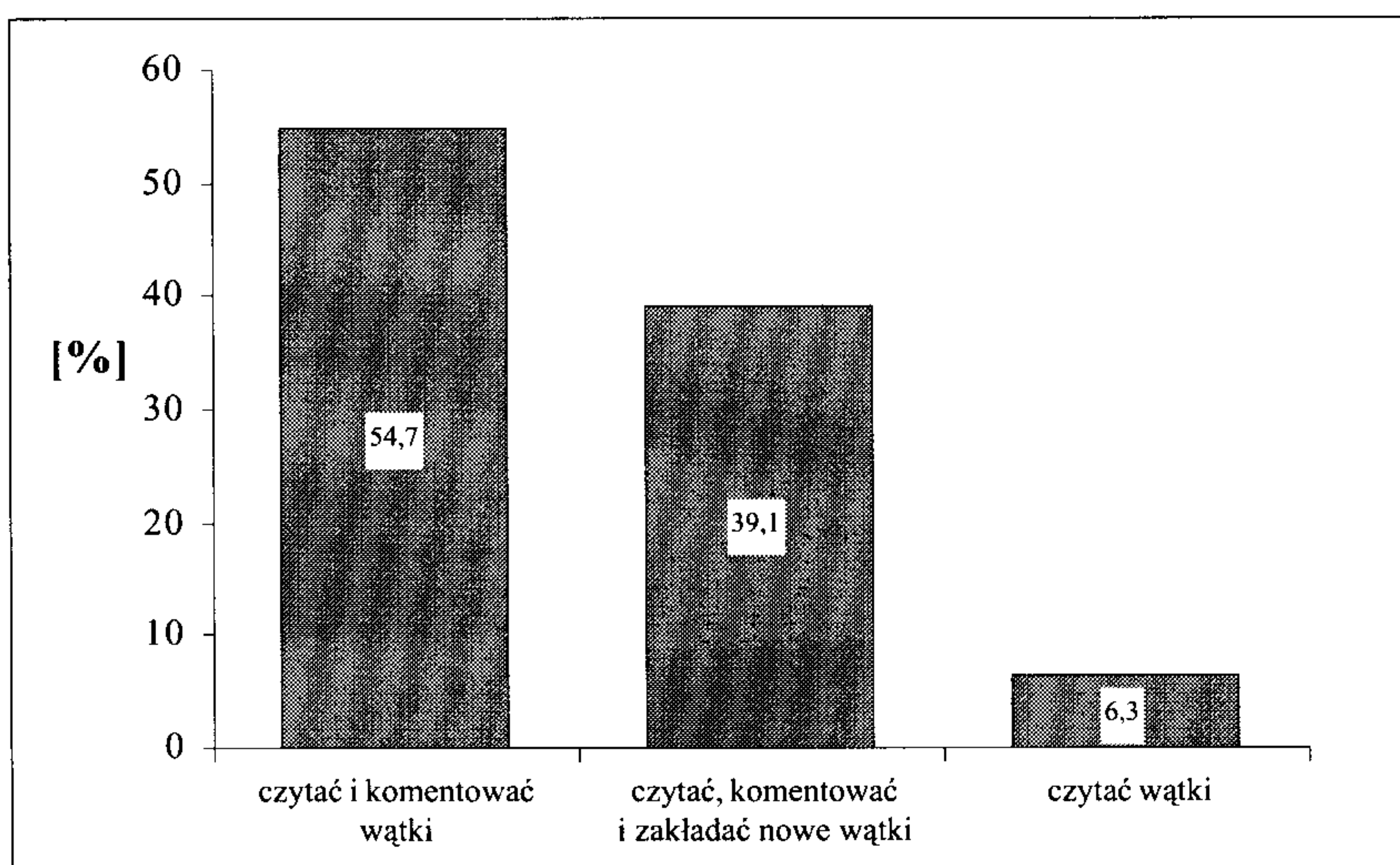


Źródło: Megapanel PBI/Gemius, lipiec 2006.

Co trzeci badany przyznaje, iż bierze udział w forum dyskusyjnym/usenecie (35%). Najczęściej wykonywaną czynnością przez badanych na forum jest czytanie wątków – 60% robi to bardzo często – oraz ich komentowanie – 16% wskazań na bardzo często, nowe wątki zakłada 4% badanych. Uzyskane wyniki są bliskie wynikom Krakowskiego Eksperymentu Internetowego, gdzie 52% badanych umieszcza swoje opinie na forach dyskusyjnych w różnych portalach [Napieracz P., Niezgoda M. op.cit.: 280].

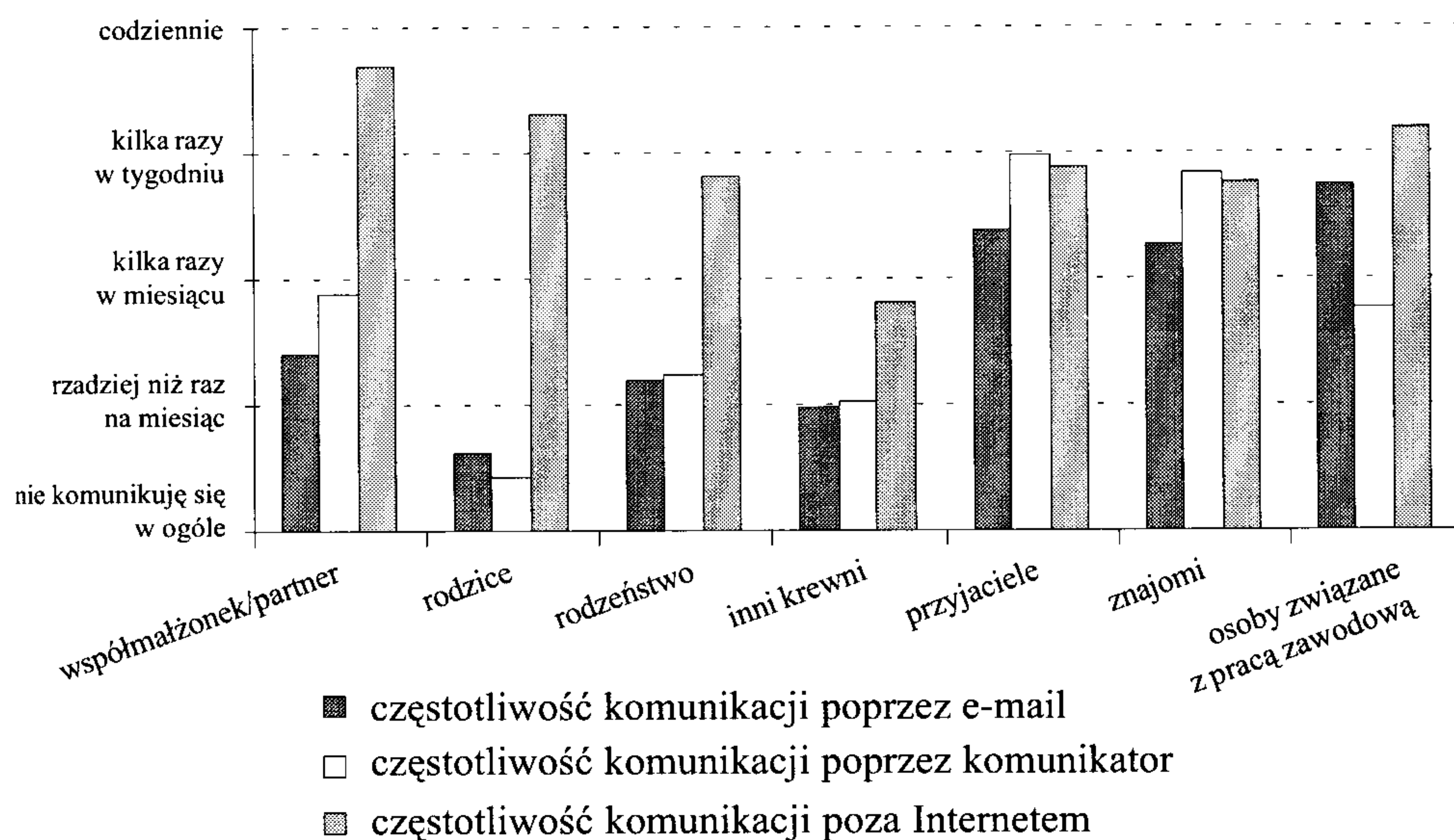
Rys. 12. Wykonywanie określonych czynności na forum (średnia)

Co drugi badany uważa, iż aby być członkiem społeczności internetowej forum, należy wykazywać pewien stopień aktywności, tj. przynajmniej czytać i komentować wątki (55%) lub czytać, komentować i zakładać nowe wątki (39%). Pasywne uczestnictwo w forum polegające wyłącznie na czytaniu wątków tworzy społeczność internetową zdaniem tylko 6,3% badanych.

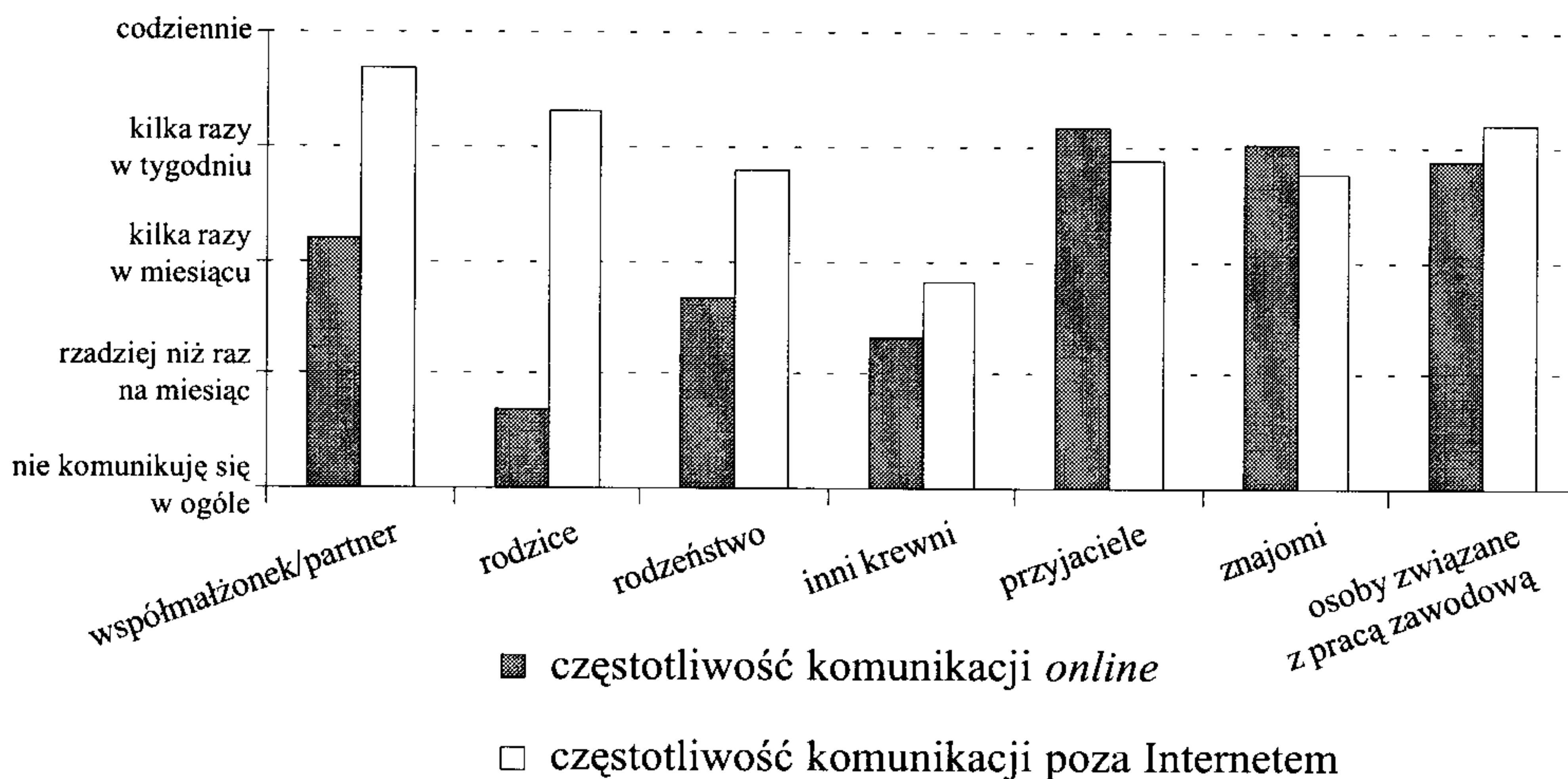
Rys. 13. Wykonywanie określonych czynności na forum (średnia) a tworzenie się społeczności

Najczęściej badani komunikują się *offline* z współmałżonkiem lub partnerem, z osobami związanymi z pracą zawodową oraz z rodzicami. W przypadku rodziców komunikacja *offline* zdecydowanie dominuje i rzadko, kiedy respondenci komunikują się z nimi *online*. W przypadku rodziców kontakty *online* mają miejsce rzadziej niż raz na miesiąc, a więc są sporadyczne.

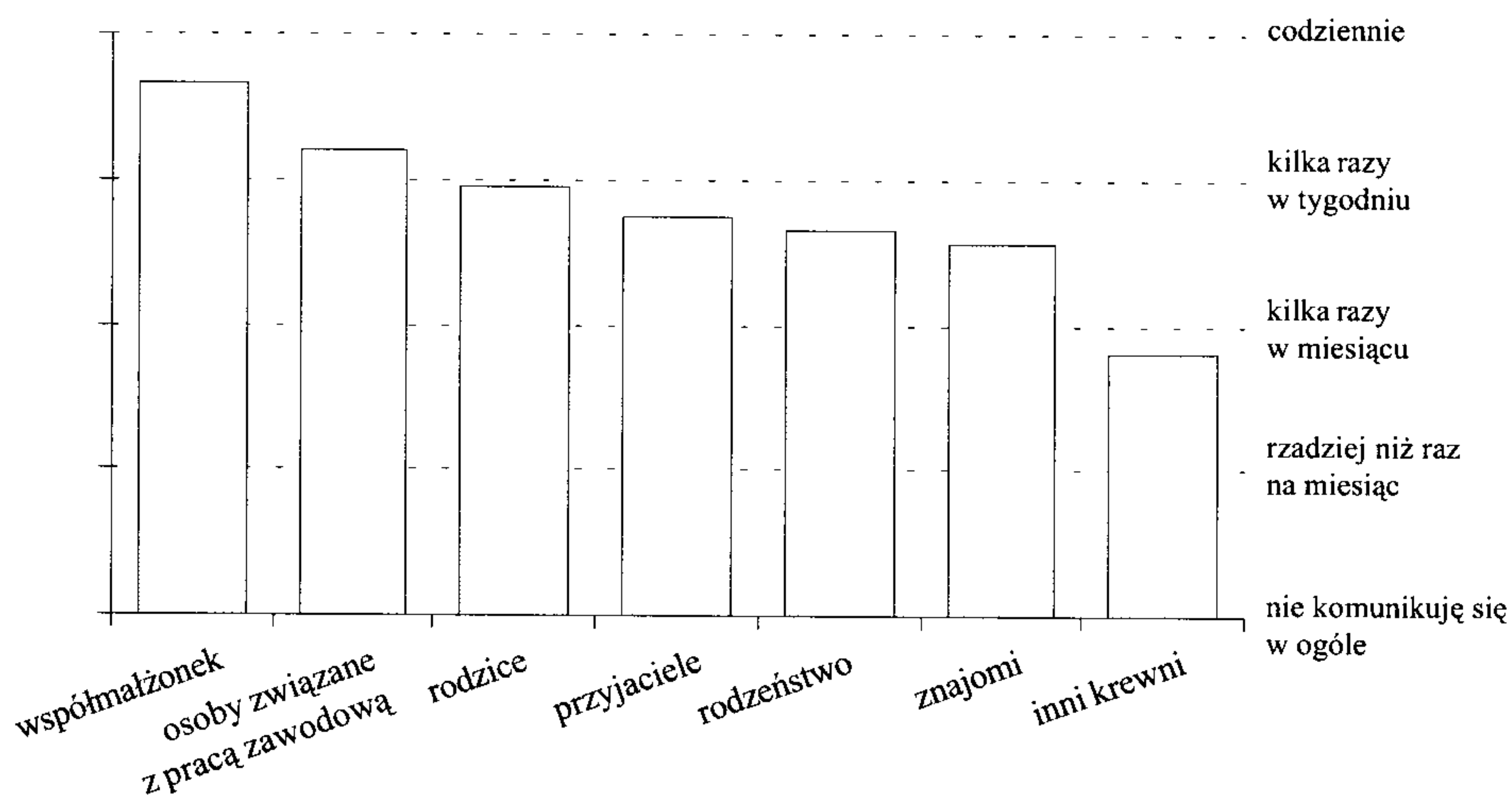
Rys. 14. Częstotliwość komunikacji poprzez pocztę elektroniczną, komunikator a poza Internetem



Zaskakiwać może fakt, iż w przypadku komunikacji z przyjaciółmi i znajomymi częstszą formą komunikacji staje się komunikacja *online*, niż komunikacja *offline*. Wydaje się, że w przypadku bliskich, przyjacielskich kontaktów jest to doskonały sposób na podtrzymanie znajomości. W przypadku kontaktów zawodowych, profesjonalnych spotkania *offline* są częstsze, ale różnica pomiędzy nimi a kontaktami *online* jest niewielka. Największą dysproporcję pomiędzy kontaktami *offline* a *online* obserwujemy w przypadku rodziców, co być może jest spowodowane brakiem dostępu starszego pokolenia do Internetu i niewielkimi umiejętnościami w tym zakresie.

Rys. 15. Częstotliwość komunikacji online vs offline¹¹

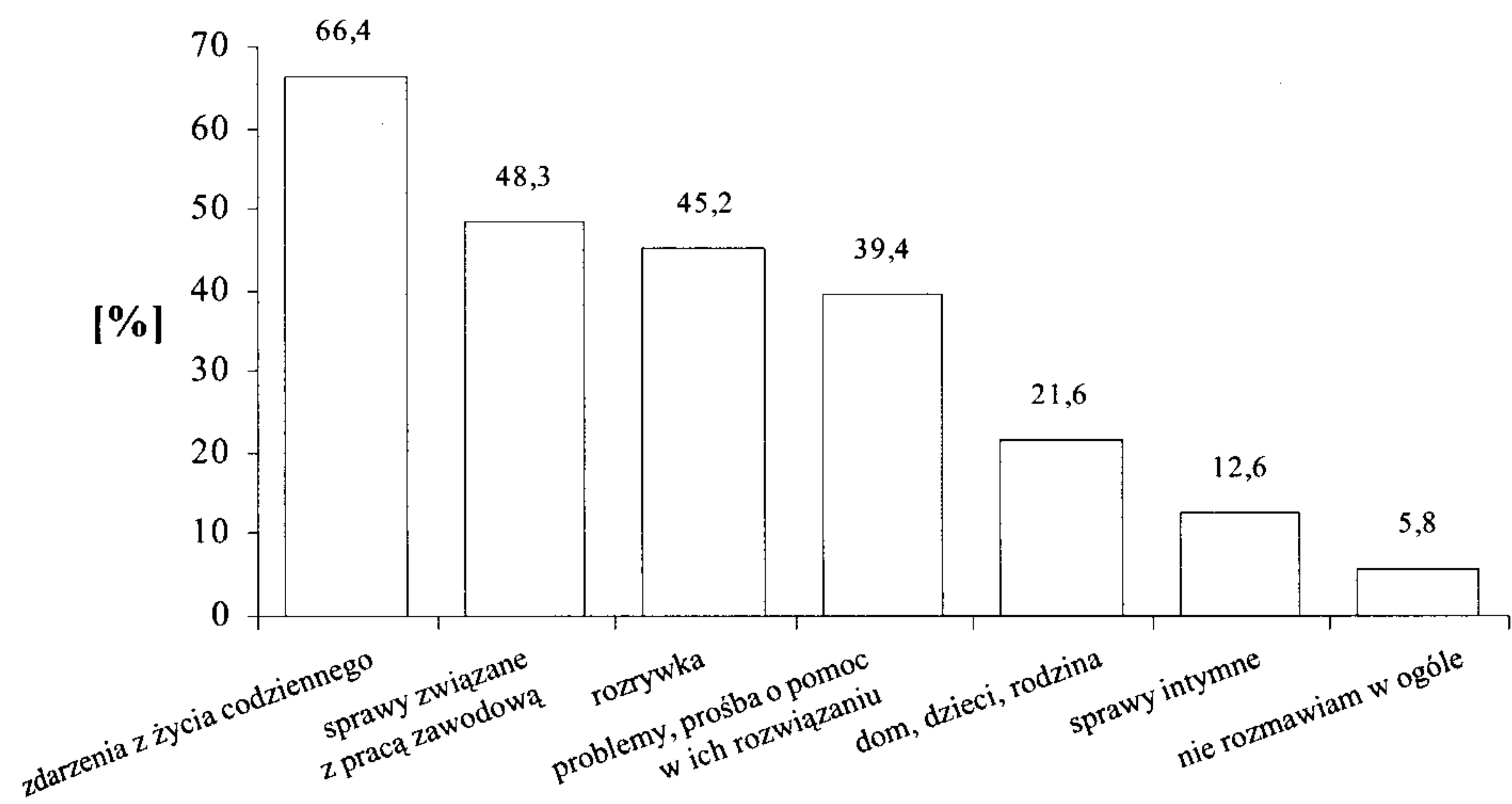
Poza Internetem ankietowani najczęściej rozmawiają z partnerem/współmałżonkiem (86,8% codziennie), osobami związanymi z pracą zawodową (58% codziennie) oraz rodzicami (55% codziennie).

Rys. 16. Częstotliwość rozmów z poszczególnymi osobami poza Internetem

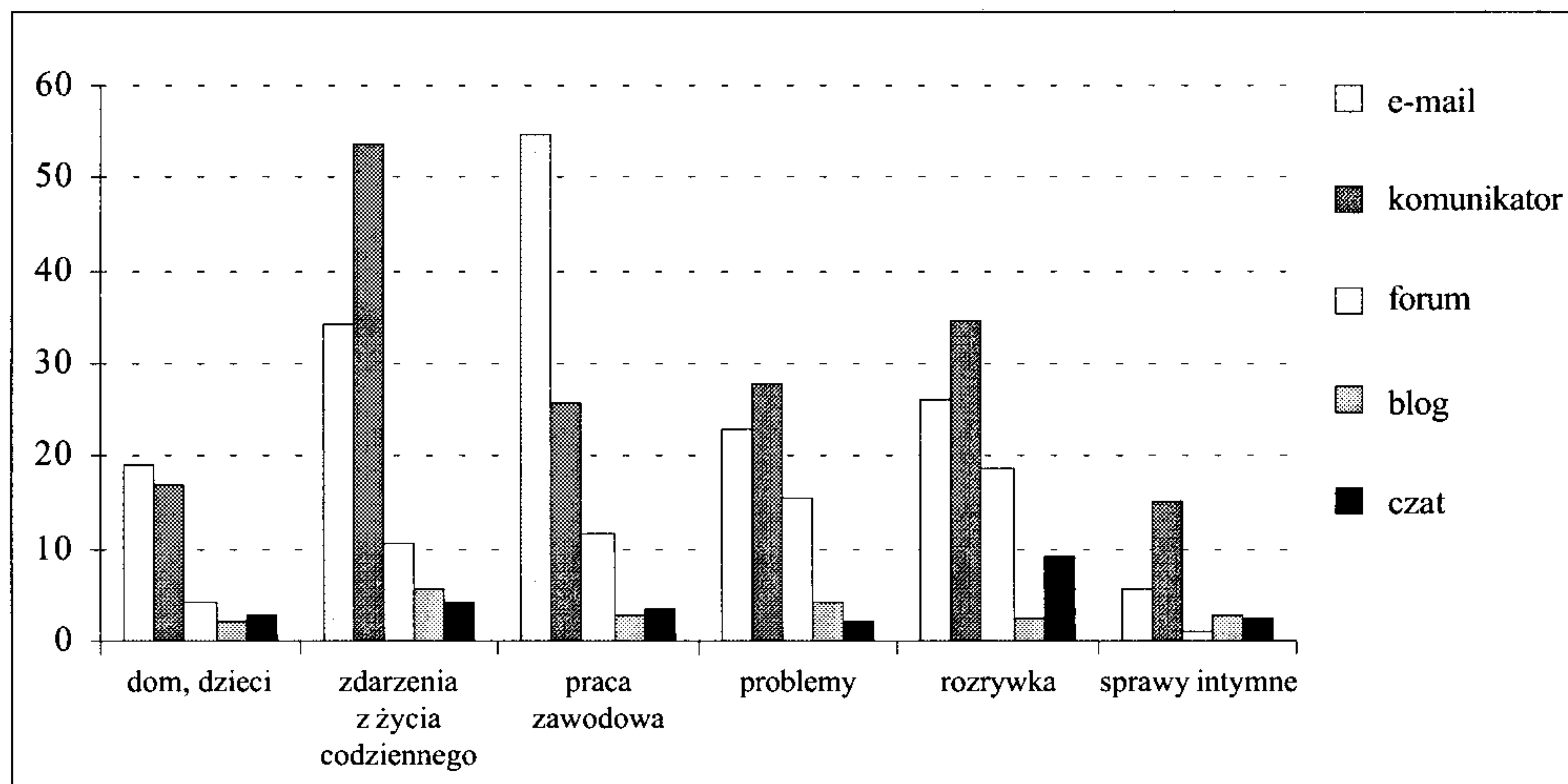
¹¹ Jako komunikację *online* wzięto pod uwagę osoby komunikujące się poprzez pocztę elektroniczną oraz komunikator.

Rozmowy prowadzone przez Internet koncentrują się wokół zdarzeń z życia codziennego (66%), spraw związanych z pracą zawodową (48%) oraz rozrywką (45%). Co trzeci ankietowany poprzez Internet omawia własne problemy i prosi o pomoc w ich rozwiązaniu (39%), a co czwarty (22%) rozmawia na tematy rodzinne.

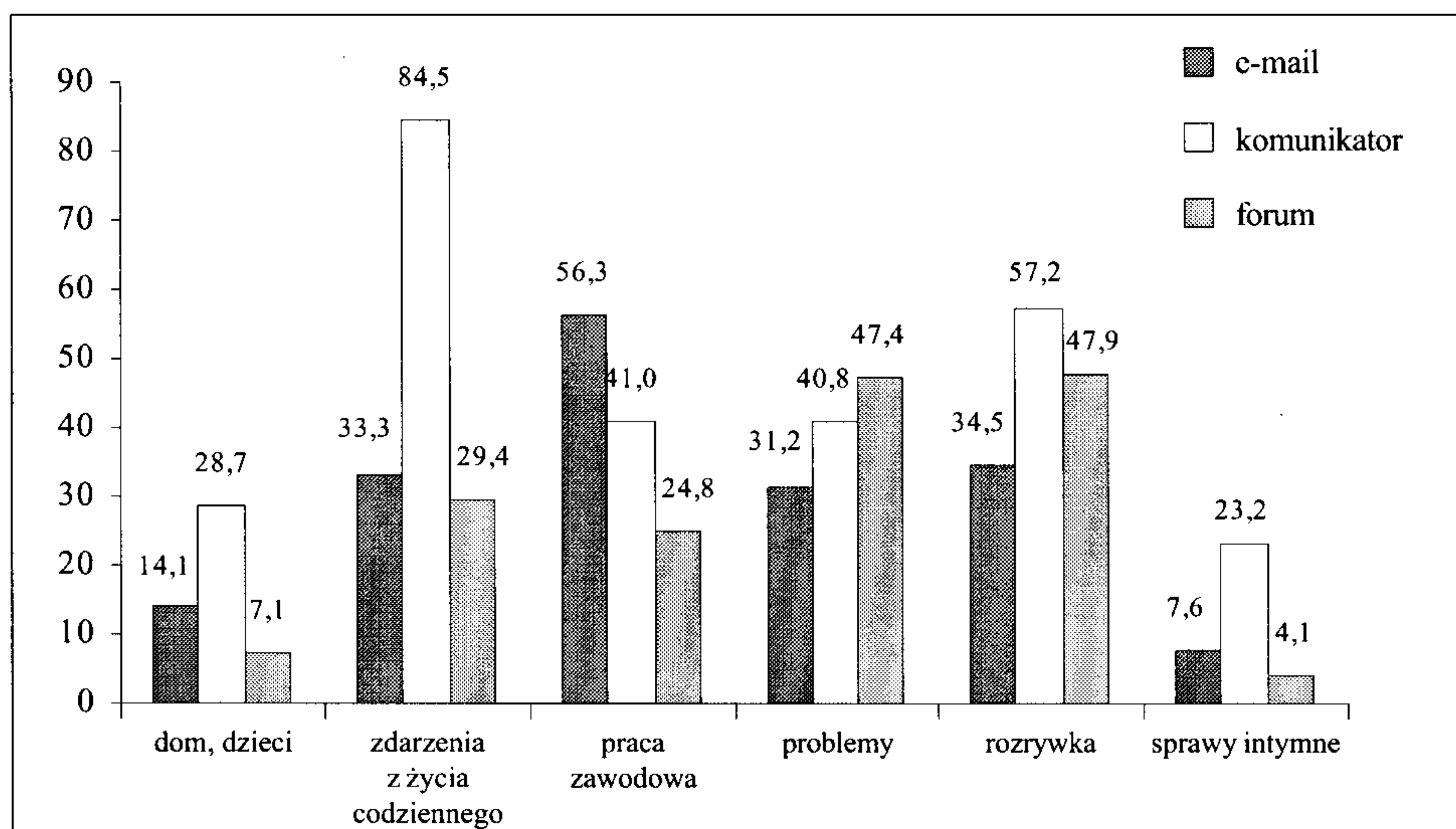
Rys. 17. Tematy rozmów prowadzonych przez internet



E-mail służy głównie jako forma komunikacji związana z pracą zawodową (55%), przekazywania informacji dotyczących życia codziennego (34%) oraz rozrywki (26%). Komunikator to główne narzędzie przekazywania informacji dotyczących życia codziennego (54%), informacji o charakterze rozrywkowym (35%) oraz przekazywania problemów wraz z prośbą o pomoc w ich rozwiązaniu (28%). Forum/usenet to główne źródło rozrywki (19%) oraz przekazywania problemów wraz z prośbą o pomoc w ich rozwiązaniu (16%). Blog to narzędzie wspomagające przekazywanie informacji dotyczących życia codziennego (6%), zaś czat służy komunikacji głównie w celach rozrywkowych (9%).

Rys. 18. Narzędzia komunikacyjne a tematyka rozmów przez nie prowadzonych

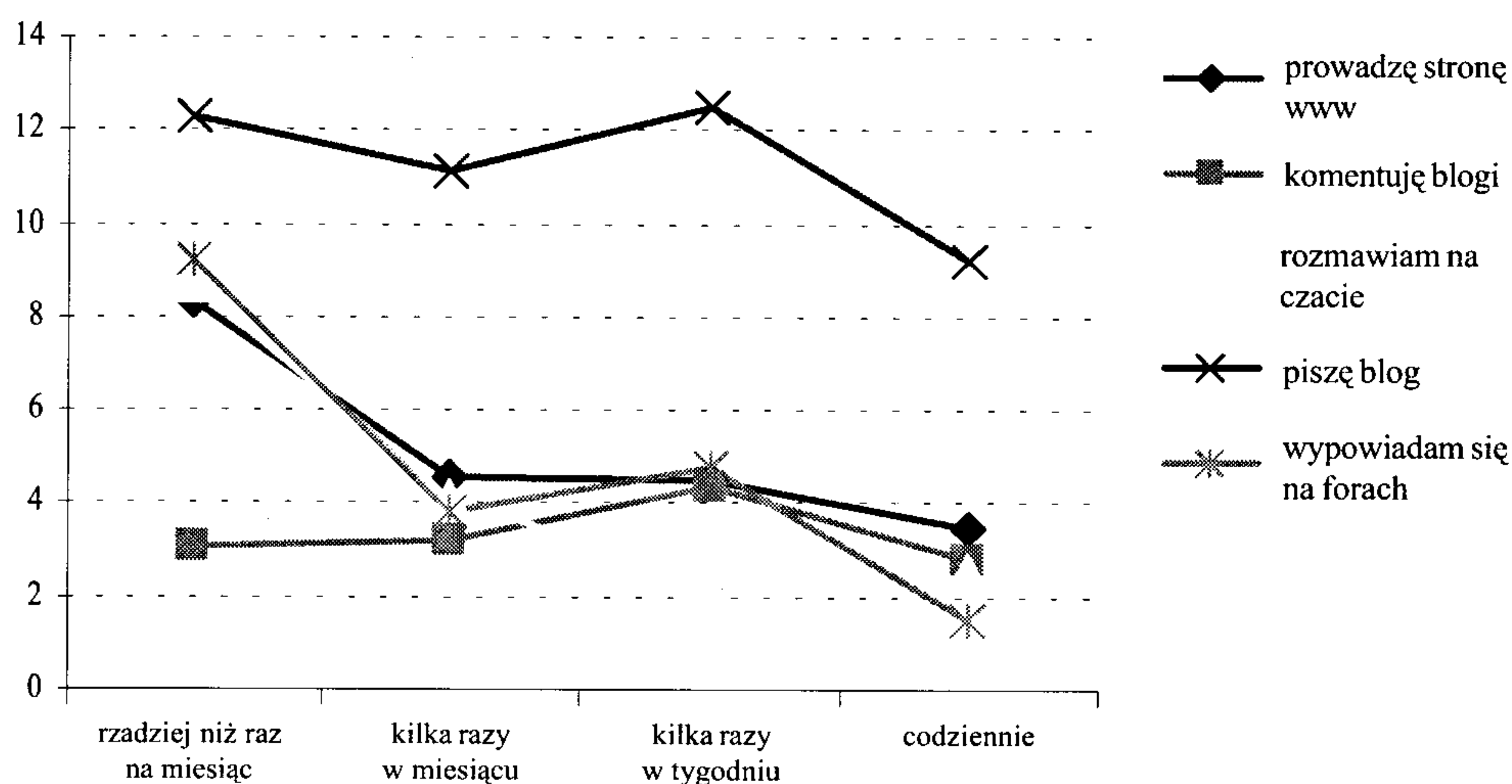
Wśród osób korzystających z poczty elektronicznej, komunikatora i forum (N = 224) zdarzenia z życia codziennego są głównie omawiane poprzez komunikator (85%), forum służy do omawiania problemów (48%), zaś poczta elektroniczna wymianie informacji na tematy związane z pracą zawodową (56%).

Rys. 19. Narzędzie komunikacji a tematy prowadzonych rozmów (wśród użytkowników korzystających z danego narzędzia)

21% badanych przyznaje, iż prowadzi i uaktualnia stronę internetową. Uzyskane wyniki są identyczne do wyników Diagnozy Społecznej 2005, gdzie 21% przyznaje, iż tworzy i modyfikuje własną stronę WWW¹². Podobne wyniki uzyskano w Krakowskim Eksperymentcie Internetowym (KEI), gdzie własną stronę WWW stworzyło i uaktualnia 19% studentów (Napieracz P. Niezgoda M. (2005): 280].

13,5% pisze blog, 18% komentuje inne blogi, a 19% rozmawia na czacie. 28% osób deklaruje, że pisze bądź komentuje inne blogi. Dla porównania w badaniu przeprowadzonym przez firmę Gemius ten odsetek wynosi 34% [Batorski D. (2005): 223]. Różnica pomiędzy badaniem Gemiusa a moim badaniem wynika z tego, iż w tamtym przypadku wzięto również pod uwagę osoby, które czytają blogi.

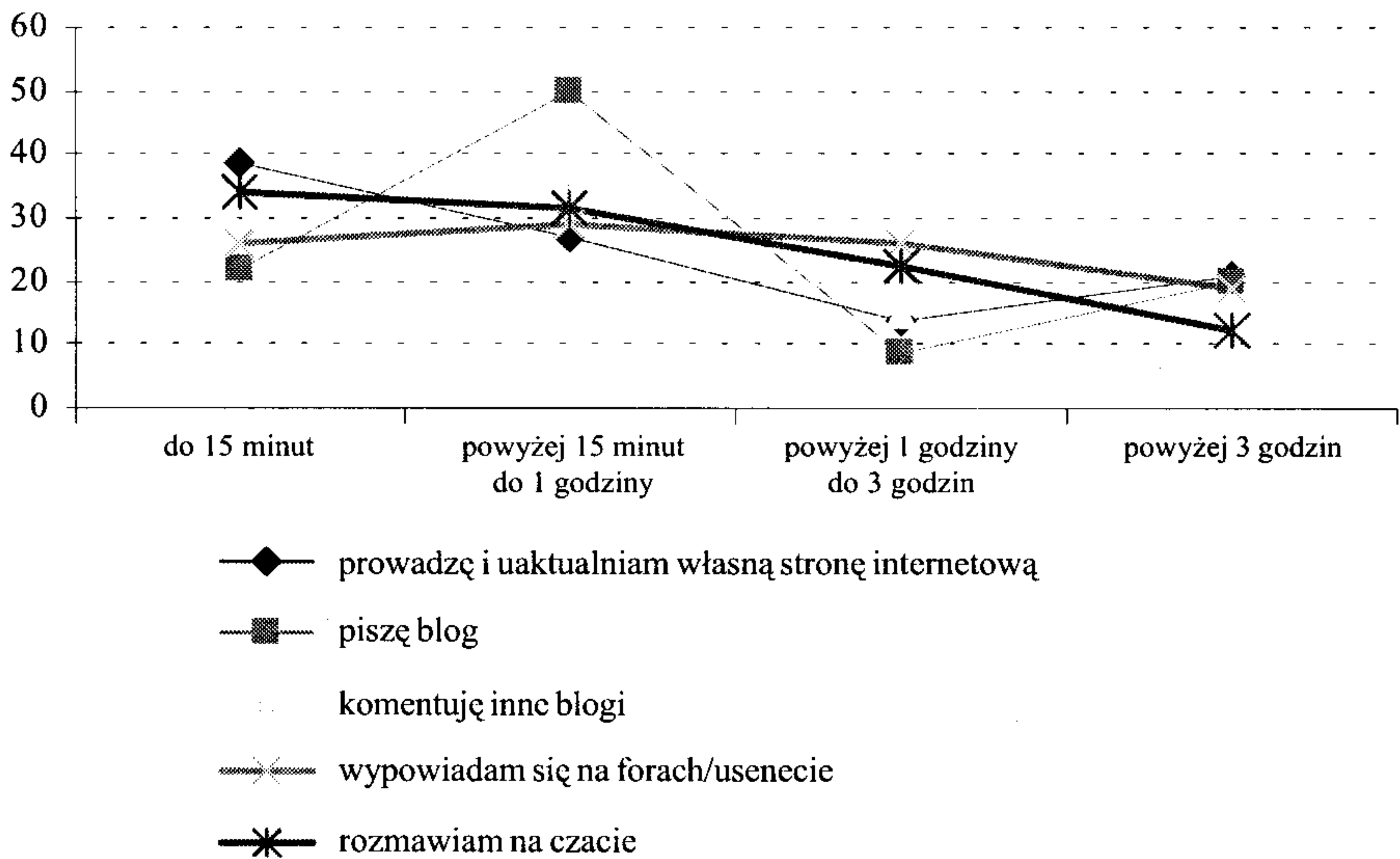
Rys. 20. Częstość korzystania z różnych narzędzi komunikacyjnych¹³ (dane w %)



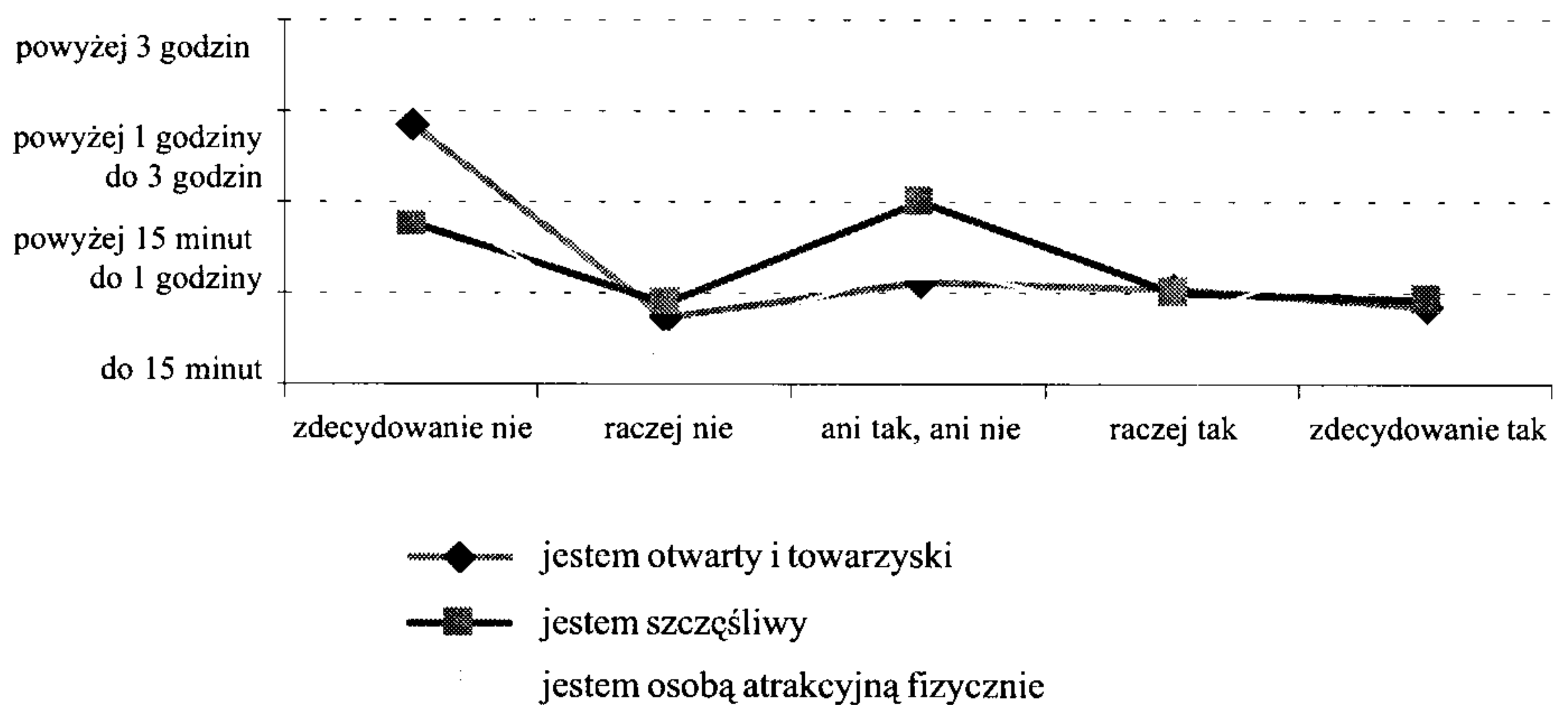
Najwięcej czasu tygodniowo (średnio), tj. powyżej trzech godzin, internauci poświęcają na prowadzenie i uaktualnianie własnej strony internetowej (21%), prowadzenie bloga (20%) oraz wypowiadając się na forach/usenecie (19%).

¹² Pod uwagę wzięto osoby, które wykonywały tę czynność kiedykolwiek.

¹³ Na wykresie przedstawiono dane dotyczące osób, które korzystają z danego narzędzia.

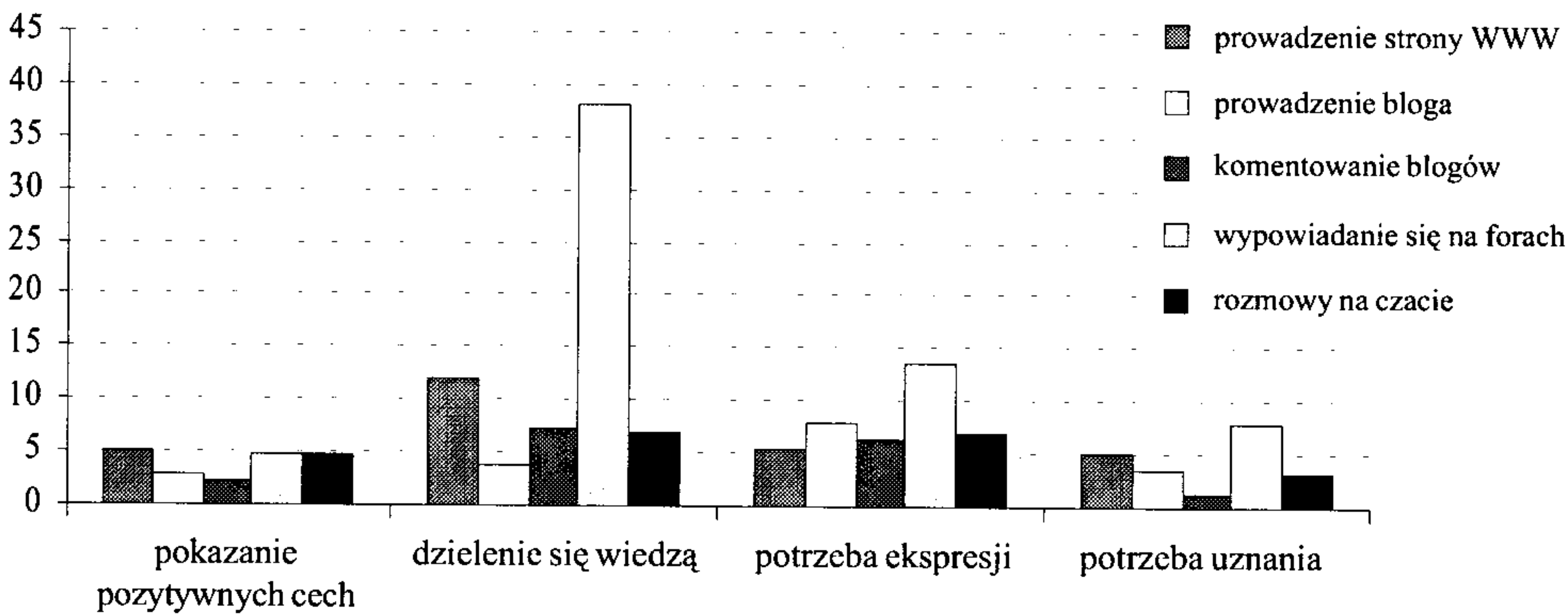
Rys. 21. Czas przeznaczany dziennie na różnego rodzaju aktywności w Internecie

Im osoba mniej otwarta i towarzyska, tym więcej czasu poświęca na pisanie bloga (tau-b Kendalla 0,44) i im mniej szczęśliwa tym więcej czasu poświęca na blogowanie (tau-b Kendalla 0,20).

Rys. 22. Średni czas poświęcany na pisanie bloga w zależności od cech respondenta

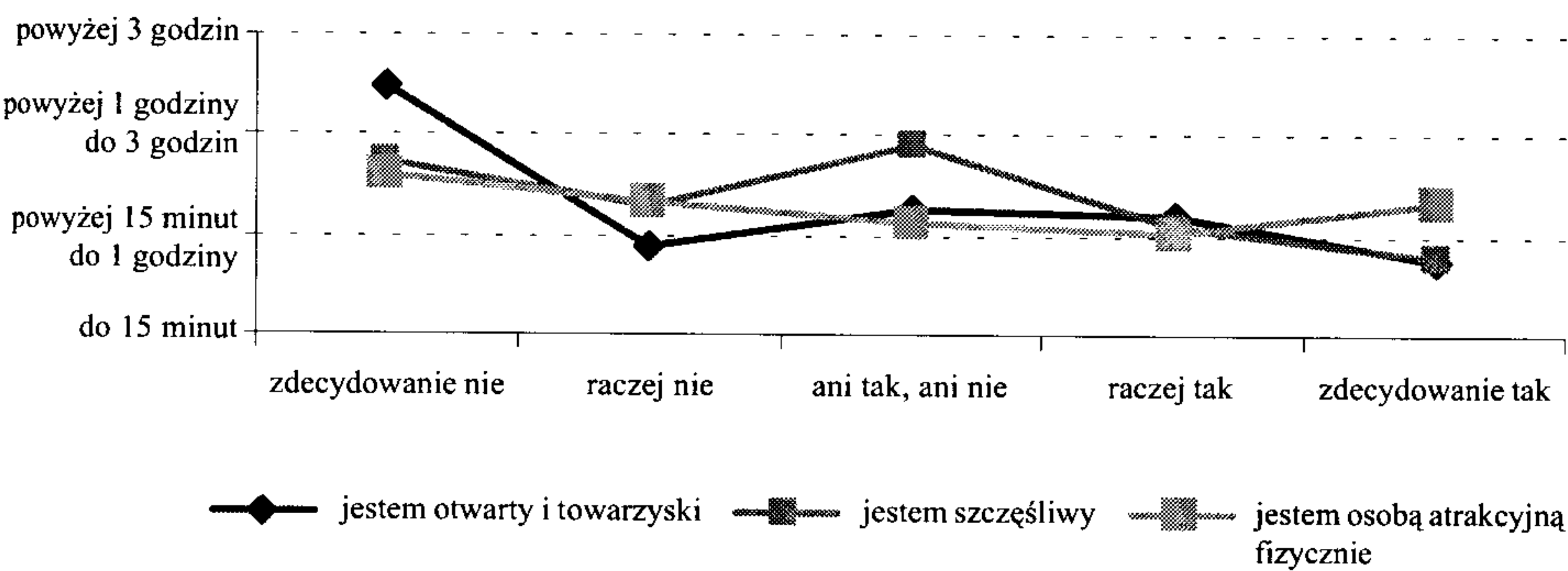
Wśród osób, które wypowiadają się na forach/usenecie głównym motywem tej aktywności jest dzielenie się wiedzą z innymi osobami (38%). W przypadku prowadzenia blogów dominująca jest potrzeba ekspresji (8%), zaś ich komentowania – dzielenie się wiedzą (7%). W przypadku prowadzenia strony internetowej najistotniejsza okazuje się być chęć dzielenia się wiedzą (12%), zaś w przypadku czatu – potrzeba ekspresji (7%).

Rys. 23. Motywy wykonywania określonych czynności w Internecie



Im osoba mniej otwarta i towarzyska, tym więcej czasu poświęca na prowadzenie i uaktualnianie strony WWW (tau-b Kendalla 0,30). Podobnie w przypadku osób mniej szczęśliwych (tau-b Kendalla 0,29). Atrakcyjność fizyczna nie ma związku z czasem poświęcanym na prowadzenie strony WWW (tau-b Kendalla 0,01).

Rys. 24. Średni czas poświęcany na prowadzenie strony WWW w zależności od cech respondenta



Na podstawie przeprowadzonych badań, zarówno przez autorkę, jak i zachodnich badaczy [Kraut R., Kiesler B., Boneva B. (2001)], możemy stwierdzić, że w sytuacji, gdy Internet jest wykorzystywany głównie jako medium komunikacyjne, jego wpływ społeczny jest pozytywny. Komunikacja bowiem pozwala łączyć ludzi, tworzyć wspólne treści, budować kultury, oferować poczucie kolektywnej siły, wzmacniać tożsamość [Pomorski J. M. (2004)], a komunikacyjna rola Internetu wydaje się być jego funkcją dominującą.

Internet jest medium, które sprzyja wzmacnianiu pewnych cech psychospołecznych jego użytkowników. Badania R. Krauta i jego współpracowników potwierdzają, że ekstrawertycy częściej niż introwertycy korzystają z Internetu w celach społecznych, podtrzymując kontakty z rodziną i przyjaciółmi lub zawierając nowe znajomości. Podobne zjawisko opisuje I. S. Fiut, nazywając ten efekt „szkłem powiększającym” – użytkownicy Sieci pozostający w mocnych związkach społecznych wykorzystują interakcje internetowe jako sposób na podtrzymanie i powiększenie zakresu tradycyjnych więzi [Fiut I. S. (2004)]. Warto jednakże pamiętać, że w Internecie powstają głównie więzi słabe. Jednakże ich znaczenie okazuje się być większe niż więzi mocnych. One to bowiem decydują o rozprzestrzenianiu innowacji, norm, mód, otwierając dostęp do innych siatek społecznych, zwiększając szanse dostępu do grup społecznych o innej od naszej pozycji [Bendyk E. (2004)].

Na zasadnicze pytanie postawione w tym artykule: Czy Internet wpływa na przemiany relacji społecznych? na podstawie przeprowadzonych badań i w toku analiz, możemy odpowiedzieć pozytywnie. Warto jednocześnie określić kierunek tego wpływu, w świetle przeprowadzonych badań jest on pozytywny. Internet wydaje się być medium poszerzającym zakres kontaktów społecznych, w wielu sytuacjach relacje te podtrzymując i wzmacniając, szczególnie wówczas, gdy inna forma kontaktu jest niemożliwa bądź utrudniona. Nierzadko relacje *online* stają się częstszą formą kontaktu, jak w przypadku przyjaźni i znajomości.

Literatura

- Batorski D. (2005), *Społeczne aspekty korzystania z nowych technologii*, [w:] Czapiński J., Panek T. (red.), *Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa.
- Bendyk E. (2004), *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*, Warszawa.
- Fiut I. S. (2004), *Komunikacja sieciowa źródłem interakcji społecznych*, [w:] Haber L. (red.), *Społeczeństwo informacyjne. Wizja czy rzeczywistość?*, t. 2, Kraków.

- Kraut R., Kiesler B., Boneva B. (2001), *Internet Paradox Revisited*, „Journal of Social Issues”, McLuhan M. (2004), *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa.
- Napieracz P., Niezgoda M. (2005), *Czy kontakt z komputerem zmienia nasze codzienne życie?*, [w:] Haber L. (red.), *Akademicka społeczność informacyjna na przykładzie środowiska akademickiego Akademii Górniczo-Hutniczej, Uniwersytetu Jagiellońskiego i Akademii Ekonomicznej*, Kraków.
- Pomorski J. M. (2004), *Spółeczeństwo informacji czy społeczeństwo komunikujące się?*, [w:] Mattelart A. (red.), *Spółeczeństwo informacji*. Kraków.
- Wenzel M. (2006), *Internet i komputery: wyposażenie gospodarstw domowych, sposoby i cele korzystania*, BS/58/2006.

Strony internetowe

- Kopeć A. (2006), *Biuletyn Ranking.pl*, [w:] www.ranking.pl.