

## 4. Kształtowanie się relacji interpersonalnych w mikrospołeczności informacyjnej

*Agata Maksymowicz*

Podjęte przez Instytut Nauk Społecznych badania dotyczące studenckiej zbiorowości internetowej (informacyjnej), oprócz ujęcia ilościowego, stosowanego często w różnorodnych analizach dotyczących użytkowników Internetu w Polsce i na świecie, prezentują również podejście jakościowe ukazujące bogatą sferę zjawisk i procesów zachodzących wewnątrz jednej konkretnej społeczności nowego typu – mikrospołeczności informacyjnej. Wychodząc od kontekstu psychologicznego, analizującego psychikę i działania pojedynczych jednostek ludzkich – użytkowników Internetu, przechodzą do aspektów socjologicznych, podkreślających wpływ innych ludzi, instytucji i zbiorowości społecznych na osobowość i zachowania każdego człowieka. Pozwalają też na zasygnalizowanie i diagnozę zmian zachodzących w społeczeństwie, w obrębie jego złożonych podsystemów – części składowych, poczynając od poziomu mikrostrukturalnego, poprzez struktury średniego zasięgu, na wielkich strukturach (społeczeństwo globalne, struktury państwowe) skończywszy. Te zagadnienia, związane z procesem kształtowania się nowego typu społeczeństwa – społeczeństwa „trzeciej fali”, społeczeństwa informacyjnego, są obecnie interpretowane przez przedstawicieli różnorodnych dyscyplin naukowych. Choć symptomy tych nowych zjawisk pojawiły się już kilkadziesiąt lat temu, to nadal są nie do końca poznane i w toku szybko zmieniającej się rzeczywistości oraz rewolucyjnego postępu technicznego nadal stanowią stałe wyzwanie dla badaczy.

Podjęcie socjologicznej analizy dotyczącej problematyki studenckiej społeczności AGH, obejmującej użytkowników sieci komputerowej zainstalowanej w akademikach uczelnianych, wymaga wstępnego wieloaspektowego spojrzenia na badaną populację. Istniejące ujęcia teoretyczne pozwalają tę społeczność przedstawiać i diagnozować między innymi jako:

- fragment większej całości, jaką stanowi nowa, kształtująca się e-generacja;
- publiczność (audytorium) rozproszoną, nowego typu o interaktywnym charakterze;
- krąg społeczny (stycznościowy).

Dopiero po przeanalizowaniu tych właśnie typów zbiorowości i możliwości zastosowania teorii służących wyjaśnianiu zjawisk w nich zachodzących do badanej przez nas populacji, można przejść do kolejnych interpretacji na poziomie grupy społecznej,

czy społeczności. Podstawowy problem badawczy dotyczy tu kwestii, czy kontakty międzyludzkie i instytucjonalne, dokonujące się za pośrednictwem Internetu, tworzą nową jakość społeczną. Czy można mówić o nowym typie zbiorowości, o społeczności informacyjnej? Jakie cechy ją konstytuują? Czy pojawia się w nich nowy typ więzi społecznej i nowe rodzaje styczności?

#### 4.1. Badana populacja jako składnik e-generacji

Pokolenie, czy też generacja, to nie tylko ogniwo genealogii biologicznej (rodzice i ich dzieci). W sensie socjologicznym posiadają te określenia pewne istotne konotacje społeczne i oznaczają takie zbiorowości ludzi, których postawy i światopogląd zostały ukształtowane przez wspólne doświadczenia życiowe, związane z ważkimi wydarzeniami historycznymi danej epoki (*Mala Encyklopedia* 1996). W tym właśnie znaczeniu mówimy o pokoleniu Kolumbów, o generacji dzieci-kwiatów etc. Obecnie pojawiło się nowe określenie: „e-generacja”, a cezurą czasową określającą jej zaistnienie jest powstanie i globalny rozwój Internetu, który wprowadza i wywołuje szereg istotnych zmian w rzeczywistości społecznej.

Portal internetowy Onet.pl, w ramach działań marketingowych przedstawia na swoich stronach WWW i ulicznych tablicach reklamowych wizerunek i manifest wspomnianej już wcześniej nowej, kształtującej się na naszych oczach e-generacji.

Zanim przyjrzymy się bliżej tej akcji, warto zadać sobie pytania:

- Czy można powołać do życia nowe pokolenie za pomocą działań marketingowych i reklamy, a nie obiegu idei głoszonych przez autorytety, intelektualistów, uczonych?
- Czy nowa e-generacja rzeczywiście istnieje, i czy posiada tego świadomość?
- Co wyróżnia tę zbiorowość spośród innych, poza tak oczywistym faktem, jakim jest posiadanie dostępu do Internetu i wynikające stąd wielorakie możliwości?

Odpowiedzi poszukać można w wypowiedziach badanych przez nas studentów, którzy w większości posiadają dostęp do Internetu, skonfrontowanych z wizerunkiem e-generacji, skonstruowanym przez Onet.pl.

A ten prezentuje się następująco (Internet, <http://www.onet.pl/> e-generacja, fragmenty):

E-generację tworzą wszyscy, dla których Internet jest znakiem czasu, a przede wszystkim Ci, których sposób myślenia i działania cechuje otwartość, akceptacja odmienności, niezależność i sceptycyzm. O przynależności do e-generacji decyduje stan umysłu, a nie tradycyjne wyznaczniki wartości człowieka, takie jak wygląd zewnętrzny, status społeczny, zamożność, wykształcenie. E-generacja to ludzie, w których Internet nie wzbudza ani lęku, ani specjalnego zdziwienia, lecz jest częścią ich życia (...).

Stajemy twarzą w twarz z nową rzeczywistością – obserwujemy ją i poddajemy ocenie. Widzimy, że Internet zmienia sposób w jaki pracujemy, uczymy się, postrzegamy świat, bawi-

my się, zrzeczamy i kupujemy. Pojawienie się Internetu oznacza nową jakość w dziedzinie stosunków międzyludzkich i aktywności społecznej. (...) Rozpowszechnienie słowa pisanego, które zawdzięczamy wynalezieniu druku, przyczyniło się do udostępnienia wiedzy i informacji na niespotykaną dotąd skalę. Nie pozwoliło jednak na pokonanie bariery przestrzeni – morza i góry wciąż wyznaczały ludziom nieprzekraczalne granice. Dopiero elektryczne i elektroniczne środki przekazu (telefon, telegraf, radio, telewizja) złamały tę barierę. Miały jednak kilka istotnych niedoskonałości – przekazywały wiadomości w nietrwalej postaci i jednokierunkowo.

Przełom nastąpił wraz z masowym dostępem do Internetu. To właśnie Sieć po raz pierwszy pogodziła trwałą obecność informacji z szybkością jej przekazywania, multimedialnością i interaktywnością. Tak więc pozwoliła na różne formy komunikowania, nie narzucając przy tym stopnia zaangażowania – pewne aspekty Internetu umożliwiają aktywne uczestnictwo (grupy dyskusyjne, chat), inne – bierny odbiór (World Wide Web, transmisje multimedialne Real Audio).

(...) Nie negujemy przeszłości – nie mówimy, że wcześniej ludzie nie mieli nic do powiedzenia, twierdzimy jednak, że każdy będzie wysłuchany, każdy może opowiedzieć swą historię, a ta historia obiegnie cały świat, odbije się szerokim echem. Co równie ważne, wszyscy mają do tego takie samo prawo.

(...) Dzięki Internetowi zyskujemy niezależność (...) Internet umożliwił obieg idei na niespotykaną dotąd skalę. Dał możliwość rzeczywistego kontaktu między nadawcą a odbiorcą. W sieci panuje różnorodność, reprezentowane są odmienne style życia, pomysły, sposoby działania, idee. Dzięki temu zyskujemy globalną perspektywę i wrażliwość na problemy współczesności.

Przyjrzyjmy się jeszcze niektórym „paragrafom” Manifestu e-generacji, przedstawianym na ulicznych tablicach reklamowych:

- WSZYSTKO JEST MOŻLIWE
- INTERNET NIE JEST DZIEŁEM OBCYCH
- WIDZĘ ŚWIAT REALNY, WIDZĘ ŚWIAT WIRTUALNY
- SZUKAM, ROZMAWIAM, TWORZĘ – JESTEM
- NIE JESTEM KONSUMENTEM JESTEM CZŁOWIEKIEM
- CZAS I PRZESTRZEŃ TO FIKCJA
- WYOBRAŹNIA TO DYNAMIT
- KONIEC MONOPOLU MASS MEDIÓW

Mamy zatem tu do czynienia z generacją rewolucyjną, radykalnie nawołującą do zmiany wizerunku świata. Właściwie nie neguje ona przeszłości, ale mocno podkreśla jej niedoskonałość, rysując wspaniałe perspektywy na przyszłość.

Jesteśmy niezależnymi ludźmi, a nie zniewolonymi konsumentami, jak w społeczeństwie industrialnym i kapitalistycznej gospodarce wolnorynkowej.

Czas i przestrzeń to fikcja, nie istnieją. Napotkałam kiedyś nawet postulat jakiejś firmy internetowej, aby zmienić tradycyjny podział doby na 24 godziny i zastąpić go nowymi jednostkami ujmowania czasu. Przypomnijmy, że to w czasie wielkich rewolucji, np. Francuskiej czy Październikowej, zmieniano (chwilowo) tradycyjny kalendarz, by podkreślić doniosłość dziejących się wydarzeń i zerwać z przeszłością i rozpocząć nowe „światlane” czasy.

Z całą pewnością postępujące obecnie zmiany technologiczne, liczne wynalazki i udoskonalenia środków komunikowania (i nie tylko) nie pozostają bez wpływu na rzeczywistość społeczną i kulturę społeczeństwa ludzkiego. Konsekwencje ich oddziaływania są obserwowalne, niektórzy przypisują im kolosalną, rewolucyjną wręcz rolę. Zastanówmy się jednak czy internauci – rzeczywisty podmiot owych przemian, postrzegają siebie właśnie w takiej roli, czy mają świadomość tworzenia i uczestnictwa w nowej generacji?

Nasi respondenci zostali zapytani, czy coś i dokładnie co, jakie cechy wyróżniają użytkowników Internetu od innych ludzi. Na tej podstawie empirycznej podjęto próbę analizy badanej populacji – mikrospołeczności informacyjnej – jako określonego typu zbiorowości, między innymi jako nowej tworzącej się generacji pokoleniowej.

Zdecydowana większość badanych, i to zarówno na pierwszym, jak i trzecim roku studiów (ponad połowa respondentów), kwestionuje tezę o znaczącym wpływie faktu korzystania z Internetu na możliwość wyróżniania jego użytkowników spośród innych ludzi. Duża część nie ma w tej sprawie wyrobionej opinii (ponad 20%). Dane na ten temat prezentuje tabela 4.1.

**Tabela 4.1**

Postrzeganie różnic pomiędzy internautami a ludźmi nie korzystającymi z Internetu wg roku studiów i płci respondentów (w %)

Lp.	Opinie na temat istnienia różnic	Ogółem		I rok		III rok	
		I rok N = 880	III rok N = 531	K N = 332	M N = 548	K N = 184	M N = 347
1	Tak, są różnice	16,8	20,7	12,3	19,6	16,3	23,1
2	Nie ma takich różnic	52,3	56,3	49,4	54,0	57,6	55,6
3	Nie mam zdania	29,9	22,1	36,8	25,7	24,5	20,8
4	Brak odpowiedzi	1,0	0,9	1,5	0,7	1,6	1,5
Razem		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nie występują tu poważniejsze różnice między studentami z I i III roku, brak też istotnych zależności pomiędzy płcią badanych a ich poglądami w sprawie specyficznych cech wyróżniających użytkowników Internetu od pozostałych ludzi nie korzystających z tego środka przekazu. Sytuacja wygląda podobnie w odniesieniu do rozkładu badanej cechy na poszczególnych wydziałach uczelni.

W przypadku studentów I roku istotną zmienną okazało się ich stałe miejsce zamieszkania z okresu nauki w szkole średniej. Ci, którzy kończyli tę szkołę w Krakowie, częściej niż pozostali dostrzegali rangę Internetu wobec zjawiska różnicowania statusu społecznego członków społeczeństwa. Okazali się albo bardziej podatni na sugestie

płynące od elit intelektualnych i politycznych oraz środków masowego przekazu, dotyczących społeczeństwa informacyjnego, albo bardziej niż pozostali badani z I roku (zwłaszcza mieszkańcy wsi) zastanawiali się nad tą kwestią. Informacje i proporcje ilościowe na ten temat pokazuje tabela 4.2.

**Tabela 4.2**

Postrzeganie różnic pomiędzy internautami a ludźmi nie korzystającymi z Internetu w opiniach studentów I roku wg miejsca stałego zamieszkania przed podjęciem studiów w AGH (w %)

Lp.	Opinie na temat istnienia różnic	Ogółem N = 880	Kraków N = 38	Miasta powyżej 301 tys. mieszk. N = 45	Miasta 101–300 tys. mieszk. N = 139	Miasta 21–100 tys. mieszk. N = 424	Miasta poniżej 20 tys. mieszk. N = 190	Wieś N = 44
1	Tak, są różnice	16,8	26,3	11,1	19,4	18,6	12,6	6,8
2	Nie ma takich różnic	52,3	44,7	60,0	55,4	49,8	55,8	50,0
3	Nie mam zdania	29,9	28,9	26,7	24,5	30,7	30,0	43,2
4	Brak odpowiedzi	1,0	0,1	2,2	0,7	0,9	1,6	0,0
Razem		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Internet zmienia świat; nowe pokolenie ludzi z nim związane to ludzie otwarci, kreujący rzeczywistość, poszukujący... Tak przedstawiają e-generację środki masowego przekazu, decydenci i entuzjaści sieci komputerowej. Badani przez nas studenci (ci, którzy potwierdzili istniejące różnice między użytkownikami sieci a ludźmi bez tego dostępu, czyli około 20% z całej badanej populacji) podają zarówno zalety, jak i wady użytkowników Internetu, wyróżniające ich spośród innych.

**Zalety użytkowników sieci komputerowej wg rangi dokonanych wyborów są następujące:**

- posiadają większy niż inni ludzie zasób wiedzy ogólnej;
- są bardziej zorientowani w nowościach światowych;
- są komunikatywni i dociekliwi;
- mają rozwiniętą wyobraźnię;
- uznają się za lepszych od innych, za elitę;
- cechuje ich umiejętność sprawnego, szybkiego zdobywania informacji;
- potrafią lepiej niż inni posługiwać się komputerem.

**Wady użytkowników sieci komputerowej wg rangi dokonanych wyborów są następujące:**

- zbyt wiele czasu spędzają przy komputerze, są od niego uzależnieni;
- izolują się od realnego świata;
- mają problemy z nawiązywaniem osobistych kontaktów z innymi ludźmi;
- nie potrafią rozmawiać na inne tematy, nie związane z komputerem, mają problemy z nawiązywaniem kontaktów osobistych z innymi ludźmi.

Należy podkreślić, że te negatywne cechy użytkowników Internetu podawane były częściej niż ich zalety, a ponadto badani nie formułowali tez o swoich większych możliwościach na rynku pracy w przyszłości czy wspaniałej wizji społeczeństwa informacyjnego, jak również przynależności do nowego pokolenia, będącego przeciwieństwem swych anachronicznych poprzedników. Jednocześnie bardzo istotne jest, że charakteryzują sami siebie, bo w znaczącej większości korzystają z Internetu.

Nie ma tu istotnych różnic w poglądach badanych skorelowanych ze zmiennymi niezależnymi, takimi jak płeć, rok studiów czy miejsce zamieszkania.

Oto niektóre wybrane, pełne wypowiedzi respondentów charakteryzujące w różnorodny sposób użytkowników sieci:

- *Internauci to ludzie uzależnieni w tak dużym stopniu od komputera, że mało widoczni w akademiku (Ankieta nr 2/519\*);*
- *Posługują się charakterystycznym slangiem młodzieżowym (Ankieta nr 2/51);*
- *Są otwarci na nowości, a zamknięci w sobie (Ankieta nr 2/42);*
- *Dla niektórych użytkowników sieci Internet jest jak narkotyk, niektórzy potrafią większość dnia spędzić przy komputerze, nie szukają kontaktów osobistych z ludźmi (Ankieta nr 2/33);*
- *Izolują się od świata realnego, nie mają nigdy czasu na spotkania z przyjaciółmi, tracą kontakt z ludźmi najbliższymi (Ankieta nr 2/8).*

Często podkreślano osłabienie tradycyjnych kontaktów międzyludzkich, uzależnienie od komputera, a nawet posługiwanie się specyficznym językiem (slangiem), zrozumiałym tylko dla internautów, uproszczonym – czasem tylko do krótkich znaków graficznych – i niezwykle lakonicznym.

Najbardziej istotną informacją wydaje się stanowić fakt, że badani w większości nie podzielają opinii, jakoby dostęp do Internetu zmieniał jakościowo tę kategorię ludzi, odróżniając ją od innych, formułując nową generację, odcinając ją od „starego” porządku.

Nie neguję istnienia e-generacji, warto jednak przypomnieć, jak stosunkowo niewielka liczba osób w Polsce posługuje się Internetem, w porównaniu do krajów rozwiniętych gospodarczo. Jesteśmy na początku tej drogi; wśród użytkowników przeważają oczywiście ludzie młodzi, co stanowić może przesłankę tezy o początku kształtowania się nowego jakościowo pokolenia. Nasi badani takiej świadomości jednak na razie nie posiadają.

Tymczasem to jakość każdego nowego pokolenia – jego idee i konkretne działania – przesądzają o biegu historii i tempie przemian. Mówi o tym hiszpański myśliciel przełomu XIX i XX wieku, Jose Ortega y Gasset.

Zmiany zachodzące w człowieku są konsekwencją jego wrażliwości witalnej – sposobu odczuwania istnienia, „najgłębszego uczucia wobec życia” – zjawiska podstawowego, określającego epokę, w której przyszło mu żyć. Nie wszystkie zjawiska w jednakowy sposób oddziałują na ludzką rzeczywistość; przemiany industrialne, czy polityczne nie są zbyt istotne i głębokie, ponieważ zależą od idei, wyborów moral-

---

\* Po ukośniku podano kolejny numer ankiety, nadany przez badaczy podczas procesu opracowywania danych.

nych i estetycznych, jakich ludzie dokonują, często wzorując się na poczynaniach elit. Wyznawane ideologie, etyka, gusta i mody z kolei zależą właśnie od owej wrażliwości moralnej. Jej odmiany, mające zasadnicze znaczenie dla historii, przejawiają się w formowaniu się pokoleń, na które składają się zarówno masy, jak i wybitne jednostki. Mimo różnic pomiędzy ludźmi z jednego pokolenia łączy ich jedno – są dziećmi swoich czasów, a dystans ich dzielący jest mniejszy niż różnice międzypokoleniowe. Każda generacja danego społeczeństwa reprezentuje inny poziom wrażliwości witalnej, wyłania się z poprzedniej, mając do czynienia z jej spuścizną i dokonaniem. Stosunek do rzeczywistości zastanej wyznacza status każdego kolejnego pokolenia. Jeżeli jednakowo traktują to, co zastały, i te wartości, które same stworzyły, wówczas rozpoczynają i funkcjonują w „epoce kumulacyjnej”. Kiedy negują dokonania z przeszłości, uczestniczą w „epoce polemicznej i eliminującej”, są pokoleniem walki, radykalnie zmierzającym do stworzenia nowego porządku społecznego, przyspieszenia przemian i rozwoju społecznego. W pierwszym przypadku ludzie młodzi współpracują ze starymi i podporządkowują się ich wartościom, ich polityce, nauce, sztuce; w drugim odcinają się od przeszłości. Każde pokolenie ma do spełnienia własną misję dziejową, jednak niektóre nie podejmują się tego dzieła, są wtedy „generacjami dezerterów”, godzącymi się na przeżytki i relikty minionych epok; mimo wyzwania nowych czasów, godzą się na apatię i zastój w polityce, nauce, sztuce.

Zwiastunem nowych czasów jest „myśl”, nauka (wszystkie jej dyscypliny, a zwłaszcza filozofia) wyczuwająca nowe wymogi i nową wrażliwość witalną (Ortega y Gasset 1992: 41–92).

Tak więc tylko pokolenia nastawione na zmiany w zastanym porządku społecznym generują rzeczywiste przełomy i nowe jakościowo zjawiska i procesy. Czy e-generacja jest właśnie takim polemizującym z przeszłością i tworzącym nowy obraz świata pokoleniem? I jaki to będzie świat?

Jesteśmy na początku tej drogi, warto zatem zastanowić się nad wszystkimi konsekwencjami „nowego”.

Do refleksji na ten temat posłużyć może również głos Ryszarda Kapuścińskiego (2000: 20):

Techniczny postęp w komunikacji międzyludzkiej, choć ważny, nie zmniejsza trudności w komunikacji duchowej i mentalnej, w porozumieniu i przede wszystkim – w zrozumieniu. Choćby przepaść międzypokoleniowa, brak wspólnego języka, wspólnej skali wartości są dziś większe niż kiedykolwiek.

## **4.2. Studencka mikrospołeczność informacyjna jako publiczność (audytorium) rozproszona nowego typu**

Publiczność jest jedną z odmian zbiorowości opartych na podobieństwie zachowań. Inne to na przykład zbiegowisko, czy tłum. Publiczność zebrana w jednym określonym miejscu w celu odbioru różnego typu przekazów informacyjnych znana jest

oczywiście od dawna. Publiczność rozproszona, nie gromadząca się w sprecyzowanej przestrzeni w celu odbierania przekazu powstała dopiero wtedy, gdy powstały masowe środki komunikowania (druk, radio, telewizja). Czytelnicy książek, czasopism, słuchacze radia, widzowie programów telewizyjnych i kinowi stanowią właśnie takie medialne audytorium rozproszone.

Istnieją różnorodne ujęcia teoretyczne dotyczące tego typu zbiorowości. Na początku XX wieku powstała koncepcja Gabriela Tarde'a, traktująca publiczność rozproszoną jako grupę społeczną charakteryzującą się zasadą odrębności od innych zbiorowości, poczuciem przynależności i wspólnoty (więź psychiczna i społeczna) i kontaktami bezpośrednimi pomiędzy jej członkami. Opierał się tu na obserwacji i analizie ówczesnych czytelników prasy, którzy stanowili dosyć elitarną grupę ludzi wykształconych, o wysokim statusie społecznym, którzy gromadzili się w kafejkach i na bieżąco dyskutowali ważne wydarzenia, opisywane w gazetach (Goban-Klas 1999: 209). Późniejsze teorie ujmowały publiczność jako masy lub agregat, czyli luźny zbiór jednostek – odbiorców przekazów płynących z mass mediów. W połowie XX wieku socjologowie powrócili do koncepcji medialnej publiczności masowej jako wspólnoty, czy grupy (*op.cit.*: 210–213).

Obecnie wyróżnia się cztery podstawowe typy audytoriów (*op.cit.*: 233).

- 1) Audytorium tworzące grupy społeczne, gdzie już istniejące zbiorowości (warstwy społeczne, społeczności lokalne, grupy etniczne) tworzą aktywne wspólnoty dla realizowania określonych celów związanych z istotnymi problemami, interesami, wydarzeniami. Przykładem może być prasa lokalna, parafialna czy etniczna posiadająca ścisłe związki ze swoimi czytelnikami.
- 2) Audytorium jako subkultury gustów – formujące się na kanwie wspólnych poglądów, indywidualnych potrzeb, odbierające podobne treści i przejawiające te same zachowania konsumenckie.
- 3) Audytorium jako grupy fanów, skupiające miłośników konkretnego gatunku artystycznego, konkretnej „kultowej” aktualnie postaci ze świata sztuki zarówno elitarniej, jak i masowej.
- 4) Audytorium czysto medialne tworzone przez ludzi przyzwyczajonych i lojalnych wobec konkretnego nośnika informacji (gazety, programu radiowego, kanału telewizyjnego), którego przekazu są wiernymi odbiorcami.

Internet (i inne nowe media telematyczne) przynosi zmiany w postrzeganiu audytorium, które z dotychczasowych biernych odbiorców komunikatów, tworzy aktywnych użytkowników zdobytych informacji, mających wpływ na „zawartość informacyjną” tego środka przekazu. Powstaje publiczność rozproszona o nowym interaktywnym charakterze. Może być jednocześnie nadawcą, jak i odbiorcą przekazów oraz ich użytkownikiem. Audytorium może samo kreować i pokazywać światu swoje własne komunikaty. Zaczyna posiadać kontrolę nad procesem komunikowania, co nie oznacza jednak braku odgórnego nadzoru nad członkami tej rozproszonej po całym świecie publiczności (Goban-Klas *et al.* 1999: 22).



Badani przez nas studenci – ujmowani jako element tej globalnej publiczności, jako użytkownicy sieci komputerowej – mogą stać się podmiotem i przedmiotem zainteresowania przede wszystkim w związku z zakresem swego uczestnictwa w bogatej ofercie Internetu oraz ilością czasu poświęcanego na wędrówki po sieci. Tymi zagadnieniami zajmują się głównie instytucje badań rynkowych, otrzymujące zlecenia od reklamodawców.

Częstotliwość korzystania z Internetu jest w analizowanej populacji dosyć intensywna. Najwięcej badanych użytkuje sieć codziennie (26,3% respondentów z I roku i 53,7% z III roku), przy czym znacznie częściej czynią to mężczyźni (odpowiednio: 37,4% i 63,1%) niż kobiety (7,8% i 35,9%) oraz studenci starsi w porównaniu do tych z roku I, zwłaszcza z dwóch wydziałów uczelni: EAIiE (I rok: 55,8%, III rok: 93,9%) oraz FiTJ (odpowiednio: 63,6%, 75,0%). Na drugim miejscu znalazła się odpowiedź o korzystaniu z Internetu dwa–trzy razy w tygodniu. W porównaniu z danymi ogólnopolskimi ten czas spędzany w Internecie jest znacznie dłuższy. Według instytutu badawczego GfK Polonia tylko 20% polskich użytkowników sieci korzysta z niej codziennie, a 26% dwa lub trzy razy w tygodniu (źródło: Gazeta Wyborcza, 2000).

Czas spędzany w Internecie wykorzystywany jest najczęściej na pocztę elektroniczną, automatyczne (bez konkretnego celu) przeglądanie stron i witryn, zdobywanie informacji (zamiast prasy, radia, telewizji), rozmowy internetowe, kopiowanie dysków i oprogramowania, wykorzystywanie programów edukacyjnych do nauki, kontakty z AGH, erotykę i gry sieciowe.

Zdecydowana większość badanych odżegnuje się od hakerstwa, nie deklaruje też prowadzenia prywatnego e-biznesu czy uczestnictwa w grupach dyskusyjnych i robienia zakupów internetowych.

Takie podejście do analizowanej zbiorowości – jako elementu składowego globalnej publiczności rozproszonej – jest dla socjologa interesujące o tyle, że nakierowuje jego uwagę na podobieństwo zachowań i emocji jednostek tworzących to audytorium. Oczywiście te cechy są znacznie mniej intensywne niż w przypadku publiczności zebranej w jednej określonej fizycznie przestrzeni, jednak z całą pewnością mamy z nimi do czynienia. Dlatego właśnie odbiorcy przekazów medialnych są traktowani przez firmy reklamowe i marketingowe jako potencjalni nabywcy wszelkiego rodzaju towarów i usług. Przedsiębiorcy liczą na możliwość wywierania na nich wpływu i kształtowania postaw konsumpcyjnych, obligujących do zakupu zachwalanych dóbr.

### **4.3. Mikrospołeczność informacyjna w kontekście społecznych kręgów stycznościowych**

W tradycyjnym ujęciu socjologicznym kręgi społeczne są niewielkimi zbiorowościami opartymi na osobistych, bezpośrednich stycznościach (kontaktach), o słabej więzi instytucjonalnej, nie posiadającymi wyraźnej zasady odrębności od innych, bez

stałego ośrodka skupienia oraz trwałych wartości, symboli oraz celów. Od grupy nieformalnej różnią się swym płynnym i nie do końca określonym składem członkowskim. Wyróżnia się kręgi: stycznościowe, koleżeńskie i przyjacielskie, powstające na kanwie w miarę regularnych spotkań w pewnej określonej przestrzeni (miejsce pracy, szkoła, kawiarnia etc.). Zasadniczą funkcją kręgów jest wymiana poglądów, przekonań, komentarzy i argumentów, czyli dyskusja i formowanie opinii. Kręgi łatwo przekształcić się mogą w grupy nieformalne i grupy pierwotne, kiedy postawią sobie jakieś cele i zadania do realizacji przez swoich członków. Wówczas z konieczności tworzą instytucje, formy organizacji, system kontroli oraz ustalają zasadę odrębności (Szczepański 1970: 255 i nast.).

W dobie Internetu, gdy wielka liczba osób utrzymuje wzajemne kontakty poprzez przesyłanie e-maili, należy zastanowić się, czy możliwe jest tworzenie kręgów tą właśnie drogą, za pośrednictwem Internetu. Wprawdzie nie mamy wtedy wprost do czynienia ze stycznościami osobistymi, kontaktami typu „face to face” i wspólną przestrzenią (konkretnym miejscem) odbywanych spotkań, tylko kontaktami zapośredniczonymi, dokonującymi się za pomocą medium – środka przekazu, ale ten nowy rodzaj interakcji nie do końca jeszcze przez socjologów rozpoznany, wymaga takiej analizy, zwłaszcza że prowadzić może do bezpośrednich kontaktów międzyludzkich. Nie ma w tych relacjach międzyludzkich dokonujących się w sieci łączności przestrzennej, ale jest łączność psychiczna i emocjonalna, co stanowi równie ważny element kształtowania się więzi społecznej. Jednocześnie podkreślić należy globalny zasięg Internetu i powstanie możliwości nawiązywania kontaktów na niespotykaną do tej pory skalę, bez barier geograficznych.

Stąd w naszych empirycznych narzędziach badawczych pojawiły się pytania dotyczące tej właśnie kwestii, „styczności internetowych” respondentów, stanowiące operacjonalizację teoretycznych problemów. Młodzież akademicka została najpierw poproszona o sprecyzowanie, skąd pochodzi jej krąg najbliższych znajomych, kolegów i przyjaciół, a następnie zapytaliśmy o zasięg jej kontaktów e-mailowych oraz o to czy utrzymuje takie właśnie kontakty z poznanymi na studiach osobami.

Okazało się, że nawet wśród respondentów z III roku uczelni bardzo dużo jest deklaracji, że ich najbliżsi znajomi pochodzą z miejsca zamieszkania oraz ze szkoły średniej (ponad połowa badanych). Starsi studenci najczęściej jednak zaliczają do swoich kolegów osoby poznane w uczelni; młodsi jeszcze tak licznych relacji nie nawiązali. Istnieje też znaczący odsetek młodzieży, która zalicza do tego grona poznanych przez Internet (tab. 4.3).

Liczba nowych znajomości nawiązywanych za pośrednictwem Internetu rośnie wraz z zaawansowaniem wieku badanych i czasem spędzonym na uczelni. Na I roku to mężczyźni częściej nawiązują takie kontakty, na III natomiast – kobiety. Ponad 10% badanych zalicza ludzi poznanych poprzez sieć komputerową do grona swych znajomych, zwłaszcza dotyczy to mieszkańców akademików podłączonych do sieci. Ten wynik to ważny sygnał mogący inicjować nowe spojrzenie badaczy na funkcjonowanie kręgów społecznych.

**Tabela 4.3**

Miejsce pochodzenia bliskich znajomych badanej młodzieży wg roku studiów i płci (w %)

Lp.	Skąd wywodzą się znajomi?	Ogółem		I rok		III rok	
		I rok N = 880	III rok N = 531	K N = 332	M N = 548	K N = 184	M N = 347
1	Ze szkoły średniej	77,3	50,9	74,1	79,2	42,4	55,3
2	Ze studiów	68,8	83,9	72,9	66,2	81,5	85,3
3	Z miejsca zamieszkania	73,9	59,3	71,1	75,7	55,4	61,4
4	Poznani przez Internet	10,1	12,2	6,7	12,2	14,1	11,2
5	Nie mam znajomych	1,3	2,3	0,9	1,5	1,6	2,6
6	Brak odpowiedzi	1,3	0,4	0,6	1,6	0,0	0,6

Przyjrzyjmy się obecnie, jak wygląda zależność pomiędzy różnymi wydziałami uczelni a przyjmowaniem do grona swoich bliskich znajomych tych poznanych za pośrednictwem Internetu oraz jak przedstawiają studenci I roku swoje kontakty e-mailowe wg miejsca swego zamieszkania w czasie edukacji w szkole średniej (tab. 4.4 i 4.5).

**Tabela 4.4**

Liczba studentów zawierających znajomości za pośrednictwem Internetu wg roku i wydziału studiów (w %)

Lp.	Wydział	Liczba respondentów deklarujących utrzymywanie znajomości przez Internet	
		I rok N = 880	III rok N = 531
1	Górn.	10,11	7,3
2	MiIM	8,12	31,8
3	EAIiE	26,6	10,9
4	IMiR	12,9	14,6
5	GGiOŚ	9,7	10,6
6	GGiIŚ	9,7	9,8
7	IMiC	5,9	9,5
8	Odlew.	3,3	14,3
9	WNIg	11,9	0,0
10	Zarz.	11,5	11,8
11	PiE	11,8	9,4
12	FiTJ	12,1	18,8

**Tabela 4.5**

Posiadanie znajomych z Internetu a miejsce stałego zamieszkania respondentów z I roku (w %)

Lp.	Miejsce stałego zamieszkania	Liczba respondentów z I roku deklarujących utrzymywanie znajomości przez Internet N = 880
1	Kraków	7,9
2	Miasta pow. 301 tys. mieszk.	17,8
3	Miasta od 100 do 300 tys.	12,2
4	Miasta od 21 do 100 tys.	9,9
5	Miasta poniżej 20 tys.	8,9
6	Wieś	4,6

Na niektórych wydziałach (EAIiE, Górniczy, WNiG, PiE) widoczny jest spadek deklaracji o posiadaniu znajomych z Internetu, jednak test istotności wskazuje, że nie jest to szczególnie znacząca zależność. Generalnie najczęściej tego rodzaju kontakty nawiązują studenci EAIiE (I rok) i MiIM oraz FiTJ (III rok).

Studenci I roku, wywodzący się ze wsi najrzadziej deklarują chęć nawiązywania kontaktów stycznościowych przez Internet w przeciwieństwie do mieszkańców dużych miast (z wyjątkiem Krakowa).

Zasięg kontaktów e-mailowych jest zróżnicowany. Badani z III roku, głównie mieszkańcy akademików podłączonych do sieci, najczęściej wskazywali, że utrzymują tego rodzaju relacje z kilkoma lub kilkunastoma osobami, a respondenci z I roku twierdzili w większości, że nie wysyłają maili, bądź jeśli już, to do nielicznych osób. Ponieważ wcześniej wykazano, że niewiele ponad 10% młodzieży posiada znajomych z Internetu, teraz oczywiście okazuje się, iż badani wysyłają listy elektroniczne nie tylko do swoich kolegów. Dane na ten temat prezentuje tabela 4.6.

**Tabela 4.6**

Zasięg kontaktów e-mailowych w zależności od roku studiów i płci respondentów (w %)

Lp.	Zasięg utrzymywanych kontaktów e-mailowych	Ogółem		I rok		III rok	
		I rok N = 880	III rok N = 531	K N = 332	M N = 538	K N = 184	M N = 347
1	Z kilkadziesiątoma osobami	3,9	5,1	2,1	4,9	4,9	5,2
2	Z kilkunastoma osobami	14,8	27,5	11,4	16,8	25,5	28,5
3	Z kilkoma osobami	23,5	30,1	16,3	27,9	26,1	32,3
4	Z pojedynczymi osobami	19,6	18,3	19,3	19,7	21,2	16,7
5	Nie utrzymuję takich kontaktów	36,2	17,9	48,5	28,8	21,2	16,1
6	Inne odpowiedzi	0,8	0,2	0,9	0,7	0,0	0,3
7	Brak odpowiedzi	1,2	0,9	1,5	1,2	1,1	0,9
Razem		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Więcej kobiet niż mężczyzn nie kontaktuje się za pośrednictwem poczty elektronicznej z innymi ludźmi. Jednakże kobiety, które korzystają z poczty elektronicznej, robią to znacznie częściej niż mężczyźni. Biorąc pod uwagę wydziały, na których studiują badani, należy powiedzieć, że studenci EAIiE najczęściej spośród pozostałych utrzymują kontakty e-mailowe, podobnie jak mieszkańcy większych miast, aktualnie zameldowani w domach studenckich.

Ci z respondentów, którzy studiują na III roku i mieszkają w domach studenckich podłączonych do sieci, zapytani dodatkowo o utrzymywanie kontaktów internetowych z kolegami ze studiów odpowiedzieli w większości, że je utrzymują. Natomiast studenci roku I raczej nie posługują się tą formą komunikowania. Może to wynikać z faktu, że nie czują się jeszcze w pełni zintegrowani ze społecznością akademicką oraz że w mniejszym stopniu posiadają dostęp do Internetu. Kobiety rzadziej niż mężczyźni odczuwają potrzebę wysyłania e-maili do znajomych z macierzystej uczelni, co oznacza chyba, że poczta elektroniczna służy im do komunikowania się z osobami z zewnątrz, spoza AGH. Szczegółowe dane zamieszczone są w tabeli 4.7.

**Tabela 4.7**

Utrzymywanie kontaktów z kolegami ze studiów za pośrednictwem Internetu w zależności od roku studiów i płci respondentów (w %)

Lp.	Utrzymywanie kontaktów internetowych z kolegami ze studiów	Ogółem		I rok		III rok	
		I rok N = 880	III rok N = 531	K N = 332	M N = 538	K N = 184	M N = 347
1	Tak	35,1	64,2	26,5	40,3	58,2	67,5
2	Nie	63,4	34,3	72,3	58,0	40,7	30,8
3	Brak odpowiedzi	1,5	1,5	1,2	1,7	1,1	1,7
Razem		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Podsumowując problematykę badanej zbiorowości ujmowanej jako krąg bądź kręgi społeczne, należy stwierdzić, że pojawiają się tu nowe jakościowo zjawiska. Są kontakty między ludźmi, nawet ściśle, zażyłe, a nie ma wspólnej przestrzeni w sensie materialnym, namacalnym, fizycznym; jest za to wspólna przestrzeń wirtualna – sieć komputerowa wytwarzająca łączność psychiczną i społeczną między ludźmi. I tak jak zostało powiedziane na wstępie: kręgi są zbiorowościami ludzi dyskutujących, wymieniających poglądy, kształtujących wzajemnie swe postawy i opinie. To samo stwierdzenie można odnieść właśnie do Internetu: dyskusji toczonych na jego łamach, czatów etc., one również pełnią takie funkcje jak tradycyjne kręgi społeczne; po to zaistniały i dlatego są tak popularne, zwłaszcza wśród młodzieży.

Jednak można znaleźć głosy odmawiające tego rodzaju kontaktom stwarzania możliwości silnego i prawdziwego zaangażowania emocjonalnego i intelektualnego.

Oto co na ten temat pisał C. Stoll (2000: 32–33):

Mówi się, że Internet jest doskonałym środkiem umożliwiającym zawieranie nowych znajomości. Pozwala przełamać nieśmiałość, zetknąć się z osobami o podobnych zainteresowaniach, nawiązać przyjaźń i być może znaleźć towarzyszkę lub towarzysza życia. Dzieląc się swoimi zmartwieniami, można uzyskać pomoc i radę od osoby z drugiego końca kraju. To wszystko prawda. Kontakty międzyludzkie w sieci są obarczone mniejszym ryzykiem niż rozmowy twarzą w twarz, z drugiej jednak strony cechuje je brak głębi i zaangażowania. (...) To prawda, że podczas bezpośrednich spotkań czasami czujemy się niezręcznie – nie zawsze rzeczywistość spełnia nasze oczekiwania. Realne kontakty międzyludzkie znacznie jednak przewyższają doświadczenia sieciowe. Elektroniczna komunikacja jest błyskawicznym i iluzorycznym kontaktem, który stwarza pozory bliskości, lecz brakuje jej emocjonalnego zaangażowania koniecznego do nawiązania bliskiej przyjaźni. (...) Umysłowy kontakt bez fizycznej interakcji podkopuje więzi społeczne (...).

Kontakty wirtualne są zatem powierzchowne, przelotne, nie zastępujące tych prawdziwych, występujących w świecie realnym. Mogą one posiadać destrukcyjny wpływ na tradycyjne typy więzi społecznej, rozbijać ludzkie wspólnoty.

Według R. Kapuścińskiego (2000: 20)

Współczesna technika komunikacyjna, miast zespalać społeczeństwo, sprzyja jego atomizacji. Zbliżenie powierzchowne, techniczne, jakie daje choćby (...) przekaz elektroniczny, zajmuje miejsce bliskości rzeczywistej, do jakiej dochodzi poprzez dialog, dyskusję, rozmowę, śpiew, gawędę. Grupa ludzi, będąc fizycznie razem w jednym miejscu – nie próbuje nawiązać między sobą kontaktu, lecz każdy, mając w rękę telefon komórkowy, rozmawia z kimś tu nieobecnym, dalekim, nieznanym reszcie. W ten sposób nie powstaje ta nieuchwytna i trudna do zdefiniowania, a tak ważna dla międzyludzkich więzi wymiana energii – jaką bezwiednie i bezintencjonalnie emanuje każdy człowiek w stronę Drugiego, w kierunku Innych.

Takim poglądom sprzeciwia się z kolei profesor Jeffrey Cole z Uniwersytetu Kalifornijskiego w Los Angeles. Po przeprowadzeniu sondażu w 2096 amerykańskich domach, stwierdził, że 25% zbadanych osób deklaruje poznanie nowych przyjaciół przez Internet, a 12% spośród nich zawarło już bezpośrednie znajomości (źródło: Internet, [www.radiozet.com.pl](http://www.radiozet.com.pl)).

W naszych badaniach zakres znajomości internetowych jest nieco mniejszy, ale biorąc pod uwagę liczbę użytkowników sieci w Stanach Zjednoczonych i w Polsce, nie należy się temu dziwić.

Jak widać z powyższej wymiany opinii, trudno na razie o ostateczne rozstrzygnięcia w kwestii kontaktów międzyludzkich dokonujących się za pomocą nowoczesnych nośników informacji.

Reasumując całość podjętej w tym rozdziale problematyki, zamierzeniem moim było pokazanie kilku możliwości i perspektyw badawczych, za pomocą których można badać studencką społeczność informacyjną. Każda z nich pozwala na dostrzeżenie i analizę tej zbiorowości pod innym kątem, z odmiennej płaszczyzny poznawczej.

Trudno na tym wstępnym etapie badań o jednoznaczne rozstrzygnięcia naukowe w tym zakresie. Wiele też zależy od przyjętych założeń i nastawienia badacza do omawianego problemu. Niektórzy z nich, sceptycznie nastawieni do nowinek technologicznych i oficjalnych optymistycznych prognoz dotyczących szans rozwojowych każdego

społeczeństwa, które wejdzie na drogę tworzenia e-gospodarki, będą wskazywali na negatywne skutki funkcjonowania w nowej, informacyjnej rzeczywistości społecznej, ekonomicznej i kulturowej. Inni z kolei skupiają się na poszukiwaniach potwierdzających rewolucyjny postęp dokonujący się na naszych oczach.

Symptomatycznym zjawiskiem jest, że wśród naukowców istnieją sprzeczne opinie na temat pozytywnych i negatywnych konsekwencji psychologicznych i społecznych związanych z życiem w rzeczywistości informacyjnej. Tak naprawdę to jedynie skutki ekonomiczne są na razie w miarę dobrze rozpoznawane. A czy świat wirtualny łączy ludzi i stwarza im możliwości działania, czy też ich alienuje i wyłącza z realnej rzeczywistości – tu zdania są podzielone. Nieprzypadkowo chyba również nasi badani na pytanie, co odróżnia Internautów od ludzi nie korzystających z Internetu, na pierwszym miejscu wymieniali zbytnie uzależnienie od komputera tych pierwszych i ich brak umiejętności nawiązywania bezpośrednich kontaktów z ludźmi żyjącymi tuż obok nich. A więc nie stawiali na pierwszym miejscu elitarnego charakteru tych umiejętności związanych z obsługą i wykorzystaniem komputera, tylko wskazywali na ujemne skutki przebywania w sieci.

Widać również, że nie zanikają bariery utrudniające dostęp do Internetu mieszkańcom wsi. Oni najczęściej nie stają się użytkownikami sieci, a przecież to ona miała właśnie tego rodzaju przeszkody niwelować. Tak się na razie i w Polsce, i w Akademii Górniczo-Hutniczej nie stało, mimo że uczelnia zadbała o wyposażenie akademików w gniazdko internetowe i dostęp do sieci. Być może ta kategoria respondentów nie może sobie pozwolić na zakup komputerów ze względu na trudności finansowe.

Najczęstszymi użytkownikami komputera są oczywiście studenci wyższych lat studiów, głównie z Wydziału EAiR, co jest zrozumiałe, zważywszy na ich zdobywane aktualnie przygotowanie zawodowe. Te umiejętności są oczywiście w dzisiejszych czasach szczególnie poszukiwane, bez nich bowiem i bez odpowiedniej infrastruktury Polska nie wejdzie do grona państw rozwiniętych i bogatych, nie stanie się społeczeństwem informacyjnym.

Na zakończenie chciałabym wspomnieć o zagrożeniach związanych z rozwojem nowej globalnej gospodarki silnie związanej z Internetem. Nasi studenci będą przecież w swoim przyszłym życiu zawodowym od jej kondycji uzależnieni. Niektórzy autorzy upatrują w gospodarce globalnej przyczynę wzrostu bezrobocia np. w Europie Zachodniej, ponieważ wielkie światowe koncerny i korporacje gospodarcze wyszukują swoich pracowników w takich rejonach (np. Chiny, Indonezja), gdzie można mniej im zapłacić, nie wnosząc przy okazji opłat podatkowych. Odległości dzięki Internetowi już się nie liczą, pracownicy mogą pracować w znacznie oddalonych geograficznie od siebie miejscach. Wypracowanie systemu wysokiej efektywności pracy w przedsiębiorstwach sprawia, że można w nich znacznie zredukować wielkość zatrudnienia. Czy rzeczywistość zagraża ludzkości wizja świata z 80-procentowym bezrobociem i 20-procentową elitą pracującą w nowej gospodarce? (Martin *et al.* 1999).

Unia Europejska bardzo się stara wdrożyć do programu rozwoju swych państw członkowskich tworzenie społeczeństwa informacyjnego, dorównującego standardom Stanów Zjednoczonych, ale nie wywołuje to, jak na razie, wyraźnego wzrostu gospodarczego i likwidacji rzesz bezrobotnych na jej obszarze.

Stoll (2000: 8–10) pisał:

Być może nasz opleciony sieciami świat nie jest jednak powszechną furtką do wolności. Czy aby nie odwraca on naszej uwagi od rzeczywistości, nie przesłania problemów społecznych? A może mamy do czynienia z techniką, która preferuje życiową bierność? (...) Sieci komputerowe izolują ludzi od siebie i umniejszają wagę prawdziwych przeżyć. Szerzą wtórny analfabetyzm i zabijają kreatywność. Rywalizują ze szkołą i biblioteką. (...) To nierealny wszechświat, organizm utkany z nicości.

Te słowa amerykańskiego astronoma umniejszają rangę Internetu w kształtowaniu współczesnego świata.

Inni badacze, jak na przykład Francis Fukuyama (2000), zwolennik procesu globalizacji gospodarki, podkreślają, że zawsze wielkim wstrząsem ekonomicznym i politycznym towarzyszą zjawiska dewiacyjne i patologiczne, niezależnie od tego, czy mówimy o rewolucji agrarnej, industrialnej czy informacyjnej. Rozchwianie porządku społecznego ostatnich kilkudziesięciu lat w krajach rozwiniętych objawiło się wzrostem przestępczości, rozpadem i osłabieniem więzi rodzinnych, wzrostem nieufności obywateli do władzy i instytucji społecznych, zanikiem zachowań prospołecznych na rzecz indywidualizmu, relatywizmem moralnym oraz załamaniem się dotychczasowych hierarchii i autorytetów. Obecnie jednak, zdaniem tego znanego filozofa i politologa, ład moralny i społeczny powoli powraca do ludzkiej rzeczywistości.

#### BIBLIOGRAFIA

- Fukuyama F. 2000: *Wielki wstrząs. Natura ludzka a odbudowa porządku społecznego*. [w:] Klub Świat Książki, Politeja, Warszawa.
- Goban-Klas T. 1999: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. PWN, Warszawa, Kraków.
- Goban-Klas T., Sienkiewicz P. 1999: *Spółczesność informacyjna: szanse, zagrożenia, wyzwania*. Wyd. Postępu Telekomunikacji, Kraków.
- Kapuściński R. 2000: *Rysunki z Afryki. Lapidarium IV*. [w:] Magazyn Gazety Wyborczej, nr 30 (386). *Mała Encyklopedia Powszechna*. 1996: PWN, Warszawa.
- Martin H.-P., Schumann H. 1999: *Pułapka globalizacji*. Wyd. Dolnośląskie, Wrocław.
- Ortega y Gasset J. 1992: *Zadanie naszych czasów*. [w:] Po co wracamy do filozofii?, Warszawa.
- Polacy w Internecie*. Gazeta Wyborcza, nr 198.3499, z dn. 25.08.2000.
- Stoll C. 2000: *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*. Dom Wydawniczy REBIS, Poznań.
- Szczepański J. 1970: *Elementarne pojęcia socjologii*. PWN, Warszawa.