

Krzysztof Krejtz

Paweł Kolenda

Anna Kuberacka

MOBILNOŚĆ 2010

RAPORT O WPŁYWIE INTERNETU
MOBILNEGO NA ŻYCIE POLAKÓW



Partnerzy merytoryczni



Spis treści

WPROWADZENIE.....	3
STRESZCZENIE BADANIA.....	8
OPIS BADANIA.....	12
WYNIKI BADANIA	14
Ogólnie o badanej próbie	15
Internet i jego rola	18
Internet mobilny – nowy podział cyfrowy.....	31
Obraz Internetu mobilnego	37
Związek Internetu mobilnego z jakością życia.....	48
Internet mobilny – wzorce wykorzystania	64
PODSUMOWANIE	78
INFORMACJA O PODMIOTACH BIORĄCYCH UDZIAŁ W PROJEKCIE	80

Wprowadzenie

W ciągu jednej dekady Internet zmienił styl życia milionów ludzi na całym świecie. Jako technologia dotykająca najistotniejszej ludzkiej aktywności – kontaktów społecznych – odcisnęła piętno na niemal każdym aspekcie codziennego funkcjonowania jednostek i całych społeczeństw: poczynając od kontaktów ze znajomymi i rodziną, poprzez pracę zawodową, a kończąc na funkcjonowaniu instytucji państwowych i samorządowych.

Technologie internetowe oraz serwisy oferowane w Sieci rozwijają się niezwykle szybko, zmienia się ich forma i zakres oddziaływania. W społeczeństwie opartym na wiedzy obie te kwestie stają się kluczowe dla sprawnego funkcjonowania jednostki w życiu prywatnym, jak również zawodowym. Podstawowymi zaletami Internetu są szybkość, wygoda oraz ekonomiczność. Oczywiście dostęp do informacji oraz kontakt z innymi może być realizowany, i w znaczącym procencie wciąż jest, za pomocą innych mediów i kontaktu osobistego.

W społeczeństwie opartym na wymianie informacji coraz bardziej potrzebne staje się, aby informacje były dostępne nie tylko wygodnie i w ekonomiczny sposób, ale również w sposób ciągły. Dlatego między innymi Internet jest obecnie narzędziem coraz silniej związanym z urządzeniami pozwalającymi na dostęp do Sieci niemal w każdym miejscu i o każdej porze dnia. Taki sposób dostępu do informacji, innych osób, ale również rozrywki związany jest ze zmieniającym się stylem życia człowieka.

Internet mobilny można zdefiniować dwojako. W węższej definicji jest to dostęp do zasobów Sieci za pomocą telefonów komórkowych oraz podręcznych komputerów lub urządzeń łączących funkcje telefonu i palmtopa. Definicja ta posiada jednak jeden podstawowy mankament: jest skoncentrowana i zawężona wyłącznie do urządzeń odbiorczych, za pomocą których użytkownik korzysta z Internetu. Dlatego wydaje się, że znacznie lepiej jest przyjąć szerszą definicję, która koncentruje się na dostępie do Internetu za pomocą ogólnokrajowych sieci bezprzewodowych. Nie ma znaczenia, czy korzystamy w danym momencie z telefonu komórkowego, PDA, netbooka, czy komputera przenośnego. Za każdym razem mówimy o mobilnym dostępie do Internetu. Tę drugą definicję będziemy przyjmowali w niniejszym projekcie.

Obecne trendy w rozwoju sposobów wykorzystania Internetu pokazują, że dostęp do Internetu wszędzie i o każdej porze jest coraz silniej wykorzystywany. Również w świadomości użytkowników Internet wychodzi poza mury mieszkań i biur. Liderami w wykorzystaniu dostępu mobilnego pod względem liczby abonentów sieci komórkowych są USA, zaś w Europie Wielka Brytania i Włochy.

Najnowszy raport Pew Institute¹ pokazuje, że ponad 56% Amerykanów korzysta z bezprzewodowego dostępu do Internetu w urządzeniach takich jak telefony komórkowe, laptopy, czy konsole do gier. W Wielkiej Brytanii 13% abonentów telefonów komórkowych korzysta z usług przesyłu danych za pomocą sieci komórkowej².

Ciekawsza jednak od wspomnianych trendów wydaje się sama dynamika wzrostu liczby internautów mobilnych, zaobserwowana na wielu rynkach. Przykładowo, w Stanach Zjednoczonych, w ciągu zaledwie ostatniego roku, liczba osób korzystających z przesyłu danych w sieciach komórkowych podwoiła się. Tłumaczone jest to z jednej strony coraz lepszym sprzętem umożliwiającym użytkownikowi korzystanie z takiego rozwiązania (telefony łączące w sobie funkcjonalności palmtopów oraz netbooki). Z drugiej strony pojawia się coraz więcej serwisów i oprogramowania dedykowanego do takiego korzystania z Sieci. Patrząc na te tendencje, wielu ekspertów przewiduje szybki wzrost wykorzystania Internetu mobilnego na wszystkich rynkach.

Co więcej, badania prowadzone w Stanach Zjednoczonych pokazują, że mobilny dostęp do Internetu ma największą dynamikę rozwoju w grupach społecznych do tej pory wykluczonych cyfrowo, bądź to z powodu niemożności uzyskania łącza za pomocą światłowodu, bądź z innych przyczyn, np. społecznych (według raportów Pew Institute, najsilniej rozwijają się usługi Internetu mobilnego w grupie Afro-Amerykanów). Można by przypuszczać, iż w Polsce Internet mobilny, o ile podobne tendencje zaobserwujemy w naszym kraju, będzie skuteczną bronią z wykluczeniem cyfrowym w dwojaki sposób. Po pierwsze, można spodziewać się, że Internet mobilny pozwoli na dostęp do Sieci w miejscach, gdzie podłączenie kablowe jest niemożliwe lub nieoptyczne. Po drugie, możemy się spodziewać, że oferując korzyści na tyle odmienne od łącza kablowego, stanie się on atrakcyjny dla grup do tej pory nie korzystających z Internetu (mimo, że mają możliwość podłączenia). Należy przypomnieć, że w Polsce blisko 30% osób mających taką możliwość deklaruje, że nie zamierza nigdy skorzystać z dostępu do Internetu.

Dynamika rozwoju Internetu mobilnego w grupach do tej pory wykluczonych cyfrowo może być podstawą przewidywań również dla rynku w Polsce. Wyniki wielu raportów pokazują, że grupa wykluczona cyfrowo, definiowana jako osoby nie mające dostępu do Internetu, charakteryzuje się w polskim społeczeństwie takimi cechami jak wyższy wiek, niższe zarobki czy gorsze wykształcenie. Najwyraźniejszym wyróżnikiem wydaje się być wiek. Przykładowo

¹ Horrín, J. (2009). Wireless Internet Use. Pew Internet & American Life Project. Źródło: <http://pewinternet.org/Reports/2009/12-Wireless-Internet-Use.aspx>

² Nielsen Company (2008). Critical Mass. The Worldwide State of the Mobile Web.

wyniki Diagnozy Internetu 2009 (Krejtz, 2009) pokazują, że liczba internautów powyżej 50 roku życia jest prawie dziesięć razy mniejsza niż wśród osób do 30 roku życia. Co więcej, podejmowane obecnie próby aktywizacji zawodowej osób powyżej 50 roku, nie mogą jedynie bazować na zawodach wykonywanych do tej pory przez te osoby. Ideałem wydaje się włączenie tych osób w nurt nowoczesnego społeczeństwa opartego o wiedzę. Da to przede wszystkim możliwość tym osobom nie tylko kontynuowania ciekawej pracy, ale również łatwiejszego przekazania ich wiedzy i doświadczenia innym pokoleniom. Potrzebują oni jednak narzędzi prostych w obsłudze oraz usługi dostępowej dopasowanej do ich potrzeb. Wydaje się, że właśnie Internet mobilny, z którego można korzystać w dowolnym miejscu (również w obrębie własnego mieszkania) i czasie oraz istniejące oferty uzależniające koszty korzystania z Sieci od intensywności jej wykorzystania dają taką perspektywę.

Istnieje jednak również wiele poważnych ograniczeń rozwoju korzystania z Internetu mobilnego. Do podstawowych należy zaliczyć między innymi słabo rozwinięte potrzeby konsumenckie związane z jego użytkowaniem. Przykładowo, z badań Continental Research³ wynika, że ponad połowa badanych nie zamierza nigdy skorzystać z możliwości płacenia przez telefon komórkowy. Co więcej, jedynie co piąty brytyjski abonent posiadający dostęp do usług internetowych w swoim telefonie wykorzystuje je do codziennego wysyłania e-maili. Rozwój potrzeb związanych z korzystaniem z Internetu mobilnego w Polsce przypuszczalnie jest jeszcze mniejszy, gdyż jest on kształtowany głównie poprzez komunikację medialną operatorów oferujących te usługi.

Najsilniejszą barierą korzystania z Internetu mobilnego pozostają jednak kwestie związane z kosztami. Z cytowanego powyżej raportu Continental Research wynika, że usługi te są spostrzegane jako zbyt drogie, z jednoczesną nieczytelną strukturą oferty i kosztów. W Polsce można się spodziewać, że ten rodzaj przeszkody również odgrywać będzie duże znaczenie. Przez wiele lat była to jedna z podstawowych barier wymienianych w szeregu badań społecznych dotyczących korzystania z Internetu w ogóle. Warto zauważyć, że nie jest to problem jednorazowego kosztu uruchomienia takiej usługi czy kosztu sprzętu do niej niezbędnego, ale kosztu ponoszonego w cyklu comiesięcznych opłat.

Jako trzecią ważną barierę wymienia się najczęściej kwestie techniczne związane z szybkością łącza i jego stabilnością. Szczególnie w krajach takich jak Polska, gdzie usługi Internetu mobilnego są stosunkowo mało popularne, kwestie te obrosły wieloma mitami. Można do nich zaliczyć np. dość powszechną opinię, że deszcz może negatywnie wpłynąć na stabilność łącza.

³ Continental Research (2008). The Autumn 2008 Mobile Phone Report. United Kingdom.

Dokładne zbadanie mitów i ich podłoża pozwoli na sprawdzenie, z jakimi opiniami należy walczyć w pierwszej kolejności za pomocą komunikacji edukacyjnej.

Poznanie barier wejścia w kategorię mobilnego dostępu do Internetu oraz postrzeganych korzyści jest szczególnie ważne w Polsce, gdzie rynek ten jest znacznie słabiej rozwinięty niż w innych krajach Zachodnich. Identyfikacja i zrozumienie mitów pozwoli walczyć z nieuprawnionymi opiniami na ten temat. Ważne jest, aby poznać również zmiany w stylu życia, funkcjonowania osobistego i zawodowego wśród osób korzystających z Internetu mobilnego w porównaniu do osób nie będących w tej grupie. Z drugiej strony, dokładne poznanie satysfakcji i motywatorów wejścia i utrzymania się w kategorii osób korzystających intensywnie z takiego dostępu do Internetu w porównaniu do ważności tych motywów w grupie osób nie korzystających z Internetu, pozwoli na stworzenie przewidywań dotyczących potencjalnego rozwoju tej usługi w Polsce. Na całokształt zagadnienia składa się szereg pytań, które można poukładać w następujące bloki tematyczne:

1) Co mamy w głowach mówiąc „Internet mobilny”?

Percepcja Internetu mobilnego w Polsce – Bariery, mity i główne motywatory. 2010 to rok ewolucji czy rewolucji?

- a) Główne motywatory wejścia w kategorię użytkowników Internetu mobilnego oraz podstawowe bariery, realne i spostrzegane.
 - i) Mitologia Internetu mobilnego.
 - ii) Internet mobilny w Polsce 2010 – czy należy spodziewać się powolnej ewolucji przyrostu użytkowników tej kategorii dostępu do Internetu, czy jesteśmy na progu przelomu?

2) Obraz użytkownika Internetu mobilnego

Użytkownik Internetu mobilnego: styl życia, wzorce aktywności internetowej, dobrostan psychologiczny, aktywność społeczna i zawodowa, zjawisko włączania jednostek w procesy typowe dla społeczeństwa opartego na wiedzy.

- a) Portret demograficzny polskiego użytkownika Internetu mobilnego.
- b) Wzorce aktywności polskich użytkowników w Internecie mobilnym. Podstawowym pytaniem, jakie można postawić w tym bloku tematycznym, to czy Internet mobilny jest jedynie narzędziem konsumpcji informacji, czy też jest może czynnikiem włączania się jednostek w proces aktywnej produkcji i wymiany informacji (np. blogowanie, etc.)
- c) Wykorzystanie zawodowe Internetu mobilnego:
 - i) Telepraca zwłaszcza w obszarach Polski, w których inne formy zatrudnienia są mało dostępne.

- ii) Zmiana formuły pracy na mniej statyczną. Ułatwienie pracy projektowej poprzez stały i nieograniczony dostęp do Internetu jako środowiska pracy zespołów projektowych.
- d) Percepcja własnej osoby, dobrostan, optymizm i samoocena. Zmiana w tym obszarze związana może być z poczuciem przynależności do grupy osób najbardziej nowoczesnych w społeczeństwie, co – jak można łatwo przewidywać – może mieć bardzo pozytywne konsekwencje dla samopoczucia i samooceny. Z drugiej strony, osoby stale korzystające z tej formy kontaktów zawodowych mogą doświadczać zwiększonego stresu związanego z ciągłą koncentracją na pracy zawodowej, co paradoksalnie może prowadzić do obniżenia dobrostanu psychicznego tych osób.

3) Zjawiska ogólne

Zjawiska ogólne związane z rozwojem Internetu mobilnego: polonizacja v. globalizacja polskiego Internetu, zasypywanie podziałów cyfrowych (geograficznych i społecznych), konwersja i styl konsumpcji mediów i informacji w Internecie.

- a) Polonizacja v. globalizacja Internetu za sprawą mobilnego dostępu do Internetu. Polski Internet jest uznawany za stosunkowo silnie skoncentrowany na markach lokalnych. Polscy internauci z dużo większą intensywnością niż ich Zachodni „koledzy” korzystają z portali informacyjnych, społecznościowych, transakcyjnych, itp. stworzonych w Polsce, a nie z marek ogólnoświatowych. Specyfika ta może być osłabiona przez dostęp i optymalizację serwisów internetowych dla Internetu mobilnego. Można przewidywać, że lepszy stopień rozwoju takich serwisów w społeczeństwach, w których Internet mobilny jest bardziej popularny, będzie stymulował proces odejścia od marek polskich na korzyść brandów międzynarodowych.
- b) Internet mobilny a wykluczenie cyfrowe.
 - i) Białe plamy na mapie dostępu do Internetu w Polsce.
 - ii) Włączanie grup wykluczonych cyfrowo w nurt społeczeństwa opartego na wiedzy.
- c) Konsumpcja treści w Internecie mobilnym: informacja v. rozrywka.
 - i) Konsumpcja mediów innych v. Internet.
 - ii) Konsumpcja treści rozrywkowych w różnych mediach. Konwergencja mediów.

Aby odpowiedzieć przynajmniej na część z powyższych pytań, zrealizowano projekt badawczy, który przybliży zagadnienie Internetu mobilnego oraz percepcję jego wpływu na jakość życia Polaków.

Streszczenie

Cele i opis badania. Badanie „Mobilność 2010” przeprowadzone na przełomie roku 2009 i 2010 miało na celu sprawdzenie deklarowanego wpływu Internetu mobilnego na życie internautów. Opierało się ono na metodzie internetowych wywiadów kwestionariuszowych oraz pogłębionych wywiadów indywidualnych przeprowadzanych face-to-face. Wyniki zostały poddane zarówno analizie jakościowej, jak również ilościowej. Kwestionariusze on-line zostały przeprowadzone na próbie (N = 1103), której główne parametry demograficzne były zgodne z obrazem populacji internautów w Polsce. Dodatkowo zrealizowano wywiady w próbie przypadkowej (N = 126) wśród użytkowników jednego z bardziej popularnych portali społecznościowych oraz bloga poświęconego zagadnieniom Internetu mobilnego. Część jakościowa projektu zrealizowana została na mniejszej próbie celowej (N = 20). W każdym przypadku badane były wyłącznie osoby pełnoletnie, które dobrowolnie wyraziły zgodę na wzięcie udziału w badaniu.

Internet – Technologia Oswojona. Wyniki badania wyraźnie pokazują, że Internet stał się w świadomości badanych osób technologią, która jest niemal „przezroczystą” częścią codzienności. Najczęściej wykorzystywany jest jako narzędzie do zbierania informacji oraz komunikacji. Niemniej wiele osób deklaruje wykorzystanie Sieci do celów, które wymagają dużego zaufania do tego medium. Mowa tutaj o zakupach, zbieraniu informacji finansowych oraz obsłudze konta bankowego. Ta silna tendencja do „poważnego” wykorzystania Internetu nie zmienia faktu, że jest to jedno z podstawowych źródeł rozrywki, często stawianych wyżej niż „tradycyjne” rozrywki w świecie poza Internetowym, np. TV, kino, teatr. Internet traktowany całościowo, jest technologią, która na poziomie emocjonalnym i na poziomie funkcjonalnym możemy nazwać Technologią Oswojoną. Co ciekawe, to fakt, że badani respondenci nie spostrzegają Sieci i własnej aktywności w niej jako innego, niezbadanego świata wirtualnego, który pozwala prowadzić życie obok własnego. Takie obawy i konceptualizacje Internetu częste w dobie pionierskiej Internetu zdają się nie mieć pokrycia w faktycznym podejściu do globalnej sieci przez jej użytkowników.

Generacja MOB. Bariera cyfrowa (*Digital Divide*) jest pojęciem stworzonym do opisu różnic pomiędzy osobami korzystającymi z nowych technologii (głównie Internetu), a osobami odciętymi od takiego dostępu. Poszukuje się różnych źródeł tych różnic – od ekonomicznych, poprzez umiejętności korzystania z komputerów, a kończąc na emocjonalnych i poznawczych. Brak możliwości korzystania z nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (*Information and Communication Technologies – ICT*) powoduje, że osoby te stają niejako na marginesie społeczeństwa opartego o wiedzę i nie włączają się w główny

nurt wymiany informacji. Opisywane są liczne różnice pomiędzy osobami mającymi dostęp do ICT i takiego dostępu nie posiadającymi. Nowe możliwości, jakie otwiera mobilny dostęp zmieniający kontekst, miejsce i czas korzystania z Internetu, rodzą również pytania o to: czy osoby korzystające z tej formy sieciowania będą znacząco inne pod względem charakterystyk demograficznych, czy będą miały większe szanse skutecznego funkcjonowania w sferze zawodowej oraz czy będą miały bardziej pozytywny obraz własnej osoby. Wyniki przeprowadzonego badania pokazują wyraźnie, że są spodziewane różnice pomiędzy osobami korzystającymi głównie z Internetu mobilnego i osobami korzystającymi głównie z Internetu stacjonarnego. Internauci z dostępem mobilnym to ludzie w większości młodzi, mieszkający w dużych miastach, uczący się i mający wysoką samoocenę.

Starając się zdefiniować grupę internautów mobilnych powinniśmy również wziąć pod uwagę fakt, że traktują oni łącze internetowe jako wtórne. Rodzaj łącza w ich percepcji nie definiuje Internetu. To co definiuje Internet to sposób jego wykorzystania: do kontaktów ze znajomymi, jako pomocne narzędzie w codziennym funkcjonowaniu jednostki czy też jako nowy kanał informacji w dokonywaniu decyzji zakupowych.

Internet mobilny – Technologia Nieoswojona. Pomimo tak „naturalnego” podejścia do mobilnego łącza internetowego, obraz Internetu mobilnego i jego użytkownika, zwłaszcza na poziomie emocji z tym związanych odstaje od tego jak widziany jest ogólnie internauta. Internet mobilny kojarzony jest głównie z takimi wartościami jak: nowoczesność, niezależność i dynamizm. Internauta mobilny to w obrazie stereotypowym człowiek młody, mieszkający w dużym mieście, zapracowany, dla którego czas jest jedną z podstawowych wartości. Wizerunkowo Internet mobilny jest technologią, która jest jeszcze technologią nieoswojoną emocjonalnie. Technologią, z którą wiążą się wartości i emocje sprawiające, że odczuwany jest do niej dystans. W sferze funkcjonalnej, wielu internautów wciąż nie wie do jakich celów specyficznie Internet mobilny może być wykorzystany. Dystans w stosunku do tej technologii potwierdza również fakt, że istnieje wyraźny deficyt pojęć opisujących mobilny dostęp do Internetu.

Percepcja wpływu Internetu mobilnego na życie. W badaniu pytaliśmy o spostrzeganie wpływu, jaki Internet mobilny wywarł na życie użytkownika. Pozwoliło to na skonfrontowanie również faktów z mitami, które wokół Internetu mobilnego powstały:

Stereotypowo Internet mobilny spostrzegany jest jako technologia wiążąca użytkownika z koniecznością odbierania e-maili, odpowiadania na propozycje kontaktu za pomocą innych serwisów, itp. Podobnie jak to ma miejsce w przypadku telefonów komórkowych. Jednak internauci

korzystający z tego rodzaju łączą znacznie silniej kojarzą mobilny dostęp do Sieci jako dający im poczucie wolności i swobody.

Możliwość korzystania z Internetu mobilnego daje użytkownikom poczucie większej efektywności osobistej, lepszego wykorzystania osobistych zasobów, w tym czasu. Co za tym idzie, byli również przekonani o swojej wyższej efektywności w sferze zawodowej. Ciekawe, że termin efektywność jest terminem przenoszącym się ze sfery zawodowej w strefę czysto prywatną. Interesującym zjawiskiem, o którym trudno wnioskować, na ile będzie to trend dla wszystkich internautów mobilnych, jest zarządzanie czasem wolnym i znajomościami, które stają się codziennością. Zjawisko to polega na zupełnie innym sposobie inicjowania kontaktu ze znajomymi, gdzie podstawową motywacją do podjęcia kontaktu z konkretną drugą osobą nie jest wewnętrzna potrzeba podtrzymania relacji z tą osobą, ale jej dostępność czasowa oraz gotowość do podjęcia określonych działań, aktywności.

Dostęp do Internetu mobilnego buduje również poczucie, które można by nazwać „wirtualną bańką prywatności”. Poczucie to budowane jest na podstawie bardzo podstawowych doświadczeń w korzystaniu z Internetu mobilnego. Pozwala to zrealizować dwie tendencje: unikową (w momencie, kiedy chcemy uniknąć kontaktu z innymi osobami w otoczeniu) lub kiedy chcemy zdobyć potrzebną informację (nie ma wówczas konieczności angażowania innych osób).

Generacja MOB – Miłośnicy, Obcy, Bierni. Często pisze się o nierównościach internetowych przejawiających się w tym, jak dobrze jesteśmy w stanie wykorzystać możliwości Sieci po to, aby włączyć się w nurt społeczeństwa informacyjnego. Również grupa internautów mobilnych jest niejednorodna pod względem sposobu korzystania z tego rodzaju dostępu do „globalnej” Sieci. W ramach badania wyodrębniono trzy kategorie użytkowników Internetu mobilnego:

Miłośnicy to osoby, które częściej niż reszta badanych deklarowały realizację w Internecie wszystkich wymienianych w kwestionariuszu celów. Są to osoby, dla których Internet stał się nie tylko niezbędnym narzędziem codziennego użytku, ale również jednym z podstawowych środków komunikacji z innymi osobami czy też rozrywki. Są to osoby zainteresowane technologiami, które jednocześnie najczęściej udzielają się na blogach czy forach dyskusyjnych.

Obcy użytkownicy Internetu mobilnego to z kolei osoby wykorzystujące Internet jako narzędzie służące do zbierania informacji, kontaktów z innymi, jak również realizacji zakupów. To osoby pragmatyczne, niechętnie piszą na blogach czy forach internetowych. Niechętnie też

korzystają z niesprawdzonych (świeżo pojawiających się) form wykorzystania Internetu.

Bierni internauci mobilni to grupa wykorzystująca Internet w sposób najbardziej konserwatywny – przede wszystkim do zbierania informacji i kontaktów z innymi osobami. Stosunkowo najrzadziej dokonują zakupów on-line, czy poszukują informacji finansowych. W zasadzie niemal zupełnie nie udzielają się na blogach i forach internetowych.

Opis badania

Badanie zrealizowane zostało w dwóch etapach. Pierwszym z nich było badanie jakościowe bazujące na metodzie Pogłębionych Wywiadów Indywidualnych z użytkownikami Internetu mobilnego oraz osobami zdefiniowanymi jako potencjalni użytkownicy tego rodzaju dostępu do Internetu. Drugi etap oparty był na kwestionariuszu przeprowadzonym w Internecie (Computer Assisted Web Interview – CAWI). Główna część tego kwestionariusza została zrealizowana na próbie celowej, w której główne charakterystyki demograficzne odpowiadały rozkładowi tych zmiennych w populacji polskich internautów (por. raport „Internet w Polsce” – Gemius, 2009). Całość badania została zrealizowana w grudniu 2009 roku i styczniu 2010 roku. Za realizację odpowiadała firma badawcza Oriaq należąca do Grupy IQS. Badanie zrealizowane zostało pod auspicjami Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej.

Część jakościowa

Cel i metoda Głównym celem tej części badania była eksploracja tematyki Internetu mobilnego oraz zebranie materiałów do przygotowania ankiety CAWI. Zastosowana metoda to Pogłębione Wywiady Indywidualne (N = 20). Czas trwania wywiadu to około 1,5 godziny. Lokalizacja: Warszawa, Włocławek oraz wieś pod Radomiem. Termin realizacji: 4-9.12.2009.

Próba Parametry demograficzne respondentów: kobiety i mężczyźni (po 50%) w wieku 20 – 32 i 33 – 45 lat (po 50%). Lokalizacja: Warszawa, Włocławek oraz wieś. Wykształcenie minimum średnie. Dochód minimum średni.

Użytkowanie Internetu mobilnego:

- Użytkownicy (N = 12) posiadają Internet mobilny prywatny, sami decydowali lub współdecydowali o jego zakupie i wyborze operatora. Używają Internetu mobilnego w sieciach Plus, Orange, Era, Play (mix operatorów). Część próby używała Internetu mobilnego krócej niż pół roku, a część dłużej niż pół roku.
- Potencjalni użytkownicy (N = 8) są posiadaczami laptopów, korzystają z Internetu stacjonarnego częściej niż 4 razy w tygodniu (w domu, w pracy). Zastanawiali się nad zakupem Internetu mobilnego w ciągu ostatnich kilku miesięcy i / lub rozważają zakup Internetu mobilnego w ciągu najbliższych kilku miesięcy. W ciągu ostatnich kilku miesięcy przynajmniej kilka razy mieli potrzebę skorzystania z Internetu mobilnego. Są otwarci na nowe technologie.

	Warszawa (N = 8)	Włocławek (N = 8)	Wieś pod Radomiem (N = 4)
Użytkownicy Internetu mobilnego	N = 5	N = 5	N = 2
Potencjalni użytkownicy Internetu mobilnego	N = 3	N = 3	N = 2
Wiek: 20 – 45 lat			
Płeć: 50% kobiet i 50% mężczyzn			

Ryc. 1 Schemat próby w części jakościowej badania.

Część ilościowa

Cel i metoda Głównym celem badania było sprawdzenie deklarowanego wpływu Internetu mobilnego na życie internautów. Badanie przeprowadzono za pomocą kwestionariusza internetowego opartego o narzędzie ORIAQ SOLUTIONS. Czas trwania wywiadu 15 min. Termin realizacji: przełom grudnia 2009 i stycznia 2010 roku.

Próba została podzielona na dwie części:

Próba główna: Parametry demograficzne: kobiety i mężczyźni (po 50%), pozostałe zmienne zgodne z rozkładami dla populacji polskich internautów. Dodatkowo jako kryterium rekrutacyjne zostało założone używanie Internetu przynajmniej 2-3 razy w tygodniu. Badane były wyłącznie osoby pełnoletnie. Respondenci rekrutowani byli z panelu respondentów. Wielkość próby N = 1103.

Próba dodatkowa: Próba ta była próbą przypadkową. Badani rekrutowani byli w popularnych serwisach internetowych, takich jak: Facebook, Wykop.pl, wśród czytelników bloga MobilnyInternet.blox.pl oraz na wyselekcjonowanych forach dyskusyjnych. Głównym celem realizacji tej próby było dotarcie do osób szczególnie zainteresowanych zagadnieniami związanymi z mobilnym dostępem do Internetu w Polsce oraz tych, którzy korzystają z niego intensywnie. Wielkość próby dodatkowej N = 126. Badane były wyłącznie osoby pełnoletnie. Z uwagi na różnice w sposobie rekrutacji oraz parametrach demograficznych respondentów wyniki pochodzące z tej grupy badanych analizowane były oddzielnie.

Wyniki – struktura

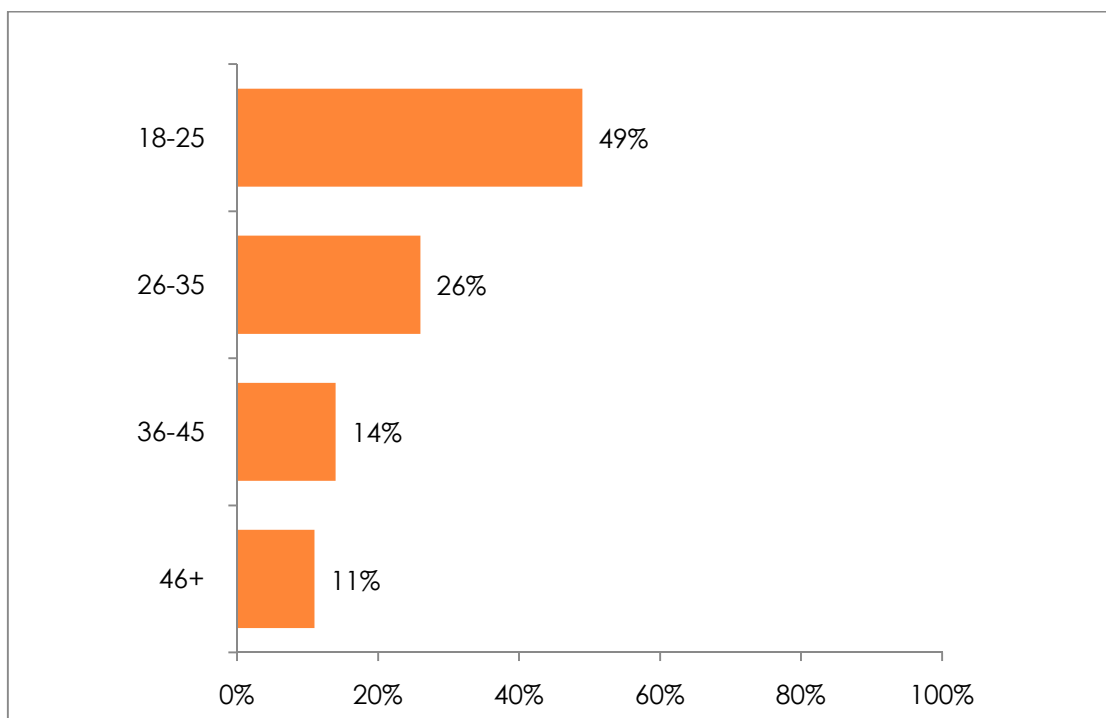
Ogólnie o badanej próbie	15
Internet i jego rola	18
Internet mobilny – nowy podział cyfrowy?	31
Obraz Internetu mobilnego	37
Związek Internetu mobilnego z jakością życia	48
Internet mobilny – wzorce wykorzystania	64

Ogólnie o badanej próbie

Kogo badaliśmy? Demografia i sposób spędzania wolnego czasu.

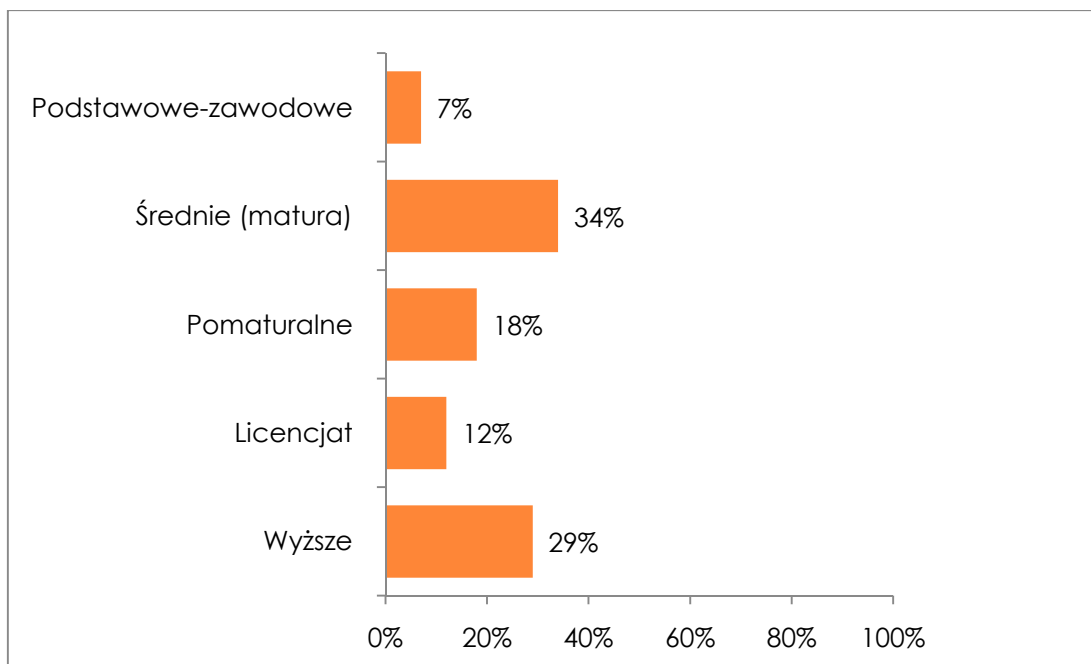
Poniższe wyniki odnoszą się do próby głównej w badaniu kwestionariuszowym.

W badanej próbie zarówno kobiety jak i mężczyźni stanowili dokładnie 50%. Dominowały osoby młode w wieku pomiędzy 18 i 25 rokiem życia (por. ryc. 2), chociaż średnia wieku wynosiła 30 lat (SD = 10,4), a mediana 26.



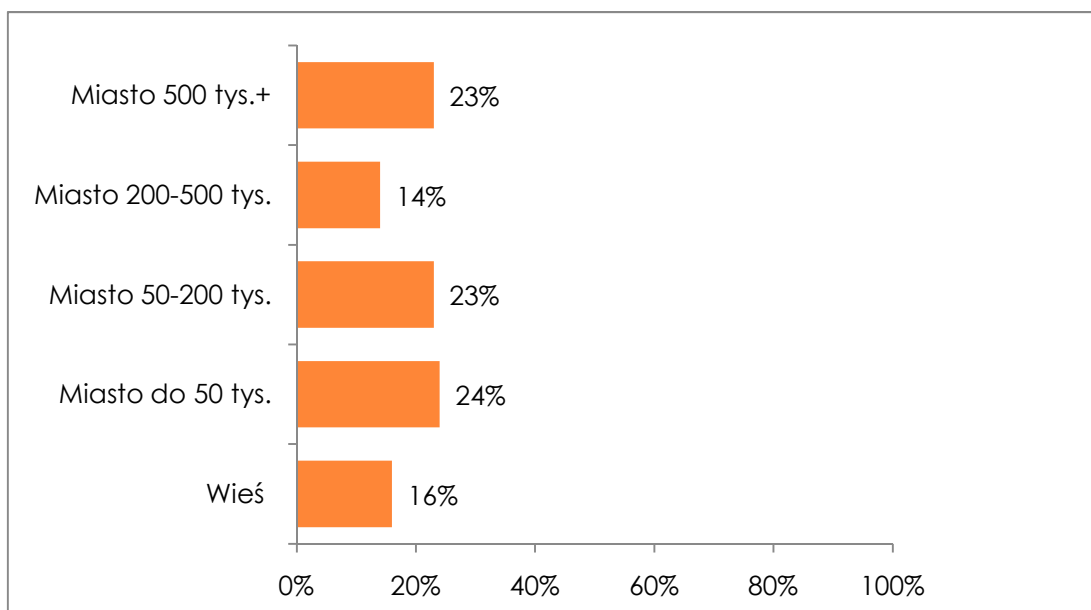
Ryc. 2 Wiek w badanej próbie (N = 1103).

Wykształcenie badanych było wyraźnie dwu-modalne: dominowały osoby z wykształceniem średnim (34%) i wyższym (29%). Osoby z wykształceniem zawodowym i podstawowym stanowiły zaledwie 7% próby (por. ryc. 3).



Ryc. 3 Wykształcenie w badanej próbie (N = 1103).

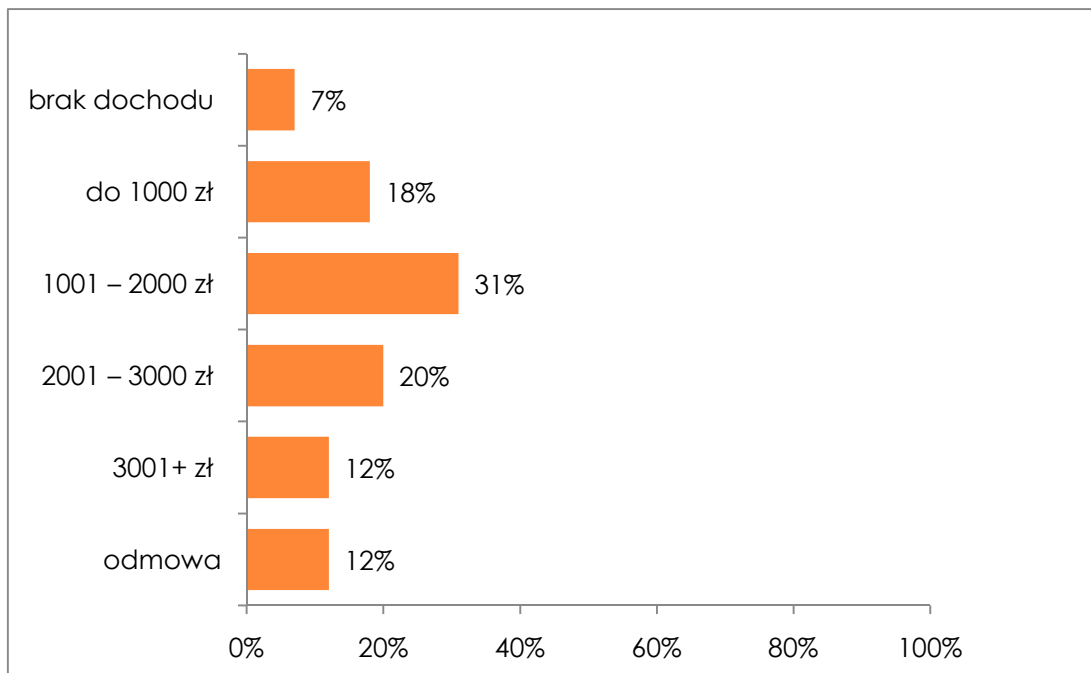
Pochodzenie badanych rozłożone było stosunkowo równomiernie pomiędzy miejscowości o różnej wielkości (por. ryc. 4).



Ryc. 4 Wielkość miejscowości zamieszkania (rozkład w badanej próbie) (N = 1103).

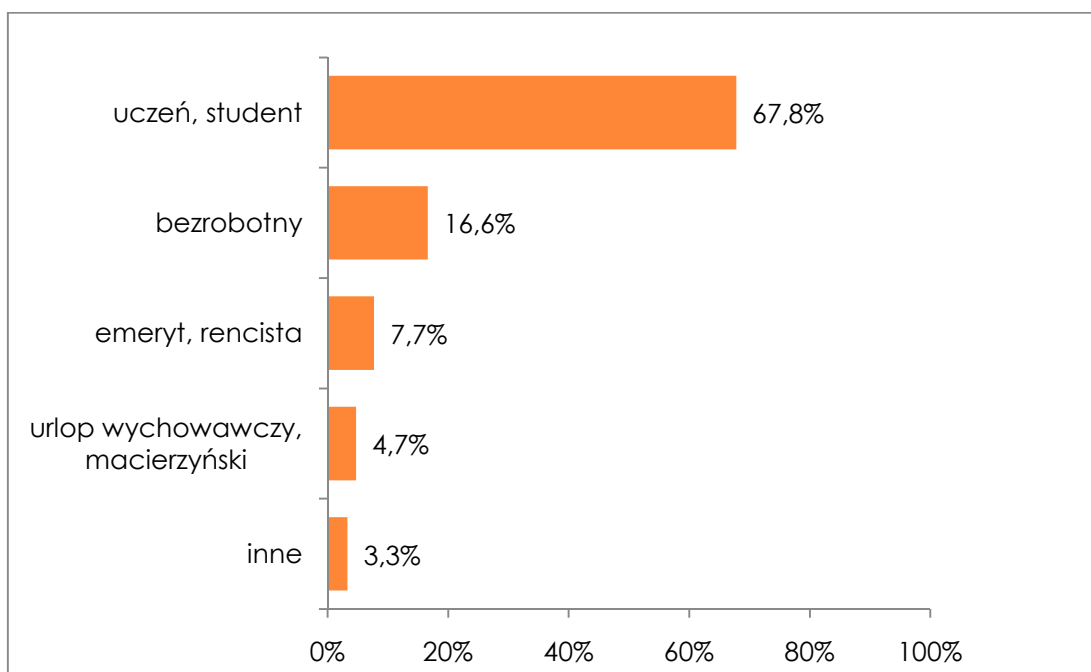
Dochód netto badanych był zbliżony do średniego dochodu w kraju, z lekkim odchyleniem w stronę niższych zarobków. Stosunkowo niski dochód w porównaniu do średniej dla całej populacji kraju może być tłumaczony tym,

że w badanej próbie 61% respondentów deklarowało, że nie pracuje zawodowo.



Ryc. 5 Dochód (rozkład zmiennej w badanej próbie)(N = 1103).

Wśród osób nie pracujących dominowali studenci (blisko 68% – por. ryc. 6). W grupie tej 17% stanowiły osoby bezrobotne, co w całej próbie stanowiło 7%.



Ryc. 6 Podawane powody braku pracy zawodowej.

Internet i jego rola

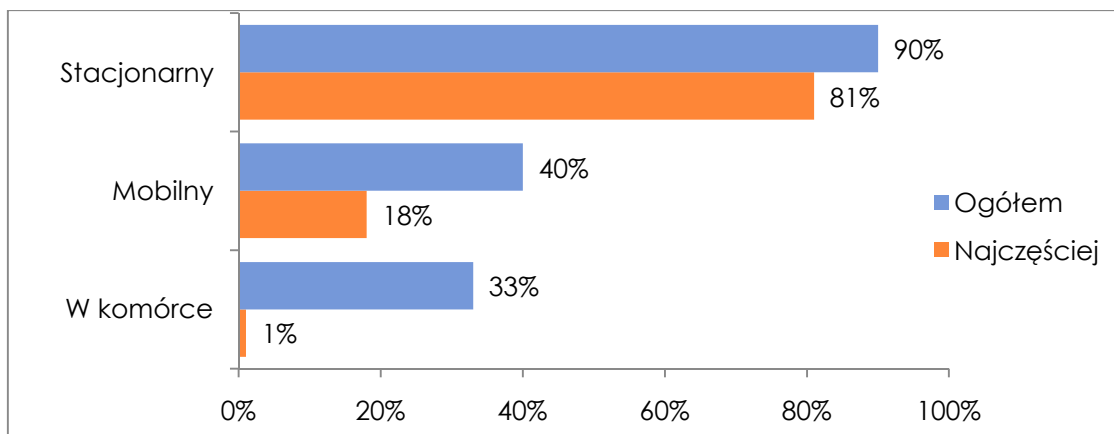
Jak, gdzie i jak często łączą się z Internetem polscy użytkownicy Sieci? Do czego Internet jest wykorzystywany na co dzień? Jakie są z nim związane podstawowe postawy?

INTERNET – TECHNOLOGIA OSWOJONA. CZĘSTO WYKORZYSTYWANY JEST DO ZAKUPÓW I ZBIERANIA INFORMACJI FINANSOWYCH. NIE ZMIENIA TO FAKTU, ŻE DOSTARCZA RÓŻNYCH FORM ROZRYWKI, CZĘSTO WYŻEJ CENIONYCH NIŻ ROZRYWKI W „REAL LIFE”.

Internet – jak, gdzie, jak często?

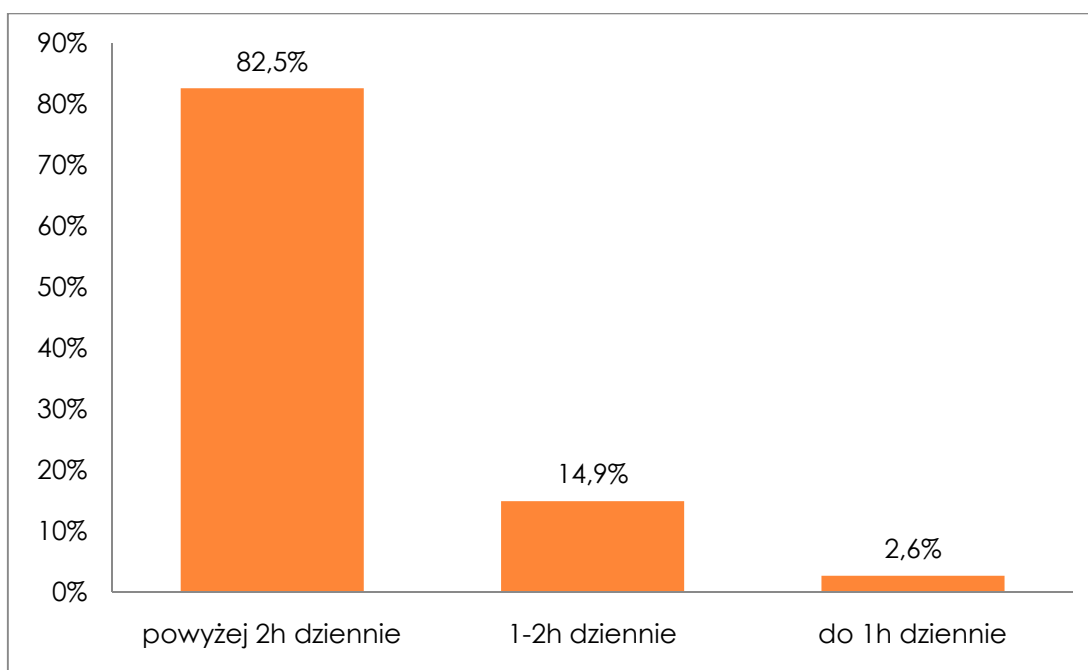
Najczęstszą formą połączenia internetowego jest łącze stacjonarne (kablowe). Jedynie 10% badanej próby nie posiadało łącza stacjonarnego. Jednakże obok łącza stacjonarnego, aż 40% osób wskazywało, że korzysta z Internetu mobilnego, a 18% że jest to najczęstszy sposób łączenia się z Siecią. Internet w komórce stanowi marginalny procent wskazań jako najczęściej stosowany sposób łączenia się z Internetem (por. ryc. 7).

W dalszych analizach osoby korzystające najczęściej z telefonu komórkowego w celu łączenia się z Internetem zostały włączone do grupy użytkowników Internetu mobilnego. Wynika to z faktu, iż wiele serwisów internetowych jest coraz częściej przystosowanych do używania za pomocą telefonów komórkowych czy smart-phone'ów, a sam telefon można wykorzystać jako modem – wówczas funkcjonalnie pełni rolę podobną do modemu w postaci „sticka”.



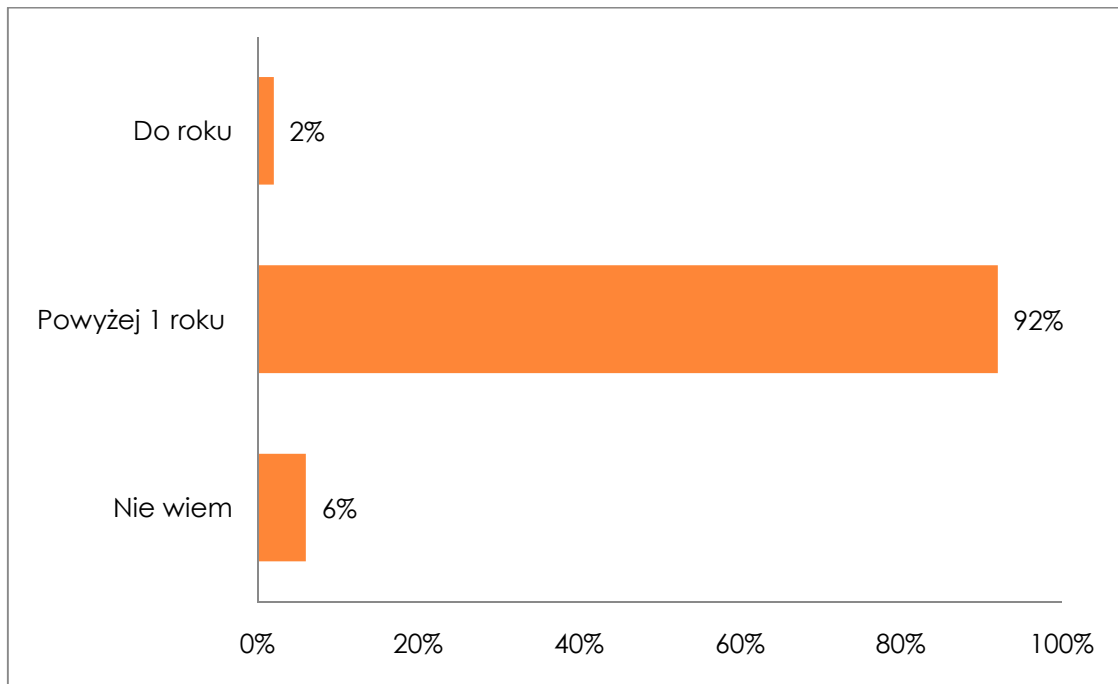
Ryc. 7 Rodzaj posiadanego Internetu (posiadanego ogółem i najczęściej wykorzystywanego (N = 1103).

W badaniu wzięty udział osoby, dla których Internet jest codziennością – 97% korzysta zeń codziennie, a kolejne 2% korzysta z tego medium 4-5 razy w tygodniu. Mniej niż 0,5% badanych korzysta z Internetu 2-3 razy dziennie. Wśród tych, którzy korzystają z Internetu codziennie, zdecydowana większość (83%) spędza w sieci powyżej 2 godzin (por. ryc. 8).



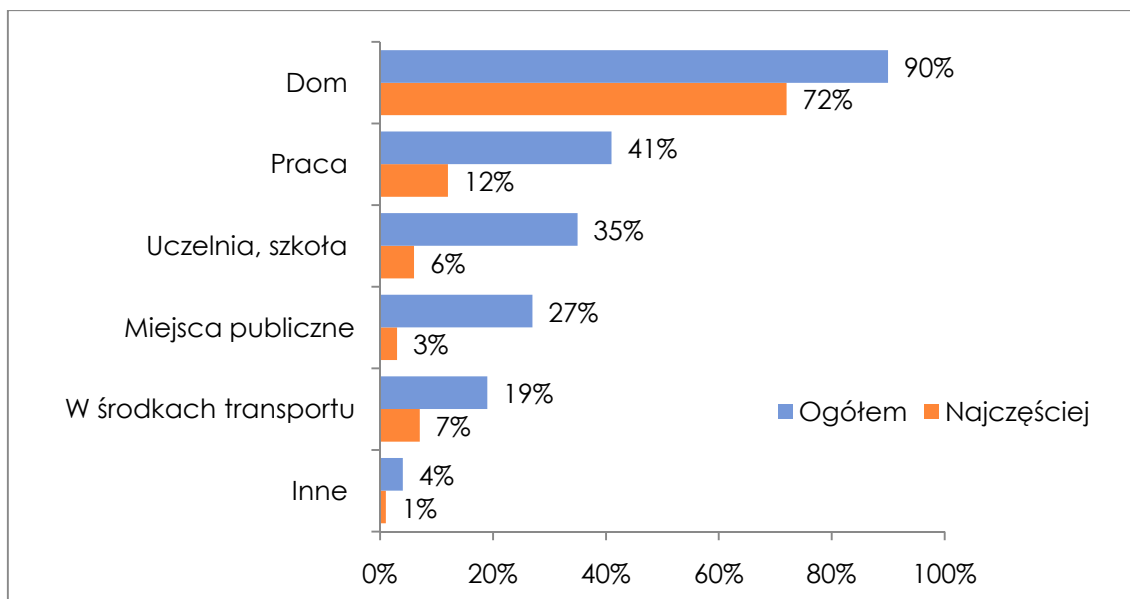
Ryc. 8 Liczba godzin spędzanych w Internecie dziennie wśród tych osób, które deklarują, że korzystają z tego medium codziennie (N = 955).

Prawie wszyscy w badanej próbie to osoby posiadające staż internetowy powyżej jednego roku (por. ryc. 9). Dzięki temu wynikowi możemy spodziewać się, że większość osób w badanej próbie nie będzie odczuwała barier w korzystaniu z Internetu, w tym mobilnego, opartych o brak umiejętności. A właśnie ta bariera jest wskazywana przez wielu badaczy jako jedna z podstawowych przeszkód.



Ryc. 9 Staż internetowy („Od jak dawna korzysta Pan(i) z Internetu?”) (N = 1103).

Podstawowe miejsce wykorzystania Internetu to dom, a dopiero w dalszej kolejności praca czy uczelnia/szkoła. Co ciekawe, ponad jedna czwarta osób wskazała, że korzystała z Internetu w miejscach publicznych, takich jak kawiarnie, puby, restauracje, urzędy, a prawie jedna piąta wymieniła środki transportu (por. ryc. 10). Takie osoby często wskazują, że mobilność Sieci to nie tylko łączenie się z Internetem za pomocą modemu lub telefonu komórkowego, ale również korzystanie z otwartych sieci bezprzewodowych.



Ryc. 10 Miejsce korzystania z Internetu (N = 1103).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Przychodzimy do domu tak o 18:30-19 i kiedy gotujemy coś nowego, to wchodzimy na przepisy kulinarne w Internecie, bierzemy wtedy laptopa do kuchni i szukamy. A jak gotujemy coś standardowego, to około 19:30-20 po wiadomościach sobie odpalamy i czegoś tam szukamy. (Kobieta, Włocławek, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Syn wieczorem... jak dopadnie, to ja nie mogę usiąść. Ja mam ten plus, że w pracy mam na bieżąco i mam taką pracę, że mogę sobie pozwolić na dłuższy czas korzystania z Internetu. Ale wieczorem w domu jest problem, bo syn chce pograć, żona zakupy ogląda, ja bym chciał swoje strony... więc ja w pracy korzystam. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Internet – do czego jest wykorzystywany?

Nie jest zaskakujące, że dwie najczęściej wskazywane czynności wykonywane w Internecie to zdobywanie informacji i kontakty z innymi. Często w literaturze przedmiotu, jak również w powszechnym wizerunku, Internet to – poza kontaktami z innymi oraz poszukiwaniem informacji – również rozrywka. Do tej triady: kontakty, informacje, rozrywka, jak pokazują poniższe wyniki, już najwyższy czas dopisać finanse.

Bardzo ciekawe jest, że zarówno zakupy przez Internet, jak i operacje finansowe wskazywane są przez 74% badanych. Wynik ten świadczy o tym, że Internet stał się medium wykorzystywanym do jak najbardziej poważnych celów. Ten fakt

sugeruje również, że zaufanie do Internetu jako narzędzia jest coraz większe. Być może wynika to z wszechobecności Sieci oraz faktu, że jest ona codziennie obecna w życiu większości badanych. Można by pokusić się o konkluzję, że Internet szybko zmienił się z nowinki technicznej w Technologię Oswojoną.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Oglądam galerie na Naszej-klasie. Wiem, kto nowe zdjęcia wrzucił. A na Allegro kupuję różne rzeczy. Paznokcie robię, to kupuję różne rzeczy do tych paznokci. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Allegro, Allegro. Często, dużo, zdarza mi się zamawiać na przykład odzież, mam znajomego i sprowadzam dużo rzeczy od niego, no i gry jestem też maniakiem konsol, tak, że gry na konsole ściągam, Playstation, jest dużo taniej zdecydowanie. (Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

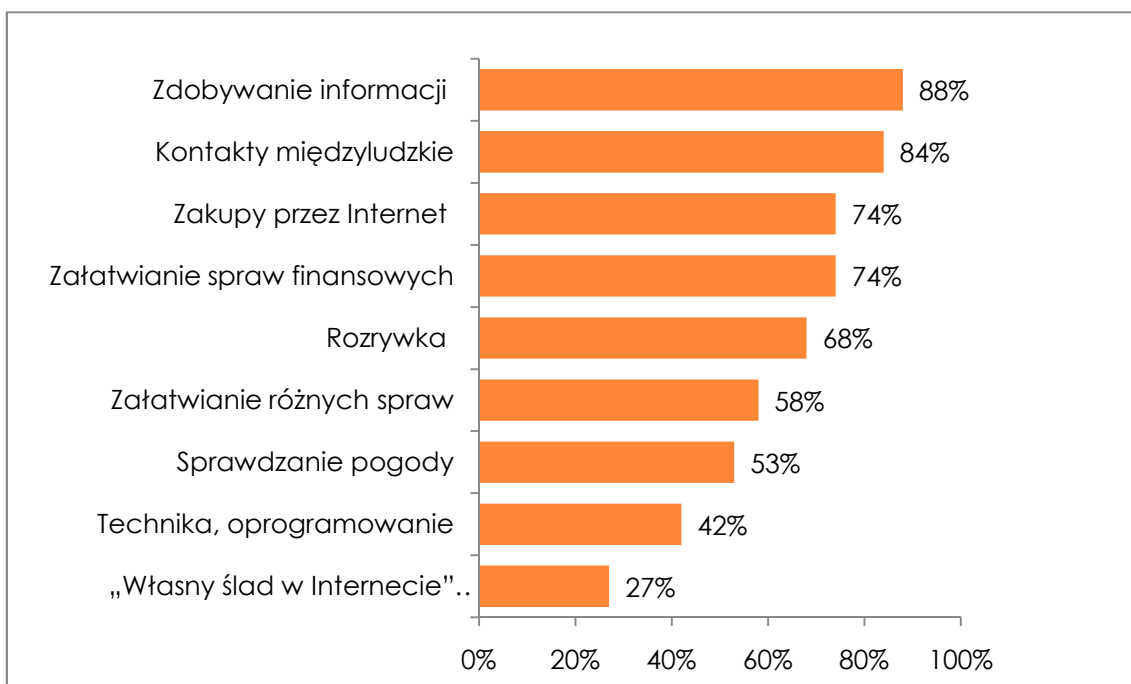
Po pracy dzieci, a jak one się położą, to znowu ja. Filmów nie ściągam, bo za wolny Internet. Znajomi ściągają i mi użyczają. Allegro, Nasza-klasa... głównie. Teraz przed sylwestrem, ciekawa jestem, jakie sukienki będą wchodzić... poszukam na Allegro. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Na Allegro siedzę... szukam samochodów, jadę potem, dogaduję się z klientem. A tak to, Nasza-klasa, głównie Allegro i maile... nieraz ludzie piszą na maila i się pytają o ceny samochodów. Nieraz się ściągnie coś na YouTube... (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Internet jest traktowany jako narzędzie niezbędne w codziennym funkcjonowaniu. Aspekt narzędziowego wykorzystania Internetu ujawnia dwa zjawiska. Po pierwsze: Internet wprowadza narzędzia nowe, nieobecne dotychczas w codziennym funkcjonowaniu człowieka. Po drugie: wypiera narzędzia tradycyjne. Szczególnie w wywiadach indywidualnych widoczne były wypowiedzi świadczące o zamianie zwyczajowych rozwiązań na internetowe (np. podczas gotowania w kuchni stoi laptop z dostępem do portalu z przepisami, nie zaś książka kucharska).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Tak, jeśli gdzieś wychodzę do restauracji i nie wiem, gdzie jest, to mogę sprawdzić, menu, ceny. Sprawdzam często stan swojego konta i dojazd w pewne miejsca. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)



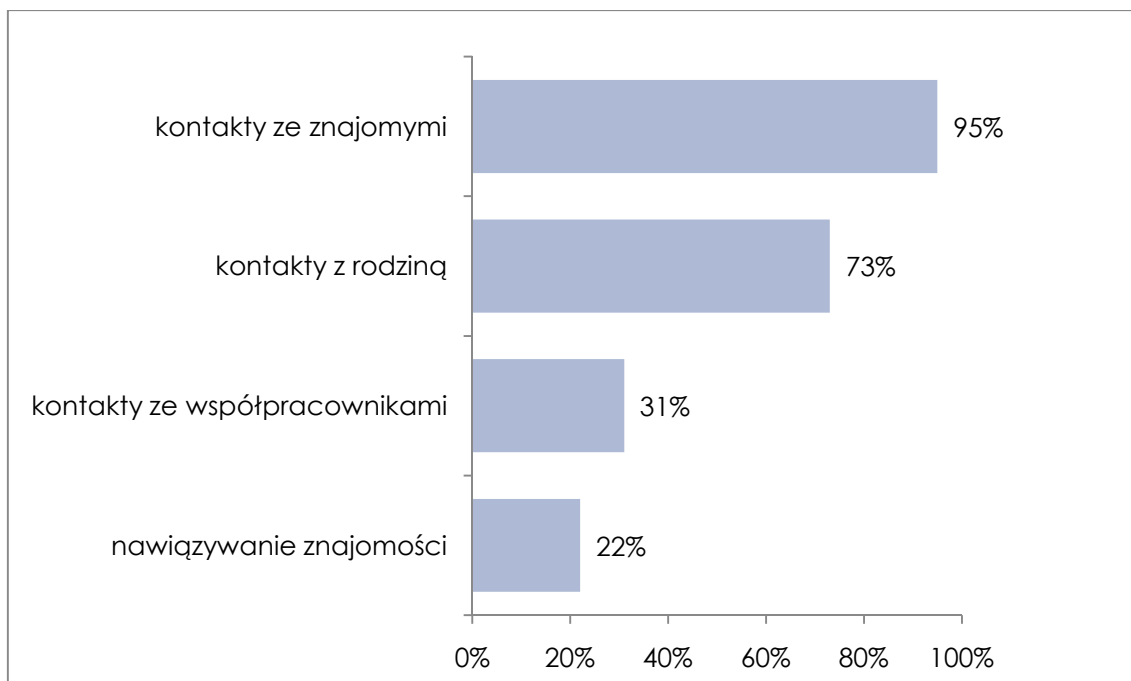
Ryc. 11 Do czego wykorzystywany jest Internet (N = 1103).

Bardzo interesującym jest również wynik pokazujący, że 27% osób angażuje się w tworzenie treści w Internecie poprzez umieszczanie wpisów na blogach, w grupach dyskusyjnych, itp. (na ryc. 11 czynności te są ujęte w kategorii „Własny ślad w Internecie”). Aktywność taka jest szczególnie cenna w budowaniu społeczeństwa opartego o wiedzę i przepływ informacji.

Poniżej omówione zostaną trzy wybrane aktywności internautów: kontakty społeczne, rozrywka i zdobywanie informacji.

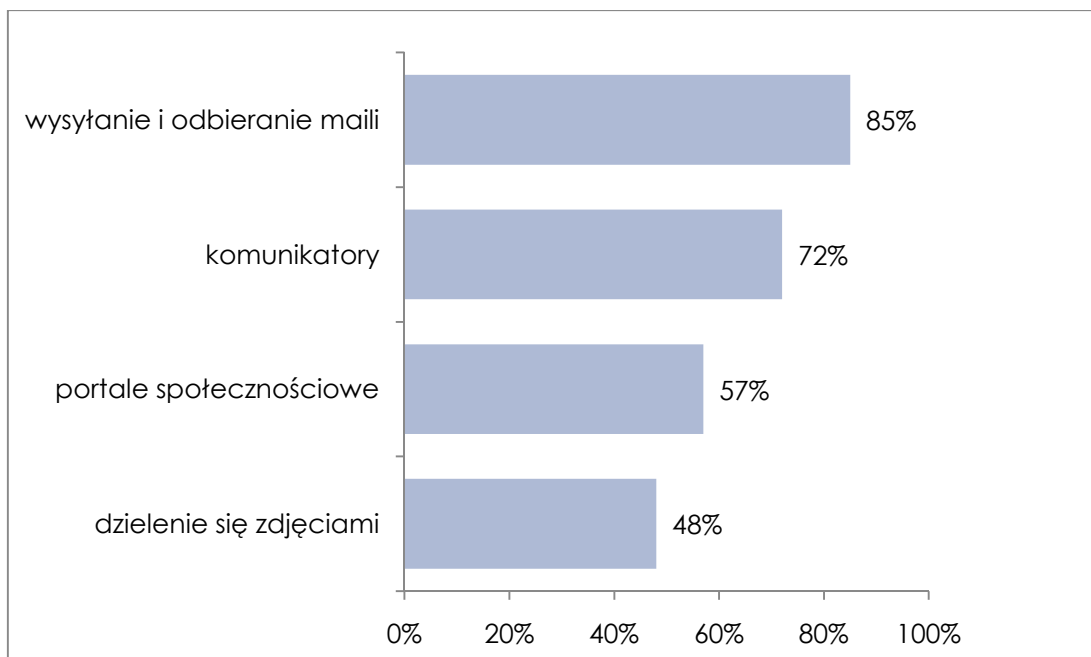
Kontakty społeczne

Nie zmienia się od lat fakt, że Internet to przede wszystkim technologia społeczna służąca kontaktom interpersonalnym. Przede wszystkim wykorzystywana jest do podtrzymywania istniejących relacji ze znajomymi, rodziną, czy współpracownikami. 22% respondentów deklaruje, że poznaje nowe osoby za pomocą Internetu (por. ryc. 12).



Ryc. 12 Wykorzystanie Internetu w celach społecznych (N = 747).

Do podtrzymania relacji z innymi osobami niezmiennie od lat służy przede wszystkim poczta elektroniczna. Bardzo popularne są również komunikatory, jako forma komunikacji synchronicznej. Również portale społecznościowe zyskały sobie wyraźną pozycję wśród środowisk (serwisów) służących kontaktom internetowym. Ponad połowa respondentów wskazywała na to narzędzie, jako służące do komunikowania się z innymi w Internecie. Na uwagę zasługuje również fakt dzielenia się zdjęciami, co deklaruje blisko 50% badanych.



Ryc. 13 Internetowe narzędzia kontaktów społecznych (N = 747).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Kiedys zrobiłem takiego fotobloga, ale to były zdjęcia z moich rajdów samochodowych jak sędzią byłem, miałem licencję, do Warszawy do was przyjeżdżałem na rajdy. (Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, użytkownik Internetu mobilnego)

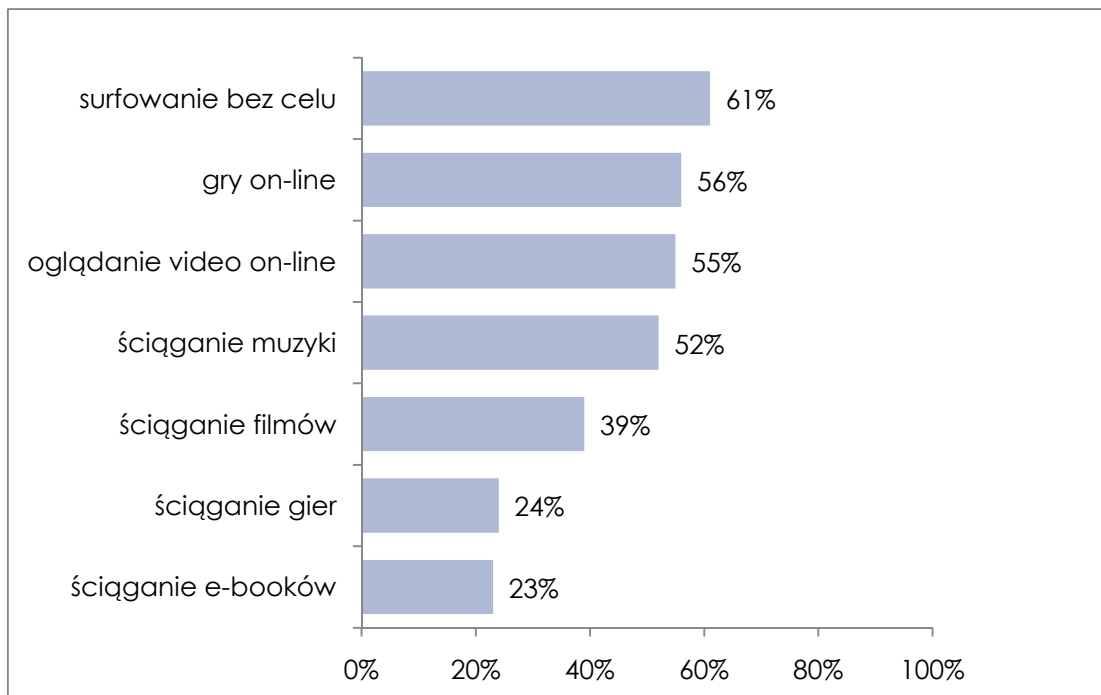
Będąc na imprezie u kogoś poznajemy nowe osoby, nawiązujemy kontakt, wymieniamy się numerami Gadu-Gadu, telefonicznie. Internet jest tu środkiem, bo korzystanie z telefonu dla studenta cały czas jest dosyć kosztowne. Mamy dużo znajomych. Czasem mamy jakieś prace i też musimy je omawiać, musimy umawiać się. Gdybyśmy ciągle do siebie dzwonili, to nasi rodzice nie płaciliby tych rachunków. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Pierwsza rzecz, to wiadomości do znajomych i od nich, lubię czasami sobie poczytać wiadomości. Często składam, też lubię porządkować sobie albumy rodzinne i mam swój program do składania zdjęć. Potem je wysyłam znajomym. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Rozrywka

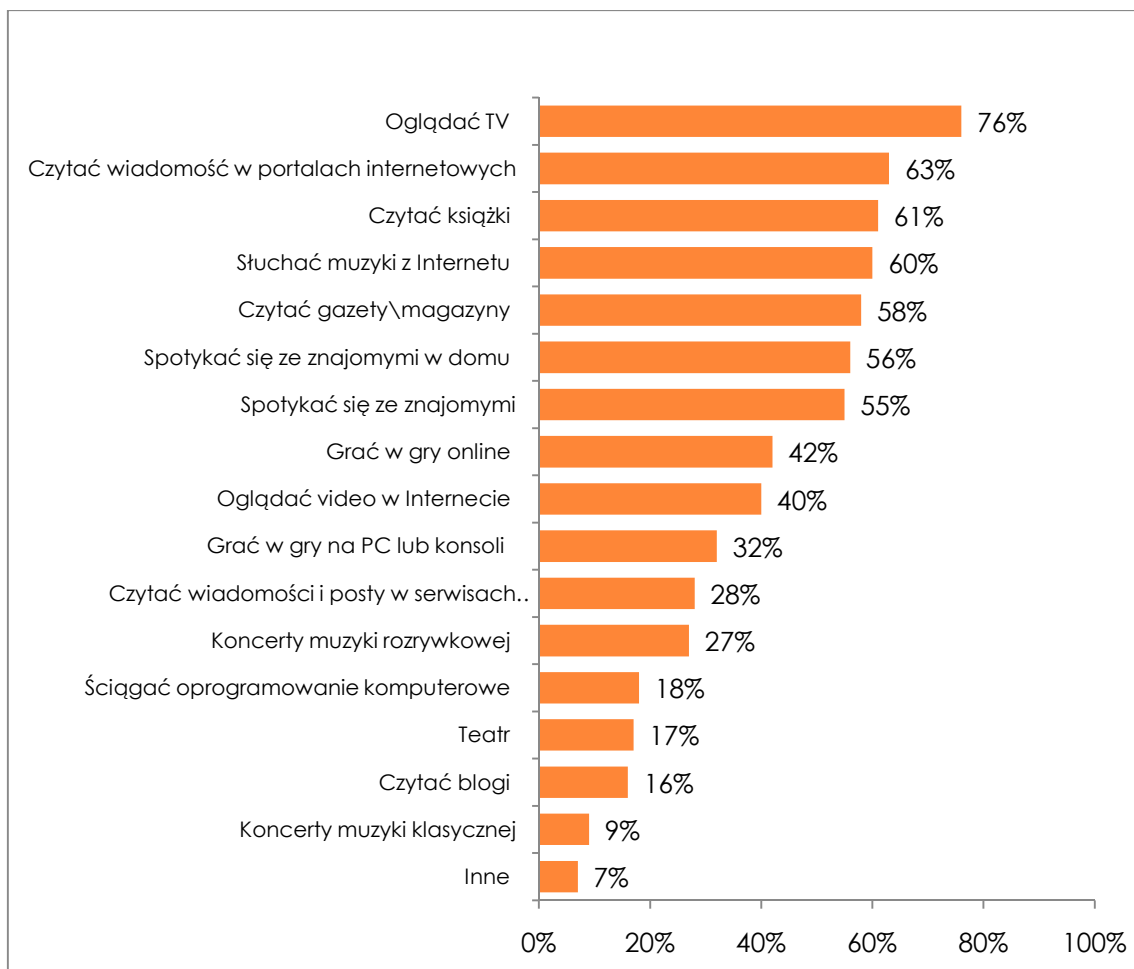
Internet stereotypowo kojarzony jest wciąż z rozrywką. Blisko 70% internautów deklaruje, że wykorzystuje Internet w tym celu. Zastanawiające są wybierane formy tej aktywności. Okazuje się, że najczęściej jest surfowanie bez celu, gry

on-line i oglądanie video. Ciekawe jest również, że ściąganie muzyki, filmów, gier czy e-booków jest również formą rozrywki.



Ryc. 14 Wykorzystanie Internetu w celach rozrywkowych (N = 605).

Internet w całym wachlarzu czynności towarzyszących spędzaniu wolnego czasu zajmuje wysoką pozycję. Czytanie wiadomości w portalach jest już na drugim miejscu, zaraz po oglądaniu telewizji, wśród najczęściej wybieranych aktywności realizowanych w wolnym czasie. Co ciekawe, gry on-line wyprzedziły w tym rankingu takie czynności, jak: koncert muzyki rozrywkowej, czy teatr. Ta forma rozrywki jest również wybierana częściej niż gry na PC czy konsoli.



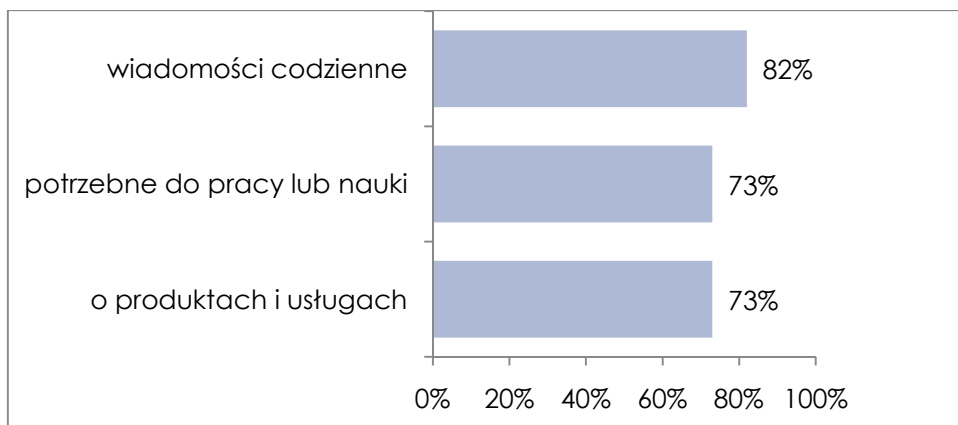
Ryc. 15 Ulubione sposoby spędzania wolnego czasu (N = 1103).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Nudzi mi się, włączę laptopa i tyle. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Informacja

Zdobywanie informacji jest jedną z podstawowych czynności wykonywanych przez osoby korzystające z Internetu. Coraz częściej przejmuje on rolę innych źródeł. Zjawisko to opisywane jest często jako konwersja mediów. Nie dziwi więc fakt, że ponad 80% badanych internautów deklaruje, że to właśnie Internet jest źródłem codziennych wiadomości (por. ryc. 16). Kolejny raz widzimy również, że jest to medium pomocne przy decyzjach finansowych – prawie trzy czwarte badanych zdobywa dzięki niemu informacje o usługach i produktach.



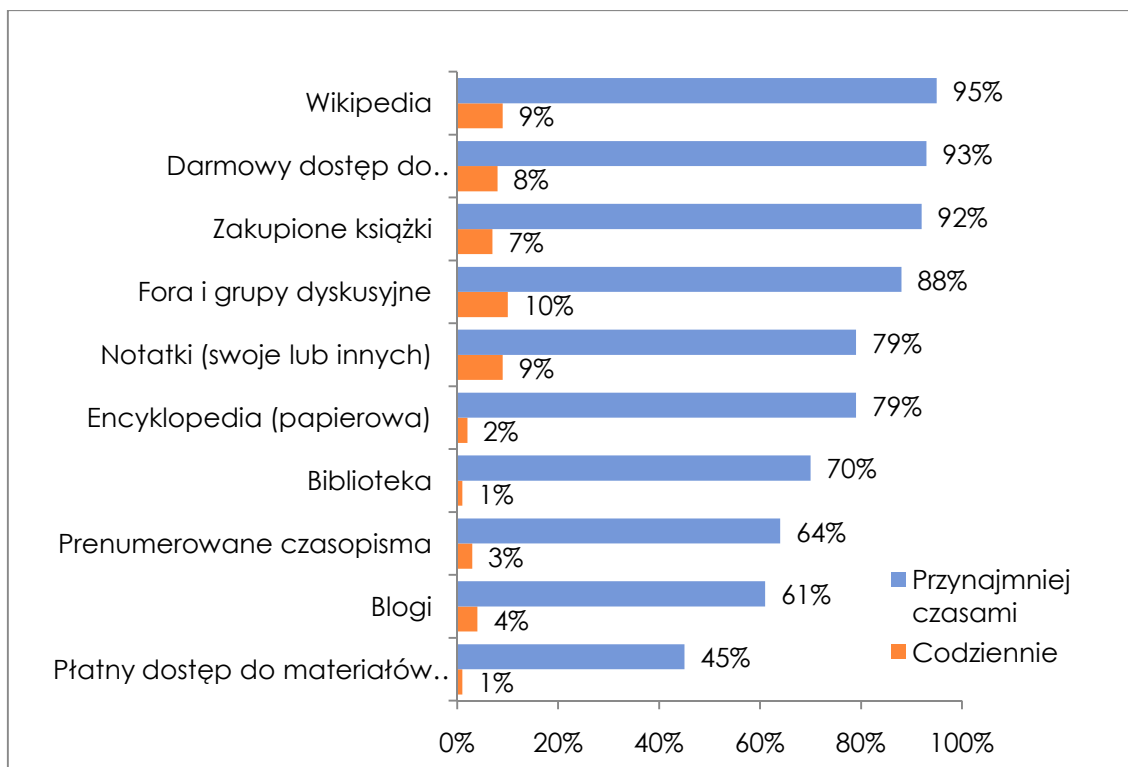
Ryc. 16 Wykorzystanie Internetu w celach informacyjnych (N = 789).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

To jest już przeważnie późny wieczór, kiedy zasiadam sobie do Internetu, na pewno po 20-21, wtedy kiedy dzieci są w łóżkach, wtedy kiedy praktycznie nie mam już co w domu robić, a muszę zasięgnąć jeszcze wiedzy z Internetu, no to wtedy zasiadam sobie. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Internet stanowi również istotne źródło wiedzy. Wśród najczęściej wykorzystywanych zasobów wskazywane są aż trzy internetowe: Wikipedia, darmowy dostęp do materiałów on-line oraz fora i grupy dyskusyjne. Te ostatnie są również najczęściej wskazywane wśród używanych codziennie. Zasoby internetowe wykorzystywane są częściej niż książki czy własne notatki.

Ten ostatni wynik łatwo zrozumieć, kiedy weźmiemy pod uwagę fakt, że wiele uczelni w Polsce w ostatnich latach położyło mocny nacisk na rozwój e-learningu oraz elektronicznego udostępniania swoim studentom materiałów z wykładów i zajęć, a także na internetowy dostęp do zasobów literatury fachowej. Tradycyjne notatki stają się mniej potrzebne, kiedy materiały z wykładów i opracowania tematów są w Sieci.



Ryc. 17 Wykorzystanie źródeł informacji i wiedzy (N = 1103).

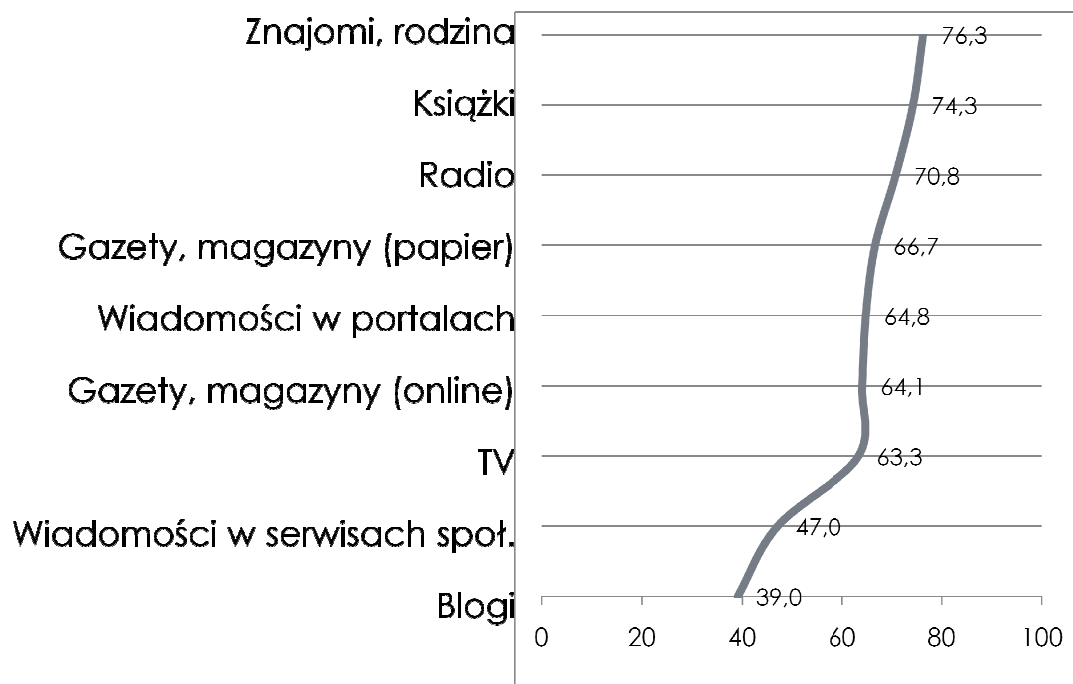
Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Do celów analityczno- badawczych, ale też do celów informacyjnych, typu jakichś tam najnowszych informacji, newsów, typu gazetowego. Zamiast czytać taką zwykłą prasę, to można sobie poczytać, ale też jakieś tam sensacje, skandale, takie inne rzeczy. (Mężczyzna, Warszawa, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Lubię chodzić po forach i szukać opinii, o wszystkim. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Obraz, niemal idealny dla Internetu, psuje nieco wynik zobrazowany na ryc. 18. Pokazuje ona zaufanie, jakim internauci obdarzają różne źródła informacji. Zasoby internetowe znajdują w tym rankingu dalsze miejsca. Wydania gazet i czasopism on-line cieszą się mniejszym zaufaniem niż ich odpowiedniki papierowe, a blogi czy wiadomości w serwisach społecznościowych są na samym końcu stawki.

Niemniej warto odnotować, że portale internetowe, jak również internetowe wydania gazet i czasopism, budzą większe zaufanie niż telewizja (por. ryc. 18).



Ryc. 18 Zaufanie do źródeł informacji (N = 1103).

Internet mobilny – nowy podział cyfrowy?

Czy Internet mobilny tworzy nową barierę cyfrową analogicznie do bariery dostępu o Internetu w ogóle?

Generacja MOB. Internauci korzystający z dostępu mobilnego to ludzie w większości młodzi, mieszkający w dużych miastach, uczący się i mający wysoką samoocenę.

Bariera cyfrowa (*Digital Divide*) jest pojęciem stworzonym do opisu różnic pomiędzy osobami korzystającymi z nowych technologii (głównie Internetu), a osobami odciętymi od takiego dostępu. Poszukuje się różnych źródeł tych różnic – od ekonomicznych, poprzez umiejętności korzystania z komputerów, a kończąc na emocjonalnych i poznawczych. Brak możliwości korzystania z nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (*Information and Communication Technologies – ICT*) powoduje, że osoby te znajdują się niejako na marginesie społeczeństwa opartego na wiedzy i nie włączają się w główny nurt wymiany informacji.

Opisywane są liczne różnice pomiędzy osobami mającymi dostęp do ICT i takim dostępem nie posiadającymi. Różnice widoczne są przede wszystkim w charakterystykach demograficznych i ekonomicznych, ale również w sferze emocjonalnej. Osoby nie korzystające z Internetu w Polsce to ludzie mniej optymistycznie patrzący na otaczający ich świat, własną osobę, a także przyszłość.

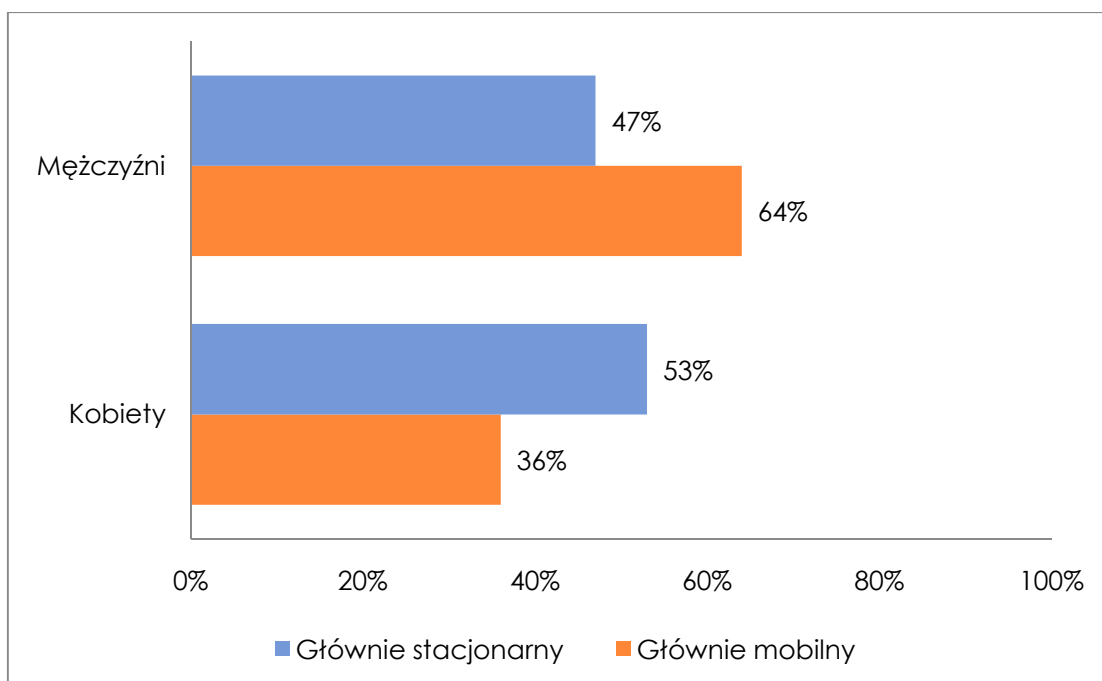
Nowe możliwości, jakie otwiera mobilny dostęp zmieniający kontekst, miejsce i czas korzystania z Internetu, rodzą również pytania o to:

- czy osoby korzystające z tej formy sieciowania będą znacząco inne pod względem charakterystyk demograficznych,
- czy będą miały większe szanse skutecznego funkcjonowania w sferze zawodowej oraz
- czy będą miały bardziej pozytywny obraz własnej osoby.

W celu odpowiedzi na te pytania przeprowadzono szereg analiz, które ujawniły kilka istotnych różnic.

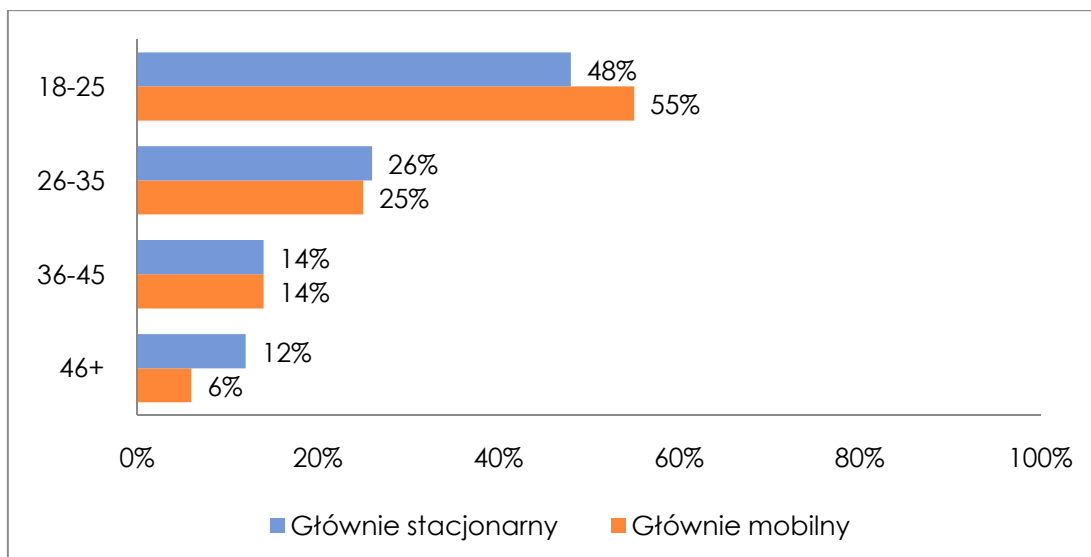
Charakterystyki demograficzne użytkowników Internetu mobilnego i użytkowników Internetu stacjonarnego

Osoby korzystające z Internetu mobilnego w porównaniu do osób łączących się przez „kabel” to w większości mężczyźni (64%).



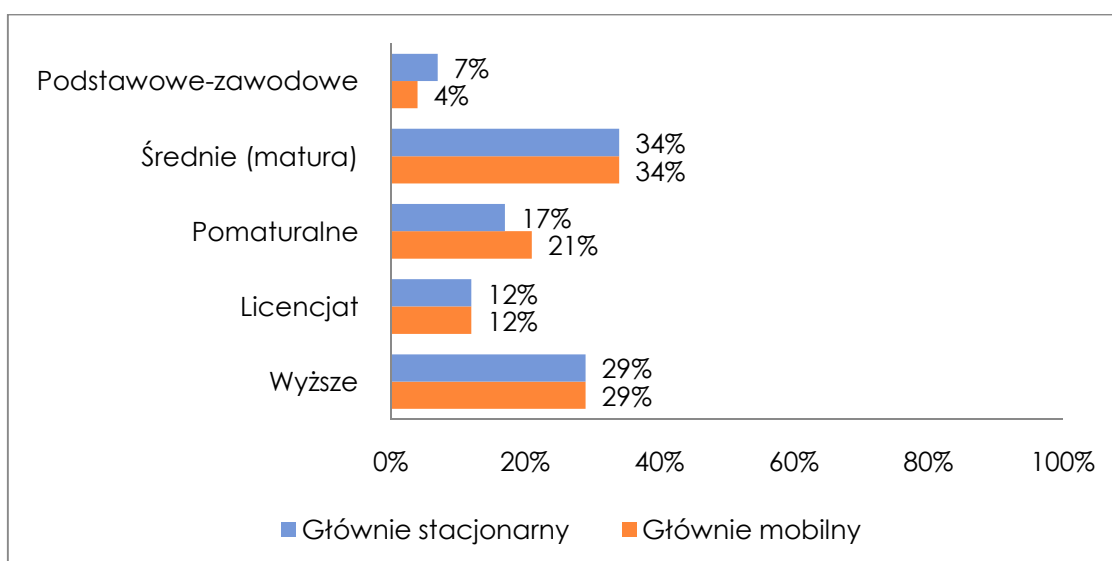
Ryc. 19 Różnice płci pomiędzy użytkownikami Internetu mobilnego i stacjonarnego (głównie stacjonarny – N = 894, głównie mobilny – N = 209).

Internauci deklarujący korzystanie głównie z Internetu mobilnego są osobami w większości poniżej 25 roku życia. W badanej próbie wśród osób powyżej 46 roku życia prawie dwukrotnie więcej jest użytkowników stacjonarnego niż mobilnego.



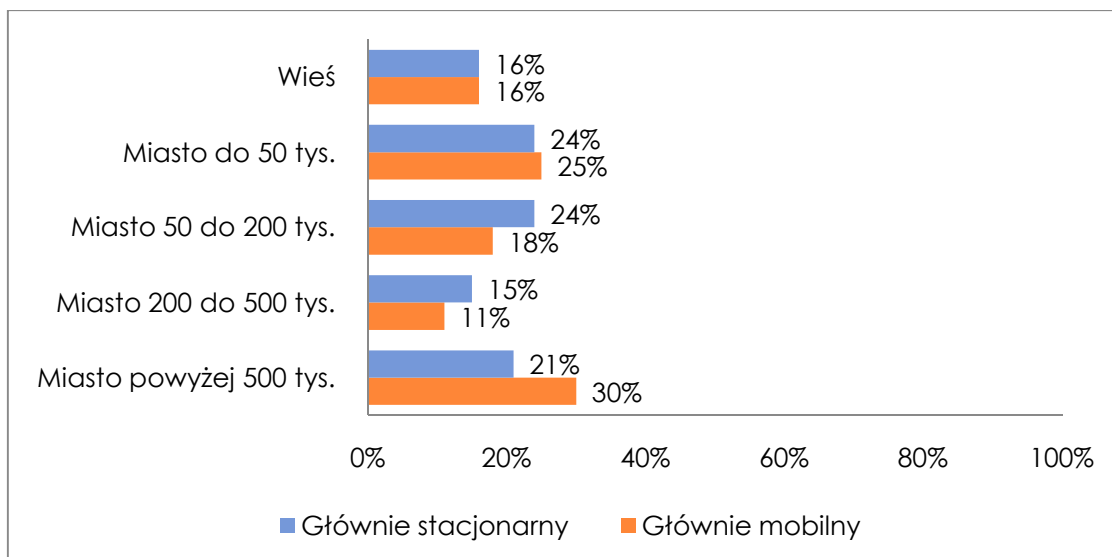
Ryc. 20 Różnice wieku pomiędzy użytkownikami Internetu mobilnego i stacjonarnego (głównie stacjonarny – N = 894, głównie mobilny – N = 209).

Respondenci korzystający z Internetu stacjonarnego częściej deklarują wykształcenie podstawowe i zawodowe.



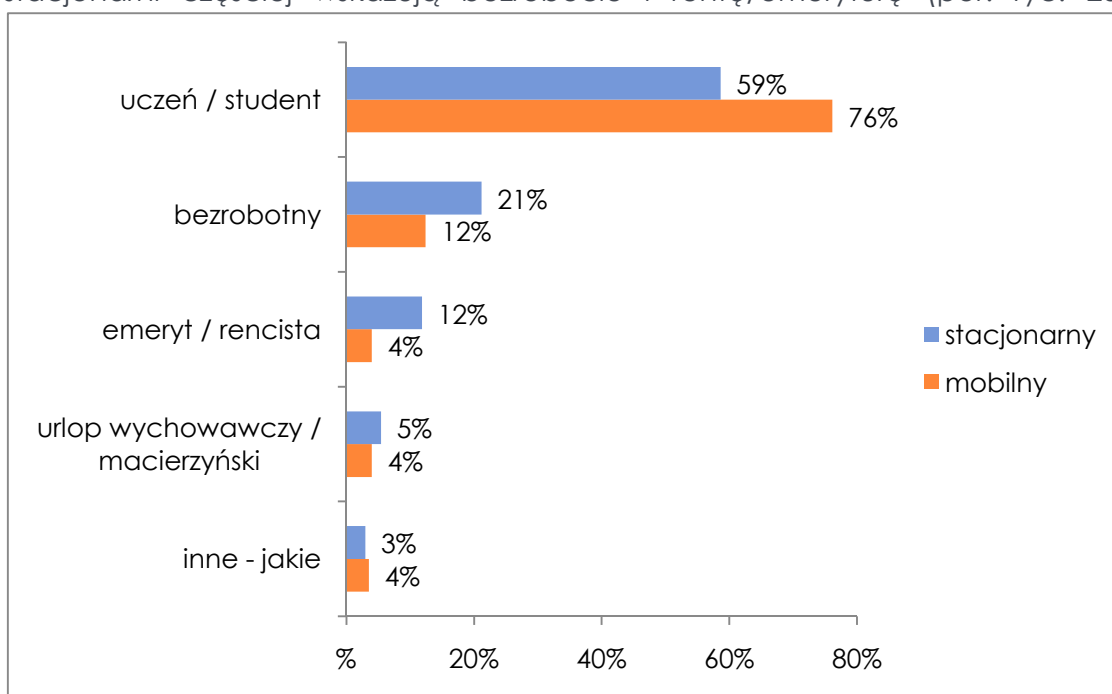
Ryc. 21 Różnice wykształcenia pomiędzy użytkownikami Internetu mobilnego i stacjonarnego (głównie stacjonarny – N = 894, głównie mobilny – N = 209).

Osoby korzystające z Internetu mobilnego częściej są osobami mieszkającymi w dużych miastach (por. ryc. 22).



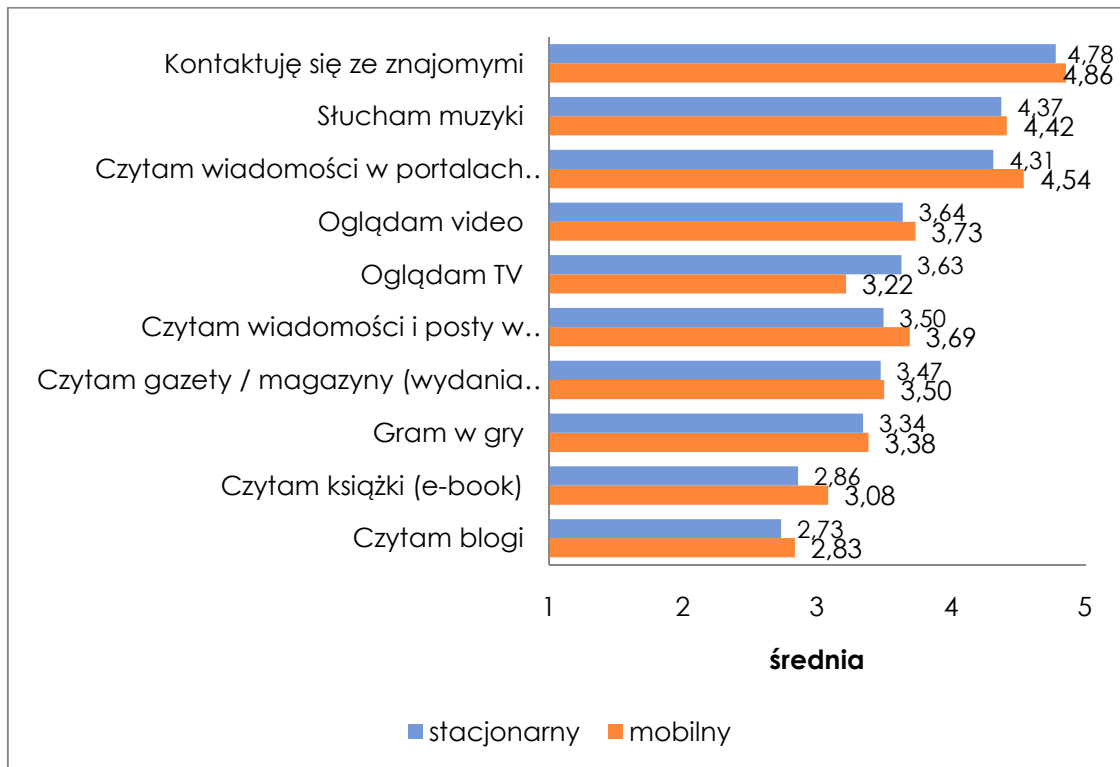
Ryc. 22 Różnice miejsca zamieszkania pomiędzy użytkownikami Internetu mobilnego i stacjonarnego (głównie stacjonarny – N = 894, głównie mobilny – N = 209).

Nie odnotowano natomiast istotnych statystycznie różnic pomiędzy osobami korzystającymi z Internetu mobilnego v. stacjonarnego ze względu na osobiste dochody oraz na status zawodowy. Ciekawe różnice ukazuje jednak porównanie osób nie pracujących zawodowo. Internauci mobilni częściej jako przyczynę braku pracy wskazują fakt studiowania czy uczenia się, natomiast stacjonarni częściej wskazują bezrobocie i rentę/emeryturę (por. ryc. 23).



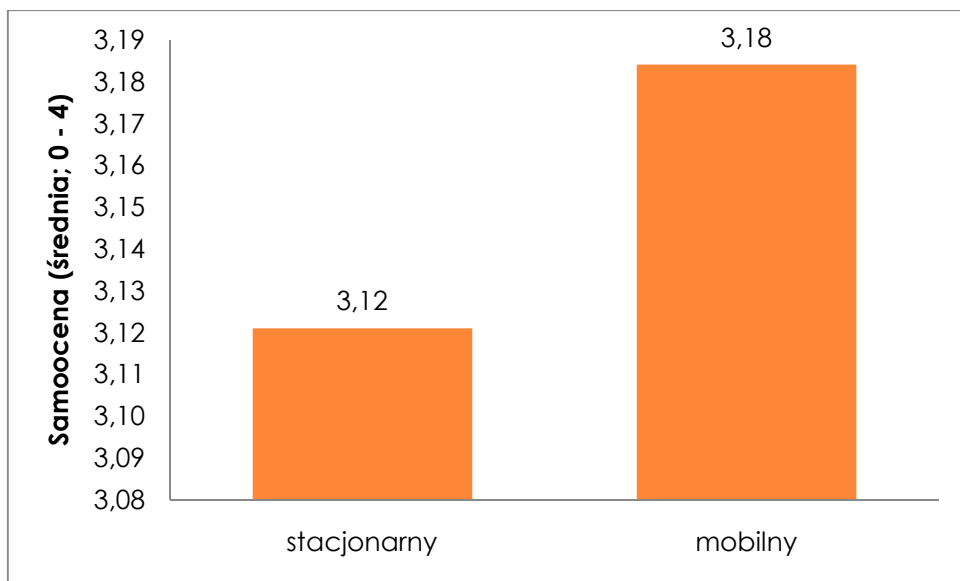
Ryc. 23 Przyczyny braku pracy zawodowej wśród osób deklarujących jej brak (N = 429) w podziale na dostęp do Internetu.

Internauci mobilni częściej czytają wiadomości w portalach internetowych, wiadomości i posty na forach i grupach dyskusyjnych oraz elektroniczne wydania książkowe (e-book). Rzadziej oglądają telewizję internetową (por. ryc. 24).



Ryc. 24 Do czego wykorzystywany jest Internet. Porównanie użytkowników Internetu stacjonarnego i mobilnego.

Zgodnie z przewidywaniami zaobserwowano istotne statystycznie różnice pomiędzy osobami korzystającymi z Internetu mobilnego i stacjonarnego w samoocenie. Mobilni mają wyższą samoocenę niż stacjonarni. Ocena często związana jest silnie z nastrojem i optymizmem. Można więc na podstawie tego wyniku przewidywać, że Generacja MOB to ludzie nie tylko wierzący w swoje możliwości, ale również optymistycznie patrzący na świat.



Ryc. 25 Porównanie samooceny użytkowników Internetu stacjonarnego i mobilnego.

Obraz Internetu mobilnego

Jaki obraz Internetu mobilnego istnieje w świadomości polskich internautów? Jakie emocje i wartości są związane z Internetem mobilnym? Jaka jest percepcja użytkownika Internetu mobilnego? Fakty, opinie, mity.

Łączy nie definiuje rodzaju Internetu, bo... „Internetu nie ma”. Są moi znajomi, portale społecznościowe, komunikator i serwisy informacyjne.

Nowoczesność, Niezależność i Dynamizm określają obraz Internetu mobilnego.

Internet mobilny – Technologia Nieoswojona.

Fakty

Wyniki wywiadów jakościowych pokazują na wyraźny deficyt pojęć opisujących mobilny dostęp do Internetu. Według badanych istotą Internetu mobilnego jest możliwość uzyskania połączenia z Siecią bez kabla. Przekłada się to na korzyści racjonalne (możliwość korzystania z zasobów Internetu w wielu różnych miejscach) oraz emocjonalne (poczucie swobody, wolności, brak ograniczeń). Według nich, kabel Internetu stacjonarnego, zastąpiony jest modemem, zwanym także „USB”, „Stickiem” lub „Edge'm”.

Ubogie słownictwo ściśle związane jest z płytką wiedzą na temat Internetu mobilnego. Respondenci nie byli zainteresowani kwestiami technicznymi, bywało, że nie znali warunków umowy. Brak wiedzy może być jedną z przyczyn poczucia bezradności i frustracji powstających w razie problemów z Internetem mobilnym.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Ja to nie znam się na tych technicznych sprawach, nawet nie znam się dobrze na tych parametrach, te megabajty coś tam. To mnie nie interesuje. Dla mnie ważne, żeby to po prostu działało. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

[Definiują Internet mobilny] Urządzenie na sticku, które zawsze jest ze mną i podłączając je do laptopa, zawsze mogę korzystać. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Zauważalne było, że osoby starsze wyraźnie podkreślały odrębność Internetu mobilnego (zwanego także „przenośnym”) od Internetu stacjonarnego. Młodzi natomiast mówili po prostu „Internet”, często zdziwieni prośbą o dookreślenie jego rodzaju: „Internet to Internet”.

Emocje związane z Internetem mobilnym

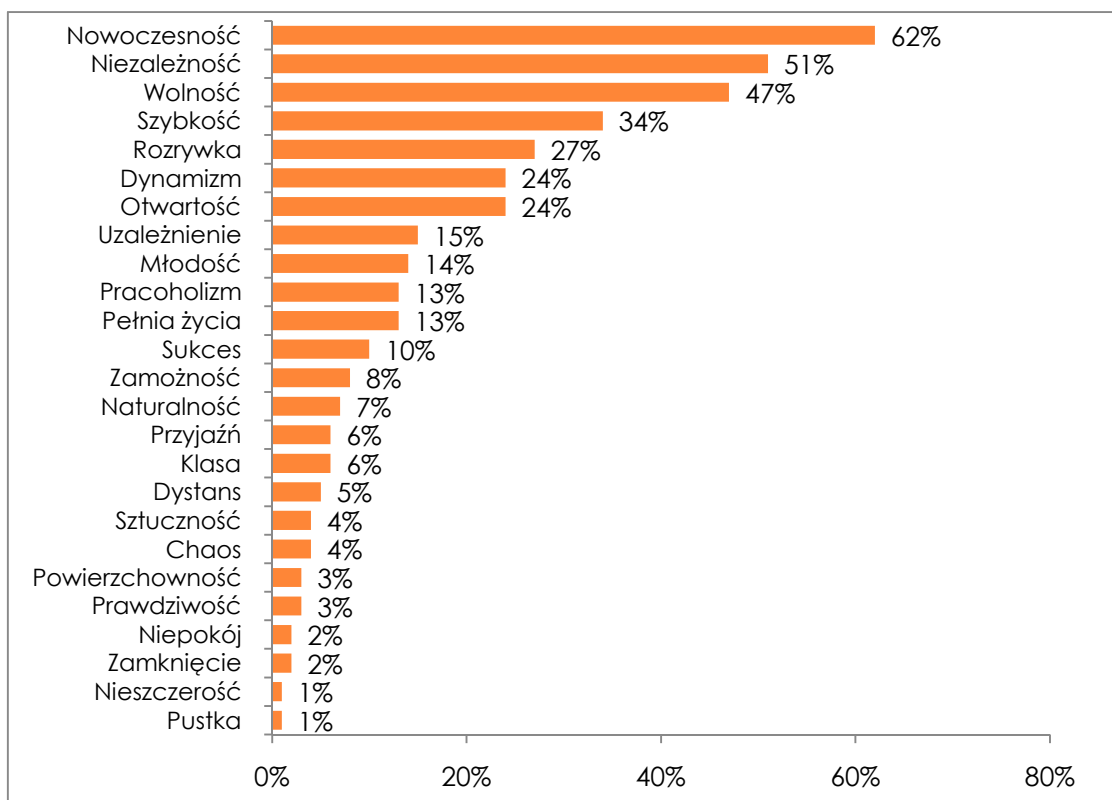
Zgodnie z wypowiedziami badanych w wywiadach jakościowych, w spontanicznych skojarzeniach dominują określenia związane z wolnością i swobodą. Brak Internetu oznacza odcięcie od świata, niemożność uczestniczenia w normalnym życiu (zawodowym, społecznym, rodzinnym).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Niezależność. Nie łączy mnie kabel z komputerem, tylko mogę sobie być w dowolnym miejscu i kontaktować się z ludźmi, być na bieżąco z wiadomościami ze świata, ze świata finansów. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Swoboda. Gdziekolwiek jestem mam dostęp do maila, do informacji. Możesz z niego korzystać wszędzie pod warunkiem, że masz laptopa, nie jesteś ograniczona kablem. (Kobieta, Włocławek, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Wyniki badań kwestionariuszowego i jakościowego są spójne. W badaniu ilościowym respondenci przede wszystkim przypisywali Internetowi mobilnemu takie wartości jak: nowoczesność, niezależność i wolność. Szybkość, rozrywka, dynamizm i otwartość to kolejne pod względem częstości pojawiania się atrybuty przypisywane Internetowi mobilnemu. Wyraźnie widać tutaj trzy grupy wartości. Pierwsza z nich związana z nowoczesnością, druga – wolnością i niezależnością, a trzecia – z dynamizmem.



Ryc. 26 Cechy przypisywane Internetowi mobilnemu wg Internautów w Polsce (N = 1103).

W uzupełnieniu wyników kwestionariuszowych może pomóc analiza wypowiedzi padających podczas wywiadów jakościowych. Zgodnie z nią świat Internetu mobilnego to świat, który ma dwa oblicza (do pewnego stopnia sprzeczne). Z jednej strony, jest to świat młodości, radości, dynamizmu, łatwości nawiązywania kontaktów międzyludzkich. W tym znaczeniu jest on bardzo aspiracyjny – to świat przede wszystkim ludzi młodych, wygodny, „łatwy”, bezproblemowy. Z drugiej strony, to świat ludzi samotnych. Mają oni wiele kontaktów, ale w istocie są one płytkie. Trudno tam o prawdziwego przyjaciela „na dobre i na złe”. Zerwana została ciągłość pokoleniowa, nie ma ludzi starych, którzy „sami odeszli z tego świata”. W wizerunku świata Internetu mobilnego bardzo często pojawiają się elementy z filmów science-fiction. Jeśli ludzie wychodzą z domów, ubrani są w ultra-nowoczesne kombinezony. Nie komunikują się *face-to-face*, ale poprzez technologię. Bywa i tak, że nie wychodzą z domów w ogóle, ale wysyłają awatary.

Przeciwieństwem świata Internetu mobilnego jest świat, w którym ludzie żyją zgodnie z naturą: wstają o świcie, kładą się spać o zachodzie słońca, a jedzenie to ciepły posiłek „jak u mamy”.

Wypowiedzi badanych świadczą o pewnej obawie przed Internetem mobilnym (obawa przed nieznanym, przed technologią).

Świat Internetu **mobilnego** wg wypowiedzi badanych podczas wywiadów jakościowych:

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

[Świat Internetu mobilnego] Wszystko takie nowoczesne, drapacze chmur, dobrobyt, wolność, poza tym wysoka cywilizacja, kosmiczna może wręcz. Jest szybki przepływ informacji, szybko się wszystko dzieje, to nie jest jednak takie powolne. Jest dynamika, tak mi się wydaje. Taka dynamika, każdy wykorzystuje każdą chwilę efektywnie i jest duży rozwój, dużo dynamiki, duży rozwój nauki, wiedzy i wszystkiego. Wszystko kosmiczne. Jazda bez trzymanki. (Mężczyzna, Warszawa, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Świat bez Internetu mobilnego to jest zacofany świat, to tak, jakbyśmy porównywali telefony komórkowe do telefonów takich stacjonarnych. Ale jest tam miłość, przyjaźń, rodzina. Te wartości ponadczasowe. (Mężczyzna, Warszawa, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Jak w filmach science-fiction. Ludzie chodzą w dziwnych ubraniach, samochody kosmiczne. Postęp techniczny. Techniczny-nowoczesny świat. Ta cywilizacja jest wysoko posunięta. Starsi ludzie są z daleka od takiego świata. Nie mają zaufania. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Ten pęd wszystkich, to że wszyscy gdzieś się spieszą i nie mają czasu na takie wolniejsze, spokojniejsze życie, zwłaszcza w dużych miastach. Dużo się dzieje i człowiek nie jest w stanie wiedzieć wszystkiego naraz. Każdy lubi wszystko wiedzieć. Dużo ludzi, dużo kolorów, dużo techniki, elektroniki. Ja się dobrze w tym czuję, lubię wykorzystywać sobie czas. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Dużo ludzi, młodzież siedząca nad laptopami, biznesmeni wracający z pracy z laptopami. Takie smutne skojarzenia. Smutne, kiedy człowiek ma taką chęć korzystania z Internetu bez przerwy. Zbyt wiele godzin przy Internecie to są zabrane godziny przy rodzinie, znajomych. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Niewymagające żadnej inwencji, żadnego zaangażowania jakiegoś, wyjścia gdziekolwiek, bo komuś by się nie chciało ubierać, wychodzić, przejechać kawatek, gdzieś tam posiedzieć, podczas gdy mógłby w sekundę połączyć się z każdą osobą. Nie zastąpi jakiejś takiej prawdziwej bliskości z innymi ludźmi i tak naprawdę nie daje żadnych, coś fajnego w życiu daje kontakt z ludźmi taki prawdziwy i przeżywanie czegoś wspólnie. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Świat Internetu **stacjonarnego** wg wypowiedzi badanych podczas wywiadów jakościowych:

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

W świecie bez Internetu mobilnego: Starsi są na miejscu. Żniwa są. W zimę się nie ruszą, bo za zimno jest. Zgodnie z porami roku. (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Świat bez Internetu mobilnego: Lasy, woda, łono natury, słońce, no i taka wieś. Tacy naturalni, żyją w zgodzie z naturą. Czyli żyją rytmem natury, czyli rodzą się i umierają według swoich biologicznych potrzeb. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Świat bez Internetu mobilnego jest ponury. Zacošana społeczność. Wiocha oddalona od miasta. Ludzie nie widzą potrzeby kontaktowania się ze sobą. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Mity i opinie o Internecie mobilnym

Wywiady jakościowe pokazały, że wiedza na temat Internetu mobilnego jest znikoma – zarówno wiedza dotycząca technicznych aspektów dostępu do Sieci, jak i oferty dostępnej na rynku. Język, jakim posługują się badani do opisu mobilnego Internetu, daleki jest od języka faktycznych technologii. Zauważane jest, że pojawiają się zróżnicowane technologie, ale głównie oceniane są pod kątem szybkości i ilości przesyłu danych.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Operatorzy nad tym pracują, kiedyś ta prędkość też była inna i to też było „wow”, to było droższe i nieosiągalne, teraz coraz większe są te limity i coraz lepsze są te prędkości. Coraz nowsze technologie, są cztery poziomy jakby. Jeżeli jesteśmy w Warszawie to korzystamy z danej, jeśli dalej, to inna, jeśli jeszcze nie ma to z innej technologii. To operatorzy wprowadzają po to, żeby klientom było wygodniej. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

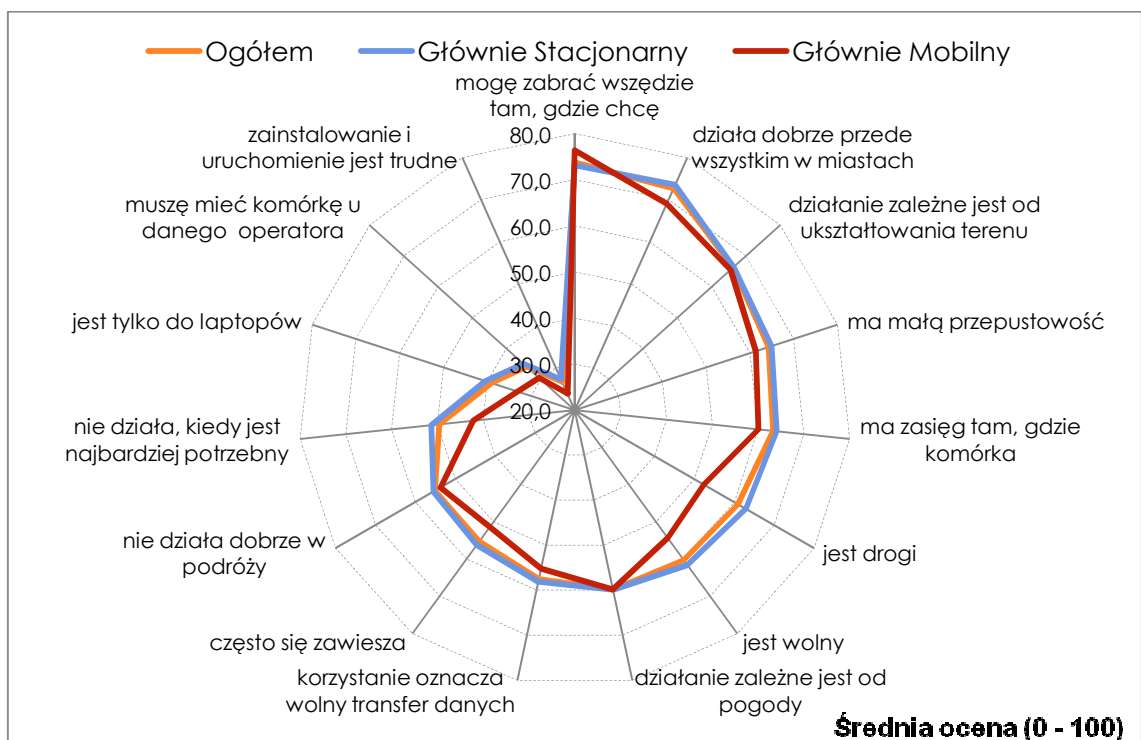
Brak wiedzy technicznej zastępowany jest przez opinie „obiegowe”. W świadomości badanych najczęściej obecne są realne słabe strony Internetu mobilnego. Zwykle użytkownik dowiaduje się o nich już po zakupie lub po jakimś czasie użytkowania. Do najczęściej wymienianych problemów należą:

- Zawieszanie, przerywanie połączenia.
- Wolne połączenia, szczególnie „w godzinach szczytu” – wieczory, popołudnia.

- Trudności w ściąganiu plików.
- Zrywanie połączeń w trakcie podróży, przemieszczania się.
- Brak zasięgu lub słaby zasięg w określonych miejscach (domu, ulicy, miejscowości). Ta grupa problemów zgłaszana była przede wszystkim przez mieszkańców wsi.
- Trudności w inicjacji połączenia.
- Pojawiały się także wypowiedzi dotyczące psujących się modemów i narzekanie, że Operator nie oferuje modemu zastępczego na czas naprawy.

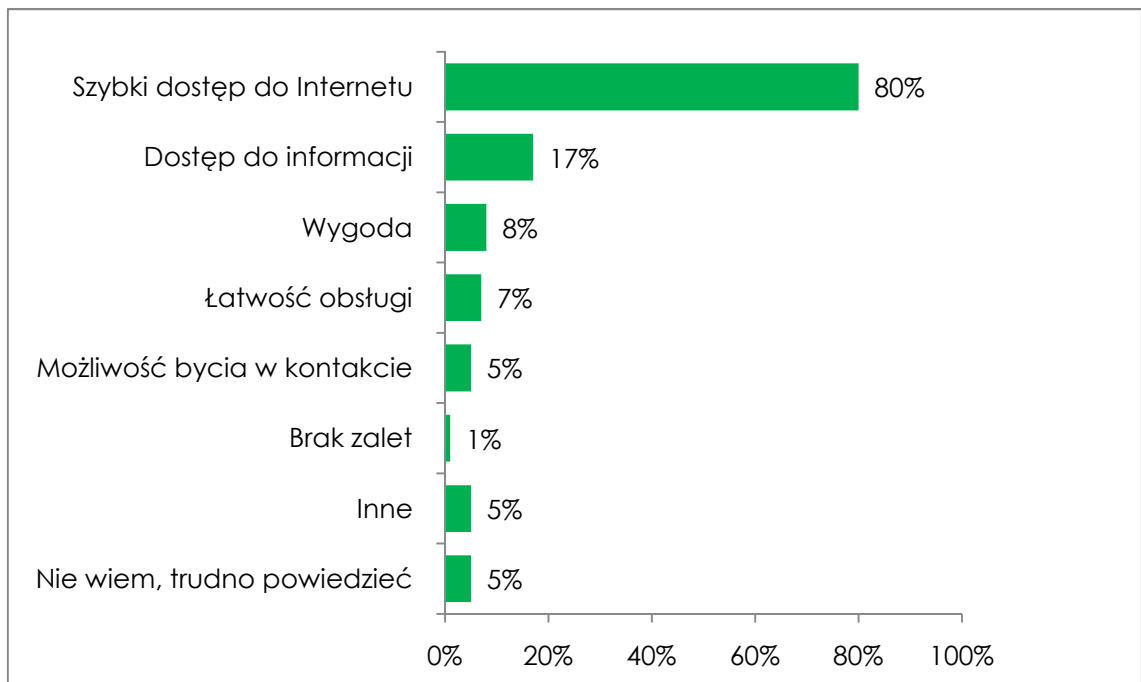
Wnioski te potwierdzają wyniki badania kwestionariuszowego. Internet mobilny postrzegany jest jako działający przede wszystkim w dużych miastach, z małą przepustowością i działaniem uzależnionym od ukształtowania terenu i pogody. Użytkownicy głównie Internetu stacjonarnego uważają ponadto, że taki dostęp do Sieci jest drogi, a sam Internet – wolny. Te dwie ostatnie cechy różnią opinie użytkowników Internetu stacjonarnego i mobilnego (por. ryc. 27).

Badanie kwestionariuszowe ujawniło jednak również pozytywne cechy łącza mobilnego. Oprócz najczęściej wymienianej cechy, która jest generyczna dla kategorii („mogę zabrać go wszędzie tam, gdzie chcę”), Internet mobilny jest postrzegany jako łatwy w instalacji, nie wymagający przywiązania do operatora telefonii komórkowej, u którego posiada się telefon oraz możliwy do zastosowania nie tylko w laptopach.



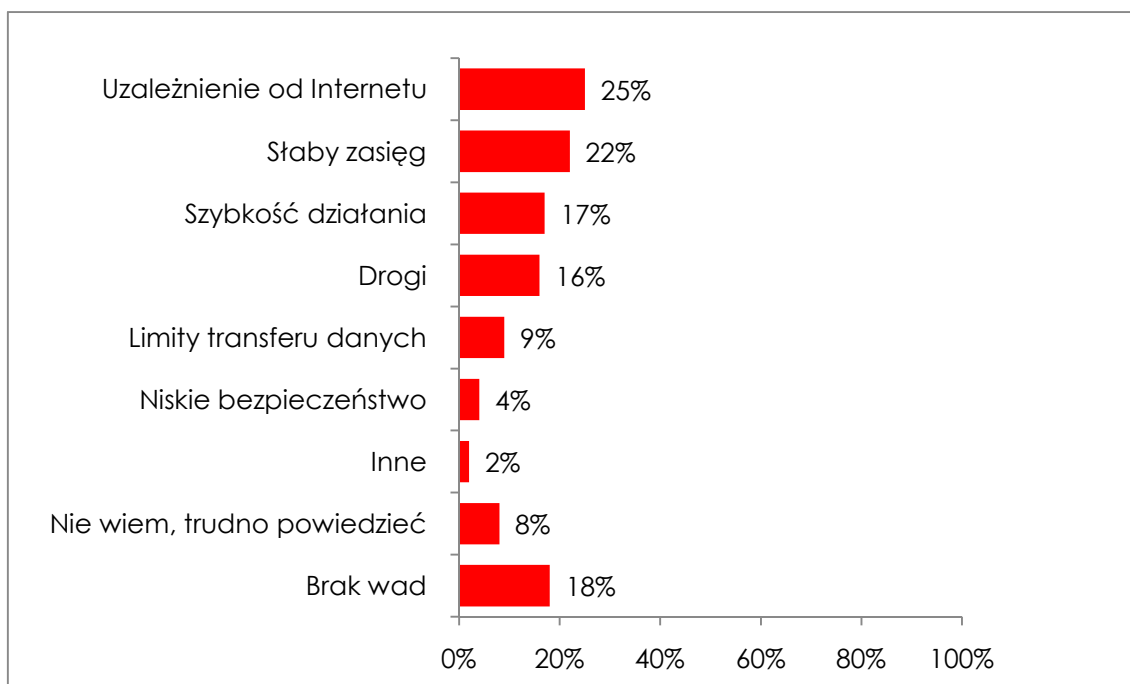
Ryc. 27 Percepcja Internetu mobilnego (N = 1103).

W kwestionariuszu pytano o spontaniczne pozytywne i negatywne opinie na temat Internetu mobilnego. Wyniki pokazały, że wśród zalet wymieniany jest przede wszystkim „Szybki dostęp do Internetu” w znaczeniu „kiedy chcę”.



Ryc. 28 Spontaniczne opinie na temat Internetu mobilnego (N = 998).

Wśród spontanicznie wymienianych wad Internetu mobilnego pojawiła się możliwość uzależnienia się od tego medium (wymieniana istotnie częściej przez obecnych użytkowników Internetu stacjonarnego) oraz szybkość transferu, słaby zasięg (wymieniane częściej przez obecnych użytkowników Internetu mobilnego) oraz zbyt wysoka cena (wymieniane również częściej przez obecnych użytkowników Internetu stacjonarnego). Co ciekawe, 18% respondentów stwierdziło, że taki dostęp nie ma wad (por. ryc. 29).



Ryc. 29 Najczęściej spontanicznie wymieniane wady Internetu mobilnego (N = 998).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Wszyscy operatorzy telefoniczni mają ten Internet bezprzewodowy, modemy. Play wśród studentów jest popularny, bo jest najtańszy. Jeśli chodzi o zasięg, to w Warszawie jest dobry, gdzieś indziej już nie. Plus, Era, Orange również mają. Era ma również bezprzewodowy. Wiem, że Plus ma małe wahania sygnału i dużą prędkość. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

... są miejsca, gdzie z zasięgiem mam problemy, ale to idę na górę, albo do innego pokoju i jest ok. Gdzieś tu tracimy zasięg. Dom jest położony w takim punkcie, gdzie nie dociera zasięg. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Nie można ściągać większych plików... 1GB musiałbym ściągać parę dni, a czasami zrywa na dodatek połączenie i trzeba od nowa ściągać. Antywirusa ściągałem – 32 MB i musiałem siedzieć i pilnować połączenia... doszło do 10 MB i stawał... wyłączałem i włączałem i szedł dalej... Nerwy mnie brały, bo musiałem pilnować tego. Tu jest blisko lotnisko. Może radary zakłócają zasięg. (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Wkurzam się. Jak dzieci buszują na górze, to siedzę tu i tracę zasięg, jeśli jestem na Naszej-klasie to zanim się otworzy strona, tracę czas... (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Ale mnie najbardziej zastanawia zasięg tego wszystkiego, bo jak się jedzie czasami, to są dziury w zasięgu. Jeśli między Radomiem a Lublinem jest 40 kilometrów bez zasięgu, to po co mi coś takiego? (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Boję się, że kupię i nie będę miała zasięgu. Znajomi mówili, że zasięg deklarowany nie zawsze jest, bo jak dużo osób korzysta z tego, to zasięg jest słabszy i tego właśnie się obawiam, że kiedy ja chcę korzystać, to tego nie będzie. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Nie mam pojęcia, ale zawsze sobie tłumaczę, że mam pecha, nie wiem co się dzieje. Zawsze wtedy, jak mówią, trzeba wyłączyć, włączyć, a może to wina komputera, a może to wirus. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Nie jest taki zasięg, jak myśleliśmy. Jest wolny dosyć, czasem nie da się połączyć w ogóle i kończy się umowa, więc szukamy nowego Internetu. Bo zasięg to chyba się zmienia w zależności od pory dnia. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Może czasami zdarza się, że prędkość jest wolniejsza, może, nie wiem, jest taki dzień, że wszyscy wieczorem przychodzą, siadają, bo być może to jest taki skutek, ale wydaje mi się, że to z dnia na dzień się poprawia. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Na przykład, strona długo się otwierała, a jeżeli się otwierała, to pokazywał się komunikat, że strona wygasła. Takie komunikaty, że jest błąd połączenia, wyskakiwał tam symbol 633 coś tam. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Chyba najgorsze to jest tak, jak się z kimś np. pisze po prostu, rozpisales się, a tu akurat nie była moja wina, tylko raz pisałam z przyjaciółką na GG i na nagle jej się tam łącze zerwało, no ja dalej piszę, piszę, a tu po prostu nic na tej stronie, myślę: 'Boże może jej się coś stało'. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

To, co słyszałam, to, że jest zawodny, że od czasu do czasu są problemy z łącznością. Natomiast obaw żadnych nie mam. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

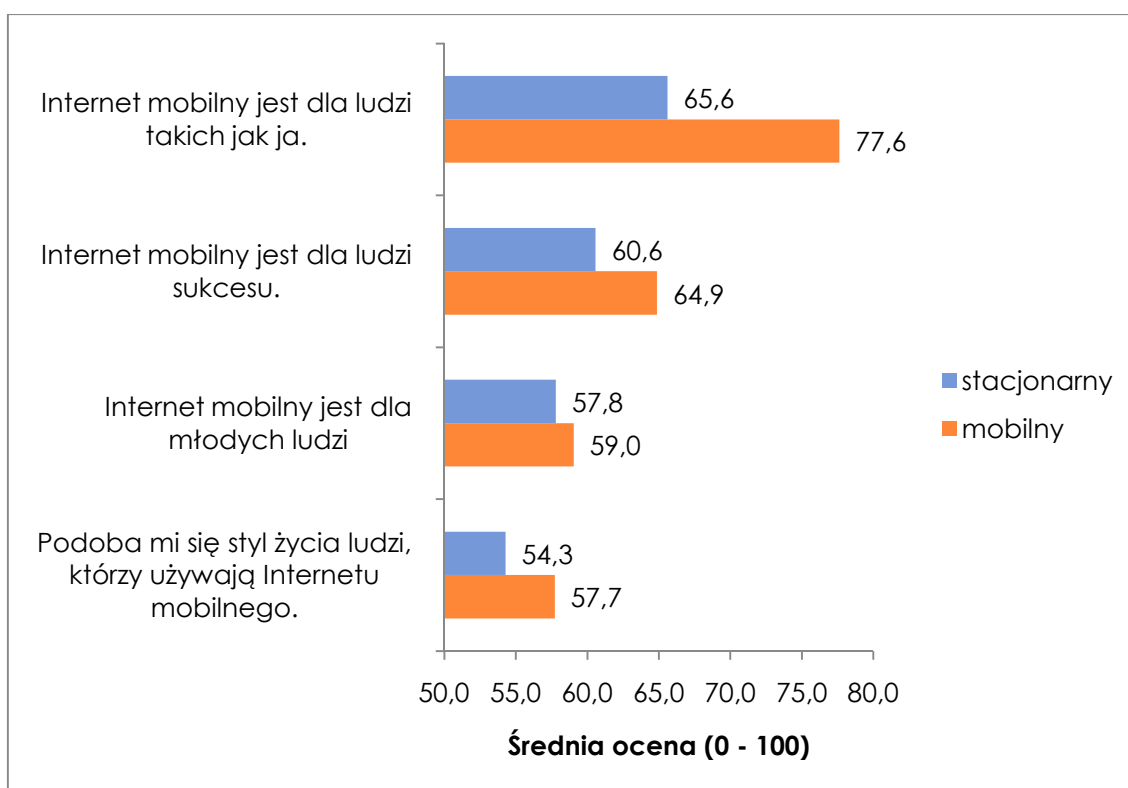
Tak jak mówiłam, ten znajomy, który próbował na działce u koleżanki zobaczyć, jak to działa. Tam rzeczywiście dużo wolniej działało, ten sygnał był dużo słabszy. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

W sumie to nie mam aż takich dużych obaw, głównie chodzi o ten transfer, tylko to mnie niepokoi, że będę sobie siedział, muszę coś wysłać pilnie, a tu nagle Internet odłączony, nie ma Internetu. Bo w abonamencie to chyba tak odłączają, trzeba zadzwonić, trzeba zapłacić chyba, tak mi się wydaje.

(Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Obraz mobilnego internauty

Wyniki badania kwestionariuszowego pokazują różnice w percepcji użytkownika Internetu mobilnego pomiędzy osobami mającymi dostęp do tej usługi i tymi, którzy głównie korzystają z łącza stacjonarnego. Internauci mobilni częściej wskazywali odpowiedź mówiącą, że taki rodzaj Internetu jest dla ludzi sukcesu. Częściej twierdzili również, że podoba im się styl życia takich osób, a Internet mobilny jest dla takich osób jak oni, tzn. dzielących ich styl życia i wartości (por. ryc. 30).



Ryc. 30 Obraz użytkownika Internetu mobilnego – porównanie opinii użytkowników Internetu mobilnego i stacjonarnego.

Jaki jest ten styl życia fascynujący internautów mobilnych podpowiadają nam wyniki badania jakościowego. Dominują przede wszystkim dwa obrazy:

- **Młody i Dynamiczny:** osoba kojarzona z tą twarzą Internetu mobilnego jest młoda, szybka, dynamiczna, mająca wielu znajomych. Internet mobilny kojarzy się ze stylem/postawą „na tu i teraz”, wyraźnym nastawieniem konsumpcjonistycznym, gdy jakiegokolwiek opóźnienie gratyfikacji jest frustrujące.

- **Sukces i Nowoczesność:** wyznacznik statusu poprzez styl życia, do którego się aspiruje: sukces, władza, pieniądze, nowoczesność. Określa to użytkownika jako człowieka sukcesu.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Domatorzy to Internet stacjonarny, natomiast osoby aktywne zawodowo to Internet mobilny. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Ci mieszkańcy tam gdzie jest stacjonarny to starsze osoby, ludzie może mniej wykształceni, nie potrzebujący dostępu do wiedzy i nie mający ochoty z niej korzystać. Bardziej może ograniczeni. Ci z Internetem mobilnym to wyższy poziom wykształcenia, większa niezależność, takie osoby mają większy wpływ na swoje życie, sami decydują o tym jacy są. (Kobieta, Włocławek, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Stacjonarny Internet jest dla starszych, statecznych ludzi, domatorów. A mobilny – dla młodych. Niektórzy starsi patrzą na to pod kątem pornografii i pedofilii. A jak się im pokaże, wyszuka, to się przekonują wtedy jak zaczynają się kontaktować. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

[Internauci mobilni to...] Fastfoody, a tamci [bez Internetu mobilnego] gotują normalnie i jedzą... wolniej czas u nich leci. (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Ojejku, takie prawie s/f. to ja mam taki nasz wiek w 2000 którymś, że wszystko jest sterowane, że są robotami, estetyczni, czyści, że wszystko jest takie kosmiczne, takie nowoczesne, takie technologicznie wypracowane. Ludzie idealni, dobrze ubrani. A nowoczesność powoduje również to, że utrzymujemy coraz młodszą siłę witalną, więc wszyscy są długo młodzi. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Związek Internetu mobilnego z jakością życia

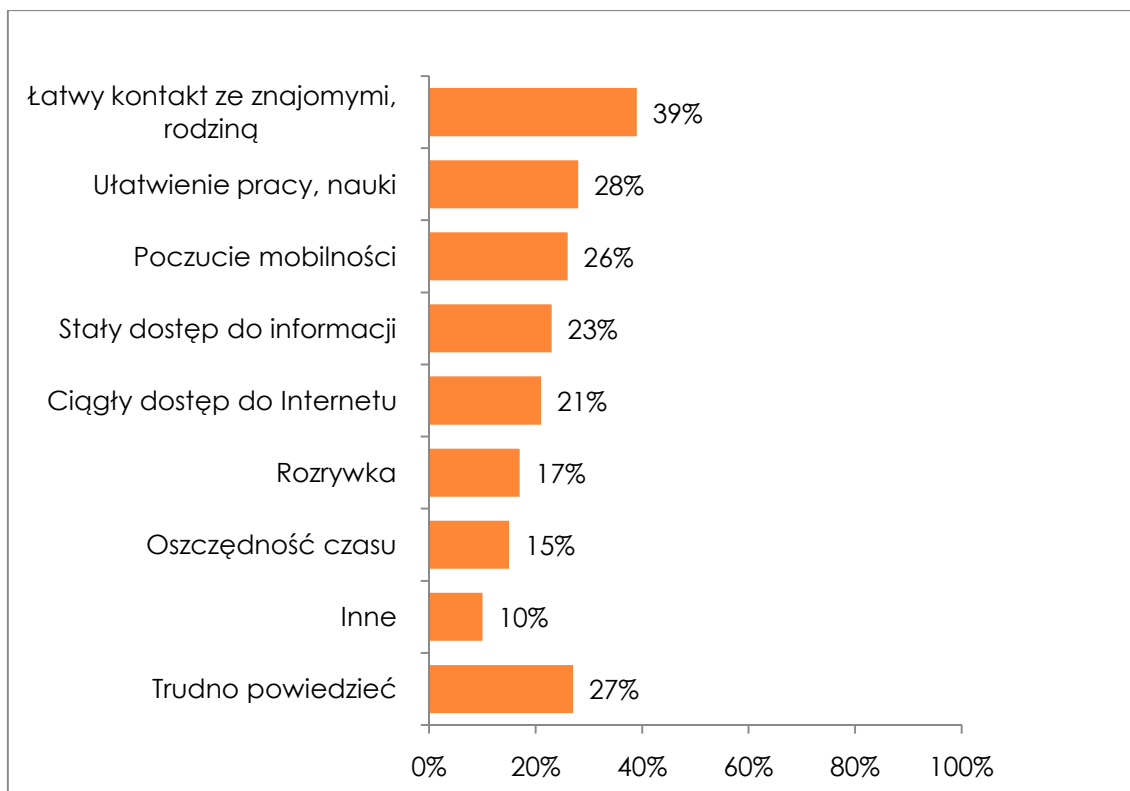
Ślad Internetu mobilnego w funkcjonowaniu człowieka w sferze zawodowej, społecznej i emocjonalnej.

Poczucie wolności czy poczucie uwiązania?

Efektywność zarządzania czasem i znajomymi.

Wirtualna bańka prywatności w świecie realnym.

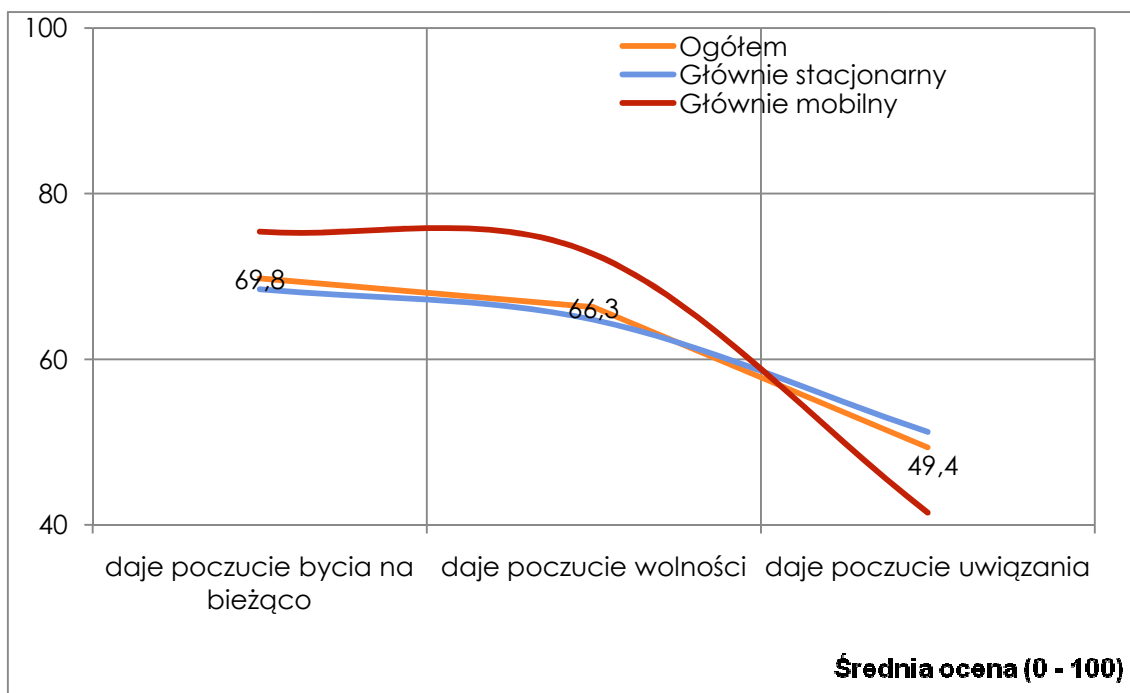
W badaniu kwestionariuszowym pytano osoby, które używały Internetu mobilnego, jakie zmiany w ich życiu nastąpiły po zakupie tej formy dostępu do sieci. Na pierwszym miejscu prawie 40% respondentów wymieniło ułatwiony kontakt ze znajomymi i rodziną. Kolejną pozycję zajmuje usprawnienie funkcjonowania w pracy i podczas uczenia się. Podobne funkcje może mieć również stały dostęp do informacji. Na uwagę zasługuje również wysoka pozycja poczucia mobilności (26%). Wyniki te pokazują więc, że dostrzegane zmiany powodowane przez Internet mobilny dotyczą trzech najważniejszych sfer życia człowieka: funkcjonowania społecznego, funkcjonowania zawodowego oraz funkcjonowania emocjonalnego.



Ryc. 31 Zmiany w życiu spowodowane mobilnym dostępem do Internetu (odpowiedzi na pytanie otwarte; N = 434).

Poczucie wolności

Użytkownicy Internetu mobilnego silniej niż pozostałe osoby w grupie zgadzają się ze stwierdzeniem, że Internet mobilny daje poczucie wolności. Jednocześnie nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że powoduje poczucie uwięzienia.

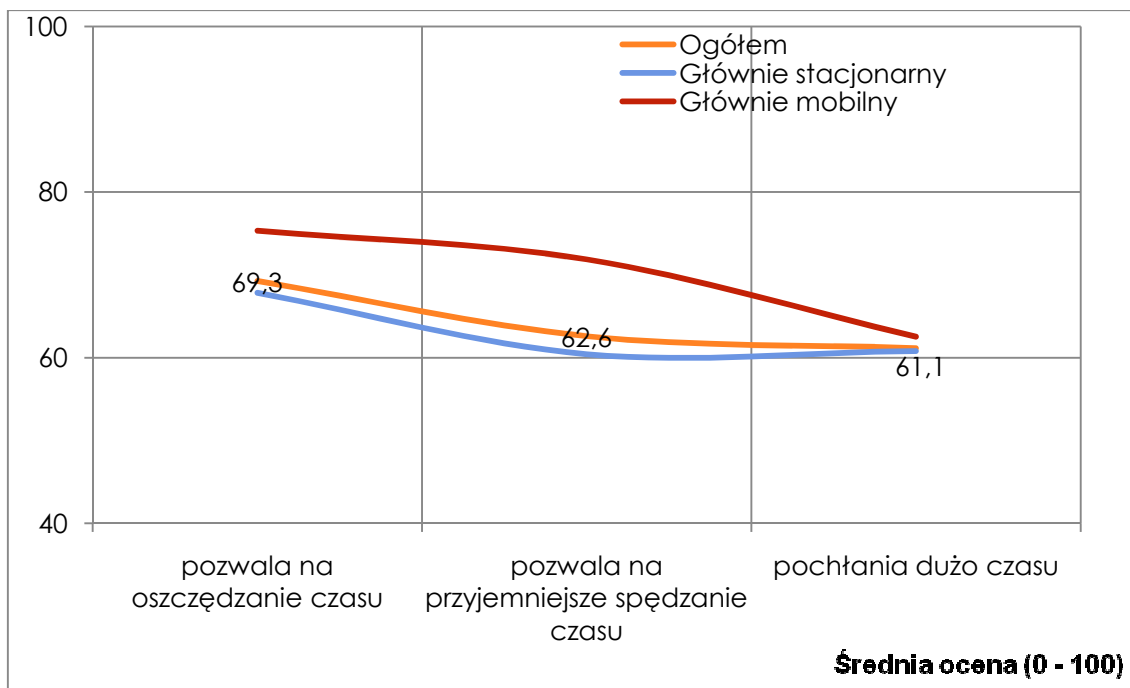


Ryc. 32 Percepcja wpływu Internetu mobilnego na poczucie wolności „Internet mobilny...” (N = 1103).

Efektywność i więcej czasu na przyjemności

Możliwość korzystania z Internetu daje użytkownikom poczucie większej efektywności osobistej, lepszego wykorzystania osobistych zasobów (np. czasu czy pieniędzy). Wniosek taki możemy wysnuć zarówno na podstawie wywiadów jakościowych, jak i wyników w kwestionariuszu, w którym badani najczęściej zgadzali się ze stwierdzeniem, że Internet mobilny pozwala na oszczędność czasu (internauci mobilni częściej niż stacjonarni). Dotyczy to zarówno sytuacji konkretnych (np. wyjazdy weekendowe, podróże służbowe, dojazdy do pracy, podczas których faktycznie Internet mobilny jest wykorzystywany), jak i poczucia (przede wszystkim na poziomie emocji, bo nie musi mieć to przełożenia na konkretne działanie), że jest się bardziej efektywnym, ma się większą kontrolę nad swoim życiem, żadna okazja nie zostanie stracona.

Użytkownicy Internetu zgadzają się też często, że Internet mobilny pochłania dużo czasu. Wydaje się jednak, że cecha taka jest ogólnie przypisywana Internetowi jako takiemu. Co ciekawe, to głównie użytkownicy Internetu mobilnego uważają, że pozwala on na przyjemniejsze spędzanie czasu (por. ryc. 33).



Ryc. 33 Percepcja wpływu Internetu mobilnego na zarządzanie czasem „Internet mobilny...” (N = 1103).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Na pewno mając laptopa przy sobie, a mając Internet mobilny, to laptop będzie moim przyjacielem, na pewno, będę mógł obstawiać zakłady o każdej porze dnia. (Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Bardzo mi ułatwia wszelkie wyjazdy, a że mamy rodzinę za Warszawą, to odwiedzamy. Teraz zauważyłam ostatnio nawet przy projektowaniu mieszkań, to też mi ułatwia życie, coś pokazać klientowi szybko, czy stronę producenta. (Kobieta, Warszawa, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Internet ułatwia bardzo życie. Jeżeli ktoś jest zabiegany i po prostu super sprawa, uważam. Na pewno więcej czasu pozwoliło mi na wykonanie pewnych rzeczy, których nie muszę załatwiać po skończeniu pracy. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Co mi da..., da mi niezależność, że po prostu będę niezależna, nie będę musiała iść do jakiejś kafejki czy coś tam, jak będę musiała gdzieś tam coś, a przede wszystkim w podróży. Jak ja będę dużo podróżować, bo będę miała i Toruń w przyszłym roku i Gdańsk, tak więc będę cały czas w kontakcie. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Zmieniło tak, że jesteśmy bliżej świata. 4 lata temu była inna sytuacja, bo były autobusy, a teraz jest jeden i rzadko jeździ. Ja mam samochód, ale bez

samochodu to tragedia... więc Internet przybliży nas do świata.
(Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Nadużywanie Internetu i obawa o „uzależnienie”

Obawa przed nadmiernym używaniem Internetu spowodowanym dostępem mobilnym pojawiła się zarówno w pytaniach otwartych kwestionariusza, jak i w wypowiedziach badanych podczas wywiadów jakościowych. Podstawową cechą Internetu mobilnego, która wywołuje taką obawę jest stały, łatwy i wygodny dostęp do Sieci, nawet z każdego miejsca domu. Powoduje on, że surfowanie zajmuje coraz więcej czasu, coraz trudniej emocjonalnie „wyjść” poza Sieć. Badani obawiają się, że Internet mobilny może się stać „złodziejem czasu”, który de facto powinien być wykorzystany na inne aktywności.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Mogłoby być niebezpiecznie, bo mogłabym więcej czasu spędzać przy komputerze. Kusiłoby mnie, żeby do pracy zabierać Internet, bo żeby mnie nie monitorowali, miałabym dwa komputery przy sobie. Ryzyko takie, że w końcu dyrekcja by się wkurzyła i powiedziała, 'sorry, ale to jest praca a nie prywatna'. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Na pewno jeszcze częściej. Ja i tak dosyć długo siedzę. Myślę, żebym jeszcze częściej siedziała. Znając siebie, to bym jeszcze brała swój komputer do pracy i go tam odpalała. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

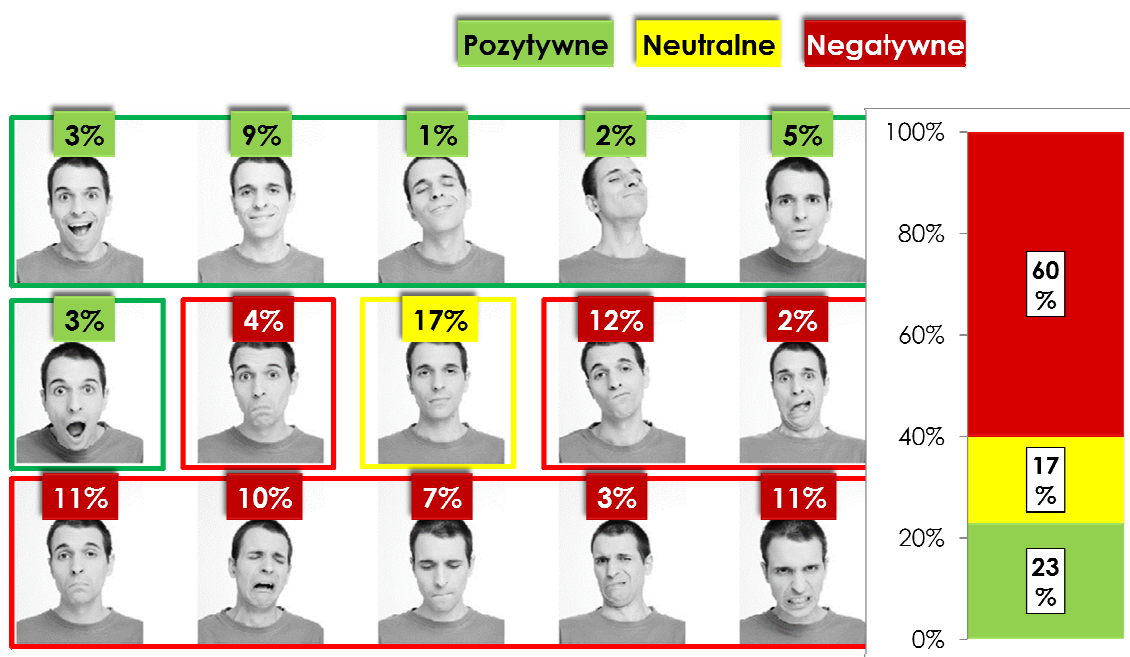
To jest taki wabik, że jak się wejdzie w Internet, to już się grzebie i grzebie. Czasami dla zabicia czasu, czasami po prostu człowiek weźmie i jedzie, po prostu weźmie ten komputer i załatwi swoje sprawy, później sobie tam poczyta jakieś plotkarskie nie wiem, portale czy też tam o sporcie, o siatkówce czy. No po prostu czasami jest to takie, można powiedzieć bardzo wciągające. Że miało być godzinę a się siedziało 3 godziny. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Mniej czasu z rodziną się spędza... żona z synem korzystają często z komputera. Ale nie patrzę na to w tym sensie. To nie jest czas stracony na głupoty... każdy korzysta dla własnych potrzeb. Wiemy, po co korzystamy z tego. Znamy granice. Trochę Internet czasu zabrał, ale to nie jest czas stracony całkowicie. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Natychmiastowość – liczy się „teraz”, emocje związane z brakiem dostępu do Internetu mobilnego

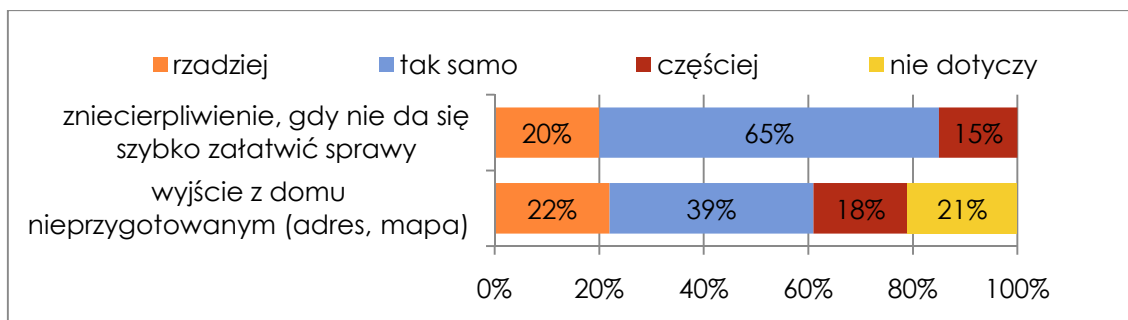
Jednym z elementów silnego związku technologii z życiem jednostki jest przywiązanie. Jeżeli jest to faktem, brak dostępu powoduje najczęściej negatywne reakcje. W celu sprawdzenia emocjonalnego związku z Internetem mobilnym badanym prezentowany był ekran, na którym w losowej kolejności rozłożone były standaryzowane zdjęcia twarzy ludzkiej, prezentujące emocje: od euforii po wściekłość. Zadaniem badanych był jak najszybszy wybór (poprzez kliknięcie w zdjęcie) zdjęcia, które najlepiej oddawałoby ich emocje w sytuacji, kiedy odcięci byłiby od Internetu mobilnego.

Tylko 17% respondentów wskazało twarz wyrażającą emocję neutralną. Znacznie więcej osób wskazywało emocje negatywne (60%) niż pozytywne (23%). Co ciekawe, dysproporcja pomiędzy negatywnymi i pozytywnymi reakcjami jest jeszcze większa, kiedy spojrzymy na wskazania emocji najbardziej ekstremalnych: euforii i wściekłości. Ta druga była wskazywana niemal cztery razy częściej.



Ryc. 34 Emocje towarzyszące brakowi dostępu do Internetu mobilnego (N = 438).

15% respondentów deklaruje, że odczuwa zniecierpliwienie wtedy, gdy nie może szybko załatwić danej sprawy częściej po zakupie Internetu mobilnego (por. ryc. 35). Także ok. 18% respondentów deklaruje, że częściej wychodzi z domu bez adresu i mapy z trasą dojazdu do celu, gdyż mogą sprawdzić takie informacje w drodze (por. ryc. 35).



Ryc. 35 Zmiany emocjonalne spowodowane korzystaniem z Internetu mobilnego (N = 438).

Oczekiwanie, że wszystkie potrzeby zostaną spełnione natychmiast, brak umiejętności czekania, odkładania na później: te cechy, charakterystyczne dla osób w młodym wieku, są wzmacniane przez właściwości Internetu mobilnego. Wyniki wywiadów jakościowych pokazują, na ile natychmiastowość jest ważna szczególnie w sytuacjach społecznych:

Przykład: Młodzi ludzie po imprezie przesyłają sobie zdjęcia. Koniecznością jest, aby te zdjęcia otrzymać natychmiast i móc włączyć się do dyskusji na ich temat i na temat imprezy. Brak możliwości odebrania zdjęć w danym momencie powoduje ogromną frustrację. Za godzinę będzie za późno – nikt o nich nie będzie już dyskutować, zostaną zastąpione czymś innym.

Oczekiwanie natychmiastowych odpowiedzi i poczucie, że inni oczekują ode mnie tego samego może powodować negatywne odczucia związane z brakiem dostępu do Internetu, brakiem nawet krótkotrwałym (o czym pisaliśmy wcześniej).

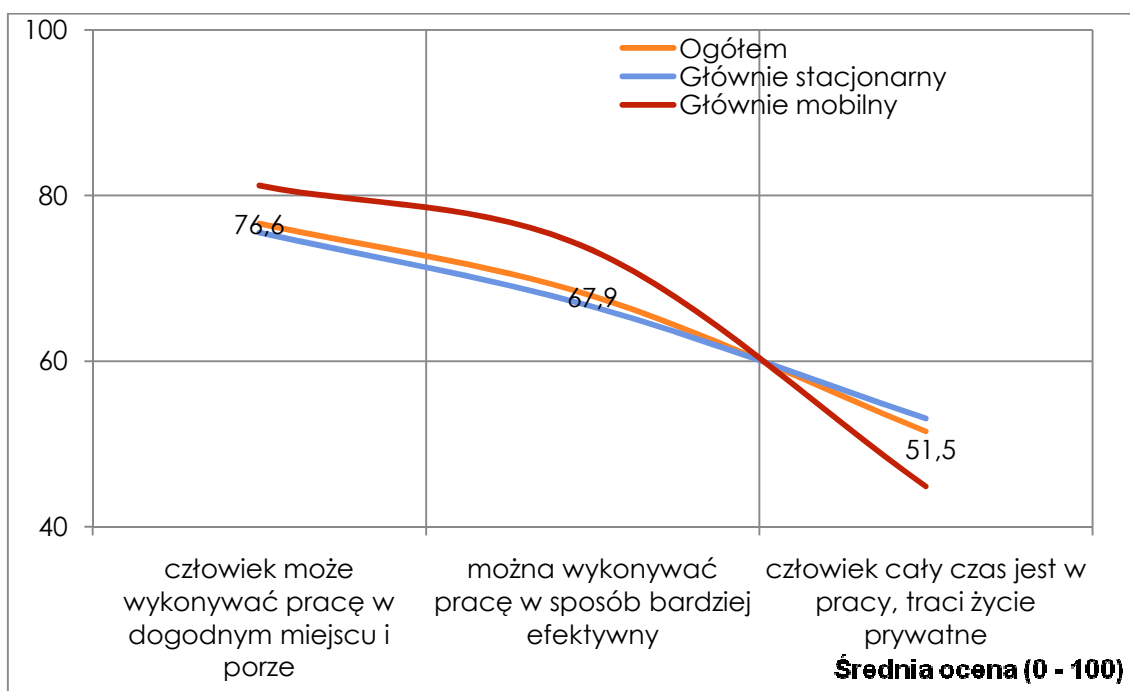
Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów indywidualnych

Takie zaburzenie kontaktu, bo kiedy oczekujemy na jakąś wiadomość i jest to pilne, bo na uczelnię dostają coś, z czego będę odpowiadać za trzy godziny, a dostajemy to w danej godzinie i nie mam dostępu do Internetu, bo mi nie działa, to też jest problem. Muszę kogoś poprosić, żeby mi wydrukował i to też jest problemem, bo potrzebujemy tego na już. W tym momencie jestem wściekła, bo zawsze niedziałanie Internetu jest zaskoczeniem, nie mamy alternatywy, bo stawiamy na Internet 100%. Zakładamy, że tutaj będzie działał, nie zastanawiamy się, czy w tym budynku będzie działał. To jest koniec świata tak naprawdę. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Jeśli ja czytam dany serwis informacyjny, to w międzyczasie z kimś rozmawiam i jak przestanie działać Internet, to do artykułu wrócę, a do wątku rozmowy nie zawsze. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Efektywność

Respondenci poproszeni o ustosunkowanie się do wybranych stwierdzeń na skali od 0 (zupełnie się nie zgadzam) do 100 (całkowicie się zgadzam) najczęściej zgadzali się ze stwierdzeniem, że Internet mobilny ułatwia wykonywanie pracy w dogodnym miejscu i porze (osoby korzystające głównie z Internetu mobilnego częściej). Co więcej, zgadzali się ze stwierdzeniem, że można być bardziej efektywnym zawodowo dzięki Internetowi mobilnemu, bardziej niż reszta całej próby. Ponadto, użytkownicy mobilni rzadziej niż stacjonarni zgadzali się ze stwierdzeniem, że przez Internet mobilny człowiek cały czas jest w pracy, traci życie prywatne.



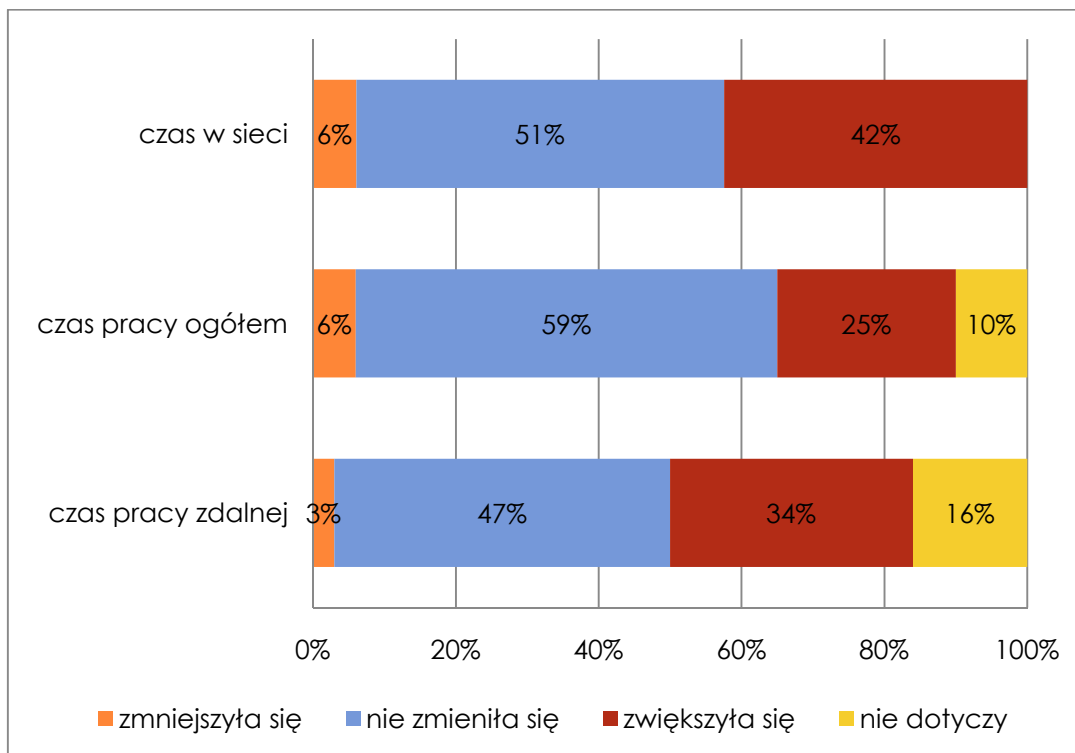
Ryc. 36 Percepcja wpływu Internetu mobilnego na życie stosunek do pracy. „Internet mobilny sprawia, że ...” (N = 1103).

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów jakościowych

Może ktoś tam śledzić akcje giełdowe w czasie podróży i nie jest odtączony od tego, bo kiedyś jakiś biznesmen w czasie podróży wyjechał sobie w Alpy i stracił miliardy starych złotych, a dzisiaj już miałby dostęp przez mobilny Internet i mógłby w przerwie mieć to pod ręką. (Mężczyzna, Warszawa, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

W domu załatwiam sprawy służbowe. Czasami szkoda mi czasu w szkole, bo czasami jest to tak, że jedyny komputer dostępny z Internetem, np. 40 osób. Czasami jest ciężko stać i czekać aż ta osoba skończy, więc bardzo dużo rzeczy załatwiam wracając do domu tak na spokojnie, siedząc przy swoim komputerze, mając gdzieś te strony zapisane w ulubionych. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

W badaniu kwestionariuszowym 42% badanych osób twierdziło, że zwiększył się ich czas poświęcany na Internet. Natomiast aż jedna czwarta, że zwiększył się również ich czas pracy, co zapewne spowodowane jest wydłużeniem czasu poświęcanego na pracę zdalną (por. ryc. 37).



Ryc. 37 Ocena wpływu Internetu mobilnego na ilość czasu poświęcanego na ... (N = 438).

Zacieranie granic pomiędzy obszarami życia

W wywiadach indywidualnych badani, zwłaszcza młodszy, twierdzili że mają wyjątkowo podzielną uwagę i mogą z powodzeniem wykonywać wiele rzeczy jednocześnie. Przykład pokazujący dwa skrajne podejścia:

- Człowiek dojrzały, który wyraźnie dzieli obszar pracy zawodowej i życia osobistego. Jeśli wie, że będzie musiał pracować wieczorem, zabiera z pracy służbowego laptopa, żeby nie korzystać z komputera prywatnego (mimo iż mógłby, bo praca nie wymaga specjalistycznego oprogramowania). Sprawia wrażenie mocno skoncentrowanego na wykonywanych czynnościach.
- Młody człowiek, pracujący w kawiarni, studiujący na UW. Dojeżdża do pracy i na uczelnię spod Warszawy. Chłopak siedząc na wykładach jednocześnie rozmawia ze znajomymi na Gadu-Gadu (słuchającymi tego samego wykładu), rozmawia na Skype ze znajomymi z pracy

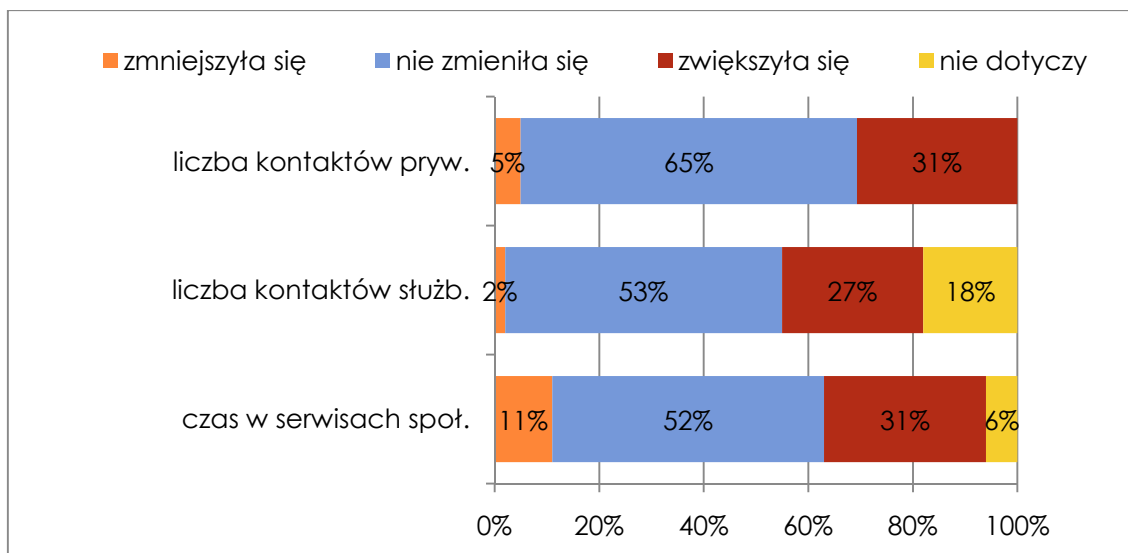
o klientach, sprawdza wiadomości w Internecie, sprawdza maile oraz szuka informacji do napisania pracy zaliczeniowej na inne zajęcia. W każdą z tych czynności jest zaangażowany emocjonalnie i jest przekonany, że wykonuje je z odpowiednią uwagą.

Czasem wykłady nie są zbyt ciekawe i często jeśli weźmiemy laptopy, to możemy się komunikować na auli, komentować. (Mężczyzna, Warszawa, 20-32 lata, użytkownik Internetu mobilnego)

Jeżdżąc po mieście, stojąc na światłach, odpisuję na maila. Dlatego ten USB by się złamał od razu. Mam hopla na punkcie Internetu. Nie marnuję czasu w korkach. 4 km do domu, ale to 40 minut w korkach i wtedy odpisuję sobie na maile, na Naszej-klasie. Nie marnuję czasu. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

Funkcjonowanie w sferze społecznej. Nowoczesne zarządzanie znajomościami

Użytkownicy Internetu mobilnego, pytani o jego wpływ na jakość życia w sferze społecznej, aż w 41% przypadków twierdzili, że zwiększyła się liczba ich kontaktów prywatnych, zaś co czwarty z respondentów uważał, że zwiększeniu uległa liczba kontaktów służbowych. Zwiększył się także czas poświęcany serwisom społecznościowym (por. ryc. 38).



Ryc. 38 Wpływ Internetu mobilnego na ilość czasu poświęcanego na różne aktywności (N = 438).

Większość badanych uważa, że Internet mobilny ułatwia utrzymywanie kontaktów ze znajomymi. Średnia ocena na skali od 0 (zdecydowanie się nie zgadzam) do 100 (zdecydowanie się zgadzam) plasuje się w przypadku internautów mobilnych powyżej wartości 71. Co więcej, badani również w większości uważają, że Internet mobilny usprawnia kontakty z rodziną (por. ryc. 39). Interpretując te wyniki należy pamiętać, że społeczeństwo polskie staje się coraz bardziej mobilne. Przyczyniają się do tego ogólne trendy rozwojowe, jak również silna ostatnia fala emigracji zarobkowej. Narzędzia internetowe pozwalają w sposób efektywny kosztowo utrzymywać kontakty z przyjaciółmi i rodziną, która w przypadku emigrantów znajduje się za granicami kraju. Mobilny dostęp do Internetu pozwala na to, że możemy ten kontakt mieć o dowolnej porze i w dowolnym miejscu.

Badani internauci mobilni często zgadzają się również, że Internet mobilny daje poczucie, że nie ominie ich żadne ważne wydarzenie (por. ryc. 39). Możliwość „trzymania ręki na pulsie” życia społecznego jest bardzo ważnym elementem dającym jedną z najważniejszych korzyści społecznego wymiaru człowieka: odczucie bycia włączonym w życie własnej grupy społecznej.

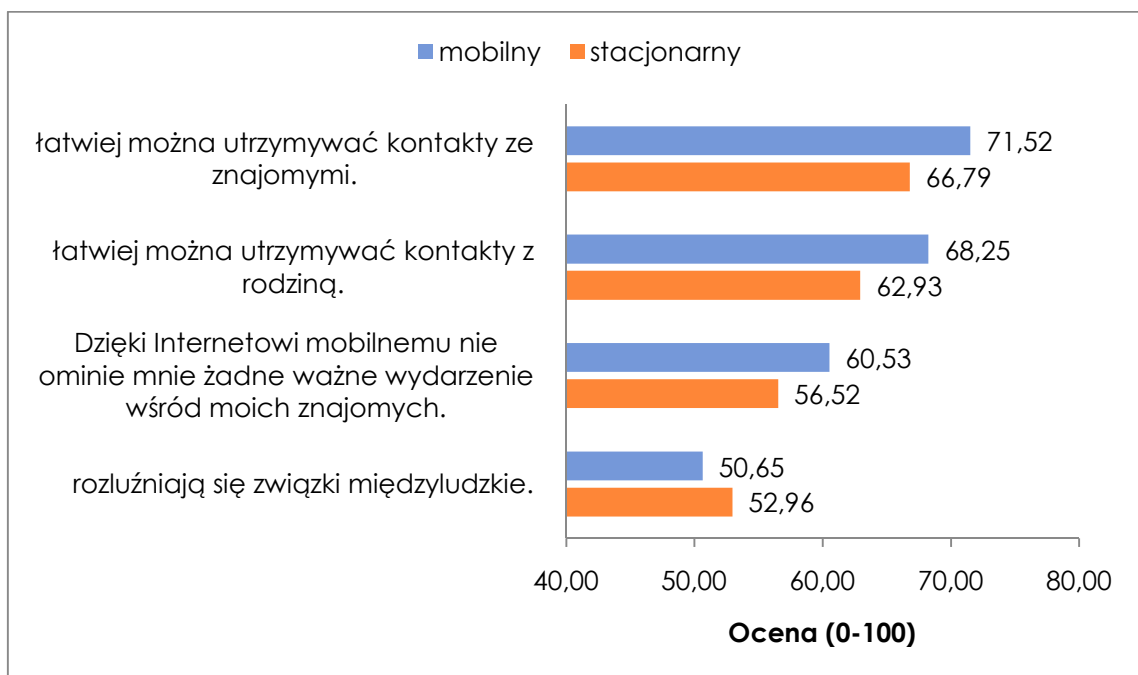
Z innej strony, wciąż do pewnego stopnia istnieje przekonanie, że Internet mobilny rozluźnia kontakty międzyludzkie. Respondenci zgadzali się z tym twierdzeniem połowicznie. Zdanie to jest najprawdopodobniej wynikiem obrazu, jaki przypisuje się nowym technologiom. Do Internetu mobilnego, jako wciąż technicznej nowinki, przypisywanych jest wiele cech związanych z chłodem emocjonalnym i indywidualizmem, co jest zaprzeczeniem głębokich relacji interpersonalnych. Można jednak przewidywać, że wraz z procesem

„oswajania emocjonalnego” tej technologii obraz ten będzie się wyraźnie zmieniał.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów jakościowych

Relacje międzyludzkie w świecie z Internetem mobilnym są bardziej spontaniczne, luzackie, swobodne. A bez Internetu – oschłe. Tacy ludzie stroniący od towarzystwa. Przyjaciela można łatwiej znaleźć w mobilnym... chociaż może prawdziwego przyjaciela, na dobre i na złe to może w szarym świecie bez Internetu. Wtedy to chyba przetrwa dłużej. (Mężczyzna, Włocławek, 33-45 lat, użytkownik Internetu mobilnego)

Wydaje mi się, że to może mieć ujemny wpływ na relacje międzyludzkie. Ludzie mogą być samotni właśnie w dobie Internetu, globalizacji, nie ma się przyjaciół, często szuka się ich przez Internet. Szczególnie w dużych miastach, typu Chicago. W Warszawie zresztą też. (Mężczyzna, Warszawa, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)



Ryc. 39 Wpływ Internetu mobilnego na kontakty z innymi. „Internet mobilny sprawia, że ...”

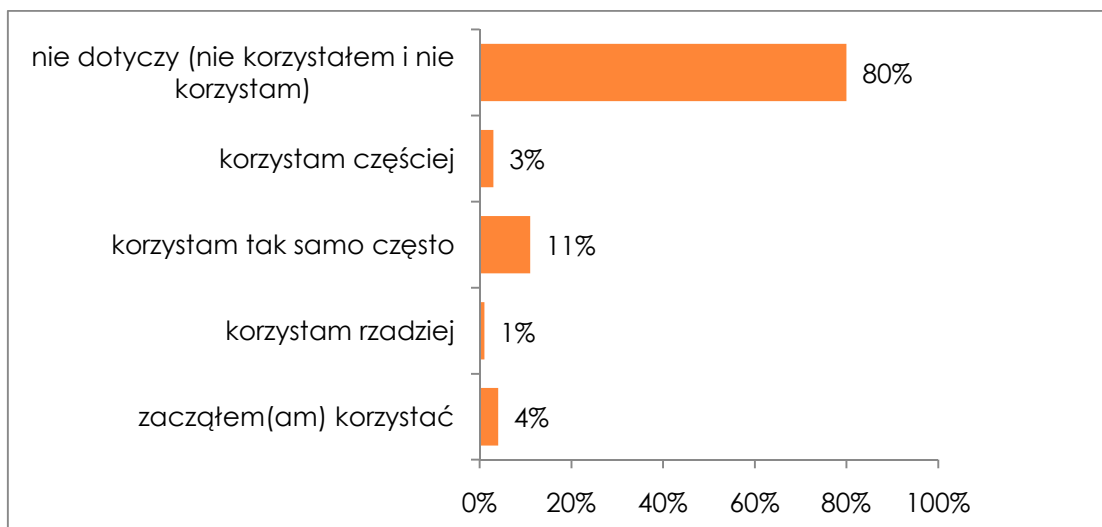
Ciekawe wnioski ukazują wyniki wywiadów jakościowych. Przede wszystkim zarysowuje się nowy obraz „zarządzania znajomymi”. Termin ten został użyty w tym miejscu, aby podkreślić, że czynności podejmowane przed kontaktem z drugą osobą upodabniają się do procesu zarządzania innymi zasobami, biorąc pod uwagę ich obecną dostępność i przydatność do określonych czynności.

Przede wszystkim w grupie młodych ludzi podstawą intencji nawiązania kontaktu z drugą osobą staje się jej status zaznaczony w Internecie, a nie chęć rozmowy „dokładnie” z nią.

Przykład 1: Dziewczyna rzadko kiedy dzwoni do znajomych, na ogół wchodzi na portale społecznościowe i patrzy, czy profil jest aktywny.

Przykład 2: Chcąc iść na imprezę, wysyła odpowiedni komunikat do większej liczby znajomych („ktoś na pewno odpowie”), nie komunikuje się indywidualnie – zajmuje to czas, jest mniej efektywne, a w przypadku używania telefonu – ponosi się koszty.

W Internecie pojawiają się ciągle nowe serwisy, które pozwalają na śledzenie tego, co dzieje się u innych osób. Dobrym przykładem w tym miejscu mogą być serwisy takie jak Twitter czy Blip. Wydaje się, że są one idealnie dopasowane do cech Internetu mobilnego z uwagi na to, że w każdej chwili można sprawdzić, co właśnie dzieje się u znajomych. Można również w każdej chwili i z każdego miejsca poinformować o własnym „statusie”. Polscy użytkownicy Sieni nie korzystają jeszcze tak masowo z tego typu serwisów jak to ma miejsce wśród internautów w innych krajach. Aż 80% badanych twierdzi, że nie korzysta z tej formy komunikacji. Niemniej 7% respondentów korzysta z nich częściej lub zaczęła korzystać po zakupieniu mobilnego dostępu do Internetu (por. ryc. 40).



Ryc. 40 Wpływ Internetu mobilnego na częstotliwość korzystania z serwisów takich jak Twitter, Blip (N = 438).

Wirtualna bańka prywatności w realnym świecie

Wyniki badania jakościowego wskazują na stosunkowo ciekawe zjawisko związane z wykorzystaniem Internetu mobilnego. Niektórzy badani wskazywali, że korzystanie z informacji zawartych w Sieci jest o wiele łatwiejsze, bardziej skuteczne i wymagające mniejszego wysiłku niż poszukiwanie ich w innych

źródłach. W sytuacjach, gdy znajdujemy się w obcym otoczeniu i zdobycie informacji najczęściej wymagałoby kontaktu z inną, nieznaną osobą, mobilny dostęp do zasobów pozwala na zminimalizowanie takiego kontaktu.

Przykład: Badany jest w podróży służbowej w innym mieście. Chce zjeść pizzę. Szuka informacji o pobliskich pizzeriach korzystając z Internetu mobilnego. Korzyść: szybkie znalezienie informacji, szybkie trafienie do celu: „nie muszę się nikogo o nic pytać, ludzie na ogół chętnie odpowiadają, ale na ogół nic nie wiedzą”.

Kolejną odstoną „bańki prywatności” jest używanie prywatnego laptopa z Internetem mobilnym w pracy. Były to sytuacje, w których pracodawca prowadził monitoring stron, na które wchodzić pracownicy oraz w sytuacjach, gdy ze względu na wewnętrzne procedury dostęp do Sieci był zablokowany (np. w banku). Korzystanie z własnego Internetu daje poczucie wolności nawet w miejscu, w którym człowiek ograniczony jest nakazami i zakazami.

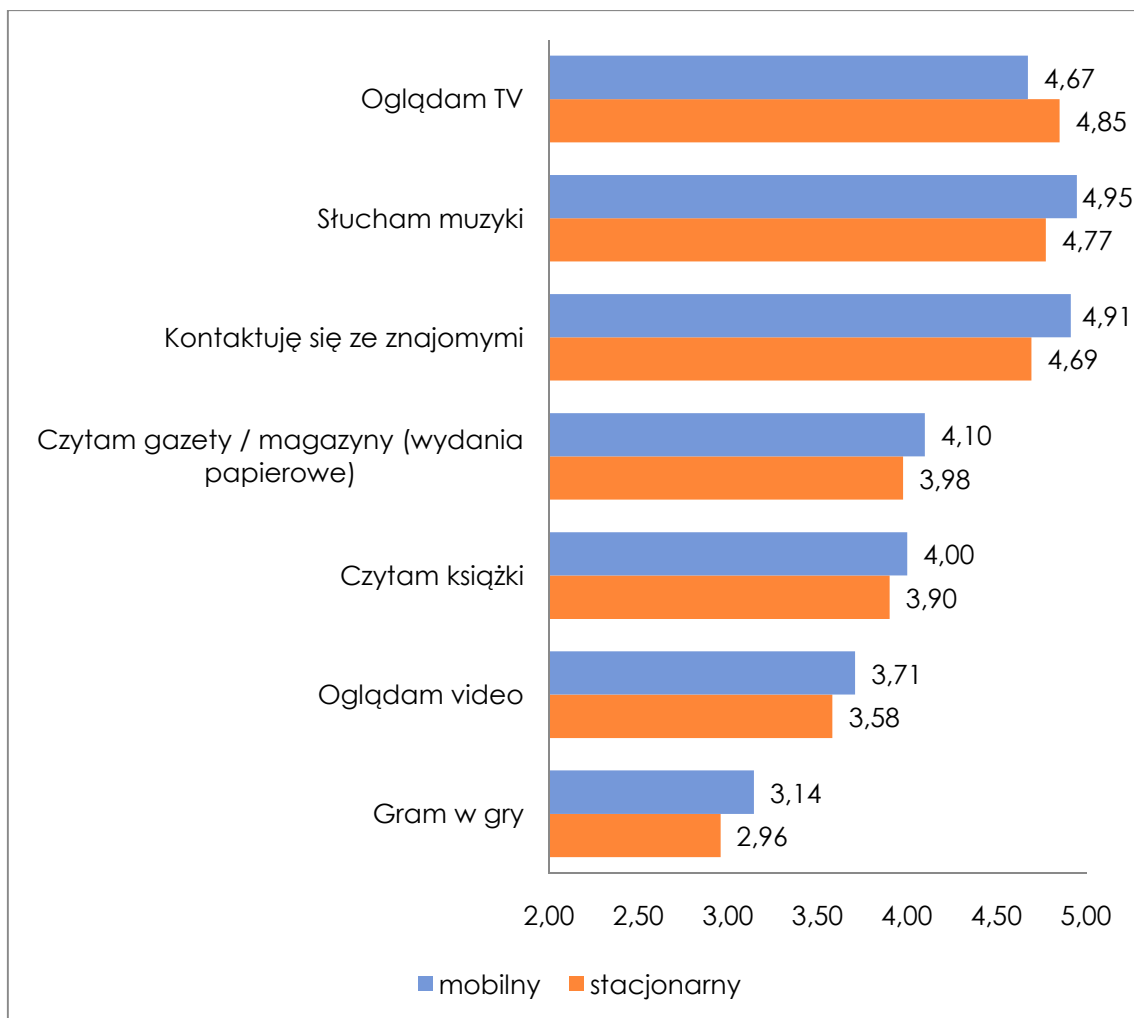
Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów jakościowych

Pracuje mi się szybciej, bo czasami mogę sobie na jednym komputerze wypisywać fakturę, sprzedawać, a na drugim coś sobie wyszukuję. Bo laptop to jest taka moja część w pracy prywatna, że tam mi nikt nie zagląda i tam w wolnych chwilach sobie korzystam, coś wyszukuję i tyle. (Kobieta, Włocławek, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

W sklepie mam Internet zablokowany (...), ale mam swojego. Korzystam. (Kobieta, Wieś pod Radomiem, 20-32 lata, użytkowniczka Internetu mobilnego)

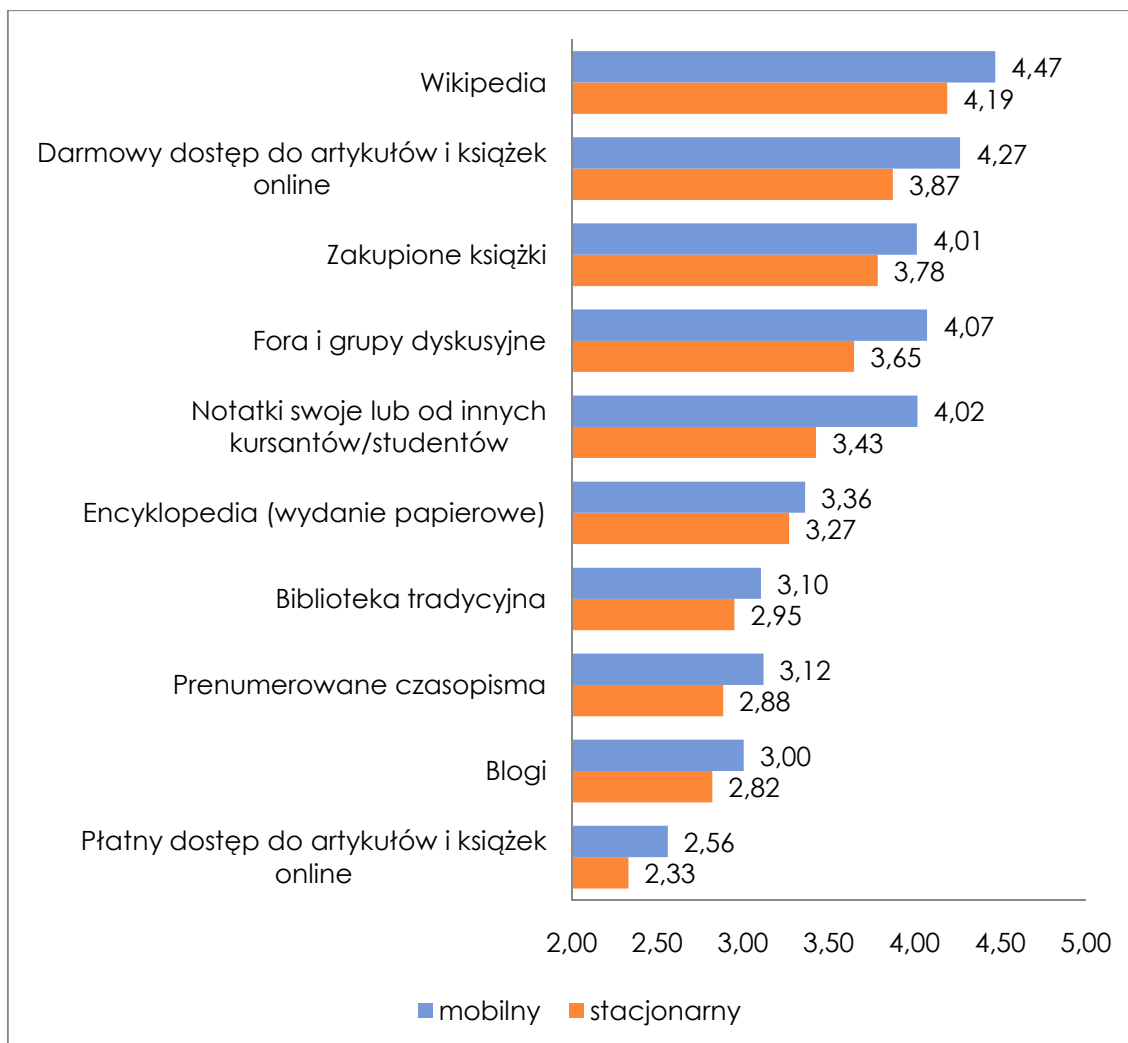
Różnice w korzystaniu ze źródeł informacji i rozrywki pomiędzy internautami mobilnymi i stacjonarnymi

Internauci mobilni nieco rzadziej niż stacjonarni deklarują oglądanie telewizji, częściej natomiast kontakty z innymi osobami. W sferze rozrywki częściej słuchają muzyki oraz wybierają spędzanie czasu przy grach komputerowych (por. ryc. 41).



Ryc. 41 Aktywności poza Internetem porównanie użytkowników Internetu stacjonarnego i mobilnego.

Deklaracje internautów mobilnych mogą napawać optymizmem, kiedy pytani o źródła wiedzy deklarują częstsze korzystanie niemal z każdego z nich, z wyjątkiem papierowych encyklopedii (por. ryc. 42).



Ryc. 42 Źródła wiedzy i informacji. „Jak często zdobywa Pan(i) informacje z pomocą następujących środków / miejsc”.

Internet mobilny – wzorce wykorzystania

Kategoryzacja wzorców wykorzystania Internetu mobilnego. Różnice pomiędzy osobami korzystającymi z Internetu mobilnego w różnych celach.

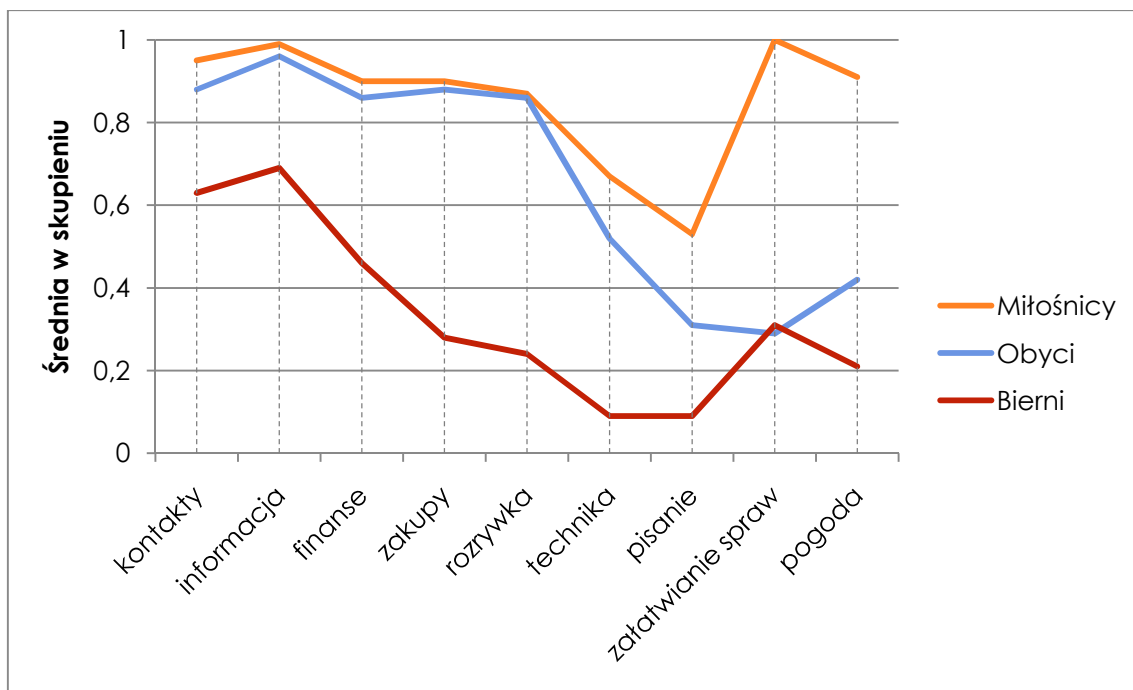
Generacja **MOB** – **Miłośnicy**, **Obyci**, **Bierni**

Internauci nie są grupą jednorodną. Często pisze się o nierównościach internetowych przejawiających się w tym, jak dobrze jesteśmy w stanie wykorzystać możliwości Sieci po to, aby włączyć się w nurt społeczeństwa informacyjnego. Jak pokazują wyniki prezentowane w poprzednich rozdziałach tego raportu, Internet mobilny traktowany jest przez użytkowników w sposób zróżnicowany. Skłania to do postawienia hipotezy, że grupa użytkowników Sieci określana jako **generacja MOB⁴** jest grupą niejednorodną.

Niniejsza eksploracyjna analiza miała na celu sprawdzenie, czy możliwe jest wyróżnienie spójnych wewnętrznie wzorców wykorzystania Internetu oraz jakie są ich korelaty w charakterystykach demograficznych, typowych zachowaniach poza siecią, czy percepcji wpływu Internetu mobilnego na jakość życia człowieka.

Analiza przeprowadzona została na szeregu zmiennych określających cel, w jakim wykorzystywany jest przez jednostkę Internet mobilny. Posłużono się techniką analizy skupień, która pozwala na wyłonienie typowych grup na podstawie posiadanych własności. W wyniku tej procedury uzyskano trzy grupy osób posiadających mobilny dostęp do Sieci, które charakteryzują się spójnymi wzorcami zachowań w Internecie. Na podstawie celów realizowanych przez te osoby zaproponowano następujące nazwy dla wyłonionych grup: **Miłośnicy**, **Obyci**, **Bierni** (por. ryc. 43).

⁴ Howard Rheingold (2009) *Smart Mobs. The next social revolution*, adres internetowy: <http://www.smartmobs.com>



Ryc. 43 Wzorce wykorzystania Internetu mobilnego (N = 730).

Osoby należące do grupy **Miłośnicy** to osoby, które częściej niż reszta badanych deklarowały realizację w Internecie wszystkich wymienianych w kwestionariuszu celów (por. tab. 1). Są to osoby, dla których Internet stał się nie tylko niezbędnym narzędziem codziennego użytku, ale również jednym z podstawowych środków komunikacji z innymi osobami czy też rozrywki. Są to osoby zainteresowane technologiami, które jednocześnie najczęściej udzielają się na blogach czy forach dyskusyjnych.

Obcy użytkownicy Internetu mobilnego to z kolei osoby wykorzystujące Internet jako narzędzie służące do zbierania informacji, kontaktów z innymi, jak również realizacji zakupów. To osoby pragmatyczne, niechętnie piszą na blogach czy forach internetowych. Niechętnie też korzystają z niesprawdzonych form wykorzystania Internetu (por. tab. 1).

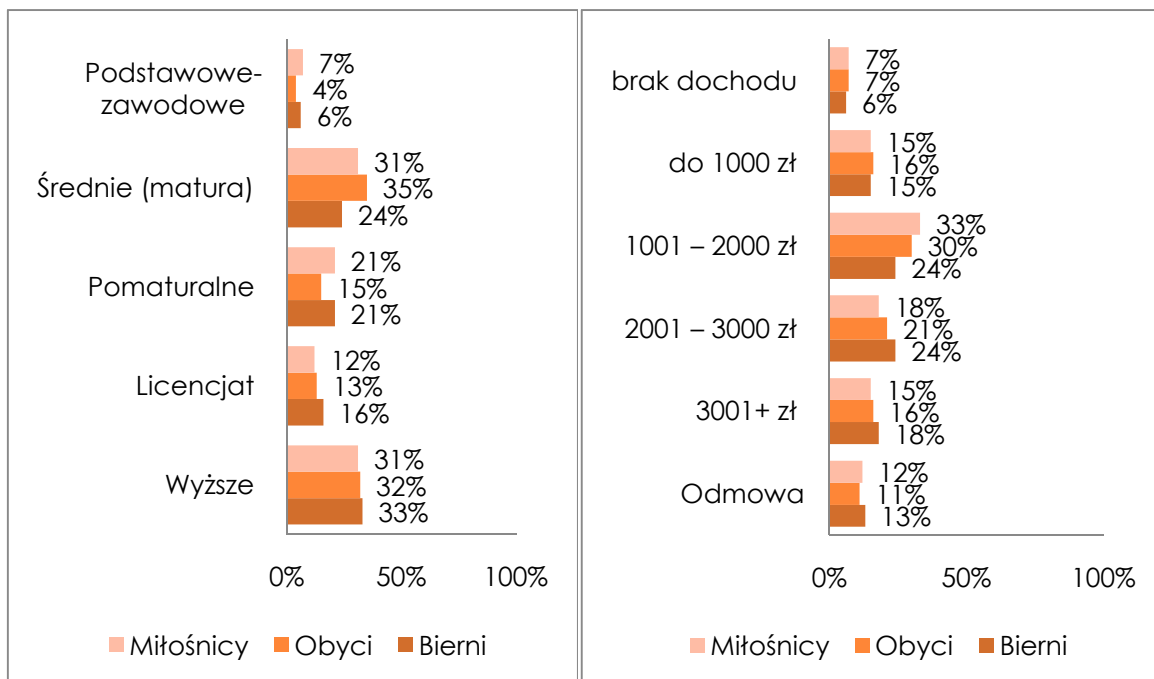
Bierni internauci mobilni to grupa wykorzystująca Internet w sposób najbardziej konserwatywny – przede wszystkim do zbierania informacji i kontaktów z innymi osobami. Stosunkowo najrzadziej dokonują zakupów on-line, czy poszukują informacji finansowych. W zasadzie niemal zupełnie nie udzielają się na blogach i forach internetowych (por. tab. 1).

Tabela 1 Średnie w skupieniach określających typ wzorca wykorzystania Internetu mobilnego (N = 730).

	Miłośnicy	Obyci	Bierni
kontakty	0,95	0,88	0,63
informacja	0,99	0,96	0,69
finanse	0,90	0,86	0,46
zakupy	0,90	0,88	0,28
rozrywka	0,87	0,86	0,24
technika	0,67	0,52	0,09
pisanie	0,53	0,31	0,09
załatwianie spraw	1,00	0,29	0,31

Generacja MOB – różnice demograficzne

Zastanawiające jest, czy wyróżnione grupy są zróżnicowane pod względem demograficznym. Wyniki pokazały, że płeć ich nie różnicuje. Członkowie poszczególnych segmentów nie różnią się również ze względu na wiek. Wyjątkiem są tutaj Obyci, wśród których jest nieco mniej osób w wieku od 18 do 25 roku życia (48%) w porównaniu do 56% i 58% w grupach Biernych i Miłośników. Wśród Biernych jest nieco mniej osób z wykształceniem średnim (24%) w porównaniu do 31% i 35% wśród Miłośników i Obytych (por. ryc. 44). Bierni to również osoby, które rzadziej niż inne grupy deklarują dochód osobisty w przedziale od 1001-2000 zł (por. ryc. 45). Nie wystąpiły natomiast jakiegokolwiek różnice ze względu na miejsce zamieszkania czy status zawodowy.



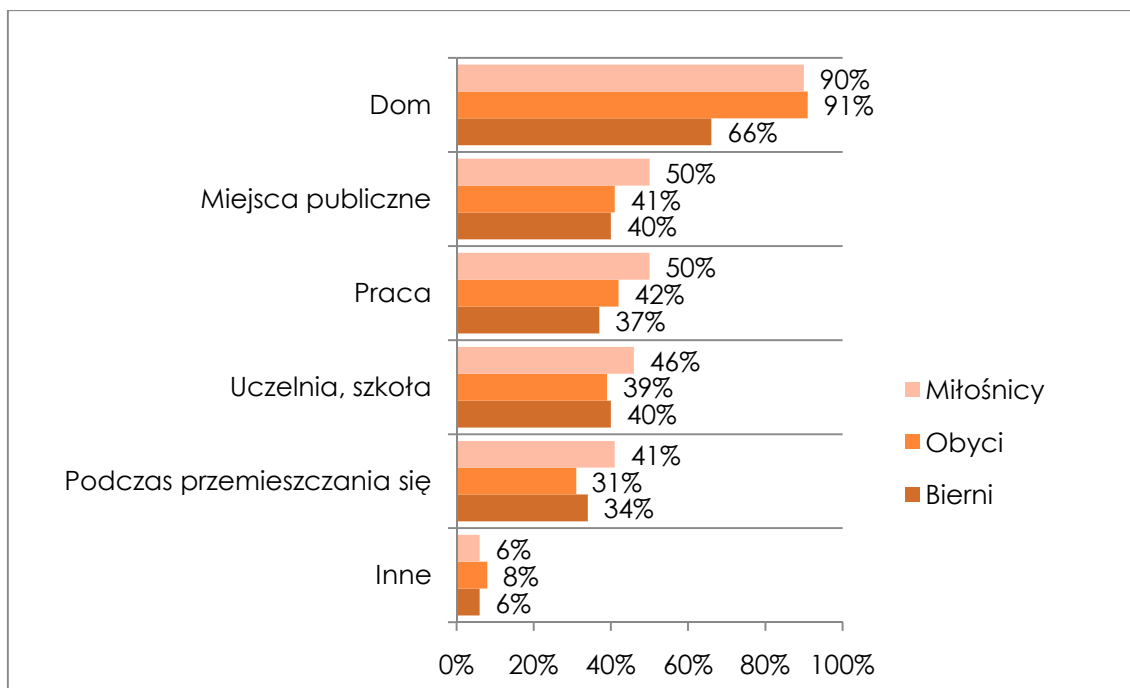
Ryc. 44 Różnice wykształcenia w generacji MOB (N = 730).

Ryc. 45 Różnice dochodu w generacji MOB (N = 730).

Generacja MOB – różnice w korzystaniu z Internetu

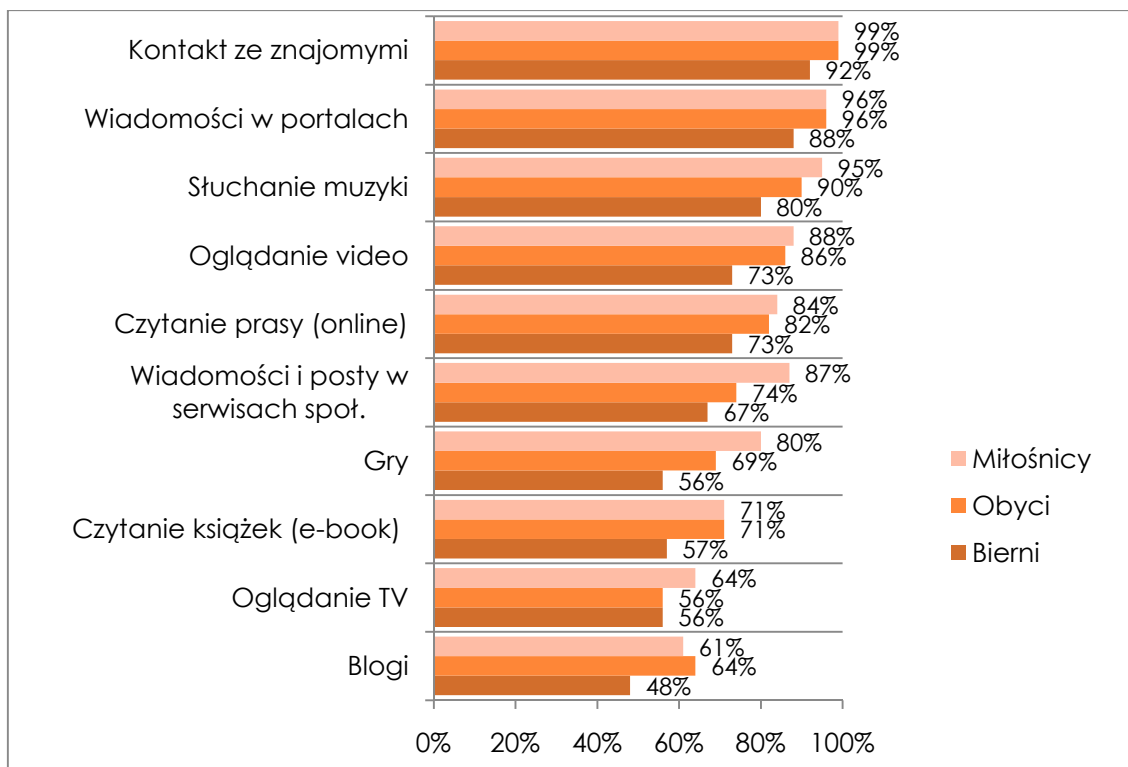
Szczególnie istotne z uwagi na przeprowadzoną segmentację jest wykorzystanie Internetu mobilnego. Dlatego też w kolejnych analizach skupimy się wyłącznie na tym rodzaju dostępu do Sieci.

Przede wszystkim Bierni to osoby, które korzystają z Internetu mobilnego w domu znacząco rzadziej niż Miłośnicy czy Obyci (por. ryc. 46).



Ryc.46 Miejsce korzystania z Internetu (N = 730).

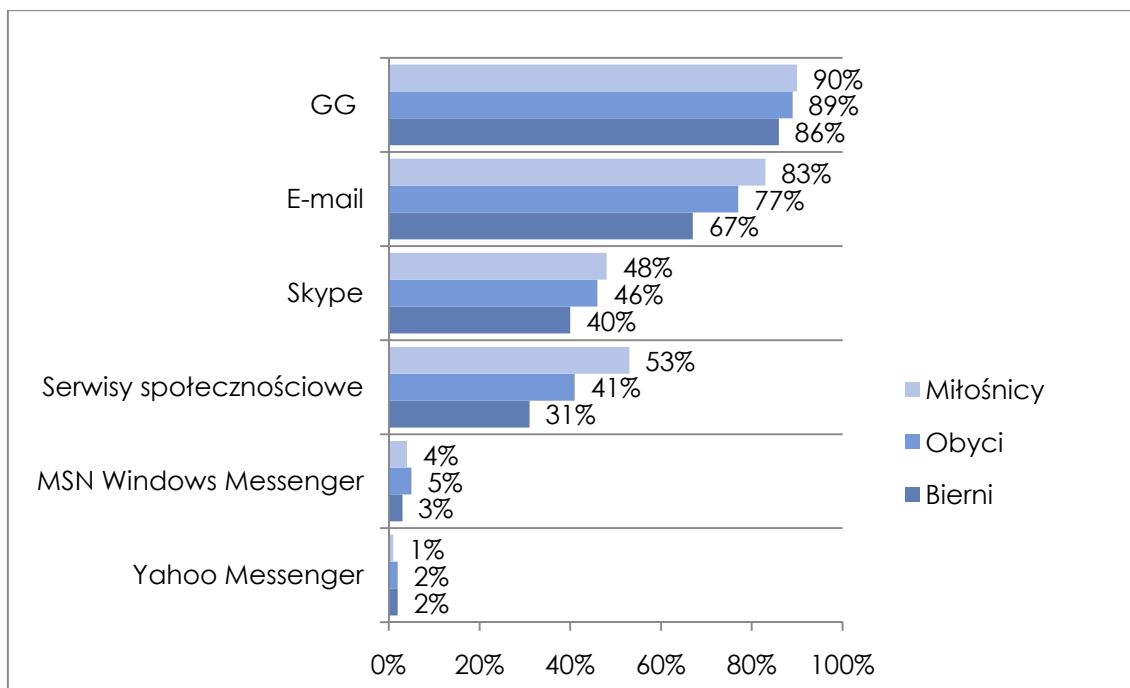
Ponadto, Bierni użytkownicy rzadziej deklarują wykorzystanie niemal wszystkich jego aspektów: społecznego, informacyjnego i rozrywkowego. Jednocześnie użytkownicy zaliczeni do grupy Obytych to osoby, które traktują Internet jako poważne źródło wiedzy. Dlatego zapewne w większości deklarują korzystanie z takich serwisów jak portale internetowe, wydania tytułów prasowych on-line czy blogi, jednak znacząco rzadziej niż Miłośnicy wskazują na wiadomości i posty w serwisach społecznościowych. Również rzadziej poświęcają czas na gry w Internecie mobilnym (por. ryc. 47).



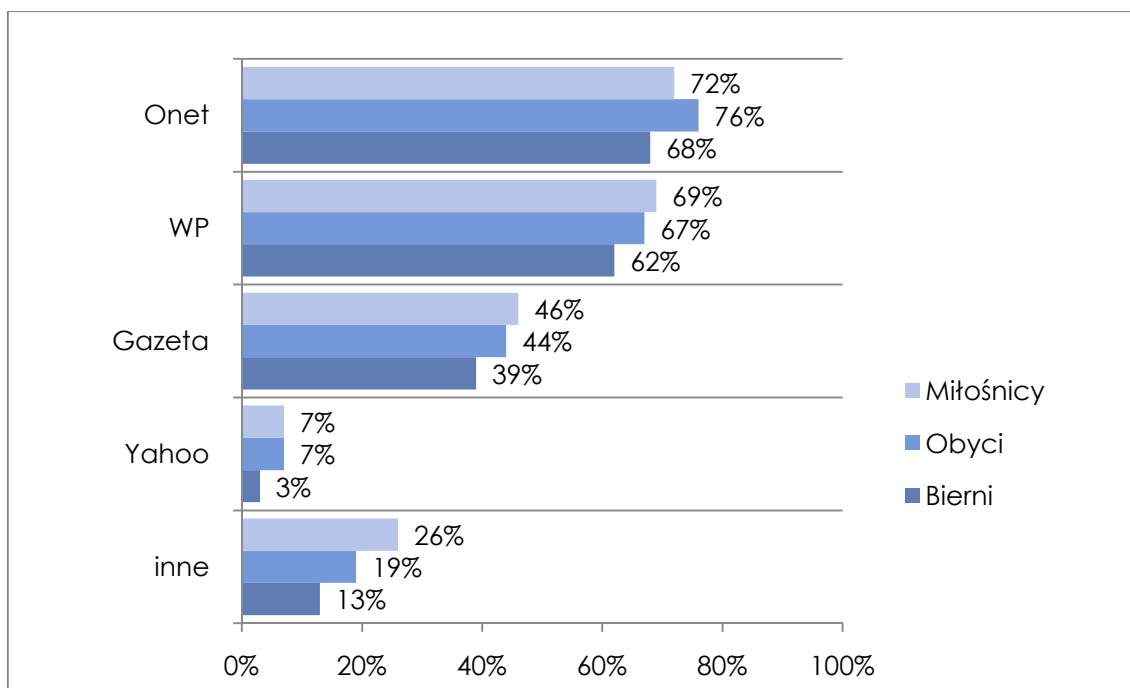
Ryc. 47 Aktywności w Internecie mobilnym w generacji MOB (N = 730).

Wśród osób, które zadeklarowały, że kontaktują się ze znajomymi za pomocą usług Internetu mobilnego dominują komunikatory (a szczególnie Gadu-Gadu) wyprzedzając nawet tak tradycyjną formę, jaką jest e-mail. Pomiędzy wyróżnionymi segmentami widoczne są wyraźne różnice w częstości wskazań na serwisy społecznościowe. Bierni stanowią tutaj zdecydowaną mniejszość, podczas gdy dominują Miłośnicy (por. ryc. 48).

Wśród osób deklarujących korzystanie z portali informacyjnych w Internecie mobilnym nad markami światowymi dominują tradycyjne polskie marki (por. ryc. 49). Jednakowoż, aż jedna czwarta Miłośników deklaruje, że korzysta z innych (nie wymienionych w pytaniu) portali informacyjnych. W tym aspekcie Bierni użytkownicy charakteryzują się najmniejszą chęcią do poszukiwania nowości (por. ryc. 49).



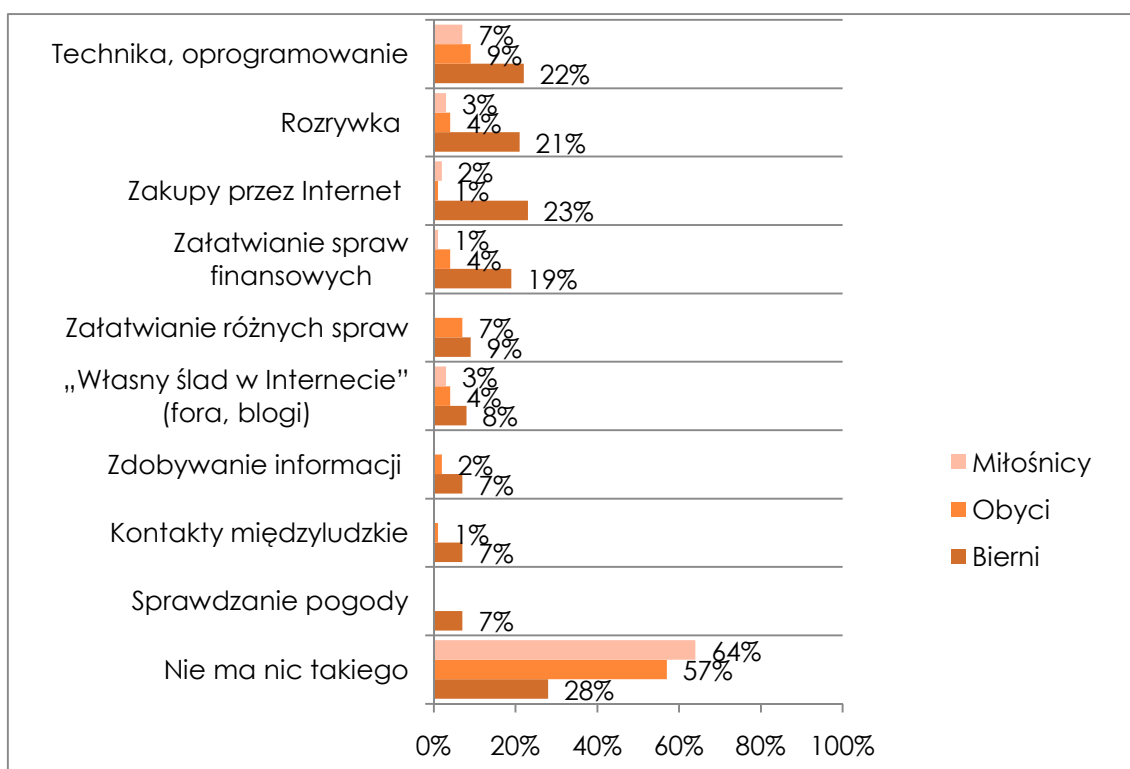
Ryc. 48 Sposoby kontaktowania się z innymi osobami w Internecie mobilnym (osoby, które korzystają z Internetu mobilnego – kontaktujący się ze znajomymi; N = 706).



Ryc. 49 Korzystanie z portali internetowych w Internecie mobilnym w generacji MOB (Osoby, które korzystają z Internetu mobilnego – czytający wiadomości na portalach; N = 682).

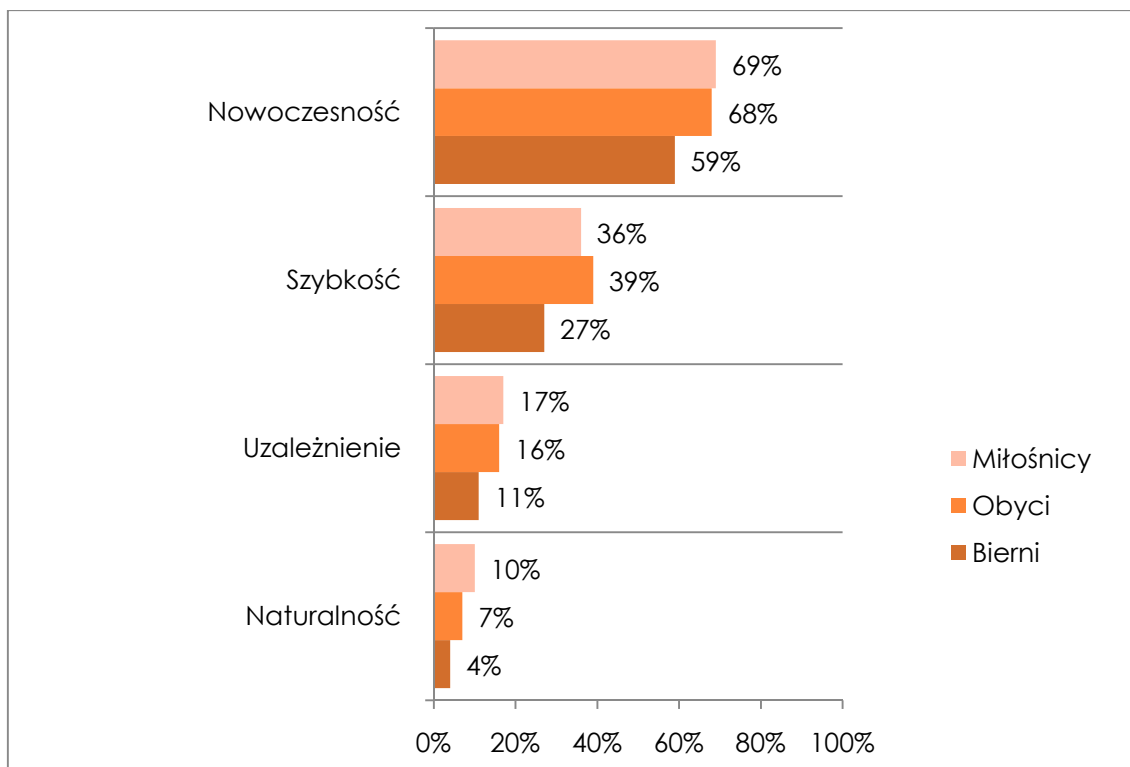
Bardzo interesujący wynik wyłania się z analizy odpowiedzi na pytanie, do czego wykorzystywany jest wyłącznie Internet stacjonarny w generacji MOB.

Okazuje się, że aż 64% Miłośników nie widzi żadnego celu, do którego mógłby być wykorzystany wyłącznie kablowy dostęp do Sieci w porównaniu do 28% wśród grupy Biernych. Ci ostatni deklarują również znacznie częściej niż pozostałe grupy wykorzystanie wyłącznie Internetu stacjonarnego do takich celów jak ściąganie oprogramowania, zakupy czy załatwianie spraw finansowych (por. ryc. 50). Może sugerować to, że ten właśnie sposób łączenia z Siecią jest dla nich bardziej wiarygodny. Innym wytłumaczeniem może być hipoteza, że Internet stacjonarny jest technologią znacznie bardziej oswojoną emocjonalnie przez tych użytkowników, a w związku z tym dającą też większe poczucie bezpieczeństwa i pewności.



Ryc. 50 Do czego wykorzystywany jest wyłącznie Internet stacjonarny (N = 730)?

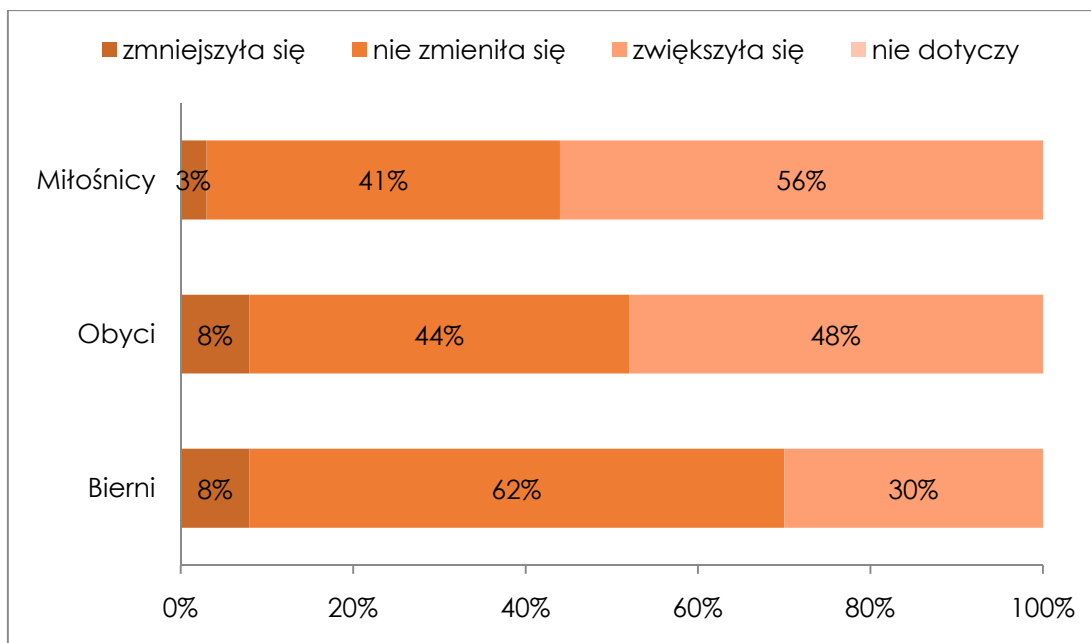
Postawiona teza znajduje pośrednie uwiarygodnienie w wynikach świadczących o tym, że Bierni użytkownicy Internetu mobilnego stosunkowo rzadziej niż pozostałe grupy przypisują mu takie cechy jak szybkość czy nowoczesność (por. ryc. 51).



Ryc. 51 Skojarzenia dt. Internetu mobilnego w generacji MOB (N = 730).

Generacja MOB – percepcja wpływu Internetu mobilnego na życie

Wyróżnione trzy grupy użytkowników wyraźnie różnią się percepcją wpływu łącza mobilnego na różne sfery ich życia. Miłośnicy w 56% deklarują, że za jego sprawą czas spędzany w Sieci zwiększył się. Wśród Biernych opinie takie stanowią 30% (por. ryc. 52).

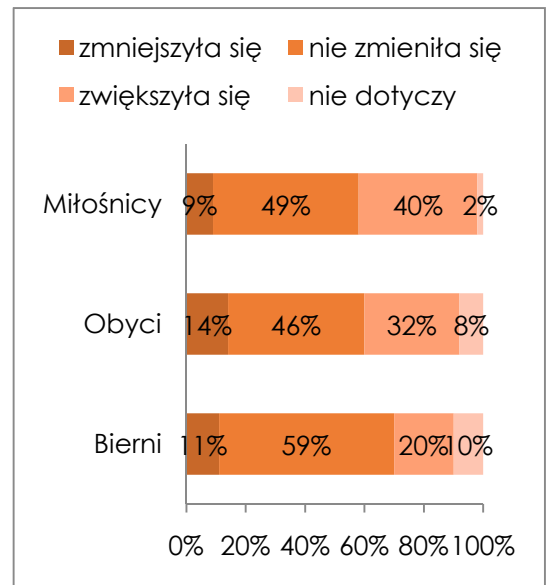


Ryc. 52 Ilość czasu spędzanego w Sieci (osoby, które korzystają tylko z Internetu mobilnego; N = 526).

Również w sferze funkcjonowania społecznego największe zmiany widzą osoby należące do grupy Miłośników. 37% z nich deklaruje, że dzięki Internetowi mobilnemu zwiększyła się liczba ich kontaktów prywatnych (por. ryc. 53). Osoby z tej grupy również w 40% (dwa razy częściej niż Bierni) deklarują, że zwiększył się czas poświęcony portalom społecznościowym (por. ryc. 54). Na uwagę zasługuje również wynik pokazujący, że jedynie niewielki procent osób z każdej z wyróżnionych grup uważa, że Internet mobilny zmniejszył ich liczbę kontaktów prywatnych (por. ryc. 53).

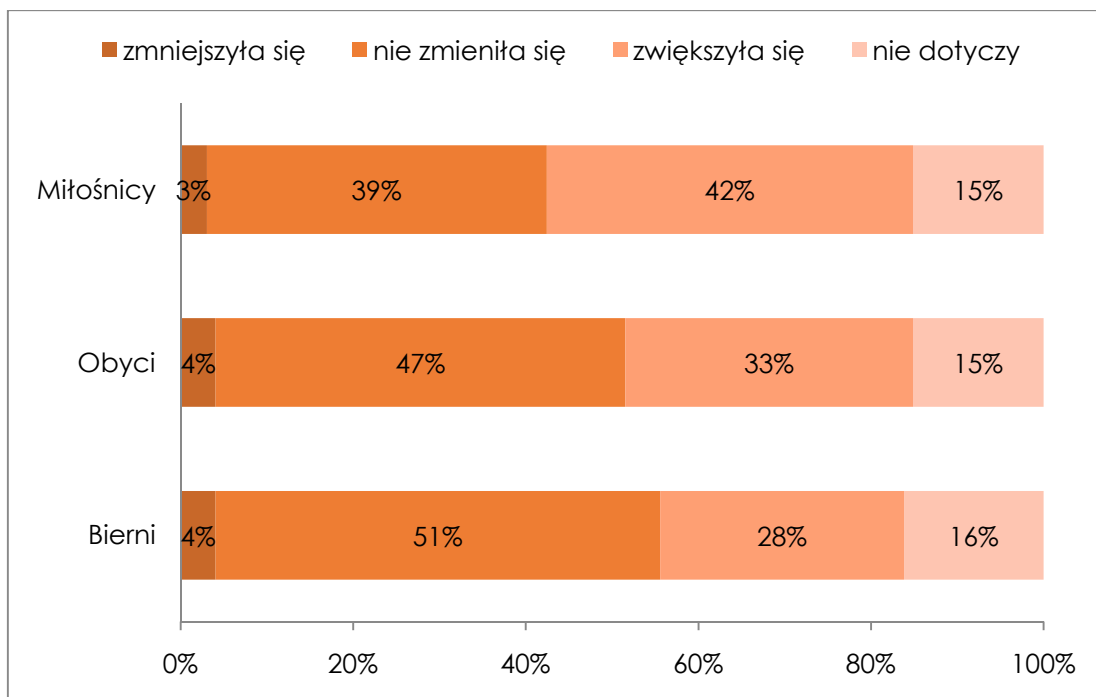


Ryc. 53 Liczba kontaktów prywatnych osoby, które korzystają tylko z Internetu mobilnego; N = 526).



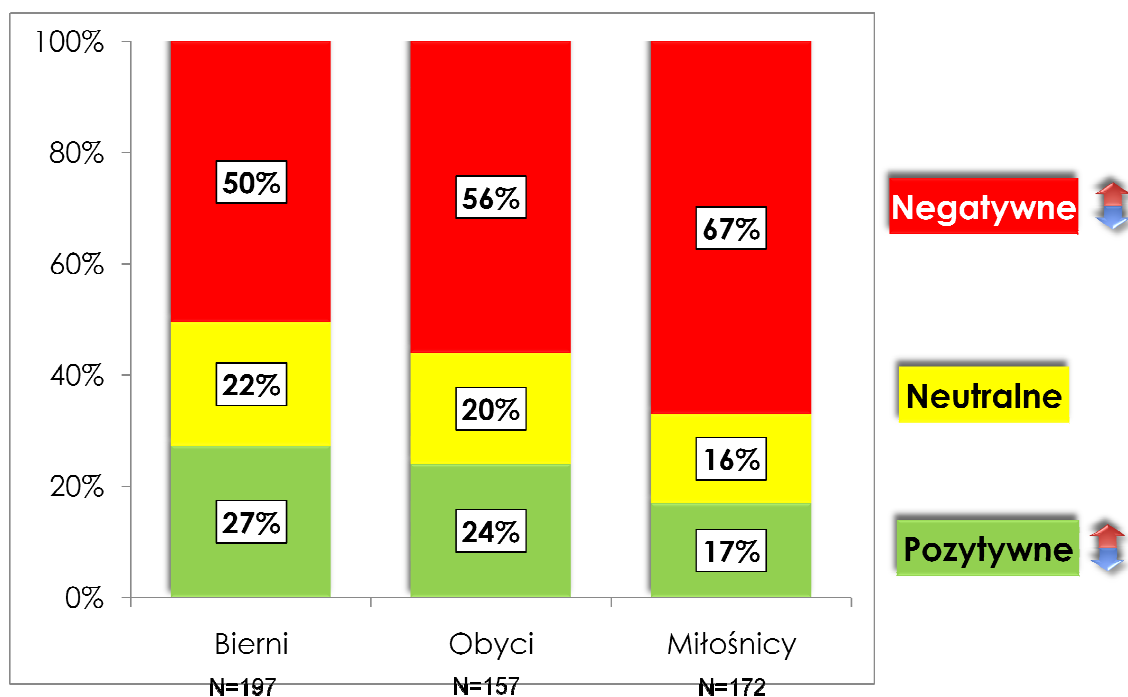
Ryc. 54 Ilość czasu spędzanego w serwisach społecznościowych (osoby, które korzystają tylko z Internetu mobilnego; N = 526).

W sferze funkcjonowania zawodowego Miłośnicy również widzą największe zmiany. Ponad 40% z nich deklaruje, że dzięki Internetowi mobilnemu zwiększyła się ilość ich czasu poświęcanego na pracę on-line. We wszystkich wyróżnionych grupach mniej niż 5% uważa, że ilość czasu poświęcanego na tę aktywność w Internecie zmniejszyła się (por. ryc. 55).



Ryc. 55 Ilość czasu poświęcanego na pracę on-line (osoby, które korzystają tylko z Internetu mobilnego; N = 526).

Miłośnicy nie tylko dostrzegają największe zmiany w swoim życiu po zakupie mobilnego dostępu do Internetu. Są to również osoby, które są najsilniej emocjonalnie związane z tym narzędziem. Pytani o reakcje związane z wyobrażonym brakiem dostępu do Internetu mobilnego w 67% przypadków wskazywali emocje negatywne. W grupach Biernych i Obytych użytkowników procent ten stanowił odpowiednio 50% i 56%. Co ciekawe, ponad 20% użytkowników z tych grup wskazywało również emocje pozytywne, co sugeruje, że ich stosunek do mobilnego dostępu do Internetu jest w pewnym stopniu ambiwalentny (por. ryc. 56).



Ryc. 56 Emocje towarzyszące brakowi dostępu do Internetu w generacji MOB.

Generacja MOB – Internet przez telefon komórkowy

Wyniki badania jakościowego pokazały, że istnieją silne bariery w korzystaniu z Internetu przez telefon komórkowy. Do najważniejszych należały: zbyt mały ekran w telefonie komórkowym oraz postrzegana wysoka cena usługi. W przypadku użytkowników Internetu mobilnego noszących ze sobą laptopa pojawiał się argument braku potrzeby multiplikowania dostępu do Sieci.

Osoby, które wykorzystywały Internet mobilny w komórce, czyniły to na ogół sporadycznie, do sprawdzenia np. rozkładu autobusów. Zupełnie wyjątkowo zdarzały się sytuacje częstego i intensywnego korzystania z Internetu mobilnego przez telefon komórkowy – np. flirt na portalu społecznościowym podczas spacerów z psem.

Wypowiedzi zaczerpnięte z wywiadów jakościowych

Nie korzystam. Bo ja tu mam jakąś kiepską klawiaturę, bo tu nie mam klawiatury, mam dotykową i nie wiedziałabym pewnie jak to obsługiwać, poza tym nie wiem, czy jest to płatne czy nie, a mam i tak non stop dostęp do Internetu, tak że nie mam takiej potrzeby. Przeważnie laptopa wszędzie ze sobą wożę. (Kobieta, Włocławek, 33-45 lat, użytkowniczka Internetu mobilnego)

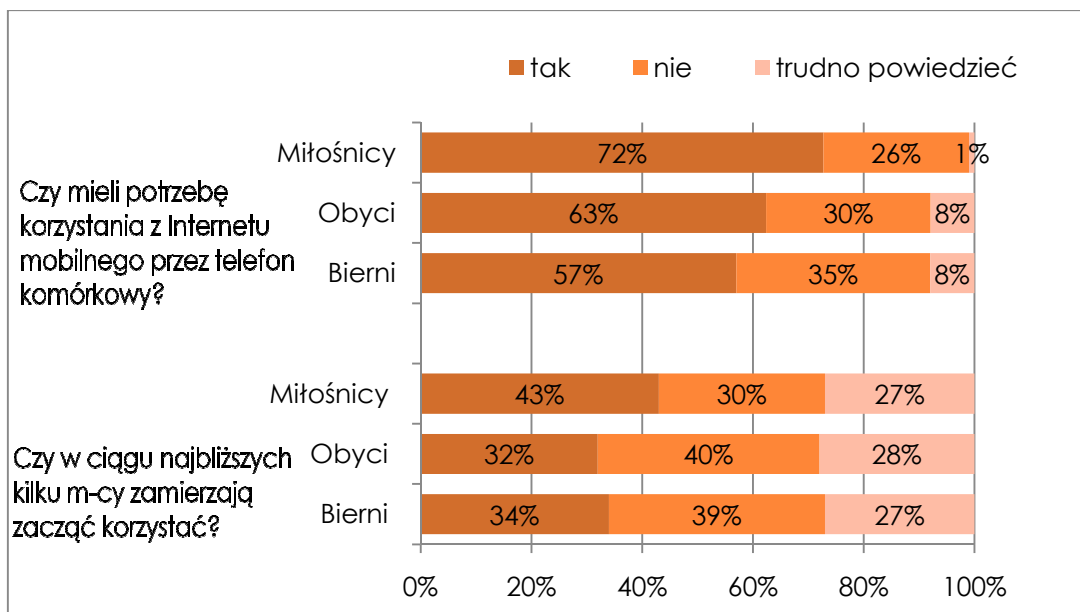
Nie korzystam, pokazywał mi kolega, bo ma taką opcję, ale to jest na takiej zasadzie, że jak ktoś udostępnia sieć w domu, to można coś ściągnąć, ale dużo się płaci. Mając Internet w telefonie, co można zrobić? Nie oszukujmy się... denerwowałoby mnie to, że jest mały ekran. (Mężczyzna, wieś pod Radomiem, 33-45 lat, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

W telefonie, dość dużo osób z tego korzysta. Ja sama jeszcze nie mam, ale zależy od modelu telefonu, bo żeby to było wygodne musi być duży ekran, najlepiej dotykowy, to nie jest jeszcze spopularyzowane. W przyszłości tak. (Kobieta, Warszawa, 20-32 lata, potencjalna użytkowniczka Internetu mobilnego)

Głównie poczta. Czasem zdarzy się jeszcze z komórki sprawdzić pocztę z Internetu. Żeby na przykład zrobić przelew, sprawdzić stan konta. Ten telefon ma 3 lata, ale ja na Naszej-klasie z niego pisałem. To tak, jakby mieć mały komputer przy sobie, bo jest przeglądarka, Internet. Fakt, że to kosztowało 200 zł miesięcznie. (Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, użytkownik Internetu mobilnego)

[Internet w komórce] ... to jest przeważnie sprawdzanie wyników piłkarskich nic więcej, no i autobus ewentualnie, a tak to nie korzystam tak zbytnio. (Mężczyzna, Włocławek, 20-32 lata, potencjalny użytkownik Internetu mobilnego)

Wyróżnione grupy internautów mobilnych w pytaniu kwestionariuszowym wyraźnie różniły się zarówno deklaracjami posiadania potrzeby korzystania z tego typu usługi w telefonie komórkowym, jak również intencjami rozpoczęcia korzystania z tego rodzaju usługi. W obydwu przypadkach procent Miłośników deklarujących potrzebę oraz intencję zakupu był wyższy niż w przypadku pozostałych grup (por. ryc. 57).



Ryc. 57 Obecne i planowane korzystanie z Internetu przez telefon komórkowy w generacji MOB (N = 730).

Podsumowanie

- **Internet – Technologia Oswojona.** Internet jako medium trudno już określić mianem „nowego medium”. Stał się on częścią codziennego życia wielu osób. Wiele zwyczajnych aktywności wykonywanych jest za pośrednictwem Sieci. Często wykorzystywany jest do zakupów i zbierania informacji finansowych. Nie zmienia to faktu, że dostarcza różnych form rozrywki, często wyżej cenionych niż rozrywki w „Real Life”. To najprawdopodobniej sprawił, że również na poziomie emocjonalnego stosunku do tego medium, Internet jest spostrzegany jako pewnego rodzaju zwyczajny np. sposób komunikacji z innymi osobami. Jest bliski i ciepły.
- **Nowy podział cyfrowy?** Wyniki pokazują, że różnice pomiędzy osobami mającymi dostęp do Internetu i tymi, które nie mają takiego dostępu, nazywane Podziałem Cyfrowym, mogą być ekstrapolowane na osoby korzystające z Internetu mobilnego v. stacjonarnego. Internauci korzystający z dostępu mobilnego to ludzie w większości młodzi, mieszkający w dużych miastach, uczący się i mający wysoką samoocenę.
- **Internet mobilny – Technologia Nieoswojona.** Mobilny dostęp do Internetu podobnie jak sam Internet na początku lat 90-tych kojarzony jest z takimi wartościami jak młodość, dynamizm, nowoczesność i niezależność. Jest to jednocześnie obraz zimny i dość odległy emocjonalnie, chociaż aspiracyjny. Na poziomie recepcji jest wciąż technologią, która nie znalazła ogólnego zrozumienia w jakich sytuacjach życiowych może być użyteczna i w jaki sposób może stać się częścią codziennego funkcjonowania jednostki.
- **Łącze nie definiuje rodzaju Internetu, bo... „Internetu nie ma”.** Osoby będące Tubylcami Internetowymi traktują to medium jako przeźroczyste. Jest to jedynie i aż, środek komunikacji i zbierania informacji. Sam sposób łączenia się z siecią w ich percepcji jest czymś nad czym się nie koncentrują. Liczy się wyłącznie niezawodność i szybkość podłączenia, szybkość wystarczająca do tego co mamy ochotę robić w Sieci. W Sieci są moi znajomi, portale społecznościowe, zdjęcia bliskich, emocje – technologia jest wtórna.
- **Efekty Internetu mobilnego:**
 - Poczucie wolności – wbrew stereotypom Internet mobilny daje poczucie wolności, a nie wrażenie uwiązania.

- Efektywność zarządzania czasem – osoby korzystające z Internetu mobilnego mają wrażenie większych możliwości zarządzania swoim czasem zawodowym i prywatnym.
- Zarządzanie znajomościami – zjawisko nowe i wciąż nie powszechne. Termin zarządzanie znajomościami opisuje proces przeniesienia akcentu w momencie spędzania wolnego czasu z ludzi z którymi ten czas spędzamy na aktywność. To ludzi dobieramy do tego co chcemy robić, a nie odwrotnie.
- Wirtualna bańka prywatności w świecie realnym – dzięki stałemu i w dowolnym miejscu dostępowi do Sieci człowiek może przenieść się w swój świat, swoje środowisko społeczne (np. na portalu społecznościowym) odcinając na chwilę od otaczającej go rzeczywistości.
- **Generacja MOB** – Osoby korzystające z Internetu mobilnego intensywnie możemy podzielić na trzy grupy ze względu na ich styl korzystania z Sieci. **Miłośnicy** (*early adopters*, w pełni wykorzystują możliwości Internetu mobilnego, aktywni), **Obyci** (Internet mobilny to narzędzie służące do poważnych celów), **Bierni** (standardowe wykorzystanie Internetu, relatywnie tradycjonalistyczni).
- **Przełamywanie barier** – Internet mobilny jako technologia wchodząca w „białe plamy” dostępu do Internetu, może również zapełnić „białe plamy” społeczne w tej kwestii. Przykładowo osoby w wieku 50 i wyższym, które do tej pory korzystają z Internetu w niewielkim procencie mogą odkryć nowe możliwości jakie daje im dostęp do Sieci. Cechy takie jak możliwość przemieszczania się (również w obrębie domu), ścisłe powiązanie z komputerem przenośnym mogą dać im przykładowo nowy rodzaj taniego i stałego kontaktu z przyjaciółmi i rodziną rozszanymi po kraju i świecie.

Informacja o podmiotach biorących udział w projekcie

Autorzy, zaangażowane firmy, partnerzy

iPlus – inicjator i zleceniodawca badania

ORAIQ – realizacja badania

IQS – realizacja badania

SWPS – partner merytoryczny badania



iPlus to mobilny dostęp do Internetu w sieci Plus, należącej do Polkomtel S.A. Wyznaczanie nowych trendów i dogłębna analiza zachowań społecznych powstających pod wpływem technologii mobilnych są wpisane w działania tej marki. Stąd zaangażowanie iPlusa w projekt badania „Mobilność 2010 – raport o wpływie Internetu mobilnego na życie Polaków”.

Badanie towarzyszy szerszemu projektowi edukacyjnemu rozpoczętemu przez markę iPlus w listopadzie 2009 roku. Równolegle z badaniem został uruchomiony **blog Mobilnyinternet.blox.pl**. Poruszane są w nim różne aspekty mobilności – społeczne, kulturowe, technologiczne, marketingowe, a także kobiece ze względu na dużą aktywność kobiet w sieci. Dyskusje rozpoczęte na blogu są również kontynuowane w społecznościach internetowych, m.in. na Facebook.com ([facebook.com/mobilnyinternet](https://www.facebook.com/mobilnyinternet)) Blip.pl ([mobilnyinternet.blip.pl](https://www.blip.pl/mobilnyinternet)) czy GoldenLine (grupa „Mobilny internet”).

Publikacji wyników badania towarzyszyć będzie cykl **debat w telewizji internetowej Lookr.tv** (powstał dedykowany kanał: „Mobilny Internet”). W debatach udział wezmą znani badacze (w tym specjaliści z SWPS), dziennikarze i osoby publiczne zajmujące się na co dzień tematyką mobilności i wykorzystujące Internet mobilny w swojej pracy.

Kontakt:

Adam Suchenek, Kierownik Zespołu ds. Komunikacji, Rzecznik prasowy Polkomtel S.A.
tel. 601 390 089, e-mail: adam.suchenek@plus.pl



ORIAQ to spółka w ramach Grupy IQS, specjalizująca się w badaniach nowych mediów: Internetu, telewizji cyfrowej i rozwiązań mobilnych. Szeroka oferta usług badawczych obejmuje m.in. badania funkcjonalności i użyteczności serwisów internetowych, skuteczności i efektywności kampanii reklamowych on-line, analizę sieciową konsumentów oraz weryfikację wizerunku marki w Internecie.

Autor badania „Mobilność 2010”, Krzysztof Krejtz, jest doktorem psychologii, pracownikiem naukowym w instytucie Społecznej Psychologii Internetu i Komunikacji w SWPS, współautorem i redaktorem naukowym „Diagnozy Internetu 2009”. Specjalizuje się w psychologii społecznej z dużym naciskiem na zachowania w środowisku internetowym. Ważnym aspektem jego pracy naukowej jest także metodologia badań internetowych.

Kontakt:

Krzysztof Krejtz, Autor badania

tel. 691 197 265, e-mail: krzysztof.krejtz@oriaq.com



Grupa IQS to jedna z czołowych agencji badawczych w Polsce. Istnieje od 1994 roku i obecnie składa się z czterech wyspecjalizowanych podmiotów badawczych: IQS (specjalizuje się w badaniach jakościowych), QUANT (specjalizuje się w badaniach ilościowych), NUQ (specjalizacja to badania etnograficzne i analizy behawioralne) oraz najmłodszej firmy w grupie – ORIAQ, specjalizującej się w badaniach on-line i nowych mediów. Każda z firm prowadzi badania w obrębie swojej specjalizacji, ale formuła Grupy umożliwia realizację projektów niestandardowych, wymagających kompilacji metod i technik badawczych.

Kontakt:

Paweł Kolenda, Współautor badania

e-mail: pawel.kolenda@iqs-quant.com.pl



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej to nowoczesne centrum naukowo-dydaktyczne, które oferuje interdyscyplinarne studia humanistyczne na 18 kierunkach: w Warszawie, Wrocławiu, Sopocie, Katowicach i Poznaniu. Od 14 lat uczelnia jest jednym z najważniejszych ośrodków studiów psychologicznych w kraju.

Tradycją SWPS są cykle otwartych imprez naukowych, popularnonaukowych i kulturalnych. Często gośćmi uczelni są światowej sławy naukowcy, znani artyści i przedstawiciele świata mediów. SWPS jest organizacją społecznie odpowiedzialną, m.in. wspiera rozwój sztuki realizując innowacyjny cykl wydarzeń Kultura Wysokich Napięć.

SWPS jest pierwszym i jedynym ośrodkiem studiów psychologicznych w Polsce, który otrzymał najwyższą ocenę jakości kształcenia Państwowej Komisji Akredytacyjnej. Uczelnia posiada uprawnienia do nadawania stopnia naukowego doktora nauk humanistycznych w dyscyplinach: psychologia, kulturoznawstwo i socjologia oraz doktora habilitowanego w dyscyplinach psychologia i kulturoznawstwo.

W ramach Programu Erasmus, a także innych umów międzynarodowych, SWPS współpracuje z ponad 56 uczelniami z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji, Belgii, Holandii, Szwecji, Finlandii, Norwegii, Danii, Szwajcarii, Włoch, Hiszpanii, Portugalii, Grecji, Turcji, Słowenii.

Kontakt:

Natalia Osica, Rzecznik prasowy SWPS

tel. 22 517 98 22 , e-mail: natalia.osica@swps.edu.pl