

ALIENACJA I SAMOTNOŚĆ W SIECI VS GRUPOWOŚĆ I KAPITAŁ SPOŁECZNY W INTERNECIE. INTERNET I JEGO WPŁYW NA KONTAKTY SPOŁECZNE¹

Internet stał się nową przestrzenią społeczną, gdzie realizuje się większość ludzkich potrzeb. Internauci mają możliwość zaspokajania potrzeb wyższego rzędu, takich jak samorealizacja czy uznanie poprzez własne strony WWW, blogi, aż po potrzeby fizjologiczne realizowane na przykład dzięki możliwości zakupów poprzez Internet.

Trudno dzisiaj wskazać sferę ludzkiej aktywności, w jakiej to medium nie byłoby obecne. Ekran monitora wypiera tradycyjne, papierowe formy wydań gazet. Ikona prasy codziennej „New York Times” ma obecnie więcej czytelników wersji *on-line*, niż tradycyjnej, papierowej.

Przestrzeń wirtualna stanowi analogię do rzeczywistej, trójwymiarowej przestrzeni, natomiast *Społeczna przestrzeń Internetu* stanowi odzwierciedlenie fizycznej przestrzeni, w jakiej funkcjonujemy od tysięcy lat. Internet – podobnie jak inne media – współtworzy pewne wymiary rzeczywistości, redefiniuje nasz sposób myślenia o przestrzeni i tym, co prawdziwe i realne. Za naturalne uznajemy porozumiewanie się z oddalonym o tysiące kilometrów, nieznanym nam człowiekiem i to w czasie rzeczywistym. Wydaje się, że to medium, jak żadne inne, kompresuje czas i przestrzeń.

Internet przekonuje swoich użytkowników, że ową przestrzenią rzeczywiście jest. Analogicznie jak w realnym świecie, internauci *wchodzą, oglądają, rozmawiają, wysyłają listy*. Internet oferuje swoim odbiorcom pokoje rozmów, kafejki, gdzie *odwiedzają* poszczególne pomieszczenia i *spotykają* innych ludzi. Strona internetowa ma przywołać na myśl kartkę papieru, a witryny WWW stanowią odwzorowanie witryn sklepowych. Sama przeglądarka internetowa, której zdaniem jest „zagłądanie” do Internetu,

jest zbudowana w postaci *okna* stanowiącego analogię do rzeczywistego okna, przez które oglądamy świat.

Metafora surfowania po Internecie – stanowiąca paralełę do ślizgania się po powierzchni wody – również sugeruje istnienie jakiejś przestrzeni. Jeden z największych polskich portali *Wirtualna Polska* uzmysławia nam, jakoby nasz kraj w całości został przeniesiony w wirtualny wymiar, w czym nie ma chyba zbytnej przesady. Granica pomiędzy tym, co realne a wirtualne rozmywa się, a wirtualność wcale nie dewaluuje realności kontaktów tworzonych w cyberprzestrzeni.

Jednostki mają możliwość spełniania w cyberprzestrzeni zarówno swoich indywidualnych, jak i grupowych potrzeb. To, że Internet staje się platformą inicjowania i podtrzymywania kontaktów, wcale nie dewaluuje ich prawdziwości i znaczenia. Tworzące się w przestrzeni wirtualnej grupy społeczne – mimo, iż oderwane od fizycznego kontekstu – tworzą swoje hierarchie, posługują się swoistym językiem, wytwarzają normy społeczne, których nieprzestrzeganie w wielu sytuacjach grozi poważnymi sankcjami. W większości społeczności wirtualnych bardzo szybko konstytuują się nakazy i zakazy, mające na celu zapobieżenie całkowitemu chaosowi w grupie. Społecznicy pełniący rolę moderatorów stoją na straży przestrzegania zasad praworządności, ukonstytuowanej w postaci *Netykiety*. Internet oferuje całe spektrum grup społecznych – od otwartych i dostępnych dla wszystkich, bez żadnych ograniczeń, gdzie akceptowalne są wszystkie formy ekspresji, po zamknięte, hermetyczne, do których dostępu bronią hasła, zaproszenia wysyłane od osób już zrzeszonych, a czasem dostęp do nich utrudnia sama natura narzędzia komunikacyjnego, która jest na tyle skomplikowana, że dyktantom uniemożliwia korzystanie. Należy zwrócić uwagę, iż Internet coraz bardziej się otwiera. Jeszcze kilka lat temu był niemal wyłącznie dostępny dla wąskiej grupy specjalistów. W chwili obecnej większość aktywnych użytkowników tego medium stanowią osoby o przeciętnych umiejętnościach informatycznych.

Internet również inicjuje powstawanie nowego typu fenomenów społecznych, jak np. *Flash Mob*, gdzie umówieni przez Internet uczestnicy tworzą sztuczny tłum, w celu przeprowadzenia krótkotrwałego, najczęściej zaskakującego, a nawet dziwaczного zdarzenia.

Internet daje poczucie przynależności do wspólnoty, oferuje prestiż bycia w Sieci i aktywnego funkcjonowania. Adresy mailowe, własne strony WWW czy blogi stają się obecnie niemal koniecznym elementem budowania wizerunku i kontaktu z innymi. Ten element internetowej przestrzeni doceniają nawet politycy, którzy bardzo aktywnie (szczególnie w czasie kampanii) korzystają z internetowych narzędzi, jako skutecznego i taniego sposobu na kontakt z potencjalnym wyborcą.

Interakcje internetowe rządzą się jednak swoimi prawami. Specyficzne cechy internetowej komunikacji oparte o aprzestrzenność, asynchroniczność, acielesność, astygmaticzność oraz anonimowość wprowadzają kontakty międzyludzkie w nowe obszary, w których trudno stosować klasyczne teorie wypracowane na gruncie nauk społecznych. Mimo, iż trudno określić charakter i kierunek zmian inicjowanych przez nowe technologie na czele z Internetem, jednego możemy być pewni, coraz częściej

relacje społeczne będą miały charakter zapośredniczony, oderwany od kontekstu lokalnego i bardziej bezosobowy. Często w Internecie liczy się sam kontakt, możliwość rozmowy, a drugorzędne znaczenie ma to, z kim ta rozmowa się toczy.

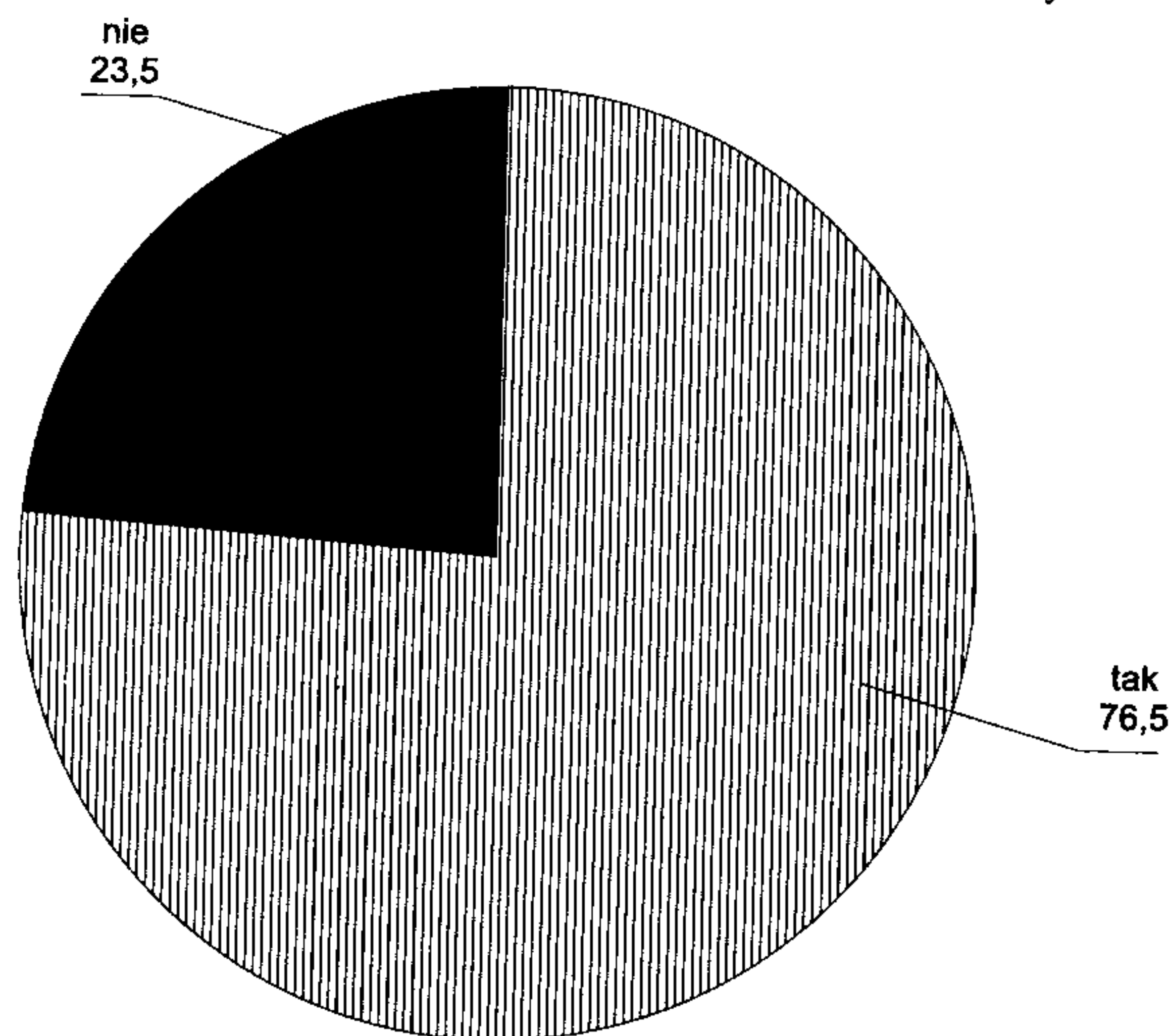
W Polsce funkcjonuje już kilkanaście serwisów typowo społecznościowych: *grono.net*, *spinacz.pl*, *osobie.pl*², *swoi.pl*, czy *goldenline.pl*, a ich liczba stale rośnie. Wspólną cechą tych serwisów jest możliwość tworzenia sieci kontaktów, poznawania nowych osób, a nawet odbudowywania kontaktów utraconych. Wśród serwisów społecznościowych można wyróżnić kilka ich typów:

- *społeczności towarzyskie*: tworzenie kontaktów społecznych: *grono.net*, *spinacz.pl*, *plus.pl*, *swoi.pl*, *osobie.pl*,
- *społeczności profesjonalne*: tworzenie kontaktów społecznych, głównie w celach biznesowych: *biznes.net*,
- *dziennikarstwo obywatelskie*: społeczności zasadzają się wokół możliwości tworzenia wiadomości, newsów, linkowania innych wiadomości; internauci mają możliwość recenzowania opublikowanych zgłoszeń; kolejność wiadomości najczęściej zależy od uzyskanej przez nie oceny: *wiadomosci24.pl*, *salon24.pl*, *wykop.pl*, *gwar.pl*.

Zdecydowana większość badanych uważa, że Internet wpływa na kontakty z innymi ludźmi (76,5%), a 23,5% jest przeciwnego zdania.

Ryc. 1.

Wpływ Internetu na kontakty z innymi ludźmi



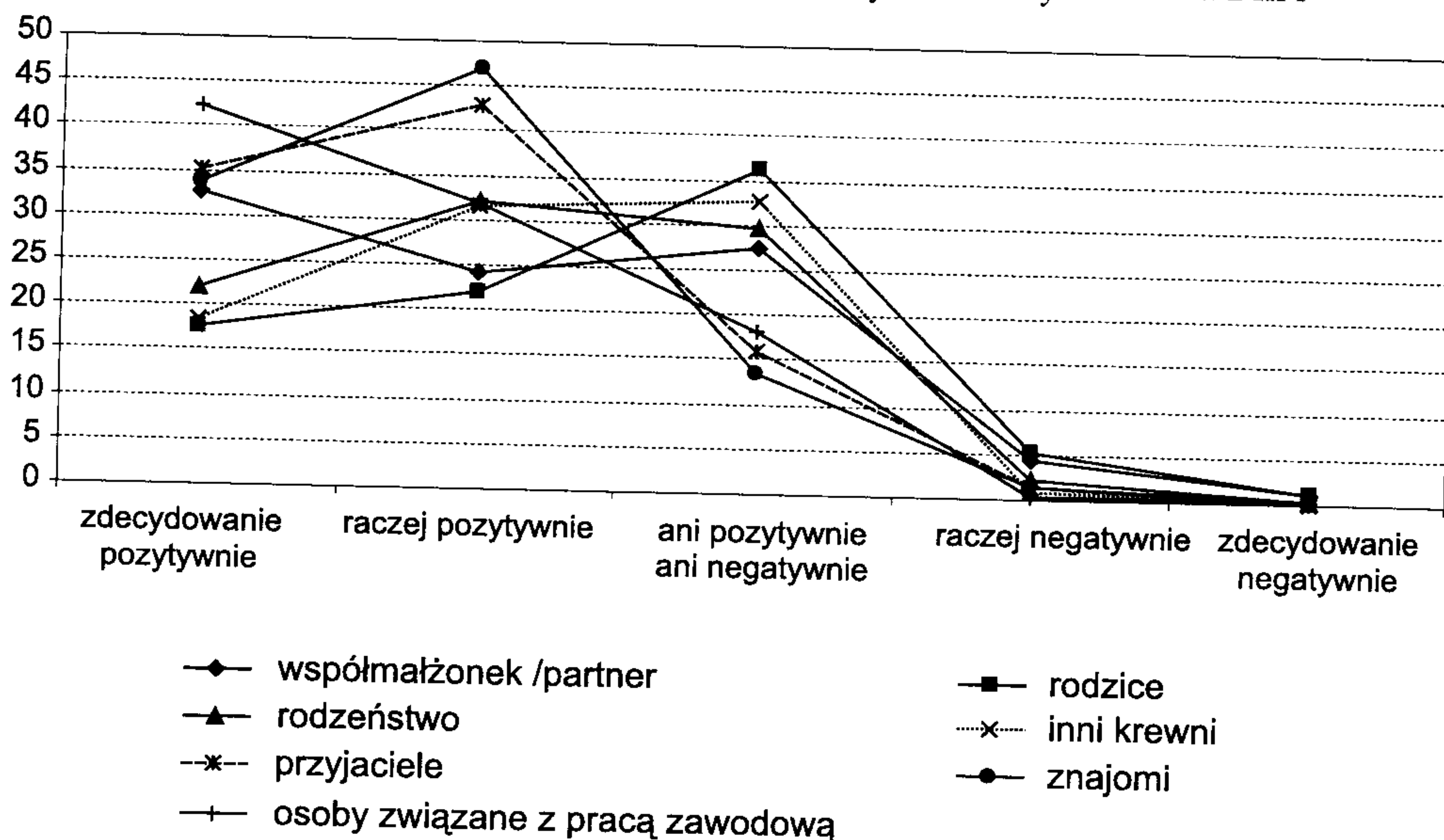
Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

86% badanych uważa, że Internet poszerza zakres kontaktów społecznych. Najbardziej pozytywnie wpływa zdaniem ankietowanych na kontakty ze znajomymi – 81%

(33,8% zdecydowanie pozytywnie i 47% raczej pozytywnie), a więc może spełniać funkcję wzmacniającą, szczególnie w przypadku słabych więzi społecznych. Pozytywny wpływ Internetu dostrzegalny jest również w przypadku przyjaciół (78%) i osób związanych z pracą zawodową (74%). Trudności z określeniem tego wpływu mieli respondenci głównie w przypadku rodziców (36%) oraz innych krewnych (33%).

Ryc. 2.

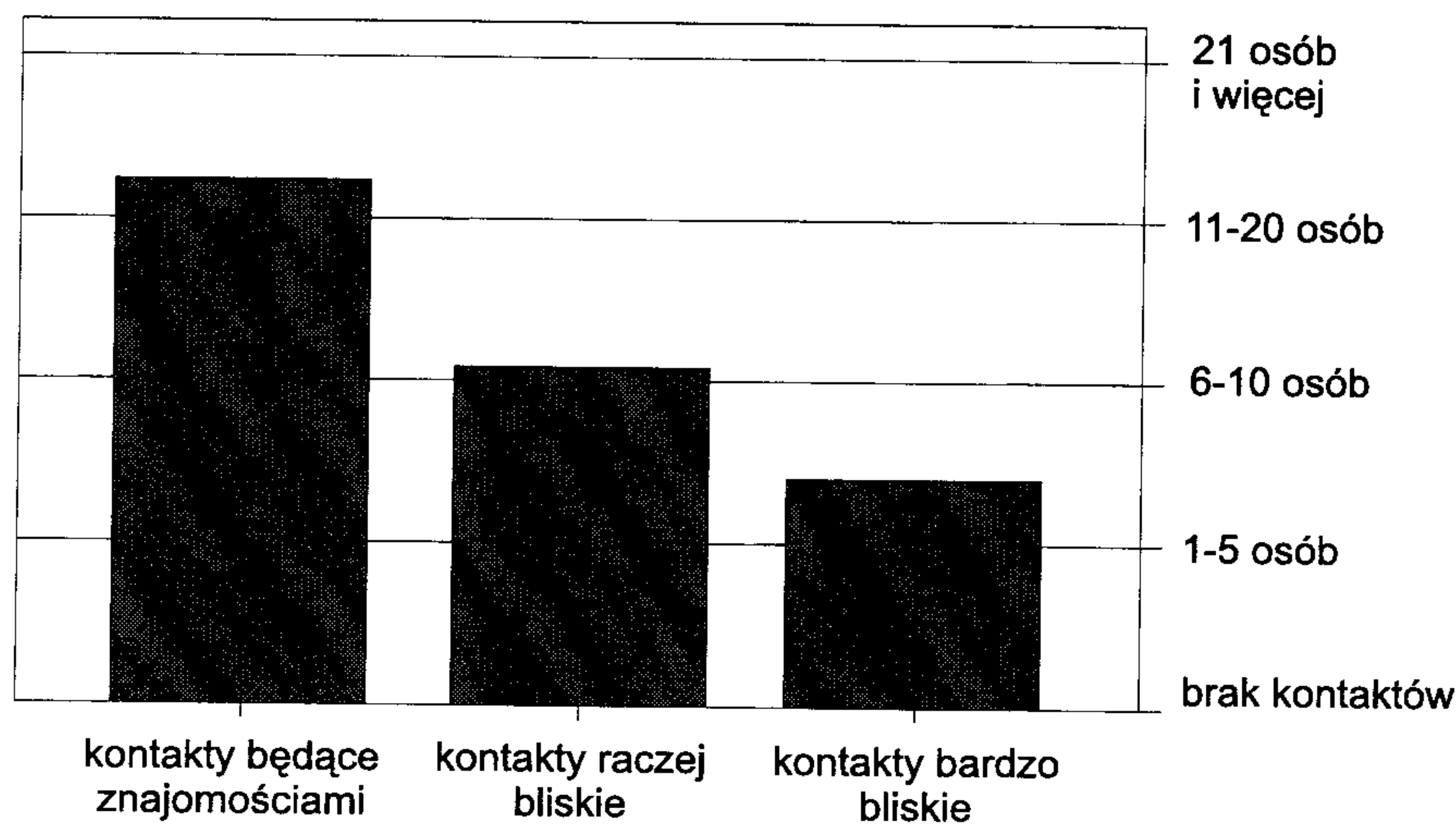
Wpływ Internetu na kontakty z innymi ludźmi



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Jeśli chodzi o rodzaj i charakter kontaktów społecznych ankietowanych, to 59% deklaruje, iż *bardzo bliskich* jest im 1–5 osób, *raczej bliskich* 6–10 osób posiada 36% ankietowanych, a zwykłych *znajomych* w ilości więcej niż 21 osób ma 60% respondentów. Najbardziej rozległe są więc sieci społeczne osób, które są naszymi znajomymi, najmniejszą gęstością charakteryzują się sieci osób, które są nam bardzo bliskie. Jednocześnie co drugi badany przyznaje, że częściej rozmawia z osobami, z którymi dzielą go duże odległości, niż z osobami z najbliższej okolicy (50%). Tylko co piąty częściej rozmawia z osobami z najbliższej okolicy, niż z osobami, z którymi dzielą go duże odległości (21%), a więc potwierdza się hipoteza mówiąca o tym, iż Internet szczególnie wspomaga komunikację na duże odległości, odrywając ją od lokalizmu i zanurzenia w społeczności lokalnej.

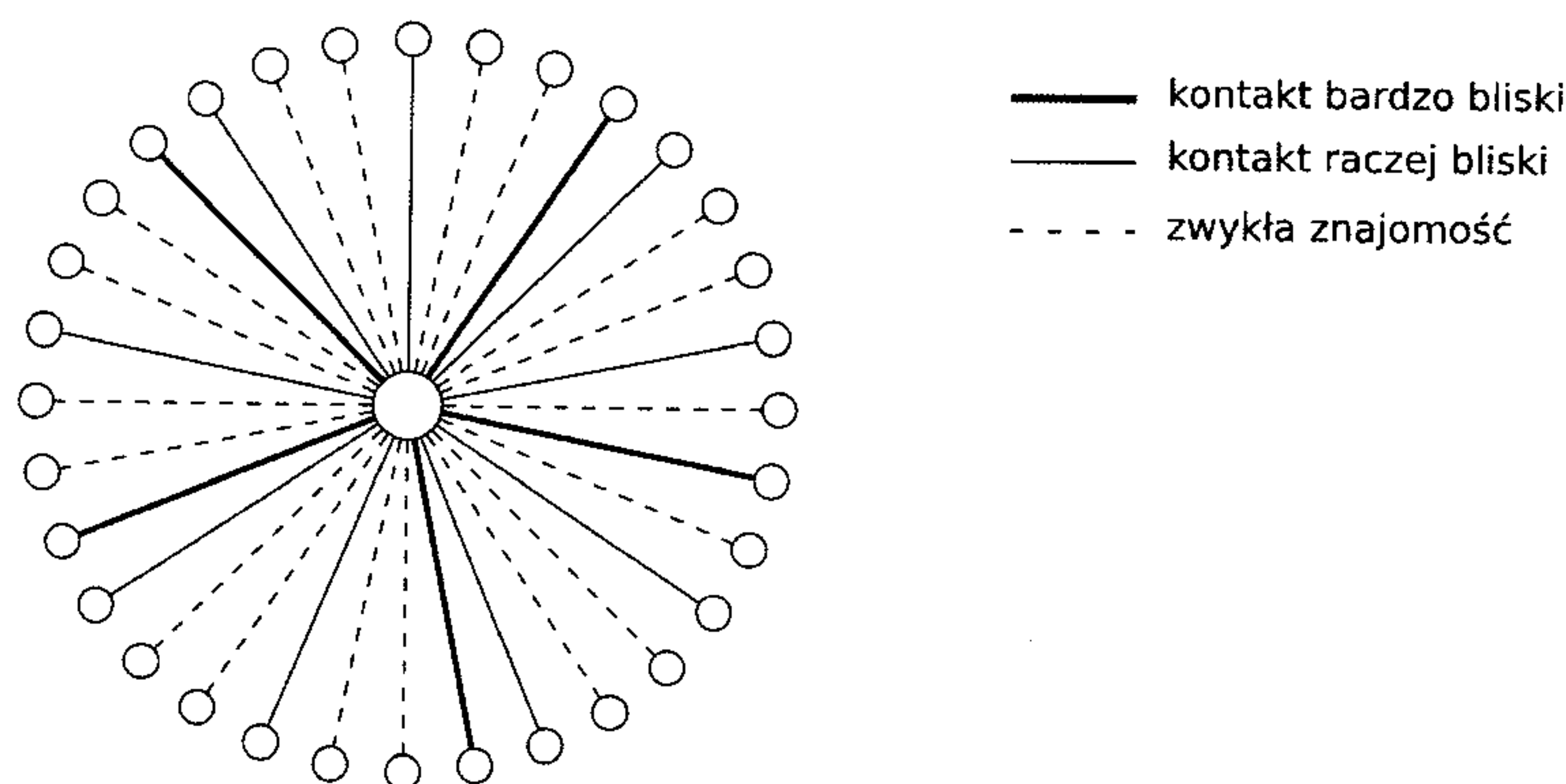
Ryc. 3.
Ilość kontaktów bardzo bliskich, raczej bliskich i zwykłych
znajomości badanych



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Badani średnio posiadają 5 bardzo bliskich kontaktów, 9 raczej bliskich i 18 będących zwykłymi znajomościami. W przypadku, kiedy respondent posiada średnio 32 kontakty, możliwa liczba połączeń w jego sieci wynosi N^2 , zatem: $32^2 = 1024$.

Ryc. 4.
Średnia ilość kontaktów bardzo bliskich, raczej bliskich
i zwykłych znajomości na respondenta



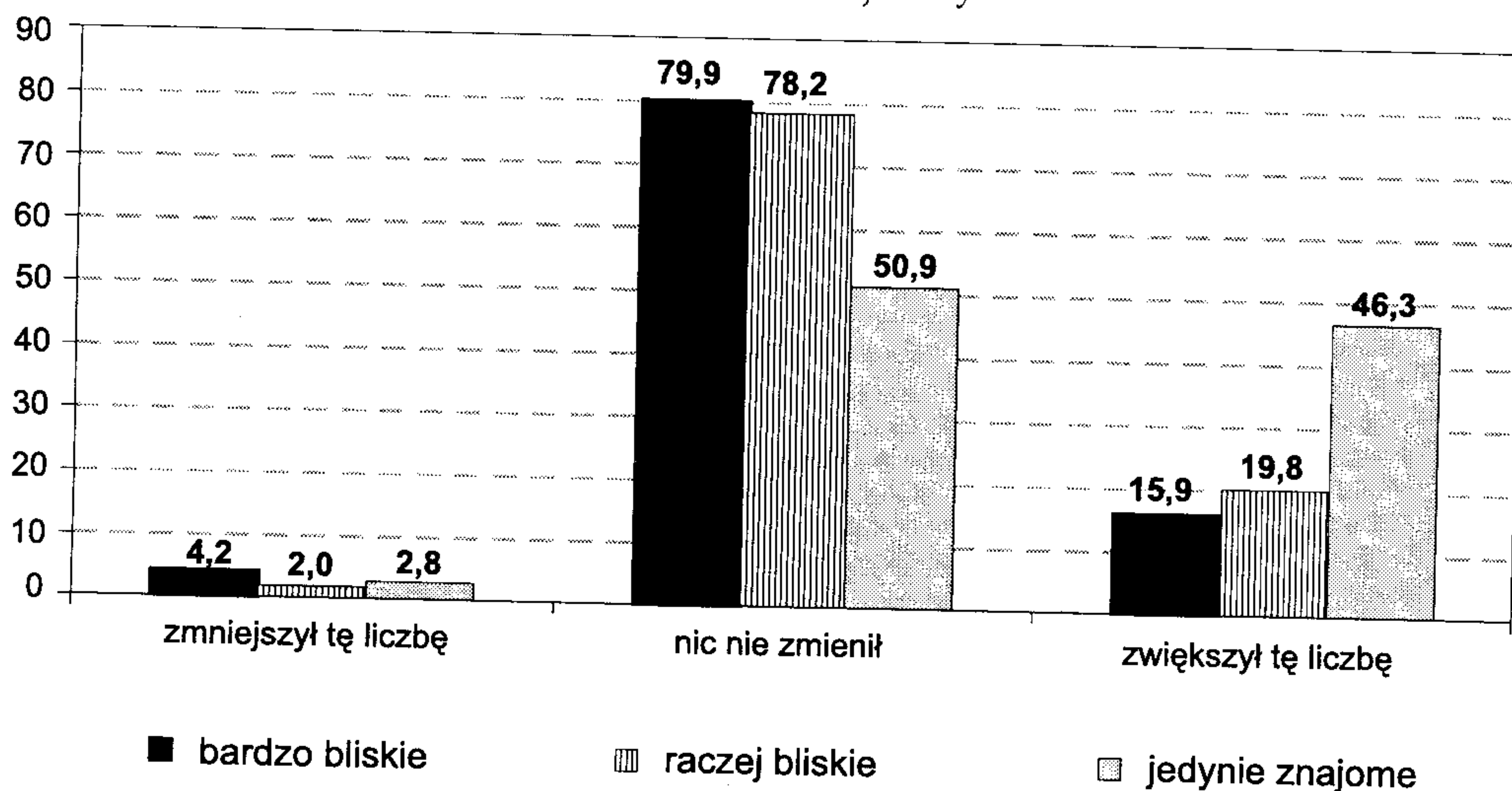
Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Jeśli chodzi o wpływ Internetu na istniejące więzi społeczne, badania wskazują, iż szczególnie wpływa on na słabe więzi społeczne (ang. *weak ties*), co drugi ankietowany twierdzi (46%), że Internet zwiększył liczbę osób, których określamy jako *zwykłych znajomych*. Warto przypomnieć tutaj przywoływaną przez E. Bendyka koncepcję, iż słabe więzi są o wiele bardziej znaczące, gdyż działają jak kluczowe połączenia spajające sieć społeczną, pozornie luźne kontakty otwierają nierzadko dostęp do innej siatki społecznej³. Zwiększa to szanse na dostęp do informacji z innych grup społecznych o różnej od naszej pozycji społecznej. W przypadku słabych sieci społecznych opartych o zwykłe znajomości pojawia się koncepcja *networkingu*. Jego główna idea zasadza się na pielęgnowaniu i docenianiu słabych relacji, gdyż to dzięki nim następuje wymiana informacji i rad. Główna idea *networkingu* opiera się o zasadę – *nieważne, co wiesz, ważne, kogo znasz*⁴. Nieco instrumentalne traktowanie sieci kontaktów ma stać się chociażby przyczynkiem do pozyskania lepszej pracy.

Co piąty dostrzega pozytywny wpływ w zakresie więzi *raczej bliskich* (20%). Większość ankietowanych uważa, iż Internet nie zmienia liczby osób, które są bardzo bliskie (80%) lub raczej bliskie (78%). Jedynie 4% badanych uważa, że zmniejszył liczbę osób bardzo bliskich, 2% uważa, że obniżył liczbę osób raczej bliskich, a 2,8%, że zmniejszył liczbę znajomych. Uzyskane wyniki są bardzo zbliżone do wyników badania *The Strength of Internet Ties*, gdzie te odsetki wynoszą odpowiednio 2%, 2% i 1%⁵.

Ryc. 5.

Wpływ Internetu na liczbę osób bardzo bliskich, raczej bliskich i znajomych

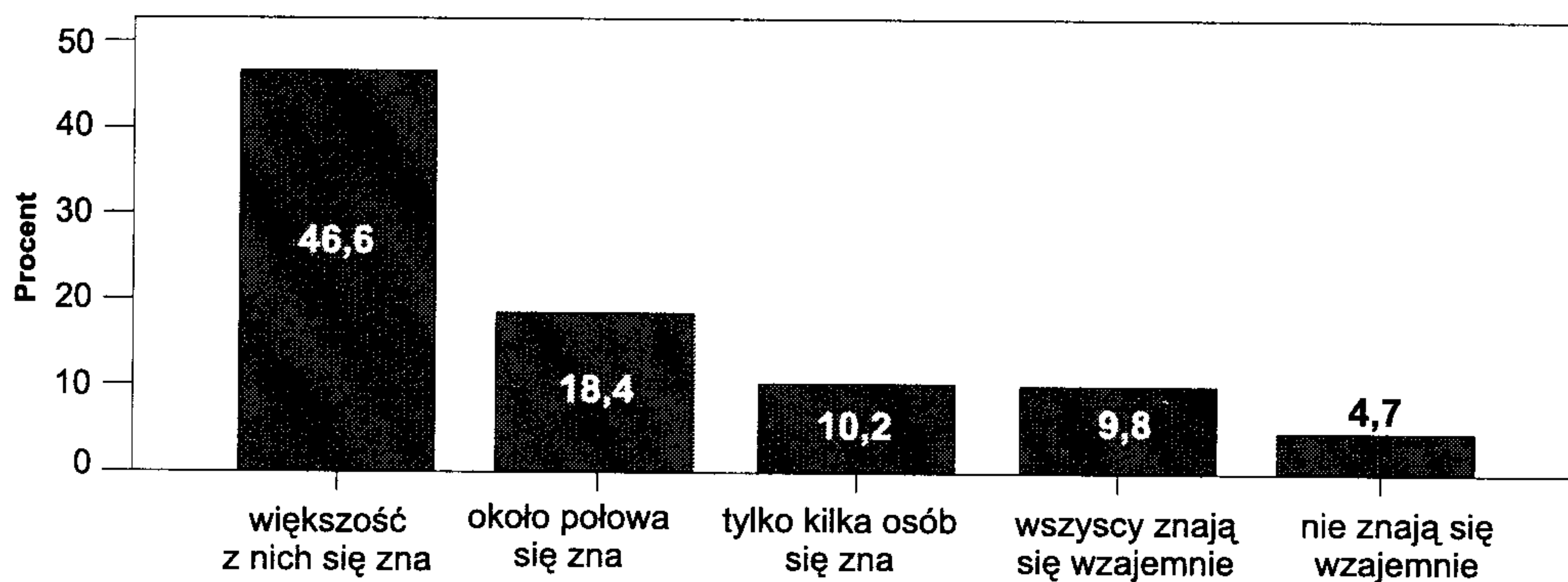


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Co drugi badany przyznaje, iż większość osób, które są im *bardzo bliskie* lub *raczej bliskie* zna się (47%), co piąty przyznaje, iż zna się około połowa tych osób (18%), a niemal 10% przyznaje, iż zna się tylko kilka spośród tych osób, niemal taka sama liczba twierdzi, iż wszyscy znają się wzajemnie.

Ryc. 6.

Relacje pomiędzy osobami, które są dla badanego *bardzo bliskie* lub *raczej bliskie*

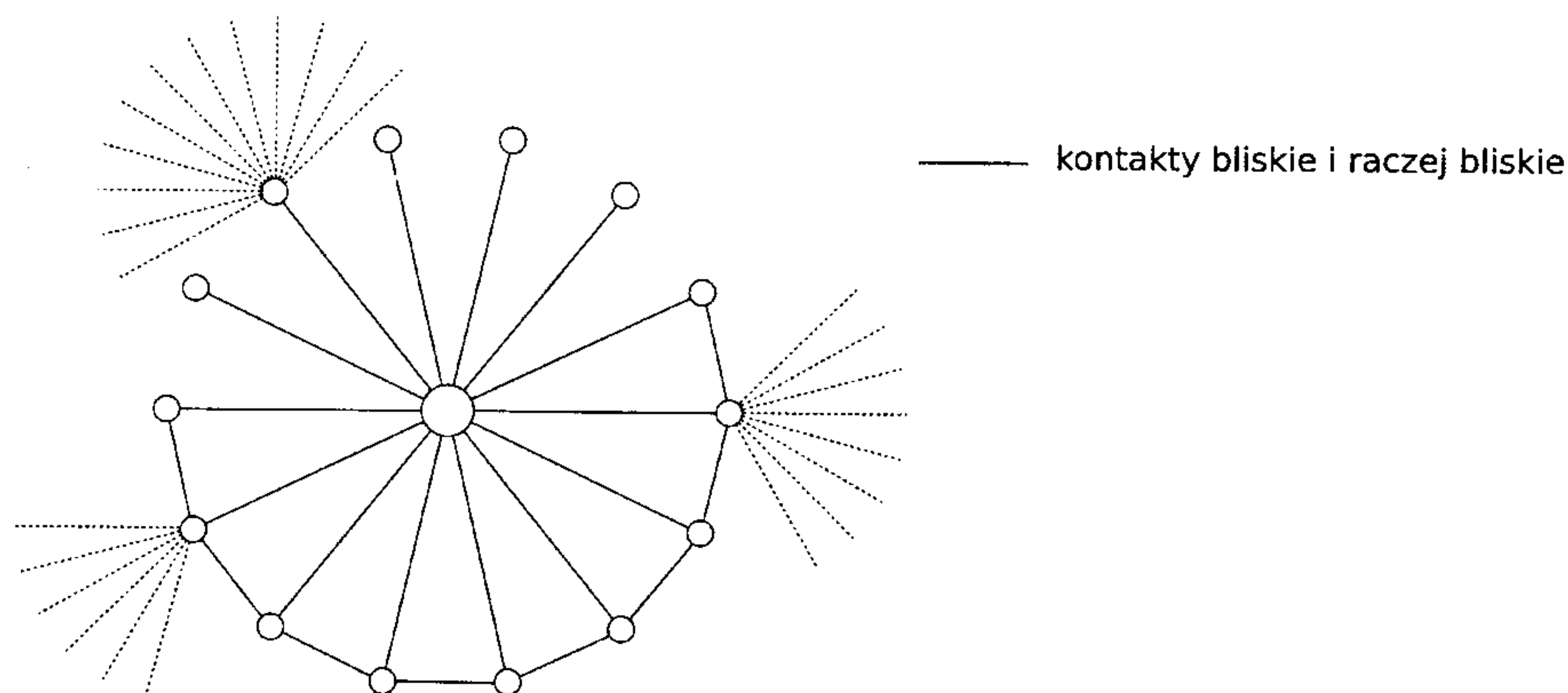


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Badany posiada średnio 14 kontaktów *bardzo bliskich* i *raczej bliskich*, z czego 8 z tych osób zna się wzajemnie. Możliwa liczba (sub)grup w sieci wynosi 2^N . W przypadku sieci bliskich kontaktów możliwa liczba (sub)grup będzie wynosić: $2^{14} = 16$.

Ryc. 7.

Znajomości w zakresie kontaktów *bardzo bliskich* i *raczej bliskich*

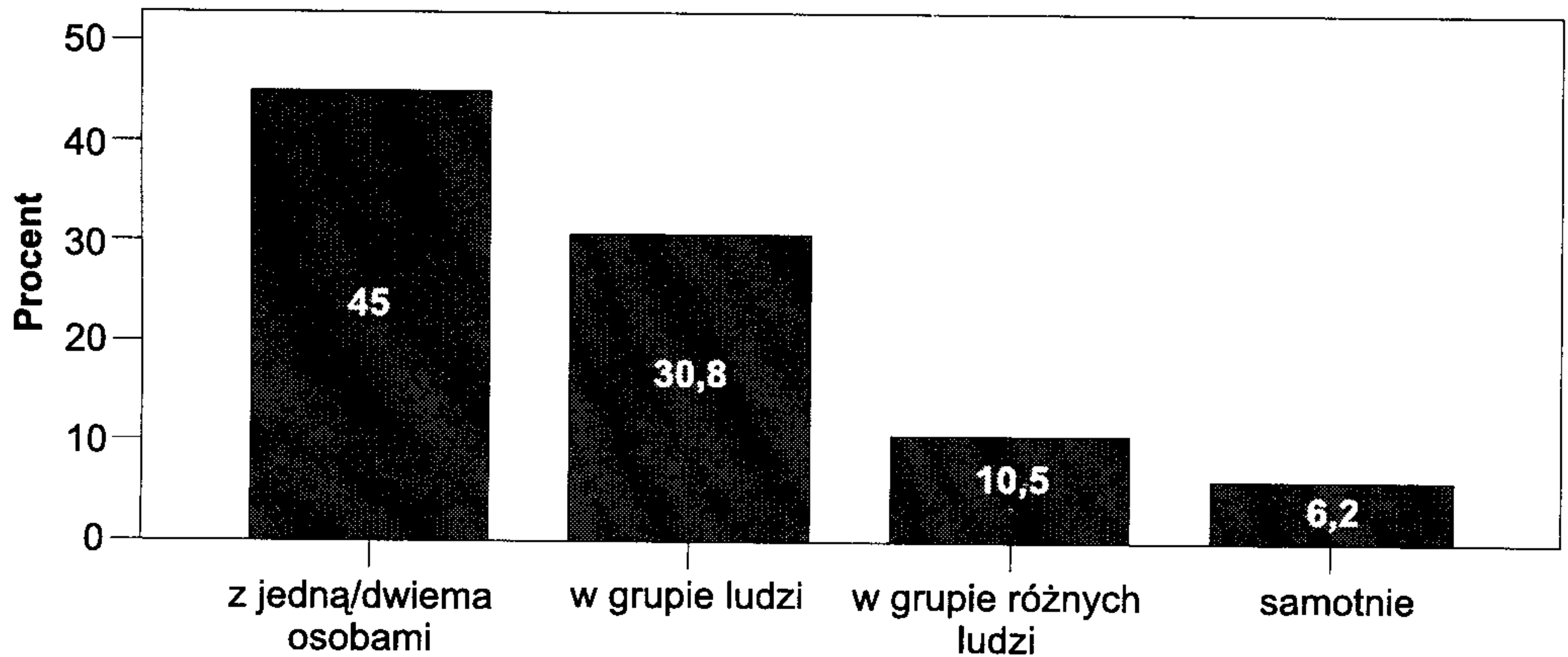


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Niemal co drugi badany spędza czas wolny z jedną/dwoma osobami (45%), co trzeci spędza ten czas w grupie ludzi (31%), 11% w różnych grupach, a 6% spędza czas wolny samotnie.

Ryc. 8.

Spędzanie czasu wolnego z innymi osobami

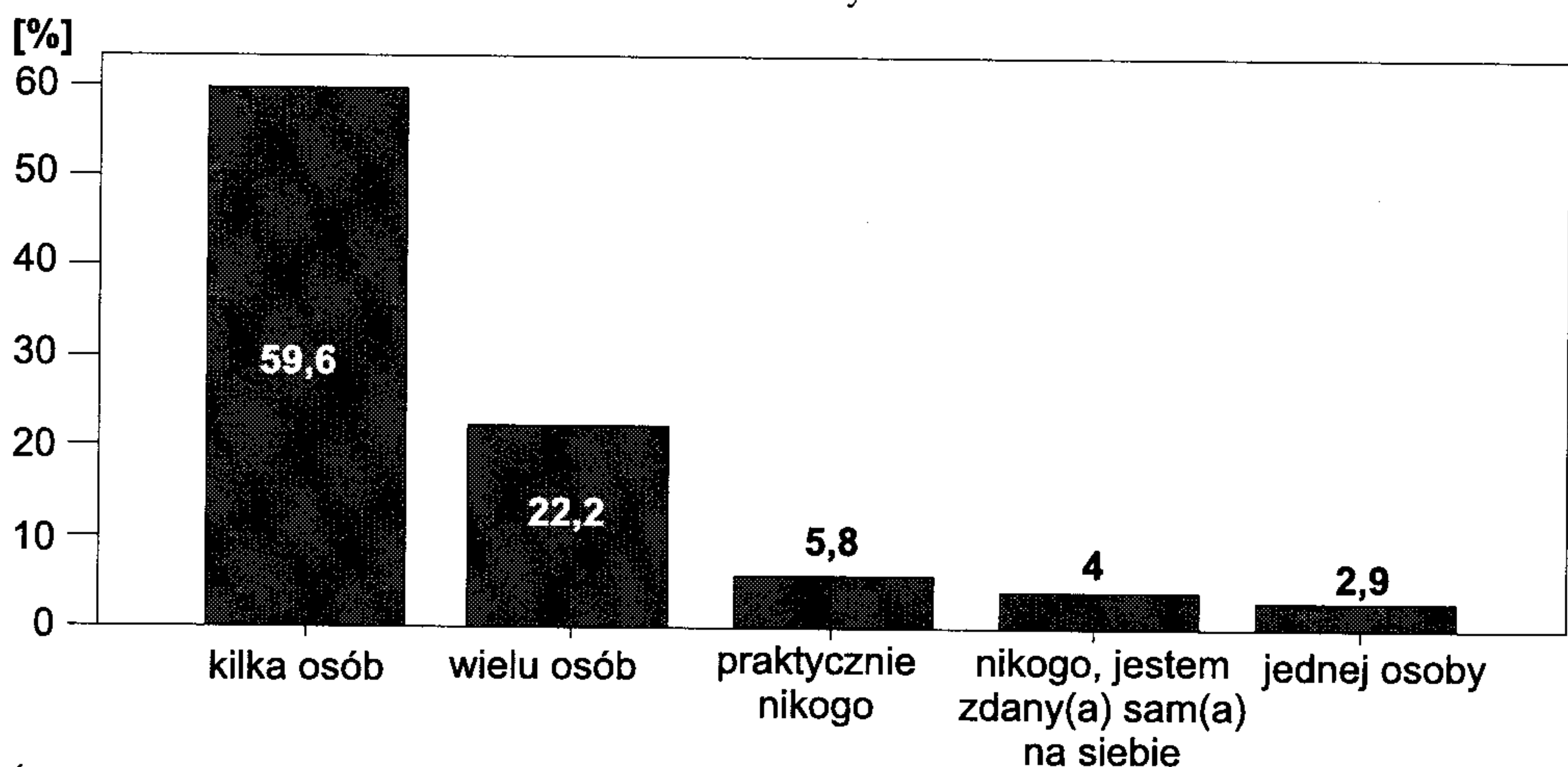


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Respondenci najczęściej deklarują, iż mogą liczyć na wsparcie (pomoc) kilku osób (60%), 22% uważa, że może liczyć na wsparcie (pomoc) wielu osób, a 6% przewiduje, że nie mogłoby liczyć na pomoc ze strony kogokolwiek.

Ryc. 9.

Pomoc (wsparcie) ze strony innych osób według deklaracji badanych

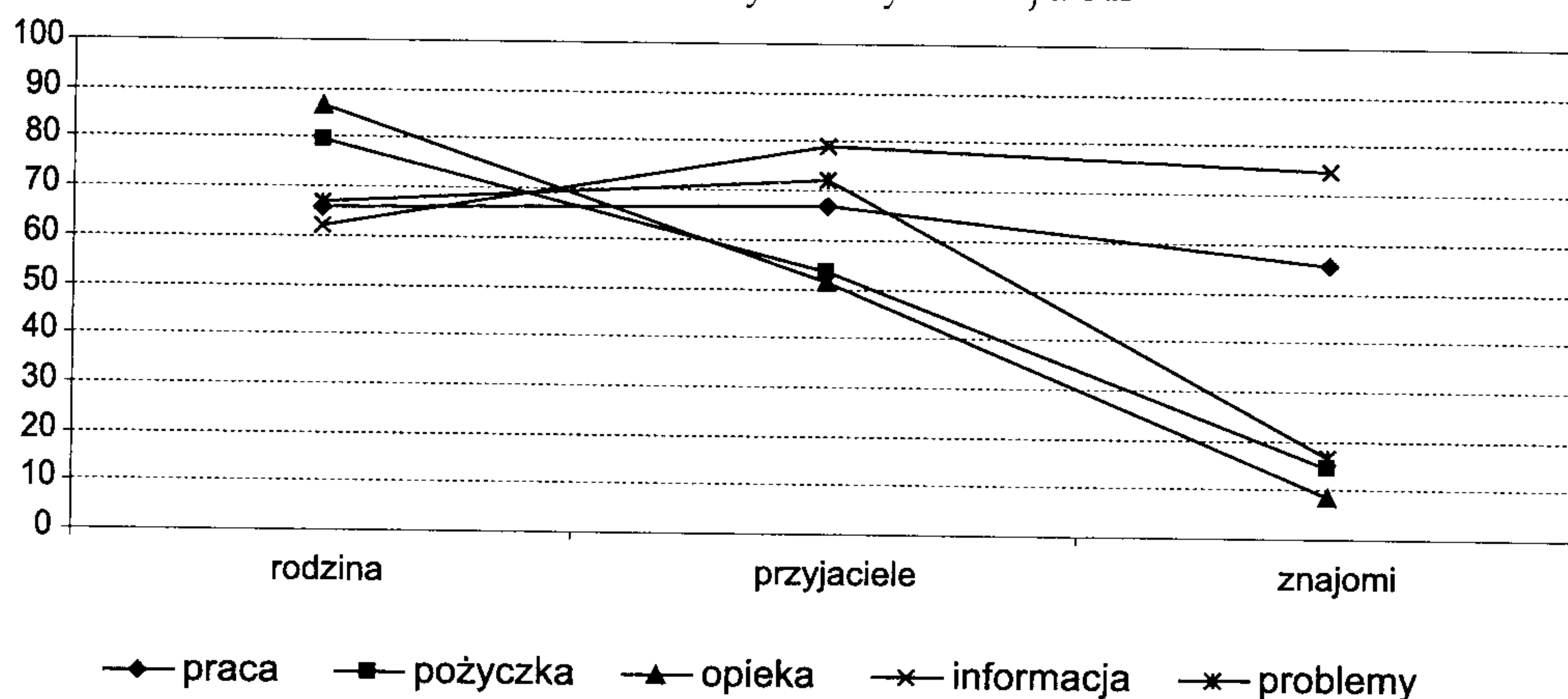


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Największym źródłem kapitału społecznego są przyjaciele i rodzina. Zdaniem badanych, w kwestii znalezienia pracy najczęściej mogliby liczyć na pomoc przyjaciół (67%) oraz rodziny (66%). Przyjaciele są również pomocni w znalezieniu interesującej nas informacji (79%), znajomi (75%), rodzina (62%). Również w kwestii rozwiązywania problemów życiowych respondenci potencjalnej pomocy oczekują w pierwszej kolejności od przyjaciół (72%), rodziny (67%) i znajomych (17%). Więzy rodzinne okazują się najbardziej istotne w przypadku potrzeby pożyczki⁶ (80%) oraz choroby i związanej z tym opieki⁷ (87%).

Ryc. 10.

Pomoc ze strony rodziny, przyjaciół i znajomych w określonych sytuacjach

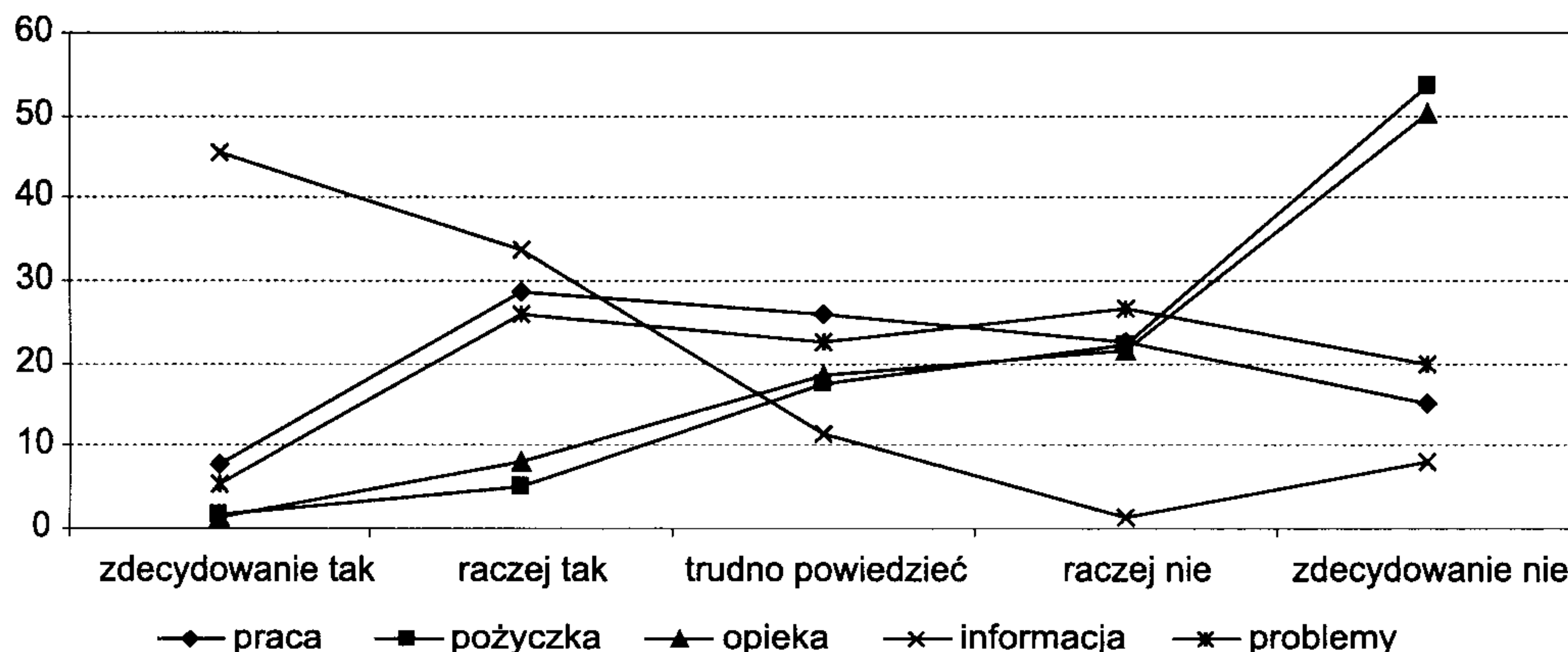


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Okazuje się, że Internet może stanowić ważny element kapitału społecznego. Zdecydowana większość badanych (79%) uważa, że internauci mogą stanowić ważne źródło informacji i w tej kwestii mogliby liczyć na ich pomoc. Jednocześnie, aż 31% uważa, że mogłoby liczyć na pomoc internautów w rozwiązaniu problemów życiowych, co wydaje się szczególnie zaskakujące w sytuacji, gdy większość z tych osób jest nam nieznana, a powierzamy im nasze osobiste sprawy i problemy. Jeszcze bardziej zaskakujący może być fakt, iż co trzeci ankietowany uważa, że mógłby liczyć na pomoc internautów w znalezieniu pracy (36%).

Ryc. 11.

Pomoc ze strony internautów w określonych sytuacjach



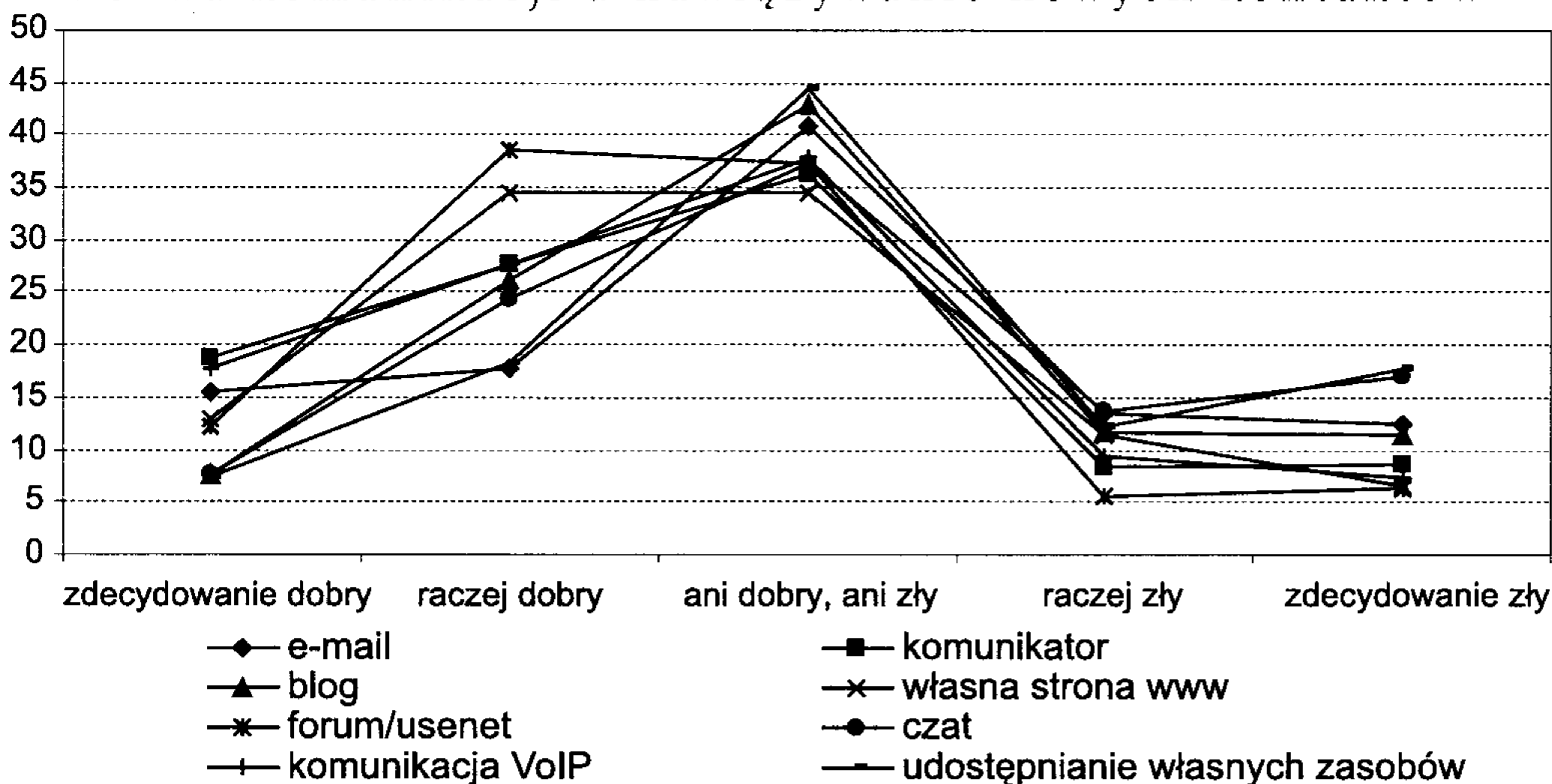
Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Tworzenie sieci społecznych w Internecie może odbywać się dzięki naszej sieciowej aktywności, np. własnej stronie WWW, gdzie umieszczamy własne materiały, fachowe porady, uczestniczymy w profesjonalnej (specjalizowanej) grupie dyskusyjnej itp. Każde z tego typu działań przyczynia się do tworzenia skutecznego *networkingu*.

Najlepszą formą komunikacji na nawiązywanie nowych kontaktów z innymi ludźmi jest zdaniem badanych forum (51%) oraz komunikator i własna strona WWW (po 47%), nieco rzadziej ankietowani wymieniają komunikację głosową VoIP (46%).

Ryc. 12.

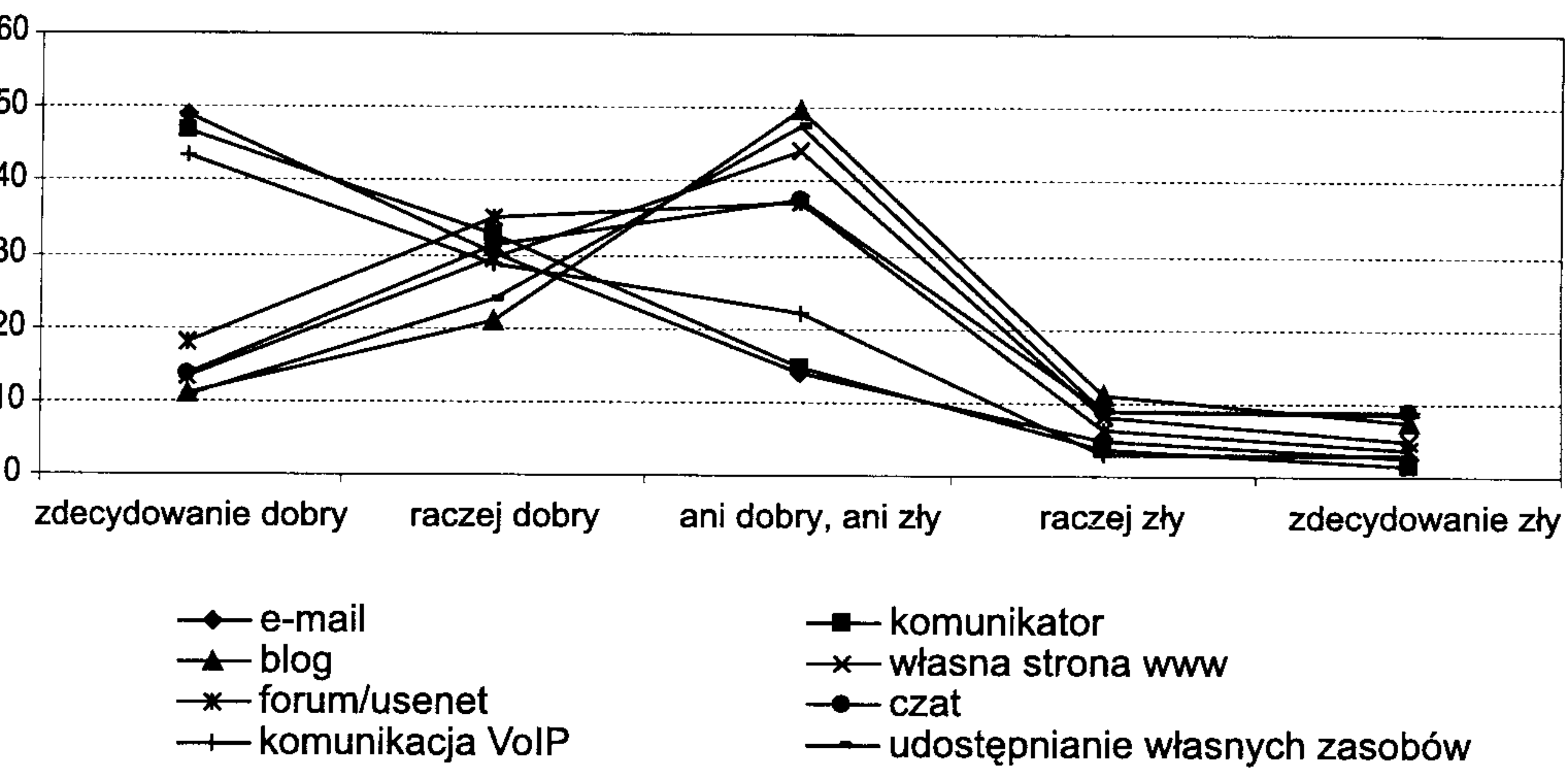
Forma komunikacji a nawiązywanie nowych kontaktów



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Najlepszą formą komunikacji na podtrzymanie kontaktów z innymi ludźmi jest zdaniem badanych komunikator (80%), poczta elektroniczna (79%) oraz komunikacja głosowa VoIP, np. Skype, Nawijka (73%).

Ryc. 13.
Forma komunikacji a podtrzymywanie kontaktów

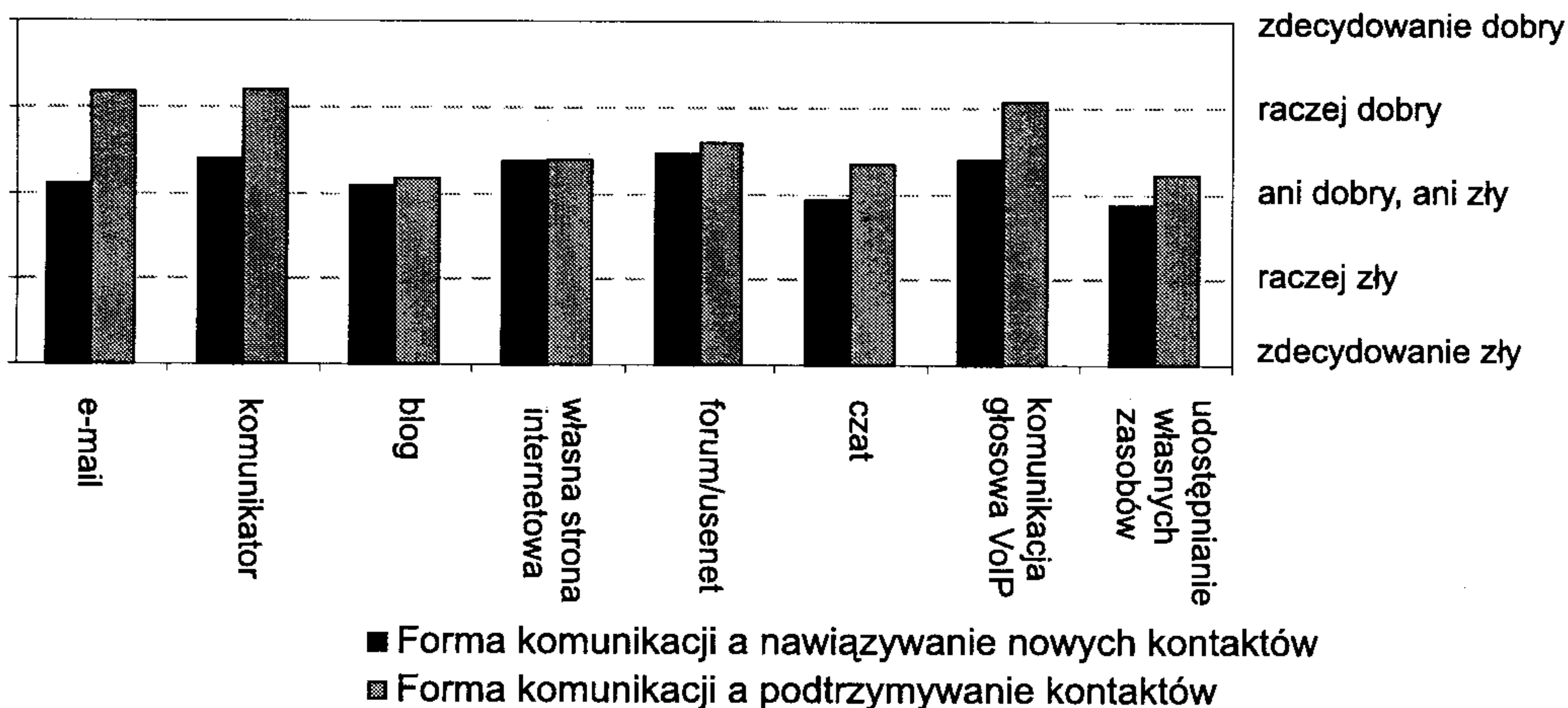


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Najlepszym narzędziem na nawiązywanie nowych kontaktów jest zdaniem badanych forum, komunikator oraz własna strona WWW. Najwłaściwszym zaś narzędziem do podtrzymywania istniejących kontaktów jest komunikator, poczta elektroniczna oraz komunikacja głosowa VoIP. Warto zwrócić uwagę, iż najbardziej preferowanym narzędziem komunikacji jest komunikator.

Ryc. 14.

Formy komunikacji a nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów społecznych

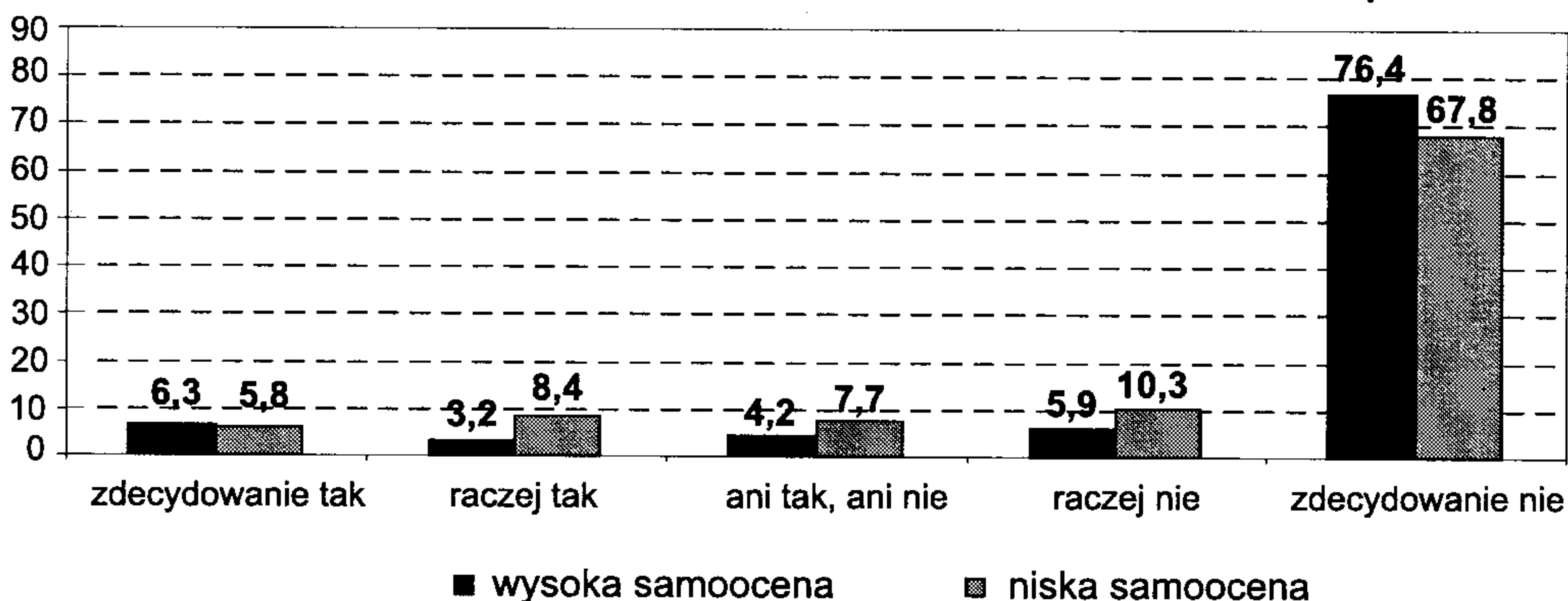


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Przeprowadzone badanie nie potwierdza obiegowej opinii, iż kontakty internetowe preferują osoby o niskiej samoocenie, mające problemy z interakcjami w świecie *off-line*. Potwierdzają to prowadzone przeze mnie badania, gdyż 37% respondentów przyznaje, że zagorzali internauci to osoby mające problemy w kontaktach z innymi ludźmi, przeciwnego zdania jest 21% ankietowanych. Okazuje się jednak, że zarówno osoby o wysokiej, jak i niskiej samoocenie bardziej cenią sobie interakcje *face-to-face*, niż wirtualne. Wśród osób o wysokiej⁸ samoocenie zdecydowanie nie preferuje kontaktów wirtualnych 76%, zaś wśród osób z niską⁹ samooceną – 68%.

Ryc. 15.

Samoocena a preferowanie kontaktów wirtualnych

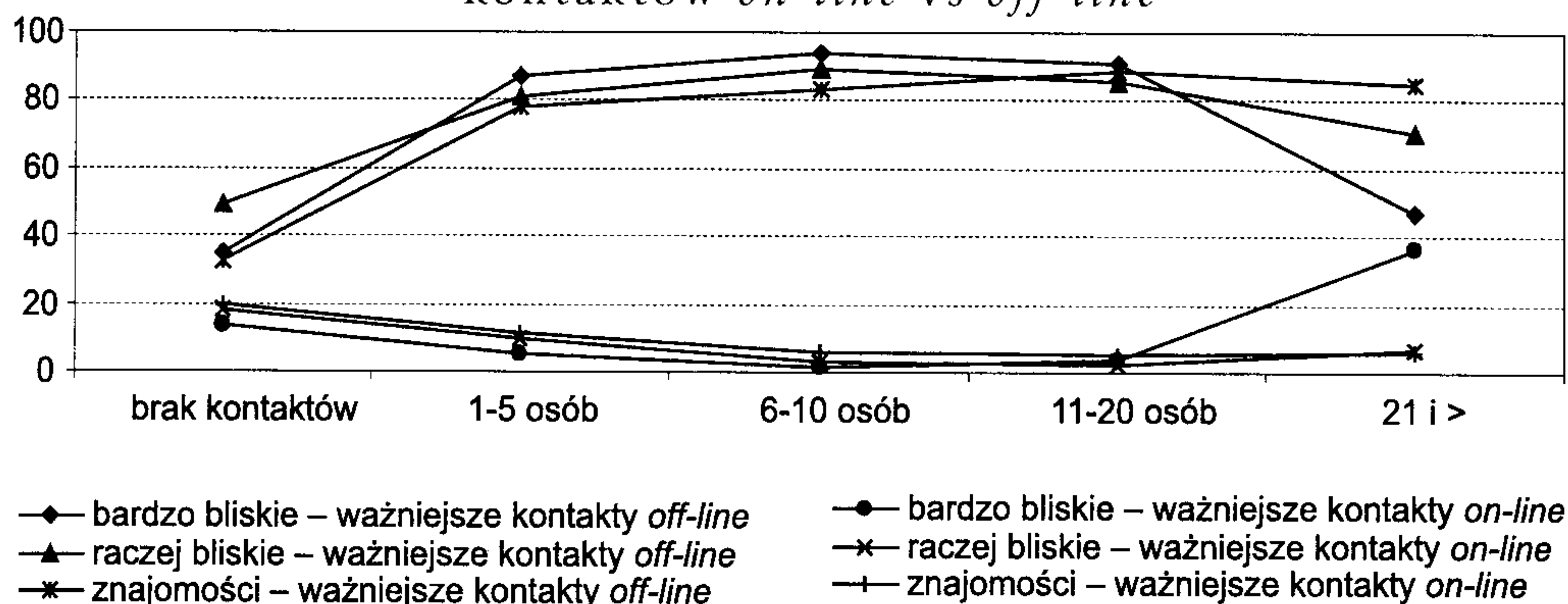


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Wraz ze wzrostem liczby kontaktów społecznych rośnie preferowanie kontaktów *off-line*, a maleje preferowanie kontaktów *on-line*. Sytuacja ta dotyczy respondentów, którzy w ogóle nie posiadają kontaktów, aż do 10 kontaktów zarówno bardzo bliskich, raczej bliskich lub zwykłych znajomości. W przypadku ankietowanych, którzy posiadają 11 i powyżej kontaktów (bez względu na ich rodzaj), kontakty *on-line* i *off-line* są równie ważne dla badanych, szczególnie w sytuacji kontaktów *bardzo bliskich*.

Ryc. 16.

Liczba kontaktów interpersonalnych a preferowanie – kontaktów *on-line* vs *off-line*



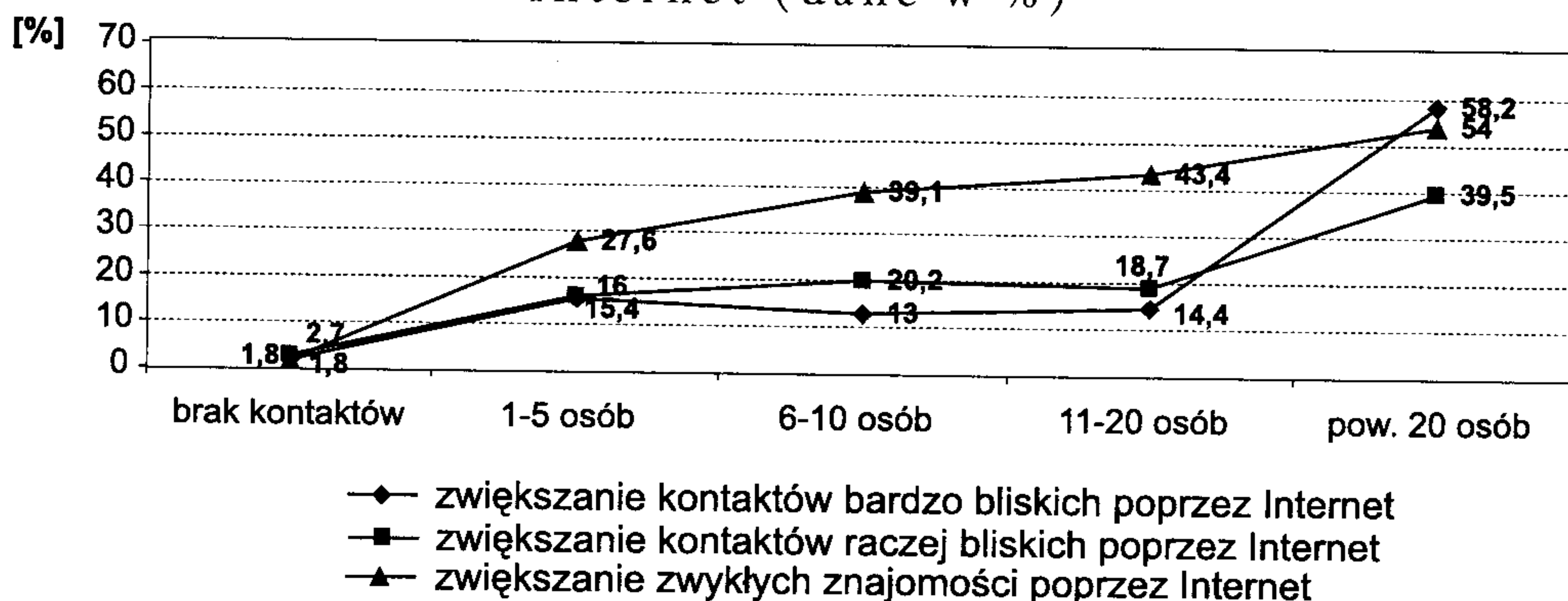
Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Internet w znaczący sposób zwiększa liczbę kontaktów społecznych. Im więcej kontaktów zarówno w Internecie, jak i poza nim, tym większy odsetek przypada na kontakty internetowe. Internet poszerza więc zakres kontaktów społecznych, przyczyniając się do wzrostu ilości kontaktów. 58% ankietowanych, którzy posiadają powyżej 20 kontaktów *bardzo bliskich*, uważa, że Internet zwiększył liczbę osób, które są im bardzo bliskie.

Potwierdzają to również bezpośrednie opinie respondentów, którzy twierdzą, iż Internet poszerza zakres kontaktów społecznych (86%).

Ryc. 17.

Ilość kontaktów społecznych a ich zwiększanie poprzez Internet (dane w %)

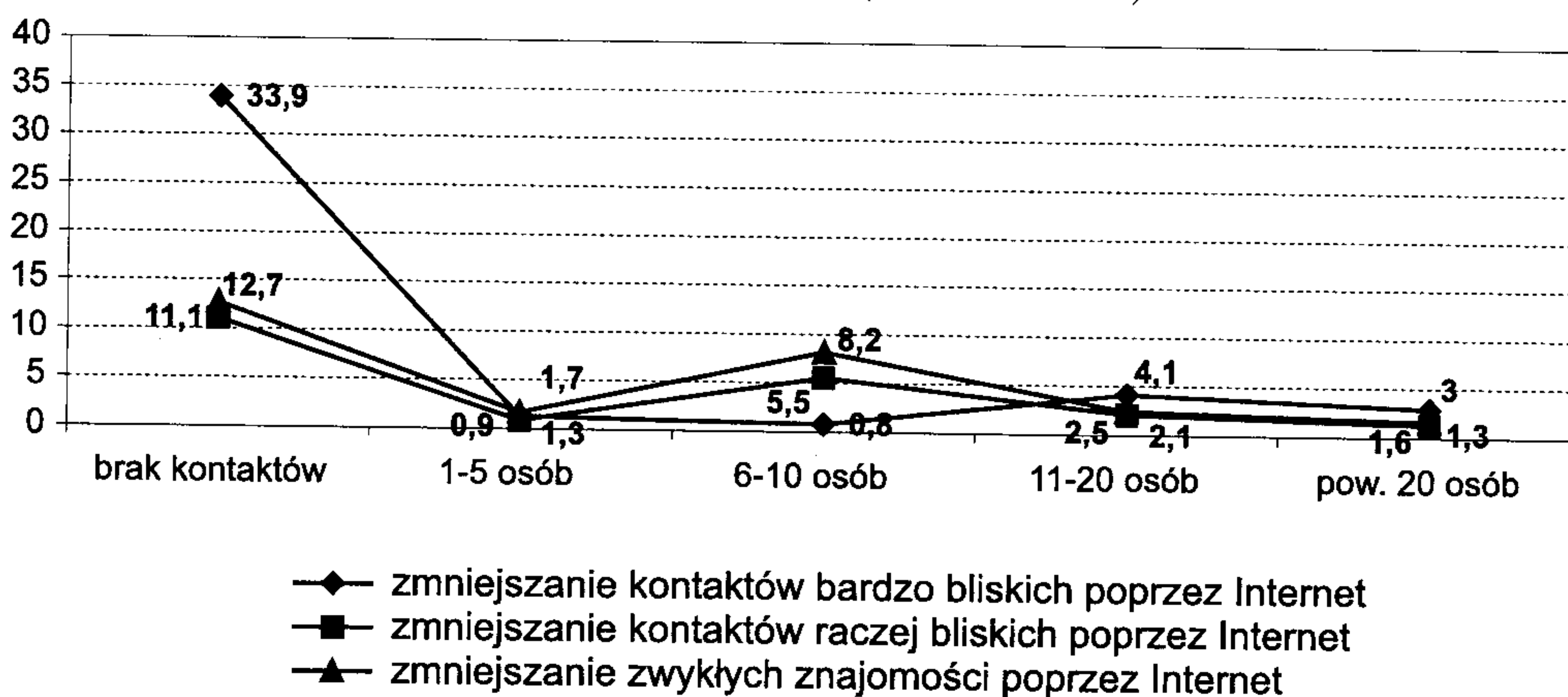


Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Wśród osób deklarujących brak *bardzo bliskich* kontaktów interpersonalnych, co trzecia przyznaje, iż Internet zmniejsza liczbę tych kontaktów.

Ryc. 18.

Ilość kontaktów interpersonalnych a ich zmniejszanie przez Internet (N = 1314)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

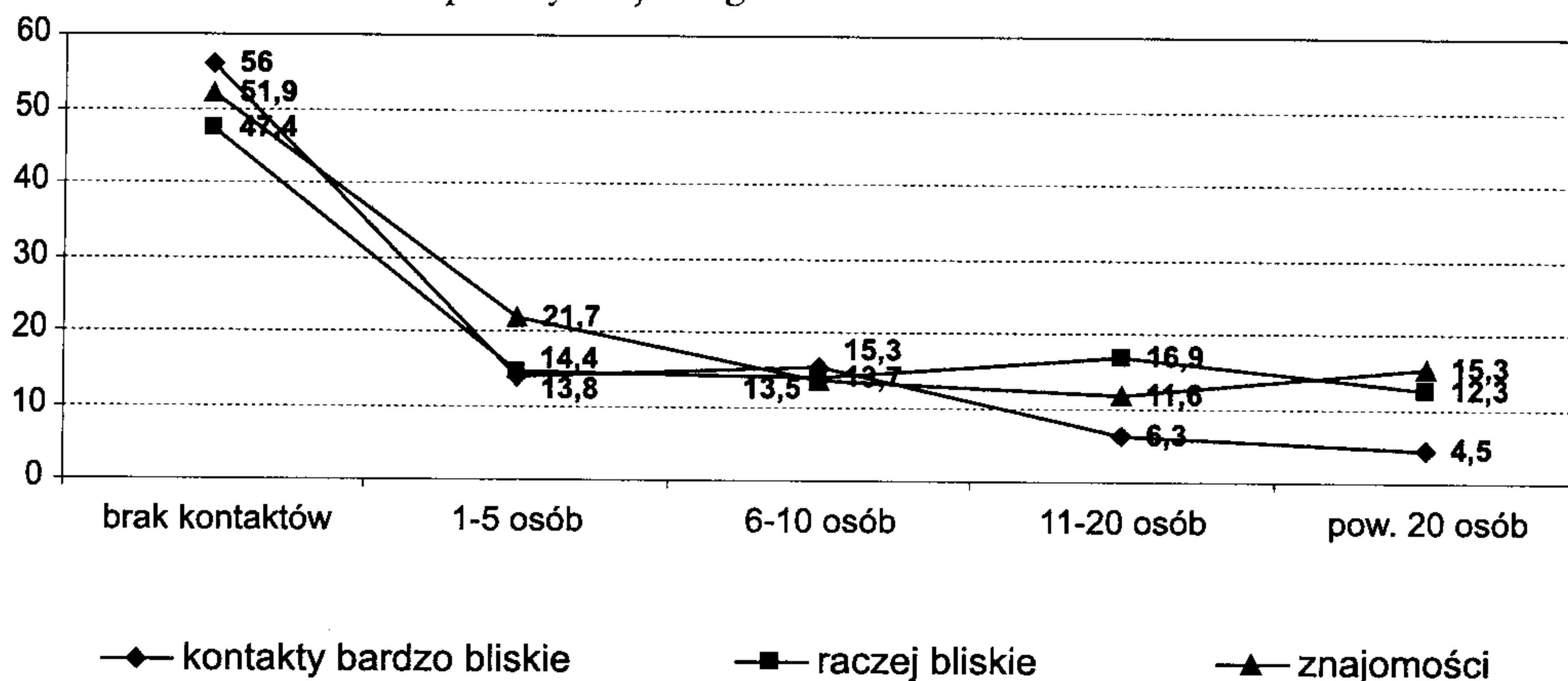
Wśród osób, które deklarują brak kontaktów społecznych – zarówno *bardzo bliskich*, *raczej bliskich*, jak i *zwykłych znajomości* – co druga osoba spędza w Internecie powyżej 5 godzin dziennie. Czas konieczny na interakcje z innymi osobami jest zago-

spodarowywany przez medium, które nie jest wykorzystywane jako środek komunikacji. Osoby te możemy określić jako „samotnych w Sieci”. Spędzają oni dużo czasu w Internecie, ale nie w celu komunikacyjnym.

Profil osoby *samotnej w Sieci*: 3% badanych zadeklarowało kompletny brak jakichkolwiek kontaktów, 69% spośród nich spędza powyżej 5 godzin w Internecie, a 83% stanowią kobiety.

Ryc. 19.

Ilość kontaktów społecznych a spędzanie w Internecie powyżej 5 godzin dziennie



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań własnych.

Od pewnego czasu prasa rozpisuje się o nowej rewolucji w Internecie, nazwanej Web 2.0. Specjaliści od marketingu przekonują nas, że mamy do czynienia z wielką przemianą. Web 2.0 to nic innego jak położenie większego nacisku na aktywne użytkowanie Internetu przez jego użytkowników. Internet ze statycznego medium przekształca się w medium typowo społecznościowe, gdzie użytkownicy tworzą i modyfikują jego zawartość. Mimo rozmycia granicy pomiędzy twórcą strony WWW a jego użytkownikiem, który staje się współtwórcą, trudno mówić w tym przypadku o internetowej rewolucji. Jest to raczej ewolucja ku aktywizacji dotychczas biernych internautów. W serwisach tych użytkownicy kontaktują się ze sobą, wymieniają informacjami. Mają możliwość budowania sieci kontaktów poprzez Internet, m.in. dzięki tworzeniu list znajomych, zapraszania ich do dyskusji etc.

Spółeczna przestrzeń Internetu stała się nowym, znaczącym elementem w życiu wielu jednostek. Duża część ludzkiej aktywności przenosi się do sfery wirtualnej, nie wyłączając społecznej. Internet ewoluuje ku coraz większej aktywności swoich użytkowników, maksymalizując łatwość użycia narzędzi (and. *user friendly*), które mają sprzyjać współtworzeniu jego przestrzeni. A ta z coraz bardziej hermetycznej zmienia

się ku przestrzeni otwartej. Z pewnością jest to medium, które w znaczący sposób wpływa na ewolucję stosunków międzyludzkich w XXI wieku. Jak słusznie zauważa M. McLuhan, *maszyna zmienia nasze wzajemne relacje i nasz stosunek do samych siebie*¹⁰. Mimo, iż trudno na obecnym etapie kompleksowo określić wpływ tego medium na nasze relacje społeczne, jednego możemy być pewni: stosunki międzyludzkie coraz częściej cechować będzie zapośredniczenie, duże dystanse przestrzenne (oderwanie od elementu lokalnego), sieciowy indywidualizm oparty o indywidualne wybory jednostki (na zasadzie podobieństw zainteresowań i poglądów).

Przypisy

- ¹ Artykuł powstał przy wsparciu Ministerstwa Nauki i Informatyzacji w ramach grantu *Społeczna przestrzeń Internetu*; zaprezentowane tutaj wyniki badań są efektem przeprowadzonych badań empirycznych w ramach tegoż grantu. Badanie przeprowadzono na przełomie września/października 2006, na próbie 1317 osób przy pomocy kwestionariusza ankiety zamieszczonego w Internecie; aby uzyskać jak najbardziej reprezentatywną próbę zastosowano ważenie obserwacji. Procesu ważenia dokonano względem najistotniejszych cech z punktu widzenia komunikacji internetowej: korzystania z poczty elektronicznej, forum dyskusyjnego oraz komunikatora. Jako podstawę ważenia wybrano reprezentatywne badania ogólnopolskie *Diagnoza Społeczna 2005* przeprowadzone na próbie 12 731 członków gospodarstw domowych.
- ² Serwis *osobie.pl* jest systemem wizytówek internautów, którzy mogą przedstawić innym informacje o sobie samych: swoich zainteresowaniach, upodobaniach, numerach komunikatorów, adresach mailowych, itd. System umożliwia odnalezienie swoich starych przyjaciół i znajomych lub poszukiwania nowych znajomości. Użytkownicy systemu sami decydują, co chcą powiedzieć o sobie, z kim chcą rozmawiać.
- ³ Tamże, s. 136.
- ⁴ L. M. Tullier, *Networking. Jak znaleźć pracę i odnieść sukces zawodowy dzięki tworzeniu sieci kontaktów*, Kraków, 2006, s. 22–23.
- ⁵ J. Boase, J. Horrigan, B. Wellman, L. Rainie, *The Strength of Internet Ties*, Pew Internet & American Life Project, 2006, http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Internet_ties.pdf.
- ⁶ Dla porównania na potencjalną pomoc ze strony przyjaciół w kwestii pożyczki liczy 60,2%, a ze strony znajomych 13%.
- ⁷ Dla porównania na potencjalną pomoc ze strony przyjaciół w przypadku choroby liczy 53%, a ze strony znajomych 9,7%.
- ⁸ Jako wysoką samoocenę wzięto pod uwagę odpowiedzi udzielone przez badanego, tj. poziom szczęśliwości, ocena atrakcyjności fizycznej oraz otwartość i towarzyskość; sumowaniu poddano odpowiedzi ze skali: *zdecydowanie tak* i *raczej tak*.
- ⁹ Jako niską samoocenę wzięto pod uwagę odpowiedzi udzielone przez badanego, tj. poziom szczęśliwości, ocena atrakcyjności fizycznej oraz otwartość i towarzyskość; sumowaniu poddano odpowiedzi ze skali: *zdecydowanie nie* i *raczej nie*.
- ¹⁰ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004, s. 39.