

Anna Bąk*

KOMUNIKACJA POLSKICH EMIGRANTÓW Z RODZINĄ ZA POŚREDNICTWEM INTERNETU

Gdy w 2004 roku Polska stała się członkiem Unii Europejskiej, przed Polakami otworzyły się nowe możliwości związane z pracą poza granicami ojczyzny, bez utrudniających to do tej pory przepisów i niezbędnych pozwoleń. Dziś, po czterech latach członkostwa w Unii, zagadnienie emigracji Polaków stanowi jeden z najbardziej aktualnych problemów zarówno dla Polski, jak i dla krajów przyjmujących polskich imigrantów. Wieloaspektowe znaczenie trwającej obecnie emigracji Polaków do krajów Unii Europejskiej znajduje swoje odbicie w licznych artykułach prasowych, doniesieniach portali internetowych czy oficjalnych sondażach państwowych. Brak jednak systematycznych badań nad psychologicznymi konsekwencjami, jakie niosą obecnie obserwowane procesy migracyjne. Celem poniższego badania była próba analizy roli internetu w kontaktach polskich emigrantów z rodzinami pozostałymi w Polsce. Analizowano preferencje dotyczące metod komunikacji elektronicznej oraz ich wpływ na relacje z rodziną, jak również samą odczuwaną więź z bliskimi w Polsce. Zamierzano zwrócić uwagę na możliwe konsekwencje społeczne i psychologiczne, jakie pociąga za sobą emigracja Polaków na taką skalę. Zarówno dla nich samych, jak i dla rodzin, które zostawili w kraju.

Charakterystyka współczesnej polskiej emigracji

Według doniesień Głównego Urzędu Statystycznego (2007), kierunki emigracji zagranicznych obserwowane od maja 2004 roku są jednoznacznie uzależnione od rynków pracy w poszczególnych krajach członkowskich Unii Europejskiej. Zjawisko emigracji obywateli polskich było szczególnie zauważalne w odniesieniu do Wielkiej Brytanii i Irlandii (Duszczyk i Wiśniewski 2007). GUS (2007), szacując rozmiar i kierunki emigracji zagranicznych Polaków, ocenia, że pod koniec 2006 roku poza granicami Polski przebywały czasowo prawie dwa miliony obywateli naszego kraju (dla porównania w 2004 roku około miliona). Szacuje się, że od roku 2002 liczba emigrantów z Polski w Wielkiej Brytanii wzrosła dwudziestokrotnie, w Irlandii – pięćdziesięciokrotnie.

* Uniwersytet Jagielloński, Instytut Psychologii, janna.bak@gmail.com

Slany (1995) wyróżnia trzy główne typy motywów wyjazdowych. Pierwsze związane są z indywidualną strategią działania wynikającą z własnego wyboru (wyjazdy poznawczo-turystyczne, służbowe, naukowe), drugie są wynikiem strategii uznanej przez rodzinę za najlepszą (korzyści zarobkowe). Ostatni typ motywów jest pochodną strategii wynikającej z negatywnych makrospołecznych oddziaływań, a więc niezadowolenia ze zjawisk politycznych czy gospodarczych w zamieszkiwanym do tej pory kraju. W swoich badaniach Slany porównywała różne aspekty gotowości wyjazdowej dwóch grup respondentów: Polaków mieszkających w kraju (próba reprezentacyjna) z Polakami, którzy w najbliższym czasie wyjeżdżają z ojczyzny (populacja emigrujących). Osoby, które podjęły decyzję o wyjeździe z Polski, jako powód wymieniały kolejno: motywy związane ze strategią rodzinną, korzyści zarobkowe oraz strategię indywidualną, na przykład ciekawość świata. Oceniając kraj, do którego się udają, za najbardziej przyciągające cechy uważano: dobre zarobki, warunki życia, porządek w kraju, życzliwość ludzi na co dzień, perspektywy rozwojowe i szanse dla dzieci, poczucie bezpieczeństwa, weselsze życie oraz możliwość wzbogacenia się w krótkim czasie. Slany uznała, że dla zachowań migracyjnych niezwykle ważne są związki rodzinne pomiędzy krewnymi – zamieszkałymi w kraju i za granicą. Według badaczki, więzi te traktować można jako rodzaj nośnika informacji, czynnik ułatwiający znalezienie pracy oraz wzmacniający poczucie psychicznego bezpieczeństwa. W jej badaniach 74% osób faktycznie wyjeżdżających z kraju informowało, że ma krewnych mieszkających za granicą dłużej niż rok.

Zdecydowana większość (80–90%) polskich emigrantów, którzy wyjechali w okresie od maja 2004 do końca 2006 roku, przebywa za granicą w związku z pracą (GUS 2007). Duszczyk i Wiśniewski (2007), dokonując weryfikacji dostępnych danych, twierdzą, że Polacy stanowią najliczniejszą grupę narodowościową wśród pracowników pochodzących z nowych państw członkowskich w Irlandii i Wielkiej Brytanii.

Statystyczny polski pracownik za granicą jest osobą młodą (do 35 roku życia), ma krótkie doświadczenie w pracy w Polsce, nie ma dzieci, jest lepiej wykształcony, niż wskazywałaby na to średnia krajowa (Duszczyk i Wiśniewski 2007). Pracownik taki wykonuje zazwyczaj prace niewymagające wysokich kwalifikacji, co badacze rozpatrują w kontekście zjawiska deprecjacji kwalifikacji, o którym mówi się wówczas, gdy wysoko wykwalifikowani pracownicy podejmują zatrudnienie poniżej swoich ambicji i możliwości mierzonych dyplomami ukończonych studiów czy doświadczeniem w zawodzie. Niepokój budzi zjawisko marnowania się kwalifikacji zawodowych osób, które wykonują prace fizyczne lub niewymagające formalnych kwalifikacji, takie jak praca pomocy domowej, kelnera, robotnika rolnego czy sprzątaczkę.

Okólski (2005) uważa za wysoce prawdopodobne nasilenie migracji z Polski do innych krajów Unii Europejskiej. Sądzi ponadto, że może ona przybrać formę exodusu, jeśli w Polsce utrzyma się niesprawność instytucjonalna, rodząca brak zaufania do państwa i sfery publicznej lub wręcz poczucie braku perspektyw ży-

ciowych. W takich warunkach wzrasta prawdopodobieństwo pojawienia się nasilonej skłonności młodych i ambitnych ludzi do poszukiwania korzystniejszych (lub choćby tylko akceptowalnych) perspektyw poza Polską.

Przewidywania Okólskiego są zgodne z wynikami analiz dotyczących chęci emigracji studentów z Chorwacji, Czech, Polski, Rosji i Słowenii (Frieze i in. 2004). Badaczki, w przeciwieństwie do wcześniejszych analiz, które prowadził Massey w 1999 roku, skupiły się nie na aspektach sytuacji sprzyjających migracjom, takich jak znajomość kraju imigracji lub wiedza o warunkach życia imigrantów w danym kraju, ale na cechach osobowości osób wyrażających gotowość opuszczenia ojczyzny. Ich wcześniejsze badania (Boneva i Frieze 2001) wskazują na istnienie „osobowości migranta”, objawiającej się w różnicach w poziomie takich potrzeb, jak potrzeba osiągnięć, władzy i afiliacji między osobami chcącymi wyjechać a tymi, które deklarują chęć pozostania w kraju (Boneva i in. 1998). Badaczki uważają, że do emigracji najbardziej skłonne są jednostki, których podstawowe motyw i wartości nie znajdują spełnienia w kraju pochodzenia.

Wyniki międzynarodowych badań, które przeprowadziły Frieze i inni (2004), potwierdzają postawione przez badaczki hipotezy: dla studentów, którzy chcieli wyjechać, praca była bardziej centralną sferą życia niż dla osób pragnących pozostać w ojczyźnie. Jednocześnie ci studenci, którzy nie chcieli wyjeżdżać, uważali rodzinę za bardziej centralny aspekt życia w porównaniu z osobami deklarującymi chęć emigracji. Uzyskane rezultaty wskazują, że państwa tracą w procesie emigracji tych obywateli, którzy są silnie zaangażowani w pracę i karierę (Boneva i Frieze 2001).

Specyfika komunikacji za pośrednictwem internetu

Portale internetowe dostrzegły powagę i rozmiar zjawiska emigracji Polaków, co doprowadziło do utworzenia alternatywnych domen najpopularniejszych portali, skierowanych do społeczności polskiej żyjącej poza granicami kraju ojczystego. Przykładem są portale dotyczące Anglii (<http://londyn.gazeta.pl/londyn/0,0.html>), Irlandii (<http://dublin.gazeta.pl/Dublin/0,0.html>) czy ogółu emigrantów polskich (<http://polonia.wp.pl/>). Oferują one informacje o społeczności w danym kraju, reportaże o rodakach, porady dotyczące uzyskania pracy czy fora dyskusyjne.

Wagę problemu i możliwość komunikacji z emigrantami przez internet dostrzegł też rząd, co zaowocowało stworzeniem Narodowego Programu „Powrót do domu” (Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej 2007). Projekt ten był pakietem rozwiązań, które miały pracującym za granicą Polakom umożliwić kontakt z krajem i ułatwić powrót. W ramach jego realizacji uruchomiono finansowany ze środków unijnych portal (dostępny pod domenami: www.polacy.gov.pl, www.powroty.gov.pl, www.migracje.gov.pl), gdzie obecnie znaleźć można informacje o Polsce, wskazówki, jak płacić podatki, załatwić ubezpieczenie czy założyć konto w kraju i za granicą.

Niewątpliwie internet jest również szansą dla Polaków przebywających poza granicami kraju na utrzymanie kontaktu z rodziną. Bargh i McKenna (2004) rozpatrują wpływ internetu na psychologiczny dobrostan jednostki oraz na kształtowanie i podtrzymywanie związków osobistych w kategoriach interakcji. Według nich efekt ten zależy od określonych celów, jakie jednostka wnosi do relacji (wyrażanie siebie, afiliacja i współzawodnictwo) i wyjątkowej jakości sytuacji komunikacji internetowej.

Sproull i Kiesler (1985, za: Bargh i McKenna 2004) skupili się na technologicznych cechach form komunikacji za pośrednictwem internetu. Z perspektywy pierwszego przedstawionego przez nich modelu porozumiewanie się za pośrednictwem komputera ogranicza zakres interakcji społecznej w porównaniu z kontaktem osobistym czy nawet rozmową przez telefon, odbywającą się w czasie realnym i zawierającą istotne cechy niewerbalne mowy. Skutkiem takiej ograniczonej dostępności społecznych sygnałów jest większe poczucie anonimowości. To z kolei ma wpływ dezindywidualizujący na zaangażowaną jednostkę i powoduje, że jej zachowanie jest bardziej skupione na sobie i podlega w mniejszym niż zazwyczaj stopniu regulacjom społecznym. Model ten zakłada, że w porównaniu z bogatszymi sytuacjami kontaktu osobistego, redukcja ilości społecznych sygnałów musi mieć negatywny wpływ na społeczną interakcję, co dotyczy wszystkich użytkowników internetu, niezależnie od kontekstu. Kolejnym opozycyjnym modelem jest propozycja analizy komunikacji w internecie z perspektywy nauk społecznych (Spears i in. 2002). Badacze ci twierdzą, że interakcję należy rozpatrywać raczej ze względu na poszczególne cele uczestniczących w niej jednostek, niezależnie od cech kanału, za którego pośrednictwem jednostki te się komunikują.

Trzecie, najnowsze podejście, skupia się na interakcji cech komunikacji w internecie z konkretnymi celami i potrzebami jednostek komunikujących się, uwzględniając jednak społeczny kontekst interakcji (Bargh 2002, McKenna i Bargh 2000, Spears i in. 2002). W tym ujęciu poszczególne właściwości kanałów komunikacji internetowej wpływają na interakcję i jej wynik, ale wpływ ten może być różny – zależnie od kontekstu społecznego.

Internet jako forma komunikacji z rodziną

Według Schaffera (2006), rodzina jest podstawową jednostką, w której obrębie człowiek wprowadzany jest w życie społeczne, najczęściej stanowi ona pierwszy i najważniejszy kontekst jego rozwoju psychicznego i fizycznego. Rodziny stanowią systemy otwarte, które poddawane są oddziaływaniu czynników zewnętrznych, a radzenie sobie ze zmianami, takimi jak bezrobocie rodzica czy opuszczenie domu przez dziecko, wymaga adaptacji i reorganizacji całego systemu.

Appelt (2002) uważa, że wczesna dorosłość to okres, kiedy człowiek podejmuje najważniejsze decyzje życiowe, tworzy i stabilizuje swój plan na przyszłość. Jest to czas zdobywania niezależności, co wiąże się z opuszczeniem domu

rodzinnego, podjęciem pracy, często także z założeniem rodziny i wymaga usamodzielnienia się emocjonalnego i materialnego. Levinson (1986, za: Miś 2000) wskazuje na fakt, że młodzi ludzie próbują odnaleźć swoje miejsce w społeczeństwie, konfrontując z rzeczywistością swoje indywidualne marzenia. Okres ten związany jest także z początkiem aktywności zawodowej, która stanowi nie tylko zarobek, ale także sposobność zademonstrowania swej kompetencji, wykazania uzdolnień i talentów, zdobycie uznania społecznego i zamożności.

Według Appelt (2002), osoby w tym okresie życia muszą się zmierzyć z realizacją zadań rozwojowych przypadających na okres dorosłości. Jedna grupa zadań związana jest z dbaniem o własny rozwój osobisty i zawodowy, kierowaniem tym rozwojem i braniem za niego odpowiedzialności. Druga grupa zadań specyficznych dla okresu dorosłości wiąże się z odpowiedzialnością za losy innych: własnych dzieci, uczniów, współpracowników.

Istnieje wiele kontrowersji dotyczących wpływu internetu na komunikację z rodziną i znajomymi w świecie rzeczywistym, a wyniki badań w tym zakresie są niejednoznaczne. Część badaczy (Kraut i in. 1998, Nie i Erbring 2000) podkreśla negatywne skutki, inni (Haythornthwaite 2005, Trice 2002) dostarczają dowodów pozytywnego oddziaływania internetu na więzi społeczne.

Klasyczne badania (Kraut i in. 1998) pokazują, że wpływ internetu na relacje z innymi ludźmi jest zdecydowanie negatywny, co charakteryzuje się spadkiem liczby kontaktów i osłabieniem relacji pozainternetowych z innymi ludźmi oraz spadkiem zaangażowania w sprawy najbliższych. Autorzy wyniki swoich badań określili mianem „paradoksu”, gdyż mimo wykorzystywania internetu do kontaktów z innymi, krąg społeczny uczestników badania zmniejszył się. Rzadziej kontaktowali się z najbliższą rodziną, mieli poczucie mniejszego wsparcia społecznego, a odczuwana przez nich samotność, natężenie przeżywanego stresu i wyniki w skali depresji wzrosły.

Kontynuacja badań (Kraut i in. 2002) wskazuje jednak, że efekt ten zmienia się w czasie: poczucie samotności i symptomy depresyjne rosną znacząco w początkowym okresie używania internetu, ale spadają z upływem czasu. Badacze przypuszczają, że jest to odbicie gromadzonego doświadczenia o tym, jak korzystać z zasobów sieci, lub przejaw zmian mających miejsce w internecie jako takim. Wyniki uzyskane przez Krauta i współpracowników (2002) wskazują wręcz na pozytywny wpływ internetu na zaangażowanie społeczne: rozwój rozmiarów kręgu społecznego, większą ilość osobistych interakcji z bliskimi oraz wzrost ilości działań w ramach aktywności społecznych. Wraz z użytkowaniem internetu rósł jedynie poziom odczuwanego stresu, co badacze tłumaczą tym, że chwile spędzane w sieci zmniejszają ilość czasu poświęcanego dotychczas innym aktywnościom. Kraut i inni (2002) sugerują, że znaczenie ma nie tylko to, jak ludzie spędzają czas w internecie, ale też to, co dla niego porzucają.

Wielu badaczy wyrażało obawy związane z wygodą komunikacji przez internet. Prognozowali, że może ona zachęcać ludzi do spędzania większej liczby godzin w samotności, co osłabi więzi z rodziną i znajomymi. Niektóre badania

dowodzą, że więzi społeczne on-line są słabsze od tych zawieranych w świecie rzeczywistym (Parks i Roberts 1998), a osoby komunikujące się za pośrednictwem poczty elektronicznej przypisują jej niższą wartość niż innym sposobom komunikacji podtrzymującej trwanie związków społecznych (Kraut i Attewell 1997, za: Kraut i in. 2002). Wyniki badań sugerują też, że ludzie używający w bardzo dużym stopniu e-maili mają słabsze kontakty społeczne od tych, którzy nie używają ich wcale (Riphagen i Kanfer 1997, za: Kraut i in. 2002). Również osoby spędzające dużo czasu w sieci deklarują, że poświęcają mniej czasu na komunikację ze swoimi rodzinami (Cole 2000, za: Kraut i in. 2002).

Nie i Erbring (2000), na podstawie danych zebranych od około 4000 ludzi, wywnioskowali, że wraz ze zwiększaniem ilości czasu spędzanego w internecie malała ilość rozmów z rodziną i przyjaciółmi, spadał również stopień zaangażowania w wydarzenia mające miejsce poza domem. Bargh i McKenna (2004) podkreślają jednak, że 95% respondentów nie zgłaszało spędzania mniejszej ilości czasu z rodziną i przyjaciółmi z powodu korzystania z internetu, zaś 88% osób najintensywniej korzystających z sieci informowało o braku zmian w czasie poświęcanym swoim bliskim. Nie (2001, za: Bargh i McKenna 2004) w odpowiedzi na krytykę argumentował, że ilość czasu, jaki ludzie mają do dyspozycji, zawsze jest ograniczona, zatem godziny poświęcane na użytkowanie internetu muszą skutkować zmniejszeniem czasu przeznaczanego na inne aktywności. Jednakże wyniki ich badań (Nie i Erbring 2000) wskazują, że duża ilość czasu poświęcanego aktywnościom internetowym spowodowała zmniejszenie ilości czasu poświęcanego na oglądanie telewizji i czytanie gazet, nie wpłynęła zaś na społeczne interakcje z rodziną i przyjaciółmi.

Mesch (2006), nawiązując do badań Nie i Erbringa, uzyskał wyniki przemawiające za koncepcją granic rodzinnych, według której częstotliwość i sposób użytkowania internetu związane są negatywnie z czasem poświęcanym rodzinie oraz pozytywnie z konfliktami rodzinnymi, skutkując niskim ogólnym spostrzeganiem spójności rodziny. Istotny okazał się rodzaj aktywności internetowej: społeczne cele, takie jak komunikacja ze znajomymi czy grupy dyskusyjne, były pozytywnie związane z konfliktami w rodzinie, dla celów edukacyjnych nie uzyskano takiego związku. Zgodnie z koncepcją granic rodzinnych, społeczne wykorzystywanie sieci w największym stopniu stwarza możliwość ujawnienia informacji rodzinnych osobom spoza rodziny. Taki przepływ informacji może osłabiać granice rodzinne i najwyraźniej postrzegany jest przez rodziców jako zagrożenie.

Korzystanie z internetu wpływa nie tylko na ilość czasu spędzanego z rodziną, ale także na jakość relacji rodzinnych. Badania nad wpływem częstotliwości codziennego przebywania w sieci przez młodych ludzi na jakość ich relacji z rodzicami i znajomymi pokazały, że osoby korzystające z internetu w niewielkim stopniu miały lepsze relacje z bliskimi niż ci, którzy korzystali z internetu w większym stopniu (Mesch 2001, Sanders i in. 2000). Co więcej, adolescenty zgłaszali, że internet nie pomaga im w umacnianiu więzi z rodzicami, ale raczej pochłania czas, który mogliby spędzić ze swoją rodziną (Lenhart i in. 2001).

Badacze zauważają jednak, że w cyklu życia rodziny możliwe jest, iż czynności, które w okresie dorastania dzieci wpływają negatywnie na spójność rodziny, później mogą wpływać na nią pozytywnie (Watt i White 1999, za: Mesch 2006). Przykładem jest właśnie sytuacja, gdy internet staje się środkiem podtrzymującym więzi rodzinne, dostarczając możliwości komunikowania się dzieci i rodziców, gdy mieszkają oni daleko od siebie (Hughes i Hans 2001, za: Mesch 2006). W tym wypadku internet, zamiast zacierać granice rodzinne, przyczynia się raczej do ich utrzymywania i ułatwiania przekazu informacji między rodzicami i dziećmi poprzez wiadomości oraz wymianę zdjęć i informacji.

Haythornthwaite (2005) analizowała, czy więzi internetowe postrzegane są jako równie „realne”, jak te powstające w świecie rzeczywistym. Wyniki jej badań wskazują, że tak właśnie jest, gdyż więziom istniejącym wyłącznie w internecie przypisać można te same cechy, które charakteryzują relacje powstające off-line. W internecie, tak jak w świecie realnym, częściej komunikują się z sobą przyjaciele, rozmawiając o większej ilości różnych spraw i za pośrednictwem większej ilości mediów niż robią to osoby niezaprzyjaźnione (np. osoby tylko pracujące z sobą). Przyjaźń on-line cechuje także większa ilość społecznego i emocjonalnego wsparcia, niż ma to miejsce w relacji osób nieprzyjaźniących się (Haythornthwaite 2000, za: Haythornthwaite 2005).

W odniesieniu do wpływu mediów na sieci społeczne, Haythornthwaite (2002, za: Haythornthwaite 2005) zaproponowała teorię ukrytej więzi, zgodnie z którą nowy środek przekazu w grupie: 1) tworzy ukryte więzi; 2) przekształca więzi słabe – zarówno tworząc nowe, jak i zakłócając istniejące relacje; 3) ma niewielki wpływ na więzi silne. Tak więc internet, jako środek komunikacji oparty na sieci, staje się podłożem dla dotychczas niepołączonych jednostek. Przedstawienie rozproszonej grupie nowego środka przekazu może stworzyć nowe więzi, ale także usunąć te słabe, istniejące do tej pory. Przykładem jest modyfikacja lub zakłócenie relacji grupy będące skutkiem zmiany miejsca zamieszkania jej członków. Jeśli relacje wewnątrz grupy nie były silne, nie ma już potrzeby, by wkładać wysiłek w podtrzymywanie ich. W sytuacji więzi silnych okoliczności wyglądają inaczej, gdyż tu kontakt utrzymywany jest za pośrednictwem dużej liczby mediów, istnieje także motywacja do utrzymywania kontaktu – nawet jeśli nastąpi poważna zmiana w jednym środku przekazu, kontakt się nie urywa. Co więcej, pojawienie się nowego środka przekazu może zostać wykorzystane do skompensowania braków spowodowanych wcześniejszą utratą innego, może też wzmocnić opór przeciw używaniu tego środka przekazu, jeśli nie zaspokaja on potrzeb grupy. Autorka uważa, że internet jest środkiem komunikacji, który korzysta z już istniejących relacji, uwydatniając je zależnie od siły więzi lub zaangażowania komunikujących się jednostek. Przykładem jest właśnie wyjazd z domu rodzinnego, gdy dla utrzymania więzi niezbędne jest podjęcie działania – zastąpienie kontaktu osobistego komunikacją przez telefon, list lub e-mail. Można także dopuścić do zatarcia więzi, jeśli nie podejmie się wysiłku większego niż ten, którego wymaga codzienne podtrzymywanie znajomości.

Również inni badacze podkreślają znaczenie internetu i poczty elektronicznej w podtrzymywaniu rozproszonych sieci społecznych (Boase i in. 2006). Za pomocą internetu ludzie zdolni są do utrzymywania aktywnego kontaktu z rozległą siecią społeczną, nawet jeśli wielu członków tej sieci mieszka daleko od siebie. Co więcej, istnieje złożona zależność mediów: im częściej ludzie się spotykają i telefonują do siebie, tym więcej używają internetu do komunikacji. Połączenie internetu i innych form kontaktu zapewnia w ramach sieci społecznej łatwiejszy dostęp do innych członków sieci oraz szybszy kontakt, gdy dana jednostka potrzebuje pomocy. Boase i inni (2006) podkreślają rolę e-maili zwłaszcza dla osób posiadających rozległą sieć kontaktów. E-maile pozwalają takim ludziom na uzyskiwanie pomocy od swojej sieci społecznej, zapewniając komunikację zarówno z ludźmi, którzy są im bardzo bliscy, jak i z tymi, którzy już tak bliscy nie są.

Bargh i inni (2002) analizowali proces kształtowania się bliskich związków przez internet. Uzyskane przez nich wyniki wskazują, że ludzie umieją lepiej wyrażać swoje „prawdziwe ja” (aspekty ja, które są dla nich ważne, ale które zazwyczaj nie są prezentowane publicznie) swoim partnerom za pośrednictwem sieci internetowej niż osobiście. Dodatkowo, gdy partnerzy internetowi czuli do siebie nawzajem sympatię, mieli tendencje do przypisywania swojemu towarzyszowi cech idealnego w ich opinii przyjaciela – bardziej niż ci, którzy spotykali się osobiście. Wyniki te zgodne są z danymi z innych badań (Rohlfing 1995, za: Bargh i McKenna 2004; Stafford i Reske 1990, za: Bargh i McKenna 2004), w których zaobserwowano, że partnerzy związków na odległość skłonni są do większej idealizacji swojego nieobecnego partnera i dzięki temu odczuwają większą satysfakcję ze związku niż pary mieszkające blisko siebie. Również Howard, Rainie i Jones (2001, za: Bargh i McKenna 2004) stwierdzili, że internet pozwala ludziom utrzymać kontakt z rodziną i przyjaciółmi i, w wielu wypadkach, powiększa ich sieci społeczne. Znaczna większość osób wysyłających e-maile do bliskich mówi, że zwiększa to poziom komunikacji między członkami rodziny. Wellman i współpracownicy (2002, za: Bargh i McKenna 2004) wnioskują, że dla użytkowników często korzystających z internetu e-mail nie jest środkiem zastępczym dla kontaktu realnego, ale raczej wsparciem w utrzymywaniu związków na odległość (Wellman i in. 2001).

Wreszcie badania Trice’a (2002) nad znaczeniem kontaktu z rodzicami przez e-mail dla nowo przyjętych studentów college’u pokazują, że studenci wymienia-
li z rodzicami średnio sześć e-maili tygodniowo. We wcześniejszych badaniach, zanim możliwe stały się kontakty e-mailowe, średnia liczba kontaktów między nowym studentem a rodzicami wynosiła dwie interakcje tygodniowo. W przytoczonym badaniu studenci kontaktowali się z rodziną przez internet średnio sześć razy w ciągu pięciu dni. Kontynuacja badań pokazała, że wzrosła także częstotliwość kontaktu telefonicznego oraz liczba odwiedzin domu rodzinnego. U studentów z rodzin blisko związanych, o autorytatywnym stylu rodzicielskim zanotowano więcej kontaktów, ale poszukiwali oni u rodziców mniej rad związanych z życiem akademickim i społecznym niż inni studenci. Najczęściej o radę prosili

studenci z rodzin o autorytarnym stylu wychowania, zaś ci z rodzin o charakterze permissywnym kontaktowali się z bliskimi najrzadziej i poszukiwali niewielu rad. Wszystkie grupy poszukiwały finansowej pomocy na podobnym poziomie. Sprague (1999, za: Trice 2002) odkrył zaś, że studentki – w porównaniu ze studentami – oceniały jako bardziej prawdopodobne szukanie rad u rodziców na tematy małej wagi (np. ominięcie zajęć, zmniejszenie liczby zajęć z uzasadnionego powodu, sprawy finansowe). Nie było jednak różnic płciowych w ramach tematów prywatnych, takich jak związki uczuciowe czy regulacja urodzeń.

Podsumowując, dane empiryczne dotyczące związku używania internetu z czasem poświęcanym rodzinie są zróżnicowane. Jak piszą Krejtz i Krejtz (2006), istnienie wpływu internetu na relacje interpersonalne nie podlega dyskusji, ale brak jest zgodności co do skutków tego wpływu. Przyczyn negatywnego wpływu upatruje się w: większej ilości czasu poświęcanego na używanie internetu i komputera kosztem angażowania się w kontakty, braku wspólnego kontekstu społecznego komunikujących się osób, łatwości zerwania relacji i mniejszym zaangażowaniu emocjonalnym związanym z ryzykiem nawiązywania kontaktu oraz w braku przekazu niewerbalnego i zmniejszonym zaufaniu. Z drugiej strony podkreśla się, że relacje i interakcje internetowe nie różnią się specjalnie pod względem zaangażowania partnerów oraz głębokości związków od tych zawieranych poza nim. Wskazuje się wręcz na pozytywne dla jednostki skutki, takie jak rozszerzenie jej kręgu społecznego oraz większą otwartość.

Badania własne

Nie znaleziono badań dotyczących tego, jakie znaczenie dla kontaktów rodzinnych może mieć internet w sytuacji emigracji jednego z jej członków na dłuższy czas. Celem przedstawionych badań była analiza komunikacji internetowej właśnie w warunkach emigracji, gdy może ona mieć znaczenie dla kontaktu emigranta z rodziną pozostawioną w kraju ojczystym. Próbowano odpowiedzieć na pytanie o preferencje emigrantów co do korzystania ze środków komunikacji elektronicznej umożliwiających rozmowę w czasie rzeczywistym, połączoną z przekazem wizualnym. Badanie to jest także próbą zwrócenia uwagi na nowy obszar badawczy, jakim jest proces emigracji mający obecnie miejsce w Polsce.

Pytania badawcze

W prezentowanym badaniu poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania:

1. W jakich celach i z jakich powodów młodzi Polacy opuścili kraj?
2. Czy emigranci wykorzystują internet do komunikacji z rodziną?
3. Czy, a jeśli tak, to jakim zmianom uległy, zdaniem emigrantów, ich kontakty z rodzicami?

4. Jak oceniane są różne aspekty komunikacji za pośrednictwem internetu?
5. Czy emigranci preferują komunikację za pośrednictwem form synchronicznych czy asynchronicznych?
6. Czy istnieją różnice między Polakami przebywającymi w Wielkiej Brytanii a tymi, którzy wyjechali do Irlandii?

Osoby badane

Osobami badanymi były osoby w okresie wczesnej dorosłości (ok. 20–40 rok życia), narodowości polskiej, które obecnie przebywają w Wielkiej Brytanii lub Irlandii. Odpowiedzi na pytania udzieliło 40 kobiet i 18 mężczyzn, 29 przebywających w Wielkiej Brytanii, 29 w Irlandii. Średnia wieku wynosiła 25,6 lat ($N = 58$, $SD = 4,74$). Udział w badaniu był dobrowolny, osoby rekrutowane były do badania za pośrednictwem e-maila lub bezpośredniej wiadomości przesyłanej do konkretnego użytkownika (na portalu www.nasza-klasa.pl), ogłoszeń na portalach społecznościowych (www.grono.net, wizaz.pl) w wątkach dotyczących emigracji i życia w tych krajach, a także na forach poświęconych emigracji do Anglii lub Irlandii (<http://zielonairlandia.pl/>, <http://www.gbritain.net/forum/>).

Narzędzie

W badaniu zastosowano autorski kwestionariusz (Załącznik), składający się z 33 pytań o charakterze samoopisowym, część z nich była pytaniami filtrującymi. Kwestionariusz poprzedzony był informacją określającą cel i charakter badania, zawierającą przedstawienie osoby badacza, warunki udziału w badaniu oraz informację o możliwości otrzymania zbiorczych wyników analiz. Sam kwestionariusz podzielony był na trzy części, dotyczące kolejno: okoliczności emigracji z Polski, kontaktów z rodziną przed wyjazdem i obecnie oraz teraźniejszej komunikacji z rodziną przez internet. Na końcu umieszczono pytania dotyczące danych demograficznych oraz miejsce na wpisanie adresu e-mail w razie chęci otrzymania wyników zbiorczych. Prawdziwość twierdzeń w stosunku do własnej osoby ankietowany oceniał na skali pięciostopniowej, w pytaniach otwartych lub poprzez zaznaczenie odpowiedzi spośród możliwych do wyboru. Ustawienia kwestionariusza zezwalały na wypełnianie ankiety wielokrotnie z jednego komputera, co miało umożliwić udział w badaniu emigrantom, którzy nie mają własnego komputera, a współużytkują go z innymi. W wersji końcowej, aby zapisać wyniki w uzupełnionym arkuszu, nie było konieczne udzielenie odpowiedzi na wszystkie pytania. Kwestionariusz zamieszczono na serwisie ankietka.pl, przeznaczonym do badań za pośrednictwem internetu. Jednocześnie kwestionariusz był niewidoczny na ogólnodostępnym serwisie ankietka.pl, możliwość jego wypełnienia uzyskiwała osoba posiadająca bezpośredni link do ankiety.

Procedura

Uczestników poinformowano, że badanie ma na celu eksplorację sposobów komunikowania się przez nich z rodzinami w Polsce za pomocą internetu. Za pośrednictwem serwisów społecznościowych wysłano do danej grupy osób link bezpośredni do kwestionariusza umieszczonego na portalu, z prośbą o udział w badaniu. Uczestnicy badania wypełniali kwestionariusz, udzielając odpowiedzi na pytania o charakterze samoopisowym, następnie zapisywali wyniki na serwisie ankieta.pl.

Wyniki

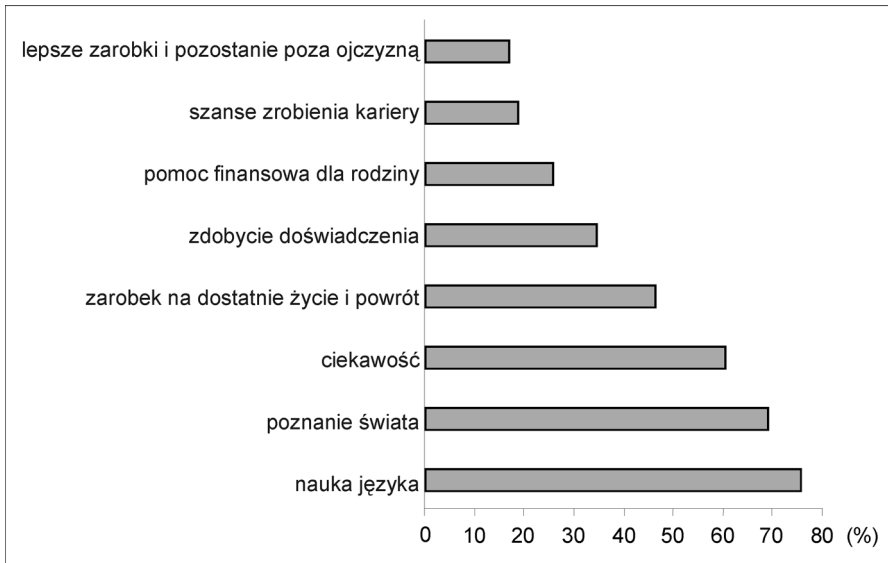
Wyniki przedstawiono w odniesieniu do dwóch grup. W analizie części dotyczącej emigracji brano pod uwagę całą próbę (58 osób), natomiast analizę odpowiedzi w ramach dalszych dwóch części oparto na arkuszach tylko tych respondentów, którzy deklarowali, że komunikują się z rodziną za pośrednictwem internetu (52 osoby, średnia wieku 25,34, SD = 4,64).

Większość osób (89,7% respondentów) zaznaczyła odpowiedź twierdzącą na pytanie: „Czy korzystasz z internetu w kontaktach z rodziną?”. Osoby niewykorzystujące internetu do komunikowania się z rodziną (6 osób, co stanowi 10,3%) jako powód niekorzystania z tego środka wymieniali: preferencję innej formy kontaktu (telefon), brak komputera u rodziny w Polsce, brak łącza internetowego u siebie lub rodziny. Żadna z osób nie wskazała braku finansów, braku zaufania do tej formy kontaktu czy braku umiejętności posługiwania się internetem. Połowa z tych osób chciałaby komunikować się z rodziną za pomocą internetu, podkreślając jego szybkość i łatwość kontaktu. Jednocześnie każda z tych osób zamieniłaby obecną formę kontaktu na kontakt osobisty. Wśród argumentów znalazły się: tęsknota, bezpośredniość kontaktu osobistego, padały także stwierdzenia, że „telefon nie zastąpi kontaktu” oraz „lepsza jest rozmowa twarzą w twarz”.

Charakterystyka badanej grupy emigrantów

Dla 93,1% osób obecny kraj imigracji jest jedynym, w którym mieszkali od momentu wyjazdu z Polski. W kraju imigracji mieszka w okresie do 6 miesięcy 27,6% respondentów, między 6 miesiącami a 1 rokiem – 17,2%, od roku do 2 lat – 31%, zaś dłużej niż 2 lata w kraju imigracji przebywa 24,1% osób badanych.

Rysunek 1 przedstawia dane dotyczące motywów opuszczenia kraju. Jako powody wyjazdu z Polski wskazywano najczęściej: chęć nauki języka obcego, poznania świata oraz ciekawość. Forma pytania pozwalała respondentom na zaznaczenie więcej niż jedną odpowiedź, można więc uznać, że trzy najczęściej wskazywane pozycje zadeklarowało 75,9% (nauka języka), 69% (poznanie świata) oraz 60,3% (ciekawość) osób badanych.

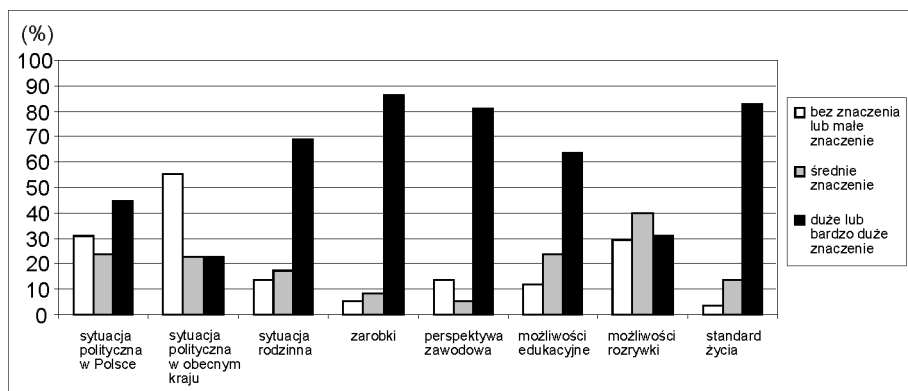


Rysunek 1. Powody wyjazdu z Polski (N = 58)

Na pytanie o planowany czas pozostania w kraju imigracji 32,8% osób nie potrafiło udzielić odpowiedzi, 24,1% wskazywało na okres do roku, 25,9% na okres od roku do 5 lat, 5,2% deklarowało chęć pobytu dłuższego niż pięć lat, zaś na pobyt stały zdecydowało się 12,1% osób badanych.

Rysunek 2 przedstawia dane dotyczące pytania o czynniki warunkujące pozostanie w kraju imigracji. Osoby badane duże lub bardzo duże znaczenie przypisywały: zarobkom (86,2%), standardowi życia (82,8%), perspektywie zawodowej (81%), sytuacji rodzinnej (69%), możliwościom edukacyjnym (63,8%) oraz sytuacji politycznej w Polsce (44,8%). Sytuację polityczną w kraju imigracji 55,2% respondentów uznało za nieważny lub mający niewielkie znaczenie warunek. Możliwości rozrywki najczęściej oceniano jako średnio znaczące dla pozostania poza granicami Polski.

Odpowiedzi osób badanych poddano również analizie pod kątem różnic między dwoma krajami imigracyjnymi: Wielką Brytanią i Irlandią. Różnice zaobserwowano jedynie w motywach wyjazdowych, co przedstawiają dane w Tabeli 1. Osoby mieszkające obecnie w Wielkiej Brytanii najczęściej jako motyw wyjazdu wymieniały chęć nauki języka obcego, poznania świata i ciekawość, podczas gdy emigranci w Irlandii najczęściej tłumaczyli wyjazd chęcią poznania świata, a dopiero później chęcią świetnego opanowania języka obcego. Wśród odpowiedzi Polaków w Irlandii czwarta z kolei była chęć pomocy finansowej rodzinie w Polsce, podczas gdy w odpowiedziach osób z Wielkiej Brytanii motyw ten zajął miejsce ostatnie.



Rysunek 2. Czynniki warunkujące pozostanie w kraju imigracji (N = 58)

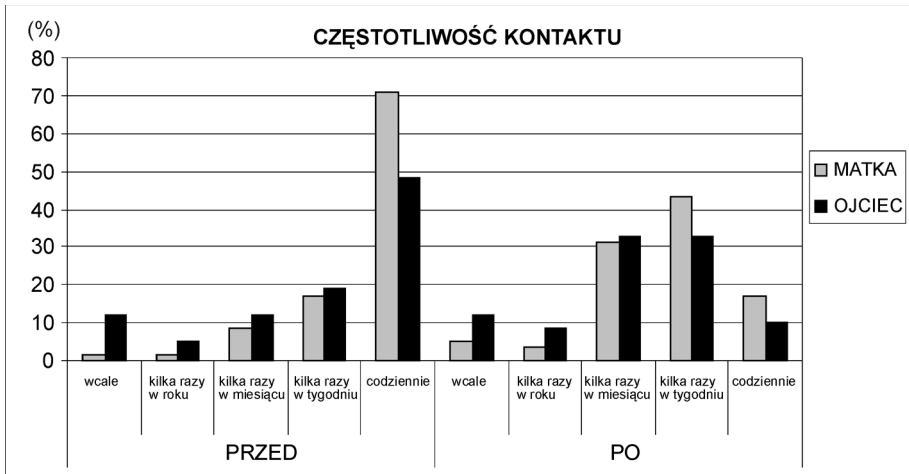
Tabela 1. Powody wyjazdu z Polski (N = 58) (w %)

Powody wyjazdu z Polski	Wielka Brytania	Irlandia
Zarobek na dostatnie życie (i powrót do Polski)	37,9	55,2
Zdobycie doświadczenia i powrót do Polski	31	37,9
Lepsze zarobki i pozostanie poza Polską	13,8	20,7
Zdobycie szans na karierę, rozwój i pozostanie w kraju imigracji	20,7	17,2
Nauka języka obcego	82,8	69
Chęć poznania świata	69	69
Pomoc finansowa dla rodziny w Polsce	6,9	44,8
Ciekawość	55,2	65,5

W ocenie czynników warunkujących pozostanie w kraju imigracji obecni mieszkańcy Wielkiej Brytanii przykładali do możliwości edukacyjnych większą wagę niż ci, który przebywają w Irlandii (odpowiednio 75,9 i 51,7% osób uważało je za „ważne” lub „bardzo ważne”). W pytaniu o chęć zamiany obecnej formy komunikacji na kontakt osobisty, dla respondentów z Wielkiej Brytanii (w wypadku osób korzystających z internetu przy kontakcie z rodziną) 56% wyraziło chęć takiej zmiany, 44% zaprzeczyło; dla Irlandii 77,8% podało odpowiedź twierdzącą, przeczącą 22,2%.

Ocena kontaktów z rodziną

Porównanie obecnych kontaktów rodzinnych z tymi sprzed wyjazdu z kraju wskazuje na lepsze kontakty z matką niż z ojcem, zarówno przed wyjazdem, jak i po wyjeździe z Polski (dane na Rysunku 3).

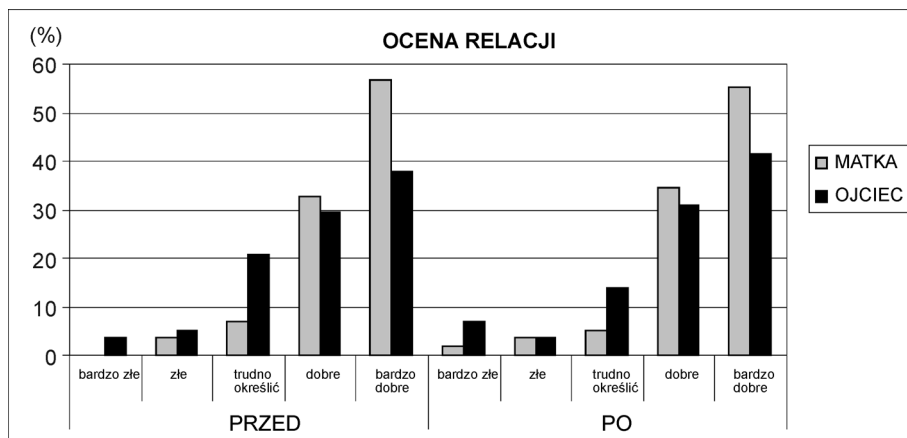


Rysunek 3. Ocena częstotliwości kontaktów z rodzicami przed wyjazdem z kraju i po wyjeździe (N = 58)

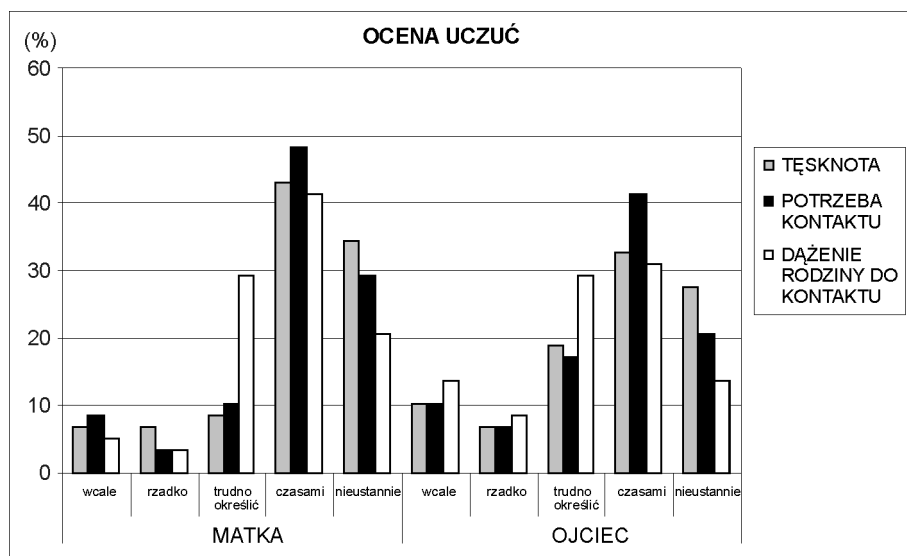
Częstotliwość kontaktów uległa znacznemu zmniejszeniu: przed wyjazdem codzienne kontakty z matką utrzymywało 70,7% osób badanych, po wyjeździe 17,2%; z ojcem przed wyjazdem codziennie kontaktowało się 48,3%, po opuszczeniu Polski 10,3% badanych. Zmniejszyła się liczba osób kontaktujących się z rodzicami codziennie, wzrosła liczba kontaktów podejmowanych rzadziej, na przykład kilka razy w tygodniu: ponad dwukrotnie dla matki (z 17,2% przed wyjazdem do 43,1% po wyjeździe) oraz prawie dwukrotnie dla ojca (z 19% przed opuszczeniem kraju do 32,8% po wyjeździe).

Osoby badane wskazywały na zmniejszenie ilości kontaktów z rodzicami, zmianie nie uległa natomiast ocena relacji z bliskimi. Wyniki pokazane na Rysunku 4 wskazują raczej na nieznaczne ich polepszenie.

Ponad 77% osób zgłaszało odczuwanie „częstej” lub „nieustannej” tęsknoty za matką, 60,4% za ojcem. Co do samego nawiązywania interakcji, respondenci oceniali poziom swojej potrzeby kontaktu z matką (48,3% czasami, 29,3% nieustannie) i jej dążenie do niego jako zbliżone (41,4% kilka razy w tygodniu, 20,7% codziennie). W relacji z ojcem potrzeba kontaktu osób badanych (41,4% czasami, 20,7% nieustannie) była większa niż dążenie do niego ze strony ojca (31% kilka razy w tygodniu, 13,8% codziennie). Dane pokazuje Rysunek 5.



Rysunek 4. Ocena jakości relacji z rodzicami przed wyjazdem z kraju i po wyjeździe (N = 58)



Rysunek 5. Ocena uczuć wobec rodziców po wyjeździe z kraju (N = 58)

W ocenie obecnych kontaktów rodzinnych 62,1% osób wskazało na zwiększenie kosztów komunikacji, 58,6% na wzrost tęsknoty za bliskimi. Osoby badane zgłaszały, że mniej poszukują wsparcia finansowego od rodziny w Polsce (86,2%), mniej czasu przeznaczają też na kontakt z rodziną w kraju (55,2%). Dla reszty twierdzeń przeważały odpowiedzi wskazujące na brak zmian w podanym zakresie (dane w Tabeli 2).

Tabela 2. Ocena obecnych kontaktów z rodziną w porównaniu z kontaktami sprzed wyjazdu (N = 58) (w %)

Ocena obecnych kontaktów z rodziną	mniejsze	takie same	większe
Koszty komunikacji	15,5	22,4	62,1
Potrzeba informacji o wydarzeniach w życiu znajomych, rodziny	12,1	51,7	36,2
Relacje w rodzinie	12,1	60,3	27,6
Szukanie wsparcia finansowego u rodziny w Polsce	86,2	10,3	3,5
Szukanie wsparcia psychicznego u rodziny w Polsce	32,8	37,9	29,3
Czas przeznaczany na kontakt z rodziną w Polsce	55,2	24,1	20,7
Potrzeba kontaktu z rodziną w Polsce	24,1	39,7	36,2
Tęsknota za bliskimi	17,2	24,1	58,6

Komunikacja z rodziną za pośrednictwem internetu

Oceniając jakość komunikacji przez internet, osoby badane wskazywały na znacznie większą częstość kontaktu (40,4%) oraz na mniejsze koszty finansowe (48,1%). Jak pokazują dane zawarte w Tabeli 3, zdecydowana większość aspektów komunikacji oceniana była jako „taka sama” w stosunku do komunikacji tradycyjnej.

Tabela 3. Ocena kontaktów z rodziną za pośrednictwem internetu (N = 52) (w %)

Ocena kontaktu z rodziną przez internet	mniejsze	takie same	większe
Długość kontaktu	17,3	44,2	38,5
Koszty finansowe kontaktu	48,1	40,4	11,5
Częstość kontaktu	25	34,6	40,4
Satysfakcja z kontaktu	17,3	57,7	25
Szczerłość twojej wypowiedzi	5,8	76,9	17,3
Łatwość prowadzenia rozmowy	11,5	65,4	23,1
Łatwość nawiązywania kontaktu	11,5	73,1	15,4
Wywoływanie stresu przez kontakt	44,2	50	5,8

Na pytanie, czy komunikując się z rodziną przez internet, można poruszyć wszystkie tematy, 73,1% osób odpowiedziało twierdząco, 26,9% temu zaprzeczyło. Osoby uważające, że nie jest możliwa rozmowa na każdy temat, jako argument podawały zbytnią osobistość i powagę niektórych tematów, dłuższy czas rozmowy potrzebny do omówienia pewnych kwestii (podano przykład zaręczyn), obecność osób postronnych, brak potrzeby czy czasu, skutkujące mniej angażującymi rozmowami.

Uzasadniając opinię twierdzącą, argumentowano, że przed rodziną nie ma się tajemnic, można z nimi rozmawiać o wszystkim. 26,3% osób z tej grupy zadało pytanie: „a dlaczego nie?”. Jedna osoba napisała, że komunikując się w ten sposób, „trudniej o kłótnie”, gdyż nie patrzy się w oczy drugiej osobie. Wśród tematów poruszanych w trakcie kontaktu internetowego z rodziną najczęściej wymieniano: wszystkie tematy (36,5% osób), pracę (25%), codzienne życie (23,1%). Mniej osób wskazało na poruszanie spraw rodzinnych (19,2%) i zdrowotnych (19,2%), wymianę informacji (15,4%) i uczuć (9,6%). Najrzadziej w rozmowach pojawiały się tematy związane z przyszłością (3,9%), znajomymi i rozrywką (po 1,9%). Natomiast 3,9% osób uznało to pytanie za zbyt osobiste i odmówiło odpowiedzi.

Większość respondentów (67,3%) zamieniłaby obecną formę kontaktu z rodziną na kontakt rzeczywisty. Według nich przemawiają za tym: większa przyjemność z kontaktu, niezastąpioność kontaktu osobistego, tęsknota, preferencja fizycznej obecności i kontaktu wzrokowego z rozmówcą. Osoby deklarujące brak chęci zmian w formie komunikacji (32,7%) wskazywały na brak potrzeby kontaktu osobistego, mniejsze poczucie obowiązku, brak technicznej możliwości takiej zamiany, pojawił się także głos, że to „koliduje z planami”.

Do porozumiewania się z rodziną najczęściej wykorzystywane są komunikatory tekstowe (32,7% osób korzysta z nich codziennie), głosowe (26,9% codziennie, 30,8% kilka razy w tygodniu) oraz telefon (38,5% kilkakrotnie w tygodniu) i e-maile (30,8% osób korzysta z nich kilka razy w tygodniu). Najmniej popularnymi środkami używanymi do komunikacji z rodziną są: blog (96,2% wskazań „wcale”) i list (73,1% dla „wcale”) oraz portale społecznościowe (42,3% dla „wcale”). Dane przedstawia Tabela 4.

Tabela 4. Częstość korzystania z poszczególnych form komunikacji do kontaktu z rodziną (N = 52) (w %)

Forma komunikacji	wcale	kilka razy w roku	kilka razy w miesiącu	kilka razy w tygodniu	codziennie
Blog	96,2	0	1,9	0	1,9
Komunikatory tekstowe (np. Gadu-Gadu)	3,9	3,9	30,8	28,9	32,7
Komunikatory głosowe (np. Skype)	11,5	5,8	25	30,8	26,9
E-mail	1,9	23,1	26,9	30,8	17,3
List	73,1	23,1	1,9	0	1,9
Telefon	1,9	17,3	30,8	38,5	11,5
Portale społecznościowe (np. Nasza-klasa, Grono)	42,3	15,4	11,5	15,4	15,4

Podobne wyniki uzyskano dla kolejnego pytania, mającego charakter otwarty, w którym osoba badana wybierała trzy najczęściej używane przez siebie sposoby komunikacji z rodziną przez internet. Najczęściej wskazywano komunikator Gadu-Gadu (86,5%), podkreślając jego szybkość i bezpłatność, bezpośredniość oraz łatwy dostęp i wygodę. Komunikator Skype wskazało 67,3% osób, akcentując możliwość zobaczenia i usłyszenia rozmówcy, szybkość i niskie koszty oraz swobodę rozmowy. Jedna osoba określiła ten komunikator mianem „suplementu rozmowy przez telefon”. Kolejną najczęściej wymienianą formą komunikacji była poczta elektroniczna (55,8% wskazań) – podkreślano jej szeroki zasięg, asynchroniczność, wygodę oraz możliwość przesyłania plików takich jak zdjęcia. 17,3% respondentów wskazało na telefon, 13,5% na portal Nasza-klasa, 7,7% osób wymieniło portal Grono.net, 1,9% Live Messengera.

W ostatniej serii pytań, w której proszono osoby badane o ocenę różnych aspektów używanych przez nich form komunikacji, tylko 7,7% osób dokonało oceny bloga, 17,3% oceniło list, 44,2% poddało krytyce portale społecznościowe. Znacznie większa liczba osób podjęła się oceny komunikatorów, w tym e-maila oraz telefonu, co przedstawiają Tabele 5, 6, 7 i 8.

Tabela 5. Ocena komunikatorów tekstowych (w %)

Aspekty	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
Szybkość przekazu	–	2	12,2	42,9	42,9
Jakość przekazu	–	2,1	20,8	43,8	33,3
Pewność dostarczenia wiadomości	8,3	6,3	20,8	39,6	25
Ilość informacji, które można przekazać	–	12,2	20,4	38,8	28,6
Archiwum wiadomości	2,1	–	10,6	40,4	46,8
Rozmowy głosowe	29,6	20,5	27,3	13,6	9,1
Czat z wieloma użytkownikami	9,1	6,8	38,6	29,6	15,9
Łatwość tworzenia wiadomości	2,2	4,4	4,4	56,5	32,6
Szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	2,2	6,5	17,4	37	37
Uczucie bliskości/obecności rozmówcy	6,5	21,7	32,6	30,4	8,7
Łatwość wyrażania myśli	2,2	6,5	19,6	47,8	23,9
Satysfakcja z kontaktu	4,4	4,4	23,9	47,8	19,6
Swoboda komunikacji	2,2	4,4	10,9	43,5	39,1

Tabela 6. Ocena komunikatorów głosowych (w %)

Aspekty	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
Szybkość przekazu	2,5	7,5	15	35	40
Jakość przekazu	5	5	25	37,5	27,5
Pewność dostarczenia wiadomości	2,5	2,5	12,5	37,5	45
Ilość informacji, które można przekazać	–	2,5	5	32,5	60
Archiwum wiadomości	–	10	30	32,5	27,5
Rozmowy głosowe	–	7,5	10	20	62,5
Czat z wieloma użytkownikami	–	5,41	29,7	32,4	32,4
Łatwość tworzenia wiadomości	–	–	12,5	32,5	55
Szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	–	5	12,5	30	52,5
Uczucie bliskości/obecności rozmówcy	–	–	7,5	37,5	55
Łatwość wyrażania myśli	–	–	10	40	50
Satysfakcja z kontaktu	–	2,5	10	37,5	50
Swoboda komunikacji	–	2,5	12,5	37,5	47,5

Tabela 7. Ocena e-maila (w %)

Aspekty	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
Szybkość przekazu	2,6	5,3	23,7	39,4	29
Jakość przekazu	–	–	15,8	36,8	47,4
Pewność dostarczenia wiadomości	–	7,7	7,7	33,3	51,3
Ilość informacji, które można przekazać	2,6	2,6	13,2	23,7	57,9
Archiwum wiadomości	–	–	18,4	31,6	50
Rozmowy głosowe	65,6	12,5	9,4	–	12,5
Czat z wieloma użytkownikami	34,4	6,3	18,8	15,6	25
Łatwość tworzenia wiadomości	–	–	10,3	30,8	59
Szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	10,5	15,8	15,8	31,6	26,3
Uczucie bliskości/obecności rozmówcy	27,8	22,2	16,7	25	8,3
Łatwość wyrażania myśli	2,6	2,6	13,2	47,4	34,2
Satysfakcja z kontaktu	13,5	5,4	27	32,4	21,6
Swoboda komunikacji	2,7	5,4	24,3	35,1	32,4

Tabela 8. Ocena kontaktu telefonicznego (w %)

Aspekty	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobre
Szybkość przekazu	–	–	2,6	15,4	82,1
Jakość przekazu	–	–	5,1	23,1	71,8
Pewność dostarczenia wiadomości	–	–	5,1	23,1	71,8
Ilość informacji, które można przekazać	–	–	5,3	29	65,8
Archiwum wiadomości	48,4	22,6	6,5	6,5	16,1
Rozmowy głosowe	–	–	5,9	20,6	73,5
Czat z wieloma użytkownikami	48,3	6,9	10,3	13,8	20,7
Łatwość tworzenia wiadomości	2,9	8,6	8,6	20	60
Szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	–	–	–	21,6	78,4
Uczucie bliskości/obecności rozmówcy	–	–	2,6	29	68,4
Łatwość wyrażania myśli	–	2,6	2,6	31,6	63,2
Satysfakcja z kontaktu	–	–	7,7	18	74,4
Swoboda komunikacji	2,6	–	–	29	68,4

Jak pokazują wyniki, aspektami, które oceniano jako bardzo dobre były dla komunikatorów tekstowych: szybkość przekazu, archiwum wiadomości oraz łatwość tworzenia wiadomości; dla komunikatorów głosowych: ilość informacji, które można przekazać, rozmowy głosowe, łatwość tworzenia wiadomości, szybkość odpowiedzi oraz uczucie bliskości rozmówcy; dla e-maili: ilość informacji, którą można przekazać, oraz łatwość tworzenia wiadomości. Oceny telefonu we wszystkich wymienionych aspektach, z wyjątkiem archiwum wiadomości i czatów z wieloma użytkownikami, były bardzo wysokie.

Analizując poszczególne aspekty, można stwierdzić, że telefon był najlepszą formą komunikacji pod względem niemal wszystkich, z wyjątkiem archiwum wiadomości, gdzie najlepiej oceniano komunikatory tekstowe i e-mail. W ramach ilości informacji, które można przekazać, niemal równe wyniki uzyskano dla telefonu i komunikatorów głosowych (różnica tylko jednej odpowiedzi), również pod względem łatwości wyrażania myśli oceny tych dwóch form komunikacji były zbliżone. W ocenie łatwości tworzenia wiadomości dla komunikatorów głosowych i e-maili uzyskano nieco niższe wyniki od tych otrzymanych dla kontaktu telefonicznego.

Dyskusja wyników

Wyniki przedstawionych badań wskazują, że dla zdecydowanej większości emigrantów internet jest środkiem komunikacji z rodziną. Jedna trzecia respondentów przebywa w obecnym kraju od roku do dwóch lat, zbliżona jest liczba osób pozostających poza Polską krócej niż sześć miesięcy. Większość badanych wyjechała więc z ojczyzny po roku 2004, po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej i otwarciu rynków pracy Irlandii i Wielkiej Brytanii. Wyniki przeczą obawom władz krajów imigranckich na temat liczby Polaków pragnących zamieszkać na stałe w Wielkiej Brytanii czy Irlandii. Zdecydowana większość (ponad 80%) respondentów szacowała czas pozostania w kraju imigracji na krótszy niż 5 lat. Wyniki wskazują, że Polacy, którzy opuścili kraj, nadal interesują się jego sytuacją polityczną, wskazując ją jako jeden z czynników warunkujących ich pozostanie na emigracji. Sytuacji politycznej kraju imigracji przypisują niewielkie znaczenie, co oznacza, że Polacy czują się nadal związani z ojczyzną i planują powrót, a losy kraju, w którym obecnie przebywają, nie są dla nich sprawą kluczową.

W dodatku wydaje się, że niezbędne jest rozróżnienie motywów wyjazdu z Polski oraz czynników warunkujących pozostanie na emigracji. Motywami wyjazdu dla badanej próbki był nie aspekt finansowy czy perspektywy kariery, ale właśnie szansa rozwoju swoich zdolności językowych, poznania świata, zaspokojenie ciekawości. Wyniki te podają w wątpliwość rezultaty badań socjologicznych, które wskazują na głównie finansowe podłoże emigracji Polaków na Wyspy (GUS 2007, Duszczyk i Wiśniewski 2007). Odwróceniu ulegają zaobserwowane przez Slany (1995) motywy wyjazdowe. W jej badaniu emigranci wymieniali kolejno motywy związane ze strategią rodzinną, korzyści zarobkowe oraz strategię indywidualną (ciekawość świata). Obecne badania wskazują na chęć rozwoju siebie jako główny motyw wyjazdu. Najwięcej osób badanych przypisywało znaczenie ciekawości świata i rozwojowi swoich umiejętności. Mniejsza liczba osób uznała za istotny obszar związany z pracą i zarobkami, najrzadziej wskazywano motywy rodzinne. Wydaje się prawdopodobne, że obecnie młodzi Polacy opuszczają kraj nie w celu wsparcia finansowego rodziny w Polsce, ale dlatego, że pragną poznać świat, zapewnić sobie lepszy poziom życia i lepsze perspektywy zawodowe.

Hierarchia motywów wyjazdowych różniła się także ze względu na kraj imigracji. Dla Polaków mieszkających obecnie w Wielkiej Brytanii mniejsze znaczenie miała pomoc rodzinie, zaś ci, którzy jako kraj docelowy wybrali Irlandię, częściej uzasadniali wyjazd chęcią pomocy swoim bliskim. Wśród odpowiedzi Polaków przebywających w Irlandii czwarta w hierarchii ważności była chęć pomocy finansowej rodzinie w Polsce, podczas gdy w odpowiedziach osób z Wielkiej Brytanii motyw ten zajął ostatnie miejsce. Mieszkańcy Wielkiej Brytanii przywiązywali także większą wagę do możliwości edukacyjnych i zawodowych niż imigranci w Irlandii. Być może Wielka Brytania postrzegana jest jako kraj ułatwiający odnoszenie sukcesów zawodowych.

Jednocześnie dla ponad 80% respondentów duże lub bardzo duże znaczenie w kwestii pozostania na emigracji mają zarobki, standard życia i perspektywa zawodowa. Wynika stąd, że najważniejszym aspektem trwania na emigracji są cele zarobkowe i chęć poprawy standardu życia, co wydaje się zgodne z raportami GUS (2007). O tym, że Polacy traktują poważnie emigrację, świadczyć może fakt, że niewiele osób uważało rozrywkę za ważny motyw pozostawania na emigracji. Aspektami wskazywanymi jako ważne są natomiast sytuacja rodzinna i możliwości edukacyjne.

Wyniki dotyczące porównania kontaktów z rodziną sprzed wyjazdu z sytuacją obecną jednoznacznie wskazują na zmniejszenie częstotliwości kontaktów. Znacząco spadła częstotliwość kontaktów zarówno z matką, jak i z ojcem. Uzyskane wyniki ukazują relatywnie niższy poziom relacji z ojcem niż z matką oraz większe zapotrzebowanie na kontakt z ojcem niż dążenie do niego z jego strony. Wiele badań (Lewis 1986, za: Schaffer 2006; Parke 1981, za: Schaffer 2006) wskazuje na różnice w sposobie odgrywania ról rodzicielskich przez kobiety i mężczyzn. Interakcje ojców mają charakter bardziej fizyczny (np. turlanie i łaskotanie), matki są zaś łagodniejsze i częściej stosują werbalne formy komunikacji. W większości społeczeństw to kobiety odgrywają główną rolę w wychowaniu dzieci, częściej pełnią także funkcję podstawowego opiekuna, mimo społecznych przemian w ramach ról rodzicielskich. W badaniach Field (1978) różnice ujawniły się głównie między zachowaniem pierwszoplanowych rodziców (matką lub ojcem) a zachowaniem opiekunów drugoplanowych. Wyniki te wskazują, że wytłumaczeniem różnic, jakie dostrzegamy w zachowaniach matek i ojców, nie są uwarunkowania biologiczne, ale rodzaj doświadczeń, jakie rodzice mają z dziećmi.

Respondenci wskazywali na zmniejszenie ilości kontaktów z rodziną. Mimo to szacowana przez nich ocena kontaktów prawie nie uległa zmianie. Można by raczej wskazywać na nieznaczne polepszenie kontaktów, co bardziej jest widoczne w ocenie kontaktów z ojcem niż z matką. Wynika z tego, że prawdopodobnie polepszyła się jakość kontaktów, w taki sposób, że zrekompensowało to zmniejszenie ich ilości. Nie można jednak wykluczyć, że uzyskane wyniki są odbiciem zaobserwowanego w badaniach bardziej pozytywnego oceniania związków utrzymywanych na odległość, większej idealizacji nieobecnej bliskiej osoby (Rohlfing 1995, za: Bargh i McKenna 2004; Stafford i Reske 1990, za: Bargh i McKenna 2004). Większość osób badanych wskazywała na częste lub nieustanne odczuwanie tęsknoty za rodzicami, ponad 40% osób zgłaszało potrzebę kontaktu z nimi. Trudno jednak określić, jak odczucia te zmieniły się w stosunku do okresu sprzed emigracji. Zgodnie z niektórymi teoriami (Hughes i Hans 2001, za: Mesch 2006) komunikacja przez internet mogła się przyczynić do utrzymywania i ułatwiania przekazu informacji między rodzicami i dziećmi poprzez wymianę wiadomości, uwydatniając już istniejące więzi. Kwestia ta wymaga dalszych badań, uwzględniających ocenę poziomu odczuwanej więzi przed opuszczeniem kraju ojczystego.

Niejednoznaczne dane uzyskano w ramach ocen dotyczących kosztów komunikacji przez internet: osoby badane najpierw szacowały koszty jako większe,

w dalszym pytaniu jako mniejsze. Różnice wynikać mogą z rozbieżności w zrozumieniu obu twierdzeń. Podpunkt „koszty” można było zrozumieć jako materialne, psychiczne lub oba jednocześnie. W dalszym pytaniu jest to skonkretyzowane jako „koszty finansowe” komunikacji i odnosi się już do komunikacji przez internet, a nie do ogółu komunikacji.

Samą komunikację za pośrednictwem internetu oceniano pod wieloma względami jako nieróżniącą się od kontaktów rzeczywistych. Osoby badane wskazywały na znacznie mniejszą częstość kontaktu (co wydaje się oczywiste w warunkach emigracji) oraz na mniejsze koszty finansowe, co jest charakterystyczne dla internetu. Emigranci z rodzinami rozmawiają na wszelkie tematy, a wśród najczęściej wymienianych pojawiają się te związane z pracą, codziennym życiem, zdrowiem, sprawami rodzinnymi, uczuciami czy będące wymianą informacji. Warto odnotować dodatkowy efekt, jaki zaobserwowano, analizując odpowiedzi na pytanie o możliwość poruszania w rozmowie internetowej każdego tematu. Część osób badanych odpowiedziała pytaniem: „A dlaczego nie?”, a więc zareagowała zdziwieniem na myśl, że zakres tematyczny rozmów za pośrednictwem internetu może mieć ograniczenia. Może to sugerować, że użytkownicy internetu traktują rozmowy za pośrednictwem sieci tak samo, jak dialogi przeprowadzane w świecie realnym, co potwierdza wyniki uzyskane przez Haythornthwaite (2005). Interesujące są także braki różnic w ocenie takich aspektów, jak satysfakcja z kontaktu, szczerłość wypowiedzi, łatwość prowadzenia rozmowy i nawiązywania kontaktu. Pojawia się więc pytanie, dlaczego ponad 65% osób badanych zamieniłoby obecną formę kontaktu z rodziną na kontakt rzeczywisty. Niektórzy badacze (Sproull i Kiesler 1985, za: Bargh i McKenna 2004) utrzymują, że komunikacja za pośrednictwem komputera ogranicza zakres komunikacji społecznej. Z argumentów przytaczanych przez same osoby badane wywnioskować można, że kontakt osobisty uważany jest za niemożliwy do zastąpienia, silna jest także potrzeba fizycznej obecności osoby bliskiej, potęgowana uczuciem tęsknoty. Działające formy kontaktu internetowego mogą zapewnić kontakt wzrokowy z rozmówcą (także wskazywany przez respondentów), jednak technika nie pozwala jeszcze na odtworzenie fizycznej obecności rozmówcy, a jeśli nawet, to jest to w chwili obecnej dostępne nielicznym użytkownikom.

Wyniki badania wskazują na wyraźną preferencję form komunikacji synchronicznej (odbywającej się w tym samym czasie rzeczywistym), takich jak telefon, komunikatory głosowe i tekstowe. W ramach komunikacji przez internet dominuje użycie form synchronicznych zapewniających możliwość kontaktu głosowego i wzrokowego, a więc komunikatorów typu Skype. Są one oceniane niemal tak wysoko, jak kontakt telefoniczny, co można tłumaczyć podobieństwem obu tych form – sami badani wskazywali na brak różnic w łatwości wyrażania myśli i ilości przekazywanych informacji. Najczęściej wskazywaną zaletą komunikatorów głosowych i tekstowych są niskie koszty użytkowania, co może powodować w przyszłości większą preferencję tej formy kontaktu. Komunikacji tekstowej przypisywana jest bowiem większa łatwość tworzenia informacji, co może być

odbiciem chęci zachowania pewnego dystansu i wytwarzanego przez internet uczucia anonimowości, powodującego większą otwartość.

Wśród form asynchronicznych najczęściej wskazywany był e-mail. Byłoby to więc potwierdzenie stanowiska badaczy (Boase i in. 2006), którzy akcentują rolę e-maili, zwłaszcza dla osób mających rozległą sieć kontaktów, jako zapewniających komunikację z ludźmi oddalonymi od ich obecnego miejsca zamieszkania. Jednocześnie okazuje się, że blog jest środkiem, którego nie używa się do komunikacji z rodziną, wyraźnie widać też niewielkie znaczenie listu. Ocena portali społecznościowych jest niska w aspekcie częstotliwości ich stosowania, ale codziennie stosuje ją niemal tyle osób, co e-mail, który wydaje się obecnie podstawą istnienia jednostki w świecie wirtualnym.

Zaletą przedstawionych badań jest fakt, że osobami badanymi byli rzeczywiści emigranci, a więc Polacy, którzy opuścili ojczyznę i w chwili wypełniania kwestionariusza nadal przebywali poza granicami Polski. Nie badano więc osób deklarujących chęć wyjazdu, ale tych, którzy tego wyboru już dokonali.

Wyniki badań wskazują na znaczącą rolę internetu w komunikacji polskich emigrantów z ich rodzinami pozostałymi w kraju. Nadal jednak najbardziej preferowaną formą kontaktu pozostaje ten rzeczywisty, mimo wielu cech wspólnych i podobieństw komunikacji osobistej z wirtualną. Użytkownicy internetu są więc świadomi także podstawowych różnic między tymi formami komunikacji, takich jak brak fizycznej obecności rozmówcy. Niezbędne są dalsze badania w tym obszarze, uwzględniające Polaków przebywających na emigracji, ale niekorzystających z internetu. Ciekawym zagadnieniem wydają się różnice związane z krajem imigracji, jaki wybrali Polacy, być może dany kraj przyciąga osoby o innych cechach osobowościowych. Interesujące wydaje się poszerzenie badań o analizę komunikacji ze strony rodzin, które pozostały w Polsce, z uwzględnieniem całego kontekstu rodzinnego oraz rodzin niepełnych.

Literatura cytowana

- Appelt, K. (2002). Związek osoba – otoczenie i jego zmienność w okresie dorosłości. W: A. Brzezińska, K. Appelt, J. Wojciechowska (red.), *Szanse i zagrożenia rozwoju w okresie dorosłości* (s. 23–54). Poznań: Wydawnictwo Humaniora.
- Bargh, J.A. (2002). Beyond Simple Truths: The Human-Internet interaction. *Journal of Social Issues*, 58, 1–8.
- Bargh, J.A., McKenna, K.Y.A. (2004). The Internet and Social Life. *Annual Reviews*, 55, 573–590.
- Bargh, J.A., McKenna, K.Y.A., Fitzsimons, G.M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the ‘true self’ on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33–48.
- Boase, J., Horrigan, J.B., Wellman, B., Rainie, L. (2006). The Strength of Internet Ties. The internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions. Pew Internet & American Life Project. Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Internet_ties.pdf.

- Boneva, B.S., Frieze, I.H. (2001). Toward a Concept of a Migrant Personality. *Journal of Social Issues*, 57, 477–491.
- Boneva, B.S., Frieze, I.H., Ferligoj, A., Jarosova, E., Pauknerova, D., Orgocka, A. (1998). Achievement, Power, and Affiliation Motives as Clues to (E)migration Desires: A Four-Countries Comparison. *European Psychologist*, 3, 2–8.
- Duszczyk, M., Wiśniewski, J. (2007). Analiza społeczno-demograficzna migracji zarobkowej Polaków do Państw EOG po 1 maja 2004 roku. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa. Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: www.msz.gov.pl/files/docs/DKiP/ekspertyza-isp-finalny%2024%2004%2007.pdf.
- Field, T. (1978). Interaction behaviors of primary versus secondary caretaker fathers. *Developmental Psychology*, 14, 183–184.
- Frieze, I.H., Boneva, B.S., Šarlija, N., Horvat, J., Ferligoj, A., Kogovšek, T., Miluska, J., Popova, L., Korobanova, J., Sukhareva, N., Erokhina, L., Jarošová, E. (2004). Psychological Differences in Stayers and Leavers: Emigration Desires in Central and Eastern European University Students. *European Psychologist*, 9, 15–23.
- Główny Urząd Statystyczny (2007). Informacja o rozmiarach i kierunkach emigracji z Polski w latach 2004–2006. Departament Badań Demograficznych. Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/POZ_Informacja_o_rozmiarach_i_kierunk_emigra_z_Polski_w_latach_2004_2006.pdf.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social Networks and Internet connectivity Effects. *Information, Communication and Society*, 8, 125–147. Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: www2.scedu.unibo.it/roversi/SocioNet/114601.pdf.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49–74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017–1031.
- Krejtz, K., Krejtz, I. (2006). Ja w sieci – sieć we mnie. Zależności pomiędzy doświadczeniami relacji w internecie a reprezentacją obrazu siebie. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spoleczna przestrzeń Internetu* (s. 91–112). Warszawa: Wydawnictwo SWPS „Academica”.
- Lenhart, A., Raine, L., Lewis, O. (2001). Teenage Life Online: The rise of the instant-message generation and the Internet’s impact on friendships and family relationships. Znalezione 25 marca 2008 r. pod adresem: http://www.pewinternet.org/report_display.asp?r=36.
- McKenna, K.Y.A., Bargh, J.A. (2000). Plan 9 From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57–75.
- Mesch, G.S. (2001). Social Relationships and Internet Use among Adolescents in Israel. *Social Science Quarterly*, 82, 329–340.
- Mesch, G.S. (2006). Family Relations and the Internet: Exploring a Family Boundaries Approach. *The Journal of Family Communication*, 6, 119–138.
- Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej (2007). Program Powrót (koncepcja). Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: www.mps.gov.pl/userfiles/File/powrot_021007.pdf.
- Miś, L. (2000). Ery i fazy rozwoju w życiu człowieka dorosłego w ujęciu Daniela J. Levinsona. W: P. Socha (red.), *Duchowy rozwój człowieka* (s. 45–60). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Nie, N.H., Erbring, L. (2000). *Internet and society: A Preliminary Report*. Stanford, CA: Stanford Institute for the Quantitative Study of Society. Znalezione 26 lutego 2008 r. pod adresem: www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/Preliminary_Report.pdf.

- Okólski, M. (2005). Migracje okresu transformacji – próba bilansu. W: Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji, *Emigracja – zagrożenie czy szansa?* (s. 15–28). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Sanders, C.E., Field, T., Diego, M., Kaplan, M. (2000). The relationship of Internet use to depression and social isolation among adolescents. *Adolescence*, 35, 237–242.
- Schaffer, R.H. (2006). *Rozwój społeczny: dzieciństwo i młodość*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Tłumaczenie: M. Białecka-Pikul, K. Sikora.
- Slany, K. (1995). Gotowość wyjazdowa Polaków. Portret demograficzny i psycho-społeczny potencjalnego i faktycznego emigranta. W: K. Slany (red.), *Orientacja emigracyjna Polaków* (s. 70–88). Kraków: Wydawnictwo Kwadrat.
- Spears, R., Postmes, T., Lea, M., Wolbert, A. (2002). When Are Net Effects Gross Products? The Power of Influence and the Influence of Power in Computer-Mediated Communication. *Journal of Social Issues*, 58, 91–107.
- Trice, A.D. (2002). First semester college students' email to parents: Frequency and content related to parenting style. *College Student Journal*, 36, 327–334.

Załącznik. Kwestionariusz dotyczący komunikacji z rodziną przez internet

Komunikacja z rodziną przez internet

Jestem studentką psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego i zapraszam Cię do udziału w badaniu prowadzonym przeze mnie w ramach szerszych badań nad złożonym zjawiskiem, jakim jest internet. Chcę określić, w jaki sposób Polacy, którzy wyjechali z kraju komunikują się ze swoją rodziną. Udział w badaniu powinien zająć Ci około 10 minut.

Badanie jest anonimowe, a udział w nim całkowicie dobrowolny. Wyniki będą wykorzystane WYŁĄCZNIE do celów naukowych.

Istnieje możliwość otrzymania ogólnych wyników przeprowadzonego przeze mnie badania. Jeżeli chciałbyś/chciałabyś otrzymać taką informację po zakończeniu badań, proszę Cię o podanie swojego adresu e-mail w wyznaczonym do tego miejscu.

Część pierwsza: wyjazd z Polski

1. W jakim kraju mieszkasz obecnie?
 - Wielka Brytania
 - Irlandia
2. Czy jest to jedyny kraj w którym mieszkałeś/łaś od momentu wyjazdu z Polski?
 - Tak
 - Nie
3. Jak długo mieszkasz poza Polską w obecnym kraju?
4. Dlaczego wyjechałeś/łaś z Polski? (*Zaznacz wszystkie odpowiadające Ci odpowiedzi*)
 - by zarobić na dostatnie życie (i wrócić do Polski)
 - by zdobyć doświadczenie i wrócić do Polski
 - by lepiej zarabiać i pozostać poza Polską
 - by zdobyć szanse na karierę, rozwój i zostać w kraju imigracji
 - by nauczyć się świetnie języka obcego
 - by poznać świat
 - by pomóc finansowo rodzinie w Polsce
 - z ciekawości
 - inne, jakie?
5. Jak długo zamierzasz pozostać w tym kraju?

6. Od czego uzależniasz swoje pozostanie w kraju, w którym obecnie przebywasz?

	bez znaczenia	mało ważne	ważne	średnio ważne	bardzo ważne
Sytuacja polityczna w Polsce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sytuacja polityczna w obecnym kraju	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sytuacja rodzinna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zarobki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perspektywa zawodowa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Możliwości edukacyjne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Możliwości rozrywki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standard życia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Część druga: kontakty rodzinne

7. Jak często kontaktowałeś/łaś się z rodziną przed wyjazdem z Polski?

	wcale	kilka razy w roku	kilka razy w miesiącu	kilka razy w tygodniu	codziennie
Z matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Jak oceniasz swoje kontakty z rodziną przed wyjazdem z Polski?

	bardzo złe	złe	trudno określić	dobre	bardzo dobre
Z matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Jak często **OBECNIE** kontaktujesz się z rodziną (po wyjeździe z Polski)?

	wcale	kilka razy w roku	kilka razy w miesiącu	kilka razy w tygodniu	codziennie
Z matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Jak oceniasz swoje **OBECNE** kontakty z rodziną?

	bardzo złe	złe	trudno określić	dobre	bardzo dobre
Z matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Czy tęsknisz obecnie za rodziną?

	nie tęsknię	rzadko tęsknię	trudno określić	czasami tęsknię	nieustannie tęsknię
Za matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Za ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Czy obecnie pragniesz/potrzebujesz kontaktu z rodziną?

	nie potrzebuję	rzadko potrzebuję	trudno określić	czasami potrzebuję	często potrzebuję
Z matką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Z ojcem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Czy obecnie rodzina dąży do kontaktu z Tobą?

	wcale	kilka razy w roku	kilka razy w miesiącu	kilka razy w tygodniu	codziennie
Matka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ojciec	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Jak oceniasz swoje **OBECNE** kontakty z rodziną w porównaniu z kontaktami z rodziną **PRZED** wyjazdem?

Koszty komunikacji	<input type="checkbox"/> mniejsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> większe
Potrzeba informacji o wydarzeniach w życiu znajomych, rodziny	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Relacje w rodzinie	<input type="checkbox"/> gorsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> lepsze
Szukanie wsparcia finansowego u rodziny w Polsce	<input type="checkbox"/> mniejsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> większe
Szukanie wsparcia psychicznego u rodziny w Polsce	<input type="checkbox"/> mniejsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> większe
Czas przeznaczany na kontakt z rodziną w Polsce	<input type="checkbox"/> mniejszy	<input type="checkbox"/> taki sam	<input type="checkbox"/> większy
Potrzeba kontaktu z rodziną w Polsce	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Tęsknota za bliskimi	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa

Część trzecia: komunikacja z rodziną przez internet

15. Czy korzystasz z internetu w kontaktach z rodziną?

- Nie (proszę przejść do pytań 16–17, a w reszcie ankiety zaznaczyć wszędzie takie same odpowiedzi)
- Tak (proszę opuścić pytania 16–17 i przejść do pytania 18)

16. Dlaczego nie korzystasz z internetu? (Zaznacz wszystkie odpowiadające Ci odpowiedzi)

- brak komputera (sprzętu) u rodziny w Polsce
- brak komputera (sprzętu) – u mnie
- brak łącza internetowego u rodziny w Polsce
- brak łącza internetowego – u mnie
- brak chęci korzystania z internetu
- nieufność do tej formy kontaktu
- brak umiejętności posługiwania się internetem
- brak czasu
- brak wystarczających finansów
- wolę inną formę kontaktu (jaką?)

17. Czy wolałbyś/wolałabyś komunikować się z rodziną przez internet? (W miarę możliwości rozwiń odpowiedź)

- Tak (dlaczego?)
- Nie (dlaczego?)

18. Jak oceniasz kontakt z rodziną przez internet?

Długość kontaktu	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Koszty finansowe kontaktu	<input type="checkbox"/> mniejsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> większe
Częstość kontaktu	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Szczerść Twojej wypowiedzi	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Łatwość prowadzenia rozmowy	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Łatwość nawiązywania kontaktu	<input type="checkbox"/> mniejsza	<input type="checkbox"/> taka sama	<input type="checkbox"/> większa
Wywoływanie stresu przez kontakt	<input type="checkbox"/> mniejsze	<input type="checkbox"/> takie same	<input type="checkbox"/> większe

19. Czy komunikując się z rodziną przez internet, można poruszyć wszystkie tematy? (W miarę możliwości rozwiń odpowiedź)

- Tak (dlaczego?)
- Nie (dlaczego?)

20. Jakie tematy poruszasz w trakcie kontaktu internetowego ze swoją rodziną?

21. Czy zmieniłbyś tę formę na kontakty w rzeczywistości? (W miarę możliwości rozwiń odpowiedź)

- Tak (dlaczego?)
- Nie (dlaczego?)

22. Określ, jak często korzystasz z danej formy komunikacji do porozumiewania się z rodziną?

	wcale	kilka razy w roku	kilka razy w miesiącu	kilka razy w tygodniu	codziennie
Blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komunikatory tekstowe, np. Gadu-Gadu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komunikatory głosowe, np. Skype	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
List	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Portale społecznościowe, np. Nasza-klasa, Grono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Teraz wybierz 3 sposoby komunikacji przez internet, których używasz najczęściej do kontaktów z rodziną i uzasadnij dlaczego.

1. (dlaczego?)
2. (dlaczego?)
3. (dlaczego?)

W pytaniach 24–30 oceń TYLKO te formy komunikacji z rodziną, Z KTÓRYCH KORZYSTASZ (resztę pozostaw pustą).

24. BLOG	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**25. KOMUNIKATORY TEKSTOWE,
np. Gadu-Gadu**

	zdecydowa- nie za słabe	słabe	przeciętne	dobre	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**26. KOMUNIKATORY GŁOSOWE,
np. Skype**

	zdecydowa- nie za słabe	słabe	przeciętne	dobre	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. E-MAIL	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. LIST	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. TELEFON

	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE, np. Nasza-klasa

	zdecydowanie za słabe	słabe	przeciętne	dobrze	bardzo dobrze
1. szybkość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. jakość przekazu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. pewność dostarczenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ilość informacji, które można przekazać	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. archiwum wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. rozmowy głosowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. czat z wieloma użytkownikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. łatwość tworzenia wiadomości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. szybkość odpowiedzi na twoją wiadomość	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. poczucie bliskości/obecności rozmówcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. łatwość wyrażania myśli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. satysfakcja z kontaktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. swoboda komunikacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dane ogólne

31. Płeć:

- Kobieta
- Mężczyzna

32. Wiek:

33. Wykształcenie:

- Podstawowe
- Zawodowe
- Średnie
- Niepełne wyższe (student)
- Wyższe zawodowe (licencjat)
- Wyższe (magister)
- inne (jakie?)

Jeśli chcesz otrzymać wyniki zbiorcze badania, proszę wpisz poniżej swój adres e-mail:

Dziękuję za udział w badaniu!