

Psychospołeczne aspekty Internetu

Redaktorzy naukowci: *Krzysztof Krejtz* i *Jan M. Zajac*

Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej

Jan M. Zajac¹ • Krzysztof Krejtz²

¹ Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski

² Wydział Psychologii, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej

W artykule przedstawiono główne obszary zainteresowań psychologów społecznych badających Internet i jego społeczny kontekst. Chcemy, aby był to rodzaj wprowadzenia i przewodnika dla osób, które pragną pogłębić swoją wiedzę na ten temat. Omawiamy kolejno: specyfikę komunikacji internetowej i zachowania w sieci, zagadnienie tożsamości w kontekście Internetu, związki między aktywnością w Internecie a różnymi obszarami życia, sposoby korzystania z Internetu, prowadzenie badań w Internecie. Przytaczamy podstawowe publikacje, ze szczególnym uwzględnieniem dorobku polskich autorów. Wprowadzamy zarazem artykuły zawarte w tym specjalnym bloku tematycznym *Psychologii Społecznej*.

Słowa kluczowe: aktywność internetowa, komunikacja zapośredniczona przez komputer, korzystanie z Internetu, metodologia badań w Internecie, psychologia Internetu, tożsamość

W pierwszych akapitach tekstów poświęconych psychospołecznym aspektom Internetu autorzy prawie zawsze podkreślają wielką liczbę jego użytkowników, szybkość upowszechnienia i dynamiczny rozwój. Ukazują, w jak dużym stopniu Internet wkroczył w różne obszary życia, od pracy i kształcenia po rozrywkę i komunikację interpersonalną. Z nutką dumy zauważają, że technologia o tak dużym znaczeniu społecznym nie może pozostać domeną wyłącznie nauk technicznych. Jej sukces wszak wynika między innymi z tego, że umożliwia i ułatwia za-

spokajanie ważnych potrzeb społecznych. Nie można nie zgodzić się z tymi argumentami, chociaż Internet nie jest pierwszą technologią komunikacyjną i wskazuje się na liczne analogie do historii innych środków przekazu, na przykład telegrafu (Joinson, 2003) czy radia (Gackenbach i Ellerman, 1998).

Fenomen Internetu polega jednak na tym, że ze społecznego punktu widzenia jest on obecnie czymś znacznie więcej niż jedynie technologią komunikacyjną. Dla wielu grup społecznych stał się naturalnym środowiskiem funkcjonowania społecznego, pozwalającym na zaspokojenie większości społecznych potrzeb i motywacji. Służy nie tylko do poszukiwania informacji, lecz również do zawierania i podtrzymywania znajomości i bliskich związków. Co więcej, sieć jest także środowiskiem tworzenia się nowych społeczności oraz norm społecznych i kulturowych (por. Nowak i Krejtz, 2006). Jesteśmy więc przekonani, że warto poznać całkiem już obszerny dorobek badań psychologów społecznych w tym nowym obszarze.

Jan M. Zajac, Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski,
ul. Stawki 5/7, 00-183 Warszawa,

e-mail: janmzajac@gmail.com

Krzysztof Krejtz, Wydział Psychologii, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa,
e-mail: kkrejtz@swps.edu.pl

Prace nad artykułem były wspierane ze środków na Badania Własne Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego BW 1735/11.

Psychologia Internetu?

Być może zgrabniej byłoby zatytułować ten artykuł „Wprowadzenie do psychologii Internetu”. Wstęp do specjalnego, „internetowego” numeru *Studiów Socjologicznych* nosi przecież tytuł „Wprowadzenie do socjologii Internetu” (Batorski i Olechnicki, 2007). Czy jednak mówienie o psychologii tego szczególnego medium jest uprawnione? Czy obok psychologii zdrowia, szczęścia, miłości i humoru potrzeba nam jeszcze psychologii Internetu?

Za wyodrębnieniem psychologii Internetu przemawia kryterium przedmiotowe. Są psychologowie społeczni, którzy badają zachowanie człowieka w Internecie lub relacje między Internetem a innymi obszarami życia społecznego. Spełnione są także niektóre przesłanki instytucjonalne. Odbywają się międzynarodowe konferencje i funkcjonują specjalne towarzystwa naukowe. Powstają pisma poświęcone problematyce Internetu i – szerzej – technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT), w których zagadnienia psychologii społecznej odgrywają ważną rolę. Publikuje się książki na ten temat i artykuły w renomowanych czasopismach. W 1999 roku ukazała się *The psychology of the Internet* (Wallace, polskie wydanie w 2001 roku) – jedna z pierwszych poważniejszych pozycji dotyczących tej problematyki (por. także Gackenbach, 1998; Suler, b.d.), a w roku 2007 – obszerny tom *Oxford handbook of Internet psychology* (Joinson, McKenna, Postmes i Reips), wydany nakładem Oxford University Press. Przedmiot o nazwie „Psychologia Internetu” jest nauczany na uniwersytetach, również w Polsce.

Z pewnością jest to istotny obszar i przedmiot badań dla psychologów społecznych. Badania tego rodzaju pomagają zrozumieć funkcjonowanie ludzi w coraz ważniejszej sferze ich aktywności i mogą mieć duże znaczenie aplikacyjne. Jak dotąd nie powstała jednak, i być może nigdy nie powstanie, spójna teoria wyjaśniająca zachowania człowieka w Internecie. Rzadko mamy do czynienia z jakościowo nowymi fenomenami. Znacznie częściej obserwowalne zachowania jednostek i zjawiska społeczne można tłumaczyć, odwołując się do dobrze znanych mechanizmów psychospołecznych, co zresztą podkreślają we wstępie do tomu redaktorzy wspomnianego *Oxford handbook of Internet psychology* (Joinson i in., 2007). Prowadzone prace empiryczne najczęściej dotyczą dobrze znanych pytań i problemów, które są badane w nowym środowisku Internetu. Rodzi to zatem uzasadnione wątpliwości, czy można w ogóle mówić o psychologii Internetu. Niezależnie od tych kontrowersji warto Internet badać.

Najogólniej mówiąc, psychologów społecznych zajmujących się tą problematyką interesują przede wszystkim

dwa zagadnienia: (1) zachowanie ludzi w środowisku Internetu i jego specyfika, wynikająca głównie z cech tego medium oraz (2) wzajemne relacje pomiędzy aktywnością internetową a życiem użytkowników poza Internetem. Należy podkreślić, że zarówno samo medium, jak i jego społeczne funkcje zmieniają się bardzo szybko, co trzeba uwzględniać w badaniach. Prace prowadzone w latach 80. czy 90. ubiegłego wieku w wielu przypadkach są już nieaktualne, gdyż środowisko komunikacyjne Internetu zmieniło się tak bardzo, że zmianie uległy również ilościowe i jakościowe własności obserwowanych zachowań społecznych człowieka. To, co dzieje się on-line i off-line coraz częściej jest silnie związane i trudne do rozróżnienia ze względu na coraz większe upowszechnienie Internetu i jego wykorzystanie w różnych obszarach życia codziennego. Jonathon Cummings i Robert Kraut (2002) piszą wręcz o „udomowieniu” Internetu. Obecnie Internet, także w Polsce, wykorzystuje się przede wszystkim do kontaktów z osobami poznanymi poza siecią i często jest on tylko jednym z kilku kanałów komunikacji (Batorski, 2007). Nie tworzy jakiejś odrębnej rzeczywistości i nie jest nową, odmienną przestrzenią społeczną. Co najwyżej taką funkcję mogą pełnić niektóre szczególne środowiska w jego obrębie.

Komunikacja internetowa i specyfika zachowania

Ważny nurt badań dotyczy komunikacji zapośredniczonej przez komputer (*computer-mediated communication* – CMC), która obecnie jest przede wszystkim komunikacją internetową (przegląd badań i teorii zob. Walther i Parks, 2002). Od lat 70. XX wieku badaczy interesowało, czy i w jaki sposób komunikacja zapośredniczona, pozbawiona wielu elementów pozawerbalnych, może mieć charakter osobisty. Szczególnie wiele uwagi poświęcano komunikacji wyłącznie tekstowej, która do niedawna dominowała w Internecie i wciąż jeszcze ma bardzo duże znaczenie. W pierwszych ujęciach podkreślano przede wszystkim ograniczenia CMC (Short, Williams i Christie, 1976; Sproull i Kiesler, 1986). W połowie lat 90. wraz z rosnącą popularnością Internetu zaczęto jednak dostrzegać, że CMC może służyć także celom stricte osobistym i interpersonalnym. Wśród wielu prac ukazujących zalety komunikacji zapośredniczonej na szczególną uwagę zasługują publikacje Josepha Walthera (1992, 1996). Walther (1992) stwierdził, że główne ograniczenia w interakcji zapośredniczonej wynikają z wolniejszego tempa wymiany informacji i dowiódł, że po nieco dłuższym czasie taka komunikacja będzie równie osobista. Co więcej, komunikacja tekstowa wcale nie musi być zimna i bezosobowa, gdyż użytkownicy korzystają z dostępnych sposobów wzbogacenia jej w celu nadawania i odczyty-

wania znaczenia, tworząc tak zwany parajęzyk. Walther zauważył również, że w pewnych sytuacjach brak osobistego wymiaru komunikacji nie jest wadą, lecz zaletą, gdyż pomaga skupić się na zadaniu. Zarazem w niektórych sytuacjach komunikacja zapośredniczona może być wręcz hiperosobista – umożliwia szybsze osiągnięcie zażyłości i intymności niż komunikacja bezpośrednia (Walther, 1996; por. także Bargh, McKenna i Fitzsimons, 2002).

Badanie komunikacji w Internecie nie wystarcza do zrozumienia specyfiki zachowania w tej przestrzeni społecznej. W ważnym artykule opublikowanym w 2000 roku w *Personality and Social Psychology Review* Katelyn McKenna i John Bargh omówili cztery czynniki, które ich zdaniem mogą wpływać na odmienność zachowania w Internecie. Pierwszym i chyba najważniejszym jest anonimowość czy dokładniej: wrażenie anonimowości, gdyż w sensie technicznym w Internecie rzadko kiedy jesteśmy anonimowi (por. Mazurek, 2006a). Kolejny czynnik to odległość fizyczna kontaktujących się ze sobą osób, która w sieci traci znaczenie. Potencjalnie możemy kontaktować się z kim tylko zechcemy, niezależnie od jego lokalizacji. Trzecim czynnikiem w ujęciu McKenny i Bargha (2000) jest znacznie mniejsze znaczenie wyglądu fizycznego i aspektów wizualnych, czyli czynników grających dużą rolę w powstawaniu pierwszego wrażenia i w ogóle rozwoju interakcji w kontaktach bezpośrednich. Czwartym i ostatnim jest mniejsze znaczenie czasu, gdyż w Internecie dużą wagę ma komunikacja asynchroniczna (np. e-mail czy fora dyskusyjne), w której ramach można dowolnie poprawiać i kształtować wypowiedź.

Wymienione czynniki, zdaniem McKenny i Bargha (2000), powodują, że czasem w sieci pewne zjawiska psychologiczne i społeczne wyglądają nieco inaczej niż off-line. Ten model teoretyczny powstał jednak przed kilku laty, kiedy w Internecie zdecydowanie dominowała komunikacja tekstowa. Obecnie komunikacja zapośredniczona coraz częściej jest multimedialna, przez co znaczenia nabierają jej wizualne i dźwiękowe aspekty, a poza tym czujemy się mniej anonimowi. Ponadto badania empiryczne dowodzą, że komunikacja internetowa bardzo często przebiega między ludźmi mieszkającymi w bliskiej odległości i na przykład kontakty przez komunikator Gadu-Gadu są w dużym stopniu uwarunkowane bliskością geograficzną (Rakocy, Batorski i Kucharski, 2006).

Obecnie brakuje jednego spójnego modelu specyfiki zachowania w Internecie. Można się zastanawiać, czy stworzenie go jest w ogóle możliwe ze względu na bardzo duże zróżnicowanie technologiczne różnych środowisk i form komunikacji w sieci. Wiele zjawisk zauważanych

w Internecie dobrze opisują i wyjaśniają teorie psychologiczne, na przykład rozhamowanie zachowania (Joinson, 1998) czy efekt deindywidualizacji (Postmes, Spears i Lea, 2000). Odwoływanie się do mechanizmów znanych spoza Internetu pomaga zrozumieć agresję w sieci (Malamuth, Linz i Yao, 2005) czy relacje wewnątrz- i międzygrupowe (McKenna i Seidman, 2005).

Tożsamość a Internet

Internet od swojego powstania zainteresował badaczy tożsamości (zob. np. Krejtz i Krejtz, 2006; Mazurek, 2006b). Jedną z szerzej dyskutowanych w naukach społecznych jest silnie osadzona w nurcie filozofii postmodernistycznej koncepcja antropolożki Sherry Turkle (1995, 2001). Autorka podkreśla, że Internet stwarza możliwości aktywnego konstruowania dowolnej liczby stosunkowo niezależnych od siebie tożsamości. Jej zdaniem tożsamości wykreowane w Internecie mają także bardzo silny wpływ na zachowanie człowieka poza Internetem. Turkle zauważa również, że w komunikacji zapośredniczonej mamy do czynienia z odcielesnieniem tożsamości, która nie jest już ograniczona takimi zewnętrznymi wyznacznikami, jak wiek, płeć czy rasa. Jej śladem wielu autorów (np. Berman i Bruckman, 2001; Bolter, 2001; Donath, 1999) porównywało Internet do laboratorium i miejsca eksperymentów z tożsamością.

Badania polskie idą nieco dalej i pokazują związek pomiędzy społecznymi doświadczeniami internetowymi a strukturą poznawczą i afektywną wiedzy na własny temat. Wielopostaciowość Ja człowieka znajduje odzwierciedlenie również w cechach struktury samowiedzy i samooceny. Ludzie organizują wiedzę o samym sobie w odrębne role społeczne, schematy Ja, aspekty itp. Często wyodrębniane są one na podstawie kontaktów ze znaczącymi innymi osobami lub grupami. Wielość kontaktów internetowych oraz ich nieco inny charakter, na przykład większa labilność czy płytkość, mogą hipotetycznie kształtować strukturę Ja jako mniej uporządkowaną treściowo i afektywnie. Stwierdzono, że liczba i głębokość kontaktów internetowych są związane z uporządkowaniem wiedzy o sobie oraz złożonością poznawczej struktury samowiedzy (Krejtz i Krejtz, 2006).

W serii badań empirycznych wykazano, że ludzie mają tendencję do ujawniania w kontakcie z nieznanymi swoich skrywanych cech osobowości – „Ja prawdziwego” zgodnie z koncepcją Carla Rogersa – i czynią to chętniej w rozmowie z nimi za pośrednictwem sieci niż w bezpośrednich kontaktach (Bargh i in., 2002). Co więcej, rozmówcy byli w stanie odczytać te cechy trafniej niż podczas tradycyjnej rozmowy. Dzięki temu oraz rzutowaniu na rozmówcę cech idealnego partnera rozmowy bada-

ni z grupy relacji internetowych mieli bardziej pozytywne odczucia względem poznawanej osoby niż badani, którzy poznawali nową osobę w tradycyjny sposób, a także wyrażali większą chęć utrzymywania z nią relacji.

Potwierdzenie empiryczne znalazła także teza o szczególnym znaczeniu ekspresji w sieci dla grup o zmarginalizowanych tożsamościach (McKenna, 2007; McKenna i Bargh, 1998). Aktywni uczestnicy internetowych grup dyskusyjnych dla osób o mniejszościowych i nieuznawanych społecznie skłonnościach seksualnych i poglądach politycznych znaleźli na tym forum możliwości wyrażenia siebie. W efekcie wzrosła ich samoakceptacja oraz poczucie przynależności i więzi z podobnymi osobami, a zmniejszyło się poczucie odrzucenia przez społeczeństwo i izolacji społecznej. Dość częstym skutkiem aktywności w sieci była chęć ujawnienia nieakceptowanej tożsamości poza Internetem. Autorzy interpretują te mechanizmy w kategoriach zbliżania się Ja realnego i Ja idealnego dzięki interakcjom w grupie online.

Badania nad tożsamością w sieci przeszły ciekawą ewolucję. Niegdyś dotyczyły takich kwestii, jak zabawy z tożsamością czy podawanie się, na przykład, za osoby o przeciwnej płci. Od pewnego czasu większą uwagę zwraca się na badania związku doświadczeń internetowych ze strukturą Ja oraz zmian w rozumieniu i prezentowaniu siebie poprzez ujawnianie skrywanych, aczkolwiek głęboko prawdziwych aspektów własnego obrazu siebie. Wydaje się, że zostało to wymuszone przez rozwój wiedzy na temat zachowań człowieka w Internecie, jak również ze względu na lepsze zrozumienie samego Internetu. Internetowe „zabawy z tożsamością” nie są wcale częste i dotyczą przede wszystkim specyficznych środowisk, jak choćby gier typu MUD (por. Walther i Parks, 2002) oraz zachowań charakterystycznych dla pewnych grup, na przykład nastolatków, którzy znajdują się w szczególnym momencie rozwoju swojej tożsamości.

Internet a życie psychiczne i społeczne

Wiele badań, prowadzonych także w Polsce, dotyczy związków pomiędzy korzystaniem z Internetu a różnymi obszarami życia psychicznego i społecznego człowieka. Można je określić jako studia nad zależnościami między aktywnością w Internecie a różnymi aspektami życia poza nim.

Pytanie o to, co dzieje się z jednostkami i społeczeństwami pod wpływem sieci, wydaje się bardzo ciekawe, ale trudno uzyskać satysfakcjonujące odpowiedzi na nie. Internet – jak każda technologia – ewoluuje, stąd też wyniki badań po pewnym czasie dezaktualizują się. Poza tym w przypadku tak niejednorodnego medium trudno mówić o ogólnych konsekwencjach korzystania z niego.

Bardziej uprawnione byłoby analizowanie konsekwencji wykorzystywania jego różnych form i funkcji. Występuje także wiele problemów natury metodologicznej, powodujących, że trudno porównywać wyniki poszczególnych badań i wnioskować o przyczynowości. Częstym błędem jest również rozważanie skutków Internetu w oderwaniu od szerszego kontekstu społecznego. Jedną technologią, nawet tak popularną, rzadko bywa jedyną przyczyną obserwowanych zjawisk. Zazwyczaj jest to tylko jeden z wielu czynników wpisujących się w szersze procesy przemian życia społecznego, wzorców kontaktów interpersonalnych i stylu życia, zaś na efekty korzystania wpływają także cechy psychologiczne czy zmiany trybu życia jednostki.

Wobec tych ograniczeń trudno nakreślić jednoznaczny obraz konsekwencji korzystania z Internetu. Kolejne badania dostarczają jednak nowych, ciekawych wniosków i obserwacji. Wielu z nich nie da się jednoznacznie zaklasyfikować do obszaru psychologii społecznej czy socjologii. Wystarczy wspomnieć studia nad związkami między korzystaniem z Internetu i utrzymywaniem kontaktów z innymi osobami oraz kapitałem społecznym (np. Hampton i Wellman, 2002; Norris, 2004), wykorzystaniem czasu (np. Anderson i Tracey, 2002; Nie, Hillygus i Erbring, 2002) czy zaangażowaniem w życie społeczności, aktywnością obywatelską i działaniami zbiorowymi (np. Katz i Rice, 2002; Postmes, 2007). Do obszaru psychologii można natomiast z pewnością zaliczyć badania związków między użytkowaniem Internetu a dobrostanem psychicznym oraz badania wpływu osobowości i temperamentu na sposób korzystania z Internetu (np. Kraut i in., 2002; Kraut i in., 1998; LaRose, Eastin i Gregg, 2001). Inne ciekawe publikacje dotyczą roli Internetu w bliskich relacjach interpersonalnych, miłości i przyjaźni (np. Ben-Ze'ev, 2005; Boneva, Kraut i Froehlich, 2001; Parks i Floyd, 1995; Whitty, 2007).

Warto podkreślić, że polscy autorzy mają w tym obszarze istotny dorobek (Batorski, 2006, 2007; Henne, 2003; Leszczyńska, 2006; Skarżyńska i Henne, 2005; po polsku ukazał się również artykuł Wellmana i Hogana, 2005). Dorobek ten uzupełnia zamieszczony w prezentowanym numerze przekrojowy artykuł Agaty Błachnio, ukazujący wyniki różnych badań dotyczących dobrostanu psychicznego i relacji interpersonalnych. Może on służyć jako wprowadzenie w tematykę i źródło wskazówek bibliograficznych. Ponadto seksualność w sieci badał Zbigniew Izdebski (2006). Ważnym źródłem mogą być też socjologiczne teksty na temat społeczności internetowych (np. Olcoń, 2006a, 2006b; Szpunar, 2004).

Dostęp do Internetu i sposoby korzystania z niego

Pomimo rosnącej popularności Internetu obecnie korzysta z niego nie więcej niż 40% dorosłych Polaków (Batorski, 2007). Dla porównania: w całej Unii Europejskiej grupa użytkowników Internetu stanowi 54% dorosłych mieszkańców, w państwach z największym odsetkiem internautów na świecie – ok. 70–80%, a w Islandii – aż 86% (za: Internet World Stats, 2008). Co więcej, użytkownicy bardzo wyraźnie różnią się intensywnością i wzorami korzystania z Internetu, a to z kolei wpływa na rolę, jaką odgrywa on w ich życiu.

Do niedawna kwestia upowszechnienia i korzystania z tej technologii była domeną przede wszystkim socjologów, zwracających uwagę głównie na nierówności społeczne oraz związane z nimi finansowe i techniczne bariery użytkownika Internetu. Wraz z coraz powszechniejszym dostępem do sieci na znaczeniu zyskują inne czynniki, takie jak kompetencje, motywacja i sposoby korzystania (por. Hargittai, 2002; Van Dijk, 2005). W krajach, gdzie z Internetu korzysta zdecydowana większość obywateli, sam fakt dostępu różnicuje ich w mniejszym stopniu niż czynniki związane ze sferą psychologiczną. Nawet w krajach o niezbyt dużym odsetku użytkowników, jak Polska, część osób nie korzysta z Internetu z powodów innych niż koszty i trudności techniczne (Batorski, 2007). Można zatem sądzić, że psychologowie będą w przyszłości odgrywali ważną rolę w dyskusji nad sposobami korzystania z Internetu.

Ważnym głosem w tej dyskusji jest zamieszczony w niniejszym numerze artykuł Patrycji Rudnickiej. Autorka wskazuje na duże zróżnicowanie internautów pod względem rodzaju podejmowanych aktywności, zauważalne nawet wśród studentów, a więc kategorii wyróżniającej się sposobem korzystania z sieci. Podkreśla, że obok zmiennych demograficznych różne klasy użytkowników różnicują także zmienne psychologiczne. Wyniki jej badań świadczą również o tym, że za wykluczeniem technologicznym stoją nie tylko „twarde” uwarunkowania technologiczne, ale i czynniki motywacyjne.

Podobnej tematyki dotyczy tekst Olega Gorbaniuka, Joanny Wiciok i Moniki Hermanowicz-Górny. Autorzy dowodzą znaczenia czynników psychologicznych dla dokonywania zakupów w sieci. Zakupy przez Internet mogą przynieść znaczne oszczędności lub być, po prostu, bardzo wygodne, ale robi je tylko część internautów. Jak wskazują wyniki prezentowanego badania, jest to w znacznym stopniu uwarunkowane cechami psychologicznymi i może być wyjaśniane przez model planowanego zachowania Ajzena i Fishbeina.

Prowadzenie badań w Internecie

Coraz częściej sieć wykorzystuje się do prowadzenia badań naukowych, których tematyka niekoniecznie musi dotyczyć Internetu. Rodzi to nowe wyzwania metodologiczne wobec dobrze ugruntowanych paradygmatów badawczych. Do ważnych zalet takich badań należą możliwości zmniejszenia ich kosztów i przyspieszenia realizacji, jak również zastosowania w naturalnym środowisku społecznym technik badawczych, wykorzystywanych do tej pory w laboratoriach uniwersyteckich. Nie można jednak zapominać o ograniczeniach, wynikających między innymi z mniejszej kontroli nad sytuacją badania i trudności ze standaryzacją. Istotne są również dylematy etyczne badań prowadzonych przez Internet (Ess, 2002).

Obecnie Internet wykorzystuje się niemal w każdym paradygmacie metodologicznym: w badaniach eksperymentalnych (Birbaum, 2000; Reips, 2002, 2007), sondażowych (Couper, 2000; Dillman, 2000), jakościowych (Mann i Stewart, 2000) czy nawet z użyciem testów psychologicznych (Buchanan, 2007; Naglieri i in., 2004). W literaturze można znaleźć wiele znaczących pozycji przeglądowych i prac zbiorowych (np. Hine, 2005; Joinson i in., 2007; Jones, 1999; Reips i Bosnjak, 2001; Skitka i Sargis, 2005) i warto z nich korzystać. W ostatnich latach ukazały się również ciekawe pozycje w języku polskim (Batorski i Olcoń, 2006; Henne, 2004; Jeran, 2004; Olcoń, 2006c; Parzuchowski, 2005; Sobieszek, 2006; Żmijewska-Jędrzejczak, 2004), zaś w 2007 roku w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie powstało Internetowe Laboratorium Eksperymentalne DigiLab, które jest chyba pierwszą w Polsce wydzieloną w strukturze uczelni wyższej komórką organizacyjną, zajmującą się problemami metodologicznymi badań internetowych.

Problematyki tej dotyczy również zamieszczony w niniejszym numerze artykuł Jana M. Zająca i Dominika Batorskiego na temat skłaniania do udziału w badaniach internetowych. Autorzy – odwołując się do wyników licznych eksperymentów metodologicznych, w tym również studiów własnych – omawiają wiele aspektów internetowych projektów badawczych, które wpływają na chęć uczestnictwa. Wobec stosunkowo niskiej motywacji potencjalnych uczestników zagadnienie to ma znaczenie dla wszystkich badaczy projektujących badania ze świadomym udziałem osób badanych.

Inne zagadnienia

Ten krótki przegląd nie wyczerpuje długiej listy zagadnień związanych z Internetem, które mogą być interesujące dla psychologów społecznych. Tematem często podejmowanym w mediach jest problematyczne korzystanie z Internetu i nadużywanie go (np. Morahan-Martin,

2005, 2007; Poprawa, 2006) czy wręcz, jak postuluje wielu autorów, uzależnienie od niego (np. Young, 1998). Wątpliwości budzi pytanie, czy w ogóle można mówić o uzależnieniu od Internetu, czy raczej od różnych form i sposobów korzystania z niego, na przykład od hazardu, pornografii czy interakcji społecznych w Internecie. Wiele badań wskazuje także na to, że problematyczne korzystanie z Internetu zazwyczaj (ale nie zawsze!) wiąże się z innymi problemami i zaburzeniami.

Uzależnienie to tylko jeden z aspektów tak zwanej ciemnej strony Internetu. Obok niego zwraca się uwagę na agresję w sieci (Malamuth i in., 2005) i szerzenie nienawiści (Douglas, 2007), oszustwa, włamania do systemów informatycznych i naruszanie praw autorskich (Joinson, 2005) oraz trawienie czasu i odwlekanie pracy z powodu aktywności internetowych (Lavoie i Pychyl, 2001; Zajac, 2006). Podkreśla się niebezpieczeństwa czyhające na dzieci i młodzież – od zalewu niewiarygodnych informacji aż po pedofilię (np. Livingstone i Bober, 2005; „Zagrożenia dzieci”, 2005). Internet w wielu przypadkach nie tylko umożliwia intensyfikację i propagowanie zachowań niepożądanych, ale i stwarza zupełnie nowe ich formy (Joinson, 2005). Tym ważniejsza jest się więc rola psychologów, którzy powinni zwracać uwagę na to, jak im zapobiegać i eliminować je.

Nowoczesne technologie mają znaczenie także w wielu dziedzinach psychologii stosowanej: od kształcenia, szczególnie na odległość, przez zastosowanie komunikacji zapośredniczonej i Internetu w organizacjach, zwłaszcza w zarządzaniu zasobami ludzkimi (Gueutal i Stone, 2005), aż po wykorzystanie Internetu w pomocy psychologicznej i – co rodzi uzasadnione kontrowersje – terapii (Aouil, 2004; Rochlen, Zack i Speyer, 2004).

Dorobek polskich autorów

Trzy spośród czterech prac dotyczących Internetu, zamieszczonych w niniejszym numerze, po raz pierwszy zaprezentowano w 2006 roku na konferencji „Społeczne aspekty Internetu”, stąd też od niej rozpoczniemy krótkie omówienie dorobku polskich autorów w interesującym nas obszarze.

Ogólnopolskie konferencje „Społeczne aspekty Internetu” (SAI) organizowano w Warszawie w latach 2005 i 2006. Brały w nich udział przede wszystkim młodzi badacze, najczęściej reprezentujący socjologię i psychologię społeczną, a także kulturoznawstwo, medioznawstwo i inne dyscypliny. Konferencja SAI2006 została zorganizowana przez Instytut Społecznej Psychologii Informatyki i Komunikacji Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej oraz Instytut Dziennikarstwa, Instytut Studiów Społecznych i Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, przy

wspieraniu Polskiego Stowarzyszenia Studentów i Absolwentów Psychologii, Oddziału Mazowieckiego Polskiego Towarzystwa Informatycznego oraz sponsorów: NASK i Allegro.pl. Zgłoszono aż 98 propozycji wystąpień, a po selekcji abstraktów ostatecznie zakwalifikowano 45 prezentacji i 24 postery, w tym osiem posterów studenckich. W programie znalazł się wykład gościa specjalnego prof. Henry’ego Jenkinsa z MIT i dwa panele tematyczne. Wybrane prace opublikowano w specjalnych numerach tematycznych *Studiów Medioznawczych* (nr 3[30], 2007), *Studiów Socjologicznych* (nr 3[186], 2007) i bieżącym numerze *Psychologii Społecznej*. Dokładny opis konferencji można znaleźć na stronie <http://sai.spik.swps.edu.pl/> oraz w sprawozdaniu (Juza, 2007).

Konferencje naukowe związane z tematyką społecznych aspektów Internetu organizowano także w innych ośrodkach: Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Elblągu („Oblicza Internetu”, 2004–2007), Gdańskiej Wyższej Szkole Humanistycznej, Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, na Uniwersytecie Gdańskim i Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie. Zazwyczaj miały charakter interdyscyplinarny i tylko niewielka część referatów dotyczyła tematyki psychospołecznej. Warto dodać, że Adam N. Joinson – jeden z wiodących badaczy psychospołecznych aspektów Internetu – był gościem specjalnym konferencji zorganizowanej w 2003 roku na Uniwersytecie Gdańskim przez Koło Nauk Psychologicznych Anima.

Należy też wspomnieć, że dwie najważniejsze światowe konferencje są organizowane dorocznie przez stowarzyszenia Association of Internet Researchers (AoIR, zob. www.aoir.org) oraz Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (DGOF, zob. www.gor.de). Obie mają charakter interdyscyplinarny, przy czym AoIR uwzględnia bardzo szeroki wachlarz tematów, z przewagą nauk o komunikacji, zaś DGOF jest obecnie nastawione przede wszystkim na badania ilościowe.

Dorobek publikacyjny polskich autorów nie jest na razie duży. Dla psychologów społecznych najbardziej interesująca powinna być praca zbiorowa *Społeczna przestrzeń Internetu* (Batorski, Marody i Nowak, 2006) oraz artykuły publikowane w czasopiśmie (np. Henne, 2003; Parzuchowski, 2005; Skarżyńska i Henne, 2005). Przydatne mogą być też niektóre artykuły ze specjalnych numerów *Studiów Socjologicznych* (nr 3[186], 2007), *Studiów Medioznawczych* (nr 3[22], 2005 i nr 3[30], 2007) i *Kultury Współczesnej* (nr 1[43], 2005) oraz publikacje książkowe (Filiciak, 2006; Grzenia, 2006; Jonak i in., 2006; Kurczewski, 2006). Kolejne (od 2003 roku) raporty *Diagnoza Społeczna* – dostępne wraz z danymi, które można wykorzystać w samodzielnych analizach, na

stronie www.diagnoza.com – zawierają obszerny moduł dotyczący korzystania z komputerów i Internetu.

Książki przetłumaczone na język polski to przede wszystkim *Psychologia Internetu* Patricii Wallace (2001) – napisana w sposób bardzo komunikatywny, ale raczej popularnonaukowa i niezbyt już aktualna oraz *Miłość w sieci* Aarona Ben Ze'eva (2005) – ciekawa, wręcz kontrowersyjna i zarazem często spekulatywna, gdyż wiele tez autora nie ma pokrycia w wynikach badań empirycznych. Warto też sięgnąć po książki socjologa Manuela Castellsa (2003, 2007) i medioznawcy Henry'ego Jenkinsa (2006). Najbardziej przydatna będzie jednak literatura anglojęzyczna (przede wszystkim Joinson i in., 2007 i Amichai-Hamburger, 2005, a także np. Gackenbach, 1998; Joinson, 2003; Suler, b.d.; Wellman i Haythornthwaite, 2002). Najwięcej artykułów dotyczących psychologicznych i społecznych aspektów Internetu można znaleźć w czasopismach *CyberPsychology and Behaviour*, *Computers in Human Behaviour*, *Social Science Computer Review*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, *First Monday* i *International Journal of Internet Science*. Trzy ostatnie są w całości dostępne w Internecie.

Jako ciekawostkę warto dodać, że prawdopodobnie pierwszymi polskimi zajęciami akademickimi dotyczącymi opisywanej tematyki było seminarium „Psychologia Internetu”, prowadzone przez Andrzeja Nowaka na Uniwersytecie Warszawskim w semestrze zimowym roku 2001/2002. Potem wprowadzono je do programu studiów psychologicznych na specjalności „Społeczna psychologia informatyki i komunikacji” w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, na Uniwersytecie Warszawskim, Uniwersytecie Gdańskim i w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Warszawie, przy czym w dwóch pierwszych uczelniach obejmowały one także metodologię badań przez Internet.

LITERATURA CYTOWANA

- Amichai-Hamburger, Y. (red.). (2005). *The social Net: Understanding human behavior in cyberspace*. Oxford: Oxford University Press.
- Anderson, B., Tracey, K. (2002). Digital living: The impact (or otherwise) of the internet on everyday British life. W: B. Wellman, C. Haythornthwaite (red.), *The Internet in everyday life* (s. 139–163). Malden, MA: Blackwell.
- Aouil, B. (2004). *Psychologia pomocy online czyli internet w poradnictwie psychologicznym*. Bydgoszcz: Magraf.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y., Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the „true self” on the Internet. *Journal of Social Science*, 58, 33–48.
- Batorski, D. (2006). Korzystanie z nowych technologii: uwarunkowania, sposoby i konsekwencje. W: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków* (s. 269–297). Warszawa: Vizja Press&IT.
- Batorski, D. (2007). Uwarunkowania i konsekwencje korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych. W: J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza Społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków* (s. 274–295). Uzyskano 27 grudnia 2007 z <http://www.diagnoza.com>
- Batorski, D., Marody, M., Nowak, A. (red.). (2006). *Społeczna przestrzeń Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academic.
- Batorski, D., Olcoń, M. (2006). Prowadzenie badań przez internet: podstawowe zagadnienia metodologiczne. *Studia Socjologiczne*, 3, 99–132.
- Batorski D., Olechnicki, K. (2007). Wprowadzenie do socjologii internetu. *Studia Socjologiczne*, 3, 5–14.
- Ben-Ze'ev, A. (2005). *Miłość w sieci. Internet i emocje*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Berman, J., Bruckman, A. S. (2001). The Turing Game. Exploring identity in an online environment. *Convergence*, 7(3), 83–102. Uzyskano 27 grudnia 2007 z <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/convergence-tg-01.pdf>
- Birnbaum, M. H. (2000). *Psychological experiments on the Internet*. New York: Academic Press.
- Bolter, J. D. (2001). Identity. W: T. Swiss (red.), *Unspun: Key concepts for understanding the World Wide Web* (s. 17–29). New York: NYU Press.
- Boneva, B., Kraut, R., Frohlich, D. (2001). Using e-mail for personal relationships: The difference gender makes. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 530–549.
- Buchanan, T. (2007). Personality testing on the Internet: What we know and what we do not. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 447–460). Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2003). *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Castells, M. (2007). *Społeczność sieci*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Couper, M. P. (2000). *Web surveys: A review of issues and approaches*. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464–494.
- Cummings, J. N., Kraut, R. (2002). Domesticating computers and the Internet. *The Information Society*, 18(3), 1–18.
- Dillman, D. A. (2000). *Mail and internet surveys: The tailored design method*. New York: John Wiley.
- Donath, J. (1999). Identity and deception in the virtual community. W: M. A. Smith, P. Kollock (red.), *Communities in cyberspace* (s. 29–59). London: Routledge.
- Douglas, K. M. (2007). Psychology, discrimination and hate groups online. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 155–164). Oxford: Oxford University Press.
- Ess, Ch., AoIR ethics working committee (2002). *Ethical decision-making and Internet research. Recommendations from the AoIR ethics working committee*. Uzyskano 27 grudnia 2007 z <http://www.aoir.org/reports/ethics.pdf>

- Filiciak, M. (2006). *Wirtualny plac zabaw*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Gackenbach, J. (red.). (1998). *Psychology and the Internet*. San Diego: Academic Press.
- Gackenbach, J., Ellerman, E. (1998). Introduction to psychological aspects of internet use. W: J. Gackenbach (red.), *Psychology and the Internet* (s. 1–26). San Diego: Academic Press.
- Grzenia, J. (2006). *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gueutal, H., Stone, D. L. (red.). (2005). *The brave new world of eHR: Human resources in the digital age*. San Francisco: Pfeiffer.
- Hampton, K. N., Wellman, B. (2002). The not so global village of Netville. W: B. Wellman, C. Haythornthwaite (red.), *The Internet in everyday life* (s. 345–371). Oxford: Blackwell.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4). Uzyskano 27 grudnia 2007 z http://www.firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai
- Henne, K. (2003). Kompetencja społeczna i inteligencja emocjonalna a zaangażowanie w Internet. *Psychologia Jakości Życia*, 2, 111–130.
- Henne, K. (2004). Internet – nowa metoda badań w psychologii. *Nowiny Psychologiczne*, 2, 5–30.
- Hine, C. (red.). (2005). *Virtual methods: Issues in social research on the Internet*. Oxford: Berg.
- Internet World Stats (2008). Uzyskano 2 stycznia 2008 z <http://www.internetworldstats.com>
- Izdebski, Z. (2006). *Seksualność Polaków w dobie HIV/AIDS – ryzykowna dekada. Studium porównawcze*. Zielona Góra: Uniwersytet Zielonogórski.
- Jeran, A. (2004). Internet jako narzędzie i przedmiot badań. *Kultura i Społeczeństwo*, 4, 179–186.
- Jenkins, H. (2006). *Kultura konwergencji: Zderzenie starych i nowych mediów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Joinson, A. (1998). Causes and implications of disinhibited behaviour on the Internet. W: J. Gackenbach (red.), *Psychology and the Internet* (s. 43–60). San Diego: Academic Press.
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of Internet behaviour: Virtual worlds, real lives*. New York: Palgrave Macmillan.
- Joinson, A. N. (2005). Deviance and the Internet: New challenges for social science. *Social Science Computer Review*, 23, 5–7.
- Joinson, A. N., McKenna, K. Y. A., Postmes, T., Reips, U.-D. (2007). *Oxford handbook of Internet psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Jonak, Ł., Mazurek, P., Olcoń, M., Przybylska, A., Tarkowski, A., Zajac, J. M. (red.). (2006). *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Jones, S. (red.). (1999). *Doing Internet research: Critical issues and methods for examining the Net*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Juza, M. (2007). Sprawozdanie z drugiej ogólnopolskiej konferencji naukowej Społeczne Aspekty Internetu. *Studia Mediodoznawcze*, 3, 121–130.
- Katz, J. E., Rice, R. E. (2002). *Social consequences of the Internet*. Cambridge: MIT Press.
- Kraut, R. E., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58 (1), 49–74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, 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 doświadczeniem w internecie a reprezentacją obrazu siebie. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 91–113). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Kurczewski, J. (red.). (2006). *Wielka sieć: E-seje z socjologii Internetu*. Warszawa: Trio.
- LaRose, R., Eastin, M. S., Gregg, J. (2001). Reformulating the Internet paradox: Social cognitive explanations of Internet use and depression. *Journal of Online Behavior*, 1(2). Uzyskano 7 czerwca 2004 z <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/paradox.html>
- Lavoie, J. A. A., Pychyl, T. A. (2001). Cyberslacking and the procrastination superhighway: A web-based survey of online procrastination, attitudes, and emotion. *Social Science Computer Review*, 19, 431–444.
- Leszczyńska, J. (2006). Czy Internet odbiera nam szczęście? Wpływ korzystania z Internetu na dobrostan psychiczny użytkowników. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 183–208). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Livingstone, S., Bober, M. (2005). *UK children go online*. Uzyskano 7 sierpnia 2006 z <http://www.children-go-online.net>
- Malamuth, N., Linz, D., Yao, M. (2005). The Internet and aggression: Motivation, disinhibitory and opportunity aspects. W: Y. Amichai-Hamburger (red.), *The social Net: Understanding human behavior in cyberspace* (s. 163–190). Oxford: Oxford University Press.
- Mann, Ch., Stewart, F. (2000). *Internet communication and qualitative research. A handbook for researching online*. London: Sage Publications.
- Mazurek, P. (2006a). Anatomia internetowej anonimowości. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 79–90). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Mazurek, P. (2006b). Internet i tożsamość. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 113–132). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- McKenna, K. Y. A. (2007) Through the Internet looking glass: Expressing and validating the true self. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.) *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 205–221). Oxford: Oxford University Press.
- McKenna, K. Y. A., Bargh, J. A. (1998). Coming out in the age of Internet: Identity “demarginalization” through virtual group

- participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 681–694.
- 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(1), 57–75.
- McKenna, K. Y. A., Seidman, G. (2005). You, me and we: Interpersonal processes in electronic groups. W: Y. Amichai-Hamburger (red.), *The social Net: Understanding human behavior in cyberspace* (s. 191–217). Oxford: Oxford University Press.
- Morahan-Martin, J. (2005). Internet abuse: Addiction? Disorder? Symptom? Alternative explanations? *Social Science Computer Review*, 23, 39–48.
- Morahan-Martin, J. (2007). Internet use and abuse and psychological problems. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 331–345). Oxford: Oxford University Press.
- Naglieri, J. A., Drasgow, F., Schmit, M., Handler, L., Pfrifera, A., Margolis, A., Velasquez, R. (2004). Psychological testing on the Internet: New problems, old issues. *American Psychologist*, 59(3), 50–162.
- Nie, N. H., Hillygus, D. S., Erbring, L. (2002). Internet use, interpersonal relations, and sociability: A time diary study. W: B. Wellman, C. Haythornthwaite (red.), *The Internet in everyday life* (s. 215–243). Malden, MA: Blackwell.
- Norris, P. (2004). The bridging and bonding role of online communities. W: Ph. N. Howard, S. Jones (red.), *Society online: The Internet in context* (s. 31–42). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nowak, A., Krejtz, K. (2006). Internet z perspektywy nauk społecznych. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 113–132). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Olcoń, M. (2006a). *Blogi jako przejaw współczesnego trybalizmu*. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 147–161). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Olcoń, M. (2006b). *Uspołecznienie macierzyństwa przez dyskurs w przestrzeni internetowej*. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 267–281). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Olcoń, M. (2006c). Zogniskowane wywiady grupowe online – charakterystyka techniki badawczej. W: Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J. M. Zając (red.), *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje* (s. 395–412). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Parks, M., Floyd, K. (1995). Making friends in cyberspace. *Journal of Computer Mediated Communication*, 1(4). Uzyskano 27 grudnia 2007 z <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/parks.html>.
- Parzuchowski, M. (2005). Ja też nie cierpię polityki: relacyjna funkcja narzekania. *Psychologia Jakości Życia*, 4(1), 37–52.
- Poprawa, R. (2006). W poszukiwaniu psychologicznych mechanizmów problematycznego używania Internetu. W: M. Sołowski (red.), *Oblicza Internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku* (s. 113–124). Elbląg: Wydawnictwo PWSZ.
- Postmes, T. (2007). The psychological dimensions of collective action, online. W: A. N. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 165–185). Oxford: Oxford University Press.
- Postmes, T., Spears, R., Lea, M. (2000). The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, 26, 341–371.
- Rakocy, K., Batorski, D., Kucharski, P. (2006, grudzień). *Znaczenie dystansu geograficznego dla struktury internetowych sieci społecznych*. Wystąpienie na Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Społeczne aspekty Internetu”, Warszawa.
- Reips, U.-D. (2002). Standards for internet-based experimenting. *Experimental Psychology*, 49(4), 243–256.
- Reips, U.-D. (2007). The methodology of Internet-based experiments. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 373–390). Oxford: Oxford University Press.
- Reips, U.-D., Bosnjak, M. (red.). (2001). *Dimensions of Internet science*. Berlin: Lengerich.
- Rochlen, A. B., Zack, J. S., Speyer, C. (2004). Online therapy: Review of relevant definitions, debates and current empirical support. *Journal of Clinical Psychology*, 60(3), 269–283.
- Short, J., Williams, E., Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. New York: Wiley.
- Skarżyńska, K., Henne, K. (2005). Internet, kapitał społeczny, szczęście. Kto i dlaczego korzysta z Internetu? *Kolokwia Psychologiczne*, 13, 172–186.
- Skitka, L. J., Sargis, E. G. (2005). Social psychological research and the Internet: The promise and the peril of a new methodological frontier. W: Y. Amichai-Hamburger (red.), *The social net: The social psychology of the Internet* (s. 1–26). Oxford: Oxford University Press.
- Sobieszek, K. (2006). Problem błędu braku odpowiedzi w badaniach internetowych. W: Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J. M. Zając (red.), *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje* (s. 365–394). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Sproull, L., Kiesler, S. (1986). Reducing context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492–1512.
- Suler, J. (b.d.). *Psychology of cyberspace*. Uzyskano 27 grudnia 2007 z <http://users.rider.edu/~suler/psyber/psyber.html>
- Szpunar, M. (2004). Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna. *Studia Socjologiczne*, 2, 95–135.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Turkle, S. (2001). Tożsamość w epoce Internetu. W: Zofia Rosińska (red.), *Blaustein: Koncepcja odbioru mediów* (s. 133–141). Warszawa: Prószyński i S-ka.
- van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The deepening divide, inequality in the information society*. Thousand Oaks: Sage.

- Wallace, P. (2001). *Psychologia Internetu*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52–90.
- Walther, J. B. (1996). Computer mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23, 3–43.
- Walther, J. B., Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. W: M. L. Knapp, J. A. Daly (red.), *Handbook of interpersonal communication* (s. 529–563). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wellman, B., Haythornthwaite, C. (red.). (2002). *The Internet in everyday life*. Malden, MA: Blackwell.
- Wellman, B. Hogan, B. (2005). Internet w życiu codziennym. *Kultura Popularna*, 2(12), 38–46.
- Whitty, M. (2007). Love letters: The development of romantic relationships throughout the ages. W: A. Joinson, K. Y. A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (red.), *Oxford handbook of Internet psychology* (s. 31–42). Oxford: Oxford University Press.
- Young, K. S. (1998). *Caught in the net: How to recognize the signs of Internet addiction, and a winning strategy for recovery*. New York: Wiley.
- Zagrożenia dzieci w Internecie (2005). *Dziecko Krzywdzone: teoria, badania, praktyka*, 13.
- Zając, J. M. (2006). Nadużywanie internetu w pracy. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spoleczna przestrzeń Internetu* (s. 221–236). Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.
- Żmijewska-Jędrzejczak, T. (2004). *Badania internetowe*. W: P. B. Sztabiński, F. Sztabiński, Z. Sawiński (red.), *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych* (s. 241–259). Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.

The Internet as object and area of socio-psychological research

Jan M. Zając¹ • Krzysztof Krejtz²

¹ Faculty of Psychology, University of Warsaw

² Faculty of Psychology, Warsaw School of Social Psychology

Abstract

The paper presents major areas of interest of social psychologists who research the Internet and its social context. The aim is to introduce the reader to this field, giving some guidelines. We briefly discuss the following issues: computer-mediated communication and online behavior; identity and the Internet; relations between Internet activities and various aspects of life; patterns of usage; conducting research online. Most important publications in the area are reviewed, with special attention to works of Polish authors. We also present four articles included in this special issue of *Social Psychology*.

Key words: computer-mediated communication, identity, Internet activities, Internet psychology, online research methods, use of the Internet