

Emanuel Kulczycki, Marcin Sieńko, Piotr Siuda

Wywiad skategoryzowany

Wywiad
skategoryzowany

WPROWADZENIE

W trakcie realizacji zadania „Dzieci sieci – kompetencje komunikacyjne najmłodszych” przeprowadzono wywiad skategoryzowany z dziećmi w wieku od 9 do 13 lat oraz z opiekunami dzieci w tym właśnie wieku (nie musieli to być opiekunowie dzieci biorących udział w badaniu). Do obydwu grup skierowany został inny zestaw pytań, ale zarówno dzieci, jak i dorośli przepytani zostali w kontekście kompetencji związanych z posługiwaniem się internetem. Młodszy respondenci odpowiadali na pytania mające określić poziom kompetencji, natomiast wywiady z dorosłymi miały charakter uzupełniający – odnosiły się do postępowania dorosłych dotyczącego umiejętności sieciowych ich pociech. Wywiad z opiekunami sprawdzał, w jakim zakresie, i w jaki sposób, dorośli kształtują niektóre z wymiarów internetowych kompetencji.

O czasie i miejscu prowadzenia wywiadów więcej informacji znaleźć można w Aneksie metodologicznym; tutaj warto jedynie wspomnieć o kluczowym aspekcie doboru próby obydwu grup respondentów. Zdecydowano przepytąć trzydzieścioro dzieci oraz trzydzieścioro opiekunów z pięciu ośrodków miejskich – Gdańsk, Poznań, Toruń, Warszawa i Zielona Góra. Niezwykle ważne jest, że tylko niektórzy przebadani opiekunowie są opiekunami przebadanych dzieci (młodszy respondenci nie zostali powiązani z respondentami dorosłymi). Powodem tego był nieprobabilistyczny charakter doboru prób dla obydwu grup respondentów – dobór z jednej strony oparty był na dostępności, z drugiej miał charakter arbitralny i celowy, co oznacza, że wyników badania nie powinno się uogólniać na szerszą populację (na przykład populację polskich dzieci w wieku od 9 do 13 lat, jak również na populację opiekunów). Nie należy zatem generalizować, choć nie jest to poważną wadą badania, gdyż badanie ma sygnalizować pewien istotny obszar badawczy, a także być ewentualnym zaczątkiem przyszłych badań o charakterze reprezentatywnym.

DZIECI – DOCIERANIE DO INFORMACJI ORAZ UTRWALANIE WYNIKÓW POSZUKIWAŃ

Jako pierwszy omówiony zostanie wywiad przeprowadzony z dziećmi w wieku od 9 do 13 lat. Pierwsze skierowane do badanych zadanie służyło przebadaniu kompetencji opisywanych w modelu kompetencji (znajdującym się w tym raporcie) w Standardzie 1 dotyczącym zachowań informacyjnych, a konkretnie sprawnego

i skutecznego docierania do informacji. W modelu założono, że dziecko: rozpoznaje potrzeby informacyjne, formułuje pytania w oparciu o te potrzeby oraz wie, że jest wiele źródeł informacji, które potrafi odnaleźć, wybrać i ocenić. Dodatkowo Standard 1 określa kompetencje związane z archiwizowaniem i zabezpieczaniem informacji.

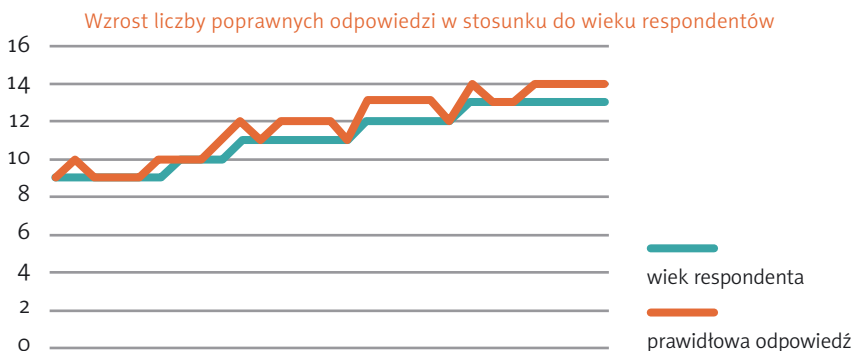
Po zaprezentowaniu respondentowi celu wywiadu oraz zaznajomieniu z podstawową wiedzą dotyczącą realizacji badania, badacz zlecał wykonanie następującego zadania:

Postępując się internetem jako źródłem informacji, wskaż, kto jest reżyserem i scenarzystą filmu Shrek.

Pośród wszystkich respondentów prawidłową odpowiedź wskazało 19 badanych – wskazało zarówno reżysera, jak i scenarzystę filmu *Shrek*. Najczęściej (27 na 30 respondentów) badani korzystali z wyszukiwarki internetowej (głównie wyszukiwarka Google – ustawiona jako strona domowa, jako okno wyszukiwania w przeglądarce Firefox, czy też jako zintegrowany element paska adresowego w przeglądarce Chrome). 9 badanych znalazło informacje o filmie w artykule na Wikipedii. Nie oznaczało to jednak zawsze prawidłowego wskazania reżysera i scenarzysty filmu. 6 respondentów, którzy odnaleźli artykuł na Wikipedii, nie udzieliło poprawnej odpowiedzi (na przykład wskazali jedynie reżysera, nie odróżnili scenografa od scenarzysty, czy też pomylił film *Shrek* z filmem *Shrek Forever*). Poszukując poprawnej odpowiedzi, 5 respondentów wpisało adres serwisu specjalistycznego (na przykład Filmweb.pl) w pasek adresu przeglądarki (niekiedy korzystając z podpowiedzi wyświetlanych na bazie wcześniej przeglądanych stron) – wszystkie te osoby poprawnie wskazały poszukiwane informacje.

Można zauważyć, że wzrost liczby poprawnie wykonanych zadań rośnie wraz ze wzrostem wieku respondentów (wykres 1). Skuteczność znalezienia i oceny źródła informacji wzrastała wraz z wiekiem respondentów – innymi słowy, starsi respondenci lepiej radzili sobie z zadaniem (wynikato to na przykład z posiadanej wiedzy na temat tego, kim jest scenarzysta).

WYKRES 1. Zależność między wiekiem respondenta a udzieleniem prawidłowej odpowiedzi



Po wyszukaniu informacji respondenci zostali zapytani (pytanie otwarte) o to, w jaki sposób mogą zarchiwizować źródło informacji, dzięki któremu odnaleźli odpowiedź na pytanie – odpowiedzi przedstawione są w tabeli 1.

TABELA 1. Jak zarchiwizować znalezione źródło? Na podstawie odpowiedzi udzielonych przez respondentów

KATEGORIA ODPOWIEDZI	LICZBA OSÓB
Dodanie strony do zakładek	7
Zapisanie adresu (nazwy) strony	5
Zapamiętanie wpisanych do wyszukiwarki słów kluczowych	4
Odszukanie znalezionej strony w historii przeglądarki	6
Inny sposób (na przykład skopiowanie znalezionej informacji do edytora tekstu)	3
Odpowiedź typu: „Nie wiem, jak zapamiętać tę stronę”	5
Ogółem	30

Wywiad
skategoryzowany

Powyższe wyniki pokazują, że dzieci zdają sobie sprawę z potrzeby archiwizowania nie tylko samych materiałów i informacji, ale również sposobów ich wyszukiwania. Należy podkreślić liczne wskazania respondentów na zapisywanie informacji w historii przeglądarki – świadomość takiego procesu umożliwiła późniejsze zrozumienie mechanizmów bezpiecznego korzystania z sieci oraz zasad higieny pracy w internecie.

Kompetencje związane z archiwizowaniem informacji badane były również w następujący sposób:

Badacz przedstawia respondentowi poniższy obrazek (wydrukowany na oddzielnej karcie). Czy wiesz, co oznacza ten obrazek?

RYSUNEK 1. Ikona RSS



Źródło: <http://www.iconspedia.com/icon/rss-637-.html>

Jedynie 1 respondent rozpoznał ikonę RSS, 21 respondentów odpowiedziało, że nie wie, co ona oznacza, a 8 respondentów powiedziało, że oznacza coś innego. Wśród tych ostatnich, co interesujące, aż 7 skojarzyło zaprezentowany obrazek z ikoną Wi-Fi (wskazywało wprost na: Wi-Fi, zasięg sieci, Internet). Poniżej znajduje się zestawienie przykładowej ikony Wi-Fi wraz z ikoną RSS (inną wersją ikony zaprezentowanej respondentom).

RYСУNEK 2. Ikony Wi-Fi i RSS



Ikona WiFi



Ikona RSS

Źródło:

<http://www.psdgraphics.com/psd-icons/psd-wireless-icon/>;

http://d1l8737wcvfl1q.cloudfront.net/wp-content/uploads/2011/03/rss_icon.png

Badani respondenci nie potrafili poprawnie nazwać zaprezentowanej im ikony przede wszystkim dlatego, że nie korzystają z podstawowych form subskrypcji (na przykład nie zamawiają newsletterów), a znajdowanie informacji traktują raczej jako zadanie po stronie użytkownika-odbiorcy („muszę sam znaleźć”) niż po stronie nadawcy („chcę, aby ktoś mnie o tym informował”).

DZIECI – SPRAWNE I SKUTECZNE DOCIERANIE DO INFORMACJI

Zadanie drugie miało służyć ocenie sprawnego i skutecznego docierania do informacji (Standard 1). Realizacja zadania postawionego przed dziećmi zakładała posiadanie podstawowej wiedzy na temat rodzajów stron internetowych. W modelu kompetencji wiąże się to ze Standardem 7 („Partycypacja w społecznościach internetowych”), czyli kompetencjami związanymi między innymi z rozpoznawaniem elementów kultury internetowej, aktywnym uczestnictwem w społecznościach internetowych. Przed respondentami postawiono następujące zadanie:

Wyobraź sobie, że kolekcjonujesz maskotki i masz kilka takich samych maskotek świnek. Chciałbyś się z kimś wymienić i chcesz to zrobić za pomocą odpowiedniego forum internetowego. Znajdź takie forum oraz miejsce na tym forum, gdzie można zamieścić ogłoszenie, że chcesz się wymienić.

Poprawne wykonanie zadania zależało od przejścia trzech etapów: poprawnego wyszukania odpowiedniego forum, chęci założenia konta na forum, znalezienia

odpowiedniego działu (związanego z wymianą maskotek). Poszczególne etapy zakładały posiadanie przez dziecko wiedzy na temat tego, czym jest forum i w jaki sposób funkcjonuje (chęć założenia konta na forum wynika z wiedzy na temat sposobu funkcjonowania tego rodzaju strony internetowej).

Jedynie 6 respondentów poprawnie wykonało wskazane zadanie, to jest odnalazło odpowiednie forum, chciało założyć konto i odnalazło odpowiedni dział. 3 respondentów nie potrafiło wykonać polecenia, ponieważ nie wiedzieli, czym jest forum. Część respondentów stwierdziła, że można wymienić się maskotkami nie tylko za pomocą forum internetowego, ale również dzięki innym serwisom – badani uznali, że wymianę można rozumieć również jako „sprzedanie maskotek oraz kupienie nowych”. Stąd wskazano także na serwisy: Gumtree (4 razy), tablica.pl (2 razy), Allegro (4 razy) jako strony, gdzie można wymienić się maskotkami. 7 respondentów odnalazło odpowiednie forum internetowe, jednakże w dalszej realizacji zadania nie podjęło się zakładania konta, wykazując w ten sposób brak wiedzy na temat funkcjonowania tego typu stron internetowych.

Analizując wyniki uzyskane na bazie powyższego zadania, należy podkreślić dwa główne wnioski:

- Badani respondenci nie rozpoznają dobrze różnych elementów kultury internetowej (nie wiedzą, czym jest forum i jaka jest jego specyfika) – przyczyną może być znaczący spadek popularności tego rodzaju stron internetowych wynikający z wykorzystania do tych samych celów serwisów społecznościowych (dyskusje tematyczne, przesyłanie plików itd.).
- Respondenci nastawieni są na realizację postawionego celu: nawet jeśli nie wiedzą, czym jest forum internetowe, starają się wykorzystać do wymiany maskotek inne znane im serwisy.

Podsumowując, można założyć, że z perspektywy sprawnego i skutecznego docierania do informacji oraz oceny ich źródeł (ze względu na realizację celu) niezalezienie odpowiedniego forum i wskazanie alternatywnego rozwiązania można uznać za (częściowy) sukces.

DZIECI – WYSZUKIWANIE ORAZ KRYTYCZNA OCENA INFORMACJI

W zadaniu trzecim respondenci mieli odnaleźć źródła informacji, które pozwoliłyby im odpowiedzieć na następujące pytania:

Postępując się internetem jako źródłem informacji, spróbuj odpowiedzieć na pytanie: czy jedzenie czekolady jest zdrowe? UWAGA – Badacz ma zwrócić uwagę na to, że zależy mu na kompleksowej odpowiedzi i chciałby, aby respondent wskazał dokładnie:

- *Dlaczego jedzenie czekolady jest zdrowe lub niezdrowe?*
- *Dla kogo jedzenie czekolady jest zdrowe lub niezdrowe?*
- *Czy zawsze jedzenie czekolady jest zdrowe lub niezdrowe?*

Pośród wszystkich dzieci 22 wyszukało informację i odpowiedziało na wszystkie pytania lub tylko na niektóre. 4 respondentów odpowiedziało tylko na pierwsze pytanie, 4 odpowiedziało na pierwsze i drugie pytanie. Blisko połowa respondentów

(14 z 30) wyszukiwała samodzielnie informacje, kompilując wyniki uzyskane w internecie. 19 respondentów uwzględniło własną wiedzę i opinię na temat jedzenia czekolady do udzielenia odpowiedzi.

24 dzieci użyło wyszukiwarki Google do wyszukania informacji (dwoje respondentów użyło innej wyszukiwarki: Bing oraz – w drugim przypadku – domyślnie ustawionej wyszukiwarki mysearchresults.com). Jedynie 2 respondentów wyszło poza pierwszą stronę wyszukiwarki (dotarli do drugiej strony). Żaden z respondentów nie skorzystał z zaawansowanych technik wyszukiwania, czyli nie użył operatorów logicznych fraz, nie wskazał typów plików oraz nie wyszukiwał w wynikach wyszukiwania. Również żaden z respondentów nie wykorzystał innych narzędzi internetowych niż wyszukiwarka. 2 respondentów wpisało adres strony bezpośrednio w pasek adresu – były to Wikipedia oraz serwis zadane.pl.

Jednym z kluczowych elementów wykonywania zadania była krytyczna ocena znalezionych źródeł informacji. Jedynie 8 z 30 respondentów odnalazło i postużyło się w konstruowaniu odpowiedzi różnymi źródłami informacji. Podczas wyszukiwania informacji 20 badanych wpisało „naturalne” pytanie w wyszukiwarkę, na przykład: „Czy czekolada jest zdrowa”, „Czy jedzenie czekolady jest zdrowe?”, „Czy czekolada jest niezdrowa?”. 4 respondentów wpisało w wyszukiwarkę słowa kluczowe: „jedzenie czekolady”, „czekolada”, „zdrowie”, „kakao”.

Zadanie to było trudne dla respondentów, ponieważ należało samodzielnie podzielić je na kilka etapów: sformułować swoje potrzeby informacyjne (nie tylko odnaleźć informacje o czekoladzie, ale odnaleźć takie informacje, które pozwolą udzielić odpowiedzi na wszystkie pytania), sformułować odpowiednie pytania i/lub wskazać słowa kluczowe, odnaleźć kilka źródeł informacji – ocenić je i wybrać odpowiednie, sformułować na bazie znalezionych informacji (oraz własnej wiedzy) odpowiedzi. Jak widać w tabeli 2, 4 respondentów było w stanie wskazać luki w znalezionych informacjach, a jedynie 2 – po znalezieniu tychże luk – powtórzyło proces wyszukiwania informacji.

Dzieci zdawały sobie sprawę, że odnalezienie informacji umożliwiających im udzielenie odpowiedzi zależne jest od wskazania odpowiednich pytań, jednakże – jak już zostało wspomniane – żaden z respondentów nie użył zaawansowanych technik (na przykład operatorów logicznych), a jedynie 2 respondentów dotarło do drugiej strony wyników.

Kolejne zadanie odnosiło się do Standardu 1 i 2 – respondent musiał zapoznać się z artykułem zamieszczonym na stronie internetowej (rysunek 3). Po zapoznaniu się z materiałem badany musiał odpowiedzieć na szereg pytań (otwartych):

- *O czym jest ten artykuł? Czy potrafisz go w dwóch zdaniach streścić?*
- *Jaka jest opinia autora o piractwie?*
- *Czy ten artykuł jest aktualny? Na jakiej podstawie jesteś w stanie to stwierdzić?*
- *Kto jest autorem tego artykułu?*
- *Z jakich źródeł korzystał autor tego artykułu?*

TABELA 2. Krytyczna ocena źródeł informacji

KROKI SPRAWDZAJĄCE KRYTYCZNĄ OCENĘ ZNALEZIONYCH INFORMACJI	LICZBA OSÓB
Odnalazł różne źródła informacji (na przykład newsy na portalach informacyjnych, artykuły popularnonaukowe i naukowe, filmy itd.).	8
Odrzucił wyszukane przez siebie źródła.	7
Znalazł więcej niż jedną opinię o tym, że jedzenie czekolady jest zdrowe.	14
Znalazł więcej niż jedną opinię o tym, że jedzenie czekolady jest niezdrowe.	7
Oceenił poprawność znalezionych informacji.	5
Poprawnie ocenił luki w znalezionych informacjach.	4
Po odnalezieniu luk w znalezionych informacjach powtórzył i/ lub udoskonalił proces wyszukiwania informacji.	2

Wywiad
skategoryzowany

RYСУNEK 3. Strona pokazywana respondentom



Źródło: <http://www.wykop.pl/ramka/821593/piraci-kupuja-najwiecej-filmow-zaskakujacy-raport-o-piractwie/>

Respondenci zostali poproszeni o streszczenie przeczytanego tekstu. Ze streszczenia wynikało, że 23 respondentów zrozumiało tekst, natomiast 7 go nie zrozumiało. Odpowiedź 16 respondentów zaklasyfikować można do kategorii „autor chce pokazać, że piractwo może nie być tak negatywnym zjawiskiem, jak się wydaje na pierwszy rzut oka”. 2 respondentów uznało, że autor uznaje, że piractwo to bardzo negatywne zjawisko (1 z tych respondentów – jak wynikało z zaprezentowanego streszczenia – zrozumiał treść artykułu). 4 respondentów uznało, że nie wie, jaka jest opinia autora o piractwie.

Dzieci zapytane o uzasadnienie aktualności przeczytanego tekstu wskazywały przede wszystkim na ważność i aktualność tematu (kategorie odpowiedzi na pytanie o aktualność tekstu przedstawione są w tabeli 3). Największa liczba odpowiedzi wskazujących na nieaktualność tematu oparta była na wskazaniu daty publikacji – 22 lipca 2011 roku (badanie prowadzone było w trzecim kwartale 2012 roku).

TABELA 3. Ocena aktualności przeczytanego artykułu

WSKAZYWANY POWÓD AKTUALNOŚCI ARTYKUŁU (KATEGORIE)	LICZBA OSÓB
Jest aktualny, bo podejmuje aktualny i/lub ważny temat.	11
Jest aktualny, bo jest z 22 lipca 2011 roku.	5
Nie jest aktualny, bo jest z 22 lipca 2011 roku.	7
Jest aktualny, ale nie wiem dlaczego.	2
Jest aktualny z innych powodów.	3
Jest nieaktualny z innych powodów.	4
Nie wiem.	1

Dużo lepiej dzieci radziły sobie z odpowiedzią na pytanie autora artykułu. Aż 23 respondentów poprawnie wskazało autora (Mariusza Koryszewskiego), a 5 respondentów przyznało, że nie potrafi odnaleźć poprawnej odpowiedzi. Respondenci zapytani o to, z jakich źródeł korzystał autor artykułu, odpowiadali następująco: 4 wskazało serwis idg.pl, 2 zasugerowało, że z „własnych źródeł”, 7 respondentów wskazało artykuł w serwisie PCWorld (poprawna odpowiedź), 4 odpowiedziało, że nie wie, z jakich źródeł korzystał autor. Aż 8 respondentów jako źródło wskazało badania prowadzone przez firmę GfK Group, na które autor powoływał się w tekście siedem razy na przykład w taki sposób: „Badania przeprowadzone przez firmę GfK Group wykazały, że użytkownicy pirackich serwisów w internecie dużo filmów kupują legalnie”. 5 respondentów wskazało na inne źródła.

DZIECI – ROZRÓŻNIANIE FAKTÓW OD OPINII

Zadanie czwarte wiązało się z wspomnianym wyżej artykułem (rysunek 3) – w artykule tym respondent miał wskazać jedno zdanie będące opinią oraz jedno

będące faktem. 10 respondentów wskazało, że nie potrafi odróżnić faktów od opinii; 3 wskazało tylko fakt, nie wskazało opinii; 1 badany wskazał tylko opinię; 16 podało opinię i fakt.

Przykładowe fakty wskazywane przez respondentów:

- „Badania przeprowadzone przez firmę GfK Group wykazały, że użytkownicy pirackich serwisów w internecie dużo filmów kupują legalnie”.
- „Piractwo nadal jest niezgodne z prawem i nie powinniśmy korzystać z nielegalnych źródeł”.
- „Z informacji niemieckiego serwisu Telepolis wynika, że firma, która zamówiła raport w GfK, nie oczekiwała takich wyników badań i dlatego teraz próbuje go zakopać, bojąc się, że wytrąci on z ręki przemysłu filmowego argument przeciwko piractwu”.

Przykładowe opinie wskazywane przez respondentów:

- „Wygląda na to, że internauci korzystający z pirackich serwisów p2p, to wcale nie okropni złodzieje, którzy pozbawiają producentów milionów dolarów”.
- „Przynajmniej piraci nie są tak źli jak Piraci z Karaibów na nieznanach wodach...”.
- „Wygląda więc na to, że stanowisko przemysłu rozrywkowego najlepiej można określić tak – jeżeli ich przekonania nie zgadzają się z prawdą, to tym gorzej dla prawdy”.

Rozróżnianie faktów od opinii wymaga nie tylko wiedzy na temat tego, czym jest fakt i opinia, ale również umiejętności rozpoznania ich w tekście. Jest to kompetencja, której w zadowalającym stopniu nie można opanować na najwcześniejszym etapie edukacji formalnej. Dlatego też żaden z dziewięcioletnich respondentów (6 osób) nie był w stanie poprawnie wskazać faktu i opinii. W grupie najstarszych respondentów (13 lat) 6 poprawnie wskazało oba elementy, natomiast 4 respondentów miało z tym problem.

DZIECI – KRYTYCZNA OCENA INFORMACJI (REKLAMY)

Zdolność do krytycznej oceny wartości i wiarygodności napotykanych informacji nabiera szczególnej wagi w kontakcie z treściami marketingowymi i reklamowymi (Standard 2). Aby wstępnie oszacować kompetencje dzieci w tym zakresie, postawiono przed nimi kilka zadań. Respondenci zostali poproszeni o obejrzenie strony dużego portalu internetowego i wskazanie przekazów, których wiarygodność może budzić wątpliwości. Posłużono się przykładem serwisu Onet (<http://www.onet.pl/>):

Wskaż kilka odnośników do informacji, które Twoim zdaniem mogą być nieprawdziwe, zmyślone lub zafatszowane. Czy jesteś w stanie znaleźć odnośniki do takich informacji?

Zadanie sprawiło naszym rozmówcom trudności. Spośród 30 respondentów, 9 – głównie tych najmłodszych – miało problemy ze zrozumieniem zadania i nie było w stanie go wykonać lub stwierdziło, że na stronie nie ma takich informacji. Tak, jak gdyby idea „nieprawdziwej, zmyślonej lub zafatszowanej” informacji w serwisie informacyjnym była trudna do pojęcia.

1 osoba stwierdziła kategorycznie, że żadnych wątpliwych informacji na stronie nie ma. Pozostali respondenci najczęściej wskazywali całe działy tematyczne, które wydawały im się podejrzone, na przykład: Plotki (7 wskazań), Rozrywka (3), Styl życia (3), a także Sport (1), Technologie i gry (1) a nawet Prognoza pogody (1). 1 osoba wskazała jako wątpliwe oferty sponsorowane.

Tylko 7 dzieci wskazało konkretne artykuły, uzasadniając (nie zawsze trafnie), co budzi ich wątpliwości. Wśród wymienionych artykułów znalazły się treści plotkarskie (na przykład artykuł o zawartości torebki Kate Middleton), jak również informacje o charakterze ciekawostek (na przykład artykuł *To nie są komputerowe przeróbki, ze zdjęciami kręgosłupów*), porad (na przykład *Jak pozbyć się tłuszczu?*) lub relacji (na przykład *Skandal w gimnazjum. Jest reakcja prokuratury*). Uzasadnienia podawane przez respondentów pozwalają przypuszczać, że kwestia wiarygodności informacji nie jest dla nich zrozumiała. Czasem respondenci w swoich uzasadnieniach wskazywali informacje budzące wątpliwości (na przykład „List z zaświatów” lub „Dwa gigantyczne pająki większe od człowieka”). Czasem odrzucali informację ze względu na dosłowne odczytanie zbyt sensacyjnych sformułowań (na przykład „Nie jest możliwe, by człowiek żył w gorszych warunkach niż pies, a aktorka wyglądała o 30 lat młodziej”).

Kolejne zadanie polegało na wskazaniu reklam znajdujących się na stronie głównej serwisu Onet („Wskaż reklamy znajdujące się na tej stronie”). Wszyscy respondenci bez problemu rozpoznali i wskazali reklamy w formie graficznych banerów. Gorzej wypadli w przypadku reklam mniej oczywistych, takich jak loga na dole strony (5 wskazań), oferty sponsorowane (5), odnośniki do artykułów oznaczone słowem reklama (3). Tylko 2 osoby uznały za przekaz reklamowy zwykłe artykuły o motoryzacji lub filmie, 1 osoba wskazała wyszukiwarkę Google umieszczoną na stronie Onet.

Badane dzieci są w stanie rozpoznać reklamy „oczywiste”, rzucające się w oczy i oznaczone jako takie. W wielu przypadkach nie uznają jednak za przekaz reklamowy, takich treści jak: linki do sklepów, oznaczenia sponsorów. Tylko nieliczni są w stanie dostrzec marketingową rolę artykułów, które nie są oznaczone jako reklamy.

Następne zadanie miało oszacować umiejętności rozpoznawania leadów w tekstach i rozumienia ich roli, jako zachęty do lektury:

Pod paroma tytułami znajdują się kilkudzaniowe streszczenia danego artykułu. Wskaż fragmenty (na przykład słowa albo wyrażenia) tych krótkich streszczeń, mające zachęcić Ciebie do dalszego czytania (kliknięcia, aby otworzyć dany artykuł).

6 rozmówców w ogóle nie było w stanie wykonać tego zadania. Nie rozumieli, co właściwie pytający ma na myśli. Reszta była w stanie wskazać cały lead tekstu, a 11 respondentów wskazało konkretną frazę lub sformułowanie zachęcające do czytania. Wskazywano na takie frazy, jak na przykład: „Zobaczcie”, „Czy miała romans z nauczycielem”, „Prowincja atakuje zmysły pięknymi krajobrazami”, „Zabił kochankę”, „Czekają ich nowe wyzwania i mnożące się problemy”, „Kontrowersyjną decyzję zaaprobował papież”, „Skandaliści ujawniają prawdę o rozróbie w hotelu”.

8 osób spróbowało wyjaśnić mechanizm, którego użyto w celu zachęcenia do kliknięcia, tłumacząc, że są to fragmenty zaciekawiające, zaskakujące, sensacyjne, mówiące o tragedii, stawiające pytania. Zachętą może być też zdanie urwane w połowie.

DZIECI – EMPATIA

W celu oszacowania empatii w kontaktach zapośredniczonych internetowo (Standard 5), zapytano (pytanie otwarte) respondentów o to, jak zareagowaliby, gdyby ich znajomy umieścił w serwisie społecznościowym wpis o treści:

Jestem dziś taki przygnębiony... Zresztą nie tylko dziś. Czuję się tak już około miesiąca. Szkoła mnie przybija, jest za dużo sprawdzianów, a mi nie idzie za dobrze. Moja mama na pewno będzie wkurzona, jeśli z ostatniego sprawdzianu dostanę jedynkę, a na pewno tak będzie. Z wielu przedmiotów nie idzie mi za dobrze, więc nic dziwnego, że jestem przygnębiony.

5 spośród naszych rozmówców w ogóle nie odpowiedziałyby na taki wpis. Swoją decyzję uzasadniali rozmaicie: niektórzy nie komentują niczego z zasady i deklarują, że tego typu wpisy ich nie interesują (3) albo też nie potraktowaliby takiego wpisu poważnie, bo znajomi często narzekają na takie drobiazgi (2). Inni woleliby omówić sprawę w bezpośredniej rozmowie (3). 1 osoba uznała, że warto byłoby powiadomić o takim wpisie kogoś dorosłego.

U pozostałych respondentów dominowały próby pocieszenia (15 wskazań). Rzadziej pojawiały się deklaracje chęci działania (4), porady (3) lub wyrazy troski (1). Odpowiedzi pocieszające były najpopularniejsze, co może świadczyć o tym, że dystans emocjonalny wobec rozmówcy w kontaktach internetowych nie jest duży. Respondenci potrafili współczuć, współdzielić emocje oraz w naturalny sposób próbują pomóc cierpiącemu znajomemu i pocieszyć go. W niektórych wypowiedziach pojawiały się także przejawy krytyki (4) lub zniecierpliwienia (6).

Osoby, które zareagowały pozytywnie (pocieszenie, działanie, porada, troska), zostały zapytane, czy i jak uzasadniłyby ewentualne wpisy krytyczne (krytyka, zniecierpliwienie), gdyby takie zobaczyły. Niektórzy wyrażali przypuszczenie, że intencją autora złośliwego komentarza nie jest obrażenie kogoś (6), bolesna szczerłość jest dozwolona (4), autor miał zły dzień (4), nie lubi krytykowanej osoby (2) lub nadmiernego narzekania (3). Tylko 2 osoby stwierdziły, że autora takiego złośliwego komentarza należałoby potępić.

Respondenci zapytani o to, jak sami zareagowaliby na złośliwy komentarz skierowany do nich, zwykle deklarowali, że zignorowaliby taki wpis (9) lub skasowali go (6). Rzadziej odpowiadaliby, pisząc o swoich uczuciach (2), krytykując niegrzeczną wypowiedź (3), żartując (2) lub zdenerwowaniem (2).

DZIECI – UPUBLICZNIANIE INFORMACJI

Ważną umiejętnością jest selekcja informacji, które publikujemy na swój temat i kontrolowanie własnego internetowego wizerunku (Standard 5 i 6). Kolejne

pytania miały sprawdzić, jakie informacje dzieci uznają za prywatne, a jakie chętnie upubliczniają.

Z przeprowadzonych rozmów wynika, że przebadane dzieci uważają za dopuszczalne upublicznianie, takich informacji jak: lista lubianych aktorów, muzyków czy sportowców (24), zdjęcia swojego zwierzaka (22), zdjęcia swojego miasta (16), adres i nazwa szkoły (15). Większe wątpliwości budzi publikowanie zdjęć z imprezy urodzinowej u koleżanki – te upubliczniłoby 11 osób. Znacznie mniej osób opublikowałoby treści, takie jak: zdjęcie własnego pokoju lub domu (2), członków rodziny (4), informacje o seansie kinowym, na który ktoś się wybiera (3).

W przypadku osobistych informacji, 24 osoby chętnie wskażą nazwę swojego ulubionego zespołu lub filmu, czy ulubioną potrawę (20). Nieco więcej ostrożności można dostrzec w przypadku nazwy swojego miasta (15) i wieku (14). Respondenci byli najmniej otwarci w przypadku wyznawanej religii (4), numeru telefonu (4) i adresu (1).

Kolejne pytanie służyło określeniu, w jaki sposób respondenci decydują o tym, jakie informacje z życia można zamieszczać w publicznie dostępnych serwisach. Dzieciom przedstawiono listę przykładowych wpisów i poproszono o opinię, czy powinny być one umieszczone w powszechnie dostępnych serwisach internetowych:

Który z poniżej wymienionych wpisów nie nadaje się do zamieszczenia na blogu lub w jakimś serwisie (chodzi o takie zamieszczenie, kiedy wpis jest widoczny dla wielu ludzi)?

- *Czuję się w tej chwili bardzo źle – mam straszego doła i mam wrażenie, że nikt mnie nie lubi.*
- *Dzisiaj w szkole Jan Kowalski się ze mnie nabijał. On myśli, że jest najfajniejszą osobą w całej szkole, tylko dlatego, że jego Tata jest dyrektorem szkoły! Nie cierpię go!!*
- *Grając w koszykówkę w szkole, udało mi się dzisiaj zdobyć w jednym meczu 16 punktów!!*
- *Ten weekend był cudowny – rodzice zabrali mnie do kina i restauracji.*
- *Nienawidzę, że na lekcjach wychowania fizycznego musimy nosić te głupie stroje.*
- *Dzisiaj na lekcji języka polskiego nauczycielka wzięła mnie do odpowiedzi i postawiła ocenę dobrą. Uważam się za pokrzywdzoną – odpowiadałam na bardzo dobry. Nienawidzę tej nauczycielki.*

Aż 26 respondentów uznało, że nie należy publikować wpisu o treści: „Dzisiaj w szkole Jan Kowalski się ze mnie nabijał. On myśli, że jest najfajniejszą osobą w całej szkole, tylko dlatego, że jego Tata jest dyrektorem szkoły! Nie cierpię go!!”. Uzasadniali to tym, że osoba wymieniona we wpisie może być zła (7), taki wpis mógłby być wykorzystany przeciw nim (5) i spowodować problemy w szkole (2). Wątpliwości budziło także ujawnianie czyjegoś imienia i nazwiska (4), i to, że nie wiadomo, kto mógłby wpis przeczytać (3). Pojawiały się także inne uzasadnienia – że taki wpis jest dziecinny prowokowaniem do kłótni (2), że nie warto by inni wiedzieli o takiej sytuacji (2), zwyczajnie nie powinno się narzekać w internecie (1), a o takich sprawach można przecież porozmawiać prywatnie (1).

Podobnie 24 rozmówców uznało, że nie powinno się publikować wpisu o treści: „Dzisiaj na lekcji języka polskie nauczycielka wzięła mnie do odpowiedzi i postawiła ocenę dobrą. Uważam się za pokrzywdzoną – odpowiadałam na bardzo dobry. Nienawidzę tej nauczycielki”. Najczęściej uzasadniano to tym, że opisana osoba może być zła (6) i wpis może być wykorzystany przeciw piszącemu (5). Niektórzy uznali, że taki wpis może skrzywdzić nauczycielkę (3), która potem może się mścić (1). Krytykowano także publiczne narzekanie (2), dziecinność problemu (1), 2 osoby zwróciły uwagę, że czwórka to przecież pozytywna ocena, również 2 zwróciły uwagę, że autor może kłamać.

W podobnym duchu krytykowano publikowanie komentarza o treści: „Nienawidzę, że na lekcjach wychowania fizycznego musimy nosić te głupie stroje”. 14 osób uznało, że takiego wpisu nie powinno się publikować. Uzasadniano to tym, że nie wiadomo, kto czyta publicznie dostępne wpisy (3), że takich rzeczy po prostu nie powinno się umieszczać w sieci (1), bo są dziecinne (2).

16 osób wskazało, że nie powinno się publikować komentarzy, takich jak: „Czuję się w tej chwili bardzo źle – mam straszego doła i mam wrażenie, że nikt mnie nie lubi”. 14 nie umieściłoby wpisu o treści: „Ten weekend był cudowny – rodzice zabrali mnie do kina i restauracji”.

Powyższe odpowiedzi wskazują na to, że respondenci mają świadomość, że ich wpisy mogą być czytane przez różnych ludzi i podlegają ocenie. W odpowiedziach można też dostrzec krytyczne nastawienie do osób nadmiernie narzekających w publicznych wpisach oraz do pisania o banalnych sprawach, które nikogo nie interesują.

DZIECI – BEZPIECZEŃSTWO I PRYWATNOŚĆ

Dobór odpowiednich pseudonimów i hasel jest sprawą kluczową w przypadku dbania o własną prywatność i bezpieczeństwo (Standard 6). Źle dobrany nick może zdradzać zbyt wiele informacji na nasz temat, a zbyt słabe hasło nie gwarantuje bezpieczeństwa naszych danych. Ocenie umiejętności doboru bezpiecznych danych identyfikacyjnych i hasel służyły kolejne pytania wywiadu.

Nasi rozmówcy najchętniej wybierali *nicki*, które były neutralne. 14 osób postużyłoby się pseudonimem typu „Fan7444” (pytanie zamknięte). 7 respondentów zbudowałoby swój nick w oparciu o własne imię („Agnieszka_13”), a 7 innych wykorzystałoby imię i nazwisko („Anna_Nowak13”). Jak widać, blisko połowa respondentów nie widzi zagrożenia związanego z ujawnianiem własnego imienia i/lub nazwiska. Nie jest to zależne od wieku – na taki wariant zdecydowali się zarówno respondenci dziewięcioletni, jaki i trzynastoletni.

Większość badanych dzieci ma świadomość konieczności doboru silnych hasel. Aż 19 osób za wystarczająco bezpieczne uznało hasło złożone z przypadkowych liczb i liter („18p1zza2wknp”). Równocześnie niektórzy (5 osób) użyliby hasła złożonego z imienia i daty urodzenia („Piotr2002”), samej daty urodzenia (3 osoby) lub nazwy swojego zwierzątka (5).

Większość respondentów (28) nie wiedziała, czym są pliki cookies, jaka jest ich rola w śledzeniu naszego zachowania w sieci i jak je kontrolować lub usunąć. Może

to oznaczać, że nie zdają sobie sprawy z tego, że prywatność może być naruszana przez strony internetowe i serwisy gromadzące informacje na ich temat.

Nieświadomość, tego że, na podstawie zachowań w internecie, budowane są profile użytkowników, może być związana z brakiem wiedzy na temat widoczności dla innych użytkowników sieci. Jednym z zadań, jakie postawiono przed badanymi, było odszukanie publicznie dostępnych informacji na swój temat (zadanie ósme). 22 osoby wpisały swoje imię i nazwisko w wyszukiwarkę. Rzadko jednak respondenci posługiwali się zaawansowanymi technikami wyszukiwania – jedynie 6 osób wpisało w wyszukiwarce informację szerszą niż imię i nazwisko (na przykład „Facebook”, *nick*, nazwa szkoły), 1 osoba skorzystała z wyszukiwarki graficznej, poszukując zdjęć. Jedynie 3 respondentów zajrzało na dalsze strony wyników wyszukiwania, reszta przejrzała wyłącznie pierwszą.

Młodzi użytkownicy internetu wielokrotnie mają okazję spotkać się z agresją i nękaniami ze strony innych dzieci. Respondentów zapytano, jak należy sobie radzić w tego typu sytuacjach:

Maria to trzynastolatka, która codziennie – uruchamiając używany przez siebie komunikator – dostawała od swojej koleżanki z klasy obraźliwe wiadomości. Koleżanka pisała w nich, że Maria jest brzydka i że koleżanka da Marii popalić w szkole (pobije ją), ponieważ Marią ją denerwuje. Dodatkowo koleżanka pisała, że jak zostanie przez Marię zablokowana w komunikatorze, będzie wysyłać jej maile. Co powinna zrobić Maria?

W tabeli 4 zaprezentowano odpowiedzi na powyższe pytanie (pytanie zamknięte, możliwa więcej niż jedna odpowiedź). Respondenci mają świadomość zagrożeń i znają strategie radzenia sobie z nimi – w sytuacji zagrożenia albo zwróciliby się o pomoc do dorosłych, albo – korzystając z możliwości oferowanych przez techniczne zapośredniczenie komunikacji (filtrowanie, blokowanie) – usiłowałiby odseparować się od zagrożenia.

TABELA 4. Odpowiedzi na pytanie związane z zachowaniem Marii

KATEGORIE ODPOWIEDZI	LICZBA OSÓB
Nie powinna nic robić, tylko ignorować przychodzące wiadomości (w ogóle ich nie czytać).	7
Powinna wdać się z koleżanką w rozmowę i postarać się jej wytłumaczyć, że niczego jej nie zrobiła.	6
Powinna odwdziżyć się pięknym za nadobne, to znaczy wysyłać koleżance takie same wiadomości.	1
Powinna napisać do koleżanki z prośbą o to, aby przestała.	8
Powinna zablokować koleżankę i nie przejmować się groźbą wysyłania maili.	11

KATEGORIE ODPOWIEDZI	LICZBA OSÓB
Powinna opowiedzieć o tej sprawie swojej Mamie lub swojemu Tacie.	19
Powinna opowiedzieć o tej sprawie nauczycielowi.	9
Powinna skopiować z archiwum przychodzące wiadomości i zapisać je w oddzielnym pliku (powinna przy tym zadbać, aby widoczny był nick koleżanki oraz data wysłania wiadomości).	1
Powinna zgłosić to do administratora strony (jeśli komunikator jest w obrębie jakiegoś serwisu) albo wysłać wiadomość do producenta danego komunikatora.	3
Powinna zrobić coś innego. Co?	0

Wywiad
skategoryzowany

WYWIAD Z OPIEKUNAMI

Uzupełnieniem omówionego wyżej wywiadu z dziećmi były rozmowy przeprowadzone z dorosłymi (dane demograficzne respondentów przedstawione są w tabeli 5) – opiekunami osób w wieku od 9 do 13 lat (tylko niektórzy z przebadanych opiekunów są opiekunami przebadanych dzieci). Jedno z pierwszych pytań związane było z czasem, jaki dziecko średnio poświęca na korzystanie z internetu w ciągu jednego dnia. Opiekunowie szacowali bardzo różnie, a ich odpowiedzi podsumować można, wyodrębniając kilka przedziałów (tabela 6).

TABELA 5. Cechy przebadanych opiekunów

		LICZBA OSÓB
płeć	Kobieta	23
	Mężczyzna	7
wiek	Poniżej 30	0
	Od 30 do 33	1
	Od 34 do 37	7
	Od 38 do 41	14
	Od 42 do 50	6
	Powyżej 50	2

TABELA 6. Średnia liczba godzin korzystania przez dzieci z internetu w ciągu jednego dnia (zdaniem opiekunów)

PRZEDZIAŁ	LICZBA OSÓB
Mniej niż 1 godzinę	8
Od 1 do 2 godzin	7
Od 3 do 4 godzin	10
Od 5 do 6 godzin	3
Więcej niż 6 godzin	1
Ogółem	30

Dorośli narzekali, że ich pociechy spędzają w sieci za dużo czasu (tabela 7 i tabela 8). Mimo to, ujmując owo niezadowolenie przez pryzmat odpowiedzi związanych z zdaniem „Korzystanie z internetu przez moje dziecko, powoduje, że ma ono mniej czasu na inne rzeczy (odrabianie lekcji, zajęcia pozaszkolne, czytanie itd.)” (tabela 9), stwierdzić można, że opiekunowie opowiadają się za ograniczeniem czasu korzystania z internetu niejako pro forma. Troska o nadmiar czasu poświęcanego na używanie elektronicznej pajęczyny może wynikać na przykład z wyobrażeń na temat internetowych niebezpieczeństw czyhających na nieletnich.

OPIEKUNOWIE – BEZPIECZEŃSTWO I PRYWATNOŚĆ

Jednym z celów wywiadu z dorosłymi było wykrycie, w jaki sposób dbają oni o kompetencje swoich pociech dotyczące przedstawionego w raporcie Standardu 6 (związanego z bezpieczeństwem oraz prywatnością). Analiza odpowiedzi na szereg pytań wykazała, że opiekunowie deklarują wywiązywanie się ze swojego zadania, to znaczy twierdzą, że mają kontrolę nad dziećmi. Większość respondentów (aż 24) uważa, że miałyby znaczne obiekcje, gdyby ich dziecko rozmawiało w internecie z obcymi (tabela 7), co więcej, opiekunowie twierdzą, że generalnie zdają sobie sprawę (17 osób), kim są znajomi ich podopiecznych na portalach społecznościowych, w komunikatorach i innych podobnych narzędziach (tabela 7).

TABELA 7. Opinie na temat stwierdzeń dotyczących internetowej działalności dziecka

	Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Trudno powiedzieć	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam
Miałbym/abym obiekcje, wiedząc, że moje dziecko rozmawia w internecie z obcymi (nieznanymi „na żywo”) osobami.	17	7	3	1	2
Uważam, że moje dziecko powinno spędzać w internecie mniej czasu.	8	6	9	3	4
Zdaję sobie sprawę, co moje dziecko pisze w komentarzach na blogach, w serwisach internetowych oraz o czym rozmawia z innymi za pomocą komunikatorów.	6	3	13	4	4
Wiem, kim jest większość znajomych mojego dziecka na portalach internetowych, w komunikatorach itp. (wiem, skąd moje dziecko ich zna; co robią na co dzień; skąd pochodzą; w jakim są wieku itd.).	13	4	5	4	4
Korzystanie z programów blokujących niepożądane treści internetowe (seks, przemoc, wulgaryzmy) to dobry sposób, aby kontrolować, co dziecko ogląda w internecie.	11	8	7	2	2
Korzystanie z internetu przez moje dziecko powoduje, że ma ono mniej czasu na inne rzeczy (odrabianie lekcji, zajęcia pozaszkolne, czytanie itd.).	7	4	6	5	8
Moje dziecko chętnie pokazuje mi, co robi/robiło w internecie.	7	12	4	5	4

Wywiad
skategoryzowany

TABELA 8. Opinie na temat tego, jak często zachodzą konkretne sytuacje

	W ogóle	Rzadko	Od czasu do czasu	Często	Bardz często	Nie wiem jak często
Jak często rozmawiasz z dzieckiem na temat jego internetowej działalności?	2	7	11	7	1	2
Jak często narzekasz na to, że dziecko spędza w internecie za mało czasu?	23	4	0	0	1	2
Jak często narzekasz na to, że dziecko spędza w internecie za dużo czasu?	6	9	1	2	12	0
Jak często zabraniasz dziecku zbyt długiego korzystania z internetu?	2	7	8	10	3	0
Jak często dziecko nie przestrzega nałożonych przez Ciebie ograniczeń związanych z czasem korzystania z internetu?	5	7	6	7	5	0
Jak często dziecko siedzi nieprawidłowo (chodzi o pozycję siedzenia) przed komputerem?	3	2	4	8	11	2
Jak często korzystasz z programów, które blokują niepożądane treści (seks, przemoc, wulgaryzmy) internetowe?	23	1	0	0	3	3
Jak często prosisz dziecko, aby pokażało Ci swoją pocztę elektroniczną, pisane przez siebie komentarze na portalach społecznościowych, archiwum rozmów w komunikatorach itp.?	14	5	2	4	2	3
Jak często dziecko czyści (chodzi o usuwanie brudu) sprzęt, za pomocą którego łączy się z internetem (komputer, tablet, smartfon, telefon itp.)?	13	8	2	3	1	3
Jak często dziecko staje się tajemnicze, kiedy jest zapytane o to, co robiło w internecie?	14	7	2	4	0	3

	W ogóle	Rzadko	Od czasu do czasu	Często	Bardz często	Nie wiem jak często
Jak często pozwalasz dziecku korzystać z internetu w ramach nagrody za wykonanie jakiejś czynności (dziecko może skorzystać z internetu, wtedy gdy pomoże Ci w pracach domowych, posprząta swój pokój, pójdzie do sklepu, odrobi lekcje, pościeli łóżko, umyje zęby itp.)?	11	4	5	7	2	1
Jak często razem z dzieckiem szukasz w internecie różnych informacji?	3	7	4	11	3	2

TABELA 9. „Korzystanie z internetu przez moje dziecko powoduje, że ma ono mniej czasu na inne rzeczy (odrabianie lekcji, zajęcia pozaszkolne, czytanie itd.)” skrzyżowane z „Jak często narzekasz na to, że dziecko spędza w internecie za dużo czasu?”

	Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Trudno powiedzieć	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam	Ogółem
Bardzo często	4	2	1	2	3	12
Często	0	0	1	0	1	2
Od czasu do czasu	0	0	1	0	0	1
Rzadko	1	1	3	3	1	9
W ogóle	2	1	0	0	3	6
Nie wiem jak często	0	0	0	0	0	0
Ogółem	7	4	6	5	8	∑ N=30

Niestety, owa dbałość ma w części przypadków charakter deklaracyjny. Dorosli uważają, że wiedzą, z kim przyjaźnią się w sieci ich pociechy, jednak bardzo rzadko proszą je o pokazanie poczty elektronicznej, profili na portalach czy rozmów w komu-

nikatorach (ci opiekunowie, którzy twierdzą, że wiedzą dużo, często w ogóle nie proszą o pokazanie wspomnianych narzędzi – tabela 10). Ponad połowa badanych (16), zapytana o stały wgląd w działalność internetową dziecka, stwierdziła, że takowego nie posiada lub nie miała na ten temat zdania (tabela 11).

Mimo wspomnianej sprzeczności (wyobrażona – deklarowana – kontra rzeczywista wiedza na temat tego, co nieletnia osoba robi w elektronicznej pajęczynie) respondenci są wyczuleni na sieciowe bezpieczeństwo ich dzieci, co uwidoczniło się w dwóch pytaniach związanych z hipotetycznymi sytuacjami. W wypadku pierwszego badacz pytał:

Wyobraź sobie, że Twoje dziecko przychodzi do Ciebie i oświadcza, że ma internetowego chłopaka/internetową dziewczynę (to znaczy sympatię, z którą zna się tylko przez internet). Co byś w takiej sytuacji zrobił/a?

Intencją pytania było sprawdzenie, czy dorośli uwrażliwieni są na potencjalnie niebezpieczny charakter takiej znajomości, to znaczy, czy uznają, że warto ingerować, aby zapobiec ewentualnym niebezpieczeństwom. Pytanie było zamknięte, każdy respondent mógł zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź – większość badanych rzeczywiście preferowałaby ingerowanie (jeśli doszłoby do opisanej sytuacji), choć takie, które nie zraża dziecka i daje mu pewien margines swobody. W porównaniu z 9 osobami, które stwierdziły, że kategorycznie nakazałyby zerwanie kontaktu, aż 19 uznało, że musiałyby się czegoś dowiedzieć o internetowym „chodzeniu” oraz internetowej sympatii, aby zezwolić na takie „chodzenie” lub go zakazać. 10 osób wspomniało o trzymaniu ręki na pulsie i sprawdzaniu jak przebiega znajomość, tylko 3 osoby zadeklarowały, że nie zrobiłyby w takiej sytuacji absolutnie nic.

TABELA 10. „Wiem, kim jest większość znajomych mojego dziecka na portalach internetowych, w komunikatorach itp. (wiem, skąd moje dziecko ich zna; co robią na co dzień; skąd pochodzą; w jakim są wieku itd.)” skrzyżowane z „Jak często prosisz dziecko, aby pokazało Ci swoją pocztę elektroniczną, pisane przez siebie komentarze na portalach społecznościowych, archiwum rozmów w komunikatorach itp.?”

	Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Trudno powiedzieć	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam	Ogółem
Bardzo często	0	1	1	0	0	2
Często	4	0	0	0	0	4
Od czasu do czasu	2	0	0	0	0	2
Rzadko	0	2	1	1	1	5

	Zdecydo- wanie się zgadzam	Zgadzam się	Trudno powie- dzieć	Nie zgadzam się	Zdecy- dowanie się nie zgadzam	Ogółem
W ogóle	6	1	3	2	2	14
Nie wiem jak często	1	0	0	1	1	3
Ogółem	13	4	5	4	4	∑ N=30

TABELA 11. „Czy masz stały wgląd w to, co Twoje dziecko robi i/lub robiło w internecie (wiesz, co dziecko zamieszcza i/lub zamieszczało na profilach w portalach społecznościowych, o czym rozmawia i/lub rozmawiało ze znajomymi za pomocą komunikatora, do kogo wysyła i/lub wysyłało e-maile i od kogo je dostaje i/lub dostawało, jakie strony przegląda i/lub przeglądało itd.)?”

	Liczba osób
Tak	14
Nie	8
Trudno powiedzieć	6
Ogółem	30

Następne pytanie, odnoszące się do hipotetycznej sytuacji, przedstawiało badanym historię (pytanie zamknięte, możliwa jedna odpowiedź):

Maria to trzynastolatka, która codziennie – uruchamiając używany przez siebie komunikator – dostawała od swojej koleżanki z klasy obraźliwe wiadomości. Koleżanka pisała w nich, że Maria jest brzydka i że koleżanka da Marii popalić w szkole (pobije ją), ponieważ Maria ją denerwuje. Dodatkowo koleżanka pisała, że jeśli zostanie przez Marię zablokowana w komunikatorze, będzie wysyłać jej maile. Jak sądzisz, co powinni zrobić rodzice Marii, wiedząc o wiadomościach wysyłanych przez koleżankę?

Większość uczestników badania deklarowała bardzo odpowiedzialne zachowanie – wybierano następujące odpowiedzi: ignorowanie wiadomości i nieczytanie ich (5 osób), zablokowanie koleżanki i nieprzejmowanie się groźbami (5), kontakt z rodzicami Marii (25), zgłoszenie sprawy nauczycielowi (19), zgłoszenie sprawy policji (10). Mimo to zaskakująco mało respondentów (tylko 11) udzieliło odpowiedzi: „Skopiować z archiwum komunikatora przychodzące wiadomości i zapisać je w oddzielnym pliku (powinni przy tym zadbać, aby widoczny był nick koleżanki oraz data

wysłania wiadomości)”. Takie posunięcie (skopiowanie wiadomości) jest właściwe ze względu na – chociażby – potencjalne niebezpieczeństwo opisanej sytuacji, a także ewentualny kontakt z rodzicami agresora, nauczycielem czy policją. 9 osób wskazało na działanie niedopuszczalne z perspektywy przeciwdziałania cyberprzemocy (*cyberbullying*) (zob. Parris et al., 2012; Vandebosch i Van Cleemput, 2009), to znaczy polecilo nawiązanie kontaktu z Marią (Maria powinna porozmawiać z koleżanką offline [6 osób], należy do agresora napisać prośbę, aby zaniechał nękania [3]). Jeśli chodzi o *cyberbullying*, taki kontakt z dużym prawdopodobieństwem wywołałoby efekt odwrotny od zamierzonego, to znaczy spowodował eskalację konfliktu.

OPIEKUNOWIE – PODEJŚCIE DO KONTROLI

Wywiad z opiekunami miał sprawdzić, jakie podejście do kontroli preferują rodzice – czy jest to tak zwane rodzicielstwo proaktywne (*proactive parenting*) czy też reaktywne (*reactive parenting*). Larry D. Rosen (2007) mianem drugiego określił działania związane z kontrolowaniem internetowej działalności dzieci (Rosen pisał o nastolatkach) przez system nakazów i zakazów – chodzi o wszelkie metody, które opierają się na ustalaniu limitów (na przykład: ograniczanie czasu korzystania z sieci, wyznaczanie stron, które można odwiedzać lub nie, monitorowanie odwiedzanych miejsc internetowych, wprowadzanie hasła, odłączanie komputera od prądu itp.). Sposoby reaktywne podszycie są nieufnością i opierają się na byciu surowym – rodzice, którzy je stosują nie boją się dzieci karać. Inaczej jest w wypadku rodzicielstwa proaktywnego, bazującego na zaufaniu i przekonaniu, że we wdrażaniu właściwych postaw może pomóc rozmowa na temat odpowiedniego zachowania oraz współpraca z dzieckiem (na przykład poznawanie narzędzi internetowych używanych przez pociechy). Kluczem metod pozytywnych jest otwarta postawa wobec swoich dzieci, co oznacza komunikowanie się, a nie bycie restrykcyjnym i zakazującym.

Wśród przebadanych dorosłych zdecydowanie częstsza jest postawa proaktywna. Widać to w przypadku omawianego wcześniej pytania związanego z wyobrażaniem sobie sytuacji, kiedy dziecko ma internetową sympatię (większość badanych deklarowała przyzwolenie na taką znajomość i ewentualną reakcję wtedy, gdy dzieć się będzie coś złego). Ponadto spośród 14 respondentów, którzy uznali, że mają stały wgląd w to, co w e-pajęczynie robią ich dzieci (tabela 11), 11 stwierdziło, że wgląd ten uzyskują dobrowolnie (pytanie zamknięte) – dziecko wie, że musi im pokazać, co robi lub co robiło w sieci i nie jest przymuszone karą lub nagradzane. Dodatkowo ze zdaniem „Moje dziecko chętnie pokazuje mi, co robi/robiło w internecie” zgodziło się (lub zdecydowanie zgodziło) 19 osób (tabela 7). Poza tym, ze wspomnianym wyżej zdaniem zgodziło się (lub zdecydowanie zgodziło) 9 na 11 badanych, którzy zaznaczyli, że dzieć dobrowolnie pokazuje im to, co robią. 11 z 19 osób deklarujących stały wgląd w e-działania swoich pociech zaznaczyło, że zgadzają się lub zdecydowanie zgadzają ze zdaniem „Moje dziecko chętnie pokazuje mi, co robi/robiło w internecie” (tabela 12). Tylko 5 opiekunów dowiaduje się o tym (co dzieć robią w sieci) metodami reaktywnymi, czyli decyduje się „przeglądać komputer (tablet, smartfon), kiedy dziećka nie ma w domu i «śledzić» jego internetową działalność”.

Badanie pokazuje, że w podejmowanym zagadnieniu dominuje postawa proaktywna. Mimo że znaczna część badanych sądzi, że użycie programów blokujących niepożądane treści sieciowe (seks, przemoc, wulgaryzmy) to dobry sposób, aby kontrolować, co dziecko ogląda w internecie (tabela 7), zdecydowana większość nie podejmuje się użycia takiego środka (tabela 8). Ponadto wielu respondentów nie stosuje nagrody – w postaci przyzwolenia na korzystanie z elektronicznej pajęczyny – jako metody wychowawczej (dziecko może skorzystać z internetu, jeśli pomoże w pracach domowych, posprząta swój pokój, pójdzie do sklepu, odrobi lekcje, pościeli łóżko, umyje zęby itp.) (tabela 8).

TABELA 12. „Moje dziecko chętnie pokazuje mi, co robi/robiło w internecie” skrzyżowane z „Czy masz stały wgląd w to, co Twoje dziecko robi i/lub robiło w internecie (wiesz, co dziecko zamieszcza i/lub zamieszczało na profilach w portalach społecznościowych, o czym rozmawia i/lub rozmawiało ze znajomymi za pomocą komunikatora, do kogo wysyła i/lub wysyłało e-maile i od kogo je dostaje i/lub dostawało, jakie strony przegląda i/lub przeglądało itd.)?”

	Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Trudno powiedzieć	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam	Ogółem
Tak	4	7	2	1	0	14
Nie	2	0	1	3	2	8
Trudno powiedzieć	1	5	1	1	0	8
Ogółem	7	12	4	5	2	Σ N=30

Proaktywna postawa uwidoczniła się również w odpowiedzi opiekunów dotyczącej rozmawiania z dziećmi na temat ich działalności sieciowej. 19 osób stwierdziło, że rozmawia z pociechami, natomiast 11, że nie rozmawia. Ci, którzy rozmawiają, zapytani zostali, jakie tematy poruszają najczęściej (pytanie otwarte). Odpowiedzi były bardzo różne. Twierdzono, że rozmawia się o: higienie korzystania z internetu² (konieczność zachowania odpowiedniej pozycji siedzenia, robienie przerw, dbanie o czystość komputera) (3 osoby), konieczności informowania dorosłych w razie niepokojących zdarzeń w sieci (5), konieczności ograniczania czasu spędzanego w e-pajęczynie (7), internetowych znajomościach (przestrzeganie przed związanymi z nimi niebezpieczeństwami – 9 osób), twórczych działaniach dzieci (rodzice pytają

2 Warto zaznaczyć, że w oczach opiekunów z higieną korzystania z internetu nie jest u dzieci za dobrze. Większość respondentów wskazała, że ich dzieci nie siedzą prawidłowo przed komputerem, a także, że nie czyszczą sprzętu, za pomocą którego łączą się z siecią (tabela 4).

się o prowadzone blogi czy zamieszczane zdjęcia – 3), nieodpowiednich treściach (przemoc, pornografia), które znaleźć można w internecie (3), konieczności wyszukiwania w elektronicznej pajęczynie wiadomości, które przydadzą się w pracy szkolnej i pozaszkolnej³ (6), konieczności zachowania ostrożności przy ujawnianiu informacji na swój temat (4), konieczności poszanowania prawa do prywatności innych osób w internecie (na przykład niezamieszczanie zdjęć innych ludzi bez uzyskania ich zgody) (3), „piractwie” (jego szkodliwości) (3). Zaznaczyć trzeba, że chociaż dużo respondentów twierdzi, że rozmawia ze swoimi pociechami, to rozmowy podejmowane są dość rzadko (tabela 8) i dotyczą one niewielu tematów – jedna osoba, z 10 tematów wymienionych wyżej, średnio podejmuje zaledwie 2,8 tematu.

3 Dużo osób zaznaczyło, że nie tylko rozmawia na temat wyszukiwania informacji, ale wyszukuje je razem z pociechami (tabela 4).