

Nowoczesne Systemy Zarządzania
Zeszyt 15 (2020), nr 3 (lipiec-wrzesień)
ISSN 1896-9380, s. 13-28
DOI: 10.37055/nusz/132938

Modern Management Systems
Volume 15 (2020), No. 3 (July-September)
ISSN 1896-9380, pp. 13-28
DOI: 10.37055/nusz/132938



Instytut Organizacji i Zarządzania
Wydział Bezpieczeństwa, Logistyki i Zarządzania
Wojskowa Akademia Techniczna
w Warszawie

Institute of Organization and Management
Faculty of Security, Logistics and Management
Military University of Technology

Aktywność młodych konsumentów w Internecie w czasie wolnym

Activity of Young Consumers on the Internet in Free Time

Jolanta Tarapata

Wojskowa Akademia Techniczna w Warszawie
Wydział Bezpieczeństwa, Logistyki i Zarządzania
jolanta.tarapata@wat.edu.pl, ORCID: 0000-0002-0783-6295

Abstrakt. Internet, nazywany nowym medium czy hipermedium, jest wszechobecny w życiu młodego konsumenta. Młodzież wykorzystuje go w różnych celach i do zaspokojenia różnych potrzeb. Celem artykułu jest zaprezentowanie aktualnego stanu wiedzy na temat stosowania tego medium przez młodzież w czasie wolnym oraz jej postaw przy korzystaniu z Internetu. W opracowaniu użyto danych wtórnych, które pozwolą scharakteryzować czas wolny, a także aspekty związane z jego zagospodarowaniem przez młodych konsumentów. Wykorzystano tematyczne pozycje książkowe oraz opracowania dotyczące charakterystyki współczesnego pokolenia Z. Dla zilustrowania podjętych rozważań odwołano się do badań własnych mających na celu określenie form aktywności, które są podejmowane przez młodych konsumentów w czasie wolnym w sieci, a także ich przekonań związanych z użytkowaniem Internetu. Badania zostały przeprowadzone w maju 2019 roku w jednym z warszawskich zespołów szkół na Bemowie. Objęto nimi 80 uczniów klas III gimnazjum oraz klas ósmych. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. Miały one charakter pilotażowy.

Słowa kluczowe: młody konsument, pokolenie Z, czas wolny, formy aktywności młodzieży

Abstract. The Internet, called the "new medium" or "hypermedia" is ubiquitous in the everyday life of a young consumer. It is used by young people for different purposes and to meet different needs. The aim of the article is to present the current knowledge about the use of this medium in leisure time and its attitudes towards the use of the Internet by young people. The study used secondary data, which allowed to characterize free time as well as aspects related to its use by young consumers. The study used thematic books and studies on the characteristics of the contemporary Z generation. To illustrate the considerations undertaken, reference was made to own research aimed at determining the forms of activity undertaken by young consumers in their free time online and their beliefs related to the use

of the Internet. The research was conducted in May 2019 in one of Warsaw's schools in Bemowo. The research involved 80 students from grades 3 of junior high school and 8th grade. The survey was based on a diagnostic survey method. The research was of a pilot character.

Keywords: young consumer, generation Z, leisure time, forms of youth activity

Wstęp

W każdym społeczeństwie odrębną i zróżnicowaną grupę stanowią ludzie młodzi. Niezależnie czy uwzględni się kryterium biologiczne, czy edukacyjne, ten segment rynku wymaga szczególnego poznania, stworzenia aktualnego profilu, a także określenia cech specyficznych, które są odmienne niż te dorosłej części społeczeństwa. Szczególnie interesującą grupą konsumentów jest pokolenie Z, określane również jako pokolenie C, generacja multitasking, ciche pokolenie, generacja @, *generation V* czy pokolenie internetowe (Wyrwisz, 2018, s. 1036-1046). Obejmuje ludzi młodych urodzonych w latach 1995-2009. Są oni jedną z najbardziej aktywnych i wpływowych grup konsumentów, która właśnie wchodzi w dorosłe życie i decyduje o trendach w konsumpcji. Istotną cechą określającą pokolenie Z jest fakt dorastania w otoczeniu świata cyfrowego oraz aktywny udział w tym świecie. Osoby te urodziły się w czasach, gdy technologie informatyczne dynamicznie się upowszechniały i zaczęły wkraczać w codzienne życie zwykłego człowieka. Internet przestawał być domeną tzw. techno-elit i pojawiał się w licznych gospodarstwach domowych. Według danych GUS w Polsce w 2020 roku dostęp do Internetu posiadało ponad 90% gospodarstw domowych, jest to o 3,7% więcej niż w roku poprzednim (GUS, 2020). Można zatem przyjąć, że Internet zaczynał przeobrażać dotychczasową rzeczywistość i zapraszał do odkrycia meandrów tej nowej, wirtualnej (Jabłońska, 2018, s. 15). Przedstawiciele tego pokolenia nie znają świata sprzed ery Internetu, smartfonów i Facebooka, są nieustannie online, większość swojego codziennego funkcjonowania płynnie przenoszą do wirtualnej rzeczywistości. Konsumenty pokolenia Z są reprezentantami społeczeństwa informacyjnego. Zdecydowanie aktywniej niż dorośli wykorzystują nowe technologie, które są wszechobecne we wszystkich sferach ich życia. Gry komputerowe, poczta elektroniczna, Internet, telefon komórkowy, komunikatory internetowe są integralną częścią podejmowanej przez nich aktywności. Jak zauważa M.H. Immordino-Yang, z roku na rok wzrasta rozpowszechnianie się komunikacji i rozrywki za pomocą mediów cyfrowych wśród młodzieży, a wiadomości tekstowe zastępują wszystkie inne formy przyjaźni między nastolatkami (Immordino-Yang, Christodoulou, Singh, 2012, s. 358-359). Ta grupa konsumentów została nazwana „cyfrowymi tubylcami”. M. Prensky twierdzi, że są oni „native speakerami” języka cyfrowego, komputerów, gier wideo i Internetu. W wyniku wszechobecności świata cyfrowego i interakcji z nim pokolenie Z myśli i przetwarza informacje inaczej niż pokolenie poprzednie (Prensky, 2001). Młodzi ludzie to tubylcy zamieszkali w cyfrowym świecie.

Cyberprzestrzeń stanowi dla nich całkowicie naturalne środowisko, do którego nie muszą się adaptować, lecz postrzegają je jako „ojczyste”. Dzisiejsze dzieci i nastolatki nie znają świata bez komputera, a Internet istniał dla nich „od zawsze”. W efekcie rzeczywistość wirtualna jest dla nich tak samo prawdziwa jak ta realna, a immersja w cyberprzestrzeń jest bardzo głęboka (Jabłońska, 2018, s. 14-15). Coraz więcej czynności codziennego życia odbywa się w Internecie. Młodzi ludzie uczą się, bawią, odpoczywają, kupują, socjalizują – słowem poznają świat – poprzez ekran komputera lub urządzeń mobilnych. Jest to istotne z punktu widzenia analizy ich aktywności, jaką podejmują w czasie wolnym. Tezą przyjętą w badaniach było stwierdzenie, że znaczną część czasu wolnego młodych konsumentów pochłania aktywność online. Internet jest wszechobecny w codziennym życiu młodzieży, wpływa na jej codzienne funkcjonowanie. Celem artykułu jest poszerzenie wiedzy na temat znaczenia Internetu w życiu młodych konsumentów, form aktywności podejmowanych w sieci oraz postaw przejawianych wobec użytkowania tego medium.

Istota czasu wolnego młodzieży

Czas wolny bywa określany w różny sposób, bowiem jego problematyką zajmują się przedstawiciele wielu dyscyplin naukowych. Każdy z nich rozpatruje czas wolny z własnej perspektywy badawczej, zwracając uwagę na różne aspekty, i formułuje swoje definicje.

W potocznym myśleniu jest to czas wolny od pracy, szkoły, obowiązków domowych; czas, w którym wypoczywamy i możemy realizować swoje zainteresowania oraz hobby. Kojarzy się także z bezczynnością, brakiem zajęcia lub zajęciami o charakterze pasywnym. Odmiennie definiują to pojęcie autorzy opracowań naukowych. Wielu z nich kładzie nacisk na kryterium dobrowolności podejmowania czynności. Najbardziej znaną i cytowaną definicją czasu wolnego jest ta autorstwa J. Dumazediera, z której wynika, że „wolny czas to wszelkie zajęcia, którym jednostka oddawać się może z własnej chęci bądź dla rozrywki, bądź dla rozwoju swych wiadomości lub swego kształcenia bezinteresownego, swego dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po oswobodzeniu się z obowiązków zawodowych, rodzinnych, społecznych” (Dumazedier, 1960, s. 563). Wobec tego czas wolny to czas przeznaczony na zajęcia, którym ludzie oddają się dobrowolnie poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi. Może być związany z wypoczynkiem, rozrywką, rozwijaniem wiedzy lub zainteresowań (Nawojczyk, 2011, s. 121-122). J. Pięta pojęcie czasu wolnego rozumie jako tę część budżetu czasu, która nie jest zajęta przez pracę zarobkową normalną i dodatkową, przez systematyczne kształcenie się uczelniane ani przez stałe obowiązki domowe i może być spożytkowana bądź na swobodne wczasowanie, bądź też na życie rodzinne, społeczne i aktywność przynoszącą wyraźne korzyści (Pięta, 2004, s. 26). Czas zasługujący na miano wolnego pozostaje więc do dyspozycji

jednostki. Można do niego zaliczyć zajęcia podejmowane przez człowieka poza snem i zaspokajaniem niezbędnych potrzeb fizjologicznych i higienicznych, które nie wynikają z obowiązków rodzinnych, zawodowych, religijnych czy społecznych (Przeclawski, 2002, s. 39-40).

Czas wolny należy więc do sfery prywatnej jednostki, charakteryzuje się dobrowolnością i swobodą działania. Wybrane formy spędzania czasu wolnego pozwalają zaspokajać określone potrzeby człowieka. To jednostka decyduje o sposobach spędzania wolnego czasu zgodnie z własną hierarchią potrzeb i wartości oraz zainteresowaniami i preferencjami.

Czas wolny, jako ważna kategoria w określaniu zachowań młodych konsumentów, traktowany jest bardzo niejednoznacznie. Część młodzieży określa swój czas wolny jako czas poza lekcjami w szkole (26%), czas poza zajęciami stałymi (28%) lub czas, w którym nie ma nic innego do robienia (27%), a nawet jako soboty i niedziele (Olejniczuk-Merta, 2009, s. 211-212). Zdaniem I. Sowy czas wolny młodzieży to czas pozostający po realizacji obowiązków szkolnych, na który składa się czas swobody (całkowicie wolny, o którego zagospodarowaniu podmiot może swobodnie decydować w każdym momencie) oraz czas częściowo wolny, którego zagospodarowanie wynika z podjętych zobowiązań, zainteresowań lub relacji z innymi osobami (np. pomoc w domu, opieka nad zwierzętami, uprawianie sportu, gra na instrumencie, praca zarobkowa i inne) (Sowa, 2013, s. 83). Zakwalifikowanie poszczególnych czynności do odpowiednich grup jest uzależnione od indywidualnej sytuacji jednostki.

Pokolenie młodych konsumentów spędza czas inaczej niż osoby dorosłe. U człowieka dorosłego to głównie praca zawodowa i obowiązki rodzinne wyznaczają ilość wolnego czasu. W przypadku młodzieży szkolnej sposób ten nie jest dowolny, podlega kontroli i interwencji dorosłych. Determinują go ponadto nauka w szkole, obowiązek odrabiania lekcji i prace domowe. Wraz z rozwojem techniki oraz zmieniającymi się formami organizacji pracy i nauki zwiększa się ilość czasu do wykorzystania według własnych upodobań. K. Kwilecki dokonuje klasyfikacji poszczególnych rodzajów aktywności podejmowanych przez młodzież w wieku szkolnym. Należą do nich: zbiorowe zajęcia kulturowe, imprezy, rozrywki; koła zainteresowań; szkolne kluby sportowe; rekreacja ruchowa i sport; turystyka aktywna i poznawcza; czynne uczestnictwo w imprezach artystycznych oraz amatorstwo artystyczne; recepcja środków masowej komunikacji (czytelnictwo, film, radio, telewizja, Internet); wszelkie formy aktywności intelektualnej; zajęcia techniczne, warsztatowe i konstrukcyjne; aktywność społeczna i towarzyska (między innymi w grupach rówieśniczych); inne formy aktywności (kolekcjonerstwo, różnego rodzaju indywidualne zamiłowania, w tym dotyczące aktywności ruchowej) (Kwilecki, 2011, s. 51-52). Ich wybór determinowany jest różnymi czynnikami, zarówno związanymi z preferencjami, potrzebami i zainteresowaniami młodych ludzi, jak również czynnikami, na które młodzież nie ma wpływu, np. warunkami materialnymi rodziny.

Korzystanie przez młodzież szkolną w czasie wolnym z urządzeń elektronicznych – analiza badań wtórnych

Problem wolnego czasu młodzieży stał się w ostatnich latach tematem wielu prac badawczych i artykułów naukowych. Znaczna część prowadzonych badań koncentruje się na sposobach spędzania czasu wolnego w zależności od wpływu różnych czynników. Niniejszą analizę form spędzania przez młodzież czasu wolnego ograniczono do jej aktywności z wykorzystaniem urządzeń elektronicznych (w tym komputerów).

Z badań przeprowadzonych przez M. Dragan wynika, że młodzi ludzie wolą swój czas wolny spędzać biernie. Najczęściej siadają przed komputerem (62%) oraz oglądają telewizję (35%). Dużo mniej uczniów spędza wolne chwile na czytaniu książek, spotkaniach ze znajomymi czy uprawianiu sportu (Dragan, 2013, s. 25). Potwierdzają to inne wyniki badań wskazujące na podejście młodych ludzi do czasu wolnego rozumianego jako nicnierobienie, odpoczywanie czy leniuchowanie – aż 36% 15-16-latków twierdzi, że czas wolny spędza w ten sposób (Szerzej: Tarapata, 2020). Istnieje zatem grupa młodych ludzi, która utożsamia czas wolny z odpoczynkiem biernym i relaksem.

Analiza literatury przedmiotu pod kątem korzystania przez młodzież z urządzeń elektronicznych wskazuje, że komputer jest stałym elementem, na który decyduje się młodzież w wolnych chwilach. Spora część uczniów (80%) zasiada przed nim na dłużej niż jedną godzinę. Niektórzy (co piąty) spędzają przed komputerem więcej niż cztery godziny. Najwięcej, bo prawie co trzeci, poświęca do trzech godzin na korzystanie z komputera (Dragan, 2013, s. 28-29). Użytkowanie komputera coraz częściej stanowi jedną z głównych czynności wykonywanych w czasie wolnym przez młodzież. Potwierdzają to również badania przeprowadzone przez E. Machowską. Wynika z nich, że większość młodych osób częściej swój czas wolny spędza przed komputerem niż na spotkaniach ze znajomymi w realnym świecie (Machowska, 2015, s. 102-104). Wyniki te są zbliżone do badań innych autorów, według których średni czas korzystania w ciągu doby z komputera przez młodzież to około dwie godziny. Według autorów nie ma istotnej zależności między czasem spędzonym przez młodzież przed komputerem a miejscem zamieszkania. Młodzież z terenów wiejskich korzysta z komputera tylko o sześć minut krócej niż młodzież z dużego miasta (Rabisz, Kwilosz, Moskal-Szybka, 2014, s. 29-32).

Młodzież w większości komputera używa do surfowania po Internecie, ta grupa stanowi 30%, następnie co czwartemu z badanych służy on do oglądania filmów. Niecałe 21% uczniów używa komputera do komunikacji, czy to mailowej, czy też za pomocą wszelkiego rodzaju komunikatorów i telefonii internetowej (Dragan, 2013, s. 28-29). Potwierdza to tezę, że tzw. cyfrowe pokolenie młodzieży posiada wysoko rozwiniętą umiejętność komunikacji, lecz tekstowej. Werbalny kontakt jest bowiem coraz częściej wypierany przez wiadomości elektroniczne.

Szeroki dostęp do Internetu sprawia, że młodzież nie czuje potrzeby, aby wyjść z domu i spotkać się ze znajomymi. Potrzebę kontaktów z innymi zaspokajają komunikatory, portale społecznościowe, telefony, które mają dostęp do sieci. Jak zauważa E. Sanecka, ludzie spędzają online coraz więcej czasu, co spowodowało przeniesienie kontaktów interpersonalnych do sieci (Sanecka, 2014, s. 36). Internet pozwala nawiązywać czy podtrzymywać kontakty z wieloma osobami, co nie jest możliwe w takim stopniu poza środowiskiem sieciowym. Oglądanie telewizji jest mniej popularne, ponieważ wiele filmów, seriali młodzież może obejrzeć przez Internet w dowolnym dla siebie miejscu i czasie. Korzystanie z Internetu i niemożność odejścia od komputera, co ma wpływ na ilość czasu spędzanego w sieci, wynika z tego, że Internet jest źródłem informacji, ułatwia dostęp do filmów, wiadomości, może dać odpowiedź czy radę w wielu sprawach (Zalewski, 2010, s. 12-13).

Najwięcej respondentów spędza czas wolny, korzystając z Internetu w wymiarze 1-3 godzin dziennie, jednak są również takie osoby, których cała aktywność w wolnym czasie się do tego sprowadza (Machowska, 2015, s. 102-104). Z badań przeprowadzonych na młodzieży pierwszego roku studiów informatycznych wynika, że aż 42% tygodniowo spędza w Internecie od 36 do 65 godzin (dziennie średnio od 5 do 9 godzin), 27% – od 22 do 35 godzin (średnio dziennie od 3 do 5 godzin), 11% – 66 i więcej godzin (średnio dziennie ponad 9 godzin), a 10% od 15-21 godzin (średnio dziennie 2-3 godziny). 7% badanych ma trudności z określeniem czasu, jaki tygodniowo poświęca na korzystanie z Internetu (Gurmińska, Tarapata, 2019). Badania te są potwierdzeniem, że nowe możliwości technologiczne wiążą się ze zwiększoną ilością czasu spędzanego w wirtualnym świecie. Badani studenci częściej wybierają kontakty ze znajomymi przez Internet niż spotkania *face-to-face*. Dla zdecydowanej większości respondentów (82%) Internet jest sposobem na kontakt z innymi ludźmi. Dla 73% – miejscem rozrywki, ale i źródłem wiedzy potrzebnej do nauki (77%). Przez znaczną część młodzieży (27%) jest wykorzystywany do pozyskiwania wiedzy potrzebnej do uprawiania hobby, a 18% respondentów używa go do załatwiania codziennych spraw, tj. robienia zakupów oraz zdobywania bieżących wiadomości. Internet może służyć wielu różnorodnym celom. 80% badanych przyznaje, że korzysta z komunikatorów internetowych, 75% poszukuje w Internecie różnych informacji, 63% przegląda strony www, 53% gra w gry komputerowe, a 45% pobiera przez Internet różne programy, filmy, gry i muzykę. Jedynie po 2% badanych studentów poszukuje w Internecie danych teleadresowych oraz pobiera/wysyła wnioski i dokumenty przy załatwianiu różnych spraw. Wśród badanych znalazły się osoby (4%), które wskazały inne cele, do jakich wykorzystują Internet, tj. oglądanie telewizji, oglądanie streamów i filmów na Netflix i YouTube, oglądanie serwisów streamingowych, słuchanie muzyki i oglądanie pornografii (Gurmińska, Tarapata, 2019). Popularne wśród młodzieży okazuje się również korzystanie z innego, poza komputerami, sprzętu elektronicznego, w tym z telefonów komórkowych, odtwarzaczy MP3, laptopów, tabletów czy z konsoli do

gier. Średni czas korzystania przez młodzież z tego rodzaju sprzętu w ciągu doby to około 1,5 godziny (Rabisz, Kwilosz, Moskal-Szybka, 2014, s. 29-32). W badaniu przeprowadzonym w wybranych grupach wiekowych młodzieży zauważono, że wiek oraz płeć determinują korzystanie przez młodzież z urządzeń elektronicznych. Z najbardziej popularnego telefonu komórkowego korzysta więcej dziewcząt niż chłopców. Chłopcy natomiast częściej używają komputera. Grupa 10–13-latków na urządzeniu, z którego korzysta codziennie, najczęściej ogląda filmy (75,1%), słucha muzyki (73,3%) oraz gra w gry (71,9%). Wśród 14–16-latków dominuje: słuchanie muzyki (87%), oglądanie filmów (81%), przeglądanie portali społecznościowych (78,3%). W grupie 17–19-latków znaczenie zyskują portale społecznościowe, które wyprzedzają oglądanie filmów. Trzy najczęstsze czynności w tej grupie to: słuchanie muzyki (91,3%), przeglądanie portali społecznościowych (83%) oraz oglądanie filmów (78%). Warto dodać, że w najmłodszej grupie wiekowej (10-13 lat) obserwuje się, że portale społecznościowe są najbardziej popularne wśród 13-latków (60,7%). Granie w gry to natomiast domena najmłodszych badanych: 10-latków (80,6%). Co dziesiąty uczeń wykonuje również inne czynności na urządzeniach elektronicznych. Najmłodsza młodzież (10–13-latki) najczęściej wskazuje na kontakt z innymi osobami poprzez sms, czat czy komunikator – 27,3%; 14,5% badanych na inne rzeczy, np. przeglądanie różnych stron, sprawdzanie godziny, kalendarza, maila. Na trzecim miejscu pod względem częstości pojawia się kontakt z innymi osobami – 12,1% dzwoni do znajomych. Niepokojące w tej grupie badanych są odpowiedzi: „hejtuję” oraz „wchodzę na niedozwolone dla mnie rzeczy” (wskazane przez dwóch uczniów). W grupie 14–16-latków najpopularniejsze inne czynności wykonywane na ulubionym urządzeniu elektronicznym w czasie wolnym to czytanie (27,9%) oraz kontakt ze znajomymi (25,6%). Podobnie najpopularniejsze odpowiedzi wyglądają u starszych uczniów (17–19-latków). Niepokojące w starszej grupie wiekowej jest oglądanie pornografii, wskazane przez 6,7% badanych (ośmiu uczniów). Oglądanie tego typu filmów pojawiło się również w młodszej grupie 14–16-latków – 1,2% wskazań (jeden uczeń) (*Raport z badań...*, 2017, s. 10-11). Na aktywność młodzieży związaną z użytkowaniem urządzeń elektronicznych wskazują również badania innych autorów (Rabisz, Kwilosz, Moskal-Szybka, 2014). Według nich 53,7% badanej młodzieży do najczęściej podejmowanych w ramach czasu wolnego form aktywności zalicza granie w gry komputerowe. Autorki dowodzą ponadto, że w odniesieniu do tej formy spędzania czasu wolnego istnieje różnica między młodzieżą mieszkającą w mieście i na wsi. Młodzież z miast częściej spędza czas wolny na grach komputerowych niż młodzież zamieszkująca wieś, która z kolei częściej swój wolny czas spędza, pomagając w gospodarstwie domowym (Rabisz, Kwilosz, Moskal-Szybka, 2014, s. 29-32).

Przytoczone badania są potwierdzeniem, że Internet, komputer i inne urządzenia elektroniczne są nieodzownymi elementami funkcjonowania młodego człowieka we współczesnym świecie.

Aktywność młodych konsumentów w Internecie w czasie wolnym w świetle badań własnych

Prezentowane w tej części artykułu wyniki badań dotyczą aktywności w wolnym czasie, które młodzi konsumenci realizują przy użyciu nowoczesnych technologii, w tym Internetu. Założeniem autorki było określenie form aktywności podejmowanych przez nich w czasie wolnym w sieci oraz ich przekonań związanych z użytkowaniem Internetu.

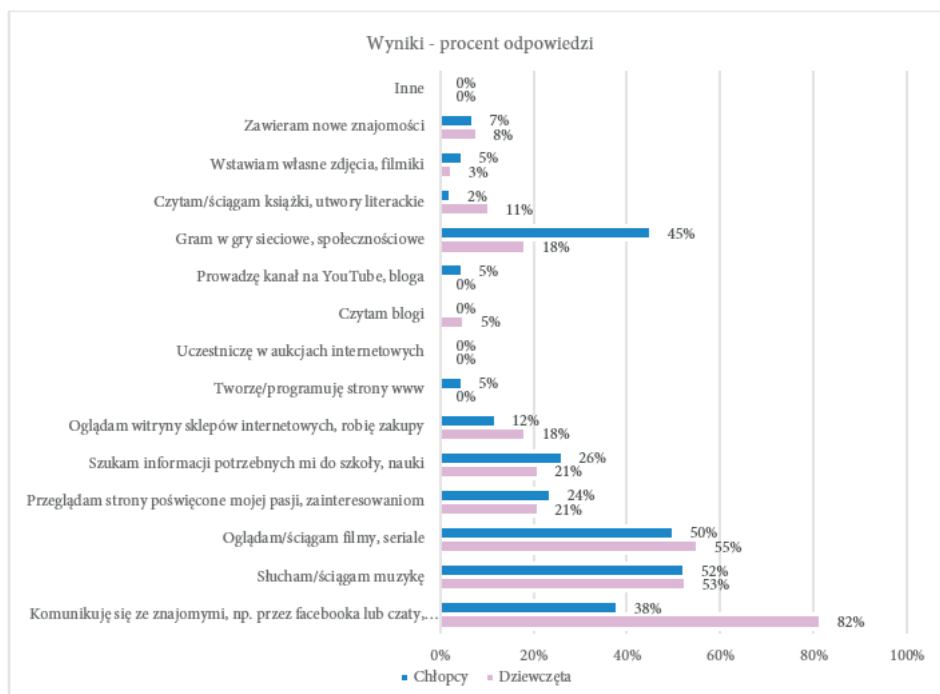
W badaniu uczestniczyła młodzież w wieku szkolnym. Grupę tę stanowili uczniowie ostatnich klas gimnazjum oraz klas ósmych szkoły podstawowej jednego z zespołów szkół na warszawskim Bemowie. W badaniu uczestniczyło 80 uczniów (15–16-latków), z czego 48% stanowiły dziewczęta, a 52% chłopcy.

Wyniki badań dowodzą, że najpowszechniejszym zajęciem młodzieży w czasie wolnym jest słuchanie muzyki. Na tę formę aktywności wskazało 59% ogółu badanych. Muzyka towarzyszy młodzieży przy odrabianiu lekcji, pracach domowych, kontaktowaniu się z innymi ludźmi. Najczęściej jest to muzyka pobierana (i odtwarzana) przez młodzież z Internetu (YouTube Music, Spotify, Apple Music, Tidal, SoundCloud). Słuchanie muzyki towarzyszy młodzieży również w czasie wypełniania innych obowiązków, a tym samym stanowi tło do podejmowanych aktywności, np. nauki. Wypełniając czas wolny, młodzież (55%) nawiązuje więzi z rówieśnikami. Spotkania z kolegami pozostają popularnym sposobem prowadzenia życia towarzyskiego, jednak ich bezpośredniość coraz częściej zastępują kontakty wirtualne. Przedstawiciele pokolenia Z znaczącą pozycję przypisali również korzystaniu z komputera. W czasie wolnym robi to aż 44% wszystkich badanych, ta aktywność odgrywa coraz większą rolę w zagospodarowaniu czasu wolnego, głównie ze względu na relatywnie niski koszt, powszechną dostępność czy korzyści, jakie dostrzegają użytkownicy komputera. Pozwala on młodym ludziom zrelaksować się, dostarcza zabawy i jest nośnikiem wielu informacji, które wykorzystuje konsument. Można wyciągnąć wniosek, że aktywność młodych ludzi w czasie wolnym w dużej mierze opiera się na wykorzystywaniu nowoczesnych technologii, w tym Internetu. Zagadnienie to postanowiono zgłębić w tym artykule.

Jedno z pytań skierowanych do badanej młodzieży dotyczyło czasu, jaki respondenci przeznaczają w ciągu dnia na aktywne korzystanie z Internetu¹. 51% badanych poświęca na to nie więcej niż jedną godzinę. W tej grupie znalazły się w zdecydowanej większości dziewczęta (68% populacji dziewcząt, a tylko 36% populacji chłopców). 31% ogółu badanych wykorzystuje aktywnie Internet od 1 do 3 godzin dziennie. Są również tacy, którzy spędzają aktywnie w Internecie więcej niż trzy godziny dziennie (18%). W ostatniej z wymienionych grup przewagę stanowią chłopcy (26% badanych chłopców,

¹ Nie chodzi tu o bycie online, bo każdy w obecnych czasach posiada np. smartfona, który jest podłączony 24 godziny na dobę do sieci, ale o aktywne korzystanie z sieci.

a tylko 8% badanych dziewcząt). Do jakich celów młodzi konsumenci najczęściej wykorzystują Internet? To kolejne pytanie, które zostało postawione badanym (rysunek 1).



*Respondenci mieli możliwość wielokrotnego wyboru

Rys. 1. Formy wykorzystywania Internetu przez młodzież z uwzględnieniem płci

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z badań wynika, że młodzież w 59% wykorzystuje Internet do komunikowania się ze znajomymi, np. przez Facebooka lub czaty oraz pocztę elektroniczną. 53% młodych konsumentów słucha muzyki i pobiera ją oraz ogląda i pobiera filmy i seriale, a 33% gra w gry sieciowe i społecznościowe. Około 25% młodzieży szuka w Internecie informacji potrzebnych do szkoły, nauki i tyle samo przegląda strony poświęcone swoim pasjom i zainteresowaniom. 14% badanych ogląda witryny sklepów internetowych oraz robi zakupy. Niewielki odsetek badanych zawiera przez Internet nowe znajomości (8%) oraz czyta lub pobiera książki i utwory literackie (6%). Respondenci płci żeńskiej oraz męskiej nie różnią się znacznie w zakresie celowości wykorzystania Internetu. Różnice dotyczą jedynie dwóch wskazanych celów. Na komunikowanie się ze znajomymi przez Internet wskazało aż 82% badanych dziewcząt, a tylko 38% badanych chłopców, zaś na wykorzystanie Internetu do gier sieciowych czy społecznościowych – 45% badanych chłopców i tylko 18% badanych dziewcząt.

Zamierzeniem badań było również poznanie postaw młodzieży wobec korzystania z Internetu oraz jej przekonań związanych z użytkowaniem tego medium. Dlatego jeden z obszarów kwestionariusza ankiety dotyczył ustosunkowania się młodych ludzi do kilku stwierdzeń odnoszących się do korzystania z Internetu (tabela 1).

Tabela 1. Postawy młodzieży wobec korzystania z Internetu

Stwierdzenia odnoszące się do korzystania z Internetu	Częstotliwość występowania					
	Bardzo często		Dość często		Rzadko	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Mam poczucie, że życie bez Internetu byłoby nudne, puste i pozbawione radości.	15	19	41	51	24	30
Rodzice i inni domownicy narzekają na ilość czasu, jaką spędzam w Internecie.	22	28	35	44	23	29
Zdarza mi się niedosypiać lub spać za krótko, przez to, że do późnej nocy jestem w Internecie.	11	14	32	31	37	46
Zdarza mi się zaniedbywać obowiązki domowe, aby spędzać więcej czasu w Internecie.	6	7	34	43	40	50
Moje stopnie i nauka ucierpiały, dlatego że tyle czasu spędzam w Internecie.	5	7	30	38	45	56
Zdarza się, że wolę spędzać czas w Internecie, zamiast wyjść gdzieś z innymi.	10	12	29	36	41	51
Próbuję ukryć przed innymi, jak długo byłem/byłam w Internecie.	5	6	15	19	60	75

*W każdym ze stwierdzeń respondenci udzielali jednej odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z danych zawartych w powyższej tabeli wynika, że 51% badanych przyznaje, że dość często ma poczucie, że egzystencja pozbawiona kontaktu z Internetem odbiera satysfakcję i powoduje odczucie nudy, 30% doświadcza takiego odczucia rzadko, zaś 19% – bardzo często. Znaczny odsetek respondentów stwierdza, że ich rodzice narzekają na ilość czasu, jaką oni spędzają w Internecie. 44% badanych wskazało, że rodzice czynią to dość często, a 28% – bardzo często. 29% badanych nie potwierdza narzekania swoich rodziców z powodu częstego korzystania przez nich z Internetu. Kolejnym celem było określenie konsekwencji korzystania z Internetu przez młodych ludzi i ich świadomości w tym względzie. Nieco mniej niż połowa badanych jest świadoma tego, że z powodu przebywania w Internecie do późnych godzin nocnych śpią zbyt krótko. Dość często zdarza się to 31% młodzieży, zaś bardzo często – 14%. Prawie tyle samo badanych (50%) twierdzi, że zaniedbuje swoje obowiązki domowe, aby spędzać więcej czasu w Internecie, zaś 45% badanych uważa, że z powodu czasu,

jaki pochłania Internet, uzyskują gorsze wyniki w nauce. Młodzi ludzie nie kryją przed bliskimi, że korzystają z Internetu. Aż 75% badanych podkreśla, że ukrywanie przed innymi tego, jak długo przebywają w Internecie, zdarza im się rzadko. Dość często czyni to 19% badanych, zaś bardzo często – jedynie 6%. Wyniki badań wykazały, że młodzi ludzie wolą spędzać czas w Internecie, zamiast spotykać się z innymi osobami. Nie dotyczy to jednak wszystkich badanych, a jedynie około połowy z nich. 12% badanych preferuje przebywanie w sieci zamiast wyjścia ze znajomymi, zaś 36% przyznało, że zdarza im się to dość często. Ponad połowa badanych nie przedkłada ważności przebywania w sieci nad wyjście z domu ze znajomymi. Powyższe wyniki wskazują, że Internet mimo korzyści, jakie daje jego użytkownikom, niesie również pewne zagrożenia, negatywnie wpływając na funkcjonowanie młodzieży. Warto podkreślić, że młodzież zdaje sobie sprawę, że nadmierne korzystanie z Internetu negatywnie wpływa na jej życie.

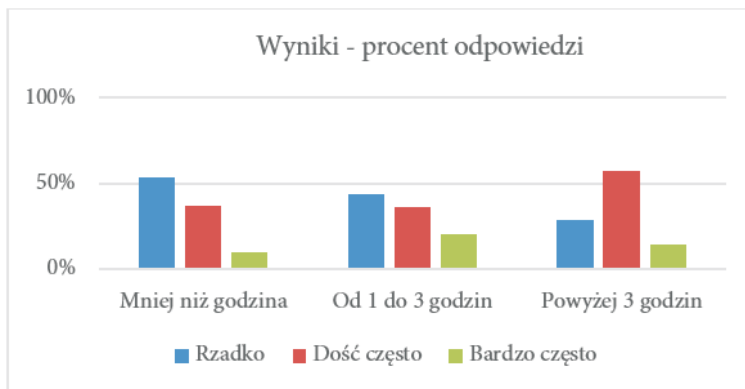
Interesującym zagadnieniem podjętym w badaniach było określenie, czy ilość czasu, jaką młodzi ludzie przeznaczają na aktywne korzystanie z Internetu, determinuje powyżej opisane przekonania i postawy młodzieży odnoszące się do korzystania z Internetu.

Badania dowiodły, że istnieje zależność między czasem spędzonym w Internecie a odczuciem młodych ludzi, że życie bez Internetu byłoby nudne, puste i pozbawione radości (rysunek 2). Wśród osób, które zadeklarowały, że ich czas aktywnego korzystania z sieci nie przekracza jednej godziny, zdecydowaną większość stanowiły te, dla których życie bez Internetu niekoniecznie jest nudne (54%). Jedynie 15% badanych z tej grupy potwierdziło, że życie bez Internetu pozbawione jest radości. Odmienne przekonania zaobserwowano natomiast w grupie osób, które spędzają czynnie w Internecie ponad trzy godziny dziennie. Tutaj zdecydowana większość (57%) młodzieży przyznała, że dość często ma odczucie, że egzystencja bez Internetu byłaby nudna i pozbawiona radości, zaś 14% z nich stwierdziło, że z takim odczuciem ma do czynienia bardzo często. Można zatem przyjąć, że tę postawę młodzieży warunkuje w pewnym stopniu czas, jaki przeznaczają ona w ciągu dnia na aktywność w sieci.

Czas przeznaczony na aktywne korzystanie z Internetu przez młodzież nie wpływa na częstotliwość narzekania rodziców i innych domowników na ilość czasu, jaką spędza ona w Internecie. 72% młodzieży stwierdziło, że ich bliscy dość często i bardzo często narzekają na ilość czasu, jaką spędzają w Internecie. Z tego typu narzekaniem spotykają się zarówno ci, którzy przebywają w Internecie do jednej godziny, jak i ci, którzy korzystają z sieci od jednej do trzech godzin oraz ponad trzy godziny dziennie.

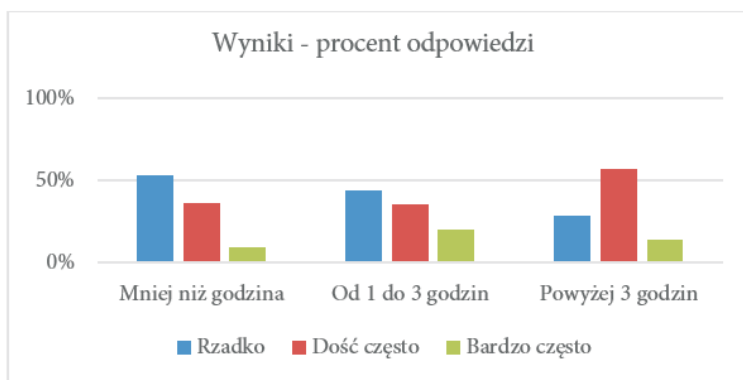
Badania dowiodły, że czas, jaki młodzi ludzie spędzają w Internecie, ma negatywny wpływ na ich funkcjonowanie i samopoczucie (rysunek 3). Zdecydowana większość młodzieży przebywającej w Internecie powyżej trzech godzin dziennie doświadcza dość często (57%) lub bardzo często (14%) odczucia niedospania.

Osobom przebywającym w sieci do jednej godziny w zdecydowanej większości zdarza się to rzadko (54%). Odpowiednio, 44% osób korzystających z Internetu 1-3 godziny dziennie rzadko skarży się na niedospanie i zbyt krótki sen, zaś wśród tych, którzy przebywają w sieci więcej niż trzy godziny dziennie, rzadko skarży się na to już tylko 29%.



Rys. 2. Ustosunkowanie się młodzieży do stwierdzenia: „Mam poczucie, że życie bez Internetu byłoby nudne, puste i pozbawione radości” z uwzględnieniem czasu aktywnego korzystania z Internetu w ciągu dnia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



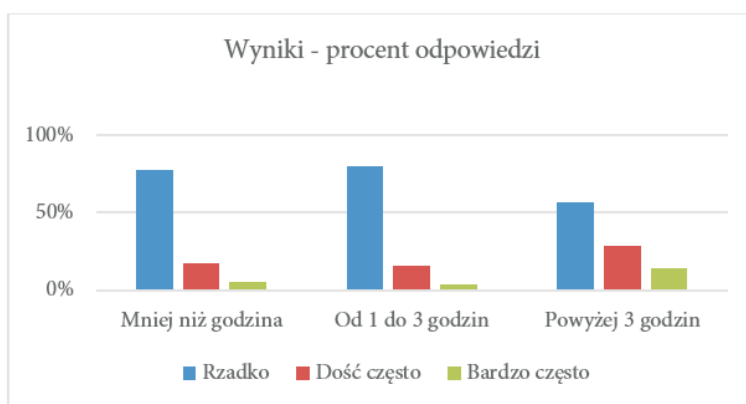
Rys. 3. Ustosunkowanie się młodzieży do stwierdzenia: „Zdarza mi się niedosypiać lub spać za krótko przez to, że do późnej nocy jestem w Internecie” z uwzględnieniem czasu aktywnego korzystania z Internetu w ciągu dnia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

50% badanych uważa, że bardzo rzadko zdarza się im zaniedbywać obowiązki domowe z powodu przebywania w Internecie. Jedynie 7% badanych jest zdania, że zdarza się to bardzo często, a 43% dość często. Korelacja ilości czasu przeznaczonego na aktywność w sieci z zaniedbywaniem przez młodzież obowiązków domowych pokazała zależność. Młodzież korzystająca z sieci powyżej trzech godzin dziennie częściej zaniedbuje swoje obowiązki domowe niż korzystająca z Internetu do jednej godziny lub od 1 do 3 godzin dziennie. Rzadko zaniedbuje swoje obowiązki domowe 60% młodzieży użytkującej Internet od 1 do 3 godzin dziennie oraz 51% korzystającej z sieci do 1 godziny dziennie, a tylko 29% przebywających w sieci więcej niż 3 godziny dziennie.

Zaobserwowano również zależność między ilością czasu spędzanego w sieci a spadkiem osiągnięć szkolnych badanych uczniów. Zdaniem 56% badanych rzadko czas spędzony w Internecie rzutuje na niższe wyniki w szkole. 38% badanych twierdzi, że z takim wpływem ma do czynienia dość często, a tylko 7%, że bardzo rzadko. Zdecydowany wpływ przebywania w sieci na obniżenie osiągnięć szkolnych podkreślają w większości ci, którzy przebywają w sieci więcej niż trzy godziny dziennie, a tylko 5% korzystających z Internetu do jednej godziny dziennie. Przedstawiciele tej grupy w zdecydowanej większości (66%) podkreślają, że rzadko się zdarza, żeby ich stopnie i nauka ucierpiały z powodu czasu spędzanego w Internecie. Tego zdania jest stosunkowo mniej osób przebywających w sieci od 1 do 3 godzin (48%) oraz ponad trzy godziny dziennie (43%). Można zatem stwierdzić, że Internet może być pożeraczem czasu, który można byłoby spożytkować na inne obowiązki, np. domowe czy związane z nauką.

Pomimo tego, że znaczna część młodzieży (75%) nie próbuje ukrywać przed innymi, jak długo przebywa w Internecie i czyni to rzadko, to jednak czas spędzany w sieci różnicuje postawę badanych (rysunek 4).



Rys. 4. Ustosunkowanie się młodzieży do stwierdzenia: „Próbuję ukryć przed innymi, jak długo byłem/byłam w Internecie” z uwzględnieniem czasu aktywnego korzystania z Internetu w ciągu dnia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Badania dowiodły, że „rzadko ukrywa przed innymi swoją obecność w Internecie”: 78% badanych korzystających z sieci mniej niż godzinę dziennie, 80% aktywnych w sieci od jednej do trzech godzin, ale już tylko 57% spędzających w sieci ponad trzy godziny dziennie. Z drugiej strony ukrywanie przed innymi swojej aktywności w Internecie jest w większym stopniu właściwe przebywającym w sieci ponad trzy godziny dziennie niż tym, którzy korzystają z sieci krócej.

Podsumowanie

Internet dla współczesnego młodego konsumenta oznacza stałą i nieograniczony dostęp do świata. Towarzyszy młodzieży każdego dnia od świtu do zmroku (czasem nawet znacznie dłużej). Coraz więcej codziennych zajęć młodzież przynosi ze świata rzeczywistego do wirtualnego. Dotyczy to takich aktywności jak: hobby, rozrywka, edukacja, zakupy, konsultacje, pozyskiwanie wiedzy, zasięganie opinii czy zawieranie nowych znajomości. Działania podejmowane przez młodych konsumentów w sieci wypełniają znaczną część ich czasu wolnego. Z pewnością podyktowane jest to dorastaniem współczesnej młodzieży w erze nowoczesnych technologii, które towarzyszą jej od najmłodszych lat i bez których trudno jej wyobrazić sobie życie.

Przeprowadzone badania pokazały, że współczesna młodzież sporo czasu wolnego spędza online – rekompensując sobie w ten sposób zmniejszającą się intensywność bezpośrednich spotkań ze znajomymi – komunikują się przez Facebooka, czaty, pocztę elektroniczną, jak również uczestniczą w życiu kulturowym przez oglądanie filmów, słuchanie muzyki czy korzystanie z rozrywki i zabawy przez granie w gry sieciowe i społecznościowe. Dla znacznej części młodzieży Internet jest także źródłem zdobywania wiedzy potrzebnej do nauki. Internet ma dla młodzieży duże znaczenie. Znaczna część badanych jest przekonana co do tego, że życie bez tego medium byłoby nudne, puste i pozbawione radości. Można domniemywać, że znaczenie Internetu urosło do większych rozmiarów w czasie pandemii. Pozwala on bowiem młodzieży na kontakt ze światem w trudnych chwilach izolacji i zamknięcia.

Internet oferuje młodym ludziom nieograniczone możliwości wypełniania czasu wolnego. Z jednej strony jest źródłem rozwoju, pełni funkcję relaksu, odpoczynku, zabawy oraz rozrywki. Z drugiej zaś strony korzystanie z Internetu wiąże się z zagrożeniami i negatywnymi konsekwencjami. Uzyskane wyniki pokazują, że mimo korzyści, jakie daje jego użytkownikom, niesie również pewne konsekwencje, negatywnie wpływające na funkcjonowanie młodzieży i jej samopoczucie. Badani zauważają, że zbyt długie i aktywne korzystanie z Internetu przekłada się na zaniedbywanie obowiązków domowych czy słabsze wyniki w nauce. Może być „pożeraczem” czasu, który można byłoby spożytkować na inne aktywności, ale także na odpoczynek czy sen. Znaczna część badanych twierdzi, że z powodu długiego przebywania w sieci doznaje odczucia zbyt krótkiego snu i niedospania.

Częste korzystanie z Internetu może wpływać negatywnie na relacje z rodzicami i bliskimi, gdyż jak pokazały badania, około 75% młodzieży twierdzi, że ich bliscy narzekają na to, że zbyt dużo czasu poświęcają na aktywność w sieci. Warto podkreślić, że młodzież zdaje sobie sprawę, że nadmierne korzystanie z Internetu negatywnie wpływa na ich życie.

BIBLIOGRAFIA

- [1] DRAGAN, M., 2013. *Czas wolny młodzieży gimnazjalnej*, [w:] M. Banach, T.W. Gierat (red.), *Formy spędzania czasu wolnego*, Wyd. „Scriptum”, Kraków.
- [2] DUMAZEDIER, J., 1960. *Problèmes actuels de la sociologie du loisir*, *RISS*, Vol. XII, No. 4.
- [3] GURMIŃSKA, K., TARAPATA, J., 2019. Postawy studentów wobec korzystania z Internetu, *Nowoczesne Systemy Zarządzania*, nr 14(4).
- [4] IMMORDINO-YANG, M.H., CHRISTODOULOU, J.A., SINGH, V., 2012. Rest is not idleness: implications of the brain's default mode for human development and Education, *Perspectives on Psychological Science*, No. 7(4).
- [5] JABŁOŃSKA, M.R., 2018. *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii Internetu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- [6] KWILECKI, K., 2011. *Rozważania o czasie wolnym. Wybrane zagadnienia*, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańtego, Katowice.
- [7] MACHOWSKA, E., 2015. *Przebywanie on-line w perspektywie spędzania czasu wolnego przez młodzież*, [w:] P. Barańska (red.), *Rodzina i dzieci (w) sieci*, Wyd. Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Stalowa Wola.
- [8] NAWOJCZYK, M., 2011. *Czas wolny – pochodna czy determinanta pozycji społecznej*, [w:] D. Mroczkowska (red.), *Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy*, Difin, Warszawa.
- [9] OLEJNICZUK-MERTA, A., 2009. *Zachowania młodych konsumentów na rynku*, WAIp, Warszawa.
- [10] PIĘTA, J., 2004. *Pedagogika czasu wolnego*, Wyd. DrukTur, Warszawa.
- [11] PRZECŁAWSKI, K., 2002. Człowiek i jego czas wolny, *Human Movement*, nr 2.
- [12] RABISZ, R., KWIŁOSZ, E., MOSKAL-SZYBKĄ, M., 2014. Formy spędzania czasu wolnego przez młodzież na przykładzie województwa podkarpackiego, *Pielęgniarstwo XXI Wieku*, nr 4(49).
- [13] SOWA, I., 2013. Gospodarowanie czasem jako element zachowań konsumenckich młodzieży, *Handel Wewnętrzny*, nr 4.
- [14] TARAPATA, J., 2020. *Forms of Spending Free Time by Generation Z of Consumers in Poland and Determinants of Their Choice*, Proceedings of the 36th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 4-5 November 2020 Granada, Spain.
- [15] WYRWISZ, J., 2018. Konsument pokolenia Z wobec komunikacji marketingowej – wyzwania i ograniczenia, *Marketing i Rynek*, nr 9.
- [16] ZALEWSKI, Z., 2010. *Internet as Psychological Challenge. General Comments*, [w:] A. Błachnio, A. Przepiórska, A. Rowiński (red.), *Internet in Psychological Research*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa 2010.

NETOGRAFIA

- [1] GUS, 2020, *Spółczesność informacyjna w Polsce w 2020 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2020-roku,2,10.html> (dostęp: 29.12.2020).
- [2] PRENSKY, M., 2001. Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9, No. 5, October 2001, <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (dostęp: 10.12.2020).
- [3] Raport z badań ilościowych wśród uczniów i nauczycieli z Krakowa, 2017, *Korzystanie z urządzeń elektronicznych oraz z Internetu przez dzieci i młodzież*, Instytut Badawczy IPC SP. Z O.O., https://www.mcpu.krakow.pl/sites/default/files/korzystanie_z_urzadzen_elektronicznych_oraz_z_internetu_przez_dzieci_i_m.pdf (dostęp: 28.12.2020).
- [4] SANECKA, E., 2014. *Samoujawianie online. Przegląd teorii i wyników wcześniejszych badań*, [w:] M. Wysocka-Pieczyk, K. Tucholska, *Człowiek zalogowany 3. Różnorodność sieciowej rzeczywistości*, Biblioteka Jagiellońska, Kraków, <http://jbc.bj.uj.edu.pl/dlibra/docmetadata?id=278212&from=pubindex&dirids=553&lp=3> (dostęp: 19.01.2021).