

Ryszard A. Podgórski
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn

Aksjologiczny wymiar Internetu (na podstawie badań ankietowych)

ABSTRAKT

Internet jest jednym z najważniejszych osiągnięć cywilizacyjnych i kulturowych ostatnich lat. Należy do najczęściej obecnie używanych mediów informacyjnych, komunikacyjnych i edukacyjnych. Z jednej strony Internet ułatwia dostęp do bogatych, przydatnych w procesie kształcenia zasobów informacyjnych, z drugiej zaś strony dostarcza informacji bezużytecznych, nieprawdziwych, często szkodliwych. W relacji człowiek – technika idzie przede wszystkim o to, by człowiek, posługując się coraz doskonalszymi narzędziami, wytworami własnej myśli, nie działał wbrew swoim interesom i nie niszczył, liczącej kilka tysięcy lat, tradycji i systemu aksjologicznego. O ile jednak cywilizacja, rozumiana jako stan rozwoju społeczeństwa, podlega nieustannemu postępowi, o tyle, u progu nowego wieku i nowego tysiąclecia, jesteśmy świadkami głębokiego kryzysu w dziedzinie kultury i humanizmu.

Relacja pomiędzy bardzo szybko rozwijającym się internetowym światem bez granic a prawie niezmieniającym się światem wartości, jest dziś fascynującym zagadnieniem i istotnym pytaniem, na które odpowiedzi powinien szukać nie tylko naukowiec, ale także współczesny, refleksyjny, korzystający z usług globalnej sieci człowiek. Jest to jednocześnie pytanie o relację pomiędzy bardzo szybko rozwijającym się światem techniki i technologii, a ewolucyjnie, a więc bardzo wolno zmieniającym się człowiekiem. Styk dwóch, tak silnie różniących się światów nie może przebiegać bezkolizyjnie – rodzi nowe dylematy społeczne i nowe wyzwania aksjologiczne.

SŁOWA KLUCZOWE: aksjologia, rozwój Internetu a świat wartości człowieka, socjologia

Wstęp

Internet jest jednym z najważniejszych osiągnięć cywilizacyjnych i kulturowych ostatnich lat. Należy do najczęściej obecnie używanych mediów informacyjnych, komunikacyjnych i edukacyjnych. Z jednej strony Internet ułatwia dostęp do bogatych, przydatnych w procesie kształcenia zasobów informacyjnych, z drugiej zaś strony dostarcza informacji bezużytecznych, nieprawdziwych, często szkodliwych. W relacji człowiek – technika idzie przede wszystkim o to, by człowiek, posługując się coraz doskonalszymi narzędziami, wytworami własnej myśli, nie działał wbrew swoim interesom i nie niszczył uświęconego liczącą kilka tysięcy lat tradycją środowiska

aksjologicznego. O ile jednak cywilizacja, rozumiana jako stan rozwoju społeczeństwa, podlega nieustannemu postępowi, o tyle, u progu nowego wieku i nowego tysiąclecia, jesteśmy świadkami głębokiego kryzysu w dziedzinie kultury i humanizmu¹.

Relacja pomiędzy bardzo szybko rozwijającym się internetowym światem bez granic a prawie niezmiennym się, pełnym ograniczeń światem wartości, jest dziś fascynującym zagadnieniem i istotnym pytaniem, na które odpowiedzi powinien szukać nie tylko naukowiec, ale także współczesny, refleksyjny, korzystający z usług globalnej sieci człowiek. Jest to jednocześnie pytanie o relację pomiędzy bardzo szybko rozwijającym się światem techniki i technologii, a ewolucyjnie, a więc bardzo wolno zmieniającym się człowiekiem. Styk dwóch, tak silnie różniących się światów nie może przebiegać bezkolizyjnie – rodzi nowe dylematy społeczne i nowe wyzwania aksjologiczne².

Biorąc pod uwagę wymiar aksjologiczny można zauważyć, że Internet kreuje obraz indywidualizmu, stawiając jednostkę i jej autonomiczne działanie w centrum przestrzeni publicznej³. Widać, że współczesnemu człowiekowi trudno zaakceptować tę wizję, toteż ucieka on w świat pozorów, iluzji i złudzeń medialnych⁴. W ten sposób wzrasta obcowanie człowieka z rzeczywistością zapośredniczoną, a zmniejsza się obcowanie ze światem rzeczywistym, z człowiekiem, przyrodą, dziełami kultury. W świecie rzeczywistym człowiek nie wydaje się czuć się szczęśliwy, ponieważ media wdzierają się w ten świat, atakują go nieprzerwanym strumieniem obrazów i dźwięków, są przeciwieństwem ciszy, spokoju i kontemplacji. Bez kontemplacji nie ma kultury, refleksji i bezpośredniego wnikania w świat aksjologiczny, w którym człowiek przeżywa *Prawdę, Dobro i Piękno*. Kontestacja tych wartości zakłada ulotność, pustkę i poczucie bezsensu egzystencji człowieka⁵. Aksjologicznie prowadzi to do zanegowania potrzeby poszukiwania intersubiektywnych wartości. Skutkiem braku jednolitych zasad jest rozpad lub rozczłonkowanie życia społecznego⁶.

Jawi się także pytanie, czy Internet – narzędzie wymyślone początkowo dla realizacji operacji wojskowych, o którym Jan Paweł II pisze, że

„dostarcza mnóstwa pojęć lecz nie uczy wartości, a kiedy te ostatnie zostają zaciemnione, samo nasze człowieczeństwo ulega pomniejszeniu i człowiek łatwo traci sprzed oczu swoją nadprzyrodzoną godność”⁷

1 J. Morbitzer, *Świat wartości w Internecie*, <http://www.wsp.krakow.pl> (dostęp: 17.06.2013)].

2 Zob. tamże, [dostęp: 17.06.2013].

3 Zob. A. Kudłaszczyk, A. Małkiewicz, R. Karpiński, *Mass media w systemie komunikacji społecznej w Polsce*, Wrocław 1995, s. 27.

4 Zob. R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi*, Gdańsk 1996, s. 10.

5 Zob. W. Galewicz, *Aksjologia D. von Hildebranda*, „Znak” 1985, nr 365 (37), s. 15.

6 Zob. J.J. Garrdio, *Misja chrześcijańska w czasach kryzysu kultury*, „Communio” 14 (1994) nr 6, s. 79.

7 Cz. Parzyszek, *Treść pojęcia „nowa ewangelizacja” według Jana Pawła II* <http://www.kmt.uksw.edu.pl/nowa-ewangelizacja-jana-pawla-ii-artykul> [dostęp: 17.06.2013].

może służyć celom edukacyjnym, wspierać kulturę dialogu, nie burząc przy tym ustalonego świata wartości?

Sama znajomość wartości nie jest czynnikiem wystarczającym, aby realizować je w praktyce społecznej i życiu osobistym. Trudnym, lecz koniecznym zadaniem pedagogów jest więc kształtowanie świata wartości nie tylko istniejącego w świadomości człowieka, lecz także realnie stosowanego przez nich w codziennym życiu⁸. Koncentrowanie się na zagadnieniach technicznych i zagubienie wątków aksjologicznych prowadzi do ukształtowania bezdusznego, aczkolwiek zawodowo sprawnego technokraty. Ponadto rozpatrując Internet w kategoriach aksjologicznych, musimy nieustannie przypominać, że zarówno on sam, jak i opanowanie umiejętności pełnego wykorzystywania jego możliwości, mogą być tylko środkiem prowadzącym do osiągnięcia rozmaitych celów, nie zaś celem samym w sobie⁹.

Poruszenie problematyki wartości w warunkach kryzysu aksjologicznej struktury człowieka ma bardzo duże znaczenie socjologiczne, ponieważ wartości wpływają socjalizacyjnie na kształtowanie postaw współczesnej młodzieży. Wychowanie wiąże się z perspektywą wartości, stąd też jawi się oczywista konieczność eksponowania ich jako swoistego antidotum na coraz powszechniejszą technopolizację życia.

Metodologia badań własnych

W analizach do podjętej problematyki posłużyły opracowania: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak, *Spółeczna przestrzeń Internetu*, Warszawa 2006; M. Castells, *Spółeczność sieci*, Warszawa 2007; L. Dyczewski, *Kultura Polska w procesie przemian*, Lublin 1995; A. Giddens, *Socjologia*, Warszawa 2004; T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczność informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999 oraz wywiad jawny i ukryty, a także kwestionariusz ankiety.

Nie ma chyba wątpliwości, że problematyka aksjologiczna należy do najtrudniejszych we współczesnym medioznawstwie. Jej istota, powiązanie z tradycjami kulturowymi, charakter preliminaryjny w wielu dyscyplinach, w tym w naukach o mediach oraz w ogólniejszym wymiarze jest skomplikowane dla większości ludzi. Granice między relatywizmem a obiektywizmem przenikają się i stawiają przed współczesnym badaczem niełatwe wyzwania ewaluacyjne. W istotny sposób trudności te intensyfikują także czynniki, które wyrastają na gruncie coraz bardziej dynamicznych i szerokich możliwości komunikowania. Mniej więcej w połowie lat 90. ubiegłego stulecia, gdy rozwinęła się globalna sieć, okazało się – w pewnym sensie paradoksalnie – że możliwość swobodnego wypowiedzenia własnego zdania, tzw. wolność słowa, w znacznym stopniu pozbawiła człowieka samokrytycyzmu oraz utwierdziła go w egocentrycznym przekonaniu, iż wszystko, co powie, ma wartość.

⁸ Zob. K. Popielski, *Wartości i ich znaczenie w życiu ludzi*, [w:] *Wartości – człowiek – sens*, K. Popielski (red.), Lublin 1996, s. 62.

⁹ Zob. tamże, s. 79.

Pozorowanie wartości w mediach, które widoczne było w dziennikarstwie już wcześniej, funkcjonuje dziś na dwóch poziomach: profesjonalnym, czyli redakcyjnym, oraz amatorskim, czyli społecznym i popularnym. To właśnie materiał gromadzony w Internecie, uzupełniając i często dominując dotychczasowe aplikacje mediów, nadaje, jak się wydaje, nowe rozumienie samej aksjologii.

Ludzie bowiem komentują w Internecie tysiące problemów, proponując bezkrytycznie własne opinie jako wartość pozytywną, często autoteliczną. Oczywiście nie dostrzegają, że ich głos polega wyłącznie na zaznaczeniu swojej obecności, co może oznaczać komunikacyjny infantylizm, który w sensie masowym może być bardzo niebezpieczny.

Należy jednak zauważyć, że media kryją w sobie, w swoich strukturach i możliwościach, ogromny potencjał dobra, które można i trzeba na różne sposoby wyzwałać. Co więcej, same są potężnym cywilizacyjnym dobrem, które winno służyć rozwojowi człowieka i postępowi społecznemu. Wokół zagadnienia dobra kształtuje się cała etyka, również aksjologia mediów, która ma na celu nadać ludzkiemu działaniu we współczesnej mediasferze wartość obiektywnego dobra. Media, jako część dobra wspólnego, pozostają do dyspozycji każdego człowieka, aby dzięki nim odkrywał prawdę o swojej ludzkiej godności¹⁰.

Mimo niewątpliwie pozytywnych cech Internetu, należy odnotować egocentryzm przekazu internetowego, który wyłania się jako następstwo indywidualizmu. Pisze o tym Lev Manovich:

„Jeżeli logika starych mediów odpowiada logice industrialnego społeczeństwa masowego, logika nowych mediów wpisuje się w logikę społeczeństwa postindustrialnego, które wyżej ceni indywidualizm niż konformizm”¹¹.

Byłoby zatem to, co można nazwać pozorowaniem wartości w mediach, swoistą ewolucją postawy od konformizmu, przez indywidualizm, do egocentryzmu rozumianego jako specyficzny, negatywny wariant indywidualizmu.

Zjawisko pozorowania wartości dostrzegł już jeden z pierwszych polskich aksjologów, Roman Ingarden, chociaż nie użył tego terminu. Autor pisał o pozytywnych i negatywnych wartościach, które nazywano też antywartościami. Samą wartość proponował rozumieć jako, najogólniej mówiąc, *tylko to co w przedmiocie, ugruntowuje jego pozytywną kwalifikację aksjologiczną*¹².

Internet wydaje się być ważną przestrzenią przekazywania wartości, ale także antywartości. Głosów krytycznych na temat nowych mediów nie brakuje. I są one w pełni uzasadnione, biorąc pod uwagę liczne patologie rozpowszechniane za ich

¹⁰ Zob. B. Labuda, *Nowa duchowość*, „Newsweek” 2001, nr 34, s. 30, ostatnio fundamentalne dzieło w tym zakresie: *Dobro w mediach. Z cienia do światła*, red. A. Baczyński, M. Drożdż Seria: Etyka mediów 3, Tarnów 2012.

¹¹ Cytuję za: J. Dąbała, *Pozorowane wartości w mediach*, „Zeszyty Naukowe KUL” R.: 54, 2011, nr 3 (215).

¹² http://academicon.pl/sites/academicon.pl/files/pozorowanie_wartosci_w_mediach.pdf [dostęp: 23.12. 2013].

pośrednictwem. W poniższej analizie zwrócono uwagę na wkład Internetu w osobowy, społeczny, a także moralny i duchowy rozwój człowieka.

Problemem głównym w pracy jest odpowiedź na pytanie: W jakim stopniu Internet – główny atrybut technopolizacji życia i przejaw kultury moralnie obojętnej – może być narzędziem kształtowania takich wartości, jak wolność, prawda, dobro, piękno, odpowiedzialność, tolerancja? Na tej podstawie zostały wyodrębnione hipotezy badawcze.

1. Aksjologia współczesna nie buduje porządku społecznego.
2. Internet nadaje nowe treści wartościom.
3. Przejawy postaw kontestacyjnych młodzieży wynikają z negatywnych wartości preferowanych przez Internet.

Badania przeprowadzono w uczelniach wyższych w Olsztynie, takich, jak Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyńska Szkoła Wyższa im. Józefa Rusieckiego w Olsztynie oraz Wyższa Szkoła Informatyki i Ekonomii TWP w Olsztynie. Posłużono się metodą ankietową, respondenci wypełniali kwestionariusz z pytaniami.

Badaniami przeprowadzonymi w 2014 r. objęci zostali studenci: pierwszego roku, studiów pierwszego stopnia specjalności: praca socjalna UWM w Olsztynie, Olsztyńskiej Szkoły Wyższej im. J. Rusieckiego i studenci drugiego stopnia, II roku socjologii Wyższej Szkoły Informatyki i Ekonomii TWP w Olsztynie. Wśród 90 osób, które wypełniły kwestionariusz, było 24 mężczyzn i 66 kobiet – odpowiednio 26,67% i 73,37%. Siedem osób (7,78%) nie odpowiedziało na pytania zawarte w metryczce.

Przy badaniach posłużono się kwestionariuszem ankiety audytoryjnej i wywiadu. Kwestionariusz ankiety miał na celu uzyskanie od respondentów wieloaspektowych ocen. Bardzo ważna była także metoda obserwacji uczestniczącej. W ten sposób został zbudowany kwestionariusz ankiety, który składał się z 27 pytań. Na potrzeby niniejszego artykułu uwzględnione zostały tylko te zestawienia, które polaryzowały wypowiedzi respondentów.

Tabela 1. Respondenci ze względu na płeć i miejsce studiowania

Respondenci	Ogółem		Płeć			
			Kobiety		Mężczyźni	
	L.b.	%	L.b.	%	L.b.	%
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	33	36,67	33	50	0	0
Olsztyńska Szkoła Wyższa im. Józefa Rusieckiego w Olsztynie	30	33,3	21	31,81	9	37,5
Wyższa Szkoła Informatyki i Ekonomii Towarzystwa Wiedzy Powszechnej w Olsztynie	27	30,0	12	18,18	15	62,5
Razem	90	100	66	100	24	100

Źródło: badania własne.

*L.b. – liczba bezwzględna

Zaprezentowane w pracy badania posiadają określoną wartość poznawczą i naukową w zakresie sytemu aksjologicznego prezentowanego w Internecie. Przedstawiony w pracy materiał został ukazany w zbiorczych zestawieniach statystycznych. Informuje o wrażliwości aksjologicznej badanej młodzieży oraz przemianach mentalnych, jakie dokonują się w rzeczywistości aksjologicznej młodego pokolenia.

Internet jako współczesne źródło informacji

Jak powiedziano wyżej, Internet wydaje się być jednym z największych osiągnięć cywilizacyjnych XX wieku. Internet usprawnia nasze życie dzięki możliwościom komunikacyjnym, dostępowi i wymianie informacji, a także rozrywce. Można powiedzieć, że Internet stał się nową przestrzenią społeczną, gdzie realizuje się większość ludzkich potrzeb. Społeczna przestrzeń Internetu stała się nowym, istotnym elementem w życiu wielu jednostek. Znacząca część ludzkiej aktywności, nie wyłączając aktywności społecznej, przenosi się do sfery wirtualnej¹³. Internet rozrasta się na naszych oczach w niezwykle dynamicznym tempie. Dotyczy to zarówno fizycznego rozrostu samej sieci, jej coraz częstszej obecności w naszych domach, urzędach, instytucjach, miejscach pracy, jak i rosnącej liczby poświęconych mu i toczących się w nim dyskusji. Na temat Internetu napisano także sporo publikacji i przeprowadzono wiele badań naukowych. Dla coraz większej liczby ludzi, a na pewno młodszego pokolenia, Internet staje się wręcz niezbędnym elementem życia. Toteż ankietę rozpoczyna pytanie: *Czy Internet stanowi ważny element Twojego życia?*

Tabela 2. Ważność Internetu w życiu respondentów

<i>Czy Internet stanowi ważny element Twojego życia?</i>	Ogółem		Ze względu na miejsce zamieszkania			
	L.b.	%	Wieś		Miasto	
			L.b.	%	L.b.	%
Tak	62	68,8	22	66,67	40	70,1
Nie	11	12,2	5	20,83	6	10,5
Trudno powiedzieć	17	18,8	6	18,18	11	19,3
Razem	90	100	33	100	57	100

Źródło: badania własne.

Aż 70% respondentów przyznało, iż Internet stanowi ważny element w ich życiu. Wśród nich znalazło się 40 osób zamieszkujących miasto (70,17%) oraz 22 (66,67%) zamieszkujących wieś. Dla 11 osób, czyli 12,22 % ankietowanych Internet nie jest ważnym elementem ich życia, a 17 osób (18,89%) nie miało na ten temat zdania.

¹³ Zob. M. Szpunar, *Społeczna przestrzeń Internetu - Internet, jako medium komunikacji społecznej*, [w:] *Media-Komunikacja-Zdrowie. Wyzwania-Szanse-Zagrożenia*, B. Aouil, W. Maliszewski (red.), Toruń, 2008, s. 31.

Drugie pytanie odnosi się do roli Internetu w kształtowaniu systemu wartości i brzmi: *Czy uważasz, że Internet może być użytecznym narzędziem kształtującym świat wartości humanistycznych?*

Tabela 3. Internet a świat wartości humanistycznych

Czy uważasz, że Internet może być użytecznym narzędziem kształtującym świat wartości humanistycznych?	Ogółem		Ze względu na sytuację materialną							
	L.b.	%	Bardzo dobra		Dobra		W miarę dobra		Zła	
			L.b.	%	L.b.	%	L.b.	%	L.b.	%
Tak	75	83,3	28	31,1	29	87,8	18	78,2	0	0
Nie	15	16,6	3	3,3	4	12,1	5	21,7	3	3,3
Trudno powiedzieć	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Razem	90	100	31	100	33	100	23	100	3	100

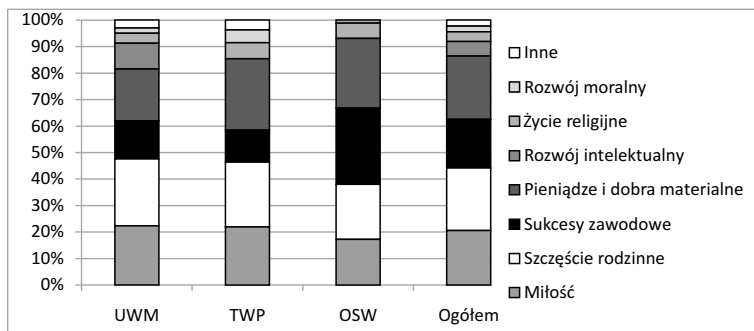
Źródło: badania własne.

Na pytanie to 15 osób, tj. 16,6% odpowiedziało negatywnie. Zdecydowana większość, bo aż 83% (75 osób) odpowiedziały twierdząco, zaznaczając jednak wielokrotnie, że jedynie jako „narzędzie”. Sytuacja materialna badanych nie miała wpływu na odpowiedzi.

Z przedstawionych proporcji odpowiedzi negatywnych i pozytywnych wynika, że Internet jest wielką szansą dla propagowania wartości. Musimy jednak postarać się wykształcić prawidłowy sposób myślenia o zagadnieniach aksjologicznych, który pozwoli na racjonalne i odpowiedzialne korzystanie ze zdobyczy najnowszych technologii w tym zakresie.

Następnie postawione zostało pytanie dotyczące najważniejszych wartości preferowanych w życiu respondentów. Każda z badanych osób wskazała po trzy najważniejsze dla niej wartości w życiu codziennym. Najwięcej głosów 65 (24%) oddano na 'pieniądze i dobra materialne', 64 głosy (23,7%) oddano na 'szczęście rodzinne', 56 głosów (20,7%) na 'miłość', 50 głosów (18,5%) na 'sukcesy zawodowe', 23 (8,5%) - na 'rozwój intelektualny', 10 głosów (3,7%) na 'życie religijne', i po 6 głosów (2,2%) oddano na 'rozwój moralny' i inne wartości.

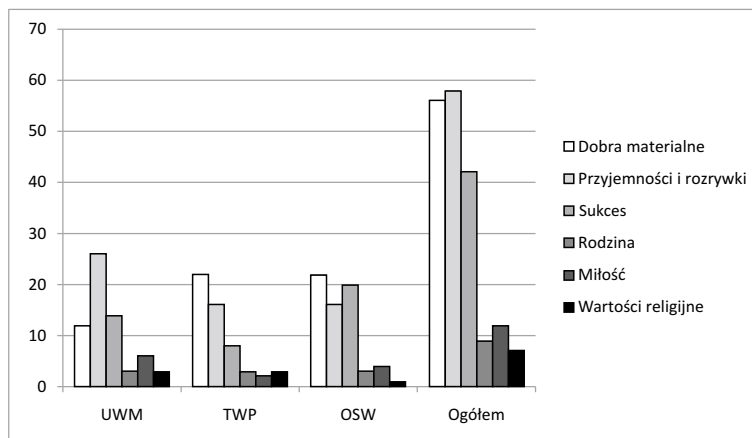
Wykres 1. Rozkład procentowy według najważniejszych wartości w życiu respondentów



Źródło: badania własne.

Kolejne pytanie to pytanie o najważniejsze wartości preferowane w Internecie, tj. prezentowane w emisjach telewizyjnych (każdy z badanych miał wybrać, jego zdaniem, dwie najważniejsze odpowiedzi).

Wykres 2. Wartości preferowane w Internecie

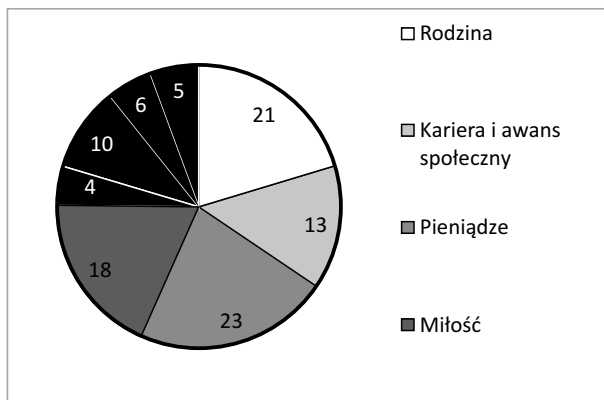


Źródło: badania własne.

Jak widać z wykresu, na pierwszym miejscu znalazły się wartości 'przyjemność i rozrywka' (nieco mniej niż 60%), tuż za nimi 'dobra materialne', zajmująca trzecie miejsce wartość 'sukces' usytuowała się znacznie niżej, na poziomie nieco więcej niż 40%, natomiast 'wartości religijne' i 'rodzina' nie sięgają nawet 10%, zaś 'miłość' nieznacznie przekracza 10%.

Bardzo ważną kwestią było ustalenie, jakie wartości są najważniejsze w życiu rzeczywistym respondentów. Poniższe diagramy obrazują odpowiedzi na to pytanie.

Wykres 3. Wartości stanowiące podstawę życia respondentów

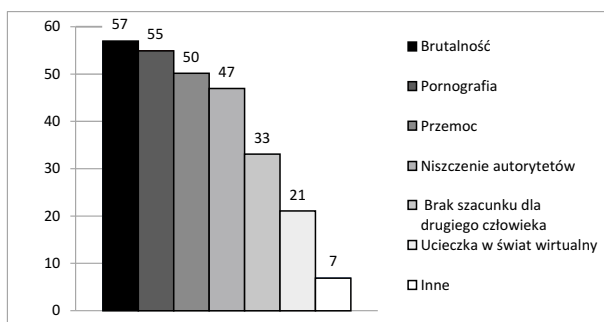


Źródło: badania własne.

Diagram pokazuje, że dla badanej młodzieży najważniejsze w życiu realnym są pieniądze (23% odpowiedzi). Warto zauważyć przy tym jednak, że także rodzina i miłość są wysoko cenione przez ankietowanych, odpowiednio 21% i 18% odpowiedzi, natomiast kariera jest ważna dla 10%. Także inne wartości, w tym życie religijne, nie mają dużego znaczenia (4-6%). Niezasadne byłoby jednak wysunięcie wniosku, iż współcześnie młodzież jest zdeformowana aksjologicznie. Wartości takie jak rodzina i miłość są nadal bardzo istotne w jej życiu.

W ankiecie zapytano respondentów również o to, które z podanych antywartości kształtuje Internet? Każda z badanych osób mogła wskazać po trzy antywartości. Najwięcej wskazań, bo 57 (21,13% odpowiedzi) oddano na 'brutalność', 55 (20,31%) – na 'pornografię', 50 (18,52%) – na 'przemoc', 47 (18,52%) – na 'niszczenie autorytetów', 33 (17,41%) – na 'brak szacunku dla innego człowieka', 21 (12,22%) – na 'ucieczkę w świat wirtualny', i 7 głosów (7,77%) – na inne antywartości. Wyniki przedstawiono na poniższym wykresie.

Wykres 4. Antywartości kształtowane przez Internet



Źródło: badania własne.

Badania pokazują, że Internet, w którym obecnie każda osoba może umieszczać praktycznie dowolne materiały, posiada również w swojej bogatej ofercie szkodliwe treści, które mimo iż mieszczą się w granicach prawa, mogą wywołać negatywne emocje u odbiorcy lub promować niebezpieczne dla zdrowia i życia zachowania. Przekazy te są w szczególności nieodpowiednie dla dzieci i młodzieży ze względu na ich rozwój psychospołeczny.

Do treści uznanych za najbardziej szkodliwe, według odpowiedzi respondentów, zaliczamy:

- treści obrazujące przemoc, obrażenia fizyczne bądź śmierć, np. zdjęcia/filmy prezentujące ofiary wypadków, okrucieństwo wobec ludzi i zwierząt;
- treści zachęcające do działań autodestrukcyjnych, np. nawołujące do samookaleczeń lub samobójstw, zachowań szkodliwych dla zdrowia czy zażywania niebezpiecznych substancji (narkotyków, środków odurzających);
- treści nakłaniające do nietolerancji (np. ze względu na wygląd, pochodzenie, światopogląd), wrogości, a nawet nienawiści;
- treści pornograficzne.

Warto zaznaczyć, że kontakt z tego typu materiałami może skutkować fałszywym postrzeganiem świata, podważyć poczucie bezpieczeństwa lub zbudować przekonanie, że patologiczne zachowania są normą. Mogą także wpływać na system wartości, wybory i postawy życiowe młodych ludzi.

Z poprzedniego pytania wynika bardzo ważna kwestia, która stanowi treść następnego pytania: *Czy współczesne społeczeństwo informacyjne budzi w Tobie raczej lęk czy zachwyty?*

Tabela 4. Obawy wobec współczesnego społeczeństwa informacyjnego

Czy współczesne społeczeństwo informacyjne budzi w Tobie raczej lęk czy zachwyty?	Ogółem		Ze względu na miejsce zamieszkania			
	L.b.	%	Wieś		Miasto	
			L.b.	%	L.b.	%
Zachwyty	15	16,6	4	12,1	11	19,3
Lęk	65	72,2	22	66,6	43	75,4
Trudno powiedzieć	10	11,1	7	21,2	3	5,2
Razem	90	100	33	100	57	100

Źródło: badania własne.

Zaskakujące jest to, że aż 65 ankietowanych osób odpowiedziało, że współczesne społeczeństwo budzi w nich lęk, co stanowiło aż 72% wszystkich odpowiedzi. 15 osób (16,6%, z czego 11 osób pochodziło ze wsi, a 4 z miasta) zaznaczyło, że współczesne społeczeństwo budzi w nich zachwyty. 10 osób wskazało odpowiedź 'trudno powiedzieć'.

Zastanawiające jest, czy sytuacja materialna badanych osób miała wpływ na ich odpowiedzi? Wydaje się, że tak, albowiem wszystkie osoby, które zaznaczyły odpowiedź „zachwył”, pochodziły z rodzin o bardzo dobrej i dobrej sytuacji materialnej. Natomiast tylko 15 respondentów, z 65 osób, które zaznaczyły odpowiedź „lęk”, pochodziło z rodzin o wysokim statusie majątkowym.

Z czego może wynikać „lęk” przed społeczeństwem informacyjnym? W ponowoczesności każdy może spróbować eksperymentowania w swoim życiu, także i w dziedzinie wyborów moralnych. Czasy współczesne wiążą się z konstruowaniem własnej tożsamości osobowej i społecznej. Taka osobowość nie jest dana 'raz na zawsze', odgórnie, lecz musi być ustawicznie tworzona. Być może w działaniach wielu ludzi współczesnych trudno dostrzec bezpośredni związek z wartościami i normami bezwzględными. W sytuacji rozchwianych systemów wartości i norm, zwłaszcza ludzie młodzi czują się zagubieni i pozbawieni autorytetów. Sprzyja temu kult różnorodności i kreowanie inności. Życie można uchwycić wyłącznie jako następstwo poszczególnych stanów 'teraz'¹⁴. Kurczą się perspektywy poznawcze, życie ogranicza się do spraw codziennych i doraźnych.

W sytuacji dezinstytucjonalizacji, detradycjonalizacji, upadku autorytetów i indywidualizacji wzrasta rola takich wartości, jak: autonomizacja decyzji, samorealizacja, samoekspresja, kreatywność, niezależność, wiara w rozwój itp. Tracą zaś na znaczeniu cele dalekosiężne, unika się myślenia o odległej w czasie przyszłości.

Narastająca w wymiarach społecznych indywidualizacja stwarza nie tylko nowe możliwości kształtowania własnej osobowości.

„Żyjemy obecnie w czasach krótkoterminowych programów, ciągle zmieniających się standardów, nawoływania do życia chwilą, terażniejszość przejęła rolę głównej osi trwania społecznego”¹⁵.

Teraźniejszość, a zwłaszcza przyszłość, jawi się jako otwarta, nieprzejrzysta, niewyraźna, nieprzewidywalna, pod znakiem tymczasowości i ulotności.

Ewaluacje są coraz częściej prowadzone bardziej w kategoriach pragmatycznych niż moralnych, a bezkresna i zarazem ryzykowna wolność wpływa negatywnie na ustalone tradycyjne hierarchie wartości. To, co jest możliwe, staje się dozwolone, zwłaszcza, jeżeli tak czyni większość społeczeństwa. W rzeczywistości coraz trudniej udaje się podporządkować życie codzienne normom moralnym i wpisać je w religijną hierarchię wartości. Kształtuje się odrębna moralność kompromisowa, obojętna, utylitarna, płynna i niekonsekwentna, a nawet „moralność bez zasad”. Coraz więcej ludzi dąży do zbudowania pięknego beztrudnego życia, opartego na konsumpcjonizmie.

¹⁴ Z. Bauman, *Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy*, Kraków 2006, s. 224.

¹⁵ G. Lipovetsky, *Postępująca zmiana istoty tego, co społeczne*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska, Kraków 2008, s. 393-394.

Zakończenie

We współczesnym dyskursie nad wartościami część badaczy społecznych wskazuje na znaczący niedobór wartości, zmierzch wartości moralnych, a nawet na ogólny upadek wartości. Inni uciekają się do apeli o ratowanie wartości, domagają się rewolucji moralnej i przemiany świadomości aksjologicznej współczesnych ludzi. Jeszcze inni wierzą w humanistyczny postęp w orientacjach na wartości, wyrażający się w rozwoju postaw coraz bardziej świadomych i odpowiedzialnych obywateli. Jeżeli nawet we współczesnych społeczeństwach pluralistycznych nie brakuje wartości o charakterze partykularnym, często zresztą ze sobą sprzecznych, co wywołuje niepewność i dezorientację, to jednocześnie odczuwa się wyraźny deficyt wartości ogólnie obowiązujących, o charakterze uniwersalnym, oraz brak kryteriów pozwalających odróżnić wartości trwałe od zmiennych opcji i przelotnych interesów, mylnie określanych jako wartości.

Internet wydaje się być jednym z największych osiągnięć cywilizacyjnych XX wieku, mającym ogromny wpływ poprzez systematyczny i szybki rozwój na życie człowieka. Społeczna przestrzeń Internetu stała się nowym, istotnym elementem w życiu wielu jednostek, co potwierdzają przeprowadzone badania. Aż 62 osoby, spośród 90 badanych przyznały, iż Internet stanowi ważny element w ich życiu.

Czy Internet może być użytecznym narzędziem kształtującym świat wartości humanistycznych? Badania jednoznacznie wskazują, że jedynie 15 osób odpowiedziało negatywnie na to pytanie. Zdecydowana większość, 75 osób odpowiedziało twierdząco, zaznaczając wielokrotnie, że Internet jest tylko narzędziem ułatwiającym propagowanie wartości pozytywnych.

Jakie zatem najważniejsze wnioski płyną z przeprowadzonych badań? Trudno jednoznacznie określić, czy ze społecznego punktu widzenia Internet powinien być rozpatrywany w kategoriach negatywnych czy pozytywnych. Korzystanie z Internetu stało się częścią naszej codzienności, która łączy nie tylko nieznaną się w rzeczywistości osoby o podobnych zainteresowaniach, ale także umożliwia podtrzymywanie tradycyjnych więzi społecznych, ze znajomymi, przyjaciółmi, rodziną, oraz uzyskiwanie ważnych i cennych informacji.

Z drugiej jednak strony mamy konsumpcyjny styl życia promowany przez Internet-63% badanych wskazało na 'przyjemności i rozrywki' oraz 'dobra materialne', jako najważniejsze wartości preferowane w Internecie oraz na promowanie szeregu antywartości. Zatem negatywny wpływ Internetu na wybór wartości może spowodować (i tak też twierdzą respondenci) regres kultury duchowej.

W Internecie są na pewno obszary, które mogą służyć kształtowaniu wartości humanistycznych czy kultury duchowej. Bez wątplenia Internet jest narzędziem kulturotwórczym, które może być ukierunkowane na przekaz tego, co ważne dla jednostki, ale także może wpływać na nią destrukcyjnie. Jednak sam fakt możliwości pogłębienia refleksji za pomocą Internetu nad najważniejszymi dla człowieka wartościami nie rodzi jeszcze skutków wewnętrznych. Tak samo nie robią tego promowane

przez Internet antywartości czy wzory konsumpcyjnego trybu życia. W ten proces musi być włączone działanie woli konkretnego użytkownika Internetu. Wszystko zależy od indywidualnej decyzji użytkownika Internetu, najpiękniejsze prawdy i słowa mogą pozostać tylko martwą literą, tak samo jak mogą nią pozostać negatywne wzory i antywartości.

The axiological dimension of the Internet

Summary

The Internet is one of the most important civilizational and cultural achievements in recent years. Currently, it is one of the most frequently used providers of information, communication and educational. On the one hand, the Internet facilitates access to rich information resources that are useful in the educational process; on the other hand, it provides useless, untrue and often harmful information. In the human – technology relationship, the most important thing is to bear in mind that while using increasingly fine tools and products of one's own thought, human beings should not act contrary to their own interests and should not destroy the axiological environment sanctified by the tradition encompassing a few thousand years. However, while civilisation, understood as the state of development of society, is subject to continuous progress, we can observe a deep crisis in the field of culture and humanism at the beginning of the new century and the new millennium.

Today, the problem of the relationship between the borderless Internet world growing at a very rapid pace and the almost unchanging limited world of values is a fascinating issue and an important question prompted to be answered by not only a scientist, but also a contemporary reflective human using the services of the global network. At the same time, this is the question about the relationship between the world of technology developing at a very rapid pace and the human being, subject to evolutionary i.e. very slow change. The meeting of these two worlds that differ so much always involves some kind of collision and brings about new social dilemmas and new axiological challenges.

Key words: axiology, development of the Internet vs the world of human values, sociology