

Aneta Marcinkowska

Aneks II.

Dobór i charakterystyka próby badawczej

ANEKSY

W ramach projektu *Formy i treści ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego i realizowanego pod kierownictwem prof. dr. hab. Jana Garlickiego przeprowadzono dwa badania empiryczne. Pierwsze badanie o nazwie *Kultura polityczna polskich elit w Internecie* miało charakter badania jakościowego. Wykorzystano w nim metodę wirtualnych zogniskowanych wywiadów grupowych (*Virtual Focus Group Interviews* – VFGI), które zostały przeprowadzone w dwóch trybach – synchronicznym i asynchronicznym¹. Do realizacji wywiadu synchronicznego wykorzystano internetowy czat tekstowy umożliwiający dyskusję w czasie rzeczywistym wszystkich uczestników badania. Z kolei wywiad asynchroniczny odbył się za pomocą internetowego forum dyskusyjnego, co pozwoliło na wymianę zdań między badanymi w różnym czasie, w zależności od ich dyspozycyjności. Uczestnikami badania byli polscy

¹ Pomysłodawcą metodologii wykorzystanej w realizacji badania jakościowego *Kultura polityczna polskich elit w Internecie* był dr Daniel Mider, adiunkt w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, sekretarz Pracowni Metodologii Badań Politologicznych oraz członek zespołu badawczego projektu *Formy i treści ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* realizowanego pod kierownictwem prof. dr. hab. Jana Garlickiego.

dziennikarze internetowi, blogerzy i komentatorzy polityczni. Przeprowadzono łącznie trzy wirtualne wywiady zogniskowane: dwa synchroniczne, gdzie pierwszy liczył trzech uczestników i odbył się 16 listopada 2011 oraz drugi liczący pięciu uczestników i mający miejsce 2 grudnia 2011, a także jeden wywiad asynchroniczny zrealizowany z dwunastoma uczestnikami w terminach od 15 grudnia 2011 do 18 stycznia 2012. Drugie badanie zatytułowane *Kultura polityczna polskich Internautów* miało charakter badania ilościowego. Zostało przeprowadzone metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*), co w dosłownym tłumaczeniu oznacza wywiady internetowe ze wspomaganiem komputerowym. Pomiar został zrealizowany w dniach 27 września – 5 października 2011 roku na próbie ogólnopolskiej liczącej 757 respondentów indywidualnych. Badanymi byli użytkownicy Internetu mający ukończony 18 rok życia. Rekrutację respondentów do badania dokonywano przy pomocy mailingu w portalu Wirtualna Polska (*wp.pl*) oraz panelu internetowego *intepanel.pl*.

W strukturze próby badawczej uwzględniono klasyczne zmienne socjodemograficzne, takie jak płeć, wiek, wykształcenie oraz wielkość miejsca zamieszkania, a także dodatkowo – czas spędzany na użytkowaniu Internetu. Na podstawie analizy występowania tych cech określono profil polskiego internauty. W tabeli 1. zaprezentowano rozkłady procentowe dla tych zmiennych. Analiza zamieszczonych w niej wyników pokazuje niemal równoliczny podział ze względu na płeć badanych. Użytkownikami Internetu są jednak częściej kobiety (53,3 proc.) niż mężczyźni (46,6 proc.). Wśród ogółu badanych dominują osoby z wykształceniem wyższym (63,7 proc.), co więcej – niemal połowa z nich posiada wykształcenie wyższe magisterskie (47,7 proc.). Co trzeci badany zadeklarował wykształcenie średnie (32,5 proc.), z kolei osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym należą do zdecydowanej mniejszości (3,8 proc.). Internauci to przede wszystkim mieszkańcy dużych miast liczących powyżej 100 tysięcy mieszkańców (45,2 proc.). Udział osób mieszkających na wsiach oraz w miejscowościach do 20 tysięcy mieszkańców wynosi 26,7 proc. wśród ogółu badanych. Natomiast badani z miast średniej wielkości (liczących do 100 tysięcy mieszkańców) stanowią 28,1 proc. w ramach całej badanej grupy. Pod względem wieku dominują osoby od 25 do 34 lat (32,6 proc.), z kolei najmniej liczną kategorię wiekową reprezentują badani powyżej 65 roku życia (6,2 proc.) oraz mający od 18 do 24 lat (6,1 proc.). Jednakże internauci to przede wszystkim osoby w wieku średnim. Przeciętny wiek badanych wynosi bowiem 42 lata. Czas, jaki Polacy przeznaczają na korzystanie z Internetu, jest niewątpliwie jedną z istotniejszych cech charakteryzujących

współczesne społeczeństwo. Z deklaracji badanych wynika, iż przeciętny użytkownik Internetu spędza na korzystaniu z niego około 19 godzin tygodniowo. Niemal połowa badanych korzysta z Internetu w wymiarze od 11 do 39 godzin tygodniowo (48,7), z kolei granicy 10 godzin nie przekracza 40,0 proc. osób. Jedynie nieliczni przeznaczają na ten cel więcej niż 40 godzin tygodniowo (11,2 proc.).

Tabela 1. Charakterystyka socjodemograficzna ogółu badanych (N=757)

Cechy socjodemograficzne		Wskazania w procentach
Płeć	kobieta	53,4
	mężczyzna	46,6
Wykształcenie	niepełne podstawowe/podstawowe/ gimnazjalne	0,7
	zasadnicze zawodowe	3,1
	średnie ogólnokształcące	6,5
	średnie zawodowe/techniczne	16,2
	średnie (szkoła policealna/pomaturalna)	9,8
	wyższe – pierwszego stopnia (licencjackie/ inżynierskie)	16,0
	wyższe – drugiego stopnia (magisterskie)	47,7
Wielkość miejscowości	wieś	15,5
	miasto poniżej 20 000 mieszkańców	11,2
	miasto powyżej 20 001 do 50 000 mieszkańców	14,9
	miasto powyżej 50 001 do 100 000 mieszkańców	13,2
	miasto powyżej 100 001 do 500 000 mieszkańców	21,7
	miasto powyżej 500 000 mieszkańców	23,5
Wiek	18–24 lat	6,1
	25–34 lat	32,6
	35–44 lat	19,9
	45–54 lat	18,8
	55–64 lat	16,4
	65 lat i więcej	6,2

Cechy socjodemograficzne		Wskazania w procentach
Liczba godzin spędzana tygodniowo na korzystaniu z Internetu	do 10 godzin	40,0
	od 11 do 39 godzin	48,7
	od 40 do 60 godzin	9,4
	od 61 godzin	1,8
Średnia liczba godzin spędzona tygodniowo na korzystaniu z Internetu	18,98	
Średnia wieku	42,00	

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie danych ilościowych zebranych w toku projektu badawczego *Kultura polityczna polskich internautów*, 2011, INP UW.