

dr Hanna Hall

Katedra Marketingu, Politechnika Rzeszowska

Internet jako źródło informacji dla kandydatów na studia i studentów

WPROWADZENIE

Znaczenie potężnego informacyjnego i komunikacyjnego medium, jakim jest Internet, we współczesnym społeczeństwie, bezsprzecznie systematycznie rośnie. Penetracja Internetu w Polsce w 2010 roku wynosiła 58,4% (identyczny wskaźnik dotyczy całej Europy, światowy wskaźnik wynosił natomiast 28,7%)¹. Wzrosła ona od 2000 r. o 701,8% (dla porównania w Europie o 352%, a na świecie o 444,8%)².

Popularność Internetu na świecie i w Polsce dotyczy zwłaszcza ludzi młodych. Według badań CBOS i Gazeta.pl wśród Polaków w wieku od 18 do 24 lat, penetracja Internetu wynosi 89% (w kolejnej grupie 25–34 lata – 73%)³. Jak wynika z wielu światowych i polskich badań, wielu młodych ludzi nie potrafi już obejść się bez Internetu. Często nie wyobrażają sobie bez niego życia⁴, co w niektórych przypadkach przybiera postać uzależnienia, będącego z pewnością jednym z największych zagrożeń, jakie niesie z sobą to medium. Internet ma jednak do zaoferowania swoim użytkownikom mnóstwo niezaprzeczalnych korzyści. „Osoby korzystające z tego medium osiągają m.in. lepsze wyniki w szkole i/lub pracy, mają więcej przyjaciół, cieszą się większym wsparciem społecznym, bardziej ufają innym ludziom, są bardziej aktywni społecznie i politycznie, są w końcu bardziej szczęśliwi”⁵. Dla kandydatów na studia i studentów będących podmiotem niniejszego artykułu, Internet, oprócz korzyści jakich dostarcza także wszystkim innym użytkownikom, jest także źródłem

¹ Dane pochodzą z międzynarodowej strony Internet World Stats, prezentującej aktualne, szczegółowe dane o użytkownikach Internetu na świecie, *Internet World Stats* <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (dostęp 17.04.2010).

² *Ibidem*.

³ Raport CBOS i Gazeta.pl *Portret internautów i wykluczonych cyfrowo*, CBOS, Gazeta.pl, 2009, RaportPortretInternautyGazetaplCBOS.pdf (dostęp 01.03.2009).

⁴ S. Pliszka, *Złapani w sieć?*, <http://media2.pl/internet/48448-zlapani-w-siec.html> [11.03.2009], *Internet Surpasses TV as Most Essential Media*, <http://www.marketingcharts.com/television/internet-surpasses-tv-as-most-essential-media-12499/> (dostęp 06.04.2010).

⁵ K. Henne, *Zmierzamy ku trzeciemu już poziomowi cyfrowego podziału* [w:] Raport CBOS i Gazeta.pl *Portret internautów i wykluczonych cyfrowo*, CBOS, Gazeta.pl, 2009, RaportPortretInternautyGazetaplCBOS.pdf (dostęp 01.03.2009).

informacji w procesie decyzyjnym związanym z wyborem uczelni jak również podczas studiów.

Celem artykułu jest przedstawienie znaczenia i miejsca Internetu wśród innych mediów i źródeł informacji w procesie wyboru uczelni przez kandydatów na studia, jak również rodzajów internetowych źródeł oraz informacji, jakich poszukiwali i z których korzystali kandydaci. Szczególną uwagę poświęcono także znaczeniu i celom wykorzystania Internetu przez studentów.

ETAPY I DECYZJE W PROCESIE WYBORU UCZELNI

Decyzja o wyborze studiów i uczelni jest dla większości kandydatów na studia decyzją o wysokim poziomie zaangażowania, decyzją racjonalną. Świadczą o tym prezentowane w literaturze wyniki badań dotyczące procesu wyboru uczelni przez kandydatów⁶, których zaangażowane wybory odzwierciedla różnorodność wariantów dalszej edukacji (szkół, uczelni i kierunków kształcenia branych pod uwagę), różnorodność czynników branych pod uwagę przy wyborze uczelni oraz formalnych i nieformalnych źródeł informacji, z których korzystali. Jak wynika z badań zrealizowanych przez autorkę w semestrze zimowym 2010/2011 wśród 352 studentów pierwszego semestru studiów obydwu trybów i wszystkich kierunków studiów Politechniki Rzeszowskiej⁷, dla 37% proces decyzyjny był procesem złożonym, długotrwałym, o wielu potencjalnych opcjach tj. kierunkach studiów i uczelniach branych pod uwagę (dla 33% był to proces o średnim poziomie zaangażowania, dla 22% – decyzja o niskim poziomie zaangażowania o rutynowym lub impulsywnym charakterze)⁸.

Wybór uczelni to proces wieloetapowy, poprzedzony szeregiem innych wyborów: kierunku studiów, lokalizacji uczelni, która oferuje pożądaną kierunek, typu uczelni (publicznej lub niepublicznej), trybu studiów i w końcu – konkret-

⁶ Por. np.: Badanie „Maturzysty 2007”, zrealizowane przez firmę Gemius, Gemius Adhoc, 2006, <http://www.czasnaplan.pl/plik.php?id=41> [26.04.2011]; A. Kulig, G. Nowaczyk, *Decyzje maturzystów o wyborze uczelni i ich determinanty* [w:] *Marketing szkół wyższych*, red. G. Nowaczyk, K. Kołasiński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 153; *Analiza wyników badań kandydatów na studia* (Politechnika Radomska) www.pr.radom.pl (dostęp 10.03.2011); *Plany edukacyjne maturzystów* [za:] *Maturzysty-optimista*, Portal Miastostudentow.pl, <http://www.miaostudentow.pl> (dostęp 10.03.2011).

⁷ Celem badań była identyfikacja wybranych elementów procesu wyboru uczelni, ocena rekrutacji i uzyskanie opinii o pierwszych studenckich opiniach i wrażeniach. Badania zrealizowano metodą ankiety audytoryjnej.

⁸ Pytanie zadane zostało w sposób pośredni, respondenci mieli wybrać opis sytuacji najbardziej przypominający ich proces decyzyjny, spośród kilku odzwierciedlających różne rodzaje decyzji.

nej szkoły wyższej⁹. W związku z upowszechnieniem binarnego systemu kształcenia, poszczególne elementy procesu należy rozpatrywać w zależności od stopnia studiów (analiza wynikających w zależności od stopnia studiów różnic zostanie jednak pominięta z racji ograniczonej objętości artykułu¹⁰).

Wybór kierunku studiów jest priorytetowym dla kandydatów etapem w procesie wyboru uczelni. Świadczy o tym większość publikowanych na ten temat badań (inne czynniki tj. koszty studiów, prestiż uczelni, perspektywy zawodowe, jakość kształcenia, jakość kadry, lokalizacja, wymieniane są przez respondentów w zależności od badań w różnej kolejności i w różnych kombinacjach)¹¹. Potwierdzają ten fakt także badania zrealizowane przez autorkę artykułu w roku 2010/2011 wśród studentów rozpoczynających studia na 1 roku studiów 1 stopnia na temat m.in. motywów podjęcia studiów (badania takie realizowane są przez autorkę cyklicznie przy wykorzystaniu metody ankietowej i modyfikowanego kwestionariusza, w zależności od aktualnych potrzeb informacyjnych Dziekana Wydziału Zarządzania PRZ¹²). Kierunek studiów według tych badań okazał się priorytetowy dla 74% studentów (kolejno – prestiż Politechniki Rzeszowskiej (60%), korzystna (m.in. pod względem ekonomicznym) lokalizacja uczelni (41%), a w następnej kolejności dobra opinia o Wydziale studentów i absolwentów, prestiż Wydziału i stosunkowo niskie koszty studiów.

Za decydujące przy wyborze kierunku studiów przez maturzystów uważane są natomiast jak wynika z różnych badań ich zainteresowania i perspektywy zawodowe¹³. Obecna sytuacja na polskim rynku pracy wskazuje jednak na zbyt małe znaczenie tego drugiego czynnika w decyzjach kandydatów na studia. Zdaniem *Pracodawców RP* na polskim rynku pracy wyraźnie zauważalny jest brak równowagi wynikający ze zbyt małej liczby studentów studiujących na kierunkach technicznych, co wpływa na konieczność opracowania narzędzi wspierających maturzystów w podejmowaniu racjonalnych wyborów kierunków kształcenia na poziomie wyższym, narzędzi, które pozwoliłyby maturzystom wybrać kierunek najbardziej perspektywiczny¹⁴. Należy jednak zwrócić uwagę

⁹ Por.: P. Zeller, *Proces oceny jakości usług szkoły wyższej z perspektywy studenta* [w:] *Marketing szkół wyższych*, red. G. Nowaczyk, M. Kolasiński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2004, s.222.

¹⁰ Szerzej w artykule: H. Hall, *Specyfika zachowań nabywców usług edukacyjnych szkół wyższych w świetle badań* [w:] *Usługi w Polsce – nauka, dydaktyka i praktyka wobec wyzwań przyszłości*, t. I, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego „Ekonomiczne problemy usług” nr 20, Szczecin 2008, s. 121–128.

¹¹ A. Kulig, G. Nowaczyk, *Decyzje..., Analiza wyników badań kandydatów na studia* (Politechnika Radomska); *Plany edukacyjne maturzystów...*

¹² Badanie zrealizowano wśród 352 studentów pierwszego roku studiów na Wydziale Zarządzania, dobranych proporcjonalnie ze wszystkich kierunków studiów. Badania zrealizowano w semestrze zimowym 2010/2011.

¹³ Por. np. Badanie „Maturzysta 2007”...

¹⁴ *Pracodawcy RP apelują o racjonalny wybór studiów*, <http://www.szkolenia24h.pl/arttykul/pracodawcy-rp-apeluja-o-racjonalny-wybor-studiow/481/> (dostęp 20.04.2011).

na fakt, że mimo tego, iż w roku akademickim 2009/2010 najwięcej osób kształciło się na kierunkach ekonomicznych, administracyjnych, społecznych oraz pedagogicznych, od około czterech lat zainteresowanie kierunkami humanistycznymi i społecznymi maleje. Rosnącym zainteresowaniem cieszą się za to kierunki związane z bezpieczeństwem, zdrowiem i opieką społeczną, a także z architekturą i budownictwem¹⁵.

Na wybór pomiędzy uczelniami publicznymi i niepublicznymi wpływa natomiast głównie ich postrzeganie. Uczelnie publiczne postrzegane są zwykle, jak wynika z różnych badań i opinii, jako tańsze, większe, bardziej wymagające, oferujące wyższy poziom nauczania i stwarzające większe perspektywy dla absolwentów. Szkoły niepubliczne uważane są natomiast za nowocześniejsze i lepiej wyposażone. Za bardziej prestiżowe uważane są częściej szkoły publiczne, co implikuje specyfikę zachowań studentów w zakresie kontynuacji nauki na studiach II stopnia.

Studenci studiów licencjackich w szkołach niepublicznych, dla których liczy się prestiż uczelni, po ukończeniu studiów pierwszego stopnia chcą zdobywać tytuł magistra na uczelni publicznej, w przeciwieństwie do studentów, dla których priorytetem jest łatwość studiowania, którzy chcą kontynuować studia na tej samej uczelni. Studenci szkół publicznych deklarują zwykle kontynuowanie nauki w tej samej szkole¹⁶.

Wybór trybu studiów wynika przede wszystkim z przesłanek ekonomicznych. Podejmowanie studiów niestacjonarnych związane jest zwykle z koniecznością pracy zarobkowej, a także (szczególnie w przypadku kobiet) potrzeby opieki nad dziećmi.

Wybór uczelni to najprawdopodobniej najpopularniejszy przedmiot badań, których podmiotem są kandydaci na studia i studenci. W badaniach tych identyfikuje się głównie czynniki (motywy) wpływające na wybór uczelni (wspomniano o nich we wcześniejszej części artykułu¹⁷) oraz źródła informacji z jakich korzystali kandydaci. Z analizy tych pierwszych wynika istotny i korzystny dla uczelni wniosek, że większość tych czynników może ona kontrolować, ma na nie wpływ i zależą one od polityki władz uczelni (wydziału). Niezbędne jest

¹⁵ *Szkoły wyższe i ich finanse w 2009 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010, s. 28.

¹⁶ Szerzej: A. Kulig, G. Nowaczyk, *Decyzje...*, s. 148–156; *Konkurencja czy partnerstwo na rynku usług edukacyjnych*, red. A. Buchner-Jeziorska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005, s. 219–236.

¹⁷ Jak wynika z analizy zagranicznych wyników badań, czynniki wyboru uczelni są podobne do wymienianych przez polskich kandydatów na studia i studentów. Według jednych z takich badań są to elastyczność i ilość kierunków oferowanych przez uczelnię, szanse zatrudnienia, jakie zapewnia ich ukończenie, reputacja uczelni, jej postrzeganie, pozycja. Por., E.M. O'Brien, K.R. Deans, *Educational supply chain: a tool for strategom planning in tertiary education?* „Marketing Intelligence & Planning”, volume 14, issue 2, 1996, s.37; za: S. Jurkowitsch, *A Student Satisfaction Model for Higher Education Providers. Based on the Example of the Universities of Applied Science in Austria*, Verlag Dr. Kovac, Hamburg 2006, s. 86–87.

jednak ich poznawanie co implikuje konieczność realizacji systematycznych badań. Źródłom informacji, z jakich korzystają kandydaci poświęcono kolejny punkt artykułu.

INTERNET JAKO ŹRÓDŁO FORMALNYCH I NIEFORMALNYCH INFORMACJI W PROCESIE WYBORU UCZELNI

Internet jako źródło informacji ułatwia kandydatom na studia podjęcie każdej z wymienionych w poprzedniej części artykułu decyzji, prowadzących do wyboru uczelni. Z przytaczanych od kilku lat w literaturze i w internetowych publikacjach wyników badań wynika, że Internet jest głównym „miejscem”, w którym kandydaci szukają zarówno formalnych informacji, których nadawcami są m.in. uczelnie jak i nieformalnych na forach i czatach, od absolwentów i obecnych studentów.

Na rokroczny wzrost znaczenia Internetu jako źródła informacji w procesie wyboru uczelni wpływa rosnąca penetracja Internetu w Polsce i wzrost jego znaczenie w życiu młodych ludzi o czym jednoznacznie świadczą realizowane na ten temat badania (wspomniano o nich we wprowadzającej części artykułu). Przykładowo, Internet był najważniejszym źródłem informacji w procesie wyboru uczelni (w 2006 roku), jak wynika z badań zrealizowanych wówczas przez firmę Gemius wśród 1107 internautów deklarujących zdawanie egzaminu maturalnego oraz mających zamiar kontynuować naukę po maturze¹⁸.

Według badań zrealizowanych wśród 475 kandydatów na studia na Politechnice Radomskiej, w roku akademickim 2006/2007, w których zapytano ich o wszystkie (formalne i nieformalne) źródła w ramach jednego pytania, Internet był drugim po nieformalnych rozmowach ze znajomymi i pierwszym formalnym źródłem informacji (w dalszej kolejności uplasowały się ulotki informacyjne, plakaty i billboardy). Pierwszoplanowe znaczenie Internetu potwierdzają też badania „Plany edukacyjne maturzystów”, zrealizowane na zlecenie portalu Edulandia.pl w 2007 roku wśród 1183 internautów, uważających to medium za najszybszy sposób zdobycia interesujących informacji¹⁹.

Jak wynika z realizowanych cyklicznie badań autorki w 2002/2003 r.²⁰, 2007/2008 r.²¹ oraz (cytowanych wcześniej) w 2010/2011 r., preferencje kandy-

¹⁸ Badanie „Maturzysta 2007”...

¹⁹ *Maturzysta-optymista*, <http://www.miaostudentow.pl/ciekawostki-konkursy/maturzysta-optymista.html>ChromeHTML/Shell/Open/Command (dostęp 01.05.2011).

²⁰ Badania zrealizowano wśród 223 studentów Politechniki Rzeszowskiej i Uniwersytetu Rzeszowskiego w 2002 r. Ich celem była identyfikacja elementów procesu decyzyjnego związanego z wyborem uczelni. Badanie przeprowadzono metodą ankietową.

²¹ Badania przeprowadzili studenci Wydziału Zarządzania i Marketingu Politechniki Rzeszowskiej w styczniu 2007 r, na próbie 345 studentów zarówno niepublicznych, jak i publicznych

datów na studia w zakresie wykorzystywanych przez nich źródeł informacji uległy zmianie. W pierwszych z wymienionych badań wśród formalnych (handlowych) źródeł informacji za najistotniejsze respondenci uznali foldery, informatory i broszury. Preferencje kandydatów w tym zakresie, w ciągu kolejnych lat ulegały zmianom i jak wynika z badań zrealizowanych pięć lat później, najistotniejszym źródłem okazały się strony internetowe uczelni (za takie uznało je 47% studentów). W roku 2010/2011 ze strony internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej korzystało 90% obecnych studentów, przy czym dla 50% była ona najważniejszym źródłem informacji, i co szczególnie ciekawe, dla 26% – jedynym, z którego korzystali. Innym internetowym źródłem informacji o uczelniach są, jak wynika z tych ostatnich badań, edukacyjne i miejskie portale (korzystało z nich 15% respondentów, za najważniejsze źródło uznało je jednak jedynie 4%).

O istotności stron www danej uczelni dla kandydatów (a także o zainteresowaniu uczelnią) świadczyć może liczba wejść (szczególnie „nowych”) na daną stronę. W przypadku Politechniki Rzeszowskiej liczba ta dynamicznie wzrasta z roku na rok, przykładowo w roku 2010 w stosunku do roku 2009 o 45%, przy czym wzrost ten dotyczy zarówno nowych, jak i dotychczasowych użytkowników.

Do informacji, jakich poszukują na stronach www uczelni kandydaci na studia należą, jak wynika z analizy publikowanych na ten temat badań, m.in.²²: informacje o wydziałach i kierunkach studiów, zasadach rekrutacji, opłatach za studia, o zawodach, możliwościach podjęcia pracy, o życiu studenckim, stypendiach. Informacji o najczęściej odwiedzanych miejscach na stronach www uczelni dostarczają nie tylko rzadko, niestety, publikowane na ten temat wyniki zrealizowanych wśród kandydatów badań, w przypadku konkretnej uczelni może dostarczyć ich też analiza struktury wejść na podstrony.

Nie dostarczy ona jednak informacji o brakujących, poszukiwanych, a nieznalesionych przez kandydatów informacji. Badania realizowane wśród kandydatów na studia pod kątem wykorzystywanych przez nich źródeł informacji o uczelniach, jak również o rodzajach poszukiwanych przez nich informacji na stronach www uczelni, stanowią, biorąc pod uwagę zaostrzającą się konkurencję między uczelniami, niezwykle ważne źródło wiedzy. Stanowiąc ono powinno dla osób zarządzających internetowymi stronami uczelni determinant wyboru, kolejności i wyróżniania (eksponowania) kierowanych do kandydatów informacji.

uczelni w Rzeszowie pod opieką naukową autorki. Celem była identyfikacja kryteriów wyboru uczelni wyższych przez rzeszowskich studentów, ich oczekiwań względem uczelni i studiów oraz ocena „uczelnianej” rzeczywistości. Badanie zrealizowano metodą ankiety bezpośredniej.

²² Informacje te wymieniane są w różnej pod względem istotności, niekiedy skrajnie odmienną kolejności w zależności od badań. Por. np. Badanie „Maturzysta 2007”...; *Maturzysta-optymista...*

INTERNET W CZASIE STUDIÓW²³

Internet jest medium angażującym emocjonalnie, aktywizującym swoich użytkowników, najbogatszym informacyjnie i integrującym wszystkie inne media. Uczącym się, pozwala na dostosowanie tego procesu do indywidualnych preferencji pod względem form i treści oraz czyni ten proces bardziej interesującym niż przy wykorzystaniu tradycyjnych form. Umożliwia nieograniczone korzystanie z zasobów, przetwarzanie ich i przesyłanie, co w przypadku niektórych, niebezpiecznych dla rozwoju dzieci i młodzieży treści, jest istotną wadą tego medium.

Jak wspomniano w poprzedniej części artykułu, Internet jest najistotniejszym obecnie źródłem informacji dla kandydatów na studia.

W literaturze publikowanych jest niewiele wyników badań dotyczących wykorzystywania Internetu przez studentów, jako wyodrębnionej grupy użytkowników Internetu. Jak z nich wynika, najważniejsza dla studentów funkcja Internetu to możliwość komunikowania się z innymi przy wykorzystaniu komunikatorów (głównie gadu-gadu), poczty elektronicznej, stron www. Można stwierdzić, że kolejnym celem wykorzystania tego medium, jest poszukiwanie informacji, głównie związanych ze studiami. Przykładowo, jak wynika z badań zrealizowanych wśród studentów Akademii im. J. Długosza w Częstochowie²⁴ najwięcej, bo blisko 61% poszukujących informacji, poszukuje tych związanych z nauką, prawie taki sam odsetek respondentów poszukuje ogólnych wiadomości, na trzecim miejscu znalazła się rozrywka (ponad 55%). Warto dodać, że nie było osoby, która nie pozyskiwałaby informacji przez Internet w ogóle. Ciekawym aspektem badawczym w ramach ww. badań było pozyskiwanie gotowej pracy naukowej przez Internet. Przyznało się do tego ponad 4% badanych studentów, natomiast prawie 70% wyraźnie zaznaczyło, że nigdy w taki sposób nie pomagało sobie w nauce²⁵. Poszukiwanie informacji naukowych, związanych ze studiami i poszerzaniem wiedzy było także głównym celem dla 60% studentów dolnośląskich uczelni, po komunikowaniu się przy wykorzystaniu poczty elektronicznej (kolejne miejsce zajmowało korzystanie z komunikatorów²⁶). W badaniach tych zapytano także o korzystanie z funkcji uczelnianego serwisu internetowego przez studentów. Dla największej liczby respondentów (ponad 80%)

²³ W tej części artykułu wykorzystano między innymi wybrane dane zawarte w publikacji: H. Hall, R. Hall, *Internet w życiu współczesnego studenta – znaczenie, intensywność i cele korzystania*, w druku.

²⁴ Ł. Bednarczyk, *Wykorzystanie Internetu przez studentów uczelni wyższych*, „Edukator zawodowy”, http://www.koweziu.edu.pl/edukator/index.php?option=com_content&view=article&id=197&Itemid=4 (dostęp 27.06.2006).

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ J. Nogieć, *Internet w szkole wyższej*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2009, s. 125.

najważniejsze jest korzystanie z informacji o wynikach zaliczeń (testów, kolokwiów), a następnie pobieranie materiałów na zajęcia, planu zajęć, dokumentów, sylabusów i zamawianie książek w bibliotece. Studenci stosunkowo najrzadziej korzystają z uczelnianych kont e-mail i kontaktu on-line z dziekanatami (podkreślenia wymaga fakt, że badania te zrealizowano w 2006 roku; obecnie preferencje studentów w tym zakresie mogły ulec zmianie). Wśród badanych tylko niecałe 3% nie wskazało żadnej z funkcji serwisu [www.uczelni](http://www.uczelni27)²⁷.

W kwestii korzystania z serwisu uczelnianego, badania przeprowadzone wśród amerykańskich studentów dowodzą, że 59% z nich korzysta regularnie z narzędzi internetowych, głównie z tych, które umożliwiają im bezpośrednie śledzenie programu nauczania i przygotowują do zaliczeń i egzaminów, np. różne formy testów. Niemal taką samą popularnością jak testy cieszą się kursy on-line, które odnoszą się do materiału opisanego w obowiązujących podręcznikach – korzysta z nich 2/3 osób objętych badaniem. Na dalszych miejscach znalazły się materiały wideo (29%), konsultacje on-line z wykładowcą (24%) oraz wspólne studiowanie on-line (16%). W opinii badanych osób Internet jest znaczącą pomocą w wyszukiwaniu informacji i zdobywaniu wiedzy, nie zaś narzędziem odciągającym od nauki²⁸.

Z badań zrealizowanych przez autorkę artykułu w 2008 roku na temat „Internet w życiu studenta” wśród 200 studentów publicznych i niepublicznych rzeszowskich uczelni metodą ankietową wynika, że wszyscy badani studenci korzystają z Internetu (75% codziennie). Do głównych celów korzystania z Internetu według zrealizowanych badań należą dla niemal wszystkich respondentów – komunikacja z innymi osobami (głównie za pośrednictwem gadu-gadu – 86% respondentów) i wyszukiwanie informacji. Informacje związane z nauką i studiowaniem znalazły się jednak dopiero na trzecim miejscu (19%), po najczęściej wyszukiwanych przez rzeszowskich studentów informacjach codziennych (36%) i „rozrywce” (24%). Ciekawych informacji dostarczyły odpowiedzi na pytanie „Czy Internet jest niezbędny w życiu studentów”? 76% udzieliła na to pytanie twierdzącej odpowiedzi, nie potrafiąc jednak zwykle jednoznacznie uzasadnić dlaczego istotność Internetu w ich życiu jest tak duża. Z analizy odpowiedzi na pytania otwarte wynika jednak, że zaspokaja on potrzeby poznawcze, związane z nawiązywaniem nowych i podtrzymywaniem dotychczasowych kontaktów towarzyskich, umożliwia rozwój osobisty.

O niezbędności Internetu w procesie studiów świadczą też wyniki badań zrealizowanych wśród 399 studentów warszawskiej Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej²⁹. W trakcie sesji egzaminacyjnej Internet wykorzystywany jest

²⁷ *Ibidem*, s. 125–127.

²⁸ *Studenci doceniają Internet w nauce*, Instytut Rozwoju Komunikacji i Edukacji, http://www.think.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=119&Itemid=77

²⁹ P. Kusiciel, *Internet mobilny w życiu studenta*, http://di.com.pl/news/32293,0,Internet_mobilny_w_zyciu_studenta_%E2%80%93_raport_iPlusa_i_SWPS.html (dostęp 24.06.2010).

przez studentów tej uczelni głównie do kontaktów między studentami oraz do zdobywania informacji potrzebnych w nauce. Jednym z najchętniej wykorzystywanych źródeł wiedzy jest Wikipedia (była ona także, jak wynika z badań prof. M. Jędrzejki z SGGW, szczególnie często wykorzystywanym przez studentów źródłem informacji przy pisaniu prac licencjackich i magisterskich; przyznało się do tego 54% studentów uczelni publicznych (w 2007 r. – 34%) i aż 72% z niepublicznych (było – 57%)³⁰). W ramach wspomnianych badań SWPS analizowano także związek pomiędzy intensywnością korzystania z Internetu, a ocenami otrzymanymi w sesji. Jak wynika z przeprowadzonych analiz związek ten nie jest istotny. Samo korzystanie z Internetu nie wpływa na oceny studentów, ważny jest sposób jego wykorzystania. Pozytywny wpływ dotyczy wykorzystywania Internetu do zdobywania informacji potrzebnych do nauki, negatywny – m.in. dużej intensywności korzystania z gier online.

ZAKOŃCZENIE

Internet stał się obecnie niezbędnym dla młodych ludzi medium, bez którego coraz większa ich liczba nie potrafi się już obejść. Młodzi wykorzystują Internet głównie do komunikowania się, poszukiwania różnego rodzaju informacji, ściągania muzyki, filmów, korzystania z gier.

Przedmiotem artykułu było wykorzystanie Internetu przez młodych ludzi, którzy po maturze chcą kontynuować kształcenie, w procesie wyboru kierunku studiów i uczelni oraz przez studentów w czasie trwania studiów. Internet (a w szczególności strony www uczelni oraz różnego rodzaju portale, m.in. edukacyjne i miejskie), jak wynika z zaprezentowanych w artykule badań, jest najważniejszym obecnie źródłem informacji o studiach i uczelniach dla osób zamierzających kontynuować kształcenie po maturze. Medium, które na przestrzeni kilku lat zdystansowało wszelkie inne media i źródła informacji, a które ze względu na skuteczność dotarcia i efektywność oddziaływania powinno być priorytetem w działaniach uczelni związanych z rekrutacją kandydatów oraz innych informacyjnych i promocyjnych akcjach skierowanych do tej grupy adresatów.

Z analizy zaprezentowanych wyników badań dotyczących celów wykorzystywania Internetu przez studentów wynika z kolei, że celem o priorytetowym znaczeniu jest komunikowanie się (za pośrednictwem e-maila i komunikatorów – głównie gadu-gadu). Istotne znaczenie ma także poszukiwanie w Internecie informacji związanych ze studiowaniem (obok informacji ogólnych i związanych z rozrywką), w tym, oprócz uzyskiwanych od innych studentów – na porta-

³⁰ Polak zostaje magistrzem. Dzięki Wikipedii, http://www.dziennik.pl/wydarzenia/article/572122/Polak_zostaje_magistrem_Dzieki_Wikipedii.html (dostęp 20.03.2010).

lach internetowych, stronach www i szczególnie chętnie odwiedzanej Wikipedii. Poszukiwane są tam m.in. materiały potrzebne do zajęć oraz do robienia ściąg (lub gotowe ściąg) do zaliczeń i egzaminów.

Na uczelnianych serwisach natomiast polscy studenci najczęściej odwiedzają „miejsca”, w których zamieszczone są wyniki kolokwii, zaliczeń i egzaminów, plany zajęć i sylabusy. Według amerykańskich badań wśród najczęściej odwiedzanych uczelnianych serwisów dominują natomiast te, które umożliwiają studentom bezpośrednie śledzenie programu nauczania i przygotowanie do zaliczeń i egzaminów, czyli zawierające przygotowujące do zaliczeń testy, związane z treściami podręczników, kursy on-line, konsultacje on-line z wykładowcami. Formy te wydają się być bardziej wartościowe jako źródło wiedzy do zaliczeń i egzaminów niż preferowane przez polskich studentów portale i ulubiona Wikipedia, co biorąc pod uwagę ich popularność wśród amerykańskich studentów, skłania do szerszego ich stosowania przez wykładowców, z korzyścią dla jakości przygotowania studentów do różnych form zaliczeń i tym samym lepszych efektów kształcenia.

LITERATURA

- Analiza wyników badań kandydatów na studia* (Politechnika Radomska), www.pr.radom.pl.
- Bednarczyk Ł., *Wykorzystanie Internetu przez studentów uczelni wyższych*, „Edukator zawodowy”, http://www.koweziu.edu.pl/edukator/index.php?option=com_content&view=article&id=197&Itemid=4.
- Hall H., *Specyfika zachowań nabywców usług edukacyjnych szkół wyższych w świetle badań* [w:] *Usługi w Polsce – nauka, dydaktyka i praktyka wobec wyzwań przyszłości*, t. I, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego „Ekonomiczne problemy usług” nr 20, Szczecin 2008.
- Hall H., Hall R., *Internet w życiu współczesnego studenta – znaczenie, intensywność i cele korzystania*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w druku.
- Henne K., *Zmierzamy ku trzeciemu już poziomowi cyfrowego podziału* [w:] Raport CBOS i Gazeta.pl Portret internautów i wykluczonych cyfrowo, CBOS, Gazeta.pl, 2009, RaportPortretInternautyGazetaPlCBOS.pdf.
- Internet Surpasses TV as Most Essential Media*, <http://www.marketingcharts.com/television/internet-surpasses-tv-as-most-essential-media-12499/>.
- Internet World Stats*, <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>.
- Jurkowitsch S., *A Student Satisfaction Model for Higher Education Providers. Based on the Example of the Universities of Applied Science in Austria*, Verlag Dr. Kovac, Hamburg 2006.
- Konkurencja czy partnerstwo na rynku usług edukacyjnych*, red. A. Buchner-Jeziorska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005.

- Kulig A., Nowaczyk G., *Decyzje maturzystów o wyborze uczelni i ich determinanty* [w:] *Marketing szkół wyższych*, red. G. Nowaczyk, M. Kolasiński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2004.
- Kusiciel P., *Internet mobilny w życiu studenta*, [http://di.com.pl/news/32293,0, Internet_mobilny_w_zyciu_studenta_%E2%80%93_raport_iPlusa_i_SWPS.html](http://di.com.pl/news/32293,0,Internet_mobilny_w_zyciu_studenta_%E2%80%93_raport_iPlusa_i_SWPS.html).
- Maturzysta 2007*, Gemius, Gemius Adhoc, 2006, <http://www.czasnaplan.pl/plik.php?id=41>.
- Maturzysta-optymista*, Portal Miastostudentow.pl, <http://www.miastostudentow.pl/ciekawostki-konkursy/maturzysta-optymista.htmlChromeHTML/Shell/Open/Command>.
- Nogieć J., *Internet w szkole wyższej*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2009.
- O'Brien E.M., Deans K.R., *Educational supply chain: a tool for strategom planning in tertiary education?* „Marketing Intelligence & Planning”, volume 14, issue 2, 1996.
- Pliszka S., *Złapani w sieć?*, <http://media2.pl/internet/48448-zlapani-w-siec.html>.
- Polak zostaje magistrem. Dzięki Wikipedii*, http://www.dziennik.pl/wydarzenia/article/572122/Polak_zostaje_magistrem_Dzieki_Wikipedii.html.
- Pracodawcy RP apelują o racjonalny wybór studiów*, <http://www.szkolenia24h.pl/artykul/pracodawcy-rp-apeluja-o-racjonalny-wybor-studiow/481/>.
- Raport CBOS i Gazeta.pl *Portret internautów i wykluczonych cyfrowo*, CBOS, Gazeta.pl, 2009, RaportPortretInternautyGazetaplCBOS.pdf.
- Studenci doceniają Internet w nauce*, Instytut Rozwoju Komunikacji i Edukacji, www.think.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=119&Itemid=77.
- Szkoły wyższe i ich finanse w 2009 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010.
- Zeller P., *Proces oceny jakości usług szkoły wyższej z perspektywy studenta* [w:] *Marketing szkół wyższych*, red. G. Nowaczyk, M. Kolasiński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2004.

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie miejsca Internetu wśród innych mediów i źródeł informacji w procesie wyboru uczelni przez kandydatów na studia, rodzajów internetowych źródeł i informacji poszukiwanych i wykorzystywanych przez kandydatów. Zwrócono także uwagę na znaczenie Internetu dla studentów w czasie studiów (szczególną uwagę poświęcono celom jego wykorzystania).

Analiza źródeł wtórnych i badań pierwotnych autorki prowadzi do jednoznacznego wniosku: Internet ma obecnie priorytetowe i nieustannie rosnące znaczenie jako medium i źródło informacji zarówno o formalnym jak i nieformalnym charakterze dla kandydatów na studia.

Internet jest także (obok telewizji) głównym źródłem ogólnych informacji dla studentów, oraz kluczowym, jeśli chodzi o studiowanie. Internet jest także niezastąpionym niestety źródłem materiałów i ściąg do zaliczeń i egzaminów.

Przedstawione w artykule wyniki badań stanowią istotną wskazówkę dla uczelni w decyzjach odnośnie alokacji środków finansowych przeznaczonych na promocję uczelni w procesie rekrutacji jak również w wyborze kanałów komunikacji ze studentami i treści kierowanych do nich przekazów.

Internet as a source of information for candidates and students

Summary

The aim of the article is to present the Internet among other media and information sources in the candidates' college selection process, the types of information sources and the information sought and used by the candidates. The article also highlighted the importance of the Internet for students during their studies (with particular attention paid to the objectives of its use).

The analysis of secondary and primary sources leads to a clear conclusion: the Internet has now a priority and constantly growing importance as a medium and a source of formal and informal information for the candidates.

The Internet is also (along with the television) the main source of general information for students and key source related to the studying. The Internet is unfortunately also indispensable source of materials and cribs sheets at examinations.

In the article there are presented the results of research that could provide important guidelines for universities in the decisions regarding the allocation of financial resources to promote the universities in the recruitment process as well as in the choice of channels of communication with students and content of messages addressed to them.