

---

## **Komunikacja sieciowa źródłem interakcji społecznych**

*Ignacy S. Fiut*

Artykuł zawiera rozważania na temat form interakcji w przestrzeni wirtualnej, które mogą stanowić różne przykłady komunikowania się ludzi za pomocą Internetu czy telefonu komórkowego z nim sprzężonego. Wiele z tych form komunikacji przekształca się następnie w tradycyjne, trwałe więzi, rozwijające sieć powiązań społecznych nowego typu, tworzące odmienne od tradycyjnego ustrukturuwanie społeczeństwa, albo może utrwalają lub symulować więzi tradycyjne. Tą drogą społeczności internetowe (wspólnoty wirtualne) – *on-line* – rozprzestrzeniają się w obszarze społeczeństwa tradycyjnego – *off-line* – i nasycają je elementami charakterystycznymi dla społeczności informacyjnych, których wyspy znajdują się przede wszystkim w uczelniach wyższych, instytutach badawczych, nowoczesnych przedsiębiorstwach, których działanie jest oparte na nowych technologiach informacyjno-telekomunikacyjnych (Tadeusiewicz, 2002).

Silnie usieciowiona uczelnia, instytucja czy przedsiębiorstwo wytwarza wewnątrz strukturę typową dla społeczności informacyjnej, składającą się z trzech warstw, czyli digitariatu, kognitariatu i proletariatu informacyjnego. W tej strukturze społeczno-informacyjnej najważniejszy jest digitariat i kognitariat, tworzący, opracowujący i programujący informacje, ale dla jej funkcjonowania niezbędna jest również warstwa ludzi funkcjonujących poza siecią powiązań społeczno-informacyjnych, którą tworzy ów proletariat (Fiut, Habryń, 2001).

Bliższa analiza takiego uwarstwienia wyspy społeczności informacyjnej w otoczeniu społeczeństwa tradycyjnego, powiązanej z innymi wyspami tego typu, pozwala stwierdzić, że między tymi warstwami wewnątrz społeczności informacyjnej nie ma jakiegóż ścisłej granicy, ale przenikają się one wzajemnie w różnym stopniu między sobą. Nazwa danej warstwy pochodzi od przeważającej w niej liczby członków danej grupy w związku z możliwością używania przez nią technik informacyjnych i telekomunikacyjnych (Fiut, 2003). Uczelnia jako wyspa informacyjna kształtuje więc bardzo konsekwentnie wśród członków tej społeczności nawyk korzystania z komputera i Internetu, a absolwenci i doktoranci uczelni oraz jej pracownicy transmitują te nawyki i potrzeby posługiwania się siecią na obszary społeczeństwa tradycyjnego. Towarzyszy temu procesowi także transmisja w ten obszar wiedzy teoretycznej i praktycznej, koniecznej dla dalszego rozwoju i zachowania owych nawyków (Fiut, Feiner, 2003).

Po zbadaniu osobliwości społeczno-psychologicznych zjawisk związanych z funkcjonowaniem społeczności informacyjnej w uczelni w procesie pracy naukowo-badawczej

i edukacyjnej oraz stwierdzeniu, że absolwenci AGH w swych miejscach pracy w obrębie społeczeństwa tradycyjnego stanowią awangardę wdrażającą i stabilizującą informatyzację społeczeństwa żyjącego *off-line*, postanowiliśmy przeanalizować te efekty i pokusić się o wstępne badania empiryczne kierunków ekspansji ludzi z wysp informacyjnych na społeczeństwo tradycyjne, by zrozumieć, co ludzie robią z technologią informacyjno-komunikacyjną, jak również i to, co ona robi z nimi?

Narzędzie komunikacyjne, jakim jest Internet ma charakter z jednej strony przekazu hipertekstualnego, a z drugiej natomiast jest to narzędzie komunikacji bardzo interaktywne, wciągające użytkownika w immersyjny proces percepcji przekazu, dlatego jego wpływ na ludzi jest wysoce specyficzny i pod wieloma względami oddziałuje na nich odmiennie, niż komunikacja za pomocą mediów tradycyjnych.

Co prawda komunikacja medialna i multimedialna zakłada obustronny proces konwergencji form i sposobów przekazów do siebie, ale nie oznacza to automatycznie, że takie złożone powiązania komunikacyjne nie oddziałują w sposób osobliwy na ludzi i ich tradycyjne więzi społeczne. Tak więc dalsze części naszej pracy spróbują pogłębić wiedzę na temat tych zagadnień. Nie możemy się bowiem zgodzić do końca z bardzo popularną obecnie tezą badaczy wpływów Internetu na społeczne stosunki międzyludzkie, podkreślającą, że osłabia on tradycyjne związki społeczne i w konsekwencji prowadzi do nomadyzacji społeczeństwa (Bauman, 2003).

### **Specyfika kultury społeczności Internetu**

Aby właściwie pojmować proces ekspansji struktur i wysp powstającego obecnie *on-line* społeczeństwa informacyjnego na społeczeństwo tradycyjne, pozostające względem tamtego – *off-line*, kluczowym wydaje się wyjaśnienie genezy i specyfiki oraz istotnych elementów kultur społeczności internetowych rozwijanych w sieci i dalej przekazywanych jej użytkownikom. Kulturę tę przyjęło się określać mianem *k u l t u r y d a r u* (Castells, 2003: s. 61). Manuel Castells stwierdza, że Internet jest narzędziem komunikacji „wielu z wieloma”, a potencjalnie „wszystkich ze wszystkim”, z czego można wyprowadzić równoważne logicznie twierdzenie, że jest to komunikacja „nikogo z nikim”. Bezpośrednim interlokutorem internauty, jakim jest zawartość komunikacyjna sieci i komputer (przedmioty bezosobowe i nieposiadające tożsamości jednostkowej), a także ich użytkownik, czyli internauta – interlokutor komputera włączonego w sieć, który – by w niej się znaleźć (zalogować) – kreuje swą tożsamość na jej potrzeby, zmieniając w konsekwencji swą indywidualność i oryginalność na rzecz „maski” (logina – sieciowego odpowiednika osobistej tożsamości), a więc także staje się w rzeczywistości „nikim” konkretnym.

Analizując fenomen Internetu, Castells nawiązuje do tezy o istocie komunikacji medialnej – czyli, że „przekaznik jest przekazem” Marshalla McLuhana (1911–1980), twierdząc, że i „sieć jest komunikatem”. Tak rozumiany Internet ma decydujący wpływ na przetrwanie ludzi w zmieniającym się środowisku życia, wypierając sukcesywnie scentralizowaną i pionowo zorganizowaną biurokrację społeczeństwa industrialnego. Jest on bowiem bardzo elastyczny i ciągle brakuje synchronizacji między jego częściami w pro-

cesie komunikacji, co pozwala odnieść wrażenie, że komunikacja w sieci ma charakter chaotyczny (Płaneta, 2002). W swym rozwoju Internet zdominował najpierw prywatne życie ludzi, a dopiero na drugim etapie ekspansji zawładnął biurokracją produkcji i władzy. Te wszystkie doświadczenia zastosowania Internetu ujawniły jego ewolucyjną i adaptacyjną naturę i prowadzą do sytuacji, w której „Galaktyka Gutenberga” zostaje zastąpiona „Galaktyką Internetu”. Jako narzędzie, Internet przekształca radykalnie nasze życie i kto się w nim nie znajdzie, skazany zostaje na marginalizację ekonomiczną i kulturalną, a więc i społeczną (Castells, 2003: 12–15). Dla naszych rozważań ważne jest przede wszystkim wyjaśnienie specyfiki kultury internetowej, która ma kluczowy wpływ na ekspansję form społeczeństwa informacyjnego na tradycyjne, gdyż wzorce kultury w obu tych obszarach mogą wspomagać lub hamować ten proces.

Kultura Internetu opiera się na wartości wolności komunikowania i darmowego przekazywania oprogramowania jego użytkownikom (Levy, 2001). Ma ona wspierać procesy oświeceniowe i modernizacyjne w społeczeństwie. Kultura Internetu jest głęboko zakorzeniona w akademickiej tradycji wspólnego uprawiania pracy naukowej, poddawania się ocenie środowiska naukowego oraz udostępniania wyników badań i odkryć naukowych ogółowi zainteresowanych w celu ich praktycznego wykorzystania. To ono gwarantuje rzeczywiście jego ekspansję oraz dalsze doskonalenie, ukazując kolejne problemy, które w kontekście praktycznym domagają się szczegółowego badania i opracowywania nowych rozwiązań programowych. Tak więc, jak w tradycyjnym procesie rozwoju naukowego, każde nowe odkrycie wymaga nie tylko kontekstu samego odkrycia, uzasadnienia, ale i uspołecznienia. Wiodącymi wartościami, wokół których organizuje się ta kultura są: wartość odkrycia z dziedziny informatyki, wartość osobistego wkładu w rozwój całości wiedzy informatycznej, równość między odkrywcami i użytkownikami sieci, dająca tym pierwszym dobrą reputację, wartość autorytetów z dziedziny odkryć informatycznych i telekomunikacyjnych, którym powierza się funkcje koordynacji całości systemu, specyficzne poczucie współwłasności wiedzy informatycznej, wykluczające jej osobiste wykorzystanie (Castells, 2003: 50–51).

Kultura ta powstała w społeczności hakerów i cechuje się ona specyficzną „etyką informacjonizmu”, w której kultywowaną pozytywną normą działania jest swoboda w wymianie oprogramowania. Warunkują ją inne wartości organizujące ten typ wspólnoty informacyjnej: bezinteresowność w działaniu i satysfakcja z uznania środowiska, wolność jako najwyższa wartość, rozumiana głównie jako wolność tworzenia i udostępniania innym wyników swych odkryć, aktywna współpraca z innymi członkami wspólnoty, osobista satysfakcja z własnych dokonań, wewnętrzna radość z faktu tworzenia, własność kolektywna, rozumiana jako własność elity, tylko instrumentalny stosunek do wartości pieniądza (siła nabywcza), nieformalność i wirtualność związków między członkami tej wspólnoty oraz „kultura daru” wraz z „ekonomią daru” – cechami postawy członków ekspozowanymi wewnątrz i na zewnątrz. Pod wieloma względami kultura ta podobna jest do świata wspólnot artystycznych i plemiennych klanów (Raymond, 1999). Wartości tej kultury nie powstały same z siebie, ale wyłoniły się z instytucji i organizacji, w których kształ-

towały się osobowości jej twórców, czyli z uczelni amerykańskich oraz organizacji kulturowych wartości kontrkultury lat 70. „Kultura hakerska jest – pisze Castells – w swej istocie kulturą konwergencji ludzi i maszyn w procesie nieskrępowanej interakcji między nimi. Jest to kultura kreatywności technologicznej opartej na wolności, współpracy, zasadzie wzajemności i nieformalności” (Castells 2003, s. 63).

Warto w tym miejscu wyjaśnić na czym polega owo zjawisko „kultury daru”. Wyrazem jej jest darmowe udostępnianie internautom oprogramowania, jego coraz nowszych wersji. Jej wyznawcy i praktycy głoszą ideę, że może się ona w pełni rozwijać w warunkach niematerialnego systemu produkcji, który powstaje w społeczeństwie dobrobytu i tylko ludzie, którzy mają zaspokojone podstawowe potrzeby mogą sobie pozwolić na to, by poświęcić się pracy twórczej i praktykować niezobowiązująco „kulturę daru”. Tej kulturze towarzyszą jednak wzorce „konsumpcji ostentacyjnej” i „konsumpcji zbytecznej”, których mechanizm polega na gromadzeniu pieniędzy, a nie systematycznym oszczędzaniu i doskonaleniu się wewnętrznym, w konsekwencji oszczędność zastępowana jest inwestowaniem w akcje, dające szybkie i wysokie zyski. Osobiste oszczędności są tu mniej ważne niż inwestycje w akcje i ta sama zasada obowiązuje przy tworzeniu nowych pomysłów. Służą one jako narzędzie do kreowania przyszłości, zamiast zgody na to, co ona przyniesie. W rezultacie wzorec działania ludzi należących do tej kultury polega na tym, że nie liczy się bezpieczeństwo, ale ważne jest ryzyko stwarzające możliwość zapanowania nad przyszłością i sprzedawania jej jako samospełniającego się proroctwa w postaci towaru. Wyjaśnia to poniekąd fakt, że członków tego rodzaju wspólnoty nie interesują trwale i ściśle więzi społeczne, gdyż preferują luźne i szybko konsumowalne ich formy, które otwarte są na przyszłość i tak do końca nie pewną. Z takimi postawami idzie w parze ostentacyjne łamanie zasad obowiązujących w wielkich korporacjach przemysłowych powstałych w epoce industrialnej. Inną cechą ludzi tej kultury jest niechęć do wszelkich instytucji państwowych i publicznych, które – ich zdaniem – zagrażają wolności człowieka, narzucając jawne lub ukryte formy cenzury na wolną twórczość człowieka, by czerpać z niej nieuzasadnione zyski. W praktyce kultura ta preferuje kultywowanie innowacji i symbiozy wolnego kapitału z informacją w sieci. Towarzyszy jej etyka przedsiębiorczości sieciowej, dającej szybki zysk, możliwość ostentacyjnej konsumpcji, za którymi stoi pracoholizm. Kultura ta ma charakter wieloetniczny i globalny. Najczęściej odbywa się kosztem osobistego rozwoju ludzi i ich rodziny: preferuje i produkuje ona osoby samotne, cechujące się autyzmem społecznym. W jej ramach postępuje twórcza destrukcja jej członków, mierzona postępowaniem technologicznym i szybkim zyskiem, prowadzącymi do upadku ich życia towarzyskiego, a więc oderwaniem się od kontekstu społecznego i utratą umiejętności zakorzenienia się w nim (Castells, 2003: 71–74).

W kontekście tej analizy bardziej zrozumiałe stają się oceny i prognozy co do przyszłości społeczeństwa informacyjnego, widziane przez „okulary” zjawisk towarzyszących kulturze hakerów, która przybrała formę „kultury daru” – mistyfikując wiele zjawisk, które poza tym kręgiem ludzi i idei niekoniecznie muszą się rozwijać. Jednak społeczny świat Internetu jest równie zróżnicowany i przepełniony sprzecznościami, jak i całe społeczeń-

stwo tradycyjne. Ze względu na swą genezę kultura Internetu jako kultura daru w sposób naturalny wciąga użytkowników sieci do gry, zmiany ról i eksperymentowania z własną tożsamością, czego wyrazem mogą być nietypowe zachowania jej uczestników. Inną tendencją uczestników tej kultury jest także transformowanie sieci, by skierować ją na «ja» jej użytkownika, tzn., by organizować ją wokół siebie (samoprezentacja, samoorganizacja, samounicestwienie), co może sugerować, że tak zorientowani użytkownicy sieci mogą swe doświadczenia w sieci i funkcjonujące w niej wartości z powodzeniem wykorzystać we wpływach na społeczność o tradycyjnych strukturach i więziach *off-line*.

### **Przemiany w społeczeństwie amerykańskim**

Obserwacje i badania społeczeństwa amerykańskiego w latach 1990–2000 dostarczają ciekawego materiału do analizy i przewidywania kierunków rozwoju społeczeństwa informacyjnego, powstającego pod wpływem interakcji sieciowych, przenoszonych następnie na interakcje w społeczeństwie tradycyjnym. Powstające w cyberprzestrzeni słabe związki (*weak ties*) między ludźmi, nazywane kontaktami *on-line*, są w różny sposób i z różnymi skutkami przenoszone na tradycyjne więzi społeczne przez użytkowników sieci. Jak wynika z badań empirycznych nad internautami, efektywność wpływu interakcji wirtualnych za pomocą Internetu, zależy w sposób istotny od statusu matrymonialnego (*marital status*) internautów, tzn. czy pozostają oni w życiu społecznym w trwałych związkach z partnerami, np. o charakterze rodzinnym lub zamieszkiwania we wspólnym mieszkaniu z osobistym partnerem (Matei, 2003). Chodzi tu głównie o to, czy użytkownicy sieci są silnie, czy słabo osadzeni w kontekście społecznym swojego naturalnego środowiska życia, od którego – ich zdaniem – zależy możliwość wykorzystania interakcji społecznej w sieci do aktywizacji życia społecznego poza nią, czyli *off-line*. Badano więc efektywność transmisji kontaktów i więzi powstałych w Internecie na kontakty i więzi w społeczeństwie pozasieciowym osób samotnych (*singles*) oraz osób związanych z rodziną i środowiskiem, a więc podmiotujących trwałe związki społeczne (*strong ties*). Analizowano jednocześnie ich poglądy i nadzieje na możliwość powstania w sieci trwałych związków przyjacielskich z ich partnerami komunikacyjnymi w cyberprzestrzeni. Okazało się jednak, że dotychczasowe obserwacje i badania wpływu komunikacji internetowej na społeczeństwo poza siecią, prowadzone w latach 1990–2000, muszą ulec pewnej weryfikacji, a zauważone prawidłowości w zachowaniach ludzi w tym okresie są raczej powierzchowne i dotyczą głównie ludzi samotnych, będących stosunkowo aktywniejszymi użytkownikami sieci i nie przekładają się prawie w ogóle na trwałe więzi społeczne, a nawet je degenerują. Badania te dotyczyły głównie środowisk związanych z firmami i organizacjami, w których występowało wysokie usieciowienie, dające pracownikom i członkom możliwość częstych interakcji sieciowych (Wuthnow, 1998). Przeniesienie ich na więzi tradycyjne miało głównie charakter luźnych związków (*looser connections*), których celem była satysfakcja osobista, polepszenie samopoczucia, nie prowadzących do złożonych więzi społecznych.

W latach 1990–2000 dało się zaobserwować szybką i wręcz żywiołową atrofie tradycyjnych struktur społecznych w społeczeństwie amerykańskim, któremu towarzyszyło

szybkie usieciowienie społeczeństwa. Przypuszczano więc, że jedną z głównych przyczyn tych negatywnych zjawisk jest właśnie ekspansja Internetu właściwie na wszystkie obszary tradycyjnego życia społecznego ludzi, gdyż bardzo szybko zwiększała się liczba użytkowników sieci (Myers, 2000). Badacze uważali jednak, że Internet i nowe technologie będą stanowić nową siłę zewnętrzną, która wpłynie na rozwój tradycyjnych więzi społecznych, ale najpierw musi nastąpić transformacja osobowości użytkowników sieci, którzy w ten sposób ulegną jakby konwergencji do możliwości i formatu tego narzędzia interakcji, by następnie mogli je z powodzeniem zastosować do tworzenia więzi także w społeczeństwie tradycyjnym (Barlow, 1994; Frenback, Thompson, 1995; Jones, 1997; Wellman, 2001). Badacze ci uważali także, iż powstające nowe wspólnoty wirtualne będą stanowić nowe bariery dla ich uczestników, hamujące możliwość wpływu interakcji wirtualnych na interakcje realne, gdyż premiuje one indywidualizm i prywatność, charakterystyczną dla innych nowych mediów, które je utrwalają, a więc w konsekwencji zmieniają sens pojęcia wspólnoty jako struktury opartej aktualnie głównie na słabych więziach (Frenback, Thomapson, 1995). Takie nowe wspólnoty miałyby za zadanie zaspakajanie prywatnych potrzeb i indywidualnych celów ich uczestników, do czego wystarczają właśnie słabe więzi społeczne. W konsekwencji ich uczestnicy charakteryzowałiby się słabymi predyspozycjami do zakorzeniania się w formalnych i nieformalnych instytucjach społecznych (Wellman). Z tych analiz wynikało także, że interakcje za pomocą Internetu i wspólnoty wirtualne w cyberprzestrzeni są miejscem, które produkuje ludzi samotnych (*singles*), którzy preferują przede wszystkim luźne związki (*loose connections*), a więc nie wzmacniają, ale raczej osłabiają tradycyjne więzi społeczne *off-line*.

Z chwilą, kiedy dokonano analizy zmian w obszarze amerykańskiej rodziny nuklearnej w tym okresie, zauważono także niepokojący spadek liczby rodzin, jej członków, a także wystąpiły inne zmiany sygnalizujące kryzys rodziny amerykańskiej. I tak, liczba domowników, którzy w 1972 roku stanowili 45% całości rodziny w 1998 roku spadła do około 25%, zaś w 1998 roku liczba rodzin bezdzietnych w USA stanowiła 32%, co stanowiło największy odsetek tego typu rodzin w ciągu ostatnich 25 lat (Smith, 1988). W tym samym czasie opóźnił się zdecydowanie wśród kobiet i mężczyzn wiek wstępowania w pierwszy związek małżeński: odpowiednio u kobiet – z 20 do 25 lat, a u mężczyzn – z 23 do 27 lat. Dwukrotnie zwiększyła się także liczba rozwodów – z 10 do 20 na 1000 kobiet w ciągu roku. W 1998 roku 34% wszystkich dorosłych Amerykanów niedawno się rozwiodło, kiedy w 1972 roku odsetek ten wynosił tylko 17%. Prawdopodobieństwo rozwodu dla pierwszego związku małżeńskiego wzrosło w tym czasie do 50%. Oddaliły się także w czasie decyzje w podejmowaniu kolejnych związków małżeńskich. Spadła również znacznie liczba mężczyzn skłonnych wchodzić w związki małżeńskie. Zmiany te były po części spowodowane czynnikami ekonomicznymi, a po części społecznymi. Ogół tych zmian w podejściu Amerykanów do małżeństwa i rodziny tłumaczono od strony socjologicznej zbiorem zjawisk, które nazwano postmodernistycznymi, wyrażających się w zjawisku partnerstwa wśród małżonków. Małżeństwo miało w tej perspektywie dawać satysfakcję osobistą, a dopiero później miało nakładać na małżonków obowiązki rodzicielskie.

skie. Ponad połowa Amerykanów uważała już w 1985 roku, że posiadanie dzieci w małżeństwie nie stanowi przeszkody w rozwiązaniu małżeństwa (Myers, 2000). Efektem takiej postawy ludzi był więc na początku lat 90. wzrost współczynnika rozwodów oraz wzrost liczby osób samotnych. Zjawiska te zaczęto łączyć z ekspansją Internetu prawie we wszystkie dziedziny życia i nazywano je „rewolucją internetową” (*Internet revolution*), wskazując, że wpływa ona na szybki wzrost autonomii i niezależności jednostek od tradycyjnych więzi społecznych (Jones, 1995). Na tę deregulację tradycyjnego życia społecznego, w opinii teoretyków, miały mieć wpływ „wspólnoty wirtualne”, w których gremialnie uczestniczyli obywatele USA, produkujące całe rzesze ludzi samotnych, skłonnych tylko do luźnych związków społecznych (Frenback, Thompson, 1995). Sądono więc, że wszystkie te zmiany w więziach międzyludzkich, powstałe we wspólnotach wirtualnych, zdecydowanie wpływają na kształt tradycyjnego społeczeństwa amerykańskiego w warstwie pozasieciowej – *off-line* i że będzie ono zbliżać się w swej formie do struktur więzi społecznych obowiązujących we wzorcach wirtualnych, a więc luźnych więzi (*weak ties*), samo zaś społeczeństwo tradycyjne będzie przyjmować formy struktur podobnych do struktur i więzi występujących w organizacjach, gdzie dominują luźne związki między ludźmi (Katz, Ric, Aspden, 2001; Castells).

### **Efekt „szkła powiększającego”**

Jednak inne badania, bardziej wnikliwie analizujące sąsiedzkie stosunki między ludźmi, używającymi lub nie używającymi Internetu, pokazały, że użytkownicy więcej niż dwukrotnie częściej kontaktują się ze swoimi sąsiadami, aniżeli ci sąsiedzi, którzy nie mają dostępu do sieci (Hampton, Wellman, 2000). Zjawisko to dotyczyło głównie tych użytkowników Internetu, którzy pozostawali w silnych związkach rodzinnych, co sugerowało, że efekty w budowaniu tradycyjnych więzi społecznych za pomocą Internetu u osób samotnych, są różne od efektów u osób pozostających w trwałych, silnych i stabilnych związkach rodzinnych lub partnerskich. Postawiono więc tezę, że w tym drugim przypadku zachodzi pewne zjawisko, które określono efektem szkła powiększającego (*effect of „magnifying glass”*), polegającym na tym, że użytkownicy sieci, będący w mocnych związkach społecznych, zdecydowanie efektywniej wykorzystują interakcje internetowe do ulepszenia, powiększenia tradycyjnych więzi społecznych, czyli interakcji tradycyjnych, w przeciwieństwie do osób samotnych, pozostających ze społeczeństwem i jego strukturami w luźnych więziach (Matei, 2003). Łatwo zauważyć, iż ta wyjaśniająca metafora nawiązuje do koncepcji komunikacji za pomocą odbiornika telewizyjnego, postrzeganego jako typowe medium domowe, które pełni funkcję tzw. „widzenia zastępczego” (Godzic, 1999: 45–58). W przypadku podłączonego do sieci komputera z monitorem, odbiorcy o mocnych związkach społecznych wykorzystują go właśnie w ten sposób, że wydobywają z nawyku korzystania z telewizji pewne własności komunikacji wizualnej i przenoszą je na komputer jako na medium dające także „widzenie zastępcze”, by tak nim pokierować, iżby zwiększyło ich wpływy na ich bezpośrednie otoczenie poza przestrzenią wirtualną, która służy tu właśnie jako multimedialne zwiększające ich możliwość interaktywnego „wi-

dzenia zastępczego” rzeczywistości *off-line*, zgodnego z ich intencjami i potrzebami. Jeśli idzie więc o podłoże psychiczne percepcji nawigatorów i użytkowników sieci, które generuje ów efekt „szkła powiększającego”, to posługiwanie się Internetem w konwencji nawyku korzystania z telewizji jako medium dającego „widzenie zastępcze”, mamy tu do czynienia ze zjawiskiem synestezji w percepcji, zwiększającej możliwość polisensorycznego poznawania świata przez multimedialność, a następnie wykorzystanie tego wzmocnionego poznania o wzmocnienie wglądu w świat struktur społecznych, w których użytkownik jest mocno zakorzeniony. Owocuje to więc wzmocnionymi kontaktami społecznymi *off-line*, a wzmocnienie, czyli zwiększenie ich częstotliwości i arealu zasięgu, wypływa z wcześniejszych kontaktów i komunikacji *on-line*. Tak dzieje się jednak w przypadku użytkowników silnie zakorzenionych w kontekście społecznym, a więc posiadających stabilny status matrymonialny. W przypadku osób samotnych, które nie posiadają stabilnych więzi społecznych, mających zatem słaby status matrymonialny, ów efekt „szkła powiększającego” może prowadzić do zjawisk zupełnie odmiennych: do dalszego osłabiania posiadanych przez nich luźnych związków z partnerami, co w konsekwencji dalej pogłębia ich izolację społeczną, a w rezultacie osamotnienie. Potwierdzają ten proces dane, które uzyskano w badaniach amerykańskich, które donoszą, że ludzie ci prawie 123-krotnie mniej wierzą (mają nadzieję), że w Internecie znajdą odpowiednich partnerów, którzy staną się ich prawdziwymi przyjaciółmi. Tłumaczy to również fakt, że nie wchodzi oni także w mocne związki *off-line*, gdyż nie wierzą, że mogą one zakończyć się pozytywnymi rezultatami (Matei, 2003). Nadto zbyt częste nawigowanie w sieci, podsycane dokuczliwym doświadczeniem braku stabilnych więzi społecznych, prowadzi w rezultacie do całkowitej alienacji samotnych nawigatorów i nawet grupy „sieciowego wsparcia” nie są im w stanie efektywnie pomóc: są oni bowiem podejrzliwi, kłótlivi, najczęściej uzależnieni od sieci (Wellace, 2001).

Tak więc użyta tutaj metafora „szkła powiększającego”, wyjaśniająca te zjawiska transmisji interakcji wirtualnych na interakcje realne, ma tutaj pełne uzasadnienie. Każdy bowiem, kto używa „szkła powiększającego”, świetnie wie, że powiększa ono dobrze na odpowiednią odległość, kiedy zaś odległość się zwiększa lub zmniejsza, to obraz się zaciera i trudno mieć skuteczny wpływ na jego korelat, jakim jest rzeczywisty obiekt dany bezpośrednio w obrazie: niemożliwe staje się wtedy jakiegokolwiek skuteczne „teledziałanie”. Drastyczne np. zmniejszenie odległości także powoduje brak dystansu do obiektu, który obraz przedstawia. Dlatego tę stosunkowo wysoką liczbę kontaktów sąsiedzkich można tłumaczyć także i tym, że użytkownicy Internetu tracą dystans i stosunek krytyczny w odniesieniu do liczby tradycyjnych interakcji z ludźmi, symulowanych przez interakcje internetowe, gdy zbyt mocno „powiększa” je obraz internetowy. Dzieje się to nie tylko z osobami samotnymi, ale także posiadającymi uregulowany status matrymonialny, co także należy zaliczyć do ubocznego efektu „szkła powiększającego”. O tym jednak nie zawsze pamiętają badacze tego zagadnienia (Matei, 2003). Fakt, że ludzie samotni o 123 razy rzadziej spotykają przyjaciół wcześniej poznanych w Internecie niż posiadający uregulowany statut matrymonialny, nie wynika tylko z faktu, że ci drudzy mają dobre



zakorzenienie w stosunkach społecznych w sąsiedztwie, ale również z utraty kontroli symulowanych przez kontakty sieciowe związków w świecie realnym. Ponadto wielkość liczby posiadanych przyjaciół *on-line* w przypadku ludzi samotnych także nie ma większego wpływu na przekładanie się ich na więzi w świecie realnym. Świadczy to przede wszystkim o tym, że ich predyspozycje oraz umiejętności wkomponowywania się w kontekst życia społecznego są bardzo niskie, a ich wysiłki, by zmienić na własną korzyść tę sytuację przez aktywność w sieci, także nie prowadzą do większego sukcesu. Zrozumiałe są więc ich deklaracje, że tylko 10% (badanej próby) może znaleźć w sieci przyjaciół, podczas gdy posiadający uregulowany stosunek matrymonialny wierzą w to w 19,6%, czyli prawie dwukrotnie częściej (Matei, 2003).

Wyniki badań, które zostały tu przedstawione, wykonane w ramach programu *Metamorphosis project* w Uniwersytecie Południowej Kalifornii, w ogólnym zarysie potwierdzają, że po wysyceniu się siecią struktur miejskich, interakcje w Internecie mogą dwojako wpływać na tradycyjne więzi społeczne jego użytkowników: inaczej na ludzi samotnych, oderwanych od kontekstu życia społecznego poza siecią i równie odmiennie na ludzi mających mocne zakorzenienie w kontekście społecznym świata realnego.

Można zatem zgodzić się ze stwierdzeniami, że:

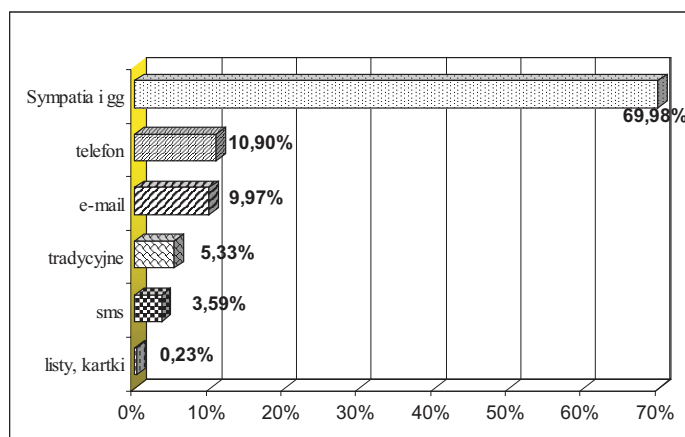
- Samotni są bardziej skłonni wierzyć w socjotwórczy potencjał Internetu,
- Posiadanie osobistych kontaktów *on-line* łączy się z posiadaniem związków w wspólnotach pozasieciowych,
- Użytkownicy o ustabilizowanym statusie matrymonialnym, spotykający przyjaciół w sieci, mają także bogatą liczbę osobistych związków w swym sąsiedztwie (Matei, 2003).

Wszystkie te wnioski z przeprowadzonych badań empirycznych sugerują, że formowanie się społeczeństwa informacyjnego pod wpływem wirtualnej wspólnoty internetowej w obszarze społeczeństwa tradycyjnego, wywołuje dwa rodzaje procesów: jeden wzmacnia mocne związki lokalne, drugi rozprzestrzenia luźne związki globalne, nierzadko ze szkodą dla tych lokalnych. Są to poniekąd procesy przeciwstawne, mogące się jednak sukcesywnie dopełniać, utrzymując w społeczeństwie stan pewnej „nierównowagi dynamicznej”, powodującej, że społeczeństwo to staje się elastyczne (podatne na zmiany), otwarte na świat zewnętrzny, ale do pewnych granic, gdyż zarazem dąży ono do umocnienia fundamentalnych więzi rodzinnych i sąsiedzkich, a więc premiuje ustabilizowany status matrymonialny jego członków.

### **Czy efekt „szkła powiększającego” jest obecny w społeczeństwie polskim?**

W celu zdiagnozowania modelu ekspansji społeczeństwa informacyjnego w obszar społeczeństwa tradycyjnego w Polsce, dokonaliśmy analizy przekładania się kontaktów i interakcji użytkowników Internetu na kontakty w społeczeństwie *off-line*. W tym celu przebadaliśmy 20 użytkowników sieci, poszukujących znajomych i przyjaciół na „Gadu-

-Gadu” oraz w wortalu towarzyskim „Sympatia”, funkcjonującym w portalu onet.pl. W próbie było 9 mężczyzn i 11 kobiet w wieku od 23 do 57 lat, które przez ostatnie dwa miesiące, tj. w kwietniu i maju 2003 roku nawiązywali kontakty w cyberprzestrzeni, a następnie przechodzili z partnerami wirtualnymi na kontakty multimedialne (e-mail), medialne (telefony, SMS, pocztówki, listy) oraz kontakty tradycyjne w formie spotkań bezpośrednich. Pytaliśmy więc respondentów o liczbę odpowiednich kontaktów, ich formę (multimedialne, medialne, tradycyjne) oraz o to, „skąd pochodzili partnerzy badanych respondentów: czy z tego samego miasta, tego samego województwa, obszaru całego kraju, czy z zagranicy. Ogółem stwierdzono 862 kontakty między respondentami i ich partnerami. I tak w badanej grupie respondentów stwierdzono 760 kontaktów internetowych i multimedialnych (e-mail, „Gadu-Gadu”), 96 medialnych (telefon komórkowy, stacjonarny, listy i pocztówki) i 46 tradycyjnych, czyli twarzą w twarz. Proporcje między następującymi po sobie kontaktami, po rozpoczęciu ich w cyberprzestrzeni przedstawia rysunek 1.

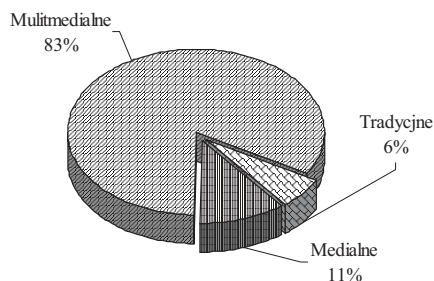


Rys. 1

Typy i wielkości kontaktów internautów zainicjowanych interakcjami sieciowymi (N = 862)

Łatwo więc zauważyć, że interakcje sieciowe wywołują całą serię kontaktów *off-line*, czyli w pierwszej kolejności powodują, że respondenci posługują się mediami tradycyjnymi (telefon, list), a dopiero w ostatniej kolejności dochodzi do kontaktów tradycyjnych – twarzą w twarz, czyli *off-line*, których jest proporcjonalnie najmniej. Słabnącą falę kontaktów następujących po sobie, wywołanych interakcjami wirtualnymi, przedstawia rysunek 2. Prawie 14 kontaktów multimedialnych między różnymi partnerami interakcji sieciowej jest potrzebne do tego, by zaowocowały one jedną interakcją tradycyjną.

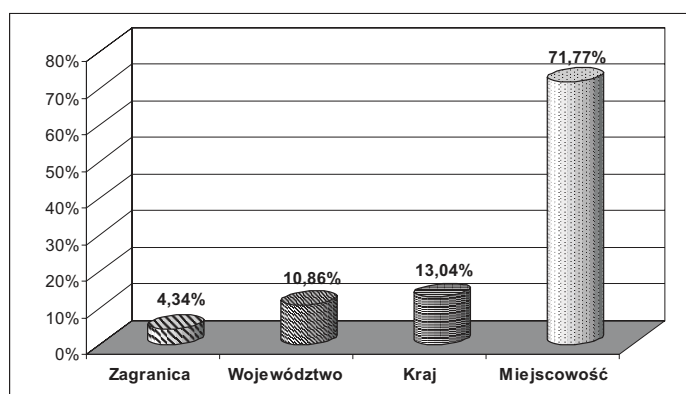
Jak więc łatwo zauważyć – tylko około 17% ogółu kontaktów multimedialnych, powstałych w cyberprzestrzeni, przekłada się na inne, tj. medialne i tradycyjne stosunki międzyludzkie.



Rys. 2

Proporcje między typami więzi zainicjowanych w Internecie (N = 862)

W badanej próbie 5 osób, czyli 25% badanej próby, nie posiadało ustabilizowanych więzi rodzinnych, tzn. miało słaby status matrymonialny (panny, kawalerowie), i na nich przypadło tylko 6 kontaktów tradycyjnych poza siecią, co stanowi 13,04% kontaktów *off-line* w przebadanej całości tego typu interakcji respondentów, choć ich aktywność w kontaktach w cyberprzestrzeni nie odbiegała znacznie od średniej kontaktów pozostałych internautów, którzy mieli silne więzi rodzinne i sąsiedzkie. Fakt ten także potwierdza obecność efektu „szkła powiększającego” wśród użytkowników Internetu w Polsce.



Rys. 3

Obraz wielkości geograficznych grup partnerów w kontaktach *off-line* z użytkownikami sieci (N = 46)

Jak obrazuje to rysunek 3, najczęściej respondenci deklarowali, że spotykali poza siecią swych wcześniejszych partnerów wirtualnych w miejscu swego zamieszkania (73,91%), następnie w kraju (13,4%), województwie (10,86%) i przybyłych z zagranicy (4,34%). Proporcje te z wielkim prawdopodobieństwem świadczą, że efekt „szkła powiększającego” zaczyna już działać w społeczeństwie polskim, choć w porównaniu do społe-

czeństwa amerykańskiego jego zasięg nie jest tak duży jak w USA, co łączy się zapewne ze stopniem usieciowienia społeczności mniejszych miast i wsi. W USA stopień nasyce-  
nia siecią sięga około 60% gospodarstw domowych, podczas gdy w Polsce tylko około 29%. Usieciowienie w Polsce najwyższe jest w dużych miastach, a więc tam jest ów efekt wyraźnie widoczny, natomiast małe miasta powiatowe i miasteczka są słabo usieciowione i dlatego możliwość nawiązania kontaktów z partnerami mieszkającymi na terenie województwa jest stosunkowo mniejsza, a więc także odpowiednio mniejszy jest tam i efekt „szkła powiększającego”.

Inną ciekawą prawidłowością było pochodzenie partnerów badanych internautów polskich. Rysunek 3 ukazuje ich kategorie geograficzne, czyli miejsca zamieszkania i ich odległość od badanych internautów.

Także i w tym przypadku skupienia partnerów w odpowiednich kategoriach geograficznych, z którym badani respondenci spotkali się w wyniku wcześniejszych interakcji w cyberprzestrzeni, ukazują efekt „szkła powiększającego”. Najwięcej bowiem spotkań *off-line* (72,35%) dotyczyło partnerów z tego samego miejsca zamieszkania, następnie z całego kraju, w kolejności z województwa oraz na końcu z zagranicy. Potwierdziło się także i to zjawisko, że osoby mające słaby status matrymonialny (panny, kawalerowie) mają prawie 10 razy mniejsze efekty w przekładaniu stosunków wirtualnych na stosunki realne, a w ich przypadku różnica w geograficznych kategoriach kontaktów z partnerami wynosi jak 2:1, kiedy respondentów o mocnym statusie matrymonialnym wynosi 7:1, czyli w miejscu zamieszkania nawiązali oni tylko 4 kontakty, a w obszarze kraju tylko 2. Oznacza to, że polscy internauci o słabych więziach z kontekstem społecznym, podobnie jak i amerykańscy, nieefektywnie przekładają swoje interakcje wirtualne na realne.

### **Wnioski końcowe**

W świetle przedstawionych analiz oraz omówionych danych empirycznych, dotyczących form transmisji aktów komunikacji multimedialnej zapoczątkowanych w Internecie, a następnie przenoszonych na formy związków i stosunków w społecznościach tradycyjnych, daje się zauważyć dwa ich kierunki urzeczywistniania. Pierwszy, podejmowany przez osoby samotne, słabo zakorzenione w kontekście społecznym, którym brak jest mocnych więzi z otoczeniem, a więc nieposiadających wyraźnych i mocnych więzi społecznych. Ich transmisja zapoczątkowanych kontaktów w cyberprzestrzeni prowadzi do słabych, przypadkowych i mało efektywnych więzi w społeczeństwie tradycyjnym poza siecią. Drugi, inicjowany przez osoby o mocnych więziach sąsiedzkich i rodzinnych, posiadających mocne zakorzenienie w kontekście społecznym swego otoczenia, dających kilkukrotną intensyfikację tych więzi tradycyjnych, momentami wysoce symulowaną, co zostało tu określone mianem efektu „szkła powiększającego”. Wynikiem więc użycia sieci jest tu wzmocnienie wspólnot sąsiedzkich i lokalnych, a w konsekwencji postępującego osłabienia ich więzi natury ogólniejszej z instytucjami centralnymi.

Kolejną ważną kwestią, która się tu pojawia, jest aktywizacja więzi medialnych zarówno skonwergowanych, jak i nie, do formatu Internetu, które pomagają doprowadzić do po-

myślnego skutku tradycyjne więzi o charakterze kontaktów bezpośrednich. Media tradycyjne pomagają więc ludziom w komunikacji z Internetem, gdyż są oni do ich użyteczności komunikacyjnej już dobrze przyzwyczajeni i być może darzą je większym zaufaniem niż interakcje sieciowe. Media wspólnie z multimediami mogą więc jeszcze bardziej powiększać efekt „szkła powiększającego” nie tylko w sąsiedztwie, ale na większą odległość w obszarze tradycyjnego życia społecznego ludzi. Z faktu tego wynika jeszcze jeden istotny wniosek, a mianowicie, że konwergencji mediów tradycyjnych do Internetu, powinna towarzyszyć równoczesna konwergencja Internetu do mediów tradycyjnych, np. nowych generacji telefonów komórkowych, co mogłoby jeszcze bardziej powiększyć możliwości wpływu form społeczności wirtualnej na społeczności realne. Prócz efektu „szkła powiększającego” mógłby wtedy pojawić się efekt „lornetki”, czyli zwiększenia zaufania w komunikacji sieciowej, uwierzytelnionego „widzeniem na odległość” lub „widzeniem zastępczym”, co w konsekwencji wzmocniło i przyspieszyłoby przekładanie komunikacji społecznej na tradycyjne więzi społeczne, a więc przyspieszyło procesy formowania się społeczeństwa informacyjnego.

Należałoby więc w tym procesie nie mówić tylko o jednym typie konwergencji (mediów do Internetu), ale konwergencji Internetu do mediów (Jakubowicz, 2000; Marr, 2002). Te wzajemnie sprzężone zwrótnie dwa procesy konwergencji zapewniłyby szybsze i bardziej elastyczne efekty transmisji form życia informacyjnego do społeczeństwa tradycyjnego *off-line*. Należałoby więc wyróżnić dwie formy konwergencji w komunikowaniu. Po pierwsze konwergencji form i kanałów przekazu mediów tradycyjnych do formatu Internetu, co można by nazwać konwergencją *mimetyczną*. Po drugie, przeciwstawną pierwszej, choć z nią sprzężoną konwergencję do tła (kontekstu społecznego), do obowiązujących w nim form recepcji tam już ugruntowanych, która wyrażałaby proces upodabniania się Internetu do mediów tradycyjnych, jak i do tradycyjnych aktów komunikacji. Tę konwergencję proponujemy nazwać konwergencją *mimikryczną*. Wtedy zapewne, prócz efektu „szkła powiększającego”, wystąpiłby także efekt „zbliżenia” odległych kontekstów społecznych, czyli „lornetki”, choć przy tych nowych zjawiskach, które towarzyszą transmisji kontaktów wirtualnych na realne dalej obowiązywałaby ważność statusu matrymonialnego internauty.

Kończąc, warto zauważyć, że te zjawiska, które obserwuje się w USA i Kanadzie, w Polsce zaczynają się już sukcesywnie pojawiać, ale ich skala uzależniona jest od stopnia usieciowienia gospodarstw domowych oraz od wolnego i taniego dostępu do Internetu. Nie jest ono duże na wsi i w małych aglomeracjach miejskich, co wykazała nawet tak mała próba respondentów, którą poddaliśmy analizie. Pokazała ona natomiast, że transmisja kontaktów wirtualnych na realne jest w Polsce częściej spotykana między ludźmi z dużych i odległych miast, niż z nieodległych części województwa.

### **Bibliografia**

- [1] Barlow J.P. 1994: *Jack in, Yong Pioneer*, <http://www.eff.org/pub/Misc/Publication/John>.
- [2] Bauman Z. 2003: *Ponowoczesny świat i jego wyzwania. Rozmowa z profesorem Zygmunttem Baumanem*, „Res Humana”, nr 2 (63).

- [3] Perry Barlow/virtual\_frontier\_barlow\_eff. articl.
- [4] Castells M. 2003: *Galaktyka Internetu. Refleksje na Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań.
- [5] Fiut I.S., Habryń M. 2001: *Społeczność akademicka wobec możliwości wykorzystania Internetu w procesie pracy*, [w:] L.H. Haber (red.): *Mikrospołeczność informacyjna. Na przykładzie miasteczka internetowego Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie*, Kraków, AGH. Uczelniane Wydawnictwo Naukowo-Dydaktyczne.
- [6] Fiut I.S., Haber L., Zmudziński B. 2002, *Aksjologia społeczeństwa informacyjnego na przykładzie Akademii Górniczo-Hutniczej*, [w:] L.H. Haber, *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. Dylematy cywilizacyjno-kulturowe*, Tekst-Graf, Kraków.
- [7] Fiut I.S., Feiner J. 2003: *Ograniczenia i możliwości w formowaniu się pracowniczego Społeczeństwa Informacyjnego*. L.H. Haber (red.): *Formowanie się społeczności informacyjnej. Na przykładzie Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie*, Tekst-Graf, Kraków.
- [8] Fiut I.S. 2003: *Społeczność pracownicza AGH wobec możliwości wykorzystania Internetu w procesie pracy*, [w:] L.H. Haber (red.): *Formowanie się społeczności informacyjnej. Na przykładzie Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie*, Tekst-Graf, Kraków.
- [9] Frenback J., Thompson B. 1995: *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*, <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCcivil.html>.
- [10] Godzic W. 1999: *Telewizja jako kultura*, Wydawnictwo RABID, Kraków.
- [11] Jones S. 1997: *Virtual Culture: Identity an Communication in Cybersociety*, Sage, Thousand Oaks.
- [12] Jakubowicz K. 2002: *Gdzie Polska znajduje się w drodze do społeczeństwa informacyjnego?*, [w:] E. Biedak (red.): *Media publiczne i edukacja Polaków. Społeczeństwo – Naród – Kultura – Obywatele*, Vespa Druk, Warszawa.
- [13] Katz J., Roland E.R., Aspden Ph., 2001: *The Internet, 1995–2000: Access, Civic Involvement an Social Interaction*, „American Behavioral Scientist”, 45, 3.
- [14] Levy S. 2001: *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, Penguin – USA, New York.
- [15] Matei S. 2003: *The Internet as Magnifying Glass: Marital Status and On-line Social Ties*, „the public (javnost)”, Journal of the European Institute for Communication and Culture, Vol. X, nr 1.
- [16] Marr M. 2002: *Das Ende der Gemeinsamkeiten? Folgen der Internetnutzung fur den mediale Thematisierungsprozess*, „Medien & Kommunikationswissenschaften”, (50)/4.
- [17] Myers D.G. 2000: *The American Paradox: Spiritual Hunger in a Age of Plenty*, Yale University Press, New Haven.
- [18] Płaneta P. 2002: *Chaos w globalnej sieci perswazji*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4 (171–172).
- [19] Raymond E. 1999: *The Cathedral and the Bazaar: Musing on Linux and Open Source by Accidental Revolutionary*, O'Reilly, Sebastopol.
- [20] Smith T.W.: *The Emerging 21st Century American Family*, GSS Social Change Report No. 42, University of Chicago, Chicago.

- 
- [21] Tadeusiewicz R. 2002: *Spoleczność Internetu*, Wyd. ExiT, Warszawa.
- [22] Takuska-Mróż M. 2003: *Inżynierowie w Społeczeństwie Informacyjnym*, [w:] L.H. Haber (red.): *Formowanie się społeczności informacyjnej. Na przykładzie Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie*, Tekst-Graf, Kraków.
- [23] Takuska-Mróż M., Mamak-Zdanecka M. 2003: *Ograniczenia i możliwości w formowaniu się inżynierskiego Społeczeństwa Informacyjnego*, [w:] L.H. Haber (red.): *Formowanie się społeczności informacyjnej. Na przykładzie Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie*, Tekst-Graf, Kraków.
- [24] Wallace P. 2001: *Psychologia Internetu*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań.
- [25] Wellman B. 2001: *Physical Place and Cyber Place: The Rise of Personalized Networks*, „International Journal of Urban and Regional Research”, 25, 2.
- [26] Wuthnow R. 1998: *Loose Connections: Joining Together in America's Fragmented Communities*, Harvard University Press, Cambridge.
- [27] Zasepa T., Chmura R. 2003: *Internet i nowe technologie – ku społeczeństwu przyszłości*, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa.