

## Web 2.0. Próba chronologizacji i konceptualizacji zjawiska

Jarosław Kinal

Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski

al. T. Rejtana 16C, 35-959 Rzeszów

[jaroslawkinal@gmail.com](mailto:jaroslawkinal@gmail.com)

### Podziękowania

Autor jest wdzięczny anonimowym Recenzentom za cenne wskazówki merytoryczne, które wykorzystano w artykule, oraz Redakcji za pomoc w adiuatacji tekstu.

### Abstract

#### Web 2.0. An attempt to chronologise and conceptualise the phenomenon

The development of virtual space and the redefinition of the conceptual ranges of virtuality and reality require intensive descriptive processes of phenomena occurring in the virtual sphere. The term Web 2.0 does not refer to the improvement of the technical possibilities of the Internet, but to the changes that occurred in the use of the network by software producers and end users. The escape to the virtual world is also a novelty in the way of managing leisure time. The escape consists of spending hours on virtual beaches, in nightclubs and on yachts floating on the seas seen in the form of chlorine pixels on the screens of computer monitors. The virtual world is no longer a substitute for the real world but rather it becomes a real form of rest. The social stratification of users is an example of the phenomenon of the Internet. Nowadays Internet users are divided into many groups (e.g. the users of instant messengers and social media), they have a sense of their own identity by naming themselves 'Internet users' or even 'network citizens'. Virtual communication in the last decade changed from the supplementary to the dominant form in the transmission and flow of information between individuals and social groups. Another change took place at the level of media systems. The traditional division of the roles of the 'sender' and 'recipient' has been replaced by a hybrid – a Toffler's 'prosumer', as both the recipient and the creator of the content. Successive online resources are generated by users who generate content with all disadvantages both in terms of relevance, quality and falsifiability of the content. The aim of this article is to present social theories describing the phenomenon of Web 2.0 and an attempt to chronologise this phenomenon.

**Keywords:** Web 2.0, semantic web, internet sociology, internet history, internet activity

**Słowa kluczowe:** Web 2.0, sieć semantyczna, socjologia internetu, historia internetu, aktywność sieciowa

## 1. Wprowadzenie

Powstanie i rozwój przestrzeni wirtualnej dokonał zmiany sposobu konotowania świata przez jednostki i grupy społeczne. Przykładem jest zastępowalność umiejętności i wiedzy, która to obecnie umiejętność zostaje zastąpiona umiejętnością poszukiwania informacji (Firede 2013). Współcześnie, jak wskazują badania interwałowe prowadzone na całym świecie, technika dokonała również zmiany sposobu komunikacji. Komunikacja wirtualna w ostatniej dekadzie stała się dominującą formą wymiany myśli, emocji i idei w przekazie i przepływie informacyjnym między jednostkami i grupami społecznymi. Kolejna zmiana dokonała się na poziomie systemów medialnych. Tradycyjny podział na „nadawców” i „odbiorców” został zastąpiony hybrydą – Toflerowskim „prosumentem” – zarówno odbiorcą, jak i twórcą treści. Czynnikiem zmianotwórczym była popularyzacja internetu oraz stosując terminologię nauk podstawowych, „wykwit” platform oraz potrzeba personalizacji odpowiedzi na potrzeby internautów. Opisywane przez Andrew Keena (2007) metody zachęcania użytkowników do tworzenia, oceny i w rezultacie powielania dostępnych treści doprowadziły do zniekształcenia systemu medialnego, w którym tradycyjni nadawcy, na przykład CNN oraz BBC, muszą konkurować w procesach publikacji i dystrybucji informacji z Facebook.com, YouTube.com i wiadomościami Google’a. Powyższa zmiana, od internetu statycznego do internetu dynamicznego, jest nazywana w literaturze przedmiotu przejściem od Web 1.0 do Web 2.0. Jak wskazują m.in. Hanna Pawlak i Robert Nierebiński (2011), obecnie obowiązującym modelem funkcjonalnym jest model Web 3.0. w opinii autora niniejszego artykułu, większość użytkowników wykorzystuje w większości aktywności jedynie funkcjonalności Web 2.0 jako dominujące, nie rozumiejąc zasad i mechanizmów Web 3.0, tj. internetu semantycznego. Celem niniejszego artykułu jest próba konceptualizacji zjawiska Web 2.0 rozumianego jako rewolucja komunikacyjna związana z rozwojem internetowych platform komunikacyjnych.

## 2. Rys historyczny oraz próba definicji zjawiska Web 2.0

Termin Web 2.0 nie odnosi się do ulepszenia technicznych możliwości internetu, lecz do zmian, jakie nastąpiły w wykorzystaniu sieci przez producentów oprogramowania oraz użytkowników końcowych oraz wykorzystanie internetu jako platformy komunikacyjnej. Według twórcy terminu Web 2.0, Tima O'Reilly'ego (2006), „Web 2.0 to biznesowa rewolucja w sektorze technik komputerowych spowodowana przez przemianę postrzegania Internetu – jako platformy, oraz próba zrozumienia zasad, jakie są istotne do osiągnięcia sukcesu na tej nowej platformie. Najważniejsza spośród tych zasad brzmi: Buduj aplikacje, które wykorzystują efekt sieci, aby udoskonalić sieć oraz aplikacje internetowe wraz ze zwiększeniem liczby osób, które je wykorzystują” (Musser, O'Reilly, 2003). Warto zaznaczyć jest fakt, iż wiele elementów używanych przez aplikacje Web 2.0 istniało od początku funkcjonowania sieci. W literaturze przedmiotu można również odnaleźć inne definicje Web 2.0. Ross Mayfield (2004: 35) stwierdził, że „Web 1.0 to sprzedaż, Web 2.0 to ludzie”. Według tej definicji, termin ten oznacza platformę wymiany informacji i współdziałania umiejscowioną w internecie oraz wykorzystującą jego narzędzia i odnosi się, w szerszym sensie, do tworzenia społeczności wirtualnych, w których użytkownicy Web 2.0 kreują własną rzeczywistość zgodnie z ich wolą, której jednym z filarów jest wolność wypowiedzi. Web 2.0 można obecnie uznać za pewien etap rozwoju sieci, zdefiniowany jako wirtualny zestaw treści tworzonych przez użytkowników za pomocą nowoczesnych technik komputerowych i rozwiązań umożliwiających tworzenie i stałą szybką komunikację internetową. Jego najważniejszą cechą jest takie samo prawo każdego użytkownika do udziału w tworzeniu treści internetowych (Mayfield 2004). Sama nazwa Web 2.0 jest interpretowana jako poprawa formy World Wide Web, tj. internetu. Zwolennicy tej koncepcji sugerują, że używane aplikacje i funkcjonalności sieci, w szczególności: zakładki społecznościowe, *wiki*, podkasty, nagłówki informacyjne (RRS), tj. transmisja wiadomości w czasie rzeczywistym (i podobne do niego aplikacje) oraz oprogramowanie społecznościowe, wskazują na zmianę procedury używania internetu. Idea Web 2.0 ma także swoich przeciwników; jednym z nich jest Stephen Fry. Opisał on Web 2.0 jako „ideę pozostającą raczej w ludzkich głowach niż w rzeczywistości. To właściwie idea, która podkreśla wzajemność między użytkow-

nikiem a dostawcą. Innymi słowy, prawdziwa interaktywność, gdyż po prostu ludzie mogą załadować, jak i ściągnąć treści” (Fry 2001). Używana przez swoich zwolenników fraza Web 2.0 może odnosić się do jednego lub liczniejszych spośród następujących kryteriów:

- (1) ewolucji stron internetowych z odrębnych magazynów informacji do konwergentnych platform informacyjnych oraz zwiększenia funkcjonalności tych stron, dzięki czemu serwisy www stały się przekaźnikami, dostarczającymi aplikacje internetowe użytkownikom końcowym;
- (2) pewnego rodzaju fenomenu socjologicznego, polegającego na tworzeniu i rozpowszechnianiu samej treści stron internetowych, charakteryzującego się otwartą komunikacją, decentralizacją autorytetów, wolnością dzielenia się i powtórnego używania, oraz postrzegania całego rynku internetowego jako konwersacji;
- (3) ogłoszonego rozróżnienia między funkcjonalnością a techniką komputerową, dającą możliwość łatwiejszego tworzenia nowych modeli biznesowych i procesów, przez użycie gotowych, dostępnych intuicyjnie elementów;
- (4) usprawnionej organizacji i kategoryzacji treści stron internetowych oraz podkreśleniu hipertekstualności sieci;
- (5) wzrostu wartości ekonomicznej internetu (Harghadon 2007).

Początkowo użytkownicy internetu pojęć Web 2.0 oraz sieć semantyczna używali jako synonimów. Termin *sieć semantyczna* ma obecnie inne znaczenie niż Web 2.0. W literaturze przedmiotu sieć semantyczna jest definiowana jako sieć komputerowa nowej generacji korzystająca z istniejącego protokołu komunikacyjnego, z tą różnicą, że przesyłanie danych jest rozumiane nie tylko przez ludzi, ale również przez maszyny (Strickland 2008).

Najbardziej znanym sloganem związanym z Web 2.0 jest stworzony przez Erica Schmidta: „nie walcz z internetem”. Ta krótka fraza opisuje istotę Web 2.0, jaką jest budowanie aplikacji i usług wokół unikatowych cech, jakimi charakteryzuje się Internet, w opozycji do budowania aplikacji i oczekiwania, że to Internet będzie do nich pasował (tj. właśnie „walkę z internetem”) – (Keen 2007: 54). Termin Web 2.0

został zdefiniowany przez Tima O'Reilly'ego (2005). Badacz ten uznał za konstytutywne dla Web 2.0 następujące cechy:

- (1) sieć jako platformę, tj. dostarczanie (oraz dozwolanie używania) aplikacji jedynie przez przeglądarkę;
- (2) dane jako siłę napędową, gdzie dane są umieszczane na serwerach i dostępne dla wielu osób;
- (3) efekt sieci stworzony przez architekturę uczestnictwa, która zachęca użytkowników do dodawania wartości do aplikacji w trakcie ich używania, co pozostaje w opozycji do hierarchicznej kontroli dostępu w aplikacjach, w których system klasyfikuje użytkowników wedle ról społecznych;
- (4) bogaty, interaktywny interfejs użytkownika;
- (5) innowację w gromadzeniu systemów i stron, składających się z zestawu elementów od różnych, niezależnych dostawców (tj. pewnego rodzaju „kodu otwartego”);
- (6) model biznesowy przedsięwzięć internetowych zbudowany na zasadzie przyjmowania zewnętrznych, rozprawdzanych zbiorowo treści i usług;
- (7) aktualizowanie oprogramowania zamiast sprzedaży nowych wersji.
- (8) łatwy dostęp do treści uniwersalnych.

Podjmując próbę definicji zjawiska Web 2.0, warto również zastanowić się nad interakcjami zachodzącymi między użytkownikami Internetu jako członkami pewnej społeczności wirtualnej.

### **3. Charakterystyka użytkowników serwisów Web 2.0**

Użytkownicy internetu są bez wątpienia społecznością. Zgodnie ze słownikową definicją, czynnikami kluczowymi są: „industrializacja, rozwój masowych środków komunikacji, formułowanie poglądów na podstawie zmiennych nastrojów niekompetentnej wielości jednostek. Zauważalny jest duży wpływ mas na formowanie się elit i znaczna możliwość osiągnięcia pozycji elitarnych oraz znaczna ruchliwość wertykalna i horyzontalna, otwartość, wpływ ruchów masowych, duży zakres autonomii jednostki, która jest zostawiona sama sobie. Występuje krótkotrwała mobilizacja członków społeczności do zachowań zbiorowych” (Keen 2007: 46). Wedle „Encyklo-

pedii Socjologii”, społeczność to wspólnota, niekoniecznie związana z określonym terytorium. Wówczas jej istota wyraża się w:

- (1) przeżywaniu i dzieleniu tych samych symboli i wartości stanowiących źródło tożsamości kulturowej grupy;
- (2) obiektywnych zależnościach i stosunkach, jakie wytwarzają się między ludźmi;
- (3) respektowaniu zasad porozumienia i współdziałania (*Wspólnota* 2007).

Literatura z zakresu nauk społecznych prezentuje również inną definicję społeczności. K. A. Wojtaszczyk (2002) wskazuje, że społeczność to zbiorowość, w której więzi i stosunki społeczne tworzą uporządkowany i kompletny układ. Hanna Pawlak i Robert Nierebiński (2011: 325) wskazują natomiast, że „każda grupa internautów, która w danym miejscu sieci, z wykorzystaniem narzędzi mediów społecznościowych, regularnie komunikuje się[,] jest społecznością wirtualną lub, jak niektórzy to nazywają, społecznością internetową”.

Jednostki, korzystając z internetu, wkraczają w pewną sztucznie wytworzoną przestrzeń, w której uzyskują informacje i wysyłają wiadomości, a nawet mogą części tej przestrzeni modyfikować. W sferze wirtualnej użytkownicy internetu zaspokajają swoje potrzeby komunikacyjne i informacyjne, spożytkowując zasoby internetu dla celów zawodowych lub rozrywkowych. Internauci są podzieleni na wiele grup (m.in. użytkowników komunikatorów internetowych, mediów społecznościowych, np. nk.pl, facebook.com), mają poczucie własnej odrębności przez nazywanie siebie „użytkownikami internetu”, „internautami” lub wręcz „obywatelami sieci”.

Internauci dostrzegają zjawiska specyficzne dla internetu: rozwój sieci i funkcjonowanie Internetu w społeczeństwie ponowoczesnym, politykę prywatności oraz trolling, tj. nieobyczajne zachowanie użytkowników na forach internetowych.

Niektórzy badacze takie zjawisko nazywają społeczeństwem cyfrowym (Tappscot 2009) bądź społeczeństwem wirtualnym (Rheingold 1994). To drugie, jak wskazuje Howard Rheingold (1994:103), dotyczy „grupy ludzi, którzy mogą[,] ale nie muszą, spotkać się twarzą w twarz, i którzy wymieniają słowa oraz idee za pośrednictwem klawiatury”. W literaturze można również spotkać inne definicje; Esther Dyson (1997: 52-53) definiuje to zjawisko jako „zbiorowość, w której ludzie

żyją, pracują i bawią się”, zaś Krystyna Doktorowicz wskazuje (2008) na cechy jednostek tworzących to społeczeństwo: indywidualizm, egocentryzm oraz dążenie do prywatyzacji i rekonstrukcji sfery publicznej. Clifford Stoll uważa, iż „życie jest o wiele ciekawsze, ważniejsze i bogatsze niż wszystko, co możecie zobaczyć na monitorze” (Stoll 2000:112). N. Postman (2004: 85) zauważa, że „doczekaliśmy się czasów, w których wielu wydaje się, że technika może myśleć za nas, a także może za nas odczuwać i przeżywać”.

Typologię społeczeństwa sieci zaprezentował po raz pierwszy Manuel Castells w swojej książce o hierarchiczności tego społeczeństwa. Nancy Baym (1998) opracowała model społeczności wirtualnych, wyznaczając cechy pierwotne tego społeczeństwa: kontekst zewnętrzny, strukturę czasową, system infrastrukturalny i indywidualne cechy uczestników. Społeczeństwo sieci, jak wskazują jego badacze (Castells 2003), jest hierarchiczne, ale zdecentralizowane. Jak wskazał M. Castells (2003: 41), „[z]decentralizowana struktura Internetu sama dba o resztę, jako że poszczególne hosty i sieci ustalają własne reguły. Lecz sposób zapewnienia koordynacji funkcji był niezwykle istotny dla rozwoju sieci i nadal jest ważny dla jej ekspansji w warunkach braku centralnej kontroli”. W związku z tym stwierdzeniem M. Castells (2003) zaproponował podział społeczeństwa sieci na następujące klasy społeczne: technoelity, hakerów, wirtualnych przedsiębiorców i masy. Marta Juza (2006), zawężając typologię Manuela Castellsa, proponuje podział na technoelity i masy sieciowe, stosując kryterium kompetencyjne. Technoelity są hermetyczną grupą wywodzącą się ze środowisk akademickich. Mają oni kompetencje informatyczne pozwalające nie tylko absorbować, ale również kreować informacje w sieci, używają również skomplikowanych narzędzi informatycznych, w szczególności wolnego oprogramowania. Członkowie tej grupy są wysoce sfraternalizowani, przestrzegają obowiązujących norm, używają również specyficznego słownictwa. Masy sieciowe zdefiniowano jako masowych odbiorców treści standardowych produktów oferowanych przez masowych nadawców, między innymi portali internetowych. Oferta kierowana do przeciętnego odbiorcy jest łatwa w odbiorze, gdyż członków tej grupy cechuje mała wiedza i niski poziom umiejętności. Ich sądy są zazwyczaj uproszczone bądź stereotypowe (Juza 2006). Mark Prensky (2001) zaproponował podział użytkowników inter-

netu na cyfrowych tubylców (*digital natives*) oraz cyfrowych imigrantów (*digital immigrants*). Cyfrowi tubylcy to osoby, które dorastały w otoczeniu elektroniki, wideo, gier komputerowych lub telewizyjnych, odtwarzaczy muzyki (zarówno walkmana, jak i odtwarzacza mp3) i innych urządzeń multimedialnych. M. Prensky (2001: 3) stwierdza natomiast, że „[c]yfrowi tubylcy przywykli do szybkiego przetwarzania informacji. Lubią wielowątkowość i procesy równoległe. Zamiast tekstu preferują grafikę. Najlepiej działają „zscieciowani”. Oczekują natychmiastowej satysfakcji. Wolą gry od „czegoś poważnego”. Cyfrowymi imigrantami Mark Prensky (2001: 5) nazwał osoby, które dorastały w czasach, gdy technika nie determinowała stylu życia. Osoby te wykazują przywiązanie do atehnologicznych sposobów spędzania wolnego czasu (Żylińska 2012), inaczej też pojmują rolę technik teleinformatycznych w życiu codziennym. Różnice między cyfrowymi tubylcami i cyfrowymi imigrantami przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Porównanie aktywności cyfrowych tubylców i cyfrowych imigrantów

Cyfrowi imigranci	Cyfrowi tubylcy
Mają trudności ze zrozumieniem wirtualnej powierzchni widocznej przez okienko ekranu przesuwane nad nią	Potrafią wyobrazić sobie i rozumieć wirtualną powierzchnię widzianą przez okienko przesuwane nad nią ekranu
Potrafią wyobrazić sobie i rozumieć treść długiego, linearnego tekstu czytanego z książki	Mają trudności ze zrozumieniem długiego i skomplikowanego tekstu
Lepiej rozumieją tekst drukowany	Czytają z małego ekranu
Przedkładają tekst nad obraz i dźwięk	Przedkładają obraz i dźwięk nad tekst
Preferują linearne myślenie i szeregowe przetwarzanie informacji	Preferują swobodny (hipertekstowy i hipermedialny) dostęp oraz równoległe przetwarzanie informacji



Preferują cierpliwość, systematyczność i oczekiwanie skumulowanych, odroczonych rezultatów	Preferują akcydentalne, krótkotrwałe uczenie się, eksperymentowanie, wielozadaniowość i oczekują szybkich efektów
Wykorzystują podstawowe, standardowe funkcje posiadanych urządzeń mobilnych analogiczne do tradycyjnych; traktują nowe techniki nieufnie	Odkrywają wszystkie funkcje posiadanych urządzeń, wymyślają nowe ich zastosowania, traktują nowe techniki kreatywnie, ufnie, a posiadane urządzenia mobilne traktują jak przedmioty bardzo osobiste.

Źródło: Hojnacki 2006

Przyjmując za decydujący aspekt behawioralny, N. Hatalaska i A. Ptak (2012) podzieliły członków społeczeństwa sieci na dwie generacje: C i L. Generacją C autor-ki określiły internautów, których cechuje chęć posiadania wpływu i kontroli (ang. *control*) oraz większa niż przeciętna kreatywność (ang. *creativity*), komunikacja (ang. *communication*) i liczba kontaktów z innymi osobami (ang. *connection*). Jako generację L zdefiniowano grupę internautów, która – zamiast tworzyć własną treść – tylko ją udostępnia. N. Hatalaska (2012) wskazuje na inne cechy tej grupy, wyróżniając: lenistwo; przesunięcie preferencji czytelniczych w stronę krótkich; intensywne klikanie w elementy funkcjonalne portali i aplikacji (na przykład przycisk „lubię to” na portalu facebook.com) oraz zdawanie ciągłej relacji ze swojego życia na portalach społecznościowych.

Aspekt internetu jako sieci społecznej poruszyli również N. Christakis i J. Fowler (2011). Analiza przeprowadzonych przez nich badań wykazała znacznie większą aktywność społeczną członków społeczności internetowej oraz liczniejsze kontakty społeczne, co obrazuje rycina 1. W lewym górnym rogu ukazano graficzny układ interakcji między przyjaciółmi, w prawym górnym rogu dodano wskaźnik przynależności do „klubu” rozumianego jako koło naukowe, klub sportowy lub klub dyskusyjny. W lewym dolnym rogu dodano wskaźnik interakcji współlokatorów. Po nałożeniu schematu interakcji internetowych obraz stał się nieczytelny. N. Christakis i J. Fowler wskazali również, że kontakty internetowe nie są zintytucjonalizowane

i usystematyzowane. Odnowienie kontaktów między użytkownikami sieci jest o wiele łatwiejsze aniżeli odnowienie kontaktów w świecie rzeczywistym. N. Christakis i J. Fowler (2011) wskazują również na fakt, iż osoby z grona rzeczywistych znajomych nie są powiązane ze sobą wirtualnie. Ma to, być może, związek z opisanym przez A. Blaszczyńskiego, R. Ladouceura oraz L. Nower (2007) zjawiskiem samowykluczenia, zaobserwowanego w społeczności akademickiej Uniwersytetu w Baltimore. Przebadani respondenci wskazali brak potrzeby kontaktów przez internet z osobami z najbliższego otoczenia, które to kontakty realizowano w świecie rzeczywistym, za pośrednictwem na przykład telefonu komórkowego.

To dążenie do atomizacji i indywidualizacji jednostek wchodzących w skład społeczeństwa sieci jest szczególnie widoczny przez funkcjonalności Web 2.0: blog, serwis społecznościowy oraz serwisy internetowe wspierające zjawisko dziennikarstwa obywatelskiego. Współczesne media internetowe umożliwiły użytkownikowi nie tylko absorbowanie treści, ale i ich tworzenie i rozprzestrzenianie. Aktywni użytkownicy są w społeczeństwie sieci nazywani prosumentami. Termin ten został stworzony przez Alvina Tofflera w późnych latach siedemdziesiątych XX wieku i określa osobę mającą szeroką wiedzę oraz umiejętności i chęć tworzenia treści informacyjnych i reklamowych, a więc już nie tylko odbiorcę, ale i twórcę sieciowego. W. Gogolek (2006) zaadaptował typologię potrzeb A. Masłowa do warunków społeczeństwa sieci. Wyniki tego porównania zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Adaptacja teorii A. Masłowa do klasyfikacji potrzeb społeczeństwa sieci

Potrzeba	Egzemplifikacja w świecie rzeczywistym	Natura potrzeby	Działania <i>on-line</i>
Samorealizacja I	mentorstwo, dzielenie się wiedzą	społeczna	częste dzielenie się profesjonalną wiedzą bez ujawniania swoich danych specjalistyczne, bezpłatne doradztwo <i>on-line</i>
Samorealizacja II	maksymalne wykorzystywanie swojego potencjału intelektualnego	indywidualna	programowanie własnych rozwiązań wdrażanie najnowszych narzędzi internetowych występowanie jako innowator
Samorealizacja III	symetria, równowaga wewnętrzna	indywidualna	perfekcyjne wzornictwo użytkowe i funkcjonalność serwisu

Szacunek	autorytet, władza	społeczna	występowanie w charakterze eksperta na forach dyskusyjnych
Uznanie	rozpoznanie, prestiż	społeczna	zbudowanie prywatnej witryny internetowej zamieszczenie nazwiska w publikacjach <i>on-line</i>
Przynależność	interakcja z innymi ludźmi, akceptacja z ich strony	społeczna	kontakt e-mailowy
Bezpieczeństwo	unikanie oraz zabezpieczanie się przed niebezpieczeństwami	indywidualna	bezpieczeństwo transakcji <i>on-line</i> bezpieczeństwo danych osobowych w Sieci
Fizjologiczna	schronienie, pożywienie, ubranie, dochód	indywidualna	fizyczny dostęp do sieci intuicyjny interfejs pozwalający na korzystanie z internetu

Źródło: Gogołek (2006: 37)

#### 4. Zakończenie

Rozwój twórczości członków społeczeństwa sieci doprowadził do rozwoju sfery publicznej. Wywołał także, charakterystyczną dla ponowoczesności, tendencję do ekshibicjonizmu osobowości jednostki. Użytkownicy internetu aktywnie biorą udział w przepływie informacji przez sieć globalną, nie tylko czytając wpisy na stronach www, ale także wypowiadając się i komentując rzeczywistość na forach internetowych, blogach, komunikatorach itp. Jak pisze Peter L. Berger (1999), poznanie tworzy tożsamość. Wizerunek jednostki jest zdeterminowany przez opisaną przez Charlesa Cooleya jaźń odzwierciedloną (Mucha 1992). We współczesnym społeczeństwie odbiór własnego ja dokonuje się przez publikację informacji o sobie, a następnie wystawianiu siebie na ocenę innych jednostek wchodzących w skład społeczeństwa. Jest to odwołanie się do interakcjonizmu symbolicznego, w którego założeniu tożsamość jednostki nie jest trwała, lecz jest procesem stale zmieniającym się na skutek interakcji. Dodatkowo, jak wskazał W. Gogołek (2006: 38), zmiana w mentalności użytkowników związana z zacieraniem się granic przestrzeni realnej i wirtualnej jest również związana z aktywnym kreowaniem odpowiednich wzorców przez koncerty medialne w kampaniach informacyjnych i reklamowych.

Ucieczka do wirtualnego świata to także zmiana dotychczas przyjmowanych założeń metodycznych dotyczących problematyki zarządzania czasem wolnym.

Ucieczka ta polega na spędzaniu godzin na wirtualnych plażach, w nocnych klubach i na jachtach pływających po morzach widzianych w postaci kolorowych pikseli na ekranach monitorów komputerowych. Wirtualny świat przestaje być już namiastką świata realnego, stając się faktyczną formą odpoczynku. Mieszkańcy tego świata mogą tworzyć swoje otoczenie i kreować nowe sytuacje. Z tej formy wypoczynku korzysta niemal 10 mln osób na całym świecie. Wycieczki do takich miejsc przybierają formę aktywnych gier trójwymiarowych, m.in. w postaci spotkań z innymi osobami (z rzeczywistych 80 krajów), zakupów w egzotycznych miejscach lub uczestniczenia w wydarzeniach sportowych. Przykładem tego rodzaju przedsięwzięcia są wirtualne miasta tworzone na potrzeby promocji i komercji przez różne instytucje, między innymi przez operatora telefonii bezprzewodowej (Gogołek 2006: 38).

## 5. Literatura

- Berger P. L., 1999: *Zaproszenie do socjologii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Błaszczynski A., Ladouceur R., Nower L., 2007: *Self-exclusion: A Proposed Gateway to Treatment Model*. "International Gambling Studies", 7/2007, 56-71.
- Castells M., 2007: *Spółczesność sieci. Wiek informacji: ekonomia, społeczeństwo i kultura*; t. 1. Warszawa: PWN.
- Christakis N., Fowler J., 2011: *W sieci. Jak sieci społeczne kształtują nasze życie*. Sopot: Smak Słowa.
- Dyson E., 1997: *Release 2.0: A design for living in the digital age*. London: Viking.
- Firede E.T., 2013: *Googling to Forget: The Cognitive Processing of Internet Search*; [https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=http://www.freefullpdf.com/&httpsredir=1&article=1688&context=cmc\\_theses](https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=http://www.freefullpdf.com/&httpsredir=1&article=1688&context=cmc_theses).
- Fry S., 2001: *Stephenfry.Com2.0*; <http://www.stephenfry.com/2008/10/15/stephenfrycom-20/>.
- Gogołek W., 2006: *Technologie informacyjne mediów*. Warszawa: Aspra JR FHU.
- Harghadon A., 2007: *Wisdom in the entrepreneurial world*; [http://andrewhargadon.typepad.com/my\\_weblog/2007/03/wisdom-in-the-e.html](http://andrewhargadon.typepad.com/my_weblog/2007/03/wisdom-in-the-e.html).

- Hatalska N., Ptak A., 2012: *Generacje C i L, cyfrowi imigranci i tubylcy. O współczesnych e-konsumentach*;  
<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/generacje-c-i-l-cyfrowi-imigranci-i-tubylcy-o-wspolczesnych-e-konsumentach>.
- Hojnacki L., 2006: *Pokolenie m-learningu. Nowe wyzwanie dla szkół. „E-mentor”*, 1(13)/2006; <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/13/id/239#spis5>.
- Juza M., 2006: *Elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystania Internetu*; w: D. Jonak i in. (red.), *Re: Internet-społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne; 43-76.
- Keen A. 2007: *Kult amatora: jak internet niszczy kulturę*. Warszawa: OnePress.
- Mayfield R., 2004: *Social Network Dynamics and Participatory Politics*;  
<https://pdfs.semanticscholar.org/1784/e72b9898660deb573a4fdde1e4153c5ffe54.pdf>.
- Mucha J., 1992: *Cooley*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Musser J., O'Reilly T., 2006: *Web 2.0. Principles and Best Practices*, O'Reilly Radar.
- O'Reilly T., 2005: *What is Web 2.0*;  
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Pawlak H., Nierobiński R., 2011: *Społeczność wirtualna jako społeczny kanał kreowania zawartości internetu*; [https://wneiz.pl/nauka\\_wneiz/studia\\_inf/28-2011/si-28-321.pdf](https://wneiz.pl/nauka_wneiz/studia_inf/28-2011/si-28-321.pdf).
- Postman N., 2004: *Technopol. Tryumf techniki nad kulturą*. Warszawa: Muza.
- Rheingold H. 1994: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: Secker and Warburg.
- Stoll C., 2000: *Krzemowe remedium*. Poznań: Rebis.
- Strickland J., 2008: *How Web 2.0 Works*; <https://computer.howstuffworks.com/web-20.htm>.
- Tapscott D., 2010: *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Wojtaszczyk K.A., 2002: *Społeczeństwo i polityka, podstawy nauk politycznych*. Warszawa: Aspra JR FHU.

*Wspólnota*, 2007; w: *Encyklopedia Socjologii*; t. 4. Warszawa: Oficyna Naukowa; 97-98.

Wpłynęło/received 03.12.2018; poprawiono/revised 24.01.2019