

Cyberprzestrzeń – nowe miejsce spotkań Teoretyczna i psychologiczna analiza wirtualnych społeczności

WPROWADZENIE

W „społeczeństwie sieciowym”, bo tak nazywany jest nowy model społeczeństwa, „wzorzec kontaktów międzyludzkich przybrał formę rdzenia, którym jest najbliższa rodzina zamieszkująca pod wspólnym dachem, skąd rozciąga się sieć wybiórczych więzi budowanych przez poszczególnych domowników stosownie do swoich zainteresowań i wyznawanych poglądów” (Castells, 2003, s.147). Współcześnie następuje zmierzch dominacji związków pierwotnych, osadzonych w rodzinie i społeczności, a także związków wtórych, które opierały się na stowarzyszeniach. Nowym, dominującym wzorcem są dziś związki trzeciego rzędu – społeczności spersonalizowane – osadzone w sieciach skoncentrowanych wokół jednostki (Castells, 2003). Poszukiwaniu i przyłączaniu się do wspólnot, wyznających różne wartości i skupiających się na konkretnych, choć często ulotnych, problemach czy zainteresowaniach niewątpliwie sprzyja Internet. Odrzucając ograniczenia przestrzenne, czasowe, wreszcie zapewniając anonimowość – a co za tym idzie swoistą wygodę, cyberprzestrzeń jest dziś naturalnym miejscem kontaktów międzyludzkich.

CYBERPRZESTRZEŃ

Termin „cyberprzestrzeń” został spopularyzowany przez Williama Gibsona i jego powieść – *Neuromancer*. Autor opisał tam cyberprzestrzeń jako „konsensualną halucynację”, którą trudno jest odróżnić od rzeczywistości i w której systemy komputerowe tworzą rodzaj zamiennika dla realnego świata, istniejącą jedynie w pamięci komputerów i w umysłach jej użytkowników (Limanówka, 2007). Nieco inaczej cyberprzestrzeń opisują późniejsze definicje, charakteryzując ją na przykład jako obszar komunikacji elektronicznej, obejmujący sieci komunikacyjne, sygnały transmisyjne oraz interakcje komputerów. W tejsze próbie scharakteryzowania pojęcia, uwagę przykuwa pojmowanie cyberprzestrzeni jako obszaru pod pewnymi względami identycznego z tym o wymiarze geograficznym (Sitarski, 2002). Podkreślany jest także społeczny wymiar cyberprzestrzeni, która definiowana jest jako: „miejsce, gdzie można się spotkać” lub „granica dla wielu ludzi żyjących w realnej przestrzeni, nowa, obiecana i na pozór nieograniczona przestrzeń, do której skłonni są wkroczyć i szukać w niej nowych działań, doświadczeń, praw własności” (Limanówka, 2007, s.230). Interesującą propozycję uporządkowania „geografii Internetu” wskazał Michael Batty. Angielski geograf oparł swoją wizję na 4 poziomach, które tworzą okrąg i charakteryzują się swoistą cyrkulacją, współoddziaływaniem i współzależnością, wyróżniając (Batty, 1997, za: Degn Johansson, 2013):

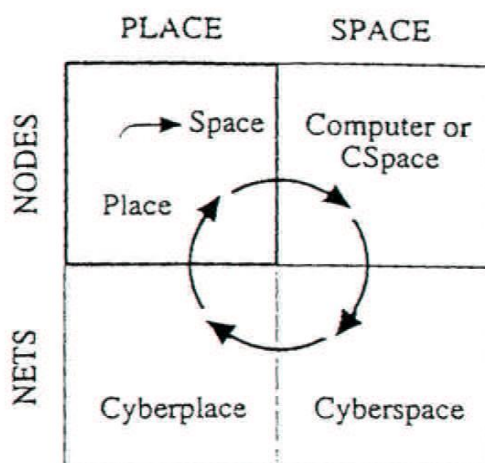
1. miejsce (*place*) w tradycyjnym geograficznym znaczeniu, które odpowiada geograficznemu, naukowemu pojęciu przestrzeni;
2. wirtualną przestrzeń (*virtual space*), która jest modelowana w komputerach na bazie odpowiedniego, istniejącego w świecie realnym miejsca (*place*) np. geo-data;
3. cyberprzestrzeń (*cyber-space*), która stopniowo rozwijana jest dzięki sieciom komputerów;

¹ Instytut Psychologii, Uniwersytet Śląski

² Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, Uniwersytet Śląski

4. świat cybermiejsca (*a world of cyber-place*), który jest pośrednikiem cyberprzestrzeni i który ponownie odnosi się do miejsca w znaczeniu geograficznym.

Patrząc na cyrkulacyjny model Batty'ego (Rysunek 1) można stwierdzić, że przestrzeń w znaczeniu geograficznym i cyberprzestrzeń nieustannie na siebie oddziałują. Cyberprzestrzeń ponadto zawsze zawiera w sobie świat realny, „dotykając” w owej cyrkulacji w mniejszym lub większym stopniu namacalnego, realnego miejsca. Rozwijają się dzięki połączeniu komputerów oraz użytkownikom, którzy za jej pomocą nawiązują interakcje na odległość (inne niż te „twarzą w twarz”), pośrednikiem zaś pomiędzy cyberprzestrzenią a miejscem w geograficznym znaczeniu jest „świat cyber-miejsc”. Cyberprzestrzeń jest tutaj wobec tego rozumiana poprzez zestawienie jej aspektu subiektywnego – interakcji użytkowników oraz fizycznego, reprezentowanego przez cybermiejsce i nie może być pojmowana jako nierealna (Limanówka, 2007).



Rys. 1. Cyrkulacyjny model wirtualnej geografii wg Michaela Batty'ego. Źródło: Degn Johansson, T. (2013). Paper No. 4: Visualizing Relations: Superflex' Relational Art in the Cyberspace Geography, s. 125, [dostęp on-line: <http://www.itu.dk/people/tbj/paper4.pdf>, 01.01.2013].

Podsumowując, cyberprzestrzeń można uznać za obszar podobny do przestrzeni geograficznej, który łączy wszystkie przestrzenie w całość i jest w stosunku do nich nadrzędny. Oczywiście poszczególne obszary wzajemnie na siebie oddziałują, a granice pomiędzy nimi są płynne: cyberprzestrzeń jest pojęciem najszerszym, którego częścią jest Internet. W cyberprzestrzeni wyszczególniona jest także przestrzeń społeczna, rozumiana jako miejsce spotkań użytkowników, która połączona jest z Internetem (np. fora internetowe), z rzeczywistością wirtualną (np. gry typu MUD) oraz przestrzenią cyfrową (np. wymianie smsów) (Limanówka, 2007). Jak widać cyberprzestrzeń daje ogromne możliwości „spotkań”, najszerszej zaś temat ten podejmuje Internet.

WIRTUALNE SPOŁECZNOŚCI

Wśród wielu teorii socjologicznych, dotyczących społeczności, rozważając problem *virtual communities* szczególną uwagę należy zwrócić na teorię społeczności „bezlokalnych”. W teorii tej twierdzi się, że lokalne społeczności podlegają procesowi specjalizacji, czyli tworzeniu się w ich obrębie społeczności o wąskich celach. Nazywane są społecznościami „bezlokalnymi”, gdyż nie ograniczają się do jednego, konkretnego obszaru, kontakty są tutaj oderwane od danego terytorium, ponadto ich składy się nie pokrywają i mają różne zasięgi przestrzenne. W cyberprzestrzeni spotykamy się więc ze społecznościami, których członków dzieli odległość fizyczna, łączy zaś wspólnota zainteresowań (Olejnik, 2005).

Howard Rheingold (1993, za: Olejnik, 2005) twierdził, iż społeczności wirtualne to kulturalne skupienia, które pojawiają się, kiedy ludzie spotykają się w cyberprzestrzeni - to ludzie którzy łączą się w określonym celu, aby robić w Sieci to, co inni robią wyłącznie w świecie „rzeczywistym”. Członków tych wspólnot nazywa zaś „netizenami”. George Bugliarello (1997, za: Szpunar, 2004) definiuje społeczności wirtualne jako „bezcieleśne”, powstające na gruncie wspólnych zainteresowań. Mark Smith (1992) wyróżnia natomiast 5 podstawowych cech wirtualnych wspólnot:

- a) Aprzestrzenność – nie są ograniczone terytorialne, a także nie są opisywane przez aspekt obszaru geograficznego, takich jak wieś, miasto, sąsiedztwo, osiedle.
- b) Asynchroniczność – komunikowanie się pomiędzy członkami nie musi odbywać się w tym samym czasie (poza narzędziami typu CZAT), dozwolony jest moment opóźnienia odpowiedzi i komunikatu, w społecznościach w „realu” jest to niemożliwe.
- c) Acielesność – w cyberprzestrzeni najważniejszy jest tekst, natomiast gesty, ubiór, mimika są nieobecne w świecie wirtualnym, choć mowę ciała próbuje się zastąpić poprzez odpowiednie znaki znane użytkownikom sieci – emotikony.
- d) Astygmatyczność – społeczności oparte na tekście nie przywiązują wagi do takich cech jak rasa, płeć, wygląd fizyczny.
- e) Anonimowość – powyższe cechy sprawiają, że kontakty w wirtualnym środowisku mogą być poniekąd anonimowe.

Olejnik (2005) proponuje natomiast wyróżnienie innych cech charakterystycznych dla wirtualnych społeczności – są to: zaangażowanie pomiędzy członkami, wspólne systemy językowe, kulturowe, wiary, zażyłość pomiędzy członkami, istnienie granic, które definiują kto jest a kto nie jest członkiem wspólnoty, zestaw behawioralnych norm rządzących wspólnotą oraz samoidentyfikacja jako społeczności.

Podstawą istnienia społeczności wirtualnych będzie więc pewne zbiorowe wyobrażenie tej wspólnoty, istniejące w umysłach należących do niej osób, swoiste postrzeganie siebie jako członków społeczności o określonym kształcie. Ten kształt określa dynamiczna struktura znaczeń, na którą składają się specyficzne dla danej grupy środki wyrazu, relacje, zachowania, wzory tożsamości. Strukturę owej społeczności można zatem opisać opierając się na czynnikach zewnętrznych i wewnętrznych. Wśród tych zewnętrznych wymienia się **kontekst zewnętrzny** (czyli kompetencje kulturowe uczestników np. narodowość, wartości, płeć, a także zgodę uczestników na traktowanie przestrzeni wirtualnej jako prawdziwej), **strukturę temporalną komunikacji** (określenie, czy komunikacja odbywa się synchronicznie czy nie, dane godziny i miejsca dostępu do sieci, które wyznaczają rytm spotkań), **infrastrukturę systemu** (np. wielkość systemu, jego przyjazność), **cele użytkowników i grup** oraz **charakterystykę użytkowników** (ich liczba, rozkład płci, wieku, miejsca zamieszkania). Analiza wewnętrzna obejmuje zaś **środki wyrazu** (akronimy, emotikony, skróty), **tożsamość** (środki, które internauci stosują do konstruowania swojej tożsamości sieciowej), **relacje między uczestnikami społeczności, normy zachowań** (Podgórski, 2006).

Powstaje pytanie – dlaczego ludzie tak chętnie przyłączają się do wspólnot wirtualnych? Leigh Clayton uważa, iż to swoista społeczna strategia przeżycia wspólnot wobec nowoczesnych struktur – sposób na powrót do współdziałania w kulturze zależności. Ponadto, w takim typie społeczności nieważna jest geografia a dostęp do niej jest praktycznie nieograniczony, nie istnieje tutaj klasyczna hierarchia, oferując wyższy poziom demokracji, szczególnie jeśli chodzi o miejsce do politycznej debaty, a sieć daje także wolność osobom ograniczonym fizycznie (Szpunar, 2004).

Wirtualne społeczności są odpowiedzią na szereg potrzeb jednostki (Szpunar, 2004):

- potrzebę komunikacji, gdzie dzisiejszy świat wymaga od człowieka bycia „In touch”, czyli ciągłego utrzymywania kontaktu, w tym pomaga Internet (a szerzej cyberprzestrzeń), który jest prostym i wygodnym sposobem na nieograniczone porozumiewanie się;
- potrzebę informacji, która przejawia się ciągłym poszukiwaniem nowych wiadomości i posiadania wiedzy z różnych źródeł;
- potrzebę rozrywki, mając na myśli nie tylko gry ale także eksperymentowanie z własną tożsamością czy osobowością;
- potrzebę transakcji, gdzie jednostki często skupiają się na wyszukaniu najlepszych, najtańszych, najbardziej dopasowanych ofert produktów, czy usług.

Społeczności wirtualne nie zawsze muszą być „zamknięte” jedynie w Internecie. Można wyróżnić bowiem (Olejnik, 2005):

- a) Wspólnoty on-line składające się prawie w całości z członków, którzy nigdy nie spotkali się poza obszarem Internetu, które według socjologicznych prognoz będą pojawiać się rzadziej niż pozostałe dwa typy.
- b) Wspólnoty on-line, których członkowie znają się off-line i często bazują na wcześniej istniejącej społeczności on-line. Dotyczy to np. akademickich czy korporacyjnych grup mailingowych, forów dyskusyjnych, opierających się prawie wyłącznie na osobach, które znały się przed przeniesieniem relacji do sieci. Wraz ze wzrostem liczby osób korzystających z serwisów, coraz więcej jednostek z różnych części rzeczywistego świata przyłącza się do takich wspólnot, co automatycznie przenosi je w klasyfikacji do wspólnot trzeciego typu.
- c) Wspólnoty on-line, których niektórzy tylko członkowie spotkali się off-line.

Charakterystyczny i nowy jest także dla wirtualnych wspólnot sposób komunikacji. Komunikacja za pomocą komputera i Internetu to symboliczna interakcja międzyludzka, odbywająca się za pośrednictwem technologii cyfrowych. Wyróżnia się trzy typy komunikacji międzyludzkiej w Internecie (Grzenia, 2006):

- 1) Typ konwersacyjny, nazywany także czatowym, który reprezentowany jest przez wszystkie rodzaje pogawędek w Internecie.
- 2) Typ korespondencyjny, obejmujący kanały komunikacji oparte na liście elektronicznym: pocztę, grupy, listy, fora dyskusyjne.
- 3) Typ hipertekstowy, reprezentowany przez teksty dostępne w Sieci WWW, także te które nie zawierają hiperłączy.

Komunikacja w Internecie jest szczególna dzięki kilku cechom. Mowa tutaj o przewartościowaniu pojęcia przestrzeni komunikacyjnej, poprzez które zakres oficjalności jest znacznie mniejszy niż w świecie realnym. Komunikacja może odbywać się synchronicznie lub asynchronicznie, istnieje także duża łatwość w przechodzeniu od jednego do drugiego typu komunikacji. Co ważne Internet pozwala na sterowanie kontaktem w tym sensie, że użytkownicy mogą zmniejszać lub zwiększać stopień jego pośredniości, np. rozmawiając w ogólnodostępnym oknie, wśród wybranej grupy lub prowadzić rozmowę tylko z jedną osobą. Użytkownicy uważają ponadto, że komputery to urządzenia zdolne się porozumiewać, postrzegane przez niektórych jako urządzenia „magiczne” – co powoduje barierę w korzystaniu z nich. Przez innych natomiast komputery traktowane są jako podstawowe źródło komunikowania, co sprawia, że widać wyraźne różnice pokoleniowe, a dla części młodego pokolenia komputer, czy szerzej media cyfrowe stają się niemal jedynym i uzależniającym narzędziem komunikacji. Uczestnicy w sieci korzystają z anonimowości, poszczególnym osobom i poprzez różne narzędzia przedstawiają tylko tyle „realnego Ja”, ile chcą. Anonimowość w sieci ma jednak inne zadanie – służy do usprawnienia i ułatwienia procesu

komunikacyjnego, zapobiega typowym utrudnieniom komunikacyjnym, takim jak wybór odpowiednich form, ze względu na wiek lub status osoby znajdującej się po drugiej stronie ekranu. Komunikacja ta sprzyja kreatywności i stwarza jej szczególne warunki, gdzie możliwe jest nawet tworzenie wirtualnych światów. Twórczy charakter środowiska sieci stymulowany jest poprzez swoisty anarchizm, który rozumieć należy jako ograniczoną liczbę czynników, osób lub instytucji kierujących komunikacją w sieci. Komunikacja w cyberprzestrzeni jest zdecentralizowana i autonomiczna (Grzenia, 2006).

Inicjowanie i utrzymywanie kontaktów w wirtualnym świecie wydaje się być całkiem naturalnym zjawiskiem. Dla społeczeństwa sieciowego, o którym pisał Castells (2003), cyberprzestrzeń stanowi niemal naturalne środowisko do budowania wspólnot. Ludzie dołączają do społeczności wirtualnych przede wszystkim ze względu na wsparcie, którego te wspólnoty udzielają, a jest to wsparcie różnego typu dotyczące informacji, towarzystwa, rozrywki, ale także wsparcie emocjonalne, czy nawet materialne. Dobrowolność wejścia i wyjścia do i z wspólnoty, ich ogromna liczba oraz co za tym idzie dopasowanie do niemal każdego wymagań, sprawia że jednostki coraz chętniej nawiązują przeróżne kontakty, budując tym samym swój portfel życia towarzyskiego (Siuda, 2006).

PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY WIRTUALNYCH SPOŁECZNOŚCI

Analiza środowiska online prowadzona jest w celu udwyczenia ogólnych charakterystyk funkcjonowania człowieka w obszarze Internetu (Kaliszewska, 2007), a także specyficznych właściwości, wyróżniających jego działania w sieci na kolejnych etapach rozwoju (Szmigielska, 2008) oraz na poziomie poszczególnych struktur, tworzących wirtualny świat społeczny (Nowak, Krejtz, 2006). Wykorzystując powyższe analizy oraz opisane cechy społeczności wirtualnych (Smith, 1992) można przedstawić funkcjonowanie człowieka w ich obszarze, z uwzględnieniem sposobu kształtowania się relacji jednostki ze środowiskiem online oraz psychologicznych znaczeń i konsekwencji tego typu więzi.

Acielesność

Brak fizycznej obecności użytkowników w obszarze wirtualnych społeczności powoduje, że elementy istotne podczas autoprezentacji w środowisku offline, jak wygląd czy ubiór (Leary, 1999) przestają mieć istotne znaczenie w procesie tworzenia relacji interpersonalnych. Podstawowym środkiem wyrażania siebie w kontaktach z innymi użytkownikami staje się natomiast komunikat tekstowy, którego charakter ma umożliwić poznanie osobowości określonej osoby (Smith, 1992).

Zaletą acielesnych kontaktów wirtualnych jest możliwość prezentowania obrazu siebie, który cechuje się większą autentycznością, z uwagi na swoje zakorzenienie w prawdziwej, a nie społecznie oczekiwanej tożsamości jednostki. Jak pokazują bowiem badania Bargh'a i in. (2002) kontakty interpersonalne w środowisku online, w porównaniu z kontaktami twarzą w twarz, prowadzą do większej dostępności poznawczej tych aspektów 'Ja' u badanych, które „posiadają i chcieliby, ale nie zawsze mogą uzewnętrznić” czyli 'Ja prawdziwego' (*true self*) (2002, s.37). Osoby badane, które rozmawiały z nieznanym sobie partnerem na czacie internetowym, szybciej reagowały na nazwy cech oznaczone wcześniej jako należące do ich „Ja prawdziwego”, natomiast badani rozmawiający bezpośrednio z innym uczestnikiem eksperymentu szybciej kategoryzowali nazwy cech związane z 'Ja aktualnym' (*actual self*), czyli tym prezentowanym najczęściej w sytuacjach społecznych. Efekt ten nie był modyfikowany przez płeć partnera interakcji czy długość rozmowy, a także nie miał związku z wcześniejszym przygotowaniem się badanego na mające nastąpić interakcje rzeczywiste lub wirtualne. Co więcej, prezentowanie siebie w kontakcie online, prowadziło do większej zgodności pomiędzy listą cech, składających się na 'Ja prawdziwe' badanych a listą ich cech stworzoną przez partnera interakcji. Wyniki te pokazują, że

kontakty interpersonalne online, zapośredniczone przez komunikaty tekstowe, mogą sprzyjać swobodnej ekspresji siebie, odzwierciedlającej tożsamość osobistą jednostki (Jarymowicz, 2007).

Szeroko komentowaną, negatywną konsekwencją acielesności wirtualnych społeczności jest natomiast brak przekazu niewerbalnego w komunikatach wymienianych między użytkownikami oraz pozbawienie relacji międzyludzkich personalnego charakteru, nieodstępnego w kontakcie z maszyną (Wallace, 2004). Pierwsze badania (Hiltz, Turoff, 1978, za: Wallace, 2004) dotyczące komunikacji za pośrednictwem komputera faktycznie wskazywały na większą zgodność w grupach osób kontaktujących się offline, związaną z brakiem efektu „lodowatego Internetu” i możliwością analizy komunikatów werbalnych w kontekście mimiki, pantomimiki oraz sposobu wyrażania się (ton głosu, szybkość wypowiedzi) nadawcy (Aronson i in., 2004). Brak możliwości lub trudność w odczytaniu emocji kryjący się za poszczególnymi wypowiedziami rozmówcy, stanowi w związku z tym element istotnie zubożający relacje interpersonalne w wirtualnych społecznościach oraz pozbawiający je ważnych wskazówek dostępnych w kontaktach offline. Odpowiedzią na powyższy problem, wygenerowaną przez samych użytkowników, stały się emotikony, które mają za zadanie nasycić komunikat tekstowy określonym przekazem na poziomie emocjonalnym i ułatwić zrozumienie intencji nadawcy (Wallace, 2004). Zjawisko to oraz dostępne w coraz większym stopniu komunikatory łączące przekaz tekstowy z obrazem, odzwierciedlają naturalną skłonność wszelkich społeczności do rozwijania się i usprawniania funkcjonowania.

Astygmatość

W kontekście psychologicznym astygmatość wirtualnych społeczności wiąże się z mniejszą rolą procesów kategoryzacji społecznej, a co za tym idzie wpływu stygmatyzacji, uprzedzeń i stereotypów na funkcjonowanie oraz udział jednostki w wirtualnym życiu społecznym. Kategorie takie jak rasa, płeć, wiek, wykształcenie, orientacja seksualna czy poglądy religijne lub polityczne nie oddziałują na umiejscowienie jednostki w wirtualnej hierarchii społecznej, w tak znacznym stopniu jak ma to miejsce w rzeczywistości (Smith, 1992).

Oczywistą zaletą tej cechy społeczności wirtualnych jest, z jednej strony możliwość wyrażania swoich opinii oraz wchodzenia w interakcje z innymi użytkownikami bez względu na przynależność do grup będących przedmiotem dyskryminacji czy uprzedzeń, z drugiej natomiast strony daje szansę na utrzymywanie kontaktów z członkami tego typu grup i uzyskanie wsparcia oraz wiedzy na temat ich funkcjonowania (Bargh, McKenna, 2009). W bezpiecznej przestrzeni online jednostka może ujawniać także skrywane dotąd elementy 'Ja' i obserwować reakcje innych użytkowników oraz własne odczucia związane z procesem ujawniania się (Wallace, 2004). Efekty tych działań mogą przekładać się na późniejsze funkcjonowanie w środowisku offline, ponieważ jak zauważa Spears i in. (2002) procesy grupowe oraz wpływ społeczny przebiegają podobnie na płaszczyźnie wirtualnej i realnej. Studenci biorący udział w ich badaniach byli bardziej skłonni do dzielenia się z eksperymentatorem krytycznymi uwagami na temat zjawiska obowiązkowego udziału w eksperymentach, w ramach zaliczenia przedmiotu, gdy wcześniej doświadczyli wsparcia w tym zakresie podczas dyskusji z rówieśnikami, zapośredniczonej przez komputer.

Problematyczną stroną astygmatości w wirtualnych społecznościach jest natomiast jej oddziaływanie jedynie w połączeniu z anonimowością oraz tworzenie iluzji idealnych relacji w środowisku online. Faktem jest bowiem, że mniejsze znaczenie stereotypów dotyczących płci, jest wynikiem nie ujawniania w sieci przez użytkowników informacji na ten temat. Gdy natomiast stają się one jawne prowadzą nieraz do określonych zachowań dyskryminujących (Wallace, 2004), a także do wirtualnej

zmiany płci (częściej przez kobiety niż przez mężczyzn) w celu uczestniczenia w pewnego rodzaju grupach oraz zapewnienia sobie lepszej pozycji w prowadzonych dyskusjach (Spears i in., 2002). Drugim problemem wydaje się natomiast być podzielane przez użytkowników przekonanie o wyjątkowym charakterze relacji w społecznościach wirtualnych, polegającym na idealizowaniu więzi i partnera interakcji (Szpunar, 2006). Członkowie społeczności online nie mając możliwości realnej weryfikacji informacji podawanych przez partnerów interakcji, projektują na nich cechy idealnego partnera i odczuwają przez to większą satysfakcję w kontakcie z nim, nie zwracając uwagi na nietrwałość tego typu relacji, którą może w każdej chwili zakończyć wylogowanie innego użytkownika, bądź usunięcie swojego profilu (Krejtz, Krejtz, 2006).

Anonimowość

Anonimowość to najczęściej komentowana i zauważana cecha wirtualnych społeczności, która związana jest z jednej strony z możliwością ograniczenia dostępnych informacji o swojej realnej tożsamości, a z drugiej z tworzeniem dowolnych i niezliczonych tożsamości wirtualnych (Smith, 1992).

Zaletą anonimowości w wirtualnych społecznościach jest możliwość eksplorowania różnorodnych aspektów 'Ja' i co za tym idzie eksperymentowania z własną tożsamością (Turkle, 2004). Mazurek (2006a) opisuje cztery możliwe typy tożsamości kreowane przez użytkowników wirtualnych społeczności. Pierwszym z nich jest tożsamość 'oficjalna', zawierająca największą ilość informacji, odzwierciedlających realną tożsamość jednostki (m.in. dane osobowe, miejsce zamieszkania, dane życiorysowe, zdjęcia), pojawiająca się na portalach społecznościowych, profilach zawodowych czy podczas transakcji internetowych. Drugim typem jest tożsamość 'eksperymentalna' zawierająca elementy, które nie podlegają ekspresji w środowisku offline, ze względu na brak akceptacji społecznej. Użytkownik może tworzyć na czatach, forach lub blogach dowolną ilość tego typu tożsamości, najczęściej dla motywów rozrywkowych lub badawczych. Aspekty 'Ja' podlegające tu eksperymentowi nie mają dużego znaczenia dla całości osobowości jednostki, a są jedynie elementami wartymi przetestowania, na przykład w formie wyrażenia poparcia dla danego ruchu społecznego czy dyskusji na forum pod zmienionym imieniem, płcią czy narodowością. Kolejnym rodzajem tożsamości jest tożsamość 'fabularna' związana z tworzeniem wirtualnej postaci, będącej określoną fantazją na swój temat. Tożsamość ta ma największe znaczenie w grach internetowych, w których użytkownik konstruuje postać (awatara), będącą jego odzwierciedleniem w wirtualnym świecie gry. W zależności od dostępnych graczowi opcji postać ta może angażować się w niedostępne w rzeczywistości działania (gry wojenne, na przykład *Call of Duty*), indywidualnie lub grupowo podejmować określone wyzwania (gry przygodowe, na przykład *World of Warcraft*, *StarCraft*) czy prowadzić normalne życie w wirtualnym świecie (symulatory, na przykład *Second Life*). Ostatnim typem tożsamości jest tożsamość 'sekretna', której elementy są zgodne z tożsamością realną i mają dla jednostki istotne znaczenie, ale podlegają poważnym sankcjom prawnym i kulturowym, z związku z czym trudno je użytkownikom przejawiać w rzeczywistości. Ten rodzaj tożsamości charakteryzuje osoby należące do mniejszości wyznaniowych lub seksualnych, ale też jednostki podejmujące nielegalną działalność czy grupy przestępców komputerowych. Jak widać więc, w obszarze wirtualnych społeczności użytkownik może w dowolnym stopniu kreować wizerunek siebie i funkcjonować na różnorodnych poziomach hierarchii społecznej, co daje mu szansę na rozwijanie kreatywności, poszerza jego przestrzeń społecznego wpływu, a także umożliwia pogłębianie samowiedzy.

Z drugiej strony jednak, anonimowość użytkownika prowadzi do określonych negatywnych skutków w postaci poczucia bezkarności, trudności w scaleniu różnorodnych aspektów 'Ja' w autentyczną całość, braku pewności co do szczyrych intencji partnera w interakcji (przy dodatkowej niemożności odwołania

się do wskazówek niewerbalnych) oraz skłonności do wycofywania się w bezpieczny (bo anonimowy) świat wirtualnych kontaktów interpersonalnych (Turkle, 2004; Wallace, 2004; Mazurek, 2006b). Szczególnie istotne w obszarze powyższych zagrożeń jest poddawane licznym analizom (Kaliszewska, 2007; Abojaoude, 2012; Jones, Hertlein 2012,) zjawisko nadmiernego przebywania w cyberprzestrzeni. Patologiczne korzystanie z zasobów oferowanych przez środowisko online dotyczy między innymi uzależnienia od: związków internetowych, przeglądania materiałów związanych z seksem, korzystania z komputera, przebywania w Sieci oraz zdobywania informacji (Young, 1996, za: Aouil, Siedlaczek, 2011).

Asynchroniczność

Poprzez asynchroniczność komunikacji w wirtualnych społecznościach, użytkownik ma szansę na wydłużenie czasu swoich reakcji lub odroczenie działań, a przez to posiada większą kontrolę nad funkcjonowaniem w środowisku online oraz nad informacjami, które przekazywane są pozostałym członkom społeczności (Smith, 1992).

Cecha ta wyraźnie zaznacza się w funkcjonowaniu użytkowników na rozmaitych portalach społecznościowych (*social networking sites*), które stanowią swoiste odbicie realnego życia społecznego w Sieci. Jak wskazują Krämer i Winter (2008, s.106) „użytkownicy portali społecznościowych mają większą, niż w komunikacji twarzą w twarz, kontrolę nad swoimi działaniami autoprezentacyjnymi, co stwarza idealne warunki dla precyzyjnego zarządzania wizerunkiem”. Autorzy zauważają, że tworząc profil użytkownik musi podjąć decyzję odnośnie treści które będą udostępniane i zakresu osób, które będą mogły mieć do nich dostęp, co zmusza do dokonania wyboru pomiędzy wieloma celami autoprezentacyjnymi. Obszerny przegląd badań psychologicznych dotyczących portalu Facebook (Anderson i in., 2012) zwraca natomiast uwagę na fakt, że użytkowanie portalu prowadzi do większej obiektywnej samoświadomości (*objective self-awareness*), znaczniejszej gotowości do ujawniania prywatnych informacji (*information disclosure*) oraz podtrzymywania relacji na odległość.

Jednocześnie jednak asynchroniczność, pozbawiając komunikację konieczności natychmiastowej odpowiedzi na przekaz nadawcy, wydłuża czas trwania całego procesu i może utrudniać jego przebieg. Jak pokazał bowiem Walther (1993, za: Wallace 2004) trzyosobowe grupy rozwiązujące wspólnie zadanie za pośrednictwem Sieci osiągnęły, dopiero po wykonaniu trzech zadań, poziom wzajemnej znajomości odpowiadający poziomowi uzyskanemu przez zespół pracujący w kontakcie twarzą w twarz.

Aprzestrzenność

Brak realnego miejsca, w ramach którego funkcjonują społeczności wirtualne, po pierwsze daje im możliwość przekraczania granic przestrzennych, geograficznych czy społecznych, po drugie poszerza psychospołeczną przestrzeń użytkowników, a po trzecie urzeczywistnia idee społeczeństwa, połączonego siecią relacji w obrębie cyberprzestrzeni (Smith, 1992).

Zaletą aprzestrzenności wirtualnych społeczności jest umożliwienie użytkownikom uczestniczenia w działaniach i nawiązywania kontaktów interpersonalnych, których ze względu na swoiste ograniczenia fizyczne lub materialne nie mogliby zrealizować w rzeczywistości. Przykładem tego mogą być wirtualne grupy robocze, w ramach których pracownicy firmy, znajdujący się w znacznej odległości od siebie lub naukowcy pracujący w różnych instytucjach, mogą wspólnie pracować nad danym projektem i łączyć wyniki swoich działań w całościowy efekt grupowy (Wallace, 2004; Zajac, Krejtz, 2007; Bargh, McKenna, 2009). Dzięki brakowi barier przestrzennych możliwe staje się także pozostawanie w ciągłym, bliskim i natychmiastowym kontakcie z osobami bliskimi. Jak pokazują badania Bąk (2008), Polacy pozostający

na emigracji codziennie kontaktują się z rodziną za pomocą komunikatorów tekstowych (32,7% badanych), komunikatorów głosowych (26,9% badanych), e-maili (17,3% badanych) oraz portali społecznościowych (15,4% badanych).

Aprzeżstrenność z pewnością stanowi wymierne udogodnienie w kontaktach interpersonalnych na poziomie wirtualnych społeczności, ale znamienne pozostaje, że 67,3 % emigrantów w badaniu Bąk (2008) zamieniłoby kontakt wirtualny na rzeczywisty, natomiast analizy prowadzone na poziomie efektywności i skuteczności wirtualnych grup roboczych pokazują, że w ich ramach dochodzi do identycznych procesów grupowych (polaryzacja, konformizm) jak wśród grup pracujących twarzą w twarz (Wallace, 2004), a skuteczność w zadaniach o dużym stopniu abstrakcyjności jest niższa niż w przypadku grup pracujących w kontakcie realnym (De Kerckhove, 2001).

PODSUMOWANIE

Konkludując powyższe rozważania, można zastanowić się czy cyberprzestrzeń jest tytułowym, nowym i odrębnym od świata realnego miejscem spotkań jednostek, czy może stanowi jedynie nowy sposób na ich organizowanie?

Przytoczone teoretyczne i psychologiczne charakterystyki wirtualnych społeczności zdają się wskazywać na drugą z tych możliwości. Szczególnie widoczne staje się to, jeżeli weźmie się pod uwagę podobieństwo metod służących do badania społeczności offline i online, a także fakt, iż znaczna ilość działań podejmowanych w Sieci związana jest, w pierwszej kolejności z wzmocnieniem istniejących realnie więzi, a dopiero później z tworzeniem nowych relacji (Anderson i in., 2012). Dodatkowo wyniki badań wskazują, że wzorzec zachowania jednostki realizowany w realnym życiu społecznym przekłada się na jej działania w świecie wirtualnym. Osoby z niską samoocena i wysokim poziomem lęku społecznego w realnym życiu, mogą spędzać więcej czasu na portalach społecznościowych czy angażować się nadmiernie w gry online, ale ostatecznie mają w ich ramach mniej aktywnych kontaktów i znajomych oraz wybierają gry oferujące indywidualne zadania (Barnett, Coulson, 2010; Anderson i in., 2012). Można więc mówić o swoistym odzwierciedleniu świata realnego w świecie wirtualnym, powiązaniu między nimi w obszarze zasobów i umiejętności jednostki oraz oczywistym zapośredniczaniu środowiska online w toczących się offline interakcjach.

Istotnymi i wciąż aktualnymi pytaniami wyłaniającymi się natomiast z powyższej analizy są pytania o przyszłość nowych mediów, o współczesnego człowieka wkraczającego w cybernetyczny świat oraz o elementy, które go w nim pociągają.

BIBLIOGRAFIA

- Aboujaoude, E. (2012). Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości (s. 201-220). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Anderson, B., Fagan, P., Woodnutt, T., Chamorro-Premuzic, T. (2012). Facebook Psychology: Popular Questions Answered by Research. *Psychology of Popular Media Culture*, 1(1), s. 23-37.
- Aouil, B., Siedlaczek, J. (2011). Osobowościowe determinanty dysfunkcjonalnego korzystania z Internetu wśród uczniów gimnazjum, liceum oraz studentów. W: B. Aouil, K. Czerwiński, D. Wosik-Kawala (red.), *Internet w psychologii-psychologia w Internecie* (s. 101-142). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M. (2006). *Psychologia społeczna* (s. 98-105). Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Bargh, J.A., McKenna, K.Y.A. (2009). Internet a życie społeczne. W: W.J. Paluchowski (red.), *Internet a psychologia: możliwości i zagrożenia* (s. 25-45). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bargh, J.A., McKenna, K.Y.A., Fitzsimons, G.M. (2002). Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58 (1), s. 33-48.
- Barnett J., Coulson, M. (2010). Virtually Real: A Psychological Perspective on Massively Multiplayer Online Games. *Review of General Psychology*, 14(2), s. 167-179.
- Bąk, A. (2008). Komunikacja polskich emigrantów z rodziną za pośrednictwem Internetu. W: B. Szmigielska (red.), *Całe życie w Sieci* (s. 205-230). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

- Castells, M. (2003). *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Rebis.
- De Kerckhove, D. (2001). *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*. Warszawa: Wydawnictwo Mikom.
- Degn Johansson, T. (2013). Paper No. 4: Visualizing Relations: Superflex' Relational Art in the Cyberspace Geography. [<http://www.itu.dk/people/tdj/paper4.pdf>, dostęp: 01.01.2013].
- Grzenia, J. (2006). *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jarymowicz, M. (2007). Psychologia tożsamości. W: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*. T. 3 (s. 107 – 125). Gdańsk: GWP.
- Jones, K.E., Hertlein, K.M. (2012). Four Key Dimensions for Distinguishing Internet Infidelity From Internet and Sex Addiction: Concepts and Clinical Application. *The American Journal of Family Therapy*, 40, s. 115-125.
- Kaliszewska, K. (2007). *Nadmierne używanie Internetu. Charakterystyka psychologiczna*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Krämer, N.C., Winter, S. (2008). Impression Management 2.0. The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Social Psychology*, 20(3), s.106-116.
- Krejtz, K., Krejtz, I. (2006). JA W SIECI-SIEĆ WE MNIE. Zależności pomiędzy doświadczeniami relacji w internecie a reprezentacją obrazu siebie. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 91-112). Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”.
- Leary, M. (1999). *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: GWP.
- Limanówka, A. (2007). Cyberprzestrzeń a rzeczywistość wirtualna. W: M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu: architektura komunikacyjna sieci* (s.229- 240). Elbląg: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Elblągu.
- Mazurek, P. (2006a). Internet i tożsamość. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 113-132). Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”.
- Mazurek, P. (2006b). Anatomia internetowej anonimowości. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 79-90). Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”.
- Nowak, A., Krejtz, K. (2006). Internet z perspektywy nauk społecznych. W: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu* (s. 5-19). Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”.
- Olejniak, K. (2005). Wspólnoty w sieci. W: W. Chyła, E. Stawowczyk-Tsalawoura (red.), *Umysł Ciało Sieć* (s. 221-236). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM Poznań.
- Podgórski, M. (2006). Wirtualne społeczności i ich mieszkańcy. Próba e-tnografii. W: J. Kurczewski (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu* (s. 75-108). Warszawa: Trio.
- Sitarski, P. (2002). *Rozmowa z cyfrowym cieniem model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*. Kraków: RABID.
- Siuda, P. (2006). Społeczności wirtualne. O wspólnotowości w społeczeństwie sieciowym. W: M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku* (s. 179-186). Elbląg: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- Smith, M. (1992). Voices from the Well: The Logic of the Virtual Common. [Dostęp online: <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/csoc/papers/voices/Voices.htm#Character>, 13.04.2013].
- Spears, R., Postmes, T., Lea, M., Wolbert, A. (2002). When Are Net Effects Gross Products? The Power of Influence and The Influence of Power in Computer-Mediated Communication. *Journal of Social Issues*, 58(1), s. 91-107.
- Szmigielska, B. (2008). Rola Internetu w biegu życia ludzkiego. W: B. Szmigielska (red.), *Całe życie w Sieci* (s. 7-15). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Szpunar, M. (2004). Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna. *Studia Socjologiczne*, 2(173), s. 95-133.
- Szpunar, M. (2006). Bliskie więzi na odległość – paradoksalna natura związków online. W: M. Sokołowski (red.), *Definiowanie McLuhana. Media a perspektywy rozwoju rzeczywistości wirtualnej* (s. 211-222). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko – Mazurskiego.
- Turkle, S. (2008). *How Computers Change the Way We Think*. [http://web.mit.edu/sturkle/www/pdfsforstwebpage/Turkle_how_computers_change_way_we_think.pdf, dostęp: 13.04.2013].
- Wallace, P. (2004). *Psychologia Internetu*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Zajac, J.M., Krejtz, K. (2007). Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej. *Psychologia Społeczna*, 3(5), s.191-200.