

MARTA OLCOŃ-KUBICKA

Katedra Socjologii
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

KULTUROWE WYMIARY INTERNETU

INTERNET JAKO PRZESTRZEŃ SPOŁECZNA

Internet, podobnie jak telefon czy telewizja, stanowi pewne medium za pomocą którego ludzie przekazują sobie informacje i zasoby. Jednak, poza pełnieniem funkcji kanału komunikacyjnego, **internet stanowi również swoistą przestrzeń społeczną, gdzie spotykają się ludzie i tworzą pewnego rodzaju społeczność**. Jak słusznie zauważa Kazimierz Krzysztofek – sieć internetową można rozpatrywać w kategoriach medium socjoaktywnego i kapitałotwórczego, dzięki któremu ludzie mogą poszerzać swoje zasoby oraz budować nowe relacje (Krzysztofek 2006, s. 76). Internet konstruowany jest przez ludzi, którzy organizują sobie w jego ramach życie społeczne.

Jeżeli przyjmiemy, że internet może stanowić przestrzeń społeczną, to w jej ramach wyodrębnić się musi kultura, czyli powstanie pewnego zespołu norm, wartości oraz zasad postępowania. Tak jak w życiu poza internetem, ludzie potrzebują tych elementów, aby móc sprawnie funkcjonować w społeczności internetowej.

Przyjrzymy się zatem bliżej warstwie społecznej i kulturowej internetu, czyli temu, jakie wartości leżą u ich podstaw. W tym celu należy wrócić do historii powstania i rozwoju sieci.

ZASADY TWORZĄCE INTERNET

Rozwój projektu ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*) – prototypu dzisiejszego internetu, powstałego z inicjatywy Departamentu Obrony USA pod koniec lat 60., był ściśle powiązany z zimną wojną toczącą się między Stanami Zjednoczonymi a Związkiem Radzieckim. ARPAnet zaczął funkcjonować jako sieć, nad której rozwojem pracowały amerykańskie uczelnie. Dla zrozumienia kultury dzisiejszego internetu kluczowe były warunki, na jakich tworzono i rozwijano sieć. Przede wszystkim warto podkreślić zasady, na jakich opierały się relacje między agencją ARPA (agencją rządową rozwijającą projekt ARPAnet) a Departamentem Obrony USA. Agencji oraz ośrodkom naukowym, które z nią współpracowały, pozostawiono dosyć duży margines swobody działania. Naukowcy poszczególnych ośrodków naukowych współpracujących ze sobą nad rozwojem projektu otrzymali dużą autonomię. Ich wspólna praca polegała na otwartości – dzieleniu się wiedzą i odkryciami oraz decentralizacji działań (rozwijaniu określonych projektów w ramach poszczególnych ośrodków naukowych). Jak będzie można zauważyć w dalszej części tego tekstu – wartości te są stale obecne w kulturze internetu, aczkolwiek przybierają różne formy.

KULTURA INTERNETU WEDŁUG MANUELA CASTELLSA

Manuel Castells, jeden z czołowych badaczy przemian społecznych powiązanych z rozwojem technologii informacyjnych i komunikacyjnych, opisując kulturę internetu wprowadził rozróżnienie na użytkowników-twórców oraz użytkowników-konsumentów (Castells 2003). Jego zdaniem to przede wszystkim ludzie, którzy stworzyli internet przyczynili się w największym stopniu do wyłonienia się kultury internetu. Należy pamiętać jednak, że internet jest stale rozwijającym się i przekształcającym medium, zatem rozważania Castellsa z 2001 roku dotyczą rzeczywistości przed pojawieniem się zjawiska Web 2.0, w ramach którego użytkownicy są w znacznie większym stopniu zaangażowani w tworzenie i wymianę zasobów. O Web 2.0 i kulturze powstałej na bazie tego zjawiska będzie mowa w dalszej części tekstu.

Wracając do Castellsa, w jego ujęciu na kulturę internetu składają się cztery warstwy: kultura techno-merytokratyczna, kultura hakerska, kultura wirtualno-komunitariańska oraz kultura przedsiębiorczości.

Zacznijmy – zgodnie z chronologią – od **kultury techno-merytokracyjnej**. Stworzyli ją naukowcy z różnych uczelni, pracujący nad rozwojem ARPAnet (Advanced Research Project Agency Network). Wartości leżące u podstaw tej kultury to:

- dążenie do stałego usprawniania systemu (postrzeganego jako dobro wspólne);
- pragnienie dokonania odkrycia technicznego – stanowi ono największą wartość;
- szczególnie ceniona i wartościowa jest wiedza nie teoretyczna, lecz specjalistyczna, mająca zastosowanie w praktyce, mająca na celu ulepszenie systemu;
- reputację w tym gronie zdobywa się w oparciu o indywidualne zasługi (np. dokonanie przełomowego odkrycia);
- osobami poważanymi w grupie projektantów są autorytety wyznaczające koordynację projektów oraz kontrolujące zasoby;
- używanie zasobów wspólnych dla rozwoju dobra wspólnego, nie dla własnej korzyści;
- uznanie zasady otwartego oprogramowania i sieciowej współpracy, co oznacza udostępnianie swoich odkryć innym członkom społeczności.

Kolejną warstwą wyróżnioną przez Castellsa jest **kultura hakerska**, czyli *kultura kreatywności technologicznej opartej na wolności, współpracy, zasadzie wzajemności i nieformalności* (tamże). Na wstępie należy jednak wprowadzić rozróżnienie między **hakerami** a **crackerami**, czyli osobami, które dokonują łamania zabezpieczeń w internecie, uzyskują nielegalny dostęp do zasobów, czy też zakłócają ruch w sieci. Crackerzy stanowią jedynie pewnego rodzaju subkulturę ogólnosiwiatowej kultury hakerskiej.

Kulturę hakerów tworzą ludzie z całego świata kontaktujący się głównie za pośrednictwem internetu, którzy podobnie jak w kulturze naukowców otwarcie dzielą się swoją wiedzą i odkryciami. To w ramach kultury hakerskiej powstał ruch na rzecz wolnego oprogramowania i dostępu do kodu źródłowego. Przykładem – przypadek Linuxa, czyli systemu operacyjnego opartego na zasadach wolnego oprogramowania, którego kod źródłowy został otwarcie udostępniony i może być dowolnie wykorzystywany i modyfikowany przez użytkowników internetu. Wśród wartości wyznawanych w kulturze hakerskiej należy zwrócić uwagę na:

- stałe podnoszenie kwalifikacji i umiejętności, manifestowanie siły twórczej;

- dążenie do kreowania innowacji technicznych;
- dzielenie się wspólną wiedzą;
- nagrodą za odkrycie jest indywidualna satysfakcja oraz uznanie środowiska hakerów;
- we wspólnocie panuje ekonomia daru, co oznacza, iż za stworzenie innowacji gratyfikacją jest zdobywanie prestiżu i szacunku;
- w grupie hakerów panuje poczucie ogólnoświatowej wspólnoty, która ma zdecydowanie nieformalny i wirtualny charakter.

Linus Torvalds – twórca Linuxa – zapytany, dlaczego poświęca swój wolny czas na działania pozbawione profitów finansowych, odpowiedział: *Po prostu dla zabawy*. Innymi słowy, dla hakerów współpraca w ramach wspólnoty hakerskiej jest elementem zabawy i przyjemności, a uznanie środowiska jest wystarczającą nagrodą, by pracować na rzecz dobra wspólnego.

Można zatem powiedzieć, że podstawowymi wartościami leżącymi u podstaw internetu oraz rozwijanymi przez kulturę techno-merytoratyczną oraz hakerską są przede wszystkim: wolność (ideologia wolności), otwartość (dostęp do kodu źródłowego), decentralizacja, zasada wzajemności oraz samorozwój.

Trzecią warstwą jaką opisuje Castells, znacząco odmienną od dwóch poprzednich, jest **kultura wirtualno-komunitariańska**. Należą do niej pionierzy internetu w dziedzinie tworzenia społeczności. W odróżnieniu od naukowców i hakerów – ta grupa zajęła się nie tyle rozwojem technologii, co organizowaniem zasad życia społecznego w przestrzeni internetowej. Internet stał się wymarzoną przestrzenią dla ruchów kontrkulturowych oraz alternatywnych środowisk, które zaczęły ją wykorzystywać do organizowania osób o podobnych poglądach, wymiany poglądów czy też koordynacji działań w rzeczywistości pozainternetowej. Z czasem w internecie odnalazły się rozmaite ruchy społeczne (ekologiczny, feministyczny) oraz ugrupowania związane zarówno z lewicą jak i z prawicą.

Jak zauważa Castells, trudno jest mówić o jednej kulturze charakteryzującej ogół społeczności internetowych. Każda z nich wypracowuje swoją własną kulturę, określa normy zachowania wewnątrz społeczności, a także odwołuje się do odmiennych wartości. Jednak ich cechą wspólną jest to, iż promują one swobodę komunikacji, przejawiającą się w wolności wypowiedzi oraz poziomej formie komunikowania się. Internet stanowić miał przestrzeń publiczną, w ramach której można głosić dowolne poglądy wolne od cenzury. Natomiast promowanie komunikacji poziomej oznacza, że każdy zachęcany jest, aby brać udział w życiu społeczności

internetowej, niezależnie od zajmowanej pozycji w życiu pozainternetowym, wieku, płci czy też statusu społecznego. Komunikacją internetową nie rządzi hierarchia – każdy uczestnik społeczności ma prawo komunikować się bezpośrednio z innym uczestnikiem, bez konieczności pośrednictwa. Innym wymiarem kultury społeczności internetowych jest usieciowienie skierowane na „ja”, czyli umiejętności tworzenia wokół siebie sieci relacji, o czym będzie jeszcze mowa w kolejnych częściach tekstu. Wartością, która leży u podstaw rozwoju wszelakiego rodzaju społeczności internetowych jest zasada wzajemności, w myśl której należy odwdzięczać się za uzyskaną informację, czy też wsparcie, tak jak ma to miejsce w internetowych grupach terapeutycznych (por. Bierówka 2007; Królikowska 2006).

Warto w tym miejscu zauważyć, że społeczności internetowe w pionierskich czasach internetu – funkcjonujące na zasadzie „naturalnego zrywu” – dzisiaj, w czasach Web 2.0 w coraz większym stopniu podlegają „projektowaniu” przez właścicieli serwisów. Następuje komercjalizacja społeczności internetowych. To prowadzi to ostatniej warstwy wyróżnionej przez Castellsa, czyli do **kultury przedsiębiorców**. Z pewnością znane są wszystkim przykłady właścicieli firm internetowych, które zbiły kapitał na innowacyjnym pomysłu. Wśród nich sztandarowymi postaciami są Larry Page i Sergey Brin – twórcy wyszukiwarki Google. Wśród cech działania tej warstwy Castells zwraca uwagę między innymi na fakt, że w początkowej fazie firmy te działały bez zaplecza finansowego. Bardziej bowiem od kapitału ekonomicznego ważna była pomysłowość; dla rozwoju produktu wystarczało posiadanie komputera w garażu, dlatego firmy te często nazywane są garażowymi. W odróżnieniu od naukowców i hakerów, przedsiębiorcy dążyli do przekształcania znajomości technologii i pomysłu w wartość finansową, a następnie spieniężania tej wartości, czyli sprzedaży własnej firmy – innej, większej, która była gotowa zapłacić za innowacyjny pomysł. Później następowało wprowadzenie pomysłu na skalę ogólnoswiatową, czyli umasowienie produktu. Zatem w kulturze przedsiębiorców funkcjonuje wzajemne przenikanie się kapitału i innowacji.

W odróżnieniu od poprzednich warstw, kultura przedsiębiorców rządzi się innymi prawami. O ile naukowcy i hakerzy dążą do otwartego współdziałania, dzielą się informacjami i owocami swojej pracy, to przedsiębiorcy pilnie strzegą swoich pomysłów, aby je opatentować. Zamiast współpracy jest nacisk na indywidualizm, a ceną za osiągnięcie sukcesu finansowego jest pracoholizm i brak zaangażowania w życie publiczne i towarzyskie.

PODZIAŁ UŻYTKOWNIKÓW

Wprowadzonemu przez Castellsa podziałowi na użytkowników-twórców i użytkowników-konsumentów towarzyszą w literaturze inne rozróżnienia. Mówi się o „weteranach” i „nowicjuszach”, „pionierach internetu” i „adaptujących”. Pewną nostalgię za „starymi, dobrymi czasami” pionierskiego internetu obrazuje fakt, iż przestrzeń internetowa jest dynamiczna, ulega stałym przekształceniom, a kultura internetu zmienia się wraz z użytkownikami ją tworzącymi. Z pewnością istnieje różnica jakościowa między kulturą wczesnego internetu a kulturą komercyjno-masową obserwowaną dzisiaj, czy też powstającą właśnie kulturą Web 2.0. Można się też zastanowić, czy pomiędzy tymi grupami istnieje jakiś konflikt związany ze sprzecznymi wartościami wyznawanymi przez użytkowników.

Marta Juza (2006) wprowadza rozróżnienie na „elity” i „masy”, wskazując, że między tymi grupami istnieje napięcie. Przedstawiciele elity wywodzący się z pionierów polskiego internetu przejawiają tendencję do zamykania się we własnym gronie, manifestując swoją odrębność wobec mas, okupując własne środowiska (IRC, USENET), a także budując swoją tożsamość w opozycji do użytkowników, którzy zetknęli się z internetem stosunkowo niedawno. Zarówno elity, jak i masy korzystają z różnych form komunikacji, a zatem funkcjonują w odrębnych światach. Zdaniem Juzy przedstawiciele elity korzystają z *elitarnych form komunikacji (przy stosowanych do użytku i nadzorowanych przez technoelity), które są trudniejsze w obsłudze, wymagają specjalnego oprogramowania (zwykle wolno dostępnego), działają w trybie tekstowym, skupiają niewielkie grupy użytkowników (zwykle znających się wzajemnie), implikują bogatszy system norm i sankcji, wypowiedzi użytkowników charakteryzują się wyrafinowaną i erudycyjną formą* (tamże, s. 43). Natomiast *formy masowe: są łatwe w obsłudze, działają w trybie graficznym przez interfejs ze stron WWW, skupiają wielu anonimowych użytkowników, ich system norm jest prosty, a sankcje niezbyt dotkliwe, wypowiedzi są bardzo zróżnicowane pod względem kultury i języka (choć można zaobserwować tendencję obniżania się poziomu)* (tamże, s. 43).

Zatem w internecie, poza tworzeniem się podziałów na poszczególne warstwy wskazane przez Castellsa, możliwe jest też rozróżnienie między pionierami a nowicjuszami. Obecnie można zauważyć również podział na aktywnych i biernych użytkowników internetu, co jest szczególnie widoczne na serwisach internetowych, działających na innych, nowych zasadach, o czym jest mowa poniżej.

WEB 2.0

Z pewnością każdy jako tako obeznany z internetem spotkał się z określeniem „Web 2.0”, które jest używane do opisu nowego typu serwisów internetowych. Web 2.0 ma wiele wymiarów, mnie będą interesować jedynie społeczne i kulturowe aspekty tego zjawiska. Zatem z punktu widzenia tego tekstu istotne jest to, iż w ramach **Web 2.0 zanika tradycyjny podział na niewielką grupę twórców oraz szeroką rzeszę odbiorców treści tworzonych w internecie. Użytkownicy coraz częściej stają się twórcami serwisów internetowych** – to oni – w większym stopniu niż administratorzy – kreują zawartość poszczególnych stron. Użytkownicy nie tylko biorą na siebie zadanie tworzenia treści, lecz również kategoryzują je przy pomocy słów kluczowych (tagowania), umożliwiając tym samym innym użytkownikom dotarcie do powiązanych ze sobą tematycznie treści. Zjawisko nadawania własnych, niekoniecznie eksperckich kategorii, określane jest mianem folksonomii. Użytkownicy serwisów Web 2.0 wymieniają się również informacjami o szczególnie wartościowych zasobach, oceniając je i tworząc rankingi. Zatem dzięki Web 2.0 możliwe jest dynamiczne i kreatywne tworzenie wiedzy, szybki obieg informacji oraz „oddolne” określanie, które zasoby są szczególnie wartościowe. Wokół tego typu serwisów szybko zawiązują się społeczności zainteresowane dzieleniem się wiedzą oraz zasobami.

Serwisem społecznościowym jest np. grono.net czy też facebook.com. Innymi przykładami serwisów internetowych typu Web 2.0 może być Wikipedia, czyli encyklopedia online tworzona przez internautów, którzy mogą być, ale nie muszą, formalnymi ekspertami w danej dziedzinie – wystarczy, że interesują się nią amatorsko i chcą się podzielić swoją wiedzą z innymi użytkownikami tworząc poszczególne hasła encyklopedyczne. Jeszcze innym przejawem kultury Web 2.0 jest serwis YouTube pozwalający na publikowanie filmów i wideoklipów pochodzących zarówno z oficjalnych produkcji (np. fragmenty programów wyemitowanych w telewizji), jak i amatorskich produkcji.

Jednocześnie warto zapamiętać: mimo że idea Web 2.0 polega na „oddaniu władzy” w ręce wielu użytkowników, tak naprawdę niewielki procent z nich korzysta z tej możliwości. Owszem, jest zauważalna większa aktywność internautów, o czym świadczy między innymi rosnąca liczba blogów, powstawanie forów o najbardziej niszowej tematyce, powiększające się zasoby multimediiów na serwisie YouTube, jednak w porównaniu do ogółu użytkowników internetu udział procentowy rzeczywistych aktywnych twórców jest niewielki. Ogromna rzesza użytkowników po pro-

stu korzysta biernie z serwisów typu Web 2.0, takich jak Wikipedia czy YouTube, nie biorąc aktywnego udziału w ich tworzeniu.

ŁAMANIE ZASAD DOBRA WSPÓLNEGO

Jak zostało wcześniej wspomniane, internet stanowiący przestrzeń społeczną może być rozpatrywany **w kategoriach dobra wspólnego**, aczkolwiek zdaniem niektórych badaczy może być uważany za **dobro wspólne nowego typu – new commons** (Bernbom 2002, cyt. za: Hofmoki 2006). Wielu użytkowników, tak jak technoelity, czy też twórcy wolnego oprogramowania, działa na jego rzecz. Natomiast możemy sobie łatwo wyobrazić, że tak jak w życiu codziennym, również w internecie dochodzi do sytuacji, gdy pojawiają się osoby, które chcą korzystać z dobra wspólnego nie wnosząc nic w zamian lub też wręcz użytkują je w niewłaściwy sposób, prowadząc do zakłóceń w sprawnym funkcjonowaniu sieci. Mamy więc do czynienia z **internetowymi „pasażerami na gapę”**, którzy doprowadzają na przykład do przeciążenia łącz wysyłając zbyt duże pliki pocztą elektroniczną, powodując zapchanie czyjejs skrzynki. Inni z kolei będą korzystać z wytworów środowisk komunikacyjnych uzyskując cały szereg informacji, ale nie dzielą się własną wiedzą, łamiąc tym samym zasadę wzajemności.

Jeszcze innym wymiarem łamania zasad użytkowania dobra wspólnego jest **cyberprzestępczość**, czyli między innymi cracking – (łamanie zabezpieczeń), czy też włamywanie się komuś do skrzynki pocztowej i wykorzystywanie jej do własnych celów lub też podszywanie się pod czyjąś tożsamość. Korzystając z internetu z pewnością łatwo zaobserwować wiele innych przypadków niewłaściwego korzystania z infrastruktury internetowej.

WOLNA KULTURA I PROJEKT CREATIVE COMMONS

Pojawienie się technologii informacyjnych i komunikacyjnych w znacznym stopniu przekształciło sposoby korzystania z dzieł kultury. Możliwości techniczne pozwalające na szybkie przesyłanie coraz większych plików, a także idea wolnego dostępu do informacji i zasobów sprawiły, że **internet stał się miejscem uczestniczenia w kulturze**. Mam tu na myśli przede wszystkim kulturę popularną, czego przykładem jest rozwój serwisów typu YouTube, umożliwiający odtwarzanie online filmów czy wideoklipów.

Jednocześnie rozwój serwisów typu **P2P** (*peer-to-peer*) umożliwiających przesyłanie filmów, muzyki, książek w postaci elektronicznej, sprawił, że możliwe jest uczestniczenie w kulturze bez ponoszenia kosztów. Co więcej, użytkownicy internetu stopniowo zaczęli wręcz przyzwyczajać się do tego, iż mogą korzystać z dóbr kultury nie płacąc za nie. Sytuacja taka wywołuje, co rozumiałe, sprzeciw twórców, którzy tracą z tego powodu część swoich dochodów. Rozwój nowych technologii przeformułował zatem zasady obowiązujące dotychczas na rynku dóbr kultury. W tej sytuacji jedni artyści naciskają na zamykanie serwisów umożliwiających swobodną wymianę plików, inni próbują się dostosować do nowej rzeczywistości sprzedając swoją twórczość w internecie.

Niewątpliwie rozwój narzędzi internetowych i swobodna wymiana informacji oraz plików sprzyja łamaniu również praw autorskich. Dlatego też istnieje rozbieżność między obrońcami tradycyjnie pojmowanych praw autorskich a zwolennikami ruchu „wolnej kultury” promującego możliwość swobodnej wymiany oraz modyfikacji dóbr kultury. Zdaniem twórców tego ruchu sztywne trzymanie się praw autorskich prowadzi do ograniczenia ludzkiej kreatywności. Z tego powodu należy wypracować nową formułę praw autorskich, bardziej przydatną do obecnej rzeczywistości, w jakiej powstają utwory. Przykładem takiej nowej koncepcji jest **projekt Creative Commons** (<http://creativecommons.pl/>) stworzony przez Lawrence’a Lessiga, autora książki *Wolna kultura* (2005; książka jest także dostępna w całości na <http://www.futrega.org/wk/> – dostęp 16.03.2010).

Lessig oraz inni współtwórcy projektu Creative Commons stoją na stanowisku, że twórczość stanowiąca dobro wspólne powinna być udostępniana publiczności na zasadach określonych przez autora. Pomysłodawcy projektu CC proponują zastąpienie znanej formuły „wszystkie prawa zastrzeżone” na „niektóre prawa zastrzeżone”. Poniżej przedstawione są przykładowe licencje Creative Commons; opatrzenie utworu symbolem licencji pozwala zorientować się odbiorcom, na jakich zasadach autor udostępnia innym swoje dzieło.



Uznanie autorstwa (ang. *Attribution*)

Wolno kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i wykonywać objęty prawem autorskim utwór oraz opracowane na jego podstawie utwory zależne pod warunkiem, że zostanie przywołane nazwisko autora pierwowzoru.



Użycie niekomercyjne (ang. *Noncommercial*)

Wolno kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i wykonywać objęty prawem autorskim utwór oraz opracowane na jego podstawie utwory zależne jedynie dla celów niekomercyjnych.



Bez utworów zależnych (ang. *No derivative works*)

Wolno kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i wykonywać utwór jedynie w jego oryginalnej postaci – tworzenie utworów zależnych nie jest dozwolone.



Na tych samych warunkach (ang. *Share Alike*)

Wolno rozprowadzać utwory zależne jedynie na licencji identycznej do tej, na jakiej udostępniono utwór oryginalny.

KULTURA KONWERCENCJI

Podsumowując, chciałabym zwrócić uwagę na koncepcję **kultury konwergencji** stworzoną przez Henry'ego Jenkinsa (2006), która może posłużyć jako synteza naszych wcześniejszych rozważań. W ujęciu Jenkinsa internet sprzyja wytworzeniu się **inteligencji zbiorowej**, a to oznacza – po pierwsze, wypracowanie systemu otwartego dzielenia się wiedzą, co zostało omówione wcześniej przy okazji zjawiska Web 2.0. Drugim ważnym aspektem konceptu Jenkinsa jest to, iż wiedza jest rozproszona w sieci. Żadna jednostka nie jest w stanie opanować wiedzy w całości, nikt nie wie wszystkiego, zatem konieczna jest wymiana i współpraca między ludźmi, aby wiedza mogła swobodnie przepływać. Wiedza powstaje w wyniku synergii, a internet jest miejscem, który tę synergię wyzwała. Inni badacze

również zwracają uwagę na to zjawisko, mówiąc o „otwartym tłumie” „inteligentnym tłumie”, czy też „mądrości tłumów”. Bardzo ważną konsekwencją zjawiska wiedzy rozproszonej w sieci jest zmiana na stanowisku ekspertów – już nie trzeba być naukowcem pracującym w uznanej instytucji, aby stać się ekspertem w internecie (por. Juza 2007).

Innym zjawiskiem zaobserwowanym przez Jenkinsa jest **kultura uczestnictwa**, polegająca na zacieraniu się granicy między producentem a konsumentem dóbr kultury. W coraz większym stopniu producenci kultury oddają pole konsumentom zapraszając ich do współtworzenia danego utworu. Producent tworzy jedynie pewne ramy, nadaje szkielet utworowi, a treść nadają szersze masy użytkowników. Przykładami takiego wyjścia producenta do odbiorców są gry sieciowe, czy też coraz bardziej popularna gra Second Life. To konsumenci w coraz większym stopniu są odpowiedzialni za kierunek, w jakim te gry się rozwijają.

Kolejnym przykładem kultury uczestnictwa jest zmiana modelu dziennikarstwa, dzięki narzędziom takim jak blogi; każdy z nas może stać się dziennikarzem relacjonującym innym wydarzenia, czy też publicystą dzielącym się swoimi przemyśleniami. Kultura uczestnictwa przejawia się również w wykorzystywaniu narzędzi internetowych w celu zabrania głosu w debacie publicznej, czy też politycznej. Nawet jeżeli nie jest to poważny głos w dyskusji, lecz umieszczenie w internecie satyry politycznej, czy też śmiesznego filmiku w serwisie YouTube, świadczy to o rodzaju uczestnictwa i zaangażowania w życie publiczne. Prowadzenie bloga, przeprowadzanie politycznych akcji w internecie, modyfikowanie przekazów przy pomocy Photoshopu mogą stanowić przykład inicjatywy oddolnej użytkowników internetu.

Kultura Internetu, a zwłaszcza zjawisko Web 2.0 ma wielu entuzjastów, pojawiają się jednak głosy krytyki. Do najgłośniejszych z nich należy Andrew Keen, który wytacza przeciwko serwisom typu Web 2.0 cały szereg zarzutów (Keen 2007). Szczególnie istotna jest przede wszystkim krytyka dotycząca mądrości tłumów, która zdaniem Keena jest jedną wielką ułudą, ponieważ wiedza rozproszona w internecie, generowana przez masy użytkowników, jest ze wszech miar podatna na manipulację. Drugim obszarem krytyki wartym przywołania w tym miejscu jest kwestia tendencji do nadmiernego ujawniania informacji o sobie i wynikającej z tego możliwości inwigilacji prywatności każdego użytkownika. Jak pisze Keen: *zdemokratyzowane, tworzone przez użytkowników media reprezentują kolektywną implozję naszych praw do prywatności, gdzie każdy może szpiegować każdego (...) Web 2.0 to zdemokratyzowana wersja Orwellovskiego koszmaru*” (2007, s. 164). Inne zarzuty stawiane

kulturze Web 2.0, to promowanie kultury „amatorszczyzny”, podkopywanie pozycji tradycyjnych mediów, a w konsekwencji upadek kultury opartej na profesjonalizmie. Zdaniem Keena serwisy Web 2.0 prowadzą do zaciemniania, a nawet zaniku prawdy. Natomiast dzielenie się plikami, to nic innego jak kradzież intelektualna i plagiatowanie, które prowadzą do kompromitacji idei oryginalnego autorstwa i własności intelektualnej.

PODSUMOWANIE

W ramach internetu wyłoniły się specyficzne kultury, właściwe określonym środowiskom. Jednak można wskazać wartości, które leżąc u podstaw sieci internetowej są obecne również i dzisiaj, przybierając różne formy. Z pewnością najważniejszą wartością stanowiącą trzon kultury internetu jest wolność. Internet został zresztą zaklasyfikowany do „technologii wolności” (por. Pool 1983).

Ufundowanie internetu na zasadach wolności, otwartości i decentralizacji sprawiło, że wartości te stale towarzyszą rozwojowi sieci. Prowadzą one między innymi do szybkiej transmisji wiedzy, możliwości głoszenia niezależnych poglądów, zmiany na stanowisku ekspertów.

Decentralizacja dzisiaj może oznaczać istnienie szeregu niezależnych serwisów typu Web 2.0, które uniezależniając się od oficjalnych i formalnych źródeł informacji, nie tylko służą transmisji wiedzy, lecz również nadawaniu jej nowych znaczeń.

Wolność słowa stwarza pole dla istnienia wielu różnych punktów widzenia, które nawet jeśli nie są sprzeczne z prawem, mogą być niebezpieczne, ponieważ nawołują do nienawiści. Nie oznacza to jednak, że nie podejmuje się prób cenzurowania internetu, tak jak ma to miejsce na przykład w Chinach.

Internet wpłynął również na przekształcenia kultury poza internetem. Można zatem mówić o swoistej kulturze internetu, lecz również o istnieniu silnej relacji między internetem a kulturą. Warstwa kulturowa i technologiczna wzajemnie na siebie wpływają tworząc nową jakość.

Literatura

- Bierówka J. (2007). Internet jako źródło postaw prospołecznych. *Studia Socjologiczne*, 3 (186), s. 15–36.
- Bernborn G. (2002). Analyzing the Internet as a Common Pool Resource: The Problem of Network Congestion. Praca prezentowana na Konferencji *Consti-*

- tuting the Commons: Crafting Sustainable Commons in the New Millenium*,
Bloomington, Indiana, USA.
- Castells M. (2003). Kultura Internetu, w: tenże, *Galaktyka internetu. Refleksje nad internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. T. Hornowski. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Hofmokl J. (2006). Definiowanie internetu w kategoriach dóbr wspólnych, w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spółeczna przestrzeń internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Academica Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Jenkins H. (2006). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Juza M. (2006). Elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystywania internetu, w: Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J.M. Zajęc (red.), *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Juza M. (2007). Wiedza ekspercka a mądrość zbiorowa w komunikacji internetowej. *Studia Socjologiczne*, 3 (186), s. 37–58.
- Keen A. (2007). *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Królikowska A. (2006). Pomocna dłoń w cyberprzestrzeni. Poszukiwanie pomocy i formy jej udzielania w internecie, w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spółeczna przestrzeń internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Academica Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Krzysztofek K. (2006). Czy społeczności terytorialne przeniosą się do sieci? Kilka pytań i hipotez badawczych, w: B. Jałowicki, W. Łukowski (red.), *Spółeczności lokalne: teraźniejszość i przyszłość*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar; Wydawnictwo Academica Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, s. 67–82.
- Lessig L. (2005). *Wolna kultura*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Pool I. de Sola (1983). *Technologies of Freedom. On Free Speech in an Electronic Age*. Cambridge: Harvard University Press.