

Artur Kościński

*IDILOKALNOŚCI INTERNETU
O MOŻLIWOŚCIACH I OGRANICZENIACH
NOWYCH FORM ŻYCIA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ*

Wstęp

Spór o *lokalność* w odniesieniu do społecznego aspektu Internetu nie jest w dyskursie akademickim ani wyrazisty, ani oparty na usystematyzowanej wiedzy o samym medium i o interesującym nas tutaj zagadnieniu istnienia i funkcjonowania internetowych form społeczności lokalnej. Tym, co z niego wynika, a co być może jest naukowo płodne i warte rozwinięcia, zamyka się w tezie, iż nie jest możliwe [do]określenie w sposób jednoznacznie oczywisty, jaki obszar sieciowej przestrzeni Internetu uznać można za lokalny. Teza ta staje się tym mocniejsza, im głębiej zakorzeniona jest w pewnym rozchwianiu pojęciowym. Opisując Internet, korzysta się najczęściej z takich opozycji pojęciowych jak: globalność–lokalność, standaryzacja–wielopostaciowość, masowość–swoistość, integracja–dywersyfikacja, czy też w odniesieniu do społecznych więzi alienacja–wspólnotowość. A to prowadzi do pomieszania ram kontekstowych zagadnienia lokalności, np. aspekt czysto technologiczny miesza się z aspektami geograficznym (administracyjnym/biurokratycznym) i społecznym, społeczny z psychologicznym, psychologiczny zaś z kulturowym. Wówczas możliwe jest jedynie przyjęcie rozwiązań kompromisowych, tj. formułowania stanowisk stwierdzających, że lokalność Internetu (geograficzna, społeczna, kulturowa *etc.*) przenika bądź przeistacza się w obszar przestrzeni uogólnionej, uniwersalizowanej. Postulujemy, aby odejść od tego ujęcia lokalności w Internecie i proponujemy Czytelnikowi podejście analityczne wychodzące poza ramy

wymienionych powyżej opozycji pojęciowych. Nasze stanowisko wywodzi się z rozumiejącej koncepcji działań ludzkich i koncepcji zróżnicowania wyborów, jakie dokonują jednostki i grupy w życiu codziennym, w tym także wyborów dotyczących rozróżnienia między tym, co lokalne, a tym, co przestrzennie uogólnione. Tak więc, nasze podejście jest skupione na subiektywnym podziale rzeczywistości na lokalną i ponadlokalną. Traktując Internet jako konsensualne doświadczenie społecznego działania, odnosimy subiektywny aspekt lokalności do uzgodnionej społecznie lokalnej i ideologicznej więzi grupowej, co stanowi dla nas podstawę do analizy ograniczeń i możliwości działania w internetowych społecznościach lokalnych.

W tym artykule zajmiemy się analizą lokalności i ponadlokalności jako świadomościowych obszarów ograniczeń i swobody postępowania. Podejmiemy próbę udzielenia odpowiedzi na pytanie, jak świadomość internautów ogniskuje się wokół tych dwóch odmiennych rzeczywistości; jak silne jest poczucie granicy między nimi? Zajmiemy się również określeniem podstaw i sposobów budowy społecznej tożsamości uczestników doświadczenia internetowego, m.in. sposobem identyfikacji obcości, zaufaniem jako czynnikiem więziotwórczym, ideologią jako spoiną wspólnotowości. Rozpatrzymy ponadto zagadnienie istoty typu społecznego uczestnictwa internautów jako zbiorowości, dla której przestrzeń ponadlokalności jest „materialną platformą” urzeczywistniania społecznych więzi wyobrażeńowych.

Nasze analizy i wnioski oparte są na materiale empirycznym pochodzącym z badań jakościowych nad codziennością internautów prowadzonych w latach 2002–2005¹.

„Stąd dotąd” i „nigdzie” – subiektywna lokalność i ponadlokalność

Pojęcia „stąd dotąd”, „gdzieś” i „nigdzie” wielu internautom pomagają dokonywać wyborów pomiędzy trwaniem w ekskluzywnym (ale i oswojonym) rewirze życia codziennego, a zmiennością w inkluzywnym (stale oswojanym) repertuarze możliwości (re-)konstruowania codzienności. Możliwa jest dzięki temu zarówno transcendencja, jak i ekstensywność ludzkiej działalności ograniczonej światem fizycznym, kulturą, pokrewieństwem, ludzkimi zdolnościami, lękami czy instynktami. I tak oto bezwład

¹ A. Kościański, A. Siciński, „Style życia internautów polskich. Konformiści, buntownicy czy innowatorzy współczesnej codzienności?” Grant promotorski, KBN, 2 H02E 015 22, IFIS PAN, Warszawa 2002–2005. Uzupełnieniem tych analiz jest materiał badawczy pochodzący z polskiej edycji Europejskiego Sondażu Społecznego z roku 2002.

zamienia się w ruch, samotność we wspólnotę, to, co odległe, staje się bliższe itd. Poprzez przestrzeń wirtualną, poprzez pajęczynę wielu połączeń między ludźmi i komputerami, komunikacja wrażeń, idei i symboli (ich znaczeń) przebiega bardzo szybko; wymiana jednych na drugie następuje prawie w tym samym czasie. To jest istota płynności i pędu w „cyberprzestrzeni”. Ruch ów oznacza także możliwość zamiany tego, co dotychczas było subiektywnie niedoskonałe, wadliwie działające, na wyidealizowane przeciwieństwo lub choćby postać pozbawioną najbardziej dokuczliwych niedoskonałości. Stąd też internauci spozstrzegają Internet jako narzędzie, poprzez które dążności ludzkie nieznanujące możliwości zrealizowania się w rzeczywistości, w nowej przestrzeni wyswobadzają się z ograniczeń. Obraz ten może zaistnieć dzięki świadomości społecznej zbudowanej na zindywidualizowanym doświadczeniu przywiązania się do określonego obszaru codzienności.

Internautów cechuje wolicjonalna refleksyjność, która pozwala im identyfikować zjawiska i zdarzenia spotykane w ich codziennym życiu jako istotne bariery i szanse wyboru sposobu uczestnictwa w wąskiej lub szerokiej społeczności. Ludzie ci rozgraniczają więc dwie sfery różnicujące zakres możliwości indywidualnego i społecznego działania, tj. sferę ograniczenia lub wręcz braku możliwości wpływania na wybór motywu, drogi realizacji i oceny skutku postępowania, oraz sferę, gdzie możliwe ograniczenia nie są odczuwane, wyparte przez ich świadomość, bądź też gdzie owe blokady w ogóle nie występują. Pierwsza z tych sfer, to obszar przywiązania i oswojenia rzeczywistości. Zidentyfikowane w niej bariery możliwości działania zgodnego z zamierzeniami są dla niektórych internautów źródłem motywacji do działań transcendentnych. Natomiast sfera druga, to obszar samosterowności. Ruch między sferami daje poczucie swobody wyboru uczestnictwa w życiu codziennym.

Z tą dwoistością spozstrzegania i przeżywania świata wiąże się też dwoistość behawioralnego opanowania codzienności. Dla znakomitej części internautów istnieje wyraźna granica między realnym światem zewnętrznym (do którego się przywykło i który został już „stać dotąd” spenetrowany) a wewnętrznym (rozciągliwym i trudnym do percepcyjnego penetrowania) światem Internetu. Granica ta jest jednoznaczna linią demarkacyjną pomiędzy lokalnym ładem społecznym realizowanym w życiu codziennym internautów a transcendentną makrostrukturą społeczno-kulturową, którą stanowi Internet jako uogólnione doświadczenie społeczne. Jest to konsekwencja zachwyty i przerażenia wobec możliwości technicznych medium, a zarazem wynika z prób oswojenia przez ludzką świadomość wyobraźniowych doświadczeń komunikacji międzyludzkiej (i pomiędzy maszynami). Jest to także skutek ujawniającej się na przestrzeni historii gatunku ludzkiego pewnej cechy zbiorowych wyobrażeń, które nie-

mal zawsze organizują percepcję nowych zdarzeń przez odniesienia do dobrze znanej rzeczywistości (lokalności i teraźniejszości).

Możemy zatem wyróżnić dwa typy doświadczeń związanych z uczestnictwem ludzi w przestrzeni Internetu: mikro- i makrospacjalizm. Otóż, mikrospacjalizm jako replikację zjawisk znanych z życia w niewielkich przestrzeniach organizujących aktywność w najbliższych kręgach społecznych, tj. grupach rodzinnych, towarzyskich i pracowniczych. Więzi powstające w Internecie są albo przedłużeniem więzi ze świata realnego, albo są wprost ich kopią „elektroniczną”. Natomiast makrospacjalizm odnosi się do alterrzeczywistości czy globalnego społeczeństwa wspólnot internetowych.

Internauci nie konstruują swych społecznych doświadczeń internetowych hierarchicznie, tj. od tych w przestrzeni regionalnej do tych w przestrzeni globalnej, ale wyraźnie dzielą się na dwie grupy: tych, którzy w swej świadomości traktują sieć internetową jako swoją najbliższą przestrzeń społeczną, i tych, którzy traktują Internet jako nadbudowujące się nad realnymi „wirtualne społeczeństwa”, wewnątrz których wbudowane są przestrzenie rodziny, spotkań towarzyskich, „hipermarketu”, pracy, ekspresji poglądów politycznych, kultu religijnego, pajęczyny „autostrad”, biblioteki, państwa, miasta, społeczności sąsiedzkiej *etc.*

Można zaryzykować stwierdzenie, że w im większym stopniu Internet staje się kopią codzienności zgodną z jednym lub z drugim wyobrażeniem, tym bardziej przezroczysta i przenikalna może być granica między wirtualną a realną przestrzenią życia codziennego.

Zaprezentowany powyżej wywód miał za cel uwypuklić pewien paradoks kulturowy. W wielu wypowiedziach badani przez nas internauci podkreślali często, iż Internet jest ich bliską rzeczywistością, nie jakimś jej odległym erzacem. Ta świadomość, tak silnie i głęboko zaabsorbowała społeczność Internetu, że wszelkie iluzje ekstensywnej transgresji lokalnych obszarów życia codziennego i społeczne doświadczenia wyobrażeniowe przestały być rozpoznawane jako coś nierzeczywistego (a w każdym razie innego od znanej rzeczywistości). Forma Internetu jako globalnej, ale też i zdecentralizowanej sieci telekomunikacyjnej wyklucza lokalność, taką, jaka jest w świecie rzeczywistym. Lokalność, a więc kategoria „stał dotąd”, staje się subiektywnie konstruowanym i odczytywanym komunikatem. Ten rodzaj ładu społecznego podtrzymywany jest w dialogu zaangażowanych podmiotów poprzez stałe uzgadnianie znaczenia idei stanowiącej podstawę doświadczanej więzi. Różnorodność idei i uzgadnianych komunikatów jest źródłem wielości quasi-lokalnych, idiomatycznych rozszerzeń codzienności, spostrzeganej jako ograniczony i zamknięty rewir egzystencjalny.

Społeczności internetowe jako przestrzenne idiolokalności

Curtis, analizując aktywność społeczności tworzących „symulakrum” rzeczywistości LambdaMOO², opisał fenomen społecznej aktywności więziotwórczej w systemach komunikacji wspomaganiej komputerami. Zaobserwował on mianowicie, że przyłączający się do sieci komunikacyjnej internauci po pewnym czasie samotnego wędrowania przez LambdaMOO zaczęli wzajemnie się rozpoznawać. Początkowo były to identyfikacje na podstawie cech zewnętrznych, a w późniejszym czasie zaczęto używać bardziej wyrafinowanych, quasi-kulturowych cech tożsamości. Te „niewielkie związki kulturowe” zaczęły tworzyć własne obyczaje i normy. Nigdy jednak te mikrospołeczności (grupy quasi-towarzyskie) nie przestały swych niewielkich rozmiarów i silnie koncentrowały się na własnym systemie zasad postępowania.

Trudno nazwać takie niewielkie społeczności kulturami, nie można też do nich zastosować pojęć opisujących małe grupy czy podkultury. Albo z jednej strony były zbyt małe, aby nazwać je subkulturami, nie były też tak powszechne jak subkultury posiadające pewien wspólny zespół wartości realizowanych w różnych kulturach w podobny sposób, albo utożsamienie ich z tradycyjnie rozumianą wspólnotą było mocno przerysowaną impresją interpretatora. Jedynym określeniem pasującym do tak niewielkich, ale wyróżniających się zjawisk kulturowych, był termin „idiom kulturowy”³ lub ze względu na podobieństwo do społeczności lokalnej adekwatne mogłoby być określenie „idiolokalność”.

Idiomatyczne społeczności (lokalne) pełnią niezwykle ważną rolę w codzienności internautów. Organizują one społeczną świadomość i orientują działania internautów na określone cele. Zgodnie z tym, co było powiedziane wcześniej, internauci mogą przynależeć do wielu takich społeczności.

W naszym badaniu większość z rozmówców deklarowała przynależność do jakiejś małej grupy, która spostrzegana była jako wyjątkowa i niepowtarzalna społeczność.

Można odnieść wrażenie, iż ma się do czynienia z rodzajem „szczepu” zorganizowanego wokół jakiegoś totemu. Zazwyczaj jest to problem, który napotykają internauci w życiu poza Internetem. To-

² Jedna z pierwszych „wirtualnych przestrzeni”, oparta na tekstowych przedstawieniach składających się na nią elementów (podobna do opisywanej wcześniej symulacji MediaMOO). P. Curtis, *Mudding: Social Phenomena in Text-Based Virtual Reality*, w: Stefik M., *Internet Dreams. Arcetypes, Myths, and metaphora*, MIT Press, Cambridge 1996.

³ R.A. Stebbins, *Lifestyle as a generic concept in ethnographic research*, „Quality and Quantity” 1997, nr 31.

tem jest częścią identyfikacji. To, z czym borykam się w życiu codziennym na zewnątrz wirtualnego świata, jest elementem mojej tożsamości, dzięki czemu mogę odnaleźć podobnych do mnie, podzielić się swoim doświadczeniem. Idiolokalności w sieci mają w dużym zakresie charakter grup samopomocowych, lecz nie jest to jedyny typ grup. Takie społeczności mogą powstać wokół różnych własności uczestników doświadczenia sieciowego. Cechą wspólną tych społecznych idiomów – jak można przypuszczać – jest wyłanianie się ich ze względu na istotną barierę napotykaną przez internautów w codzienności, określonej jako realna rzeczywistość.

Quasi-lokalne mikrosocjety oprócz funkcji integracyjnej i komunikacyjnej pełnią także funkcję azylu kulturowego. Dają one poczucie bezpieczeństwa i silnej afiliacji ze względu na podobieństwo sytuacyjne, wynikające z okoliczności definiowanych jako „zła” sytuacja zaistniała w świecie realnym, wszyscy uczestnicy powiązani są relacją wzajemności i identyczności, rozkładającą poczucie niebezpieczeństwa na wszystkich podobnych. Ograniczenia takich form lokalności są paradoksalnie związane z cechami, które tworzą ich istotę, a które w stosunkowo słaby sposób (słabszy niż w realnych społecznościach) wiążą jednostki lub grupy ze sobą, tj. konieczność uzgadniania znaczenia i rozumienia idei będącej podstawą więzi. Inkluzywność takich społeczności powodująca łatwość uczestnictwa i rezygnacji z niego w dowolnym momencie istnienia społeczności, oraz przeniesienie odpowiedzialności za trwanie społeczności na zindywidualizowaną odpowiedzialność za osiągnięcie partykularnego sukcesu (pokonania ograniczeń realnej codzienności) sprawiają, że fundamenty takich idiolokalności są bardzo chwiejne. Tym jednakże, co ma silny wpływ zarówno na trwanie, jak i unicestwienie idiomatycznych społeczności internetowych są zaufanie do innych uczestników i podstawa gospodarowania dobrami, jaką stanowi wymiana.

Wymiana i zaufanie⁴

Internauci stanowią zbiorowość, dla której wymiana jest istotnym elementem życia codziennego. Nie mniej ważne, z perspektywy powstawania idiolokalności jest zaufanie. W praktyce społeczności internetowe stanowią obszar wymiany, a także przestrzeń, gdzie zaufanie do innych uczestniczących staje się koniecznym warunkiem podejmowanych działań.

⁴ We współczesnej myśli socjologicznej kategoria zaufania staje się jednym z istotnych składników wyjaśnienia istoty działań społecznych. Genezę zainteresowania zaufaniem wywodzi się z teorii Hobbesa, Locka, Simmla i Durkheimy. Nowe idee zaufania biorą swoje początki z rozważań Luhmanna, Giddensa, Becka, Putnama.

Wśród internautów gotowość do ufania innym ludziom jest duża. Nie jest to jednak ani naiwność, ani skłonność do ulegania pozytywnemu wrażeniu. Zaufanie, to rodzaj mentalnej praktyki zorientowanej na określone cele. Pogląd ten zdają się potwierdzać wyniki badań zagranicznych. Na przykład Kraut⁵ z zespołem wykazali, iż w im większym stopniu praktyki codzienne są zorientowane wokół uczestnictwa w działalności zorientowanej na jakiś rezultat, tym zaufanie jest wyższe.

Aby móc uczestniczyć w wymianie i osiągać w niej sukces, oczywiste jest, że nie tylko należy z ufnością podchodzić do dostępnej oferty, ale należy umiejętnie wzbudzać ufność u innych. Prawdopodobnie jest to powodem, iż w społecznościach zorientowanych jedynie na konwersację nie powstają trwałe społeczności wymiany.

W rozmowach z internautami wyłonił się interesujący wątek udzielania pomocy innym ludziom. Sądzymy, że dla grup samopomocowych jest to znaczący element (konstituujący ich specyfikę – ową idiomatyczną swoistość lokalną) wskazujący na kształtowanie się wzorca kulturowego związanego z dzieleniem się społecznie wytworzonymi dobrami (poradami, wsparciem, afiliacją). Kollock⁶ zauważył, że użytkownicy Internetu często kierują się w kontaktach *on-line* „ekonomią daru”. Ten rodzaj regulacji kontaktów interpersonalnych jest w pewnym stopniu odpowiedzią na zmniejszające się zainteresowanie sprawami publicznymi, bezinteresowną pomocą i wsparciem działań w ramach społeczności *off-line*. Niezależnie od tego, czy motywacja jest egocentryczna czy altruistyczna, „elektroniczne dobra” tworzone są często „przy okazji”, jako efekt uboczny, pewnego, zaplanowanego postępowania jednostki i zazwyczaj rozprowadzane są pośród nieokreślonej liczby odbiorców. Internauci, angażując się w działania służące *dobru publicznemu* i postępując zgodnie z zasadami „ekonomii daru”, wypracowują nigdzie nie spisane, choć w relacjach międzypersonalnych przestrzegane, zasady odwzajemnienia zaufania.

Czy zaufanie jest jakąś szczególną cechą internautów? W tabeli 1 przedstawiono liczbową ilustrację odpowiedzi na to pytanie.

W podgrupie internautów jest prawie dwukrotnie mniej ludzi nieufnych wobec innych niż w podgrupie niekorzystających z medium. Ludzi obdarzających zaufaniem innych wśród internautów jest o 1/3 więcej niż w porównywanej podgrupie nieużytkującej Internetu. Tak więc możemy stwierdzić, że internauci charakteryzują się znacząco wyższym zaufaniem wobec innych ludzi niż pozostali ludzie nigdy z Internetu niekorzystający.

⁵ R. Kraut i in., *Internet Paradox Revisited*, „Journal of Social Issues” 2002, nr 1.

⁶ P. Kollock, *The Economics of Online Cooperation, Gifts and Public Goods in Cyberspace*, w: M. Smith, P. Kollock, *Communities in Cyberspace*, London 1999, s. 220–242.

Tabela 1. Aktywne użytkowanie Internetu a zaufanie i nieufność wobec innych ludzi (w %)⁷

Wskaźniki zaufania ^a	Internauci	Ludzie, którzy nigdy nie korzystali z Internetu
Nieufność	25,9	48,7
Zaufanie	74,1	51,3
Razem	100	100

Źródło: ESS 2002, analiza własna.

a) wartość $X^2 = 42,7$ dla $p < 0,01$; wartość V Cramera = 0,17 dla $p = 0,01$.

Skąd wynika wysokie zaufanie wobec innych ludzi obserwowane u internautów?⁸ Hipotezę, że to właśnie doświadczenia internetowe mają wpływ na zwiększenie zaufania, raczej należy odrzucić. Chociaż związek między korzystaniem z Internetu a zaufaniem jest widoczny, to jego siła wydaje się zbyt niska, by uznać tę zależność za rzeczywistą, a w każdym razie, należy doszukiwać się innych zjawisk, których, być może, jest ona skutkiem. Wydaje się, że zaufanie w powiązaniu z gotowością do podejmowania ryzyka, stanowi elastyczny mechanizm uodparniający jednostki na porażki „zawiedzionego zaufania” w sytuacjach stwarzanych w zdynamizowanym społeczeństwie „późnej nowoczesności”. Możemy zaryzykować stwierdzenie, że zaufanie jest istotnym elementem codzienności naszych badanych, jest więc też ważnym składnikiem treści ideologii będącej czynnikiem więziotwórczym. Zaufanie nie tylko umożliwia nawiązanie interakcji, ale także decyduje o długości jej trwania i ma wpływ na siłę przywiązania do społeczności.

Zaufanie jako składnik tożsamości grupowej danej społeczności idiolokalnej Internetu, wynegocjowane w procesach nawiązania interakcji, jest rozprawdane jedynie w granicach oddziaływania na siebie poszczególnych jej członków. To ograniczenie zdolności do zaabsorbowania innych jest wynikiem braku zdolności do uogólnienia zaufania na innych uczestników społeczności internetowych. Inkluziwność samego Internetu

⁷ Dane przedstawione w tabeli zostały obliczone w oparciu o sumaryczny indeks zaufania społecznego opracowany na podstawie następujących pytań kwestionariusza ESS (*Europejski Sondaż Społeczny [ESS]. Elektroniczny zbiór danych*, IFiS PAN, Warszawa 2002, <http://www.ads.edu.pl>): Czy, ogólnie biorąc, uważa P., że większości ludzi można ufać, czy też, że w kontaktach z ludźmi ostrożności nigdy za wiele? Czy uważa P., że, gdyby nadarzyła się okazja większość ludzi starałaby się P. wykorzystać, czy też, że starałaby się postępować uczciwie? Czy uważa P., że ludzie przede wszystkim starają się służyć pomocą innym, czy też, że przede wszystkim dbają o własny interes?

⁸ Należy też zaznaczyć, iż obserwowany poziom zaufania współwystępuje z aktywnością obywatelską, zarówno w ramach stowarzyszeń, jak i w ramach organizacji nieformalnych.

stwarza tylko możliwość masowego tworzenia idiolokalności, natomiast konstruowanie ideologicznie uzasadnianej tożsamości opartej na zaufaniu limituje obszar społeczności (mimo jej geograficznego rozproszenia). Bardzo wąskie granice oddziaływania ideologii i zaufania powodują poszerzenie się obszaru obcości.

Obcość

Wydawać by się mogło, że z perspektywy danej idiolokalności ludzie obcy stanowią kategorię tylko formalną, tj. nieznaczącą w codziennej rutynie. Wielość wyborów i różnorodność elementów, z których można budować tożsamość, powinny ograniczać zakres obcości, a tym samym poszerzać zasięg tego co oswojone. Podobnie skłonność do ufności i ryzyka powinna wpływać na brak, albo znaczne ograniczenie zasięgu pojęcia obcego.

Ludzie obcy nie są wyłącznie populacją nieużytkujących Internet. Są to ludzie, którzy albo ściśle związani są z jakąś barierą ograniczającą codzienność, albo ludzie, do których internauci porównują się negatywnie, ze względu na konsekwencje ich codziennego postępowania. Z tą kategorią wiążą się stosunkowo trwałe, negatywne emocje. Zazwyczaj internauci mówią o ludziach, którzy nie potrafili wykorzystać życiowych szans, oraz o ludziach, którzy tworzą sytuacje, można rzec, zero-jedynkowe, skazujące jedną ze stron interakcji na porażkę. Są to ludzie ujawniający sztywność poglądów, egoistyczne interesy, a często też ludzie bezradni, którzy mimo wsparcia im udzielanego, nie potrafią radzić sobie z problemami. Po drugie, obcy to grupa stereotypowo ujęta jako ludzie „wykluczeni”, nieobecni w systemie społecznym, tj. w głównym nurcie procesów społecznych. Werbalizmy, w których mowa jest o ludziach ze „społecznego marginesu”, tj. „drobnych” przestępcach⁹, uzależnionych od środków odurzających, żyjących w skrajnym ubóstwie, nie mają swego przełożenia na realne, antagonistyczne zachowania i postawy. Badani „bezwiednie” wymieniają kategorie ludzi wykluczonych, lecz w rzeczywistości wewnątrz sieci i poza Internetem ujawniają daleko posuniętą tolerancję wobec tej inności lub wręcz przejawiają rodzaj „społecznej wrażliwości” i (przynajmniej na poziomie werbalnym) gotowość do dzielenia się pomocą z tymi ludźmi. Ten rodzaj „obcości” pełni raczej funkcję integracyjną i jego obecność wskazuje na konieczny do poprawnego funkcjonowania w społecznym otoczeniu, stopień konformizmu. Po trzecie, obcymi są ludzie, którzy łamią zasady i umowy przyjęte w komunikacji zapośredniczonej przez Internet.

⁹ Na marginesie tych rozważań należy wspomnieć o jednoznacznym negatywnym stosunku do „kryminalistów-zbrodniarzy”. Jest to kategoria ludzi obcych ze względu na ich stosunek do norm moralnych.

W jakiej relacji pozostaje pojęcie obcego do kategorii kulturowych idiomów lokalności? Metafora „kultury Internetu” kryje w sobie pewną istotną pułapkę, na którą dziś rzadko zwraca się uwagę. Chodzi bowiem o założenie, że w sieci istnieje jedna niepodzielna kultura, a więc i jedno niepodzielne pojęcie obcego. Być może był w historii Internetu taki okres, w którym możliwa była identyfikacja jednej zintegrowanej społeczności, a więc i jednej idiokultury. Ale z chwilą dynamicznego rozwoju Internetu zaczęły pojawiać się nowe jednostki kulturowe. Należy więc podkreślić, że nie tylko w tej kulturze jest ich wielość, ale też jest w związku z tym znaczne zróżnicowanie „obcości” i „swojskości”. Na przykład internetowe idiolokalności, które powstają między fanami „oper mydlanych”, nie tylko wypracowują własne „orientacje totemiczne”, lecz tworzą także własne kategorie obcości¹⁰. Internauci nie ujawniają wyraźnych antagonizmów rasowych i etnicznych. Jeśli w ogóle obcość z tymi antagonizmami występuje, to jest głęboko wyparta (brakuje na jej temat ewidentnych świadectw). Nie jest to jednak zaskoczeniem, ponieważ internauci są zbiorowością ludzi dobrze wykształconych i relatywnie młodych, a te kategorie społeczne cechuje wysoki stopień aprobaty dla inności. Brakuje też członków cyberspołeczności antagonizmów związanych z niechęcią do mieszkańców określonego regionu geograficznego.

Widzimy, że obcość dla istnienia danej idiolokalności internetowej nie koncentruje się wokół cech typowych dla obcości w życiu realnym. Cechy odróżniające „innych” od „swoich” są dla internautów częścią ideologii podpierającej słabą społeczną więź. Obcość jest tutaj przede wszystkim narzędziem opanowywania sytuacji zagrożenia rozpadem, a w zasadzie unicestwieniem wynegocjowanego ładu społecznego. Ten rodzaj obcości, jak każda zresztą inna obcość ludzka, pełni funkcje obronne, integracyjne oraz jest swoistym zaworem odprowadzającym agresję (i inne napięcia emocjonalne) na zewnątrz społeczności.

Idiolokalności internetowe bez większego trudu wyznaczają obszar obcości. Mimo że warunkiem trwania społeczności w Internecie jest duże zaufanie do innych uczestników tego doświadczenia, idiolokalność bezwzględnie wymaga od swych członków współdzielenia obszaru obcości. Aby przystąpić jako w pełni przygotowany uczestnik do takiej więzi, należy wpięrow dokonać samookreślenia się jako jednostka nieobca wobec grupy, tj. należy manifestować pewien charakterystyczny dla danej idiolokalności stopień przywiązania do więziotwórczej ideologii. Wówczas

¹⁰ N. Baym, *The Emergence of Community in Computer-Mediated Communication*, w: S.G. Jones, *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community*, Sage, Thousand Oaks 1995a; N. Baym, *The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication*, 1995b (<http://www.usc.edu/dept/annenberg/vol1/issue2/baym.html>).

następuje zaabsorbowanie takiej jednostki i rozciągnięcie nad nią parasola ochronnego w postaci przyznania atrybutów swojskości, którymi najczęściej są niepubliczne prawa dostępu do danego fragmentu elektronicznej przestrzeni sieci internetowej. Nadanie ekskluzywnych praw dostępu nie kończy procesu osvajania jednostki w danej idiolokalności internetowej. Jednostka rozpoczyna w ten sposób okres budowania i negocjowania własnej tożsamości wśród wielu innych swoistości. To nie pokrewieństwo, sąsiedztwo czy umowa wiąże jednostkę z internetową idiolokulturą, ale wola uczestnictwa i odpowiedzialność za ten wybór, przejawiające się w przyjęciu obszaru obcości uznanego i przeżywanego w tej społeczności.

*Idiolokalność, sieć, więzi społeczne i tożsamość:
spojrzenie na tradycyjne pojęcia*

Jednym ze zjawisk, dla których tak naprawdę socjologowie zaczęli interesować się życiem Internetu, jest fenomen tworzenia wewnątrz sieci zorganizowanych społeczności ludzkich. Jest to też powód, dla którego wprowadzono w tej pracy kategorię dostępczej poprzez praktyki transcendentne przestrzeni idiolokalności. Możemy więc nazywać tym terminem, choć nie stosować go jako synonimu, wszelkie społeczne styczności w ramach Internetu, od małych grup uczestniczących w dyskusjach skupionych na określonej kwestii lub problemie, przez społeczności złożone z dużej liczby użytkowników uczestniczących we wspomnianych „symulakrach” takich jak MediaMOO, aż po szersze społeczności, jakie tworzy zbiorowość Internetu dokonująca transakcji handlowych, wymiany dóbr, informacji czy zasad i wzorów kultury.

Wśród wielu badaczy kultury istnieje pogląd, iż technika nowych mediów jest wyłącznie „scenografią” dla procesów kulturowych, albo że zgodnie z tradycją badań antropologicznych media – jako element świata techniki – są usytuowane poza granicami kultury.

Codziennosc każe jednak nam zweryfikować te poglądy. Wilson i Peterson w artykule *The Anthropology of Online Communities*¹¹ stawiają tezę, że ani niedostatek kategorii analitycznych, oddających istotę obecności kulturowej Internetu, ani brak sposobu oceny wagi zjawiska, nie dają usprawiedliwienia wyłączeniu praktyk zbiorowych w przestrzeni internetowej poza granice dyscypliny¹². Autorzy ci stawiają, naszym zdaniem, fun-

¹¹ *Ibidem*.

¹² Skutek, jaki odniosło wyłączenie sfery techniki i technologii z kultury i uznanie jej wręcz za antagonistę kultury, to trudna do opanowania niespójność pojęć, poglądów i sposobów ustalenia obecności nowych mediów we współczesności. Największym problemem zdaniem tych autorów jest szereg zapożyczeń z dziedziny wiedzy bliżej związanych z tą techniką niż nauk społecznych, które dyspo-

damentalne pytanie, czy antropologiczne ujęcie zagadnienia zbiorowego uczestnictwa w sieci Internet nie jest zabiegiem sztucznym, jałowym z naukowego punktu widzenia i służącym jednemu celowi, tj. tendencyjnemu dowodzeniu społecznej natury medium? Odpowiedź na tak postawione pytanie nie może być inna niż potwierdzenie, że w swej istocie praktyki zbiorowe internautów dają się poznawać tak samo jak inne „realne” zachowania społeczno-kulturowe człowieka. Potrzeba jest jednak poświęcenia większej uwagi nad dookreśleniem kategorii opisowych, np. pojęcia wspólnoty, społeczności, kultury czy też tożsamości¹³.

Przyjmując, że idiolokalność to również, oprócz struktury przestrzennej, pewna wspólnota, społeczność, tworzona za pośrednictwem medium, jakim jest sieć Internet, rezygnujemy z tradycyjnie rozumianej kategorii *community*. Nasze wnioski w tym zakresie wskazują, iż tradycyjne ujęcie wspólnoty jest niewystarczające, tzn. opisuje ono wąski zakres zjawisk odnoszących się do powstawania społecznego cyber-*milieu*. W zasadzie przydaje się ono do ustalenia zasady tworzenia się tej jednostki badawczej. Natomiast to, co opisuje czy porządkuje ta kategoria odnosi się raczej do trybalizmu niż do zdolnej istnieć w wyobrażeniu wspólnoty.

Abstrahując od rozstrzygnięcia kwestii, czy życie zbiorowe w sieci ma charakter prawdziwej wspólnoty, czy też nie¹⁴, patrzymy na nie, jak gdyby było realnym doświadczeniem, podobnie jak ujmuje to Anderson¹⁵ w koncepcji wspólnot wyobrażonych. Badania prowadzone w zakresie analizy sposobów powstawania organizacji o charakterze wspólnotowym pokazują, jak ów koncept powinien się zmienić. Potrzeba takiego ujęcia, które będzie koncentrować się nie na statycznej, lecz na procesualnej formie wspólnoty, a także uwydatni jej konceptualną istotę¹⁶.

W związku z powyższym, niezbędne jest również ponowne zdefiniowanie innej kategorii, istotnej w rozważaniach nad wspólnotowością sieci, a mianowicie, pojęcia tożsamości. Albowiem idiolokalność to jest również struktura, w oparciu o którą jednostki i grupy budują, podtrzymują lub uzgadniają własną identyfikację kulturową. Bliski jest nam więc konstruktywistyczny pogląd Turkle¹⁷, w którym autorka utożsamia przestrzeń interakcji zapośredniczonych przez komputerowe sieci z przestrzenią, wachlarzem, możliwości przybierania tożsamości wielorakiej.

nują wystarczającym aparatem teoretycznym i metodologicznym, by zgłębiać wiedzę w tym zakresie.

¹³ Por. *ibidem*.

¹⁴ C. Haythornthwaite, *Introduction: The Internet in Everyday Life*, „American Behavioral Scientist” 2001, s. 3.

¹⁵ B. Anderson, *Wspólnoty wyobrażone*, Znak, Kraków 1997.

¹⁶ Por. np. *Europejski Sondaż...*, *op. cit.*

¹⁷ S. Turkle, *The Second Self*, Simon and Schuster, New York 1984; S. Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, Simon and Schuster, New York 1995.

Przekroczenie tradycyjnych paradygmatów wspólnotowych, konceptualizacji tożsamości wprost prowadzi do zmiany spojrzenia na kwestię istnienia społecznych więzi. Czy zatem jest to więź taka, jak ją rozumie socjologia Tönniesa¹⁸, czy np. teoria Hirschiego¹⁹?

Haythornthwaite²⁰, aby nie zagubić istoty zjawiska, dzieli więzi na zinstytucjonalizowane i „swobodne”. Wprowadza dodatkowo do analizy więzi zapośredniczonych przez „nowe media” koncept siły tych więzi. Autorka wyróżnia, więc więzi silne i słabe obu rodzajów. Ponadto, więzi, które mogą być realizowane poprzez owe media mają szczególną własność: są wirtualne w pełnym znaczeniu tego terminu, tj. są to więzi, dla których realizacji został sporządzony i otwarty kanał komunikacyjny, ale mogą one poprzez niego zaistnieć bądź też mogą nigdy się nie ujawnić. Ten rodzaj więzi nazywany jest „więzią ukrytą”²¹.

Tabela 2. Idiolokalność a formy więzi społecznej

	Wspólnota	Stowarzyszenie	Idiolokalność internetowa
Więzy łączące ludzi	Pokrewieństwo, sąsiedztwo	Umowy	Wola uczestnictwa
We wzajemnych stosunkach ludzie uczestniczą jako	Osobowości	Role społeczne	Tożsamości wielorakie
Środki kontroli	Zwyczaj, tradycja	Prawo sformalizowane	Wewnętrzny imperatyw
Ludzie kierują się	Wiarą	Względem na opinie publiczną	Odpowiedzialnością za własne wybory
Podstawa gospodarcza	Własność zbiorowa	Własność prywatna	Wymiana dóbr

Źródło: Szacka²².

Po lekturze tej części rozważań można odnieść wrażenie, że Internet i konstruująca się wokół niego świadomość, „obracają w perzynę” tradycyjne i już sprawdzone koncepcje i wiedzę socjologiczną. Ale taka

¹⁸ F. Tönnies, *Wspólnota i Stowarzyszenie*, PWN, Warszawa 1988.

¹⁹ T. Hirschi, *Causes of Delinquency*, University of California Press, Berkeley 1969.

²⁰ C. Haythornthwaite, *Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media*, „The Information Society” 2002, nr 18.

²¹ *Ibidem*.

²² B. Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2003, s. 226.

jest już rola socjologii – musi się ona po prostu starzeć – o czym stale należy pamiętać²³.

Rozwój Internetu wprawdzie nie pociąga za sobą rozwoju społecznego – ta relacja ma naszym zdaniem odwrotny kierunek – to jednak poprzez zmianę świadomości rozwija dotychczasowe rozumienie zmieniającego się wokół człowieka otoczenia, a także zmian zachodzących w strukturze rozumu ludzkiego²⁴. Stwierdzenie to wprowadza nas w zagadnienie koncepcji sieciowego ujęcia procesów społecznych²⁵. Samo określenie „sieć społeczna” nie jest nowe, zjawisko, które ono oznacza, także nowe nie jest. Sieci społeczne, można rzec, istniały od wieków, ale te, które powstają obecnie, znacząco różnią się od dawnych, nie tylko pod względem rozległości, skomplikowania powiązań czy funkcji, jaką spełniały. Różnica dotyczy stopnia „powiązawalności”, tj. prawdopodobieństwa, z jakim dany element sieci (jednostka lub grupa) mógł wejść w bezpośrednią relację, np. wymiany handlowej, konfliktu, sprzymierzenia itp. Obecnie dzięki nowym mediom sieci są coraz większe, ale paradoksalnie „powiązawalność” ich węzłów nie ulega zmniejszeniu, a wręcz przeciwnie – prawdopodobnie – wzrasta geometrycznie.

Czy idiolokalność to jest również kategoria obejmująca zjawisko społecznych sieci? Tak. I nie chodzi tu, by włączyć w jedną kategorię wszystko, co stanowi świat społeczny budujący się wokół Internetu, ponieważ przestałaby znaczyć cokolwiek. Lecz, co podkreślamy, chodzi o uzasadnienie metafory, jaka naszym zdaniem oddaje sens percepcji otoczenia naszych badanych.

Ad rem – w naszym ujęciu siecią są wszystkie możliwe do wyobrażenia sytuacje, przedmioty, osoby i zbiorowości, które organizują dla ludzi, takich jak nasi badani, codzienne postępowanie. Idiolokalność sta-

²³ „Każdy z nas, ludzi nauki, wie, iż to, czego dokonał, zestarzeje się w ciągu dziesięciu, dwudziestu lub pięćdziesięciu lat. Taki już jest los nauki: jest to prawdziwy sens pracy naukowej, i jemu też – w bardzo swoisty sposób w porównaniu z innymi sferami kultury mającymi również swój szczególnie charakter – jest ona poświęcona. Każde »spełnienie« naukowe rodzi nowe »pytania«; *prosi się* o to, by zostało prześcignięte i zdezaktualizowane. Każdy, kto chce służyć nauce, musi to uznać. Prace z pewnością mogą przetrwać jako »źródła zadowolenia« z powodu ich jakości artystycznej lub stać się ważnymi środkami pomocy w nauce zawodowej. Będą jednak – trzeba to powtórzyć – zdezaktualizowane naukowo, ponieważ taki jest nasz wspólny los. Więcej: nasz wspólny cel. Proces ten z istoty rzeczy posuwa się *ad infinitum*” (Max Weber, za: Merton 2002: 52).

²⁴ J.A. Bargh, *Beyond Simple Truths: The Human-Internet Interaction*, „Journal of Social Issues” 2002, nr 1.

²⁵ M. Castells, *The Information Age. Economy, Society and Culture*, t. I–III, Oxford, Blackwell 1996–1998; M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2003.

nowi kategorię, konstrukt teoretyczny, relacyjnie doświadczanego otoczenia jednostki, tj. stanowi ono pojęciową reprezentację metapercepcji rzeczywistości. Jak już była o tym mowa, jest to przestrzeń nadbudowująca się nad światem doświadczanym jedynie w sposób sensualny, nad światem wyłącznie fizycznym.

Uwagi końcowe

Postępując zgodnie z przyjętą konwencją naszej relacji, nie znamy sposobu pominięcia kwestii związanych z Internetem, lokalnością i szerszą perspektywą warunków panujących w naszym społeczeństwie. I tak, obserwowane zjawiska i nasze ustalenia co do ich natury wskazują na istnienie w polskim społeczeństwie ludzi, którzy żyją w całkowicie nowy sposób niż ludzie w czasach, gdy istota życia zbiorowego ustylizowana była wedle wymogów modernistycznej kultury przemysłowej. W obecnie dominującym nurcie kultury postprzemysłowej ludzie ci stanowią marginesowość²⁶. Wprawdzie istnieje dość duża zbiorowość internetowa, to jednak nie w pełni można ją określić mianem makrozbiorowości.

Zauważamy, iż nawet w obrębie grup aktywnych w transformacji, wygranych i ludzi, którzy „sobie radzą”, występują pewne oznaki nowych więzi społecznych (np. omawiana internetowa idiolokalność), choć dane, które stoją za tym spostrzeżeniem, nie całkiem je wypełniają. Wiemy też, że grupą, która więcej zdobyła nowych umiejętności, to są jednak ludzie, którzy poprzez zmianę społeczną stracili najmniej zarówno w zakresie życiowej oferty, jak i możliwości swobody wyboru. Wśród nich lub ich potomstwa też jest najwięcej internautów zaangażowanych w mikrospołeczności internetowe. Wniosek, jaki tutaj się na myśl nasuwa można sformułować tak, że im większa w przeszłości była zdolność jednostki do aktywnego uczestnictwa w życiu codziennym, tym częściej obecnie korzystać będzie ona z pewnych form nowego, lokalnego uczestnictwa społecznego, wspomaganego komunikacją elektroniczną.

²⁶ W sensie socjologicznym zbiorowość jest „marginesowością”, po pierwsze, gdy tworzy mikrozbiorowość jednostek lub grup wyróżniającą się spośród innych zbiorowości ze względu na wspólną cechę społeczną, np. typ bądź odmianę stylu życia, oraz, po drugie, gdy nie jest powszechnie uznanym, oznaczonym negatywnie (np. ze względu na łamanie społecznie akceptowanych norm) „marginesem społecznym”. W takim sensie marginesowością jest każda niepowtarzalna, niewielkich rozmiarów zbiorowość ludzka. Ale pojęcie marginesowości społecznej staje się doniosłe teoretycznie tylko wtedy, gdy uwzględni się kontekst ważnego zjawiska społecznego, np. jak w latach 60. uczyniła to Elżbieta Neyman w odniesieniu do kulturotwórczej roli marginesowości inteligencji polskiej, i jak zrobiono to w odniesieniu do przodownictwa zmian społecznych w zbiorowości „ludzi Internetu”.

Trywialny jest wniosek, że lokalność jest jedną z podstawowych wartości społecznych. Jest to wartość, która w konflikcie z innymi wartościami odnoszącymi się do aspektu ładu społecznego jako silnie zakorzeniona w społecznej świadomości niemalże zawsze wygrywa. Tak też jest w przypadku Internetu. Obawa podzielana przez wielu badaczy, że internetowe zaangażowanie spowoduje zanik więzi społecznych szczególnie tych, które odnoszą się do obszaru lokalności. Rzeczywistość i praktyka społeczna pokazały, że idee lokalności, idee budujące lokalność mogą z powodzeniem dawać podstawę do istnienia organizmów wspólnotowych, które nazwano w tym tekście idiolokalnościami. Jasne jest to, że ludzie dopiero uczą się tej aformy lokalności. Oswajanie z nią odbywa się poprzez zerwanie z tradycyjną podwaliną lokalności, tj. pokrewieństwem, albo sąsiedztwem. W nowej formie internetowej idiolokalności idzie o akceptację wspólnie negocjowanej ideologii, a więc, mówiąc inaczej, mamy do czynienia z pokrewieństwem lub sąsiedztwem wspólnych wyobrażeń o tym, co integruje wspólnotę, i o tym, co oddziela ją od innych. Wewnątrz tych niewielkich idiospołeczności lokalnych Internetu ludzie podlegają takim samym regułom ładu lokalnego jak poza rzeczywistością cyberprzestrzeni. Dzięki tym lokalnościom mogą trenować się w identyfikowaniu interesów grupowych i lepiej wiązać z nimi swoje interesy indywidualne. Pewien magnetyzm Internetu i społeczności internetowych absorbuje często ludzi, którzy żyją poza bliskimi sobie lokalnościami. Wówczas mają oni szansę „dosocjalizowania się” i podjęcia współdziałania we wspólnocie lokalnej poza Internetem, które, jak stwierdzono wcześniej, mogą być obudowane ich kopią elektroniczną.

Mamy nadzieję, że prowadząc ten wywód, udało się nam przekonać czytelników, że lokalność w Internecie można dość precyzyjnie zidentyfikować. Jest ona bardziej przedłużeniem lokalności realnej i jej transcendentną formą niż stopioną w globalnej strukturze protezę wspólnoty.