

Marta Juza

Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie

## **INTERNET W ŻYCIU SPOŁECZNYM – NADZIEJE, OBAWY, KRYTYKA**

Upowszechnienie się Internetu w życiu społecznym budziło wielkie oczekiwania. Z Internetem wiązano nadzieje na demokrację procesu tworzenia i dostępu do informacji oraz na wzmocnienie aktywności ludzi w kwestiach społecznych i politycznych. Oczekiwania te jednak się nie spełniły. Wynika to z tego, że znaczna część komunikacji internetowej została zapośredniczona przez prywatne firmy. Dążą one przede wszystkim do osiągnięcia zysku finansowego. W tym celu mogą zbierać dane na temat różnych osób, naruszać dobra innych ludzi, ograniczać użytkownikom dostęp do informacji, utrudniać mobilizację społeczną i protesty wobec władzy. Współczesny Internet wygląda zatem inaczej niż wyobrażano sobie w początkach jego popularności. Refleksja na ten temat ujawnia istnienie ważkich problemów społecznych, takich jak: komercjalizacja życia publicznego, rozproszenie i fragmentaryzacja społeczeństwa, inwigilacja i rozbudowany nadzór nad jednostkami. Pojawia się w związku z tym pytanie, czy współczesne społeczeństwo potrzebuje nowego podejścia teoretycznego, które miałyby charakter krytyczny.

Główne pojęcia: Internet; kultura Internetu; sieć komunikacyjna; indywidualizm; nadzór.

### **Wprowadzenie**

Internet stanowi obecnie niezwykle istotny element życia społecznego. Wywiera podstawowy wpływ na właściwie wszystkie jego dziedziny: komunikację, gospodarkę, władzę i politykę, więzi społeczne, formy uspołecznienia; sprawia również, że przyspieszeniu i zintensyfikowaniu ulegają przemiany globalizacyjne. Choć sieci komputerowe istniały już od lat sześćdziesiątych XX wieku, to społeczne znaczenie Internet zyskiwał stopniowo od połowy lat dziewięćdziesiątych, kiedy to zarządzająca tą siecią amerykańska agencja NSF (National Science Foundation) zdecydowała się na jej prywatyzację. Od tego momentu możliwe stało się wykorzystanie Internetu dla celów komercyjnych. Z komercjalizacją Internetu ściśle wiązała się jego popularyzacja w społeczeństwie. To

właśnie instytucje komercyjne stworzyły oferty i usługi dostosowane do potrzeb i upodobań zwykłych użytkowników. Dzięki nim Internet zaczął wzbudzać coraz większe zainteresowanie i mógł zacząć coraz intensywniej się upowszechniać. Manuel Castells (2003: 27) ujął to w ten sposób: „Choć Internet narodził się w umysłach informatyków na początku lat sześćdziesiątych, pierwsze połączenie między komputerami zostało zrealizowane w 1969 roku, a pod koniec lat siedemdziesiątych istniało już duże środowisko uczonych i programistów porozumiewających się za pomocą komputerów, to dla większości zwykłych ludzi i świata biznesu Internet narodził się w 1995 roku”<sup>1</sup>.

Stopniowo popularyzujący się Internet budził wielkie nadzieje i oczekiwania wśród polityków, przedsiębiorców, aktywistów, naukowców, ludzi kultury, a przede wszystkim wśród zwykłych użytkowników, którzy dopiero zaczęli oswajać się z możliwościami, jakie oferowała sieć komputerowa. Świadomość związanych z nią zagrożeń nie była natomiast początkowo powszechna, choć powoli coraz bardziej narastała. Wydaje się, iż w chwili obecnej, gdy mija 20 lat od momentu, kiedy Internet zaczął się upowszechniać w życiu społecznym, warto dokonać bilansu najważniejszych korzyści i zagrożeń, jakie Internet rzeczywiście ze sobą przyniósł, a także przyjrzeć się dawnym nadziejom i skonfrontować je ze współczesnymi realiami. Dla socjologa jest to o tyle istotne, że rozwój Internetu na przestrzeni ostatnich 20 lat ujawnił pewne zjawiska i problemy charakterystyczne dla współczesnego społeczeństwa. Dawne i współczesne związane z Internetem nadzieje i obawy wiele bowiem mówią nie tylko o tym, jaki jest Internet, ale również o tym, jakie jest społeczeństwo, w którym Internet się rozwinął i odgrywa coraz istotniejszą rolę.

### **Historyczne i kulturowe źródła nadziei i obaw związanych z Internetem**

Początkowe nadzieje związane z rozwojem i popularyzacją Internetu należy wiązać z ideami i wartościami obecnymi w środowiskach, w których powstawały pierwsze sieci komputerowe. Internet (a dokładniej jego poprzednik: ARPANET) powstawał w środowisku związanym z uczelniami wyższymi i ośrodkami badawczymi. W związku z tym – jak zauważa Castells (2003: 51) – kultura Internetu<sup>2</sup> jest głęboko zakorzeniona w etosie akademickim eksponującym takie

<sup>1</sup> W roku 1995 nastąpiło kilka wydarzeń istotnych dla dalszego rozwoju Internetu, między innymi zakończył się proces prywatyzacji sieci i pojawiła się najpopularniejsza przez długi czas przeglądarka stron WWW Internet Explorer.

<sup>2</sup> Jako kulturę Internetu Castells (2003: 47–76) określa system norm i wartości warunkujący wzory zachowań rozgrywających się w kontekście Internetu.

wartości jak: bezinteresowność, swoboda poszukiwań naukowych, merytokracja, dostęp do wyników pracy naukowej i dochodzenie do prawdy w wyniku współpracy (por. Merton 2002: 583–591). Twórcy sieci zaprojektowali ją więc w taki sposób, aby umożliwiała swobodną komunikację pomiędzy uczonymi i stanowiła dobro wspólne powiązane ze społecznością ludzi, którzy ją tworzą i użytkują. Stąd otwarta struktura sieci i nieformalne metody działania osób, które ją tworzyły. Nie przywiązywano natomiast wagi do tego, aby umożliwić sprawowanie kontroli nad przepływem danych. Z tego względu, choć sieć była zaprojektowana na potrzeby militarne, największe korzyści przyniosła naukowcom.

O dalszym rozwoju sieci zdecydowały różnego rodzaju nowatorskie rozwiązania informatyczne, które były dokonaniem specjalistów w dziedzinie programowania komputerowego określających samych siebie jako hakerów. Byli oni współtwórcami i pierwszymi użytkownikami sieci. Ich dokonania powstawały dzięki współpracy i swobodzie komunikowania się. Społeczność hakerów w istotny sposób zaważyła na tym, jak o Internecie myślano i jak go wykorzystywano. Wytworzony przez nią zbiór norm i wartości zwany etyką hakerską stał się bowiem istotnym elementem kultury Internetu (Castells 2003: 52–65). Etyka hakerska opierała się w dużej mierze na etosie akademickim, ale przenosiła na sferę informatyczną typowo akademickie postulaty jawności wyników badań, pracy w imię rozwoju nauki, traktowania dorobku nauki jako dobra wspólnego. Akcentowała zatem takie wartości jak: praca pod wpływem pasji, wolność, otwartość, swobodne dzielenie się osiągnięciami, współpraca, twórczość. Hakerzy sprzeciwiali się również nierównościom społecznym oraz wszelkim ograniczeniom wolności (por. Himanen 2001).

Sieci komputerowe powstawały również w środowiskach związanych z kontrkulturą, czyli z ruchami kontestacji młodzieżowej, które działały w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku (Roszak 1995). Młodzi kontestatorzy zaangażowani w protesty przeciwko wartościom i uwarunkowaniom zuniformizowanego społeczeństwa masowego poszukiwali bowiem alternatywnych sposobów komunikowania (Jawłowska 1975: 187–199). W tym celu niektórzy z nich tworzyli niewielkie autonomiczne sieci komputerowe będące zwykle inicjatywami oddolnymi i nieformalnymi. Pozwalały one porozumiewać się bez ograniczeń narzucanych przez władze, zyskiwać swobodny dostęp do informacji i pielęgnować marzenia o egalitarnym społeczeństwie, które zapewniłoby poszanowanie wolności jednostki, a zarazem budowało autentyczną wspólnotę pomiędzy ludźmi. Pod wpływem kontrkultury powstawały pierwsze społeczności wirtualne, które rozwijały się jeszcze przed nastaniem Internetu i wykorzystywały właśnie lokalne, prywatne sieci (por. Rheingold 1993).

Pomiędzy etosem akademickim, etyką hakerską i ideałami kontrkultury, czyli trzema systemami aksjologicznymi, które leżały u źródeł kultury Internetu,

istniały liczne podobieństwa: wszystkie one eksponowały – choć w różnym stopniu – takie wartości jak: z jednej strony wolność i autonomia jednostki, a z drugiej – nieograniczająca tej wolności, autentyczna, oparta na współdziałaniu wspólnota. Twórcy i pierwsi użytkownicy sieci stworzyli zatem kulturę Internetu obejmującą wartości charakterystyczne dla środowisk, z których się wywodzili. Stworzona przez nich kultura akcentowała zatem takie wartości jak: wolność, szacunek dla wiedzy, pasja tworzenia i swoboda komunikacyjna, traktowała Internet jako dobro wspólne i płaszczyznę kreowania alternatywnych wspólnot. Popularyzację Internetu traktowano zatem jako szansę na upowszechnienie na szeroką skalę tych właśnie wartości i związanych z nimi działań. Pierwsi użytkownicy i badacze Internetu mieli nadzieję, że Internet będzie sprzyjał emancypacji ludzi, ponieważ każdy użytkownik będzie mógł za pomocą sieci swobodnie wyrażać swoje oczekiwania i przekonania. Sieć oferowała też swoim użytkownikom możliwość współpracy i wspólnego tworzenia różnego rodzaju treści oraz łączenia się we wspólnoty, w których dokonywałyby się swobodna wymiana myśli. Środowiska, w których już dostępny był Internet, witały więc z nadzieją jego komercjalizację i upowszechnienie, licząc na to, że szerokie masy społeczeństwa będą czerpać z użytkowania sieci takie same korzyści, jakie stały się wcześniej ich udziałem.

Od 1995 roku Internet zaczął podlegać procesowi intensywnej komercjalizacji. Dostęp do sieci oraz treści przekazywane za jej pośrednictwem stały się tym samym produktem, który można było dostosowywać do potrzeb użytkowników, a następnie z zyskiem sprzedawać. Szybko zaczęły więc rozwijać się kolejne firmy, których działalność wiązała się przede wszystkim z Internetem, takie jak np. portale czy sklepy internetowe. W 1998 roku powstał Google oferujący początkowo jedynie sprawnie działającą wyszukiwarkę, a trochę później, w 2004 roku rozpoczął swoją działalność Facebook. Działania tego typu firm były ukierunkowane na sprzedaż nowych usług i urządzeń, prostych w obsłudze i przyjaznych dla użytkownika. Dzięki nim Internet stał się przydatny i atrakcyjny dla zwykłych ludzi. Mogło się początkowo wydawać, że firmy takie zaproponują całkiem nowy model funkcjonowania kapitalizmu. Z czasem okazało się jednak, że przy całej swej specyfice wpisują się one nadal w system, w którym najważniejszym celem podejmowanych działań pozostaje osiągnięcie zysku.

Rozwijający się biznes internetowy uzyskał także wsparcie ze strony politycznej i prawnej. Administracja ówczesnego prezydenta USA Billa Clintona przeforsowała korzystne dla branży internetowej ustawodawstwo, stawiając ją w uprzywilejowanej pozycji w stosunku do „analogowej” konkurencji. Chodzi tu zwłaszcza o ustawę Digital Millenium Copyright Act, która zwalniała wydawców internetowych z odpowiedzialności za publikowanie treści naruszające prawa innych osób, jeśli usuną je oni na wniosek osób poszkodowanych (por. Levine 2012: 10). Podobne ustawodawstwo pojawiło się

wkrótce również w innych krajach, w tym także w Polsce, gdzie odpowiednikiem DMCA jest Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną z 2002 roku. Przepisy takie nie budziły wówczas większych wątpliwości. Z czasem jednak okazało się, że takie rozwiązania prawne umożliwiły *de facto* rozpowszechnianie treści naruszających prawa innych osób, w tym prawa autorskie oraz prawa osobiste. Wiele współczesnych problemów komunikacji internetowej, jak np. mowa nienawiści czy cyberbullying pojawiło się i osiągnęło niepokojące rozmiary nie tyle ze względu na techniczne możliwości sieci komputerowej, ale ze względu na regulacje prawne, dzięki którym tego typu praktyki są praktycznie bezkarne.

Jednakże w momencie projektowania i uchwalania tych przepisów wydawało się, że przyniosą one korzyści wszystkim. Zwolennikami swobodnego dostępu do Internetu byli przedstawiciele akademickich elit, dawni buntownicy i anarchiści, jak również entuzjaści wolnego rynku i politycy. Wydaje się jednak, iż każde z tych środowisk miało wobec Internetu inne oczekiwania, które, co więcej, często bywały ze sobą sprzeczne. Politycy pragnęli przyspieszyć rozwój amerykańskich firm internetowych, biznesmeni liczyli na zysk, akademickie elity widziały w Internecie narzędzie rozpowszechniania wiedzy, a ideowi spadkobiercy kontrkultury wierzyli w demokratyzację komunikacji i powszechną emancypację jednostek. Wśród badaczy społecznych aspektów Internetu również długo panowało optymistyczne podejście do sieci. Wskazywali oni na takie pozytywne rezultaty obecności Internetu w życiu społecznym jak: egalitarna komunikacja pomiędzy użytkownikami, budowanie przez nich otwartych sieci wymiany wiedzy, nieograniczony dostęp do informacji, przezwyciężenie ograniczeń czasu i przestrzeni w komunikacji, wyzwolenie kreatywnego potencjału ludzi, łatwość oddolnej samoorganizacji i mobilizacji, umocnienie społeczeństwa obywatelskiego. Jeśli pojawiały się wśród nich głosy sceptyczne wobec Internetu, to dotyczyły przede wszystkim możliwej izolacji społecznej użytkowników, braku kontroli nad ich aktywnością, zalewu bezwartościowych informacji (por. np. Stoll 2000). To, że Internet może ułatwiać inwigilację, wzmacniać nierówności społeczne, naruszać prawa i ograniczać wolność, pozostawało natomiast prawie niezauważalne. Wydawało się, iż jest to niemożliwe.

### **Początkowe nadzieje i oczekiwania związane z Internetem**

Za optymistycznymi przekonaniem, jakie w stosunku do Internetu początkowo żywiło wielu badaczy i publicystów, kryło się założenie o równości wszystkich użytkowników i innych podmiotów zaangażowanych w działanie Internetu. Komunikacja internetowa zdawała się pozbawiona uprzywilejowanych

ośrodków, gdyż teoretycznie każdy użytkownik mógł bezpośrednio i swobodnie skontaktować się z każdym innym, bez względu na odległość, jaka ich dzieliła, ani na posiadane zasoby ekonomiczne czy kulturowe. Obecność pośredników w komunikacji internetowej wydawała się zbędna. Dlatego też niektórzy autorzy zapowiadali, iż dzięki Internetowi powstanie globalna płaska sieć doskonale egalitarnej komunikacji (por. np. Friedman 2006).

Niektórzy badacze Internetu wyrażali również przekonanie, że wolni i równi wobec siebie użytkownicy sieci będą swobodnie tworzyć wypełniające cyberprzestrzeń zasoby informacyjne, które stopniowo będą wypierać te tworzone przez wyspecjalizowane przemysły kultury i rozpowszechniane przez media masowe (por. np. Jenkins 2007). Ten sposób myślenia uległ wzmocnieniu, gdy coraz więcej treści dostępnych w Internecie było tworzonych przez samych użytkowników<sup>3</sup>. Wydawało się, że scentralizowany model mediów masowych, w którym uprzywilejowaną rolę pełniły redakcje i agencje informacyjne, zostanie zastąpiony przez wspomnianą powyżej płaską sieć komunikacyjną. Co więcej, wielu badaczy było przekonanych, że znaczna część użytkowników będzie angażować się w sieci współpracy, dzielić się wiedzą i wspólnie z innymi tworzyć nowe wartościowe dzieła, które będą następnie wypełniać cyberprzestrzeń (por. Benkler 2008; Tapscott i Williams 2008; Shirky 2010). Wielkie nadzieje budziły w tym kontekście serwisy typu wiki z Wikipedią na czele, amatorska twórczość fanowska, programy komputerowe tworzone według modelu Open Source, których sztandarowym przykładem stał się system operacyjny Linux. Internet oferował bowiem możliwość zaangażowania się użytkowników w tworzenie treści i produktów funkcjonujących następnie w szerokim społecznym obiegu, co wcześniej było zastrzeżone dla wąskiego kręgu elit, głównie tych mających dostęp do mediów masowych. Tymczasem Henry Jenkins (2007) zapowiadał nadejście kultury partycypacji charakteryzującej się tym, że użytkownicy Internetu (a mówiąc szerzej – nowych mediów) stają się współtwórcami przekazywanej przez media kultury.

W tej perspektywie Internet jawił się jako wielki magazyn różnorodnych treści, które są tworzone i wnoszone doń przez użytkowników i które podlegają nieustannej dystrybucji wśród wszystkich ludzi korzystających z sieci (por. Lévy 2000; de Kerckhove 2001). Dawało to także nadzieję na swobodny i niczym nieograniczony dostęp do wszelkich informacji, które nie będą blokowane przez żadnych gate-keeperów. Z tego względu niektórzy badacze byli skłonni traktować Internet jako dobro wspólne będące kolektywną własnością „społeczności” użytkowników, którzy indywidualnie lub zbiorowo wypełniają go treścią i którzy jednocześnie z treści tych korzystają (por. Bollier 2001). Internet zapowiadał

---

<sup>3</sup> Ten fenomen oddolnego generowania i organizowania treści w Internecie nazywany jest zwykle zaproponowanym przez wydawcę Tima O'Reilly'ego (2007) określeniem Web 2.0.

rewolucję komunikacyjną polegającą na wyeliminowaniu instytucjonalnych pośredników i ekspertów o odgórnie potwierdzonym autorytecie. Wydawało się, że każdy użytkownik może stać się twórcą (czy współtwórcą) wartościowych komunikatów rozpowszechnianych na masową skalę oraz że może swobodnie porozumieć się z każdym innym. W tym sensie Thomas Friedman pisał wówczas (2001: 91), że Internet stanowi apogeum demokratyzacji informacji, nie ma właściciela, nie jest w pełni kontrolowany przez żadną instytucję i jest całkowicie zdecentralizowany.

Wiele uwagi poświęcono również możliwościom Internetu w kwestii mobilizacji społecznej i politycznej. Wydawało się, że coraz bardziej aktywni i zaangażowani w działania twórcze użytkownicy Internetu będą również bardziej skłonni do podejmowania inicjatyw w sferze publicznej (por. Jenkins 2007: 200). Uważano także, iż Internet zapewni niemal nieograniczoną wolność słowa, a dzięki temu będzie wspierał społeczeństwo obywatelskie i rozwój demokracji. Wielkie nadzieje wiązano z rozwojem dziennikarstwa obywatelskiego, czyli produkowaniem i rozpowszechnianiem informacji przez „zwykłych ludzi”, niebędących przedstawicielami oficjalnych mediów masowych (por. Gillmor 2004). Logiczną konsekwencją założenia o wolności i równości wszystkich podmiotów zaangażowanych w komunikację internetową było też przekonanie o tym, że „internet daje siłę słabym” (Dyson 1999), czyli że rozproszone jednostki mogą się za pomocą Internetu łatwo porozumieć i wspólnie stworzyć ruch społeczny czy grupę nacisku. Przekonanie takie miało nawet pewne uzasadnienie empiryczne. Jeszcze w latach dziewięćdziesiątych XX wieku szeroko opisywano *casus* powstania zapatystów w meksykańskim stanie Chiapas, którego uczestnicy wykorzystywali Internet, aby poinformować światową opinię publiczną o swojej sytuacji i o swoich dążeniach. Internet bywał też bardzo często wykorzystywany w takim celu przez różne grupy właściwie przez całą kolejną dekadę (por. Rheingold 2002). Szczególne natężenie działalności ruchów wykorzystujących Internet po to, aby się zorganizować i osiągnąć jakieś doraźne lub długofalowe cele, przypadło zaś na początek drugiej dekady XXI wieku, kiedy to miały miejsce między innymi takie wydarzenia jak: Arabska Wiosna w krajach Afryki Północnej, demonstracje „Oburzonych” w Europie, akcja Occupy Wall Street w USA, zamieszki w Turcji z 2013 roku czy polskie protesty przeciwko umowie ACTA na początku 2012 roku. Tym, co łączy te bardzo różne ruchy, zdaje się być podstawowa rola Internetu w ich formowaniu, koordynacji i ekspresji (por. Castells 2013a). Był to już jednak inny Internet niż ten funkcjonujący na przełomie wieków, co miało też swoje reperkusje; zostanie to omówione w dalszej części artykułu.

## Nadzieje związane z Internetem a współczesne realia

Założenie o równości wszystkich związanych z Internetem podmiotów szybko okazało się jednak fałszywe. Już pod koniec XX wieku Albert-László Barabási wraz z zespołem wykazali, iż strony WWW cieszą się różnym stopniem popularności, czego wskaźnikiem jest różna liczba połączeń pomiędzy nimi. Gdyby Internet rozwijał się w sposób tak spontaniczny i w pełni demokratyczny, jak opisywał to swego czasu np. Thomas Friedman, to układ połączeń pomiędzy poszczególnymi stronami byłby zupełnie przypadkowy. Tak jednak nie było. Okazało się, że połączenia między poszczególnymi stronami rozkładają się w sposób bardzo nierównomierny: duża liczba witryn miała niewiele (kilka lub kilkanaście) połączeń z innymi, natomiast stosunkowo niewielka, ale znacząca część witryn miała ogromną (liczoną w tysiącach czy nawet milionach) liczbę połączeń (Barabási i Bonabeau 2003). Badanie to dotyczyło wprawdzie jedynie stron WWW, nie zaś komunikacji internetowej w ogóle, jednak komunikacja ta w przeważającej mierze odbywała się i odbywa właśnie za pośrednictwem tych stron (lub wymaga w pewnym momencie skorzystania z nich, np. w celu założenia konta do komunikatora czy telefonii internetowej). Aktywność odnotowywana na poszczególnych stronach WWW wydaje się zatem dobrym wskaźnikiem aktywności użytkowników w Internecie w ogóle. Pojawia się jedynie pytanie, w czyjej gestii znajdują się najpopularniejsze witryny i jakie są społeczne konsekwencje ich monopolistycznej pozycji.

Chociaż od wykonania tych badań minęło już kilkanaście lat, nic nie wskazuje na to, aby opisana w nich struktura sieci internetowej uległa zmianie. W sieci dominuje nadal kilka „superwęzłów”, choć są one inne niż kilkanaście lat temu. Największą popularnością cieszą się obecnie Google i Facebook, nieco mniejszą – YouTube, Yahoo!, Twitter, Wikipedia, Amazon<sup>4</sup>. Ponadto, w różnych krajach popularnością cieszą się różne lokalne witryny. Jak wynika z badań Megapanel PBI/Gemius z marca 2015 roku, najbardziej popularne wśród polskich internautów również są Google, Facebook i YouTube, na dalszych miejscach znalazły się natomiast rodzime portale internetowe, serwis aukcyjny Allegro oraz Wikipedia<sup>5</sup>. Schemat polegający na tym, że w różnych krajach najbardziej znaczącymi witrynami są Google i Facebook oraz lokalne portale internetowe, serwisy ukierunkowane na handel oraz na publikację treści stworzonych przez użytkowników, wydaje się uniwersalny<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Por. <http://mostpopularwebsites.net/> [dostęp: 01.06.2015]. Ciekawa wizualizacja zróżnicowanej – także w wymiarze regionalnym – popularności stron internetowych została natomiast przedstawiona na stronie *Mapa Internetu*, <http://internet-map.net/> [dostęp: 01.06.2015].

<sup>5</sup> <http://www.audience.gemius.pl/> [dostęp: 01.06.2015].

<sup>6</sup> Osobny przypadek stanowią chińskie serwisy, np. wyszukiwarka Baidu, serwis społecznościowy Renren czy serwis mikroblogowy SinaWeibo (stanowiące ekwiwalent odpowiednio



Otwarte pozostaje natomiast pytanie o to, dlaczego te właśnie serwisy cieszą się taką popularnością. Wyczerpująca odpowiedź na tak sformułowane pytanie przekraczałaby znacznie ramy niniejszego artykułu. W skrócie można jednak stwierdzić, że jedną z najważniejszych przyczyn było to, co Castells (2003: 71) określił jako podstawę internetowej kultury przedsiębiorczości: zdolność do przekształcania wiedzy na temat technologii i innowacyjnego pomysłu w finansowy sukces (odrębny, niekomercyjny, przypadek stanowi Wikipedia, o czym będzie mowa w dalszej części artykułu). Firmy, które są właścicielami najpopularniejszych serwisów internetowych, potrafiły trafnie rozpoznać oczekiwania klientów i zaferować im narzędzia, które zostały uznane przez nich za atrakcyjne. Wpisywały się one bowiem w pewne szerzej rozumiane trendy społeczne i z tego względu użytkownicy mogli je uznać za przydatne (dla przykładu: sukces Facebooka i innych serwisów społecznościowych był zapewne możliwy jedynie w społeczeństwie zindywidualizowanym, w którym dominuje sieciowa forma uporządkowania społecznego). Dzięki temu najważniejsze komercyjne serwisy internetowe zyskiwały przewagę nad konkurencją, a następnie ją eliminowały. Tak było choćby w przypadku Google, które przedstawiło użytkownikom wygodne i skutecznie działające narzędzie wyszukiwania informacji w Internecie (por. Battelle 2006). Najważniejsze internetowe firmy wychodziły z czasem poza swój sztanदारowy produkt i rozszerzały swoją ofertę, zwłaszcza o usługi spod znaku Web 2.0. Kolejną przyczyną sukcesu najpopularniejszych witryn jest – poza biznesową sprawnością stojących za nimi firm – ich międzynarodowy zasięg, co ma znaczenie w sytuacji, gdy kontakty pomiędzy jednostkami i organizacjami zyskują coraz wyraźniej wymiar globalny. Popularnością w poszczególnych krajach cieszą się natomiast nadal lokalne portale internetowe, co wydaje się zrozumiałe, ponieważ przedstawiają one informacje ważne w kontekście miejsca zamieszkania czy pobytu użytkowników.

Wspólną cechą najpopularniejszych serwisów jest też to, iż pełnią one funkcję swoistych pośredników w komunikacji między użytkownikami. Każdy z użytkowników sieci może bowiem teoretycznie stać się nadawcą komunikatów rozpowszechnianych nawet na masową skalę – co Castells (2013b) określa jako masową komunikację zindywidualizowaną – jednak w praktyce niewielu z nich ma możliwość, aby dokonywać tego bez udziału pośredników. Barię okazuje się bowiem brak odpowiednio dużych zasobów finansowych i koniecznych umiejętności technicznych. Treści, które użytkownicy umieszczają „w Internecie” (np. w blogu, na forum lub w serwisie społecznościowym), są więc w istocie umieszczane przez nich w tym obszarze, który został im w tym celu udostępniony przez jakiegoś pośrednika (np. portal lub serwis społecznościowy).

---

Google’a, Facebooka i Twittera). Ich lokalny charakter, odrębność i lokalna popularność wynika z przyczyn politycznych i językowych.

Pośrednicy są również potrzebni użytkownikom, aby mogli oni skutecznie odnaleźć poszukiwane przez siebie treści. Bez efektywnej wyszukiwarki Internet byłby jedynie chaotycznym zbiorem oderwanych od siebie bezwartościowych informacji.

Serwisy, które odgrywają tak ważną rolę komunikacyjnych pośredników, są własnością prywatnych firm, których celem jest osiągnięcie zysku (wyjątkiem, jak już wspomniano, jest Wikipedia). Ich działalność podporządkowana jest osiąganiu zysków finansowych. Ułatwiają im zaś to rozwiązania prawne korzystne dla biznesu internetowego. Dzięki nim firmy internetowe mogły coraz bardziej rozszerzać swoje wpływy i opanowywać coraz większe obszary komunikacji internetowej. Wyłączenie z odpowiedzialności za treści umieszczane w ich serwisach pozwala im bowiem na publikowanie dowolnych materiałów i na zarabianie na dołączanych do nich reklamach. Interes komercyjny nakazuje przy tym promować w szczególności te materiały, które mogą liczyć na dużą popularność wśród użytkowników, w tym także ośmieszających innych ludzi, obraźliwych, zdobytych w sposób nielegalny – a takie właśnie budzą zwykle największą ciekawość. Liberalne prawo umożliwia firmom również zbieranie informacji o aktywności użytkowników i czerpanie korzyści z kierowanych do nich spersonalizowanych reklam. Prowadzenie działalności komercyjnej w warunkach globalizacji sprawia natomiast, że firmy internetowe nie muszą się stosować do praw obowiązujących na terenie konkretnych państw. Wszystkie te okoliczności powodują, że warunki działania tych firm nie są dla użytkowników jasne i przejrzyste. W takiej sytuacji łatwo o nadużycia, naruszenia praw i swobód obywatelskich oraz takie niepokojące praktyki, jak zbieranie osobistych informacji o użytkownikach i handel danymi (por. Morozov 2013; Lanier 2013). W ostatnich latach głośne stało się niejawne udostępnianie amerykańskiej Narodowej Agencji Bezpieczeństwa (National Security Agency, NSA) informacji zbieranych przez firmy internetowe na temat użytkowników swoich serwisów (program PRISM).

Dominująca pozycja kilku firm internetowych i związane z tym nadużycia to tylko jeden z powodów, dla których opisane wcześniej optymistyczne przewidywania dotyczące sieci nie do końca się urzeczywistniły. Błędne okazało się również przypuszczenie, że ludzie dysponujący dostępem do Internetu staną się w swej masie twórcami różnego rodzaju treści, które będą następnie publikować w Internecie. „W jakiś magiczny sposób samo tylko uzyskanie adresu IP ma nam wszystkim dać przyływ weny, za sprawą której zaczniemy przejawiać działalność twórczą o indywidualnym charakterze” – ironicznie komentuje takie założenie dziennikarz Wojciech Orliński (2013: 182–183). W istocie jednak użytkownicy wykorzystujący Internet w sposób aktywny i twórczy stanowili i stanowią zdecydowaną mniejszość wśród wszystkich internautów. Już w 2006 roku Jakob Nielsen (2006) sformułował swoją zasadę partycypacyjnej

nierówności, zgodnie z którą 90% użytkowników biernie odbiera dostępne w Internecie informacje i nie dodaje nic od siebie, 9% sporadycznie wytwarza własne przekazy i umieszcza je w sieci, a jedynie 1% najaktywniejszych tworzy oryginalne treści w sposób stały i przemyślany. Od tamtego czasu coraz większą popularność zyskiwały wprawdzie serwisy spod znaku Web 2.0, jednak postawy twórcze wśród internautów nie zaczęły być powszechne (por. też Heil i Piskorski 2009). Stosunek procentowy sformułowany przez Nielsena z pewnością się zmienił, nie uległo jednak zmianie uchwycone przez niego zjawisko: aktywnych twórców jest wśród uczestników internetowej komunikacji niewiele, większość internautów pozostaje zaś tradycyjnie rozumianymi odbiorcami, szukającymi w Internecie gotowych produktów, usług i informacji. Jak pisze Mirosław Filiciak (2013: 204): „korzystanie z internetu jest często zaskakująco »telewizyjne«: ogranicza się do rutynowego przeglądania kilku lub kilkunastu stron, a aktywność internauty często nie różni się od aktywności zmieniającego kanały telewidza”. Niewielką skłonność internautów do podejmowania aktywności twórczej w sieci, zwłaszcza systematycznej i pracochłonnej, potwierdzają badania ilościowe<sup>7</sup>. Wynika z nich, że regularną aktywność twórczą (np. pisanie bloga lub prowadzenie własnej strony WWW) podejmuje kilka procent użytkowników, twórczość okazjonalną zaś (wpisy na forach dyskusyjnych, na portalach społecznościowych) – od ok. 25% do ok. 35%. Nie jest to Nielsenowskie 10%, ale nie jest to także większość internautów ani też tak znaczący odsetek, jakiego spodziewali się badacze wiążący z Internetem tak duże niegdyś nadzieje. Jak pisze dalej o internautach Filiciak (2013: 241–242): „zazwyczaj nie dorastają do celów »wyznaczanych« im przez badaczy kultury – oczywiście wyznaczanych im w jak najszlachetniejszych intencjach, co nie powinno przesłaniać faktu, że rzeczywistość do tych oczekiwań nie przystaje”.

Skoro postawy twórcze nie są wśród użytkowników powszechne, to nierealne staje się również oczekiwanie, jakoby cyberprzestrzeń miały wypełniać przede wszystkim treści tworzone przez indywidualnych amatorów i sieci oddolnej współpracy, co zapowiadali np. Henry Jenkins czy Yochai Benkler. Choć Internet rzeczywiście umożliwia takie działania, to ich skala jest w rzeczywistości niezbyt duża, i niewiele zmieniła tu „rewolucja” Web 2.0. Przeciwnie, serwisy, które miały być wypełniane treścią przez „zwykłych ludzi”, stają się polem działania instytucji wyspecjalizowanych w tworzeniu przekazów, które można za przedstawicielami teorii krytycznej nazwać „przemysłem kulturalnym”

<sup>7</sup> W warunkach polskich potwierdzają to np. kolejne edycje badań *Diagnoza Społeczna* (Batorski 2013); dokonywanie rokrocznie od 2005 roku badania *CBOS Internauci* (ostatnie wyniki z 2014 roku) [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K\\_082\\_14.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_082_14.PDF) [dostęp 01.07.2015]; badania *World Internet Project. Poland* z 2012 roku <http://bi.gazeta.pl/im/6/13883/m13883466,WORLD-IINTERNET-PROJECT-2012-RAPORT-WERSJA-POLSKA.pdf> [dostęp 01.07.2015].

(Horkheimer i Adorno 1994: 136–188). Dla przykładu, serwis YouTube, który był początkowo ukierunkowany na publikację amatorskich materiałów wideo, w ostatnich latach przekształcił się w miejsce prezentacji oficjalnych materiałów (Kim 2012). Innym przykładem takiej sytuacji jest Facebook, gdzie najpopularniejsze strony (fanpejdże) są prowadzone przez korporacje lub agencje PR<sup>8</sup>. Swoboda twórcza we współczesnym Internecie – niezależnie od tego, czy twórcami są „przemysły kultury” czy „zwykli ludzie” – stoi w dodatku pod znakiem zapytania. Jak zostało wspomniane wcześniej, „rewolucja” Web 2.0, która miała oddać Internet w ręce użytkowników, doprowadziła w istocie do dominacji kilku komercyjnych serwisów. Z pozoru umożliwiają one internautom publikowanie różnych materiałów, ale – należałoby tu dodać – o ile opłaca się to właścicielom tych serwisów. Wyszukiwarka Google czy serwis Facebook nie są neutralnymi przekąźnikami, ale firmami komercyjnymi, które mogą promować lub blokować pewne treści w zależności od tego, jaka polityka będzie przekładać się na większe zyski. Informacja umieszczona w Internecie nie ma większych szans na rozprzestrzenienie się, jeśli nie zostanie „zauważona” przez najważniejszych pośredników w komunikacji internetowej. Ich monopolistyczna pozycja sprawia zatem, że pełnią one we współczesnym społeczeństwie funkcję „głównego wyłącznika” (*master switch*), czyli instytucji kontrolującej media i nadzorującej obieg informacji (Wu 2011).

Szczególnym przypadkiem, wciąż przywoływanym jako sztandarowy przykład prawdziwie oddolnej współpracy użytkowników w celu stworzenia wspólnego projektu, jest natomiast Wikipedia (a także inne, choć mniej znaczące serwisy wiki). Wikipedię może współtworzyć każdy użytkownik Internetu, a „społeczność wikipedystów” oddolnie wypracowała efektywny system weryfikacji haseł i kontroli jakości tekstów. Dzięki temu wiadomości pojawiające się w Wikipedii są stosunkowo rzetelne. Właścicielem sieciowej encyklopedii jest fundacja WikiMedia, więc jest to projekt niekomercyjny (choć fundacja ta jest w znaczący sposób wspierana przez firmę Google, co budzi niekiedy wątpliwości co do neutralności informacji w Wikipedii). Nie oznacza to jednak, że jest to doskonałe urzeczywistnienie dawnych nadziei cyberoptymistów. Podobnie, jak w przypadku innych form twórczości internetowej, tak też w przypadku Wikipedii aktywnych twórców jest niewielu<sup>9</sup>. Ponadto, sposób ustalania treści haseł, dopuszczania lub eliminowania pewnych wypowiedzi bywa ukierunkowany raczej na uniknięcie sporów niż na ustalenie prawdy czy choćby konsensu,

<sup>8</sup> W pierwszej dziesiątce znajdują się następujące strony: Facebook on Every Phone, Facebook, Cristiano Ronaldo, Shakira, Vin Diesel, Eminem, Coca-Cola, FC Barcelona, Real Madrid, Rihanna. <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/> [dostęp 01.07.2015].

<sup>9</sup> W Polsce sami wikipedyści szacują ich liczbę na ok. 500 osób [https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Spo%C5%82eczno%C5%9B%C4%87\\_wikipedyst%C3%B3w#Jak\\_liczna\\_jest\\_spo.C5.82eczno.C5.9B.C4.87](https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Spo%C5%82eczno%C5%9B%C4%87_wikipedyst%C3%B3w#Jak_liczna_jest_spo.C5.82eczno.C5.9B.C4.87) [dostęp 02.07.2015].

co prowadzi do nieścisłości i przekłamań (Jemielniak 2013). Przy wszystkich jednak zastrzeżeniach w stosunku do Wikipedii, trzeba zauważyć, że wydaje się ona najbardziej znaczącym przykładem ziszczenia się dawnych oczekiwań w stosunku do Internetu, nadziei na swobodne tworzenie i rozpowszechnianie w sieci informacji przez „zwykłych ludzi” dla „zwykłych ludzi”.

Problematyczna staje się natomiast we współczesnym Internecie swoboda w dostępie do informacji, co budziło niegdyś tak wielkie nadzieje. Wydawało się, iż sama techniczna specyfika Internetu uniemożliwia cenzurowanie czy blokowanie informacji. Internet ze swej natury miał być pozbawiony gate-keeperów, tymczasem nie tylko się oni pojawili, ale, co więcej, są nimi prywatne korporacje. Jak wskazuje wspomniany wcześniej ranking popularności witryn internetowych, najważniejszymi sposobami poszukiwania informacji przez użytkowników jest posługiwanie się wyszukiwarką Google lub czerpanie informacji od swoich znajomych zgromadzonych na Facebooku. W tej sytuacji dostęp do informacji jest uzależniony od decyzji prywatnych podmiotów, które rozpatrują, co okaże się dla nich opłacalne. Dochodzą zaś one do wniosku, że najwięcej mogą zarobić na reklamach dołączonych do wiadomości podobnych do tych, które dany użytkownik już kiedyś wyszukiwał. Dlatego wyniki wyszukiwań poprzez Google są od 2009 roku uzależnione od tego, co wcześniej wyszukiwał dany użytkownik; system ten nosi nazwę Page Rank. Jego odpowiednikiem na Facebooku jest natomiast system Edge Rank, który sprawia, że użytkownikowi wyświetlają się tylko te komunikaty, które pochodzą od znajomych uznanych przez serwisowy algorytm za najważniejszych. W efekcie użytkownik może nigdy nie dotrzeć do informacji, które „nie pasują” do jego korporacyjnego profilu zainteresowań utworzonego na podstawie jego wcześniej ujawnionych preferencji. Funkcjonuje w – jak to określa Eli Pariser (2012) – bańce informacyjnej (*filter bubble*), tym szczelniejszej, im więcej pozyskiwanych przez niego informacji przechodzi przez wrota kontrolowane przez internetowych gate-keeperów.

Dyskusyjna wydaje się obecnie również pozytywna rola, jaką odgrywa Internet w mobilizacji ruchów protestu przeciwko polityce autorytarnych reżimów. Narzędzia internetowej komunikacji, których mogą one użyć, znajdują się bowiem w gestii prywatnych korporacji, które decydują, czy bardziej opłacalne jest dla nich wspieranie dysydentów czy też raczej władz (por. Morozov 2011). Istotnie, Twitter, Facebook czy YouTube odegrały najważniejszą rolę podczas Arabskiej Wiosny w 2011 roku. Jednak już w Turcji, gdzie także niedawno doszło do zamieszek, te serwisy na początku 2015 roku zostały najpierw zablokowane, a następnie ich właściciele zawarli ugodę z władzami. Jak zostało wcześniej wspomniane, pełnią one funkcję „głównego wyłącznika”, więc zablokowanie ich czy to przez władze, czy korporacyjnych właścicieli, uniemożliwia *de facto* komunikację pomiędzy buntownikami. Co więcej, decyzje prywatnych

podmiotów mogą również utrudnić czy wręcz uniemożliwić publikowanie „niewygodnych” informacji, czego przykładem jest wzlot i upadek serwisu WikiLeaks. Serwis Juliana Assange’a działał od 2007 roku i ujawniał tajne dokumenty dotyczące między innymi prawdziwych strat cywilnych podczas amerykańskiej interwencji w Afganistanie. Jednak pod koniec 2010 roku wsparcie dla serwisu cofnęły Amazon, PayPal i Apple. Serwis wprawdzie działa dalej, lecz nie ma już takich możliwości ani takiego wpływu jak kilka lat wcześniej (Leigh i Harding 2013). Znamienne wydaje się w tym kontekście, że Edward Snowden, gdy postanowił ujawnić program PRISM, nie uczynił tego za pośrednictwem Internetu, ale mediów tradycyjnych: gazet „The Guardian”, „The New York Times” i „Der Spiegel”.

### **Spoleczeństwo w dobie Internetu – nowa teoria krytyczna?**

Ewolucja Internetu w ostatnich 20 latach ujawniła istnienie pewnych problemów, które dotyczą nie tyle nawet samej sieci i jej użytkowników, ile społeczeństwa, w którym Internet odgrywa znaczącą rolę. Jednym z nich jest komercjalizacja sfery publicznej, czyli forum publicznej debaty dotyczącej kwestii społecznie istotnych. Jak zauważał już niegdyś twórca pojęcia sfery publicznej, Jürgen Habermas (1989), media masowe, które w nowoczesnych społeczeństwach powinny pracować nad jej współtworzeniem, zajmują się głównie pogonią za zyskiem. Zamiast solidnej debaty tradycyjne media dostarczają głównie masowej rozrywki. W tej sytuacji Internet – interaktywny i umożliwiający szeroką wymianę opinii – zdawał się naturalną szansą na odrodzenie sfery publicznej. Tak się jednak nie stało. Serwisy internetowe pośredniczące w kontaktach między użytkownikami są bowiem, podobnie jak wiele tradycyjnych mediów, prywatnymi firmami ukierunkowanymi na zysk. Zarabiają one na reklamach wyświetlających się podczas kolejnych odsłon swojej strony. W naturalny sposób promują zatem to, co trafia w gusty jak najszerzego grona odbiorców, a często są to wulgarne awantury, mowa nienawiści, treści ośmieszające i naruszające godność innych osób. Jak wiadomo, zjawiska te stanowią poważny problem w sieciowych interakcjach, co może wynikać z faktu, iż ludzie podczas używania Internetu stają się bardziej impulsywni i agresywni, mniej konformistyczni wobec norm społecznych, mniej łagodni i uprzejmi (por. Aboujaoude 2012). Portale i serwisy społecznościowe nie tylko nie starają się zapobiegać tym zjawiskom, ale często wręcz je stymulują. Jak to ujął swego czasu Jacek Żakowski (2009): „eliminacja chamstwa i prostactwa zniechęciłaby chamów i prostaków do korzystania z portali czy stron przestrzegających zasad kulturalnej rozmowy i naraziłaby właścicieli na straty”, bo przecież „każde kliknięcie to jakiś ułamek grosika w cenie reklam i wartości portalu”.

Komercjalizacja komunikacji internetowej ma też innego rodzaju niekorzystne reperkusje, jeśli chodzi o możliwość budowy za pomocą Internetu sfery publicznej. Wiązą się one ze wspomnianymi przez Parisera „bankami informacyjnymi” i rozbiciem zbiorowości internautów na szereg odseparowanych od siebie nisz, które nie tylko przestają się komunikować ze sobą, ale wręcz mogą nie wiedzieć wzajemnie o swoim istnieniu. Zamiast jednej agory publicznej mamy w tej sytuacji raczej do czynienia z setkami małych „placyków” mających charakter – jak to ujęła Agnieszka Rothert (2001: 31) w czasach, gdy te problemy dopiero się zarysowywały – „zamkniętych społeczności obywateli jednomyślnych – półprywatnych mikroświatów nie angażujących się w wymianę informacji z mającymi inne poglądy internautami”. Przebywanie w tych odrębnych mikroświatach uniemożliwia przeżywanie wspólnych doświadczeń i narusza poczucie wspólnoty. To zaś ma daleko idące społeczne konsekwencje: potęguje opisywany wielokrotnie przez współczesną socjologię problem rozbicia społeczeństwa i trudność w znalezieniu tego, co może łączyć rozproszone jednostki w większą całość (por. Touraine 2013). Oznacza to również kryzys władzy opartej na – jak to ujmował Michel Foucault (1998, 2002) – wytwarzaniu i kontrolowaniu dyskursów; kiedy bowiem społeczeństwo ulega rozbiciu i fragmentacji, przestaje być możliwe wytworzenie dyskursu dostępnego i zrozumiałego dla wszystkich ludzi w społeczeństwie. Jest to szczególnie groźne dla współczesnych społeczeństw demokratycznych, które z założenia muszą opierać się na pewnej wiedzy i znaczeniach, które są znane wszystkim członkom społeczeństwa. Okazuje się zatem, że Internet, który miał wspierać demokrację, przyczynia się do jej kryzysu.

Problem ten jest również efektem nasilania się tendencji indywidualistycznych we współczesnym społeczeństwie. Zostały one zapoczątkowane wraz z pojawieniem się społeczeństwa nowoczesnego, ale początkowo oznaczały przede wszystkim emancypację jednostek i swobodę przyłączania się ich do szerszych wspólnot ludzi mających podobne cele; natomiast obecnie są ukierunkowane na ekspresję oryginalnych i wyjątkowych cech każdej jednostki, takich, które pozwalają jej odróżnić się od innych. Wyzwaniem, przed którym staje każda jednostka ludzka, jest refleksyjne rozpoznanie i wyrażenie siebie. Takie zainteresowanie samym sobą, nieustanna troska o własną autentyczność i niepowtarzalność, zabieganie o widzów, którzy zechcieliby oglądać jednoosobowy performance konstruowania i wyrażania tożsamości – mogą przybierać formę niemalże narcyzmu (por. Lasch 1976). Tym tendencjom sprzyja zaś komunikacja internetowa, a zwłaszcza serwisy społecznościowe, których użytkownicy mogą z dużą swobodą kreować i pielęgnować swoje wizerunki. Jak zauważa Mirosława Marody (2015: 248), w tych warunkach zmieniają się kryteria sukcesu i uznania społecznego – atrakcyjność i pozycja jednostki stają się pochodną wrażeń, jakie jest ona w stanie wywołać u innych, natomiast takie tradycyjne

kryteria sukcesu, jak osobiste zasługi i osiągnięcia, przestają mieć większe znaczenie.

Według psychiatry Eliasa Aboujaoude (2012) użytkownicy Internetu miewają często skłonność do wyolbrzymionej wiary we własne możliwości, w swoją szczególną rolę w świecie, a kreując w sieci swoje idealne „ja” zaczynają w nie wierzyć. Tym urojeniom wielkościowym towarzyszy często lęk przed wejściem w relacje w innymi ludźmi. Dlatego też formy uspołecznienia, w które ludzie gotowi są wejść, są nietrwałe, zmienne i mało angażujące, a także skoncentrowane na pojedynczych, wycinkowych kwestiach (por. Szlendak 2006; Olcoń-Kubicka 2009). Z drugiej jednak strony, lęk przed samotnością, przed byciem niezauważanym, przed wykluczeniem i brakiem łączności z innymi ludźmi jest jednym z najpoważniejszych lęków współczesnego człowieka. Z tego powodu ludzie mogą zwracać się w stronę technologii – w tym także Internetu – która pozwala pozostawać w związkach z innymi, ale przy zachowaniu bezpiecznego dystansu (por. Turkle 2013).

Kolejnym poważnym problemem społecznym, który ujawnia się przy okazji rozważań nad współczesnym Internetem, są kwestie inwigilacji, kontroli i odgórnego nadzoru nad poczynaniami ludzi. Wpisują się one w szerszy trend, jakim jest dążenie do zbierania jak największej ilości różnego rodzaju informacji na temat poszczególnych jednostek. Jest to istotne dla administracji państwowej, służb zajmujących się bezpieczeństwem, pracodawców, a także dla firm prywatnych (por. Lyon 2007). Wszystkie te instytucje starają się różnymi sposobami zbierać informacje o tym, co ludzie robią, i wyciągać na tej podstawie wnioski na temat tego, kim oni są, jakie są ich upodobania i motywacje, oraz jakie mogą być ich przyszłe zachowania. Nie jest to oczywiście zjawisko nowe; gromadzenie i posiadanie informacji zawsze było istotną prerogatywą władzy (por. Foucault 1998). Zyskało ono jednak nowy wymiar wraz z upowszechnieniem się komputerów, dzięki którym stało się możliwe pozyskiwanie, archiwizowanie i analizowanie ogromnych ilości danych (co określa się często jako *Big Data*). Ważnym źródłem tych danych stał się zaś oczywiście Internet, z którego ludzie masowo obecnie korzystają ujawniając przy tym – świadomie bądź nie – mnóstwo informacji o sobie. Przemiany technologiczne i społeczne zmieniły też sposób myślenia o inwigilacji i nadzorze. O ile w swej klasycznej postaci nadzór przybierał formę Panoptykonu – sytuacji, w której pozostająca poza zasięgiem kontroli władza obserwuje poddanych jej ludzi, którzy są tego świadomi, o tyle obecnie mamy raczej do czynienia z nadzorem „aksamitnym” – niewidocznym i niezbyt dotkliwym dla nadzorowanych. Co więcej, nadzorowani ludzie mogą mieć poczucie nieograniczonej swobody poczynać; niewidzialnej kontroli towarzyszy bowiem widzialna (choć często pewnie złudna) wolność. Zygmunt Bauman nazywa to zjawisko płynną inwigilacją (Bauman i Lyon 2013). Jest ona elementem współczesnych czasów, które Bauman określa jako



płynną nowoczesność, i podobnie jak ona, współczesna inwigilacja także jest zmienna, niestabilna, niemożliwa do jednoznacznego uchwycenia i pozbawiona trwałej struktury. „Rozlewa się” na różne aspekty życia społecznego, jest elastyczna, mobilna i na swój sposób atrakcyjna dla inwigilowanych, którzy często sami dostarczają informacji o sobie, np. ujawniając różnorodne szczegóły ze swojego prywatnego życia w serwisie społecznościowym, do czego zachęca ich właściciel tego serwisu. W tym sensie można powiedzieć, że sami wykonują oni pracę inwigilacyjną. Jak zauważa bowiem Bauman, bycie obserwowanym przestało być źródłem niepokoju, a przerodziło się w pokusę. Wystawianie się na widok publiczny współgra z zabieganiem o uznanie społeczne i pozwala odsunąć od siebie groźbę wykluczenia (Bauman i Lyon 2013: 40). Jak bowiem zostało wspomniane wcześniej, pozycja społeczna jednostki i jej uznanie w oczach innych ludzi zależą od jej widoczności i zdolności autopromocyjnych. Prywatność i osobiste sekrety przestały być w tej sytuacji wartością, a stały się obciążeniem.

Historia Internetu jednak nie tylko ukazała istotne współcześnie problemy społeczne, ale również przyniosła pewne nadzieje. To prawda, że niewiele spełniło się z romantycznych marzeń i oczekiwań badaczy i komentatorów zafascynowanych siecią we wczesnym okresie jej rozwoju. Nie oznacza to jednak, że prace Rheingolda, Jenkinsa czy Benklera nie uchwyciły pewnych ważnych zjawisk, które również stają się znakiem naszych czasów, choć pewnie nie mają takiego zasięgu i znaczenia, jak chcieliby ci autorzy. Jednym z nich są sieci bezinteresownej współpracy, które istniały i z pewnością istnieją nadal, na co wskazuje nie tylko wspomniany fenomen Wikipedii, ale także inne oddolnie tworzone serwisy informacyjne czy fanowskie. Choć nie stanowią one w Internecie dominującej siły, to wskazują na pewne realnie istniejące w społeczeństwie tendencje, jak uwolnienie jednostkowego potencjału kreatywności czy dążenie do podejmowania wspólnych działań wraz z innymi ludźmi. Wskazuje na to zresztą również sukces takich komercyjnych serwisów jak Facebook, Twitter czy YouTube, które potrafiły umiejętnie zdyskontować te właśnie dążenia.

Trzeba bowiem pamiętać, że w społeczeństwie niewątpliwie zindywidualizowanym człowiek wciąż pozostaje „istotą społeczną”, nie przestaje dążyć do kontaktów z innymi ludźmi, choć coraz częściej odbywa się to na jego własnych zasadach i przy uwzględnieniu jego autonomii i prywatności. Manuel Castells (2003) i Barry Wellman (2012) uważają, że coraz bardziej znacząca współcześnie forma uspołecznienia – indywidualizm sieciowy – opiera się właśnie na pojedynczych jednostkach, które same decydują, z kim, kiedy i na jakich warunkach wejdą w relacje. Procesy indywidualizacji i sieciowych form uspołecznienia nie okazują się zatem przeciwstawne, a komplementarne. Internet jest przy tym istotnym narzędziem, którym jednostki się posługują, gdy budują swoją indywidualną sieć relacji i zarządzają nią. Dzięki Internetowi jednostki mogą się też porozumiewać bezpośrednio, bez ograniczeń nie tylko przestrzeni, ale

także statusu i tradycyjnych konwenansów. Jest to tym istotniejsze, że Internet wzmacnia niezależność i samoświadomość jednostek (por. Thompson 2014). W efekcie łatwo mogą się rozprzestrzeniać informacje i innowacje. Wyposażona w dostęp do Internetu „superwzmocniona jednostka” (jak ją określił niegdyś Friedman – 2001: 41) może zatem również wywierać wpływ na całe społeczeństwa: jest zdolna – jeśli tylko jej działanie trafi na podatny grunt – wywołać rewolucję, ale też – jak komputerowi włamywacze – zdestabilizować działania wielkich firm. Nie zdarza się to oczywiście powszechnie, ale sama taka możliwość wprowadza w stosunki społeczne istotną różnicę.

Problemy i nadzieje, które ujawniła dotychczasowa ewolucja Internetu i które dotyczą społeczeństwa początku XXI wieku, można – w wielkim uproszczeniu – opisać jako napięcie pomiędzy tendencjami prowadzącymi do rozproszenia społeczeństwa i tendencjami do ogarnięcia hiperindywidualistycznego chaosu poprzez nadzór i kontrolę (por. Krzysztofek 2014). Z jednej strony Internet wzmacnia indywidualność i autonomię jednostek (co bywa oceniane zarówno pozytywnie, jak i negatywnie), a z drugiej staje się niezwykle istotnym sposobem na pozyskiwanie i gromadzenie danych o ludziach, co może naruszać ich wolność i prywatność. Internet bywa więc krytykowany za sprzyjanie indywidualizacji, co jest groźne dla demokracji i stabilności społeczeństw, ale zwraca się również uwagę na to, że monopolistyczna pozycja komercyjnych serwisów w komunikacji internetowej ogranicza w istocie wolność, a ich współpraca z instytucjami politycznymi (jak miało to miejsce w przypadku programu PRISM) może okazać się niebezpieczna dla pojedynczych jednostek. Co więcej, instytucje zajmujące się niewidzialną inwigilacją i kontrolą – czy to państwowe organa bezpieczeństwa, czy to firmy zbierające informacje na temat swoich klientów, czy serwisy monitorujące internetową aktywność użytkowników – ukrywają te swoje działania za zasłoną pozornej wolności. Utrzymując ludzi w przekonaniu o nieograniczonych swobodach i możliwościach, które oferuje zwłaszcza Internet, zbierają w istocie ich dane i wykorzystują je dla swoich własnych celów politycznych lub komercyjnych. Korzystając ze swej informacyjnej przewagi, mogą również narzucać innym określony obraz rzeczywistości. Trzymając bowiem pieczę nad węzłowymi punktami systemu komunikacyjnego, czyli we współczesnym społeczeństwie najważniejszymi serwisami internetowymi i systemami *Big Data*, zyskują kontrolę nad wytwarzaniem określonych dyskursów i wiedzy, a to – jak wiadomo przynajmniej od czasów Michela Foucault – zapewnia władzę, ponieważ kształtuje wśród ludzi pewne sposoby myślenia o świecie (por. Innis 1991; Foucault 2002). Łatwo zatem o wniosek, że tak jak media masowe narzucały określony obraz rzeczywistości członkom społeczeństwa masowego, tak też manipulować umysłami i zachowaniami będą obecnie np. Google czy Facebook. Nie chodzi tu jednak o konkretne treści przekazywane za ich pośrednictwem, bo – jak zostało wspomniane wcześniej – ich

różnorodność prowadzi raczej do społecznej fragmentacji niż do ujednoczenia społeczeństwa za pomocą uniwersalnych dyskursów; chodzi raczej o pewien sposób myślenia, który wiąże się z dominacją tych serwisów.

Jest to jedna z wielu przesłanek do sformułowania krytycznego opisu współczesnego społeczeństwa, w którym poczesne miejsce zajmuje Internet i inne nowoczesne technologie komunikacyjno-informacyjne, a być może nawet współczesnej teorii krytycznej. Klasyczna już dziś, teoria krytyczna Szkoły Frankfurckiej może stanowić tu pewną inspirację, choć oczywiście nie można mechanicznie przenieść tamtej krytyki na współczesne realia. Odnosiła się ona bowiem do zupełnie innego społeczeństwa i innych problemów. Przedmiotem krytyki ze strony Szkoły Frankfurckiej były realia przemysłowego kapitalizmu, biurokratycznej racjonalizacji, opresyjnej władzy zniewalającej umysły, kultury masowej, formatowania i uniformizacji jednostek, które chłonąc bezmyślną rozrywkę traciły świadomość swojej rzeczywistej sytuacji i szanse na prawdziwie ludzki rozwój (por. Horkheimer i Adorno 1994; Marcuse 1991). Pojawia się tu pytanie, czy można potraktować tamtą krytykę za wzór dla przeprowadzenia krytyki współczesnego hiperindywidualistycznego społeczeństwa, zorientowanego z jednej strony na jednostkową autonomię i samorealizację, a na niewidzialny nadzór z drugiej. Czy problemy, które stają się obecnie zauważalne, są rzeczywiście jakościowo nowe, czy też są to dawne problemy w nowym wydaniu (i dotyczą starych kwestii, jak np. nierówności społeczne, dominacja ekonomicznych aspektów rzeczywistości nad innymi, „ubóstwienie” nauki i techniki)? Czy obecny kapitalizm, w którym głównej roli nie odgrywa kapitał, a dostęp do informacji, zasługuje na podobną krytykę, jak ta, którą sformułowała Szkoła Frankfurcka? Czy media oparte na masowej komunikacji zindywidualizowanej są równie skuteczne w formatowaniu umysłów, co tradycyjne media masowe, i czy w warunkach społecznej fragmentacji takie formatowanie jest w ogóle możliwe? Czy jest sens krytykować władzę, która także poprzez kontrolę nad dyskursem trzymała w społeczeństwie masowym „rząd dusz”, w sytuacji, gdy różne sposoby sprawowania władzy są od siebie wzajemnie uzależnione (por. Castells 2013b), a przemiany społeczne prowadzą do bezprecedensowego wzrostu poziomu zamożności, świadomości i mobilności jednostek, co przekłada się na osłabienie różnych form władzy (Naím 2013)? Na czym miałyby polegać emancypacja jednostek, gdy wśród ludzi panuje poczucie nieograniczonej wolności? I czy – oraz ewentualnie jak – musiałyby być ona powiązana z Internetem? I jak mogłyby sobie poradzić z takimi teoretycznymi wyzwaniem socjologia, która wciąż poszukuje dróg wyjścia z kryzysu, w jakim znalazła się po wyczerpaniu teoretycznej formuły funkcjonalizmu (por. Szacki 2002: 861–880)?

Są to oczywiście pytania znacznie wykraczające poza tematykę i objętość niniejszego artykułu. Warto jednak zwrócić na nie uwagę, gdyż będzie musiała się

z nimi zmierzyć nie tylko socjologia Internetu, ale każdy rodzaj socjologicznego namysłu, jeśli tylko miałby on wyjść poza czysto faktograficzny opis bieżących zjawisk. Być może jednym z ciekawych tropów wskazujących drogę, którą mogłaby podążyć współczesna teoria krytyczna, jest wykorzystywana przez Szkołę Frankfurcką, zapożyczona od Karola Marksa kategoria świadomości fałszywej. Można tu dostrzec bowiem pewną paralelę: tak jak fabryczny proletariat nie był świadomy swoich rzeczywistych interesów i jak członkowie społeczeństwa masowego nie mieli świadomości opresyjnego charakteru stosunków międzyludzkich i ideologicznych mechanizmów zniewalania świadomości, tak członkowie współczesnego społeczeństwa nie dostrzegają, że widzialna wolność jest jedynie fasadą, za którą kryje się niewidzialna kontrola. Nie dostrzegają również tego, kto sprawuje tę kontrolę. Łatwo można bowiem ulec przeświadczeniu, że władzę obecnie sprawują bliżej nieokreślone, bezosobowe „dyskursy” i nie dostrzec tego, kto je wytwarza. Tymczasem – jak zauważa Andrzej Zybertowicz (2015: 370–371) „podmiot posiadający wpływ na kluczowe węzły komunikacji (stacje RTV, największe portale Internetu, najlepsze systemy *Big Data*) może określać niektóre warunki brzegowe działania władzy bez podmiotu (a w każdym razie jawiącej się jako taka), by realizować swoje interesy”.

Jest to, rzecz jasna, tylko jeden z wielu możliwych pomysłów na to, jak zorganizować liczne głosy krytyczne w stosunku do dzisiejszego Internetu i – szerzej – do współczesnego społeczeństwa. Rozwój Internetu na przestrzeni ostatnich 20 lat ujawnił bowiem wiele problemów, które dotyczą po prostu współczesnego społeczeństwa *per se*. Wskazuje również na to, przed jakimi wyzwaniem stoi współczesna socjologia. Internet bowiem jest na tyle ważnym elementem rzeczywistości społecznej początku XXI wieku, że wydaje się, iż nie można prowadzić socjologicznych rozważań bez jego uwzględnienia. Dlatego też wskazanie pewnych reperkusji jego funkcjonowania w społeczeństwie jest – w pełnym znaczeniu tego słowa – refleksją socjologiczną.

## Literatura

- Aboujaoude, Elias. 2012. *Wirtualna osobowość naszych czasów. Mroczna strona e-osobowości*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Barabási, Albert-László i Eric Bonabeau. 2003. *Scale-Free Networks*. „Scientific American” 288: 50–59.
- Batorski, Dominik. 2013. *Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania*. <http://ce.vizja.pl/en/issues/volume/7/issue/4#art316> [dostęp 30.06.2015].
- Battelle, John. 2006. *Szukaj. Jak google i konkurencja wywołali biznesową i kulturową rewolucję*. Warszawa: WN PWN.

- Bauman, Zygmunt i David Lyon. 2013. *Płynna inwigilacja. Rozmowy*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Benkler, Yochai. 2008. *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*. Warszawa: WAIp.
- Bollier, David. 2001. *Public Assets, Private Profits. Reclaiming the American Commons in the Age of Market Enclosure*. Washington DC: New America Foundation.
- Castells, Manuel. 2003. *Galaktyka Internetu. Refleksje nad biznesem, Internetem i społeczeństwem*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Rebis.
- Castells, Manuel. 2013a. *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze internetu*. Tłum. O. Siara. Warszawa: WN PWN.
- Castells, Manuel. 2013b. *Władza komunikacji*. Tłum. P. Tomanek, J. Jedliński. Warszawa: WN PWN.
- Dyson, Esther. 1999. *Wersja 2.0. Przepis na życie w epoce cyfrowej*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Filiciak, Mirosław. 2013. *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Foucault, Michel. 1998. *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*. Tłum. T. Komen-dant. Warszawa: Aletheia.
- Foucault, Michel. 2002. *Porządek dyskursu*. Tłum. M. Kozłowski. Gdańsk: Słowo, obraz, terytoria.
- Friedman, Thomas L. 2001. *Lexus i drzewo oliwne. Zrozumieć globalizację*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Rebis.
- Friedman, Thomas L. 2006. *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Rebis.
- Gillmor, Dan. 2004. *We the Media. Grassroots Journalism By the People, For the People*. O'Reilly Media.
- Habermas, Jürgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge.
- Heil, Bill i Jan Mikolaj Piskorski. 2009. *New Twitter Research. Men Follow Men and Nobody Tweets*. „Harvard Business Review”, June 2009. <https://hbr.org/2009/06/new-twitter-research-men-follo> [dostęp 03.07.2015].
- Himanen, Pekka. 2001. *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House Trade Publishers.
- Horkheimer, Max i Theodor Adorno. 1994. *Dialektyka Oświecenia. Fragmenty filozoficzne*. Tłum. M. Łukasiewicz. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Innis, Harold. 1991. *The Bias of Communication*. University of Toronto Press.
- Jawłowska, Aldona. 1975. *Drogi kontrkultury*. Warszawa: PIW.
- Jemieliński, Dariusz. 2013. *Życie wirtualnych dzikich. Netnografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*. Warszawa: Poltext.
- Jenkins, Henry. 2007. *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak. Warszawa: WAIp.
- Kerckhove, Derrick de. 2001. *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*. Tłum. A. Hildebrandt. Warszawa: MIKOM.

- Kim, Jin. 2012. *The Institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content*. „Media Culture Society” vol. 34, nr 1: 53–67.
- Krzysztofek, Kazimierz. 2014. *Spoleczeństwo w XXI wieku: rozproszenie i nadzór. Analiza dwóch trendów*. „Studia Socjologiczne” nr 1: 19–44.
- Lanier, Jaron. 2013. *Who Owns the Future?*. New York: Simon & Schuster.
- Lasch, Christopher. 1976. *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton & Company Inc.
- Leigh, David, Luke Harding. 2013. *WikiLeaks Inside Julian Assange’s War on Secrecy*. London: Guardian Books and Faber&Faber.
- Levine, Robert. 2012. *Free Ride. How Digital Parasites Are Destroying the Culture Business and How the Culture Business Can Fight Back*. New York: Anchor Books.
- Lévy, Pierre. 2000. *Collective Intelligence: Mankind’s Emerging World in Cyberspace*. New York.
- Lyon, David. 2007. *Surveillance Studies. An Overview*. Cambridge: Polity.
- Marcuse, Herbert. 1991. *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*. Tłum. W. Gromczyński. Warszawa: PWN.
- Marody, Mirosława. 2015. *Jednostka po nowoczesności. Perspektywa socjologiczna*. Warszawa: Scholar.
- Merton, Robert. 2002. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Tłum. E. Morawska, J. Wertenstein-Żuławski. Warszawa: WN PWN.
- Morozov, Evgeny. 2011. *The Net Dilusion. The Dark Side of Internet Freedom*. London: Penguin Books.
- Morozov, Evgeny. 2013. *To Save Everything, Click Here. Technology, Solutionism and the Urge to Fix Problems that Don’t Exist*. London: Penguin Books.
- Naím, Moisés. 2013. *The End of Power: From Boardrooms to Battlefields and Churches to States, Why Being In Charge Isn’t What It Used to Be*. Basic Books.
- Nielsen, Jakob. 2006. *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*, [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html) [dostęp 30.06.2015].
- Olcoń-Kubicka, Marta. 2009. *Indywidualizacja a nowe formy wspólnotowości*. Warszawa: Scholar.
- O’Reilly, Tim. 2007. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. „Communications & Strategies” 65: 17–37.
- Orliński, Wojciech. 2013. *Internet. Czas się bać*. Warszawa: Agora SA.
- Pariser, Eli. 2012. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing How We Read and What We Think*. Penguin Books.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge.
- Rheingold, Howard. 2002. *Smart Mobs. The Next Social Revolution. Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*. Cambridge: Basic Books.
- Roszak, Theodore. 1995. *The Making of the Counter Culture*. University of California Press.
- Rother, Agnieszka. 2001. *Demo-net. Wirtualna projekcja rzeczywistości*. Warszawa: Scholar.
- Szacki, Jerzy. 2002. *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: WN PWN.

- Szlendak, Tomasz. 2006. *Nefemerydy w Morzu Sieciowym. Ucieczka emocji z klatki postprywatności*. „Kultura i społeczeństwo” 1–2: 105–128.
- Tapscott, Don, Anthony D. Williams. 2008. *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*. Warszawa: WAIp.
- Thompson, Clive. 2014. *Smarter Than You Think: How Technology Is Changing Our Minds for the Better*. New York: Penguin Books.
- Touraine, Alain. 2013. *La Fin des Sociétés*. Paris: Seuil.
- Turkle, Sherry. 2013. *Samotni razem. Dlaczego oczekujemy więcej od zdobycy techniki, a mniej od siebie nawzajem*. Tłum. M. Cierpisz. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Shirky, Clay. 2010. *Cognitive Surplus. How Technology Makes Consumers into Collaborators*. New York.
- Stoll, Clifford. 2000. *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Rebis.
- Wellman, Barry i Lee Rainie. 2012. *Networked. The New Social Operating System*. Massachusetts: The MIT Press.
- Wu, Tim. 2011. *The Master Switch. The Rise and Fall of Information Empires*. New York: Vintage Books.
- Zybertowicz, Andrzej. 2015. *Technonauka i przyszłość władzy*. W: A. Zybertowicz i in. (red.). *Samobójstwo Oświecenia? Jak neuronauka i nowe technologie pustoszą ludzki świat*. Kraków: Wydawnictwo Kasper, s. 357–410.
- Żakowski, Jacek. 2009. *Chamstwo hula w internecie*. „Gazeta Wyborcza” 10.08.2009. [http://wyborcza.pl/1,75968,6910142,Chamstwo\\_hula\\_w\\_internecie.html](http://wyborcza.pl/1,75968,6910142,Chamstwo_hula_w_internecie.html) [dostęp 18.11.2015].

## The Internet in Social Life: Expectations, Concerns, Critique

### Summary

Proliferation of the Internet in social life aroused great hopes. The Internet was expected to democratize the process of creating and accessing information, as well as to enhance the activity in social and political matters. These expectations were not fulfilled, because a large part of communication on the Web was mediated by private businesses, whose main goal is financial gain. To this purpose, they may collect data regarding their users, infringe on their goods, limit the users' access to information and make the social mobilization and protests against power more difficult. Contemporary Internet is, therefore, different from what had been imagined in the beginning of its popularity. This brings to light many important social problems, such as commercialization of public life, fragmentation and dispersion of societies, invigilation and elaborate surveillance over individuals. A question arises, whether contemporary society does not need a new, critical theoretical approach.

Key words: Internet, culture of the Internet, communication network, individualism, surveillance