

# Renata Dopierała

---

## Internetowe manifestacje prywatności

---

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (3), 105-127

---

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

RENATA DOPIERAŁA

Uniwersytet Łódzki

renata\_dopierala@poczta.onet.pl

## INTERNETOWE MANIFESTACJE PRYWATNOŚCI

Współczesną kulturę często określa się jako „kulturę spowiedniczą” (Bauman 2004)<sup>1</sup>, „kulturę obnażania” (McNair 2004)<sup>2</sup>, którą rządzi zasada powszechnego ujawniania (Środa 2000). Wspólnym elementem tych diagnoz jest przekonanie, że tematy uznawane za prywatne pojawiają się w publicznej przestrzeni, przekraczając tym samym kulturowo ustalone granice oddzielające dziedzinę spraw prywatnych i publicznych. Przesunięciu temu towarzyszą najczęściej wartościujące sądy wskazujące na naruszanie norm obyczajowych (zanikanie poczucia przyzwoitości i wstydu) oraz znoszenie kulturowego tabu.

Zarówno kultura obnażania, jak i kultura spowiednicza wymaga istnienia dwóch komplementarnych elementów: tych, którzy wystawiają swoją prywatność na publicznej scenie oraz tych, którzy stanowią odbiorców tego przedstawienia. Forum po-

---

<sup>1</sup> Według Zygmunta Baumana dzisiejsza kultura czyni „spowiedź” powszechną niemal powinnością towarzyską, dodatkowo wszelkie sprawy interpersonalne mają w publicznych wyznaniach wyższy status niż sprawy obywatelskie. Telewizja jest idealnym miejscem pozwalającym na publiczne zaistnienie, co stało się możliwe dzięki procesowi demokratyzacji kultury, ale też przemianom w obrębie samego medium. Jak konstatuje autor, „w profesjonalne [...] zainstalowano dziś mikrofony, głośniki i kamery telewizyjne przekazujące obrazy wprost na gigantyczne ekrany na ulicach rozstawione. Miejsce wyznań intymnych jest dziś na placach publicznych. Tam, gdzie można je dobrze usłyszeć i wyraźnie – najlepiej w powiększeniu i w zwolnionym tempie – obejrzeć” (Bauman, 2004: 9).

<sup>2</sup> Brian McNair za podstawowe cechy kultury obnażania uznaje medialną dostępność seksu, nagości i ekshibicjonizm zauważalne w społeczeństwach kapitalistycznych. Nie ogranicza się ona jednak jedynie do aspektu seksualności, gdyż jest elementem składowym szerszego procesu związanego z tendencją do publicznego ujawniania, która rozpowszechniła się w mediach zachodnich w latach 90. XX wieku. Kultura obnażania jest, z tego względu, uważana za pochodną działalności środków przekazu, i obejmuje te sytuacje (formy i konteksty), w których jednostki nie będące znanymi osobami domagają się przestrzeni medialnej dla mówienia o swoich sprawach; „kulturę obnażania w tym znaczeniu znajdziemy w zwierzeniowych »talk-show« i dyskusjach, filmach dokumentalnych i »docu-soap« [...] w mediach drukowanych i w internecie – we wszystkich zakątkach przestrzeni zapośredniczonej przez środki przekazu, gdzie ludzie rozmawiają o różnych aspektach własnej i cudzej seksualności lub ujawniają je w jakiś inny sposób” (McNair 2004: 180).

zwalającym spotkać się – nazwanym z pewnym uproszczeniem – postawom ekshibicjonistycznym i voyeurystycznym są media, które z jednej strony udostępniają swoją przestrzeń dla kwestii związanych ze sferą życia prywatnego, z drugiej zaś umożliwiają ich przyswajanie zainteresowanemu takim przekazem audytorium. Zdaniem Kingi Dunin

[...] demokratyzacja prawa do publicznego ujawniania swojej prywatności pobudzona została przez media nie tylko poprzez udostępnienie swojej przestrzeni dla tej tematyki, ale także dzięki rosnącej interaktywności. Dzwonić do nas, piszcie, przysyłajcie e-maile. Nic bardziej nie legitymizuje społecznego i demokratycznego charakteru mediów niż autentyczne głosy słuchaczy, widzów, czytelników. Prywatyzacja przestrzeni mediów wiąże się także z nową stylizacją nadawcy (Dunin 2001: 35)

W tym kontekście szczególną rolę odgrywa internet<sup>3</sup>. Po pierwsze, w swoim ontologicznym wymiarze jest on uznawany za najbardziej „zindywidualizowane” medium; Barry Wellman i Bernie Hogan (2005: 45) tak charakteryzują tę właściwość:

[...] większość systemów operacyjnych umożliwia dziś każdemu użytkownikowi stworzenie własnych ustawień, konfigurację kont poczty elektronicznej i wybór estetyki pulpitu. Konta w komunikatorach internetowych są przypisane do osoby, a nie domu czy konkretnego komputera. Wszechobecna komputeryzacja może wkrótce umożliwić sytuację, w której użytkownik będzie mógł logować się na dowolnym urządzeniu komunikacyjnym, które rozpozna jego tożsamość, miejsce pobytu, preferencje. Taka personalizacja [...] sprzyja społecznemu przejściu od łączności miejsce–z-miejscem (wybrany komputer) do łączności osoba–z-osobą (konto wybranego użytkownika).

Wiąże się z tym także zmiana charakteru komunikacji, która łączy masowy zasięg z jednostkowym trybem komunikowania. Po drugie, sieć tworzy kolejną – w stosunku do tradycyjnych mediów – łatwo dostępną przestrzeń, którą można zapełnić indywidualnymi przekazami; pozwala ona na ekspozycję treści uznawanych za prywatne, dzięki wykorzystaniu słowa, dźwięku, obrazu. Jednocześnie, po trzecie, internet ingeruje w prywatność, głównie poprzez możliwość gromadzenia i wykorzystywania informacji na temat użytkowników go jednostek przez różne instytucje. Omówieniu tych zagadnień jest poświęcony niniejszy tekst.

## **Prywatne/publiczne jako kategorie opisu rzeczywistości**

Etymologicznie termin „prywatność” wywodzi się od łacińskiego słowa *privus*, co oznacza „wolny od”, „własny”, „pojedynczy” (*Słownik łacińsko-polski* 1967), z którego

<sup>3</sup> Internet określany jest jako sieć, globalna infrastruktura informacyjna (medium pozwalające na przepływ informacji), cyberprzestrzeń (Jeran 2004: 179). Z technicznego punktu widzenia jest to „sieć sieci” łącząca mniejsze i większe, publiczne i prywatne sieci obejmujące różne obszary geograficzne i społeczne. Także Sieńko (2002: 37–38) definiuje internet jako międzynarodową sieć sieci komputerowych opartych o protokoły TCP (*Transmission Control Protocol*) i IP (*Internet Protocol*), ale też jako społeczność osób używających sieci oraz zbiór znajdujących się w nim zasobów. Suszczyński (2002: 529) postrzega internet jako „gigantyczny hipertekst” – przestrzeń informacji powiązanych odsyłaczami. Cyberprzestrzeń to z kolei społeczna przestrzeń internetu, społeczny aspekt związany z zagadnieniem funkcjonowania kultury, komunikowania się społeczności.

wykształcił się przymiotnik *privatus* (prywatny) stosowany do określenia np. osoby nie pełniącej publicznych funkcji, ale także prywatnej własności. *Słownik psychologii* określa termin „prywatny” (tożsamy z formą „osobisty”) jako po pierwsze, dotyczący jednostki, odnoszący się do osoby, a także do tego, co nie jest wspólne – byłoby zatem partykularne w szerokim sensie. Po drugie, prywatny to tyle, co należący do jednostki, np. prywatna posiadłość lub inna forma własności także symbolicznej, w końcu trzecie znaczenie wskazuje na określony – wewnętrzny i subiektywny – stan (Reber 2000: 559). Pojawiające się w tych charakterystykach odniesienia do jednostki pozwalają określić je mianem indywidualnych, stąd terminy „prywatność” i „indywidualność” będą w tekście stosowanie wymienne.

Definicje te pokazują, że prywatność jest zjawiskiem wielowymiarowym, złożonym, dlatego też istnieje kilka sposobów jej opisu. Charakterystyka prywatności jako komponentu dychotomii prywatne/publiczne jest dokonywana przez opozycję do elementu publicznego. Jeff Weintraub (1997) analizując występujące w literaturze różne rozumienia członów omawianej dystynkcji, zauważa, że dają się one sprowadzić do dwóch podstawowych znaczeń. Jest to po pierwsze kontrast między tym, co indywidualne lub należące tylko do jednostki i tym, co kolektywne lub wywierające wpływ na zbiorowość; w drugim ujęciu to, co jest ukryte lub „wycofane” *versus* to, co otwarte, odsłonięte, dostępne<sup>4</sup>. Zgodnie z tym ostatnim „publiczne” jest utożsamiane z tym, co daje się zaobserwować, co dzieje się na oczach innych, „prywatne” natomiast oznacza wszystko to, co odbywa się w zaciszu, w tajemnicy, w ograniczonym gronie.

Zdaniem Judith DeCew (1997: 38–40) opisu prywatności dokonuje się poprzez odniesienie do trzech aspektów: fizycznej dostępności, kontroli informacji oraz samodeterminacji. Podobnie Ferdinand Schoeman (1984: 2–3) wskazuje trzy charakteryzujące prywatność elementy – po pierwsze *prawo* jednostki do określania, jaka wiedza na jej temat może być udostępniana innym, po drugie *kontrola* jednostki nad: informacjami odnoszącymi się do niej, integralnością tożsamości lub sensorycznym dostępem do jej osoby, po trzecie *stan* ograniczania dostępu do siebie. Ken Gormley (za: Motyka 2001: 37) na podstawie amerykańskiej literatury prawniczej wyodrębnił cztery – najczęściej stosowane – ujęcia prywatności: jako wyraz osobowości jednostki oraz jej rolę w procesie autoidentyfikacji; jako synonim autonomii w zakresie myśli, działań, decyzji; jako zdolność do regulowania informacji, które dotyczą jednostki i związaną z tym kontrolę interakcji; w końcu jako zestaw komponentów lub wymiarów prywatności: m.in. tajemnica, anonimowość, fizyczne odosobnienie, autonomia, tożsamość, intymność. Przegląd tych perspektyw pozwala wskazać najczęściej stosowane rozumienia prywatności, do których zalicza się aspekt regulacji i kontroli w odniesieniu do informacji i fizycznego dostępu oraz jej rolę w budowaniu tożsamości i osiągnięciu autonomii.

<sup>4</sup> Dychotomia prywatne/publiczne może być także rozumiana w kategoriach odmiennych struktur władzy: dziedzina publiczna najczęściej utożsamiana jest z państwem i zalicza się do niej organizacje państwowe, instytucje stanowiące prawo, usługi, aparat sprawiedliwości, policję, organizacje gospodarcze. Natomiast obszar prywatny to, na zasadzie przeciwnej, działania i sfery nie związane z państwem, władzą i identyfikowane jako społeczeństwo obywatelskie; znajdują się tu prywatne organizacje gospodarcze, zakres stunków osobistych i rodzinnych o statusie formalnym bądź nieformalnym (Thompson 2001: 124–125).

Według regulacyjnej teorii prywatności (*Privacy Regulation Theory* – PRT) Irvina Altmanna, prywatność oznacza nie tylko tendencje odseparowujące, ale przede wszystkim kontrolę kontaktów społecznych<sup>5</sup>. Prywatność została przez niego zdefiniowana jako „selektywna kontrola dostępu do *self* lub grupy” (Altman 1975: 24) dokonywana przez regulację interakcji i wybór – otwartej lub zamkniętej – postawy. Jednostki negocjują typ i natężenie relacji, zakres i różnorodność partnerów, a charakter przyjętego w interakcji nastawienia oraz ilość podejmowanych kontaktów jest funkcją elementów indywidualnych i środowiskowych. Prywatność jako dynamiczny i dialektyczny proces kontroli interpersonalnych granic (Altman 1975; 1977) zakłada zatem różnicowanie i stopniowanie jej natężenia – przez ograniczanie lub inicjowanie interakcji – tak, by osiągnąć pożądany stopień dostępu do siebie (albo grupy) w danym czasie i okolicznościach. Jako zmienna funkcja przyjmuje różne warianty; kiedy osiągnięty jest jej optymalny stan, jednostki mogą doświadczać preferowanego uczucia samotności (gdy chcą być same) lub oczekiwanego poczucia towarzyskości (kiedy chcą być z innymi). W dłuższym przebiegu czasowym jednostki wykazują tendencję do oscylowania pomiędzy opozycyjnymi stanami, będącymi jednak aspektami jedności; ktoś, kto izolował się, będzie zmierzał do zaspokojenia potrzeby afiliacji i odwrotnie.

Zdaniem Altmanna, gdy osoba jest w stanie definiować i kontrolować granice swojego „ja”, pozwala jej to kreować swą indywidualność. Rozwój i utrzymanie tożsamości jest zatem najwyżej umieszczoną w hierarchii, centralną funkcją prywatności, a jej dopełnieniem jest zarządzanie interakcjami społecznymi (granicami ja–inni) oraz opracowywanie dla nich planów i ustalanie strategii (Altman 1975; 1977). Funkcje te występują we wzajemnych odniesieniach – informacje uzyskiwane w procesach interakcyjnych są przez jednostki wykorzystywane do definiowania ról innych oraz interpretacji siebie w relacji do innych<sup>6</sup>.

Prywatność postrzegana jako regulacja lub kontrola dostępu nie ogranicza się wyłącznie do fizycznego, przestrzennego charakteru – mniej istotnego w przypadku relacji internetowych, ale dotyczy także – kluczowego w ich kontekście – aspektu informa-

<sup>5</sup> Alan Westin (1967: 31–32) wyodrębnił cztery stany (*hows*), w jakich przejawia się prywatność; są to: samotność – w szerokim ujęciu bycie samemu lub zawężając – bycie wolnym od obserwacji czynionych przez innych; intymność – pozwala na praktykowanie „zbiorowego odosobnienia” osiąganego w bliskich relacjach między dwiema lub większą ilością osób; anonimowość – wolność od identyfikacji i inwigilacji (dozoru) w publicznych aktach i miejscach; rezerwa – kreacja psychicznych barier przeciwko nieuprawnionemu „wkroczeniu”, która dotyczy ograniczania sytuacji „odsłonięcia” (*disclosure*) przed innymi – zarówno komunikacji na swój temat, jak i bycia rozpoznawanym przez innych.

<sup>6</sup> Z kolei według Westina (1967: 32–37) funkcje (*whys*) prywatności to: osobista autonomia, która jest strategią unikania bycia zmanipulowanym, zdominowanym i zdemaskowanym (*exposed*) przez innych. Druga – emocjonalne „wyzwolenie” – daje możliwość odłożenia masek i odpoczynku od gry „na scenie życia społecznego”. Pozwala ona także odreagować negatywne stany emocjonalne w sposób nieakceptowany społecznie i niezgodny z normami publicznej prezentacji, „zarządzać” seksualnością i ciałem, w końcu pełni istotną rolę w sytuacjach smutku, straty, szoku. Funkcją prywatności jest także zapewnienie warunków dla kształtowania tożsamości i dokonywania samooceny (*self-evaluation*); w tym znaczeniu pozostawanie w prywatności sprzyja przyswajaniu i twórczemu przetwarzaniu informacji, rozważaniu alternatyw i konsekwencji (np. moralnych) zachowań i działań, planowaniu potrzeb. Ostatnią funkcją jest limitowana i chroniona komunikacja; ograniczenie komunikacji reguluje interpersonalne granice, jej ochrona natomiast wskazuje na selektywność przekazywanych informacji.

cyjnego. Jak zauważa Judith DeCew (1997: 153) zakres i charakter spraw, które nie powinny być prezentowane publicznie uzależniony jest od określonych warunków społeczno-kulturowych. Każda kultura poprzez system aksjonormatywny zakłada pewne tabu komunikacyjne, którym objęte są, na mocy „umowy” społecznej, kwestie życia osobistego, np. zdrowie, upodobania seksualne, poglądy, słabości, zasobność majątkowa itp. Niemniej zakres informacji posiadających status prywatnych jest przede wszystkim każdorazowo regulowany kontekstowo; wyznaczają go reguły funkcjonowania grup społecznych, do których jednostka należy, stopień ich sformalizowania, obowiązuje w nich wzory zachowania itp., które nie muszą być tożsame ze zwyczajami ogólnej praktyki społecznej. W końcu prywatnymi mogą być takie informacje, które są uznawane za prywatne w subiektywnym poczuciu jednostki. Według Ferdinanda Schoemana (1984: 13) kryterium tego, czy informacja ma taki charakter jest funkcja, jaką określony zasób wiedzy pełni dla osoby, której dotyczy (np. znaczenie dla wizerunku jednostki, sposobu jej postrzegania oraz relacji z innymi). W związku z tym podmiot informacji przywiązuje wagę do aktu jej przekazania i oczekuje odpowiedniej reakcji, np. dyskrecji. Limitując informacje o sobie, regulując dostęp do swojego intymnego życia, myśli i ciała, jednostka dysponuje swoją prywatnością.

## Internet – charakterystyka medium

Internet zaliczany jest do nowych mediów<sup>7</sup> telematycznych, których pojawienie się stworzyło podstawy dla wielopłaszczyznowych przeobrażeń społecznych. Według Ryszarda Kluszczyńskiego

[...] technologie komunikacyjne i nowe media dogłębnie przeobraziły przestrzenie doświadczeń; [...] żyjemy w świecie diametralnie przeobrażonym (Kluszczyński 2001: 42).

Rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych implikujący proces rewolucji elektronicznej dokonuje przekształcenia kultury w sposób porównywalny z rewolucją przemysłową. Sprawia on, że społeczeństwo industrialne ulega transformacji, stając się nową formą organizacji życia – społeczeństwem informacyjnym. Społeczeństwo tego typu charakteryzuje nieograniczony dostęp do informacji i usług, możliwość operowania danymi na odległość, a także podejmowanie komunikacji bez uwzględniania determinant czasowo-przestrzennych. Konsekwencje tych innowacji (powstanie nowych form komunikowania, rozwój instytucji je realizujących oraz nowe sposoby wykorzystania informacji) wykraczają poza dziedziny życia społecznego, które w świecie tradycyjnych narzędzi przekazu stanowiły bezpośredni kontekst procesów komunikowania. Wpływają one bowiem niemal na wszystkie obszary rzeczywistości, zmieniając przy tym relacje między sferą publiczną i prywatną – końcowym rezultatem tych procesów jest struktura społeczeństwa informacyjnego, w którym nowe media pełnią dominującą rolę (tamże: 14). Zdaniem Tomasza Goban-Klasa (2004:

<sup>7</sup> Według Lva Manovicha (2006: 52–78) nowe media to m.in. witryny WWW, wirtualne światy (trójwymiarowe interaktywne środowiska generowane przez komputery), multimedia, gry komputerowe, interaktywne instalacje, animacje komputerowe, cyfrowe kino, wideo.

24–25) ich cechą jest przekraczanie granic między różnymi technologiami (konwergencja technologiczna) oraz między komunikowaniem publicznym i prywatnym; ponadto charakteryzuje je: decentralizacja (przekazy nie są wyłącznie generowane i dystrybuowane przez dostawców), przepustowość (poszerzenie możliwości przesyłowych), interaktywność (interaktywność<sup>8</sup>), elastyczność w formie i treściach.

Morris i Ogan (1996: 27–29) uznają internet za medium wielofunkcyjne, dzięki któremu można realizować różne konfiguracje komunikacyjne; obejmuje on kontinuum od modelu komunikowania masowego do komunikowania spersonalizowanego. Możliwe dzięki internetowi są „tradycyjne” modele komunikacji *one-to-many* (np. strony WWW obsługiwane przez duże organizacje medialne), ale też nowe konfiguracje *many-to-many*, *many-to-one* (zorientowane tematycznie rozmowy w grupach dyskusyjnych), czy *one-to-one* (np. poczta elektroniczna). Te właściwości, a także zatarcie granicy między nadawcą a odbiorcą, łatwość przyjęcia roli masowego nadawcy, zindywidualizowanie audytoriów, sprawiają, że internet często jest przeciwstawiany tradycyjnym mediom masowym<sup>9</sup>.

Interaktywność multimedialnych implikuje skracanie dystansu między uczestnikami aktu komunikacyjnego (podobnie jak w przypadku telewizji), polegające na zmniejszeniu roli nadawcy i wzroście znaczenia odbiorcy. Nadawca nadal decyduje o kształcie (formie) przekazu, ale to odbiorca określa jego charakter (czy i kiedy nastąpi) oraz sposób jego dekodowania. Co więcej, może nie tylko „twórczo” reagować na działania nadawcy, ale także sam się nim stosunkowo łatwo stać, np. poprzez założenie strony internetowej, zamieszczenie wpisu na forum internetowym itp.<sup>10</sup> Powoduje to zakłócenie linearności przekazu, gdyż każdy użytkownik tworzy na podstawie aktualnych zainteresowań, upodobań własną niepowtarzalną „mapę” treści poszukiwanych i odbieranych przez siebie w internecie. Zwiększony stopień kontroli odbiorcy nad przekazem dotyczy także aspektu relacyjnego; jak zauważa Jan van Dijk (1999: 89) jednostka określa jakiego rodzaju kontakty, z kim i kiedy chce podjąć, selekcjonuje nadawców, dopasowując informacje do swoich potrzeb, co odpowiada decyzyjnemu aspektowi prywatności (por. Allen 1988). W ten sposób tworzy spersonalizowaną sieć kontaktów internetowych, które mogą obejmować komunikowanie za pośrednictwem

<sup>8</sup> Termin interaktywność odsyła do „złożonego kompleksu zjawisk, których wspólną własnością jest obustronnie aktywna komunikacja i wynikające z niej współdziałanie między człowiekiem a elektroniczną maszyną obdarzoną (w mniejszym lub większym stopniu) sztuczną inteligencją. Formy owej komunikacji i współdziałania są tak różne, jak odmienne są maszyny, z którymi wchodzimy w procesy interakcji” (Kluszczyński 2001: 100).

<sup>9</sup> Jednak między tradycyjnymi środkami masowego komunikowania a internetem istnieją także liczne podobieństwa (Juza 2007: 63). Świadczą o tym przede wszystkim jego rozmiary – ogólnościowy zasięg, miliony użytkowników, możliwość wykorzystania w przekazy informacyjnym tak, jak w przypadku mediów masowych. Analogia polega także na budowaniu wspólnego systemu symboli, wartości, norm, odtwarzaniu kultury masowej, choć internet staje się też źródłem nowych znaczeń.

<sup>10</sup> Można jednak poczynić zastrzeżenie, że możliwość wejścia w rolę masowego nadawcy nie do końca i nie zawsze jest prosta. Treści umieszczane w internecie są w zasadzie zawsze zawarte w obszarze, który został internautom zakreślony i udostępniony przez instytucjonalnego nadawcę (administratora). Pełni on zatem względem nich funkcję ukierunkowującą i nadzorującą ekspresję, np. wypowiedzi na forach mogą być usunięte przez właściciela portalu.

poczty elektronicznej, komunikatorów internetowych, uczestnictwo w forach, grupach dyskusyjnych, synchronicznych formach komunikacji.

Tendencje te wpisują się w szerszy proces odmasowienia mediów i personalizowania komunikatów medialnych. Według Goban-Klasa (2004) globalne upowszechnienie najnowszych technologii informacyjnych i komunikacyjnych pozwala zastąpić człowieka masowego człowiekiem upodmiotowionym – nowe media umożliwiają bowiem swobodną wymianę opinii, przekonań, pojawienie się wspólnot internetowych zaspokajających pierwotną potrzebę więzi<sup>11</sup>. Jak twierdzi Alvin Toffler (1997), społeczeństwo współczesne nie jest złożone z mas, ale z niewielkich grup i sieci kontaktów, które za pomocą odmasowionych mediów artykułują swą tożsamość. Wspierana przez media masowe standaryzacja i unifikacja zostaje zastąpiona przez dostrzegalną w wielu obszarach procesu komunikowania indywidualizację.

Według Macieja Mrozowskiego

[...] użytkownicy dzięki interakcyjnym kontaktom z innymi użytkownikami sieci czują swą przynależność do wielkiej międzynarodowej społeczności, która nie jest już jednym masowym audytorium ani publicznością, lecz zmienną konfiguracją wielkiej liczby różnorodnych grup zainteresowań (Mrozowski 2001: 85).

Za szczególnie użyteczne narzędzia pozwalające zaprezentować własną prywatność w przestrzeni internetu można uznać strony prywatne (domowe), blogi, czaty, fora dyskusyjne, serwisy społecznościowe. Każda z tych form umożliwia – w nieco odmienny sposób – zaistnienie w cyberprzestrzeni.

## Strony WWW

Każda jednostka posiadająca dostęp do internetu ma możliwość stworzenia<sup>12</sup> – przy użyciu odpowiedniego języka programowania – własnej strony lub witryny internetowej<sup>13</sup>. Strony WWW, podobnie jak blog, należą do typu hipertekstowej komunikacji i funkcjonują w specyficznych ramach graficzno-tekstowych, które narzuca ekran monitora (Grzenia 2004); stąd też prezentacja „ja” musi dokonać się w określonej –

<sup>11</sup> Internet „promuje” wzory nowych form uspołecznienia, budowanych wokół jednostki – Barry Wellman (1999) określa je jako „społeczności spersonalizowane” (*personal communities*), Castells (2003, 2007) natomiast nazywa „indywidualizmem sieciowym”. Obydwa terminy wskazują na to, że jednostki wchodzi w interakcje z innymi raczej jako podmioty, nie zaś jako członkowie określonych zbiorowości, a indywidualny użytkownik staje się łącznikiem między więziami i sieciami we własnej, unikalnej konfiguracji.

<sup>12</sup> Pomocny może być tzw. webkreator (edytor stron WWW) – usługa oferowana przez portale internetowe (np. onet.pl) prezentujący „krok po kroku” rodzaj działań koniecznych do realizacji tego celu. Zawiera on wykaz kategorii, które powinny znaleźć się na stronie, wiele szablonów, które można zestawiać w różnych układach i wersjach kolorystycznych, a jego zaletą jest łatwa obsługa, prosta edycja treści, łączenie modułów (cyt. za: webkreator onet.pl.). Ponadto istnieją podręczniki do tworzenia stron www, zakładania blogów, zatem w założeniu praktyki te mają mieć masowy charakter.

<sup>13</sup> Niektórzy autorzy rozróżniają te dwa terminy; stroną WWW nazywa się jednostkę tekstową, która powstaje na ekranie komputera jako rezultat interpretacji przez odpowiedni program komputerowy (przeglądarkę) dokumentu napisanego w języku HTML. Strony WWW to publikacje pisane, które mają charakter trwałe i stanowią składnik struktury hierarchicznej, a ich forma jest multimedialna. Z kolei witryna WWW to grupa powiązanych ze sobą za pomocą hiperłączy stron o układzie hierarchicznym, które mają wspólną nazwę domenową, określonego nadawcę oraz temat. Najważniejszym składnikiem takiej grupy tekstów jest strona główna (Grzenia 2004: 23).



ograniczonej strukturalnie – formule. Niemal we wszystkich gatunkach internetowych<sup>14</sup> treść komunikatu językowego jest uzależniona od określonego repertuaru znaków graficznych dostępnych na klawiaturze, oprogramowania, sprzętu, co stanowi zarazem udogodnienie, ale i ograniczenie w prezentacji siebie. Właściwością wypowiedzi internetowych typu hipertekstowego jest grafizacja tekstu (łączenie kodu werbalnego z graficznym) oraz jego hierarchizacja. Poszczególne strony zawierają kilka hiperłączy, co sprawia, że między dokumentami ustanowiona jest hierarchia; strona główna i podstrony tworzą między sobą wielopoziomowe relacje.

Wśród stron WWW można wyróżnić strony indywidualne (prywatne, domowe) i publiczne (instytucjonalne, społeczne) o komercyjnym lub niekomercyjnym charakterze. W zależności od nadawcy przyjmują one mniej lub bardziej oficjalny styl komunikacji oraz sformalizowany lub „spontaniczny” przekaz. Strony prywatne mogą być w różnym stopniu „sprofilowane”, eksponując wybrany przez autora element biografii, wokół którego zorganizowana jest cała prezentacja, np. pasje („podróże”), hobby („wędkarstwo”), rola zawodowa („wykładowca”), lub mieć bardziej przekrojowy charakter, obejmując wiele elementów składających się na obraz osoby. Tematyka stron jest natomiast tak zróżnicowana, że nie poddaje się prostej klasyfikacji.

Pierwszym poziomem przedstawienia siebie za pośrednictwem strony WWW jest sam jej wygląd, uzależniony od umiejętności i inwencji autora (świadczących o jego kompetencji technologicznej i komunikacyjnej), a także intencji z jaką zakładana jest strona prywatna.

Odpowiednią do oczekiwań jednostki formę prywatnej witryny uzyskuje się przez zastosowanie zróżnicowanego rodzaju i koloru czcionek, wybór barwy i rodzaju tła (romantyczny, futurystyczny, minimalistyczny, barokowy, nastrojowy itd.), układ graficzny – rozmieszczenie poszczególnych elementów na stronie, stylistyczną kompozycję tekstu, zastosowane animacje, dodane postery (np. ulubionych bohaterów popkultury). Także dobór hiperłączy, które określają zakres i charakter ujawnionych treści w bezpośredni sposób komunikuje o osobie i pozwala wnioskować o jej osobowości.

Według Patricii Wallace

[...] strona domowa jest formą, która pozwala obszernie zaprezentować swą sieciową tożsamość; jest ona czymś w rodzaju tablicy ogłoszeniowej lub reklamy w książce telefonicznej. Dzięki niej można małym kosztem wywierać wrażenie, polerować sieciową tożsamość, opowiadać światu o sobie i swoich zainteresowaniach. Za jej pomocą możemy stworzyć dopracowaną w szczegółach autoprezentację, którą może obejrzeć cały świat. Możemy pokazać swoje wyidealizowane „ja” łącznie z wyretuszowanymi zdjęciami, próbkami twórczości literackiej, muzycznej, listą osiągnięć. Podać odnośniki do naszych ulubionych miejsc w sieci, chwając się różnymi kosmopolitycznymi zainteresowaniami (Wallace 2003: 46–47).

<sup>14</sup> Jako gatunki internetowe Grzenia (2006: 152) wymienia: biuletyn elektroniczny, blog, FAQ (*Frequently Asked Questions*) – poradnik internetowy, formularz elektroniczny, gry tekstowe (np. MUD), katalog stron, księga gości, list elektroniczny, pogawędka, sygnatura (wizytówka elektroniczna), wątek, np. w forum dyskusyjnym.

Strony domowe zawierają zatem informacje tradycyjnie uznawane za konstytutywne dla sfery prywatnej. Przeciętą zawartość prywatnych stron internetowych to znajdujące się na stronie głównej wprowadzenie w postaci zaanonsowania właściciela („Strona rodziny Y”, „To jest strona X”, gdzie X oznacza bądź imię i nazwisko bądź pseudonim), powitania („Witam Cię na mojej stronie”) lub zachęcającego do poznania osoby komunikatu („Zapraszam do mojego świata”). Dalsza prezentacja dokonuje się przez odsyłacze prowadzące do kolejnych, bardziej szczegółowych kategorii, które w mniej lub bardziej rozbudowany sposób zawierają informacje dotyczące autora. Oprócz podstawowych danych personalnych („O mnie”), np. data urodzenia, wiek, status rodzinny, miejsce zamieszkania, cechy fizyczne, wygląd, znajdują się dodatkowe charakterystyki dopełniające wizerunek i biografię osoby. Należą do nich opisy społeczności lokalnych, ulubionych miejsc („moje miasta”); hobby i zainteresowania („moje pasje”) obejmujące linki do stron związanych z preferowanym zajęciem, efekty pracy twórczej (zdjęcia, teksty, obrazy), osiągnięcia; praca (studia) – charakterystyka instytucji, pełnione role społeczne, przebieg kariery zawodowej. Istotne miejsce zajmują także relacje interpersonalne, na które składają się: prezentacja członków rodziny, bliskich (partner, znaczący inni, przyjaciele – często wraz z odnośnikami do ich stron), znajomych, zwierząt. Często strony WWW zawierają zdjęcia autora (artyistyczne, stylizowane lub w codziennych, naturalnych kontekstach), fotografie dokumentujące np. uroczystości rodzinne, odwiedzane miejsca, także krótkie filmy z udziału w różnych wydarzeniach itp. Mimo że strona domowa obejmuje głównie fakty na temat jednostki, to zawiera także opisy przeżyć, wrażeń, doświadczeń, stanów emocjonalnych, jakkolwiek są one obecne w mniejszym stopniu niż w blogu. Analizując cechy informacji umieszczanych na stronie internetowej, można stwierdzić, że autorzy prezentują znaczną otwartość w zakresie udostępnianych treści, nie ukrywają swoich danych osobowych.

Choć w przeciwieństwie do poczty elektronicznej komunikacja w sensie dosłownym nie jest podstawową funkcją spełnianą przez stronę internetową, to zapewnia ona także taką możliwość, dzięki zamieszczanym linkom. Dialogowy charakter mają księgi gości, prywatne fora dyskusyjne zamieszczane w witrynach internetowych, a także odnośniki umożliwiające napisanie listu elektronicznego. Odsyłacze wyeksponowane są w dwojaki sposób: werbalny – „napisz do mnie”, „można mailować” lub graficzny (ikona skrzynki pocztowej, koperty). Grzenia (2004), poddawszy analizie ponad tysiąc stron prywatnych, stwierdza, że autorzy każdej z nich podawali adres poczty elektronicznej, często także zamieszczali inną formę kontaktu, np. za pośrednictwem poczty tradycyjnej, telefonu stacjonarnego, komórkowego lub komunikatorów internetowych. Potwierdza to celowościowe ukierunkowanie prezentacji, która nie pełni jedynie autotelicznych, przedstawieniowych funkcji, ale jest praktyką interakcyjną.

Wśród powodów założenia indywidualnej strony internetowej wymienia się te, które mają bardziej publiczną lub prywatną genezę. Te wynikające z osobistych motywacji to np. relacjonowanie przebiegu biografii (istotne wydarzenia, zmiany) oddalonej przestrzenie rodzinie, przyjaciołom, udostępnianie zdjęć, prezentacja osiągnięć

zawodowych, ale także realizacja celów społecznych, m.in. pomoc społecznościom lokalnym, propagowanie i rozwiązywanie ważnych społecznych spraw i kwestii.

Eleanor Wynn i James Katz (1997), analizując wiele stron internetowych, stwierdzili, że większość twórców nie stara się za ich pomocą stworzyć sieciowej tożsamości diametralnie odbiegającej od „ja” realnego. Wyszuli oni wniosek, że wirtualność nie prowadzi do fragmentacji „ja”, a strony WWW są raczej próbami zintegrowania jednostki, wyrażenia jej tożsamości, zaprezentowania tego, co jest dla niej ważne, zatem wskazują na spójną i całościową autoprezentację. Potwierdza to bardziej ogólną tendencję związaną z budowaniem i manifestacją sieciowej tożsamości.

## Blog

Kolejną formą internetowej prezentacji indywidualnej jest blog<sup>15</sup>. Termin „blog” pochodzi od zbitki *weblog*, która oznacza „dziennik sieciowy”; w Polsce pierwszy całościowy serwis udostępniający przestrzeń i szablony dla ich prowadzenia – *blog.pl*<sup>16</sup> – pojawił się w 2001 roku, na Zachodzie kilka lat wcześniej. Jak zauważają Zajac i Rakocy (2007), blog staje się obecnie ważną formą komunikacji internetowej, wykraczając poza pierwotną rolę pamiętnika i zdobywając coraz większe znaczenie w sferach polityki, marketingu, public relations. Dzięki niemu zróżnicowani nadawcy mogą kierować swój przekaz do wąskich, wyspecjalizowanych grup odbiorców (np. komercyjne blogi zakładane przez firmy i korporacje). Jako nowa forma komunikacji społecznej blog przeżywa dynamiczny rozwój (czerwiec 2007 – 50–95 milionów blogów na świecie), a jego rosnąca popularność wiąże się ze wzrastającym wpływem blogosfery – sieci relacji między blogami i stronami internetowymi wyrażanymi za pomocą hipertekstowych odnośników – na różne obszary życia społecznego. Według Henry’ego Jenkinsa (2006) blog, podobnie jak inne nowe media, cechuje komunikacja partnerska typu *peer-to-peer*; efektem tej równości statusów jest wchodzenie blogowiczów w interakcje z innymi autorami i czytelnikami opisującymi i komentującymi rzeczywistość. Mimo że nawet najpopularniejsze blogi mają bardziej ograniczony zasięg niż tradycyjne media, to – dzięki wzajemnemu powiązaniu i wzmacnianiu procesów zachodzących w strukturze sieciowej – wywierają znaczący wpływ na opinię publiczną. Przykładem jest upublicznianie informacji rozprzestrzenianych w blogach, zwłaszcza osób publicznych, w innych mediach – komentowanie bieżących wydarzeń przez polityków cytowane później w telewizji czy radiu (np. blogi posłów Czarneckiego, Dorna, Palikota). Także prywatne blogi zdobywają coraz większą popularność i znaczenie, o czym świadczą m.in. konkursy na najlepszy blog roku organizowane przez

<sup>15</sup> Według Doctorowa (2003: 1) blog to strona WWW zawierająca krótkie, rozłączne porcje informacji, zwane artykułami (postami); są one ułożone w kolejności chronologicznej – od najnowszego do najstarszego. Każdy artykuł jest jednoznacznie identyfikowany przez znacznik zakotwiczenia, a także oznaczony przez trwałe łącze, za pomocą którego można się do danego artykułu odwoływać z zewnętrznych stron WWW. [...] W blogach przekazywanych jest wiele rodzajów informacji; niektóre są tylko odsyłaczami do stron WWW, inne zawierają długie eseje, niektóre są osobistymi pamiętnikami, inne poświęcone są technice, niektóre są edytowane przez jedną osobę, inne prowadzą całe zespoły (Doctorow i in. 2003: 1).

<sup>16</sup> Obecnie (grudzień 2007), oprócz wspomnianego, funkcjonują następujące serwisy: *blox.pl*, *blog.onet.pl*, *salon24.pl*, *blogger.com*, *bloog.pl*, *blog.interia.pl*.

portale internetowe. Blogi pogrupowane są tematycznie i obejmują m.in. kategorie: „Ja i moje życie”, „Podróże”, „Kultura”, „Foto, video, komiks”, „Blogi literackie”, „Moje zainteresowania i pasje”, „Zabawne i zwariowane”, „Teen”.

Ta różnorodność pokazuje, że formuła blogu nie ogranicza się jedynie do formy internetowego dziennika, w którym opisuje się własne doświadczenia, emocje, intymne doznania, przeżycia, choć te osobiste funkcje pozostają nadal najważniejsze. Jak zauważa Marta Olcoń

[...] blogi opisujące wybrane aspekty życia codziennego cieszą się dużą popularnością wśród czytelników, [...] podobnie jak istnieją dzienniki o różnym charakterze – osobiste, kroniki codzienne i towarzyskie – autorzy blogów również poszukują pomysłu na formę swoich tekstów (Olcoń 2003: 142).

Tak jak strony WWW, także blogi konstruowane są wokół wybranego zagadnienia; według Anny Szczepan-Wojnarskiej (2005: 70) blogi mogą mieć zarówno charakter całkowicie intymny, jak i profesjonalny, stanowić łatwą formę wymiany doświadczeń czy wspólnego rozwiązywania problemów – wówczas stają się raczej listą dyskusyjną na określony temat prowadzoną w konkretnym gronie odbiorców. Do stałych elementów blogu zalicza się natomiast jego tytuł (np. „warszawa78”, „mojeszpty”, „bo-zupa-była-za-slona”, „migawki”), logo, listę bieżących wpisów. Analogicznie jak w przypadku stron internetowych, stylistyka, estetyka blogu, linki do określonych osób, wspólnot, odniesienie do znaków kulturowych, komunikacja tego, co ważne dla autora (książki, muzyka) stanowią środki pozwalające określić, kim jest.

Jakkolwiek blog określa się jako dziennik sieciowy, to nie jest on prostą odmianą tradycyjnego dziennika pisanego na stronie internetowej w zastępstwie formy papierowej. Prowadzenie zapisków z intencją natychmiastowego udostępnienia ich szerszej publiczności zmienia ich charakter, równie modyfikująco na strukturę treściową blogu wpływają kontakty nawiązywane z innymi piszącymi blogi oraz komentarze (informacje zwrotne) zamieszczane przez czytelników. Według Olcoń

[...] pisanie blogu, w przeciwieństwie do prowadzenia dziennika, wynika nie tylko z potrzeby utrwalenia własnego doświadczenia, lecz także z chęci podzielenia się tym doświadczeniem z drugim człowiekiem (Olcoń 2003: 125).

Z tych względów można mówić o blogu jako zmodyfikowanym diariuszu – zachowuje on bowiem pewne cechy dziennika osobistego „pisanego do szuflady”, jednak zarówno technika, jak i obecność odbiorcy sprawiają, że zyskuje on nową jakość. Różnica między dziennikiem a blogiem polega na prywatnym charakterze pierwszego przekazu i prywatno-publicznym drugiego (o czym decydują cechy samego medium).

Blog jest pewnego rodzaju hybrydą, nie dającą się jednoznacznie zaklasyfikować do kategorii publiczne–prywatne. Z jednej strony można interpretować to miejsce jako „hiperprzestrzeń”, do której każdy ma prawo wstępu jako anonimowy bywalec, z drugiej natomiast blogowicz, tworząc tekst, buduje coś na kształt własnego domu, w którym czuje się jak u siebie. Blog jest miejscem intymnych wyznań, pełni jednocześnie funkcję publicznego forum (tamże: 142–143).

Podstawową właściwością tradycyjnego dziennika jest aura sekretności, wyłącznie jednostkowej intymności (tutaj rozumiana jako najgłębsza sfera indywiduum), przeznaczenia dla samego siebie. Wyjątkiem są dzienniki pisane przez osoby publiczne, których status i role społeczne czynią ich biografie bardziej otwarte i transparentne dla innych. Inaczej jest w przypadku blogu pisanego z myślą o publiczności, która jest wręcz elementem konstytuującym ten gatunek. Zdaniem Szczepan-Wojnarskiej

[...] pisząc dziennik, pamiętnik – autor może projektować czytelnika, pamiętać o nim, ale nie wchodzi z nim w żadną bezpośrednią relację. Autor bloga jest natomiast przede wszystkim jednym z podmiotów interakcji [...] z anonimowymi wszystkimi (Szczepan-Wojnarska 2005: 73).

Uwzględniając te cechy, blog wydaje się formą bardziej podatną na stylizację „ja”, podczas gdy tradycyjny dziennik jest dokumentem oddającym w sposób bardziej autentyczny przekonania, przemyślenia jednostki i jej relacje z otoczeniem. Kreacja, jakkolwiek możliwa także w przypadku tradycyjnego dziennika, w blogu występuje z większą intensywnością; autor stara się wypracować taką koncepcję siebie, która będzie w stanie zyskać aprobatę czytelników. Przejawia się tu cecha nowych mediów, jaką jest interaktywność. Z drugiej strony budowanie wizerunku odbywa się w pewnych granicach, które wyznaczają ramy zwartej autoprezentacji. Fakt, że czytelnik może komentować wpisy, zadawać pytania, powoduje, że prezentacja autora kształtuje się w sytuacji dialogicznej; daje to sposobność do pogłębiania, precyzowania, krystalizowania zamieszczanych treści.

W odróżnieniu od osobistej strony WWW, która pełni formę „wizytówki” osoby w internecie (choć także z możliwościami interaktywnymi), blog jest przedsięwzięciem dynamicznym, podlegającym przemianom. Budowanie tożsamości w blogu to proces długotrwały i wielopłaszczyznowy – zapisy dokonywane przez autora stają się podstawą do rekonstruowania, zapośredniczonej przez blog, trajektorii jego życia. Dziennik ukazujący się drukiem czyta się w kolejności chronologicznej, wirtualny natomiast dostępny jest od najbardziej aktualnego wpisu; wcześniejsze są bowiem umieszczone w archiwum. Konsekwencją tego układu jest zapoznanie się z autorem w teraźniejszości, sięgnięcie w przeszłość pozwala odtworzyć historię dziennika, a także biografię autora. Blog jako jeden z rodzajów strony WWW cechuje także hipertekstualność, co zakłada, że czytelnik może czytać blog w różnych konfiguracjach; tak, jak opisano poprzednio, od początku jego powstania, lub czytać tylko wybrane wpisy (posty).

Autorami dzienników internetowych są na ogół „zwykli” ludzie, jednak występujący pod pseudonimami (nickami) (nick – skrót od *nickname* – przydomek, przezwisko).

Pseudonim zapewnia bezpieczeństwo, ochronę prywatności, pozwala na unikanie autocenzury. [...] Blogowicz, paradoksalnie, kryje się za pseudonimem, aby mógł się odkryć i opisać to, co przeżywa (Szura 2003: 174).

Anonimowość zwiększa bezpieczeństwo testowania swojej kreacji; z jednej strony blog stwarza szansę pokazania, jakim się jest „naprawdę” i poddania pod ocenę innych, bez negatywnych konsekwencji. Z drugiej jednak strony są to warunki optymalne do stworzenia alter ego i tworzenia fikcyjnej postaci. Anonimowość blogowicza jest jed-

nak do pewnego stopnia umowna, gdyż zamieszczone informacje nie tylko o sobie, ale także o innych, pozwalają niejednokrotnie na identyfikację autora. Podgórski zwraca uwagę, że anonimowość w pisaniu jest niezwykle ważna:

[...] pozwala przedstawić tę stronę swojej osobowości oraz uczucia, czy przemyślenia, które z różnych względów nie mogą zostać ujawnione w „zwykłych” sytuacjach społecznych. Jednocześnie internet pozwala, aby te przemyślenia zostały skonfrontowane z opiniami innych ludzi – ale dzięki specyfice sieciowego kontaktu – bez narażenia się na konsekwencje, jakie mogą towarzyszyć zbyt niemu otwarciu w „świecie nie-wirtualnym” (Podgórski 2006: 187).

Na podstawie wypowiedzi autorów zawartych w blogach można wskazać kilka funkcji wynikających z jego prowadzenia. Najogólniej, blog umożliwia spełnienie potrzeb emocjonalnych (przede wszystkim możliwość „wyładowania” emocji związanych z codzienną egzystencją), co wskazuje na jego wartość terapeutyczną. Dokonywanie wpisów zapewnia także poczucie wolności i swobody wypowiedzania różnych poglądów, pomaga formułować i werbalizować przekonania, sądy, uczucia. Zaspokojenie potrzeby przynależności, tworzenie więzi, to kolejna funkcja, która wiąże się z przewyciężeniem poczucia samotności i chęcią nawiązania relacji społecznych. Wymienione funkcje pokrywają się z tymi, które według Alana Westina (1967) realizowane są przez prywatność. Uczestnicząc w blogosferze, ich autorzy stają się członkami swoistej wspólnoty skonstruowanej wokół prowadzonej aktywności, zainteresowań, stylu życia itd. Pisanie internetowego dziennika to także możliwość stworzenia alternatywnego życia w cyberprzestrzeni, inicjowania i utrzymywania szerokich kontaktów towarzyskich (np. flirty). Blog dostarcza także przyjemności – jest sposobem spędzenia czasu wolnego, nową formą rozrywki, odpoczynku, źródłem zabawy. Oferuje on także forum dyskusyjne, zatem pozwala na wymianę opinii, prezentację siebie, możliwość ekspresji, co służy potwierdzeniu własnego istnienia, wyrażenia swojej osobowości, oryginalności itp. Anna Szczepan-Wojnarska dodaje, że blog może służyć różnym celom, np.:

[...] zaspokajać potrzebę gratyfikacji „ego”, służyć szeroko rozumianej samorealizacji, manifestować bunt i próbę przeciwstawienia się depersonalizacji lub uniformizacji. [...] Blogowanie może jednak równie dobrze wyrażać chęć „przynależności do” [...] abstrakcyjnej, iluzorycznej grupy blogowiczów. Jeśli przyjąć, że część blogów ma na celu refleksję nad ludzkim „ja”, posługuje się stylem wyznania a jednocześnie wyzwania, to te właśnie czynniki łączą blog z literaturą dokumentu osobistego (Szczepan-Wojnarska 2005: 71).

Oprócz blogów tekstowych istnieją także fotoblogi prezentujące „ilustrowane” wersje biografii autora. Zawierają one zdjęcia przedstawiające jednostkę bezpośrednio w różnych sytuacjach codzienności (np. gotowanie, nauka, spotkania ze znajomymi), towarzyszą im także krótkie opisy; całość, podobnie jak w blogu, można skomentować. Funkcjonują także fotoblogi, w których opowiada się o sobie – w sposób niejako pośredni – poprzez obrazy. Zamieszczane są na nich fotografie przyrody, przestrzeni miejskich, lokalnych kontekstów (np. blogi zatytułowane „pejzaz”, „moj-swiat-moje-sieczki”).

## Czat

Czat (*chat*)<sup>17</sup> to synchroniczna komunikacja tekstowa, prowadzona w czasie rzeczywistym<sup>18</sup>, w której liczba uczestników może być większa niż dwie osoby (od kilku do kilkuset). Cechuje ją także brak wzajemnej, osobistej znajomości interlokutorów, którzy wiedzą o sobie to, co wynika z prezentowanych treści i formy komunikatów. Jest to więc pod pewnymi względami komunikowanie anonimowych osób, zaś konsekwencją tej sytuacji jest to, że uczestnicy, z reguły, nie ponoszą odpowiedzialności za prezentowane wypowiedzi, jedyną sankcją jest możliwość wykluczenia z grona czatujących. Osoby biorące udział w czacie tworzą grupę społeczną, którą charakteryzuje posługiwanie się określoną konwencją językową (Becela, Gruszczyński 2003: 77).

Czaty zorganizowane są wokół zróżnicowanych tematów konwersacji grupowanych w tzw. pokojach (*chat-rooms*); każdy pokój to odrębne forum, na którym można wymieniać – adekwatnie tematycznie – informacje. Wszystkie komunikaty wyświetlane są na monitorach uczestników obecnych w konkretnym momencie w danym pokoju. Chcąc uczestniczyć w czacie należy wybrać nick, pod którym występuje się w trakcie rozmowy; może on być tymczasowy (np. na okres jednej sesji) lub stały – zarezerwowany dla jednego użytkownika w konkretnym portalu. Realizacja kontaktu komunikacyjnego zachodzi na trzech płaszczyznach interakcyjnych: ogólnodostępny kanał główny (np. pokój tematyczny „samotni”), kanał prywatny (tzw. *priv*), w którym obecność uczestników uwarunkowana jest ich wspólną „separacyjną” decyzją, a rozmowy mają charakter zamknięty (prowadzona jest w osobnym oknie, zatem wypowiedzi nie są udostępniane innym), i w końcu komunikacja odbywająca się równolegle w kanale głównym i prywatnym (wgląd w kanał prywatny jest dostępny jedynie osobom w niej uczestniczącym). Znajduje tu zastosowanie koncepcja prywatności określająca ją jako ilość informacji na swój temat, które jednostka chce udostępnić innym oraz towarzyszący temu proces odsłaniania siebie (por. Derlega, Chaikin 1977). W niektórych portalach, np. onet.pl, uczestnicy czatu mogą posługiwać się dodatkowo kamerą i mikrofonem, co zapewnia im możliwość ujawnienia wizerunku, jednak większość użytkowników nie wykorzystuje tych narzędzi.

Każdy z portali internetowych oferuje szerokie spektrum pokoi; są one tworzone w oparciu o ogólne obszary tematyczne, które są z kolei reprezentowane przez różne zagadnienia szczegółowe. Porównanie zawartości trzech najbardziej popularnych portali internetowych (onet.pl, interia.pl, wp.pl) pokazuje, że ich oferta „czatowa” jest

<sup>17</sup> Za prototyp (pierwotny) czatu uznaje się IRC (*Internet Relay Chat*) – usługę sieciową umożliwiającą jednoczesną, symultaniczną rozmowę z wieloma osobami. Protokół i architekturę IRC wymyślił w 1988 roku Jarkko Oikarinen z Finlandii (Becela, Gruszczyński 2003: 76). Aby korzystać z kanałów IRC potrzebny był specjalny program, co świadczy o jego „ekskluzywnym” charakterze, czat jest natomiast praktyką masową (dostępna z każdego komputera wyposażonego w przeglądarkę WWW). Dodatkowo korzystanie z IRC wymaga znajomości specjalnych komend pozwalających na łączenie się z kanałami tematycznymi, czaty zaś nie wymagają takich kompetencji.

<sup>18</sup> Niektórzy autorzy definiują czat jako komunikację quasi-synchroniczną. Przekazy wymieniane w trakcie komunikacji dostrzegalne są bowiem z niewielkim opóźnieniem na ekranie. Powoduje to, że rozmowa ma charakter nieciągły; względy techniczne powodują, że wypowiedź będąca reakcją ukazuje się z pewnym opóźnieniem, a między nimi znajdują się przekazy innych rozmówców.

do siebie bardzo zbliżona, niemal identyczna. Najobszerniejsza w każdym z nich kategoria „Towarzyski” obejmuje pokoje, które można sklasyfikować w oparciu o następujące kryteria: relacje interpersonalne („randki”, „mężowie i żony”, „samotni”, „przyjaciele”, „dla nieśmiałych”, „złamane serca”, „flirt”, „miłość”, „podryw”, „romans”); wiek uczestników („dla oldbojów”, „30- i 40-latki”, „dla 20-latków”, „nastolatki”, „po 50-tce”, „po 40., 50., 60.”); styl życia („romantycy”, „rozrywka”, „impresowanie”); orientacja seksualna („les”, „gay”, „bi”) – ta problematyka w portalu onet.pl jest skategoryzowana oddzielnie jako „Erotyczne” i poszerzona o pokój „ukryta kamera”. Pozostałe profile to: „Regionalny” (np. „Kraków”, „Katowice”), bardzo rozbudowane „Tematyczne” („psychologia”, „depresja”, „biznes”, „astrologia”, „motoryzacja”, „ezoteryka”, „komputer”, „filozofia”, „polityka”), „Szkoła” – „podstawowa”, „gimnazjum”, „liceum”, „studia”, „matura”.

Jeśli w zaproponowanym przez administratorów zestawie brakuje pokoju tematycznego, który interesuje internautę, może on stworzyć własny; każdy z portali zawiera pozycję „Wasze czaty”, które charakteryzują się tym, że ich głównym dysponentem, moderatorem jest użytkownik. Według Wallace (2003) cele czatowania mogą być zbliżone do tych, które charakteryzują prowadzenie blogu; należą do nich chęć nawiązania nowych znajomości, zawieranie przyjaźni, inicjowanie romansu, poszukiwania partnera, potrzeba zwierzenia się czy spędzenie czasu wolnego.

## Grupy, fora dyskusyjne<sup>19</sup>

Uczestnictwo w forum dyskusyjnym jest kolejną, zbliżoną do czatu, formą publicznego prezentowania osobistych przekonań oraz upowszechniania indywidualnych poglądów. Zachętą do wyrażenia opinii na forum internetowym są linki umieszczone pod artykułami, wiadomościami, np. „Dodaj swoją opinię”, „Podyskutuj na forum”, zatem realizuje ono zasadę interaktywności. W forum nie ma osoby prowadzącej, uporządkowaniu wymiany zdań sprzyja konstrukcja elektronicznych wypowiedzi – komentarze ukazują się chronologicznie, ponadto każdy z nich opatrzony jest godziną pojawienia się na ekranie. Zdaniem Bożeny Taras (2004: 44) teksty forum dyskusyjnego – przekaz główny, np. artykuł prasowy, wiadomość agencyjna o różnorodnej tematyce oraz związane z nimi opinie – to dialogi szczególne, nie posiadające odpowiednika w rzeczywistości pozainternetowej. Wielopłaszczyznowy dialog odnoszący się do komunikacji werbalnej w sieci określa się jako netlog, co oznacza sieciową

<sup>19</sup> Michał Prękowski (2006: 420–422) zwraca uwagę, że w języku potocznym używa się terminu „forum internetowe” dla określenia kilku różnych form asynchronicznej, wieloosobowej dyskusji w sieci – list dyskusyjnych, grup dyskusyjnych, właściwych forów oraz komentarzy na portalach (np. wp.pl). Ich wspólną cechą jest publiczna wymiana opinii, jednak różnią się one technicznymi uwarunkowaniami wymiany. Grupy, listy, fora działają w oparciu o różne usługi internetowe – usenet, e-mail, World Wide Web. Lista dyskusyjna opiera się na korespondencji przesyłanej do skrzynek pocztowych osób, które się na nią wpięły, grupy dyskusyjne wymagają funkcjonowania sieci serwerów usenetu gromadzących i dystrybuujących wiadomości, fora istnieją dzięki usłudze World Wide Web, do korzystania z nich konieczna jest przeglądarka internetowa. Specjalną grupę tworzą komentarze pod artykułami zamieszczanymi w portalach, ich specyficzną cechą jest masowy charakter uczestnictwa, znaczna swoboda wypowiedzi w niewielkim stopniu kontrolowana przez moderatorów, szeroki zakres poruszanych tematów.



rozmowę (*net* – skrót od *network* – sieć, *logos* – słowo, wypowiedź, mowa). Taras definiuje netlog jako

[...] system spletanych, krzyżujących się wypowiedzi o cechach dialogu, monologu lub/i polilogu, które tworzą konkretny akt mowy urzeczywistniany w internecie, czyli przestrzeni wirtualnej. „Netlog” to zatem złożona strukturalnie, semantycznie i pragmatycznie rozmowa w sieci (tamże: 44).

Także fora internetowe są kategoryzowane tematycznie. Katalog forów portalu *gazeta.pl* zawiera rubryki: „Aktualności”, „Media”, „Auto-Moto”, „Czas wolny”, „Dom-nieruchomości”, „Dziecko”, „Edukacja”, „Eksperckie”, „Gospodarka”, „Kobieta”, „Komputery”, „Kuchnia”, „Społeczeństwo”, „Sport”, „Towarzyskie”, „Turystyczne”, „Zdrowie”. W obrębie każdej z nich następuje dodatkowo wewnętrzny, profilujący podział na np. w obrębie kategorii „Społeczeństwo” – „Emigracje”, „Mężczyzna”, „Niepełnosprawni”, „Polonia”, „Psychologia”, „Religia”, czy „Eksperckie” – „Bankowość”, „Bezpieczeństwo kobiet”, „Praca tymczasowa”, „Reklamacje”, „Fundusze UE”, „Makijaż idealny” itp. Internauci mogą założyć także własne prywatne fora, których stają się administratorami. W tym samym portalu są to m.in. „Osiedla”, „Wspólnoty”, „Puszyści”, „Rówieśnicy”, „Single”, „Dorośle Dzieci Rozwodników”, „Forum Bezdzielnych z Wyboru”, „Zdrada i wybaczenie”, „Rozwój duchowy”, „Niełatwe miłości” itp.

Podobnie jak w przypadku czatu, osoby biorące udział w wymianie opinii i komentarzy najczęściej nie posługują się prawdziwymi danymi osobowymi, komunikują się za pośrednictwem nicków, co ułatwia im zachowanie prywatności. Z tych względów forum internetowe może być traktowane jako obszar umożliwiający artykulację zróżnicowanych poglądów – zarówno tych konwencjonalnych, jak i kontrowersyjnych, wyrażanie emocji bez ograniczeń społeczno-kulturowych, czego egzemplifikacją są często pojawiające się teksty o negatywnym, prowokującym, konfrontacyjnym charakterze. Ponieważ cechą forum dyskusyjnego – podobnie jak całego medium – jest równorzędny status uczestników, to – jak zauważa Bożena Taras

[...] akt komunikacji internetowej charakteryzuje się symetrią ról społecznych; znika bariera dystansu społecznego. Równorzędna ranga uczestników dyskusji sprawia, że anonimowi użytkownicy sieci czują się ważni, dowartościowani, nie boją się atakować. Sieć traktowana jest jak terytorium własne, a bezmienność kontaktów daje poczucie bezpieczeństwa, wyrażające się swobodą, poufalością, a nawet agresją zachowań językowych (tamże: 46).

W tej formule komunikacyjnej – tak jak w przypadku czatu i w mniejszym stopniu blogu – postrzeganie użytkownika następuje poprzez teksty<sup>20</sup>; zachodzi tu werbalne kształtowanie wizerunku. Autoprezentacja jest dokonywana poprzez struktury językowe – formy fleksyjne, leksykę, styl, sposób argumentacji – nadawca jest w swoich

<sup>20</sup> Podobną funkcję może spełniać e-mail, który jest komunikacją asynchroniczną, opartą na tekście, zachodzącą między dwiema lub większą ilością osób. E-mail stanowi najważniejszą formę komunikacji, tworzy przestrzeń psychologiczną umożliwiającą ciągłą interakcję. Choć jednostki mogą poznać się za pośrednictwem bardziej publicznej formy – czat, grupa dyskusyjna – to pogłębienie znajomości odbywa się dzięki zapewniającemu poczucie prywatności e-mailowi. E-mail pokonuje czasoprzestrzenne ograniczenia, przez co korespondencja elektroniczna przypomina prawie synchroniczną rozmowę wzmacniającą poczucie więzi.

przekazach tym, kim chce być. Marginalną rolę odgrywają determinanty społeczno-ekonomiczne, np. wiek, płeć, zawód, status społeczny, stan majątkowy, jakkolwiek niektóre z nich (np. wykształcenie, zainteresowania, cechy osobowości) w sposób mniej lub bardziej uświadamiany wpływają na konstruowany przekaz, mogą przejawiać się na poziomie językowym. Jednak w sieci widoczne są przede wszystkim słowa i to one determinują nawiązywane stosunki i kontakty. Jednocześnie nieodpowiedni dobór środków językowych może zdemaskować potencjalnego mistyfikatora, choć nie jest to dostatecznie pewne kryterium rozpoznania prawdziwych cech nadawcy tekstu.

Rozmowy internetowe – mimo że pisane – zawierają cechy języka właściwe odmianie mówionej. Język czatów i grup dyskusyjnych charakteryzuje się wysokim stopniem potoczności, według Agnieszki Ogonowskiej

[...] rezygnacja w komunikatach elektronicznych z takich elementów językowych jak: rozbudowana składnia, konwencjonalne formy grzecznościowe i zwroty adresatywne, poprawność interpunkcyjna i ortograficzna (eliminacja polskich znaków diakrytycznych oraz pisowni wielkich liter) powodują, że wypowiedzi są eliptyczne, wyraźnie naznaczone nieoficjalnością. Minimalizm formalno-językowy tekstów medialnych nie jest ich wadą, lecz cechą dystynktywną tych form wypowiedzi (Ogonowska, Skowronek 2005: 300).

Upowszechnienie w komunikowaniu zapośredniczonym komputerowo (*computer-mediated communication* – CMC) nieformalnych kodów przekazu wskazuje na sprywatyzowanie funkcji ekspresyjnych języka. Mediatyzacja komunikowania bywa porównywana analogicznie do procesu przewartościowania pierwotnego, oralnego systemu komunikowania w system piśmienniczy. Współcześnie mamy do czynienia z „wtórną oralnością”, która według Waltera Onga (1992: 182) oznacza przekształcanie wyrażen werbalnych z pomocą elektroniki. Elektroniczne komunikaty, tracąc swą materialną trwałość, zbliżają się do języka mówionego i są określane jako „piśmienna oralność”, „rozmowy pisane”, „nowa piśmiennosc”, „telepiśmiennosc” (Wilk 2000: 79).

David Crystal (2001) stwierdza, że o swoistości CMC decyduje to, że nie jest ona tożsama ani z mową, ani z pismem, lecz w sposób selektywny czerpie z obu; jest kombinacją stylu mówionego i pisanego. Zdaniem autora

[...] „netspeak” jest raczej postrzegany jako język pisany, który w jakiś sposób popchnięty został w kierunku mowy, niż jako język mówiony, który został zapisany. „Netspeak” nie jest identyczny ani z mową ani z pismem, ale wybiórczo i przystosowawczo przejawia właściwości obu (Crystal 2001: 49).

Davis i Brewer wskazują z kolei na społeczne i indywidualne konsekwencje nowej stylistyki:

[...] pisząc przy pomocy medium elektronicznego, ludzie adaptują konwencje języka mówionego i pisanego do swoich indywidualnych potrzeb komunikacyjnych. CMC jest czymś więcej niż sumą dyskursu mówionego i pisanego. Funkcjonuje bowiem w wyjątkowy sposób i musi być traktowana jako nowy rodzaj komunikowania. Można w tym kontekście mówić o „trzecim medium” wyrażonym w następujący sposób: „mowa+pismo+właściwości medium elektronicznego” (Davis, Brewer 2001: 95).

Inicjując interakcję w internecie, jednostka nie dysponuje takim zasobem wiedzy na temat partnerów, jaki dostępny jest jej w rzeczywistości. Pewien zakres informacji o osobie można skonstruować na podstawie jej dotychczasowej aktywności, sposobów prezentacji, relacji z innymi na forum, czy czacie – jednak nie zawsze jest to możliwe (np. nowa osoba w dyskusji). Pierwszym zatem sygnalizatorem tożsamości jest nick (czasem wymiennie używany z określeniem login), który jest rodzajem imienia<sup>21</sup> przybieranego w takich środowiskach sieciowych, jak listy, fora dyskusyjne, blogi, czaty. Często nick jest jedynym stałym elementem prezentacji osobowości w danej przestrzeni internetu, jest wspólnym mianownikiem łączącym poszczególne wpisy lub wypowiedzi. Jak zauważa Michał Podgórski

[...] w sytuacji interakcji zapośredniczonej przez komputer, „nick” poniekąd zastępuje całą osobistą fasadę i stanowi jedyny niezmienny element tożsamości; stąd należy się spodziewać, że jego znaczenie dla internetowych osobowości może być bardzo istotne (Podgórski 2006: 184).

Haya Bechar-Israeli analizował nicki i ich funkcjonowanie w środowisku IRC, co pozwoliło mu stwierdzić, że nick ma duży związek z wytwarzaniem sieciowej osobowości. Według autora

[...] w sytuacji, w której fizyczna egzystencja oraz tożsamość osoby musi zostać zredukowane do jednej linijki tekstu, z której składa się „nick” [...] ludzie starają się uczynić ten element możliwie najbardziej znaczącym. [...] Gdy jednostki nie mogą uzyskać nawet podstawowych informacji o swoim interlokutorze – takich jak płeć, wiek, kolor skóry itp. – nick staje się podstawowym środkiem prezentacji jaźni (Bechar-Israeli 1996: 26).

Tożsamość połączona z nickiem jest zatem czymś stałym, z czym użytkownik IRC jest związany emocjonalnie oraz z czym się identyfikuje. Mimo że internet daje dowolność w tworzeniu nowych tożsamości, to ludzie są na ogół skłonni do pozostawiania przez długi czas przy jednym nicku i jednej tożsamości. Oprócz tego, że osoby funkcjonujące w internecie tworzą tożsamości, do których są dość mocno przywiązane, to także osobowość prezentowana w środowiskach sieciowych nie jest na ogół zupełnie odmienna od osobowości w świecie rzeczywistym. Internet może być miejscem, w którym „ja” uzyskuje nowe możliwości polegające na tym, że wyraża się bez ograniczeń narzuconych przez społeczne konwencje.

Internet zapewnia także możliwość prezentacji wizualnej, którą można zrealizować „bezpośrednio” poprzez podłączenie do sieci kamery transmitującej wydarzenia

<sup>21</sup> Beata Dziejczak (2005: 131–135), poddawszy analizie ponad 600 pseudonimów funkcjonujących na portalach onet.pl, wp.pl, sformułowała następujące wnioski: Imiona własne jako forma prezentacji występują w mniejszości, a jeśli, to są dopełniane np. liczbą (Klara\_4; Anka\_33), nazwą miejscowości (Wojtek\_Bartoszyce; adam\_torun), liczbą i nazwą miejscowości jednocześnie (Lech35Lublin), dopowiedzeniem (Mateusz sam). Zebrany materiał posłużył jej do wyszczególnienia następujących kategorii nicków: opisowe (charakterystyka przy użyciu wielu słów, np. ZagubionaWzyciuRomantyczka, malo mily DARO), towarzyskie (sugerujące chęć wejścia w interpersonalną relację, np. szukam\_meza, SamotneSerceSzukaSamotnej), poetyckie (wprowadzające w liryczny nastrój, np. Uśmiech Anioła, osaczony przez powój), pseudonimy-zdania (Ja się pytam dlaczego, kiedyś Cię znajdę;-), wyrazy nie będące imionami (np. CiaCho, beznadzieja), z udziałem znaków formalnych (np. AAA\_1, Z33W), zbitki literowe (AQQ, jay-z), nazwy obce (dark\_thing, Voyage). Kategorie te nie wyczerpują wszystkich możliwości klasyfikacji, ponadto są one płynne i nie mają charakteru rozłącznego – wiele z nicków może być przyporządkowane do kilku kategorii jednocześnie.

z życia osoby, która chce być oglądana. Przy czym nie dotyczy to tylko relacjonowania codziennych zajęć, ale także ekshibicjonistycznego prezentowania nagości, anatomicznych szczegółów z jednej strony i ich voyeurystycznego podglądania przez anonimowe osoby z drugiej strony. Serwisy internetowe, np. YouTube, umożliwiają prezentację nakręconych amatorsko filmów przedstawiających osoby w różnych sytuacjach i kontekstach, czasem nieświadome swego uwiecznienia. Również fotografie mogą być umieszczane nie tylko na własnych stronach www, czy blogach, ale także we właściwych im serwisach, np. fotka.pl. Jakkolwiek w przypadku tego ostatniego sama nazwa wskazuje na preferowany kanał przekazu, to także w nim prezentowanym zdjęciom towarzyszy dodatkowo tekstowy opis osoby. Zawiera on bowiem formularz z bardzo szczegółowymi polami: „O mnie” (imię, wzrost, kolor włosów, długość włosów, kolor oczu, papierosy, alkohol, wykształcenie, dzieci, strona); „Zainteresowania” (sport i rekreacja, jedzenie, rozrywka, muzyka); „Charakter” (moje cechy). Dodatkowe rubryki to: komentarze, znajomi, imprezy, co ułatwia funkcjonowanie społeczności serwisowej. Obok samej prezentacji zdjęć można poddać pod ocenę internautów swój wizerunek (np. wityryna.amihotornot.com).

## Podsumowanie

Według Ben-Ze'eva w związkach w świecie rzeczywistym prywatność stoi w opozycji do dwóch podstawowych dążeń emocjonalnych: bliskości i otwartości zachowań; jednak

[...] konflikt pomiędzy prywatnością i emocjonalną bliskością oraz otwartością jest wyraźnie słabszy w cyberprzestrzeni. Względna anonimowość sieci oraz możliwość kontrolowania tematu rozmowy pozwalają na ochronę prywatności, nasilając jednocześnie emocjonalną bliskość i otwartość. Pojęcie prywatności faktycznie istotnie się zmieniło w cyberprzestrzeni, gdyż omawia się tutaj często wiele kwestii tradycyjnie uznawanych za prywatne (Ben-Ze'eva 2005: 115–116).

Internet jako „miejsce”, w którym odbywa się ekspresja „ja”, byłby zatem pewną hybrydą sfery publicznej i prywatnej. Z jednej strony pozwala komunikować treści bardzo osobiste i intymne, tradycyjnie kierowane do najbliższych, z drugiej zaś ich odbiorcą może być heterogeniczna publiczność o dużej liczebności. W rzeczywistości szerokie audytorium zwykle ogranicza przekaz, powoduje uruchomienie wewnętrznej „cenzury”, w internecie natomiast sytuacja ta ulega odwróceniu – upublicznienie, nieokreśloność odbiorcy i nadawcy zapewniają osobom komunikującym się poczucie bezpieczeństwa i umożliwiają otwarcie. Gdy „prawdziwe” życie zaczyna przenikać do wirtualnego, autoekspresja traci swą dynamikę (np. blog czytany przez osoby, które zidentyfikowały autora i fakt ten jest mu znany) i zaczyna się limitować przekazywane informacje.

Zdaniem Anny Grabowskiej zjawiska publikacji treści prywatnych w internecie nie można ignorować. Pisanie o przeżywanych emocjach, czy prowadzenie sieciowego pamiętnika i wystawianie swojego życia na pokaz jest pozytywnym aspektem korzystania z internetu. Prezentowanie swojej prywatności w sieci zaspokaja potrzebę

autoprezentacji i jest sposobem dla emocjonalnego odreagowania. Komentowanie wpisów daje szansę wymiany myśli, emocji (Grabowska 2006: 25).

Podgórski wskazuje, że nawet w bliskich relacjach „ja” musi czasem ograniczyć autoekspresję, co może doprowadzić do wypierania różnych treści, represjonowania, sublimacji ego itp. W tym kontekście

Internet może być miejscem, które pozwala dokonać ekspresji „ja” w sposób praktycznie nieograniczony, a także dostarcza publiczności dla tej ekspresji – internauta może pokazać tę stronę siebie, którą w życiu codziennym musi z różnych powodów ukrywać, kontrolując jednocześnie reakcje innych. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że sieć dostarcza wirtualnej przestrzeni publicznej bezpiecznej na tyle, że można do niej wprowadzić treści zbyt prywatne, nawet jak na rzeczywistą przestrzeń prywatną (Podgórski 2006: 192).

Wynika to z kilku powodów. Po pierwsze, w cyberprzestrzeni wstyd jest mniej odczuwalny, obowiązują w nim mniej surowe normy moralne (nie oznacza to stanu zupełnej anomii, gdyż komunikacja w internecie regulowana jest przez zasady netykiety); po drugie, panuje większa anonimowość (ze świadomością, że tacy jesteśmy dla potencjalnego rozmówcy, ale już w mniejszym stopniu dla administratora zarządzającego siecią), co sprzyja podejmowaniu działań niestandardowych, dlatego, po trzecie, częściej są tolerowane zachowania nietypowe (Ben-Ze’ev 2005: 138).

Jednocześnie jednak te same technologie, które zwiększyły poczucie prywatności umożliwiły jej naruszanie przez monitorowanie i rejestrowanie podejmowanych przez jednostkę zachowań. Każda jednostka korzystająca z internetu musi mieć świadomość, że jest doskonale „widzialna” i rozpoznawalna przez zarządzających siecią (adres IP), podlega także kontroli ze strony instytucji zewnętrznych (np. udostępnianie danych na wnioski służb państwowych). Portale, serwisy społecznościowe, jakkolwiek umożliwiają prezentację siebie i utrzymywanie kontaktów z innymi, to jednocześnie gromadzą dane, które – niewłaściwie zabezpieczone – mogą dostać się w posiadanie nieuprawnionych osób, co dobrze pokazuje np. przypadek serwisu „Nasza-klasa”. Informacje te być mogą być wykorzystane przez różne instytucje, np. w celach handlowych lub kryminalnych. Specjalne pliki (zwane „ciasteczkami”) rejestrują odwiedziny internautów na stronach, istnieją programy monitorujące korzystanie z internetu, które mogą instalować się i działać bez wiedzy właściciela komputera. Inwigilacyjny aspekt sieci wpisuje się w szersze zjawisko redukcji prywatności przez technologie cyfrowe, co ilustruje trend w kulturze określany jako *post-private society* (Krzysztofek 2006). Wszechobecna tendencja do odtajniania i ujawniania zaciera nie tylko w mediach, ale i w „skorelowanej” z nią rzeczywistości granicę między sferą publiczną i prywatną.

## Bibliografia

- Allen A. (1988), *Uneasy Access: Privacy for Women In a Free Society*, Roman and Littlefield, New Jersey.
- Altman I. (1975), *The Environment and Social Behavior*, Monterey, CA: Brooks/Cole.

- Altman I. (1977), *Privacy regulation: culturally universal or culturally specific*, „Journal of Social Issues”, Vol. 33.
- Bauman Z. (2004), *Rozmowa z W. Bursztą*, „Kultura Popularna”, nr 2.
- Becela J., Gruszczyński W. (2003), *Polszczyzna na czatach*, „Studia Medioznawcze”, nr 3(13).
- Bechar-Israeli H. (1996), *Nicknames, Plays and Identity on Internet Relay Chat*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, t. 1, nr 2.
- Ben-Ze'ev A. (2005), *Miłość w sieci. Internet i emocje*, Rebis, Poznań.
- Castells M. (2003), *Galaktyka internetu*, Rebis, Poznań.
- Castells M. (2007), *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Crystal D. (2001), *Language and the Internet*, Cambridge.
- Davis B.H., Brewer J.P. (2001), *Electronic Discourse: Linguistic Individuals in Virtual Space*, Albany, State University of New York Press.
- DeCew J.W. (1997), *In pursuit of privacy*, Cornell University Press, Ithaca.
- Derlega I., Chaikin H. (1977), *Privacy and Self-disclosure in Social Relationships*, „Journal of Social Issues”, nr 33.
- Dijk van J. (1999), *The Network Society: Social Aspects of New Media*, Sage Publication Ltd., London.
- Doctorow C., Dornfest R., Johnson J.S., Powers S. (2003), *Blogging. Przewodnik*, Warszawa.
- Dunin K. (2001), *Prywatne i telewizyjne*, „ResPublica Nova”, nr 4.
- Dziedzic B. (2005), *Konstruowanie i rozumienie znaczeń w komunikowaniu mediowanym komputerowo*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Goban-Klas T. (2004), *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa.
- Grabowska M. (2006), *Wartość dodana internetu na przykładzie internetowych grup wsparcia*, [w:] J. Kurczewski (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii internetu*, Wydawnictwo Trio, Warszawa.
- Gruszczyński W. (2001), *Czaty w sieci*, „Dialog”, nr 2(531).
- Grzenia J. (2004), *Strona www jako forma dialogowa*, [w:] M. Kita (red.), *Dialog a nowe media*, Wydawnictwo UŚ, Katowice.
- Grzenia J. (2006), *Komunikowanie językowe w internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jenkins H. (2006), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, WAIp, Warszawa.
- Jeran A. (2004), *Internet jako narzędzie i przedmiot badań*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4.
- Juza M. (2007), *Internet jako nowe medium masowe: szanse, zagrożenia, perspektywy*, „Studia Medioznawcze”, nr 2(29).
- Kluszczyński R. (2001), *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialności*, Rabid, Kraków.
- Krzysztofek K. (2006), *Okno na e-świat* [w:] J. Kurczewski (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii internetu*, Wydawnictwo Trio, Warszawa
- Manovich L. (2006), *Język nowych mediów*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

- McNair (2004), *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, Muza, Warszawa.
- Motyka K. (red.) (2001), *Prawo do prywatności. Aspekty prawne i psychologiczne*, Morpol, Lublin.
- Morris M., Ogan Ch. (1996), *The Internet as a Mass Medium*, „Journal of Communication”, nr 1.
- Mrozowski M. (2001), *Media masowe*, PWN, Warszawa.
- Ogonowska A., Skowronek B. (2005), „*Język na nielegalu*”, czyli wpływ multimedialnych komunikację werbalną młodego pokolenia, [w:] A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko (red.), *Język@multimedia*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP, Wrocław.
- Olcoń M. (2003), *Blog jako dokument osobisty – specyfika dziennika prowadzonego w internecie*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 2.
- Ong W. (1992), *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Podgórski M. (2006), *Wirtualne społeczności i ich mieszkańcy. Próba e-tnografii*, [w:] J. Kurczewski (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii internetu*, Trio, Warszawa.
- Prękowski M. (2006), *Między słowami. O wieloznaczności terminologii internetowej*, [w:] Ł. Jonak (red.), *Re: internet – społeczne aspekty medium*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Reber A. S. (2000), *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Schoeman F. (1984), *Privacy and intimate information*, [w:] F. Schoeman (red.), *Philosophical Dimension of Privacy*, Cambridge University Press, s. 403–418.
- Sieńko T. (2002), *Człowiek w pajęczynie. Internet jako zjawisko kulturowe*, Oficyna Wydawnicza ATUT, Wrocław.
- Słownik łacińsko-polski* (1967), Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Suszczyński (2002), *Hipertekst a Galaktyka Gutenberga*, [w:] M. Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Szczepan-Wojnarska A. (2005), *Sylwiczny i intymistyczny charakter blogów*, [w:] A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko (red.), *Język@multimedia*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP, Wrocław.
- Szura M. (2003), *Czy blog może być literaturą*, [w:] P. Marecki (red.), *Liternet.pl*, Rabid, Kraków.
- Środa M. (2000), *Zasada powszechnego ujawniania*, „Tygodnik Powszechny”, nr 12.
- Taras B. (2004), *Anonim w internecie, czyli o komunikacji incognito*, [w:] M. Kita (red.), *Dialog a nowe media*, Wydawnictwo UŚ, Katowice.
- Thompson J.B. (2001), *Media i nowoczesność*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław.
- Toffler A. (1997), *Trzecia fala*, PIW, Warszawa.
- Wallace P. (2003), *Psychologia internetu*, Rebis, Warszawa.
- Weintraub J. (1997), *The theory and politics of the public/private distinction*, [w:] J. Wientraub, K. Kumar, *Public and Private in Thought and Practise. Perspectives on a Grand Dichotomy*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Wellman B. (1999), *Networks In the Global Village. Life In Contemporary Communities*, Westview Press, Boulder.

- Wellman B., Hogan B. (2005), *Internet w życiu codziennym*, „Kultura Popularna”, nr 2.
- Westin A.F. (1967), *Privacy and Freedom*, Atheneum, New York.
- Westin A.F. (2003), *Social and Political Dimensions of Privacy*, „Journal of Social Issues”, vol. 59, nr 2.
- Wilk E. (2000), *Nawigacje słowa. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych*, Rabid, Kraków.
- Wynn E., Katz J.E. (1997), *Hyperbole over Cyberspace: Self-presentation & Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse*, „The Information Society”, nr 4.
- Zajac J., Rakocy K. (2007), *Blogi i blogosfera z perspektywy sieci społecznych*, „Studia Medioznawcze”, nr 3.