

## II. Społeczności internetowe i media społecznościowe w polityce<sup>2</sup>

### 1. W teorii: Jak zdefiniować społeczności internetowe?

**P**róba zdefiniowania społeczności internetowych jako nowych form zbiorowości trwa od końca lat 80. XX w. Stanowią one struktury niełatwe do skonceptualizowania, głównie ze względu na dynamikę ich przemian. To typ zbiorowości, który ulega znaczącym przeobrażeniom w krótkiej i średniej perspektywie<sup>3</sup>. Przyspieszenie technologiczne determinuje tworzenie coraz bardziej innowacyjnych narzędzi, na bazie których powstają nowe formy zbiorowości. Sprawia to, że społeczności te należy bardziej traktować jako *p r o c e s*, który podlega ciągłym i dynamicznym przeobrażeniom, niż zbiorowość jako taką (Krzysztofek, 2008, s. 81). Widać to chociażby w nieustannych innowacjach wprowadzanych przez serwisy społecznościowe. *News feed*, relacje, grupy, usługi randkowe (np. *Facebook Dating*) – to tylko skromny katalog funkcji komunikacyjnych, które wpływają także na proces socjotwórczy.

<sup>2</sup> Rozdział ten – podobnie jak rozdział III – stanowi uaktualnioną i poszerzoną wersję rozdziału pracy doktorskiej *Społeczności internetowe jako podmiot i przedmiot w procesie komunikowania politycznego* obronionej na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w czerwcu 2015 r.

<sup>3</sup> Trudno w sposób komparatystyczny badać społeczności opisywane przez Howarda Rheingolda na początku lat 90. XX wieku i porównywać je z grupami powstałymi za sprawą serwisów społecznościowych w drugiej dekadzie obecnego stulecia. Za główną przyczynę tej dynamiki uznać należy rozwój technologiczny, ale i rynkowy serwisów stanowiących medialne zaplecze kształtowania relacji społecznych. Zdynamizowane relacje kreowane przez takie serwisy jak Tinder czy TikTok mają się nijak do struktury budowanej na szkolnych relacjach znanych z portalu Classmates. Nie ulega też wątpliwości, że sama forma przekazu (lepszą jakość multimedialną, *news feed* itd.) również wpływa na dynamikę przemian w relacjach społecznych i politycznych budowanych poprzez społeczności internetowe.

Warto więc spojrzeć na pojęcie społeczności internetowych przez pryzmat części składowych tego terminu. Przymiotnik „internetowe” odnosi się rzecz jasna do tych relacji międzyludzkich zawieranych i podtrzymywanych z pomocą środka komunikacji, jakim jest sieć. Interakcje o których mowa, mogą przenieść się do przestrzeni organicznej<sup>4</sup>, tworząc w ten sposób nowe typy relacji. W opisywanych zbiorowościach kluczową rolę pełni więc zapośredniczony akt komunikacyjny. Społeczności istnieją w przestrzeni internetowej, mimo iż składają się z jednostek funkcjonujących w rzeczywistości organicznej. Ten pewnego rodzaju paradoks pozycjonuje internet nie tylko jako kanał komunikacji między członkami zbiorowości, ale jako „miejsce spotkań” i odpowiednik terytorium dla społeczności rozumianych w sposób tradycyjny. Dorosły Polak (16–64 l.) spędza w sieci już niemal sześć i pół godziny dziennie (*Globalwebindex*) – to więc naturalne, że przenosi do niej także część swojego społecznego i politycznego życia.

Znacznie więcej wątpliwości związanych jest z kategorią s p o ł e c z n o ś c i. Nie tylko określa ona szeroką gamę stosunków społecznych, ale jest terminem zdecydowanie starszym niż istnienie internetu. Traktować je więc należy jako pojęcie odnoszące się przede wszystkim do organicznych relacji powiązanych z określonym miejscem w przestrzeni.

Scharakteryzowanie s p o ł e c z n o ś c i sprawia wiele trudności na gruncie nauk społecznych. Już w 1955 roku George Hillery analizując ponad 90 definicji nie doszukał się konsensusu w możliwości zaakceptowania ogólnie przyjętej podstawy pojęciowej (1955). Innym przejawem sporu może być brak definicji zarówno terminu „społeczność”, jak i „społeczność internetowa” w leksykonie *Socjologia. Przewodnik encyklopedyczny* (2008), mimo 350 scharakteryzowanych w nim haseł<sup>5</sup>. Nie ulega jednak wątpliwości, że społeczności definiowane są i klasyfikowane przez pryzmat ich cech, z których na plan

---

<sup>4</sup> Będę konsekwentnie stosował to pojęcie będąc krytycznie nastawionym do wszystkich innych prób wyznaczenia podziału na relacje tworzone w sieci i poza nią. Wydaje się, że zaczerpnięty od Jana van Dijka przymiotnik „organiczny”, sugerujący cielesność, fizyczność tych drugich typów spotkań między człowiekiem a człowiekiem, choć nieidealny, jest tu wystarczająco precyzyjny.

<sup>5</sup> Także inne polsko- i angielskojęzyczne wydawnictwa encyklopedyczne są ubogie w treści w opracowywanej materii.

pierwszy wysuwa się ulokowanie geograficzne i lokalność. Barbara Lewenstein przytacza takie cechy charakterystyczne społeczności jak: przestrzeń terytorialna, ludność zamieszkująca terytorium, system powiązań i zależności ludzi oraz instytucji. Istotne pozostają też społeczne relacje, jakie je wiążą, a także psychospołeczne i kulturowe więzi jakie łączą część lub wszystkich mieszkańców z daną strukturą społeczno-przestrzenną (1999, s. 23–26).

Społeczność to grupa jednostek zamieszkujących pewną przestrzeń terytorialną, w ramach której jej członkowie mogą zaspokajać swoje potrzeby. Posiada wspólne wartości oraz więzi, jak i poczucie własnej odrębności w stosunku do innych społeczności. Warto zauważyć, że wysuwana na pierwszy plan „terytorialność” nie musi stanowić jedynego czynnika spajającego specyficzny rodzaj zbiorowości, jaką jest społeczność. Często elementem decydującym staje się szeroko pojęte środowisko, charakteryzujące się jednolitością w zachowaniu, wyznawanych wartościach czy wykonywanej pracy. Możemy więc mówić, poza aspektem „terytorialności”, o podobieństwach na płaszczyźnie zawodowej (np. społeczność akademicka), w wyznawanym światopoglądzie (społeczność muzułmańska) czy jednakowym sposobie porozumiewania się (społeczności internetowe). Wydaje się jednak, że w każdym z wymienionych przykładów na „drugim planie” przytoczonego pojęcia pobrzmiewa miejsce wykonywania określonej czynności czy występowania danej cechy społecznej<sup>6</sup>.

Wielu badaczy uznało jednak, że idea terytorialności jest zastępowalna: przez częste spotkania (Tönnies), wspólne wierzenia (Weber) czy współdzielony system symboli (Durkheim) (za: Agostini, Mechant, 2019). Współcześnie warto zapewne katalog uzupełnić o czynnik polityczny, w którym jednostka gromadzi wokół siebie na przykład zwolenników (fanów) na Facebooku czy Twitterze.

---

<sup>6</sup> Społeczność akademicka to różne grupy zawodowe skupione w jednym miejscu – wyższej uczelni. Społeczności oparte na światopoglądzie także określane są przymiotnikiem wskazującym na ich terytorialność np. „społeczność muzułmańska w Polsce”. Społeczności oparte na atrybucie komunikacyjnym „ulokowane są” natomiast w obszarze przestrzeni wirtualnej. Idąc krok dalej, możemy też mówić o społeczności Twittera – ludziach korzystających z określonego serwisu, który jednocześnie determinuje specyficzne dla niego zainteresowania: polityką, publicystyką czy sportem.

Najtrudniej w scharakteryzowaniu pojęcia społeczności zdiagnozować więc element łączący poszczególnych członków zbiorowości. Dariusz Wojakowski wykorzystuje do tego celu pojęcie „węzła” mającego charakter symboliczny, który spaja społeczność lokalną (Wojakowski, 2006, s. 122). Istotna jest tu wspólnota ikoniczna czy ta dotycząca znajomości alegorii, co można nazwać „spójnością symboliczną” danej grupy (Łukowski, 2008, s. 196). Koncepcja ta wprowadza duże obostrzenie do procesu selekcji tego, co powinno nazywać się społecznością. Należałoby jednak przyjąć, że poziom znajomości przekazów symbolicznych w obszarze „węzła” będzie się kształtował na różnym poziomie, w zależności od konkretnego członka rozpatrywanych zbiorowości i jej typu.

Początkowo świadomość taka nie musi być jednakowa dla wszystkich członków. Poprzez wzrastający poziom zaangażowania, integracji i partycypacji w działaniach społeczności nabywają oni wiedzę na temat szeroko pojętego obszaru symboli. Ich źródłem są chociażby: historia zbiorowości, jej język i osadzenie w konkretnej kulturze. Nie ma wątpliwości, że społeczność fanowska zintegrowana wokół konkretnego polityka będzie pod tym względem funkcjonowała inaczej niż członkowie forum o tematyce programistycznej.

Cechy te nie pozostają więc bez konsekwencji dla świata polityki. Podmioty polityczne, w zdecydowanej większości stanowią niepierwotne elementy społeczności internetowych, w szczególności te w rozumieniu *makro* (zob. rys 1. na stronie 37). Oznacza to, że muszą dostosować się do przestrzeni symbolicznej obowiązującej dla zbiorowości skupionej w obrębie określonego serwisu: inaczej ta przestrzeń kształtowana jest w ramach Instagrama, inaczej zaś funkcjonuje w obszarze Twittera. Rodzi to konsekwencje natury zarówno strategicznej, jak i codziennej praktyki działań komunikacyjnych: tworzenia treści. W tym pierwszym obszarze chodzi o odpowiedni dobór kanału do specyfiki politycznego podmiotu<sup>7</sup>. W drugim zaś, wskazuje się na profesjonalizację branży marketingu politycznego. Tworzenie treści wymaga bowiem szerokiej wiedzy w obszarach takich jak: grafika, *copywriting*, realizacja materiałów wideo itp.

---

<sup>7</sup> Dużo wątpliwości w Polsce wzbudziło np. uruchomienie w marcu 2020 r. przez Prezydenta RP Andrzeja Dudę konta w serwisie TikTok, słynącym z dynamicznych, z reguły rozrywkowych, nierzadko absurdalnych treści.

Rozpatrując pojęcie społeczności oraz jej politycznych konotacji, należy brać pod uwagę dwa przeciwstawne nurty myślowe obecne w literaturze (Kapralska, 2008, s. 137–138). Pierwszy z nich, zwany ekologicznym i mający swoje źródło w pracach R. E. Parka i jego uczniów, społeczność wiąże przede wszystkim z pojęciem terytorium. Nie da się ukryć, że restrykcyjnie sformułowana konieczność osadzenia danej zbiorowości w przestrzeni geograficznej sprawia, że ujęcie R. E. Parka staje się „ślepą uliczką” w konceptualizacji pojęcia społeczności rozpatrywanej przez pryzmat współczesnych realiów Facebooka, Instagrama i Snapchata.

Tu z pomocą przychodzi druga perspektywa. Wywieść ją można z prac Georga Simmela, Ferdinanda Tönniesa oraz Émile Durkheima (za: Kapralska, 2008, s. 137–138). W przypadku tego nurtu, nacisk na kwestię terytorialności nie jest tak silny jak w pierwszym ujęciu, a na pierwszy plan w próbach zdefiniowania pojęcia społeczności wysuwane są inne elementy. Można więc stwierdzić, iż istota społeczności wyraża się w podzieleniu tych samych symboli i wartości (politycznych). Stanowią one źródło kulturowej tożsamości grupy opartej na obiektywnych zależnościach oraz stosunkach, jakie kształtują się między ludźmi; respektowaniu zasad współdziałania i porozumienia. Warto zauważyć, że ten paradygmat znacznie lepiej wpasowuje się w ewolucję rozpatrywanego pojęcia i wysuwa na plan pierwszy te jego cechy, które stają się przydatne, gdy mówimy na przykład o tak zwanej „społeczności bezlokalnej” (Turowski, 1994, s. 233). Termin ten opisuje typ zbiorowości przez pryzmat wąskich celów, pomiędzy które członkowie dzielą swój czas<sup>8</sup>.

Warto przybliżyć jeszcze jedno podejście teoretyczne zaproponowane przez Marcie P. Effrat (1974). Badaczka wyróżnia trzy sposoby rozumienia terminu społeczność: (1) j a k o i n s t y t u c j e s o l i d a r n o ś c i – w tym przypadku na pierwszy plan wysuwa się funkcja integracyjna opisywanych zbiorowości. Istotne jest więc poczucie bliskości i „wspólnotowości”, w celu zaspokojenia potrzeb przynależności i akceptacji. Komórką społeczną stanowiącą modelowy przykład

---

<sup>8</sup> Samo pojęcie celowości w działaniach tych grup jest kluczowe dla zrozumienia sposobu tworzenia i funkcjonowania społeczności internetowych (Adamus-Muszyńska, 2010). Realizacja celów politycznych (np. wyborczych) wydaje się tutaj kluczowa.

takiego postrzegania społeczności jest rodzina; (2) jako interakcje – w tym rozumieniu terminu mowa o jednostkach, które łączą bliskie relacje międzyludzkie. Można to odnieść do naturalnej potrzeby współdziałania; autorka ma na myśli relacje o charakterze nieformalnym i wypływające w większym stopniu z ludzkiej woli, niż z konieczności; (3) jako grupy - instytucje – wyodrębnione w szczególności na podstawie dwóch elementów – wspólnych zainteresowań oraz na powiązaniach instytucjonalnych. Relacja taka znajduje odzwierciedlenie w przynależności do pewnej społecznej kategorii, która sankcjonuje istnienie zbiorowości. Dobrym przykładem tego typu kategorii społecznej jest wspomniana już społeczność akademicka.

Każde z trzech zaproponowanych przez M. P. Effrat sposobów rozumienia analizowanego terminu może okazać się cenną wskazówką przy próbie scharakteryzowania specyficznego zjawiska, jakim jest zbiorowość konstruowana *online* o politycznym charakterze. Po pierwsze, istotny wydaje się element integracyjny. Wpływa on na poczucie przynależności, które jest jedną z głównych potrzeb, a jednocześnie gratyfikacji związanych z podjęciem decyzji o przystąpieniu do danej społeczności. Drugim elementem jest podkreślenie roli interakcji między członkami. Poprzez swoje zintensyfikowanie wpływają one chociażby na zachowania konformistyczne czy zwiększanie poczucia sympatii wraz ze wzrostem liczby kontaktów i zaangażowania. Trzeci sposób rozumienia również wydaje się istotny, zarówno z powodu elementów instytucjonalnych (wśród których można wymienić nazwę społeczności, jej oficjalne symbole i warunki członkostwa), jak i ważnego czynnika wspólnoty zainteresowań, także dotyczących polityki. Warto dodać, że to jedna z najczęściej wymienianych w literaturze przyczyn stanowiących podstawę do powstania takiej zbiorowości. Przenosząc ten sposób myślenia na grunt praktyki – dzięki hashtagowi #strajkkobiet na Instagramie – jesteśmy w stanie znaleźć ludzi wyznających te same wartości polityczne co my (integracja). Po drugie – możemy wchodzić z nimi w relacje lubiąc, komentując, udostępniając (interakcja). Po trzecie – u wspólniamy w ten sposób symbole i styl wypowiedzania się. W ten sposób rodzi się polityczna społeczność.

Rozpatrując sprawę chronologicznie, refleksja nad kwestią definiowania społeczności wirtualnych ma niemal 30 lat, zaś sam przedmiot

badań – relacje zapośredniczone przez sieć – możemy lokować już w latach 70. XX w. (Ellis, Oldridge, Vasconcelos, 2005, s. 145). Warto przedstawić więc kilka ujęć, przez pryzmat których akademicy dokonują próby dookreślenia tego stosunkowo młodego zjawiska społecznego.

Pierwszy podjął się tego Howard Rheingold, wyznaczając w ten sposób drogę dla badaczy wirtualnych i internetowych wspólnot. Wydając w 1993 r. pracę zatytułowaną *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, włączył on w obszar zainteresowań nauk społecznych nowy termin. Od tego momentu jest on przedmiotem sporów socjologów, badaczy komunikacji, politologów oraz przedstawicieli innych nauk. Jako podstawę do prowadzenia swoich badań H. Rheingold wybrał jedną z pierwszych społeczności internetowych o nazwie *The Well (The Whole Earth 'Lectronic Link)* – małą grupę pasjonatów nowych narzędzi komunikacji, która istnieje do dziś powiększona obecnie do kilku tysięcy członków (Kaprańska, 2008, s. 134). Warto nadmienić, iż grupa ta dla podtrzymania relacji posługiwała się forami internetowymi, pocztą elektroniczną i tradycyjnymi witrynami i nie miała sprecyzowanego tematu, wokół którego koncentrowała się dyskusja użytkowników. Rzutowało to w sposób naturalny na to, jak badacz definiował społeczności przez pryzmat owej struktury.

Autor klasyfikuje więc aktywności, które są charakterystyczne dla społeczności wirtualnych twierdząc, iż „możliwa jest wymiana przyjemności i kłótnia, zaangażowanie w dyskurs intelektualny, prowadzenie biznesu, wymiana wiedzy, dzielenie się wspólnymi emocjami, tworzenie planów, burz mózgow, rozpowszechnianie plotek, toczenie sporów, zakochywanie się, znajdowanie i utrata przyjaciół, granie w gry, flirtowanie, kreowanie sztuki, prowadzenie czczych rozmów” (Rheingold, 1994). Za podstawę funkcjonowania społeczności internetowych H. Rheingold uważał więc wszystko to, co obiektywnie istnieje w świecie organicznym z wyjątkiem bezpośredniego kontaktu. Ten typ relacji był jednak wciąż dla autora na tyle istotny, iż za urzeczywistnienie wspólnoty *online* uważał tylko te związki, które mogą „wydostać się” poza wirtualny świat. Definicja u H. Rheingolda jest więc jeszcze nieostra: jest to wspólnota w momencie, gdy w relacjach między członkami jest „wystarczająco dużo uczucia”, by o takich relacjach mówić. Badacz nie traktował jednak społeczności w sposób

autonomiczny. Za formę najdoskonalszą uważał właściwie sytuację, gdy użytkownicy mogli spotkać się twarzą w twarz (za: Kaprańska, 2008, s. 134)<sup>9</sup>. Dziś, w dobie Facebooka, który integruje bez mała 2,7 miliarda aktywnych użytkowników, tak „naiwny” sposób myślenia o społecznościach może wywoływać uśmiech.

Uważa się, że praca H. Rheingolda podszyta jest entuzjazmem wynikającym z nowatorstwa czegoś, co w obecnych czasach dla badacza tej sfery jest powszechne – sieci i ludzi, którzy stanowią jej integralną część. Stąd optymistyczna wizja przebudowy społecznej i korzyści, jakie mogą wyniknąć z tego typu nowych zależności. W dobie urzeczywistnienia w pełni i na masową skalę relacji opisanych przez H. Rheingolda, wiadomo, iż nowe formy zbiorowości implikują znacznie większą gamę zjawisk społecznych. Można wśród nich odnaleźć te uznawane za patologiczne także w obszarze polityki: hejt, wycieki danych i ich nielegalne wykorzystanie. Wiele ustaleń autora do dziś uważa się jednak za powszechnie obowiązujące i charakterystyczne dla większości struktur społecznych obecnych w sieci. Do takich zaliczyć należy cechy, którymi scharakteryzować można opisane przez niego wspólnoty, w skład których wchodzi: komunikacja jako cel, dobrowolność czy zainteresowania, jako podstawa kreowania społeczności (Barney, 2008, s. 81–86). H. Rheingold nie pozostawił też złudzeń co do sporu wokół technologicznego determinizmu. Autor uważa sieć i rodzący się w niej komponent społeczny za swojego rodzaju mikrobiologiczny eksperyment, którego nikt nie zaplanował, a mimo to został samoistnie zainicjowany (Fernback, Thompson, 1995). Warto więc, wobec wyznaczonej przez H. Rheingolda drogi do zdefiniowania i zrozumienia nowych form zbiorowości w przestrzeni internetowej, zacząć od źródeł. Wymaga to odniesienia się do etymologii słowa oraz

---

<sup>9</sup> Z punktu widzenia praktyki funkcjonowania dzisiejszych społeczności łączących nierzadko ludzi z różnych części świata, taki warunek wydaje się zbyt restrykcyjny, ale przedmiotem badań H. Rheingolda była niewielka grupa ludzi, z reguły naukowców, którzy od 1985 r. stanowili niejako pionierską społeczność w rodzącym się internecie. Możliwość spotkania się w świecie organicznym H. Rheingold nie uważał jednak za *constans*, a za kwestię kluczową uznał wymianę idei i słów za pomocą klawiatury i sieci (Rheingold, 1994, s. 362). Wyznaczając ton dzisiejszej debaty, autor usilnie zresztą agitował za tworzeniem w latach 90. nowych form wspólnot, skupiających ludzi wokół wspólnych wartości i zainteresowań, co bez internetu nie byłoby możliwe.



przeanalizowania innych terminów, w szczególności tych z pogranicza socjologii oraz nauki o mediach i komunikowaniu.

W literaturze anglosaskiej najpopularniejszymi pojęciami stosowanymi do określenia interesujących nas zbiorowości są: *virtual community*, *e-community*, *online community*, *cyber communities*, czy *digital communities* (Agostini, Mechant, 2019). Ten pierwszy wydaje się być jednak dominujący, prekursorski i pierwotny wobec późniejszych publikacji (tym terminem posługiwał się H. Rheingold)<sup>10</sup>. Sam człon *community*, pochodzący od łac. *communis* – „wspólny”, stał się bez wątpienia podstawą do językowej kalki i nazwania nowych form zbiorowości w internecie „społecznościami”. Źródłosłowu terminu „wirtualny” należy zaś poszukiwać w języku łacińskim, w którym *virtus* oznacza „mogący teoretycznie zaistnieć”. Wynika z tego perspektywiczna możliwość zmaterializowania pewnego faktu, mimo iż obiektywnie on nie istnieje. Relacje za pomocą kanałów komunikowania wydają się być jak najbardziej realne, gdyż dotyczą jednostki jako rzeczywistego podmiotu. Korzysta ona co prawda z komputera czy smartfona jako technologii użytecznej do nawiązywania kontaktu, efekt intrapersonalny w postaci ludzkich odczuć ma jednak miejsce poza tą przestrzenią.

Warto rozwinąć ten wątek biorąc pod uwagę fakt rozważań nad funkcjonowaniem społeczności z perspektywy mediów. Wirtualność jako forma istnienia przestrzeni poza rzeczywistością stała się tematem rozważań m.in. M. McLuhana na temat roli środków przekazu w życiu człowieka. Według badacza media ewoluują i w coraz bardziej umiętny sposób zastępują ludzkie zmysły, a nawet stają się ich

---

<sup>10</sup> Także w polskiej literaturze termin „społeczności wirtualne” uchodzi za najpopularniejszy w odniesieniu do zjawisk społecznych w obszarze internetu. Stanowi to kalkę z – uznawanej za prekursorską – literatury anglosaskiej. Część polskich badaczy stosuje też termin „wirtualne wspólnoty”. Wynika to zapewne z trudności w tłumaczeniu pojęcia *community*, które bywa w polskiej literaturze przekształcane do formy „społeczność” lub „wspólnota” właśnie. W wielu opracowaniach (także tych angielskich) pojęcia te traktowane są synonimiczne, stąd formy typu „wspólnota lokalna” czy „społeczność lokalna”. Uznając, iż w polskiej literaturze termin „wspólnota” bywa częściej formą nadrzędną nad „społecznością” i posiada długą tradycję w socjologii zapoczątkowaną przez Ferdinanda Tönniesa, w pracy będzie konsekwentnie stosowana ta druga, jako zbiorowość specyficzna i posiadająca już – jeżeli chodzi o internet – ugruntowaną pozycję.

przedłużeniem (McLuhan, Fiore, 1967, s. 26 i nast.). W tym kontekście przymiotnik „wirtualny” wydaje się uprawniony, gdyż stanowi takowe „przedłużenie” w konstruowaniu międzyludzkich relacji. Smartfon staje się więc jedynie rozwinięciem tego, co człowiek sam kontroluje, ale jego fizyczność nie pozwala mu na przełamywanie pewnych barier – np. tych dotyczących przestrzeni. Co więcej, rzeczony wspólnoty mają charakter wyobrażony, przez co stają się „wirtualne” w szerszym tego słowa znaczeniu, począwszy od wspólnoty narodowej po bardziej dosłowne społeczności polityczne *online*.

W tym kontekście termin „społeczności wirtualne” stanowi synonim „społeczności internetowych”. Rzeczywistość wirtualna może być jednak wygenerowana za pomocą technik niekoniecznie związanych z internetem. Można wyróżnić chociażby gry w trybie *offline*, symulatory, a nawet światy wytworzone przy pomocy hologramów czy umiejętnie konstruowanych złudzeń optycznych. Stąd termin „społeczności internetowe” najbardziej precyzyjnie oddaje specyfikę charakteryzowanej tu zbiorowości i jest podtypem „społeczności wirtualnych”, jako tych obejmujących swoim zasięgiem także inne podmioty<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Wybór ten nie znaczy bynajmniej, że opisywane formy zbiorowości nie są określane w literaturze polskiej i światowej poprzez inne terminy. Łucja Kaprańska postuluje, aby używać termin „sieci społeczne” lub odwołującego się do nich terminu *social networking services* (2008, s. 138). Warto jednak zaznaczyć, iż sieciowa struktura społeczna, która leży u podstaw pierwszego z tych pojęć, znacznie wykracza poza zakres komunikacji z udziałem sieci. Aspekt łączności interpersonalnej jest tylko jednym z wielu, które w literaturze ujmowane są w skali *makro* jako relacje ekonomiczne, polityczne, a nawet kulturalne (Castells, 2007; Barney, 2008). Pojęcie *social networking services* wydaje się natomiast dość wąskie, zważywszy, iż dotyczy już samych serwisów internetowych. Tu w grę wchodzi infrastruktura technologiczna i jej użyteczności, które mogą stanowić jedynie podstawę do budowania społeczności. Andrzej Gontarz proponuje natomiast termin „cyfrowe społeczności sieciowe”, zawężając analizowane pojęcie do jego digitalnego charakteru. Został on ukuty na fali niezadowolenia autora z wirtualnej cechy wspólnot, które tworzone są przez człowieka a nie składają się ze stworzonych przezeń sztucznych światów (Krzyztofek, 2008, s. 73). Koncepcja ta jest spójna i oddająca charakter opisywanych zjawisk społecznych, podkreślając jednocześnie ten aspekt istnienia społeczności, który oparty jest na technice cyfrowej. Poza tym, w literaturze można spotkać określenie „neoplemiona” (Burszta, 2003, s. 157), które parafrazowane jest często przez dziennikarzy i publicystów. Trudno jednak w tym wypadku rozpatrywać opisywane zjawiska społeczne przez pryzmat relacji plemiennych.

W literaturze można doszukać się kilku zwartych definicji społeczności internetowych, z których najczęściej przywoływane są te sformułowane przez H. Rheingolda i Barrego Wellmana. Ten pierwszy charakteryzuje społeczności wirtualne jako „społeczny agregat, który wyłania się z sieci, gdy pewna wystarczająco duża liczba ludzi podtrzymuje wystarczająco długo publiczną dyskusję i jest w tym dość uczucia by uformować sieć osobistych relacji w cyberprzestrzeni (Rheingold, 1994, za: Kaprańska, 1998, s. 133)”. Definicja ta wskazuje na kluczową rolę pewnych elementów, jak chociażby na kapitał ludzki (podmiot) tworzący określoną zbiorowość, publiczną dyskusję i relacje zawierane w sieci oparte na emocjach.

Inną, powstałą w 2001 r. perspektywę przedstawia B. Wellman. Badacz, reprezentując podejście sieciowe, koncentruje się na relacjach między elementami sieci, jej gęstości, zależnościach, hierarchii, pozycji oraz aktywności jednostkowej i kolektywnej (za: Doktorowicz, 2004, s. 61). Do dziś perspektywa ta jest popularna wśród badaczy, w szczególności w obszarze badań nad zjawiskami marketingowymi czy grami (Wei, Zhang, Yang, Chen, 2019). Autor zwraca uwagę, iż „społeczności są sieciami więzi międzyludzkich, które są źródłem życia towarzyskiego, wsparcia, informacji, poczucia przynależności i tożsamości społecznej” (Castells, 2003, s. 147). W jego koncepcji „punkt ciężkości” zostaje przeniesiony z ludzi na powstające między nimi relacje. Najistotniejsze i jednocześnie pominięte w poprzednio analizowanej definicji są zaś efekty zaistniałych więzi.

Akcent na kwestię relacji w definiowaniu społeczności kładzie także Jan Fernback i Brad Thompson, którzy określają społeczności wirtualne jako społeczne relacje zagubione w cyberprzestrzeni, ulegające powtarzalnym kontaktom wewnątrz specyficznych granic i miejsc, które są symbolicznie zarysowane przez podmiot zainteresowania (1995). Zauważmy, że pojawia się tu ważna kwestia, która katalog pytań takich jak „kto?” i „jak?” uzupełnia o dylemat „gdzie?”. To czym jest społeczność warto rozpatrywać więc nie tylko przez pryzmat ludzi, dialogu, emocji i relacji między jednostkami, ale zbadać też właściwości „miejsca”. Ma znaczenie czy gromadzimy się na MS Teams, Twitterze czy Snapchacie w myśl zasady *medium is the message*.

Wśród innych wartych uwagi ujęć problemu można wymienić definicję zaproponowaną przez George Bugliarello, który określa

społeczności wirtualne jako „bezcieleśne” społeczności powstające na gruncie wspólnych zainteresowań. Warto jednak zauważyć, iż w dużym stopniu zawęża to sposób postrzegania problemu, mimo że kwestia wspólnych zainteresowań – jako czynnika konstytuującego społeczności – jest podnoszona przez wielu badaczy. Może być więc uznawana za jedną z najistotniejszych. Potwierdza to definicja zaproponowana przez Marka Sloučka, który twierdzi, że społeczności wirtualne określać należy jako zbiory osób, których łączą wspólne pasje i praktyki (za: Szpunar, 2004, s. 110). Dla współczesnego użytkownika sieci jest to praktyka niemalże oczywista: jeśli interesuje Cię jakaś tematyka (kino skandynawskie, uprawa roślin doniczkowych, działalność konkretnej partii itd.) to zaczynasz od wpisania kilku słów kluczowych w wyszukiwarkę, która przenosi Cię do „miejsc”, gdzie inni podzielają Twoje zainteresowania. Poszukując treści trafiamy więc na ludzi, którzy współdzielą z nami wspomniane „pasje i praktyki”.

Podobnie tę kwestię ujmuje Steven Jones twierdząc, iż wirtualne społeczności są punktem przejściowym opartym na wspólnych przekonaniach i doświadczeniach łączących ludzi fizycznie oddalonych (1995, s. 19). Można więc stwierdzić, że podłożem dla zawiązania relacji są przede wszystkim te elementy ludzkiej aktywności, które sprawiają, że człowiek popada w fascynację pewnym wycinkiem rzeczywistości i pragnie zgłębić informacje na jego temat. Z pomocą sieci użytkownik odkrywa jednocześnie, iż danym problemem zainteresowana jest większa liczba osób. Chcąc wymienić się informacjami, zdobyć wiedzę czy skonfrontować różne doświadczenia, konstruuje pewne relacje społeczne. Te, stając się podstawą do tworzenia więzi, scalają daną zbiorowość. Cele jednostkowe zostają zastąpione celami całej społeczności, a interesy partykularne stają się interesami grupy – tworzy się społeczność.

Wartym uwagi uzupełnieniem takiego sposobu pojmowania społeczności internetowych jest triada stworzona przez Martina Listera, Jona Doveya, Setha Giddingsa, Iaina Granta i Kieran Kelly uznająca wspólne przestrzenie, relacje oraz wartości za podstawy do formowania się społeczności internetowych (2009, s. 321). Pierwszy z trzech elementów jest traktowany jako użyteczność, która staje się technicznym zapleczem, a jednocześnie „miejscem”, gdzie może dojść do

spotkania użytkowników (np. forum, Twitter czy Instagram). W ten sposób powstają relacje między wyznawcami tych samych wartości czy wspomnianych zainteresowań i pasji. Warto uwzględnić ten sposób rozumienia społeczności, choć dziś już wiemy, że mogą one równie dobrze być narzędziem uwspólniania wartości, jak i realizacji partykularnych celów z wykorzystaniem kapitału tworzonego przez grupę<sup>12</sup>.

Jak więc zmieniło się rozumienie pojęcia społeczności na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat i co tak naprawdę oznacza w dobie Instagrama i TikToka? Jan van Dijk proponuje przeciwstawiać (wskazując jednocześnie na podobieństwa) społeczności wirtualne „społecznościom organicznym”. Czyni to w ważnym dla dyskusji o definiowaniu tego pola badawczego artykule z 1998 roku, co podkreśla cielesność i bezcielesność poszczególnych typów relacji. Warto też podjąć próbę redefinicji niektórych pojęć, przez pryzmat których nauki społeczne spoglądają na nowe typy zbiorowości w obszarze internetu. Dotyczy to chociażby problematycznej sfery przestrzenności relacji. Należy mieć więc na uwadze zmieniający się świat, a wraz z nim sposób komunikowania się między ludźmi oraz zawierania i podtrzymywania znajomości. Wymaga to przyjęcia perspektywy, która czerpie z wypracowanych podstaw teoretycznych, w szczególności w dziedzinie socjologii. Jednocześnie zmierzać należy do nakreślenia nowego punktu widzenia – uwzględniającego wszystko to, co zmieniło relacje społeczne i polityczne w ostatnich 20 latach.

Po pierwsze, warto zaznaczyć, iż członkostwo w społecznościach internetowych jest zwykle partycypacją intencjonalną, a więc świadomą i zamierzoną (Smith, 1993). Wynika to przede wszystkim z faktu, iż uczestnictwo to nie może mieć charakteru pierwotnego, w przeciwieństwie do tych struktur społecznych, do których człowiek nale-

---

<sup>12</sup> Warto podkreślić, iż dyskusja dotycząca definiowania społeczności internetowych jest wciąż aktualna i toczy się w ramach licznych perspektyw: interesu zbiorowego, zasad partycypacji, ról społecznych czy dobrowolności członkostwa. Bodaj najpełniejszego jak do tej pory zestawienia definicji i literatury dokonała Magda David Hercheui. Jako że artykuł ukazał się w 2011 r., a wiedza na temat specyfiki funkcjonowania społeczności internetowych ulega dalszemu poszerzaniu, zapewne warto by rozważyć dokonanie rewizji takiego zestawienia i uzupełnienia go o koncepcje powstałe w przeciągu ostatniej dekady.

ży z racji urodzenia (np. rodzina, wspólnota narodowa). Biorąc pod uwagę podejście ekologiczne, człowiek może socjalizować się jako członek lokalnej społeczności, stopniowo nabierając świadomości oraz poczucia przynależności do grupy ukonstytuowanej terytorialnie i symbolicznie. W jednaki sposób można rozpatrywać tę kwestię, spoglądając przez pryzmat opisywanych przez M. P. Effrat grup solidarnościowych, gdzie sam fakt urodzenia konstituuje daną jednostkę jako członka określonej społeczności.

W przypadku relacji zawiązywanych za pośrednictwem sieci mamy zaś do czynienia z działaniem *ś w i a d o m y m i c e l o w y m*. Jest to efektem poszerzania kompetencji w posługiwaniu się technologiami w procesie zdobywania wiedzy i umiejętności, a więc na etapie wczesnej socjalizacji. Dziecko, otrzymując swój pierwszy smartfon odkrywa, że „po drugiej stronie ekranu” obecni są inni gracze czy uczestnicy wirtualnych lekcji. W coraz większym stopniu fakt członkostwa w społeczności staje się autonomicznym aktem woli po zapoznaniu się z jej charakterem, warunkami uczestnictwa, kosztami i zyskami związanymi z zaangażowaniem w określoną strukturę. Im bardziej zaawansowany poziom socjalizacji w odniesieniu do polityki, tym bardziej świadoma partycypacja w wirtualnych grupach posiadających zideologizowany charakter. Można przyjąć, że proces ten dynamizuje się w okresie dojrzewania, w którym intensywnie kształtuje się też polityczny obraz świata młodego człowieka. Wtedy też dzieci otrzymują formalną możliwość bycia posiadaczami kont w serwisach społecznościowych (np. regulamin Facebooka pozwala na to od 13 roku życia). Tym samym trafiają do świata pełnego polityki.

Po drugie, istotny pozostaje fakt, iż partycypacja w społecznościach internetowych niesie ze sobą *m n i e j s z e r y z y k o*, przez co zbiorowości takie wydają się być *l i c z n i e j s z e i b a r d z i e j r ó ż n o r o d n e*. Struktury te bywają bezpieczniejszym „miejscem spotkań” w porównaniu z przestrzenią organiczną; pozwalają swoim członkom nie tylko na modyfikacje w kwestiach tożsamościowych, ale umożliwiają wyrażanie opinii nierzadko bardziej radykalnych niż te głoszone w realu. Wydaje się, że poprzez możliwość przekazania na swój temat jedynie tych danych osobowych, które zostaną przez członka uznane za stosowne, społeczności te mają (a przynajmniej powinny mieć) charakter bardziej demokratyczny, sprzyjający wolności

wypowiedzi i dopuszczaniu do dyskusji opinii skrajnych<sup>13</sup>. „Wirtualne społeczności powstają i rozpadają się więc wokół spraw i idei (...) jeszcze niedawno ograniczonych w debacie przez państwa narodowe” (Doktorowicz, 2004, s. 61). Co więcej, czynniki, które w świecie organicznym mogłyby być podstawą do wykluczenia z dyskusji (np. cenzus wieku), w przestrzeni internetowej odgrywają znacznie mniejszą rolę. Sprawia to także, że społeczności często koncentrują się wokół idei, doktryn i programów uznawanych powszechnie za te dotyczące grup mniejszościowych (Wadhwa, Kotha).

Kazimierz Krzysztofek wskazuje, iż należy odróżnić starszych użytkowników internetu, którzy szukają w nim informacji pomagających im odnaleźć się w rzeczywistości organicznej od tzw. e-generacji, dla której przestrzeń wirtualna jest przestrzenią równoległą (2008). To właśnie młode pokolenie ludzi urodzonych po ok. 1990 r., którego socjalizacja od samego początku przebiegała w „erze komputera”, posiada umiejętność autonomicznego traktowania dwóch, ściśle powiązanych ze sobą rzeczywistości komunikacyjnych. Tej zdolności starsza generacja w dużej mierze nie zdobyła. Za fakt ten odpowiada status sytuacji zastanej przez młodszych użytkowników sieci, którzy od dziecka kształtowani są dwutorowo. Oprócz świata organicznego istnieje dla nich równoległe druga przestrzeń, posiadająca swoją specyfikę komunikacyjną i społeczną. Poprzez brak znajomości innego stanu, dla wspomnianej e-generacji, internet jako przestrzeń społeczna jest już naturalna i niczym nieróżniącą się od rzeczywistości uznawanej przez starsze pokolenie za pierwotną i podstawową. Dlatego przekroje społeczne największych i najpopularniejszych internetowych platform społecznościowych wskazują na średnią wieku znacznie niższą, niż ten sam wskaźnik liczony dla całego społeczeństwa.

---

<sup>13</sup> Tłumaczy to fenomen popularności w przestrzeni internetu grup skupionych m.in. wokół idei skrajnie nacjonalistycznych, libertariańskich itp. Partie i inne organizacje polityczne promujące tego typu program społeczny i gospodarczy zyskują wśród użytkowników internetu popularność nieproporcjonalną do poparcia politycznego w danym kraju. Często dane środowiska lub osoby stojące na ich czele, posiadają większą liczbę zwolenników (w oparciu o statystyki portali społecznościowych), niż najpopularniejsi aktorzy polityczni w kraju (biorąc pod uwagę sondaże poparcia czy badania zaufania).

Innymi elementami odróżniającymi społeczności internetowe od tych funkcjonujących w rzeczywistości organicznej są kwestie i d e n t y f i k a c j i i a n o n i m o w o ś c i . W dobie wzrastającej popularności całej gamy serwisów społecznościowych, niemożliwe jest właściwie korzystanie z nich bez zalogowania do konta<sup>14</sup>. Choć zasadą stało się uznawanie za informacje wartościowe tych posiadających źródło w zweryfikowanym profilu osobowym, to strony o trudnej do ustalenia strukturze właścicielskiej czy boty wciąż stanowią źródło istotnego odsetka treści w sieci. Nie ma też wątpliwości, że brak komunikacji interpersonalnej w wymiarze ściśle bezpośrednim zwiększa możliwość kreowania politycznego wizerunku, utajenia niektórych informacji na własny temat czy wręcz odgrywania ról. Warto jednak zaznaczyć, iż wraz z ewolucją samej sieci, identyfikacja nie zanika, a jedynie zmienia swój charakter. Komunikacja w obrębie społeczności odbywa się więc na innym poziomie: imiona i nazwiska nierzadko zajmują nazwy kont użytkowników (popularne np. na Instagramie czy Tik-Toku), a twarz jest zastępowana przez inne elementy identyfikacji wizualnej niż fotografia (np. posługiwanie się graficznymi nakładkami czy awatarami – reprezentacją uczestników światów wirtualnych, symbolami, manifestami tekstowymi itd.).

Członkowie danej zbiorowości powstałej za pomocą sieci są dla reszty jej użytkowników obiektami zidentyfikowanymi, nie jednak w sposób formalny, jak jest to rozumiane w rzeczywistości organicznej. Identyfikacja osobowa odbywa się więc za pomocą innych czynników, dzięki którym jednostka jest w stanie rozpoznawać partnera w dyskusji czy osobę będącą częścią zbiorowego podmiotu społecznego. Daje to nie tyle możliwość zmiany swojej tożsamości<sup>15</sup>, co udostępniania różnym kręgom osób znajomych zróżnicowanych informacji na swój temat. Niewiele różni się to w swojej istocie od komunikacji w przestrzeni organicznej, gdzie jednostka także reglamentuje informacje o sobie w zależności od kręgu, do którego zakwalifikowany jest odbiorca danych na jej/jego temat. Funkcja ta stanowi pewnego

---

<sup>14</sup> Oczywiście można od tej zasady odnaleźć wyjątki, takie jak fora i grupy w *darknecie* czy komunikatory typu *anonymous apps* (np. *Chatroulette*).

<sup>15</sup> M. Castells twierdzi, iż kwestia odgrywania ról w internecie jest charakterystyczna głównie dla ludzi młodych i wynika przede wszystkim z ich wieku i związanego z tym szukania własnej tożsamości (2003, s. 138).



rodzaju wentyl bezpieczeństwa, który w zależności od rodzaju społeczności, umożliwia – jakby ujął to Erving Goffman – częściowe „zakrycie i odkrycie twarzy” czy „autoprezentację” (*presentation of self*) (Qi, Monod, Fang, Deng, 2018, s. 96). Obserwowalne są też cechy charakterystyczne w obszarze np. indywidualnego stylu językowego, w szczególności, że komunikacja między członkami społeczności ma charakter obrazowo-tekstowy. Z jednej strony specyfika komunikowana sprawia, iż skrótowy język ogranicza relacje między członkami wspólnoty wirtualnej. Z drugiej jednak – dzięki uzupełnieniu przez specyficzny element ikonograficzny – może stać się jej wzbogaceniem (Doktorowicz, 2004, s. 64).

Istotnym elementem dla zdefiniowania pojęcia społeczności internetowej jest zmiana w rozumieniu czasu i przestrzeni w procesie komunikacji. Steven Jones scharakteryzował nowe formy zbiorowości w internecie jako funkcjonujące w obszarze społecznym, gdzie spotykają się ludzie twarzą w twarz, przy czym zarówno pojęcie twarzy, jak i spotkania należy zredefiniować (1999, s. 145). Otóż, opisywany typ zbiorowości umożliwia relacje pomiędzy ludźmi bez zważania na geograficzne i czasowe ograniczenia (Wadhwa, Kotha). Podkreśla to M. Castells, który twierdzi, że coraz mniejszą rolę w kontaktach międzyludzkich odgrywa zarówno terytorium, jak i odległość, a główną tego przyczyną jest skracanie dystansu poprzez coraz bardziej zaawansowane technologicznie narzędzia komunikacyjne (2003, s. 147–148). W związku tym, niewielka odległość nie determinuje już wzmożonych kontaktów społecznych w taki sposób, jak działało się to przed „erą komputera”. W coraz mniejszym stopniu terminy „przestrzeń społeczna” i „fizyczna odległość” są ze sobą powiązane (Juza, 2008, s. 86). Społeczność internetowa równie dobrze może składać się z mieszkańców jednego miasta, co rozproszonych po całym świecie ludzi. Poprzez wspólne zainteresowanie określonym wycinkiem życia społeczno-politycznego mogą oni tworzyć grupę, wewnątrz której trwa żywa dyskusja, mimo barier językowych, braku fizycznej styczności i perspektywicznej możliwości spotkania się. Więzy budowane są na podstawie wspólnoty przemyśleń i sądów, a bliskość fizyczną zastępuje „węzeł” emocjonalny wobec przedmiotu zainteresowania grupy. Odległość geograficzna paradoksalnie spaja społeczność. Członkowie będąc świadomi zbieżności swoich myśli, jednocześnie zdają sobie

sprawę, w jak różnych częściach świata owe poglądy są wyznawane. W ten sposób traci na aktualności teoria wpływu społecznego Bibba Latané, dotycząca między innymi znaczenia dystansu geograficznego w możliwości oddziaływania na ludzi w ramach struktur społecznych. Dobrym zaś przykładem ujawnienia się niniejszej prawidłowości na gruncie polityki są ruchy ekologiczne, postrzegające i komunikujące podjęty przez siebie problem jako globalny.

Z kolei praktyka w obszarze pojęcia „terytorium” skłania do refleksji, iż przestrzeń nie powinna być tylko i wyłącznie charakteryzowana jako obszar geograficzny. Styczności przestrzenne mogą mieć w równym stopniu charakter pośredni, np. w postaci rozmowy telefonicznej czy też za pomocą komunikatora np. Messengera. Jeśli owe styczności inicjują inne formy relacji, „mogą stać się pierwociną więzi społecznej, łącząc jednostki w bardziej trwałe układy i zależności, nie wyłączając nawet grup społecznych” (Kaprańska, 2001, s. 109).

Wielu badaczy skłania się do spojrzenia na nowe typy zbiorowości w przestrzeni internetowej poprzez pryzmat ich uniwersalnych cech. Idąc tym tropem, Mark Smith w 1992 r. skonstruował prekursorską na tym gruncie grupę pięciu „A” dookreślających społeczności internetowe w oparciu o wspomnianą zbiorowość *The WELL*. Warto w sposób krytyczny odnieść się do zaproponowanego zestawu, biorąc pod uwagę czas jaki upłynął od stawianych tez. Wyróżnione przez autora cechy zestawione zostały w tabeli 1.

Tabela 1

### Cechy społeczności internetowych wg Marka Smitha

Cecha	Charakterystyka cechy
1	2
Aprzestrzenność ( <i>aspatial</i> )	Klasycznie rozumiany brak osadzenia w przestrzeni geograficznej i na określonym terytorium; fizyczna agregacja tradycyjnie ujmowanych społeczności jest tu przedefiniowana w „przestrzeń wirtualną”. Cecha ta zachowuje swoją aktualność; co więcej – wydaje się istotniejsza w obliczu powstawania coraz większej liczby społeczności o charakterze globalnym.
Asynchroniczność ( <i>asynchronous</i> )	Dotyczy komunikacyjnego aspektu istnienia społeczności. Według M. Smitha, akt wymiany nie jest zsynchronizowany w czasie, przez co następuje pewne opóźnienie w przekazywaniu informacji. W przeciwieństwie do dyskusji w rzeczywistości organicznej, sprzężenie zwrotne charakteryzuje się więc opóźnieniem zakłó-

1	2
	cającym proces wymiany danych. Cecha ta w niewielkim stopniu zachowała swoją aktualność. W większości popularnych serwisów społecznościowych sprzężenie zwrotne może następować w sposób niemalże natychmiastowy*.
Acielesność ( <i>acorporal</i> )	Jest związana ze wspomnianym już brakiem możliwości wykorzystania tych umiejętności komunikacyjnych, w które wyposażony jest człowiek. Łączą się one z ludzką cielesnością, a więc głównie komunikacją niewerbalną. Coraz częściej jednak narzędzia przekazu wizualnego, głosowego i <i>video</i> sprawiają, że acielesność, jako cecha komunikacyjna społeczności internetowych, nie jest już tak jednoznaczna.
Astygmatyzacja ( <i>astigmatic</i> )	W tym przypadku sieć stanowi swojego rodzaju zabezpieczenie przed możliwością naznaczenia i dyskryminacji z powodu uwarunkowań społecznych, rasowych czy ze względu na posiadane preferencje. Z uwagi na fakt, że internet staje się coraz bardziej osadzony na sieci danych osobowych i wizerunków, cecha ta staje się coraz mniej aktualna, a możliwość stygmatyzacji pozostaje podobna, a może nawet większa, jak w świecie <i>offline</i> . Hipotezę tę wzmacnia obecność praktyk takich jak hejt czy większa otwartość na skrajne sądy. Kontrargumentem jest tu zaś struktura demograficzna użytkowników internetu, która, jako że składająca się z ludzi młodszych i lepiej wykształconych niż ogół społeczeństwa, charakteryzuje się większym poziomem przyzwolenia na szeroko pojęte odmienności.
Anonimowość ( <i>anonumous</i> )	Komunikacja za pomocą sieci może być źródłem świadomych bądź nieświadomych zniekształceń lub braku informacji w obszarze udostępniania danych o sobie (zarówno w oficjalnych aspektach, np. imieniu i nazwisku, jak i elementach osobowościowych). Podobnie jak w kwestii astygmatyzacji – nie jest to jednak zasadą. Dziś nie mówi się więc już o anonimowości, a o „poczuciu” anonimowości.

\* W tym przypadku postęp technologiczny spowodował, iż komunikacja coraz częściej ma charakter synchroniczny i odbywa się *de facto* w czasie rzeczywistym. Formy tekstowe, ale nierzadko także głos lub obraz są przekazywane bez opóźnień, co czyni z komunikacji między członkami społeczności formę podobną do tej w świecie organicznym. Opóźniać ją może jednak dominująca, tekstowa (*text-based*) forma wymiany informacji, która wymaga posługiwania się klawiaturą, co wydłuża proces w czasie.

**Źródło:** Smith, 1992.

Powyższą charakterystykę traktować należy rzecz jasna jako opis „zamierzchłych czasów”. Dziś, w epoce postprawdy i *deep fake*, nieco inaczej spogląda się na problem, częściej dostrzegając cechy społeczności internetowych posiadające pozytywny i negatywny wpływ na

kondycję człowieka w ponowoczesnym świecie. Wskazuje się więc jednocześnie szanse i zagrożenia, jakie niosą ze sobą przemiany społeczne i polityczne spowodowane przyspieszeniem technologicznym w obszarze komunikacji. Do tej pierwszej grupy zaliczone są: niezależność i autonomia, dobrowolność, anonimowość, dostępność w czasie i przestrzeni, brak struktur i podziałów społecznych, brak relacji nadrzędności i podrzędności, ciągłość działania, a także otwartość (Adamus-Matuszyńska, 2010, s. 95, 99).

Wspomniana **d o b r o w o l n o ś ć** jest cechą wartą wyeksponowania, która wynika bezpośrednio z intencjonalnego charakteru uczestnictwa w tego typu zbiorowościach. Społeczność budowana za pomocą komunikacji internetowej stanowi relację świadomą. Stąd włączenie w poczet członków zbiorowości wiąże się z dużą dozą swobody, wolnej od wielu uwarunkowań spotykanych przy członkostwie w społecznościach rozumianych w sensie tradycyjnym czy formalnym np. w postaci partii politycznej<sup>16</sup>.

Warto jednak wspomnieć, że w ostatnich latach podważa się taki sposób myślenia o członkostwie w wielu wirtualnych społecznościach jednocześnie (statystyczny Polak ma konto założone w ok. 8 serwisach społecznościowych (*Digital 2020*)). Licznie przytaczane przez badaczy „codzienne czynności życiowe” wykonywane przez użytkowników sieci czynią udział w społecznościach internetowych właściwie

---

<sup>16</sup> Pozostałe wymienione cechy stanowią podstawę do stosowania z ich wykorzystaniem zabiegów perswazyjnych, czego logiczną konsekwencją jest projektowanie działań biznesowych, komercyjnych czy – precyzyjniej – marketingowych (Caputa, 2017), w tym politycznych. Otóż, pewne niedookreślenie, ale i różnorodność, która może być wynikiem kompilacji wymienionych cech sprawia, iż społeczność internetowa jawi się, z jednej strony, jako struktura o słabych „węzłach”, przez co jej trwałość jest niepewna. Z drugiej strony, specyfika tej zbiorowości powoduje, że społeczność upodabnia się do **t ł u m u**, który będąc podatnym na perswazję czy manipulację, staje się nowym segmentem rynku (w tym rynku politycznego). Jako iż ostatni użyty w tym zestawieniu przymiotnik (otwartość) dobrze charakteryzuje wszystkie pozostałe oraz wynikające z tego konsekwencje, warto go stosować do określenia struktur społecznościowych w tym sensie, iż są one niedookreślone i płynne w kwestii tożsamości, przestrzenności, stratyfikacji, jak i trwania w czasie. Nie zmienia to jednak faktu, iż kanon powyższych cech zjednoczonych w pojęciu „otwartość” musi wystąpić, a zmienną jest jedynie poziom jej natężenia w zależności od rozpatrywanego przypadku i w odniesieniu do wybranych aspektów.

obligatoryjnym. Brak możliwości zalogowania się do niektórych serwisów, pozyskiwanie materiałów edukacyjnych przez studentów, uwiarygodnienie poprzez posiadanie konta, co pozwala na skorzystanie z niektórych usług rozrywkowych, a nawet wykonywanie obowiązków pracowniczych – wszystko to sprawia, że dobrowolność staje się właściwie koniecznością (Orliński, 2013). Jeszcze niedawno prześmiewcze powiedzenie: „nie ma cię na Facebooku – nie istniejesz”, dziś należałoby już traktować bardzo poważnie, także w znaczeniu możliwości pełnego uczestniczenia obywatela w życiu politycznym.

Powyższe i podobne im cechy społeczności internetowych mieszczą się w nurcie krytycznym. Do niego przynależą też charakterystyki struktur ponowoczesnych przytaczane przez Zygmunta Baumana. Odnosić je należy przede wszystkim tych aspektów, które przyczyniają się do atomizacji społecznej i negatywnie wpływają na funkcjonowanie zbiorowości w ramach całego społeczeństwa. Wspólnoty ponowoczesne, a do takich należy zaliczyć społeczności internetowe, charakteryzują się więc – między innymi – brakiem poczucia duchowej bliskości, fragmentaryzacją społeczną, naskórkowymi kontaktami członków, kultem indywidualizmu oraz separacją wspólnot (Bauman, 1995, s. 315 i nast.). Ta ostatnia przejawia się chociażby w na wskroś politycznym zjawisku *filter bubble*. Rola społeczności internetowych w owej wizji pozostaje jednak niejednoznaczna. Z jednej strony, wirtualne społeczności stanowią ucieczkę od standardów ponowoczesności, do których zaliczane są: niepewność, ambiwalencja, upadek norm, brak tradycji i stałych wartości. Poczucie przynależności do danej kategorii społecznej, chociaż byłaby to społeczność w niepełnym wymiarze (nieterytoriałna), daje namiastkę wspólnoty i wsparcia, a przede wszystkim uspołecznienia. Dzieje się to pomimo zwiększonej liczby kontaktów, które odbywają się za pomocą kanałów komunikacyjnych, a nie za sprawą osobistych relacji (Adamus-Matuszyńska, 2010, s. 88–89).

Z. Bauman dostrzega ten paradoks pisząc, iż współczesny, ponowoczesny świat jest światem przygodności uświadomionej, choć jednocześnie jest światem wspólnot, silnego dążenia do budowania społeczności, poszukiwania przystani będącej próbą pogodzenia indywidualizmu i zespołowości. Jest to też świat plemion, który uznaje tylko plemienne prawdy i szczepowe decyzje (Bauman, 1995, s. 98, 284). Czasy, w których przyszło żyć człowiekowi, to zaś „wiek zbiorowo-

ści, pożądania zbiorowości, poszukiwania zbiorowości, wynalezienia zbiorowości, wyobrażenia zbiorowości” (Bauman, 1991). Z drugiej strony, społeczności internetowe stają się środowiskami, w których łatwo wywierać wpływ. Jednostki będące zaś częścią określonej struktury są poddawane ciągłym naciskom współuczestników. Stąd nowe formy zbiorowości w sieci stanowią miejsce politycznej perswazji i mogą być wykorzystywane jako narzędzie wpływu dla wielu środowisk traktujących je w sposób instrumentalny.

K. Doktorowicz również charakteryzuje społeczności internetowe z perspektywy cech, które wpływają na tworzenie więzi między członkami zbiorowości. Autorka wyróżnia: brak hierarchii i wyznaczonych ról, brak kontroli formalnej i tradycyjnych reguł, brak ograniczeń charakterystycznych dla wspólnot organicznych: więzi rodzinnych, zawodowych i terytorialnych, wymaganych rekomendacji, ograniczeń kulturowych, społecznych, ekonomicznych i obyczajowych. Ponadto podkreśla skłonność do fluktuacji, rozpadu, niestabilności oraz brak sekwencji dostępu (2004, s. 62–65). Dziś wiemy już, że przynajmniej część tych cech została naukowo podważona, w szczególności w obszarze odgrywanych ról i leżących u ich podstaw zachowań użytkowników (Davidson, Jones, Joinson, Hinds, 2019).

Dodatkowym efektem takiego zestawu atrybutów jest przypuszczenie, iż członkostwo w społeczności internetowej nie pociąga za sobą żadnych społecznych skutków. Łatwo taką zbiorowość porzucić lub zmienić na inną, której przedmiot zainteresowania jest bardziej atrakcyjny dla jednostki lub lepiej odzwierciedla jej polityczne poglądy. W związku z tym, więzi w takiej zbiorowości mogą być nietrwałe, a jej podstawy – niewystarczające dla podtrzymania jej istnienia w długiej perspektywie. Do tego problemu nawiązuje także Nancy Baym, podkreślając czasową strukturę oraz cel danej społeczności, którego wypełnienie może się wiązać z jej jednoczesnym rozpadem. Widać to bardzo często w kampanii wyborczej – powstające w trakcie politycznego wzmożenia grupy, fanpage i kanały, po wyborach zamieniają się w „kapsuły czasu” – opuszczone zarówno przez kandydatów, jak i wyborców.

Warto więc dookreślić warunki, w jakich powstają społeczności. Jako że są one tworzone w sposób oddolny bądź odgórny (są wtedy traktowane instrumentalnie jako „narzędzie” politycznego marketin-

gu), należy wyabstrahować te elementy, które stanowią przyczynę powstania relacji czy więzi między jej członkami. W encyklopedycznym wpisie dotyczącym społeczności wirtualnych, Edward Steinmueller wymienia: budowanie społeczności przez dostawcę usługi (np. społeczność Facebooka), społeczny kontrakt (np. społeczność Wikipedii), grupy celowościowe (np. społeczności *Open Source*) czy sponsorskie (oparte na relacjach komercyjnych (2008)). H. Rheingold, we – wspomnianym już – prekursorskim opracowaniu, wyznaczył ton debaty na ten temat, usilnie argumentując za tworzeniem wspólnot skupiających *online* ludzi wokół wspólnych wartości i zainteresowań członków grupy. Te pierwsze są szczególnie widoczne w przypadku wartości politycznych.

Za jedną z przyczyn zawiązywania społeczności uważa się też *chęć zdobywania informacji*. Samo zdobycie danych przez jednostkę poszukującą treści przy pomocy źródeł internetowych, może wiązać się z uczestnictwem podmiotu w grupie, której obszar zainteresowań jest zbliżony z przedmiotem dociekań danej osoby. Mogą być to grupy lokalnych aktywistów, fanów określonych formacji, a nawet społeczność *ad hoc* powołana do realizacji konkretnego projektu (np. protest skierowany przeciwko określonemu rozwiązaniu prawnemu). Jeśli jednostka będzie współdzielić wartości i zainteresowania ze społecznością, to poprzez systematyczny kontakt stanie się ona integralną częścią tej zbiorowości. Wartości i zainteresowania stanowią więc wspólny mianownik, dzięki któremu użytkownicy internetu współdzielą płaszczyznę komunikacyjną.

Warto zaznaczyć, iż nie muszą być to wartości uznawane za „swoje”. Jednostka posiadająca polemiczny stosunek do danej wartości również może stać się członkiem zbiorowości wokół niej skupionej. Wystarczy, że wartość ta ulokowana jest w obszarze jej zainteresowań, a stosunek do sprawy zostanie przez nią wyartykułowany. Dotyczy to np. znajdowania się w grupie fanów polityka, którego jednostka zasadniczo nie popiera, ale obserwuje go w celach informacyjnych, stając się w ten sposób częścią danej społeczności fanowskiej. Politycy „obserwują się” więc wzajemnie w celach polemicznych, wyborcy – by mieć bieżące informacje „z okopów wroga”, dziennikarze zaś – w celu pozyskiwania aktualnych informacji o rynku politycznym. Sam akt partycypacji może być w tym

kontekście uzależniony jedynie od stopnia otwartości danej społeczności na dyskusję i nowych członków. Liczne przypadki blokowania przez administratorów dostępu do kanałów polityków są, z jednej strony, przykładami ograniczania podstawowej funkcji sieci – dostępu do informacji. Z praktycznego zaś punktu widzenia to efekt niezrozumienia marketingowej roli społeczności internetowych w polityce (więcej na ten temat w rozdz. III). Przykładem takiego działania było blokowanie dziennikarzy w serwisie Twitter przez premier Beatę Szydło w 2017 r., m.in. Kamila Sikory z Wirtualnej Polski, Jarosława Kuźniara z Onetu, Przemysława Barankiewicza z Bankiera czy Bartosza Wielińskiego z Gazety Wyborczej.

Kolejnym elementem leżącym u podstaw tworzenia społeczności internetowych jest *cel ich powstania* (Adamus-Muszyńska, 2010, s. 97). Każda z opisanych form zbiorowości jest efektem dążności ludzi do zaspokojenia pewnych potrzeb – indywidualnych, a także grupowych. Ich zakres jest niezwykle szeroki, na co wskazują liczne badania przeprowadzone w tym zakresie (Ridings, Gefen, 2004; Bateman, Gray, Butler, 2011, s. 842).

Po pierwsze, mogą być to cele same w sobie (autoteliczne), które dotyczą budowania społeczności dla stworzenia kolejnej przestrzeni, w której mógłby być utrzymywany kontakt z innymi członkami grupy. Stanowi to główną funkcję i sens istnienia społeczności (Gurzić, Lutters, 2009). Z reguły jest to powielenie struktur społecznych, które istnieją już w przestrzeni organicznej. Społeczności tego typu, posiadające formę „kręgów” osób znajomych, skupionych wokół danego podmiotu, stanowią przedłużenie życia towarzyskiego; służą oddawaniu się wspólnym rozrywkom, przesyłaniu różnych form komunikatów, wspólnemu komentowaniu treści, wyrażaniu i wymianie opinii. Celem jest więc sama zbiorowość i komunikacja między jej członkami, a przez to – trwałość i dążenie do kontynuacji – intencja trwania (González-Anta, Orengo, Zornoza, Peñarroja, Martínez-Tur, 2019). Realizacji tego celu najczęściej służą funkcje tworzenia grup czy wątków w ramach internetowych komunikatorów np. Messenger czy WhatsApp.

Innym przypadkiem jest zbiorowość, której cel istnienia jest skonkretyzowany i umiejscowiony poza jej strukturą. Mowa tu o społecznościach, u podstaw których leży zrealizowanie lub ciągła realizacja



z góry określonych założeń przynoszących korzyść oraz zaspokajających potrzeby jej członków bądź podmiotów trzecich. Trudno byłoby w sposób enumeratywny wymienić tego typu cele, gdyż mają one charakter jednostkowy i oparte są na indywidualnych przypadkach. Warto jednak wyróżnić jako widoczne i często powtarzające się, cele komercyjne, edukacyjne, informacyjne czy polityczne. U podstaw tych ostatnich leży wsparcie pewnych podmiotów, idei czy działań politycznych poprzez zaangażowanie każdej z partycypujących jednostek. Wśród nich można wymienić między innymi społeczności fanów, grupy integrujące wolontariuszy, fora dyskusyjne czy serwisy graficzne o charakterze promocyjnym (np. w ramach Instagrama).

Powyższy podział, charakteryzujący się autoteliczną lub teleologiczną podstawą funkcjonowania zbiorowości, może konstruować klasyfikację społeczności internetowych określanych przez pryzmat przyczyn ich powstawania. Tymczasem warto wspomnieć o innych typologiach stanowiących źródło wiedzy na temat różnorodności opisywanych struktur. Ich zestawienie znajduje się w tabeli 2<sup>17</sup>.

Tabela 2

### Typologie społeczności internetowych

Autor	Typ społeczności	Definicja
1	2	3
Macchiette, Roy (1992)	Zawodowe	Np. lekarze, prawnicy itp.
	Oparte o interesy	Np. hobby, zainteresowania.
	Demograficzne	Zintegrowane na podstawie płci, wieku itp.
	Przyczynowe	Zorientowane na wywieranie wpływu i osiągnięcie celu.
	Generowane marketingowo	Zintegrowane wokół marek.
Hagel, Armstrong (1997)	Spoczności transakcyjne	Zbiorowości ułatwiające kupowanie lub sprzedawanie towarów i usług; społeczności te budują rynek, na którym, przed nabyciem produktu, można uzyskać informację o nim od innych członków społeczności, jest to więc szczególnie podtyp społeczności celowościowej.
	Spoczności <i>fantasy</i>	Ich powstawanie ułatwiają środowiska oparte na specyficznej tematyce, której zadaniem jest dostarczanie rozrywki. Współcześnie można by zapewne rozsze-

<sup>17</sup> Inną, bardzo rozbudowaną typologię zaproponowali Line Dubé, Anne Bourhis i Réal Jacob (2006).

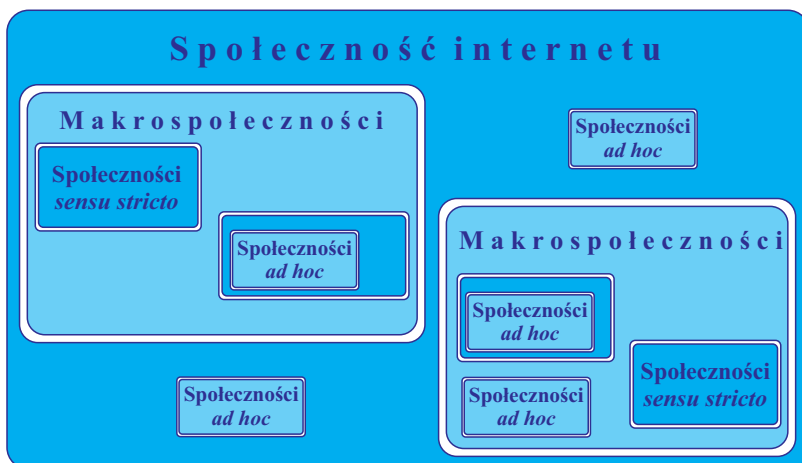
1	2	3
		rzyć ich zakres przedmiotowy, nazywając społecznościami graczy.
	Społeczności relacji	Ich zadanie polega na „tworzeniu i podtrzymywaniu osobistych więzi” (to zbiorowość najbardziej zbliżona w zaproponowanej klasyfikacji do tej o charakterze autotelicznym).
	Społeczności interesu	Składają się z osób, które dzielą wspólne zainteresowania.
Kozinets (1999)	Lochy	Środowiska wirtualne, w których gracze wchodzi w interakcje (głównie gry <i>online</i> i inne zainteresowania).
	Pokoje	Środowiska, w których ludzie wchodzi w interakcje społecznie w czasie rzeczywistym.
	Tablice	Wirtualne społeczności zorganizowane wokół określonych zbiorów ogłoszeń.
Jones, Rafaeli (2000)	Powstałe wg kryterium struktury społecznej	Społeczności utworzone w oparciu o sieci społecznościowe.
	Oparte o technologie	Np. listy mailingowe.
Wallace (2001)	Typ 1.	Społeczności, które, stworzone w rzeczywistości organicznej, przenoszą część swoich relacji w obszar internetu, będącego jedynie uzupełnieniem wcześniej istniejących więzi. Przykład tego typu społeczności w obszarze polityki mogą stanowić te powstałe w oparciu o intranet instytucji np. partii czy urzędów.
	Typ 2.	Społeczności, które zawiązały się w rzeczywistości wirtualnej i przenoszą swoje relacje do organicznej – ten typ jawi się jako pośrednia forma wśród wyżej wymienionych. Z jednej strony może stanowić podstawę realizacji projektu, którego integralną częścią jest wyjście jego uczestników poza sferę wirtualną. Z drugiej natomiast, poszerzenie jej o wymiar bezpośredniej styczności można uznać jedynie za rozbudowanie znajomości o inną płaszczyznę. Samo przeniesienie kontaktu do świata organicznego może zaś być celem samym w sobie (dotyczy to np. internetowych społeczności towarzyskich np. Tinder, a w świecie polityki – organizacji demonstracji z wykorzystaniem sieci).
	Typ 3.	Zbiorowości internetowe, które funkcjonują tylko w przestrzeni wirtualnej, a ich członkowie nie zmierzają do rozszerzania zażyłości poza nią, np. grupy hacktywistyczne dokonujące ataków na instytucjonalne środki przekazu.

1	2	3
Roy (2015)	Formalne/niefORMALNE	Np. stowarzyszenia oraz grupy (nie)posiadające formalnych zasad członkostwa.
	KOMERCYJNE/nie-komercyjne	Oferujące towary i usługi w celu uzyskania przychodów i oddolne – tworzone od podstaw przez grupę osób, np. współdzielących zainteresowania.
	Publiczne/prywatne	Członkostwo jest bardzo proste lub trudne do uzyskania.

**Źródło:** Oprac. własne na podstawie: Macchiette, Roy, 1992; Hagel, Armstrong, 1997; Kozinets, 1999; Jones, Rafaeli, 2000; Wallace, 2001; Roy, 2015.

Z typem 3. korespondują zbiorowości określane jako *ad hoc*, które „odróżniają się od innych nie tylko poczuciem pewnej odrębności, specyficzną wiedzą czy posiadaniem pewnej tajemnicy, ale są w stanie za pomocą tego medium, pomimo fizycznego rozproszenia, stosunkowo szybko skoordynować swoje działania społeczne” (Grzegorzczuk, 2010, s. 192).

Za istotny czynnik dookreślający różne typy społeczności internetowych, należy więc uznać także ich zasięg. Propozycję zhierarchizowania różnych rodzajów zrzeszeń sieciowych prezentuje rysunek 1.



Rys. 1. Podział społeczności internetowych ze względu na zasięg

**Źródło:** Opracowanie własne.

Za najszerszą kategorię uznać należy wszystkich użytkowników sieci, często nazywanych s p o ł e c z n o ś c i ą i n t e r n e t u<sup>18</sup>. Istnienie tej zbiorowości opiera się na samej kwestii bycia *online*. Ma ona polityczny charakter w takim sensie, w jakim ma go całe społeczeństwo, przez co może być analizowana pod tym kątem w skali *makro*. Często natomiast wykorzystywana jest jako element politycznej retoryki w kontekście technik powoływania się na powszechność sądu. Aktywiści związani z siecią nierzadko odwołują się więc do przedstawicielstwa społeczności internetu, choć grupa taka, biorąc pod uwagę samo zdefiniowanie pojęcia społeczności, jest formacją niezwykle złożoną. Dowodem na posiadanie specyficznych interesów przez tę zbiorowość jest też obecność na europejskich scenach politycznych popularnych kilka lat temu partii piratów, czy demonstracje organizowane w obronie praw użytkowników sieci (np. protesty przeciwko ACTA w 2012 r. czy wypadki na Węgrzech w 2014 r.).

M a k r o s p o ł e c z n o ś c i natomiast to te kategorie, które koncentrują się wokół jednego narzędzia będącego komercyjnym zapleczem dla budowania makrozrzeszeń. Można wymienić społeczności serwisów *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *TikTok* itd. Te także stanowią podstawę dla szerokiej perspektywy, a ich punktem węzłowym jest jedynie fakt korzystania z określonych narzędzi. W znacznej większości opierają się one na jednolitej formie komunikacji (np. fotografie, krótkie formy tekstowe itd.), a nie na treści, która konstytuuje społeczność wokół określonego problemu, zainteresowania czy celu.

To właśnie ten przymiot jest natomiast nieodzownym elementem społeczności *sensu stricto*. Ostatnie zaś z wymienionych – jako zbiorowości powstające *ad hoc* – z uwagi na swój krótkotrwały i ograniczony charakter, nie mogą być traktowane jako zjawisko o określonych, stałych parametrach, a raczej w kontekście symptomu pewnych nadrzędnych działań. Chodzi więc o mikrospołeczności reagujące *ad hoc* na określony przejaw aktywności jednostkowej lub grupowej w internecie (np. komentatorzy tekstu opublikowanego w portalu informacyjnym, wchodzący ze sobą w spór).

Pojęcie społeczności internetowej wciąż wydaje się więc niedookreślone i trudne do jednoznacznego zdefiniowania, choć, w miarę upływu

---

<sup>18</sup> W literaturze pojawia się też pojęcie społeczności wirtualnej (Mazurek, 2003, s. 145).

czasu, znanych jest coraz więcej ich cech charakterystycznych. Konceptualizowane są też pewne uogólnienia i prawidłowości. Trafnie problem ten ujęła K. Doktorowicz twierdząc, iż pojawienie się sieci i więzi społecznych przez nią realizowanych skomplikowało problemy definicyjne. Jest to więc wciąż jeden z najbardziej niejednoznacznych terminów w naukach społecznych. Pojęcie społeczności w kontekście nowych mediów bywa także często nadużywane i nadinterpretowane (Doktorowicz, 2004, s. 61).

Andrzej Nowak i Krzysztof Krejtz w swojej pracy dotyczącej internetu analizowanego z perspektywy nauk społecznych zadają dwa istotne pytania: „w jakim stopniu świat społeczny internetu można wyjaśnić znanymi nam prawami rządzącymi życiem społecznym?” oraz „w jakim stopniu te prawa trzeba zmodyfikować i jakie nowe zjawiska tam występują?” (Nowak, Krejtz, 2006, s. 7). Jak już ustaliliśmy – pojęcie „społeczności internetowej” trudno rozpatrywać tradycyjnie, w rozumieniu zbiorowości postrzeganej terytorialnie. Wątpliwości budzą zarówno liczne cechy charakterystyczne różniące te dwa terminy, jak i sposób tłumaczenia angielskiego słowa *community*, które bywa odczytywane zarówno jako „społeczność”, jak i „wspólnota”.

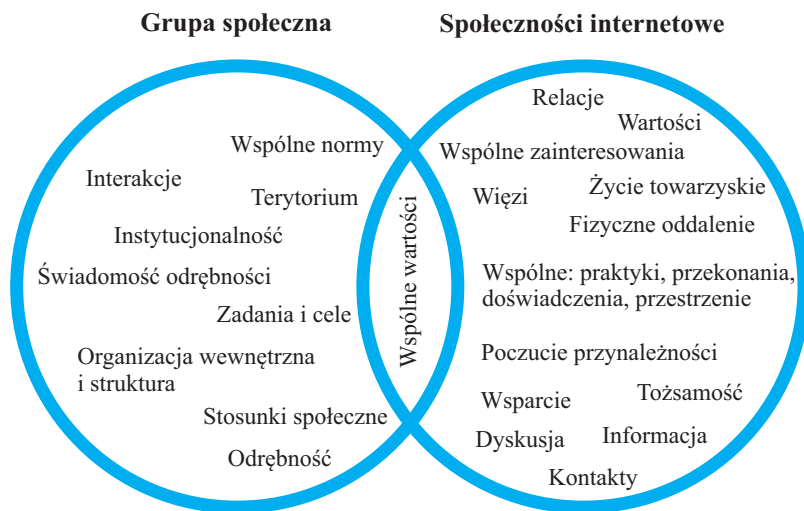
Takie przymioty społeczności internetowych jak niezależność, autonomia oraz dobrowolność sprawiają, że są to zjawiska społeczne nie tylko trudne do uchwycenia językiem naukowym, ale i wymykające się wielu klasyfikacjom (Żuchowska-Skiba, 2008, s. 216 i nast.). Problem ten dostrzegają także A. Nowak i K. Krejtz twierdząc, iż użytkownicy internetu w dużej mierze tworzą zręby społeczeństwa pionierskiego. Przez swoje niedookreślenie i ciągły, dynamiczny rozwój, wciąż nie może być ono opisane i scharakteryzowane w taki sposób, jak dzieje się to w przypadku społeczności organicznych (2006, s. 12).

Zaczynając od najrozleglejszych kategorii socjologicznych, warto wydzielić z pojęcia zbiorowości społecznej (a więc osób między którymi dochodzi do kontaktu i możliwości wyodrębnienia stosunków społecznych) poszczególne cechy, które pomogą umiejscowić w tej przestrzeni społeczności internetowe<sup>19</sup>. Wychodząc od zagadnienia

---

<sup>19</sup> Nie jest to łatwe, biorąc pod uwagę fakt, iż nie istnieje ogólnie przyjęta siatka terminologiczna związana z budową społeczeństwa, hierarchią pojęć z tym związanych oraz ich jedyna, uniwersalna klasyfikacja. Sama społeczność w polskiej socjologii bywa utożsamiana z innymi terminami. Na przykład Zygmunt Ziemiński utożsamia to pojęcie z terminem „zbiorowość” (Ziemiński, 1994, s. 37).

trwałości takich struktur, można je podzielić na grupy społeczne i inne formy zbiorowości, zakładając, iż ciągłość i stałość społeczności internetowych jest względna i uzależniona od ich typu<sup>20</sup>. Za podstawową kategorię w socjologii uznawana jest jednak grupa społeczna, warto więc ustosunkować się do niej zadając pytanie: czy społeczność internetowa jest grupą? Próba odpowiedzi na to pytanie przedstawiona została na rysunku 2, gdzie zestawiono ze sobą cechy charakterystyczne dla obu kategorii na podstawie analizowanych uprzednio definicji społeczności oraz wybranych koncepcji grupy<sup>21</sup>.



Rys. 2. Cechy grup społecznych i społeczności internetowych

Źródło: Zob. przyp. 21.

<sup>20</sup> „Całości, które nie spełniają kryterium interakcji społecznej, powinny być pojęciowo i terminologicznie odróżnione od grup (...). Można je nazwać zbiorowościami ludzi, mającymi, dzięki wspólnie wyznawanym wartościom, poczucie solidarności, któremu towarzyszy poczucie moralnego zobowiązania do wypełnienia oczekiwań związanych z ich rolą społeczną. Wszystkie grupy są oczywiście zbiorowościami, lecz zbiorowości, które nie spełniają warunków interakcji członków, nie są grupami” (Merton, 1982, s. 351–352).

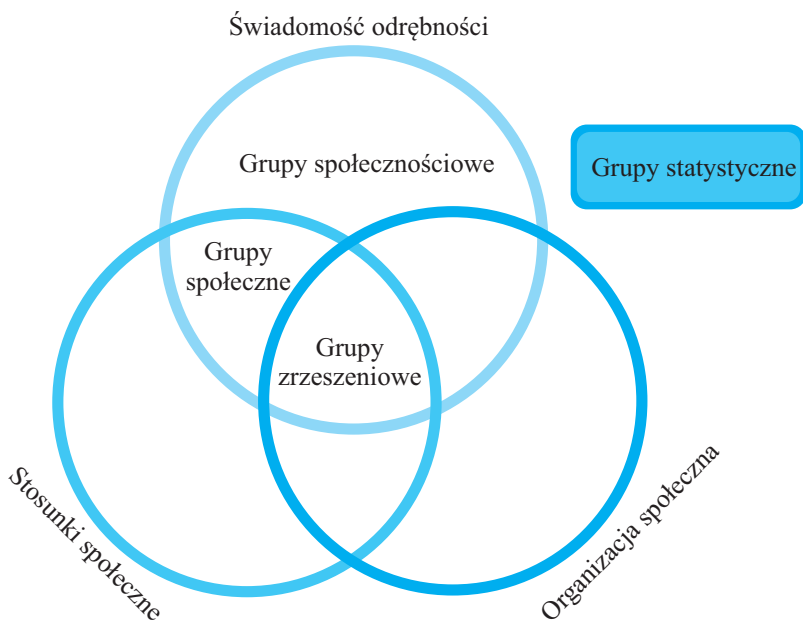
<sup>21</sup> Na podstawie: Znaniecki, 1973, s. 28; Ossowski, 1958, s. 57; Januszek, Sikora, 2000, s. 38; Szczepański, 1966, s. 136; Rybicki, 1979, s. 641; Szczurkiewicz, 1970, s. 366; Mendras, 1997, s. 34 i nast.; Turner, 1998, s. 93; Goodman, 2001, s. 54; Szacka, 2003, s. 184.

Część badaczy postuluje oddzielenie społecznego życia w internecie od świata organicznego uważając, że są to dwie odrębne płaszczyzny, rządzone zupełnie innymi prawami. Rozwój technologii czy mediów przekształca relacje międzyludzkie oraz nasz sposób postrzegania świata, a rzeczywistość wirtualna jest równoległa i wytwarza specyficzne więzi, *quasi*-grupy oraz zbiorowości (Sekułowicz, 2009, s. 244). „Cyberspółeczności dają swoim członkom silne poczucie przynależności do grupy, zajmowania jakiegoś bardzo konkretnego miejsca wewnątrz sieci. Sieć to nowy świat, a świat ten zamieszkują społeczności” (Golka, 2008, s. 149). M. Szpunar, twierdzi natomiast, powołując się na S. Ossowskiego, że „możliwe jest definiowanie grupy społecznej poprzez więzi społeczne, jeżeli zatem określa się grupę społeczną poprzez więź społeczną, można grupę społeczną traktować jako zbiór, który jest grupą w większym bądź mniejszym stopniu” (2004, s. 111).

Tęgo typu perspektywa staje się niezwykle użyteczna, gdyż uwzględnia dynamikę przeobrażeń społeczności internetowych, a nade wszystko – ich różnorodność. Te zbiorowości społeczne powstające w przestrzeni internetowej znajdują się w fazie dynamicznego rozwoju, co wynika ze wzrastającej liczby narzędzi służących do tworzenia nowych struktur społecznych – głównie portali społecznościowych. Jednocześnie, intensywność więzi, którą S. Ossowski traktuje jako immanentną część grupy, uwarunkowana jest nasileniem pozostałych wymienionych cech społeczności, co ma zasadniczy wpływ na trwałość powiązań interpersonalnych. Można zatem stwierdzić, iż społeczności mogą zbliżyć się do pojęcia grupy społecznej o tyle, o ile pogłębione będą relacje i więzi między poszczególnymi jej członkami. Nieco inaczej będzie to więc wyglądało w przypadku facebookowych – *nomen omen* – grup zajmujących się znacznie częściej rozwiązywaniem konkretnych problemów przez zgromadzonych w jej ramach członków. Inaczej zaś, gdy społeczność *ad hoc* gromadzi się na podstronie serwisu informacyjnego, aby odbyć rytualną kłótnię o treść zamieszczonego tam artykułu.

Podobną koncepcję, opartą o hierarchizację relacji pojęcia społeczności i grupy proponuje Robert Bierstedt, stosując jednak inne kryteria, za pomocą których nadawana jest cecha „grupowości”. Wymienia tu: świadomość odrębności, stosunki społeczne i organizację społeczną (za: Sowa, 1998, s. 29). Ten pierwszy element podkreślany już między

innymi przez F. Znanieckiego<sup>22</sup>, S. Ossowskiego czy P. Rybickiego, stanowi podstawę autoidentyfikacji i zdefiniowania samych członków grupy jako odrębnego organizmu zbudowanego w oparciu o określony „węzeł”. Drugim elementem podkreślanym przez autora są stosunki społeczne między członkami zbiorowości. Należy je rozumieć jako względnie usankcjonowany i utrwalony schemat zachowania się, osadzony w szerokim kontekście społecznych działań i dotyczący interakcji społecznych. Ostatnim wymienionym elementem jest organizacja społeczna, która wprowadza do relacji grupowych czynnik formalizacji. Co więcej, w przeciwieństwie do S. Ossowskiego, R. Bierstedt postuluje hierarchizację enumeratywną grup, wyznaczając cztery kategorie zobrazowane na rysunku 3.



Rys. 3. Podział grup społecznych wg R. Bierstedta

Źródło: Za: Sowa, 1988, s. 29.

<sup>22</sup> Ten element definiowania grup może stanowić pokłosie znajomości, wspólnych publikacji i tłumaczeń R. Bierstedta i poznańskiego socjologa, który podkreślał rolę uświadamiania sobie odrębności w procesie kształtowania się więzi grupowych.



Tak zhierarchizowane pojęcie grupy wskazuje, że formy zbiorowości o charakterze społecznościowym są o tyle grupami, o ile więzi poszczególnych członków opierają się o świadomość własnej odrębności. Nie istnieje ani stały dla całego społeczeństwa system interakcji, ani żadna forma organizacji czy przynależności. Można więc przypuszczać, iż polityczne społeczności internetowe będą stanowić taki właśnie rodzaj grupy o niepełnym charakterze. Mimo iż członkowie rozpatrywanej zbiorowości zdają sobie sprawę, że istnieje element odróżniający ich od innych (np. poglądy czy cel polityczny), wzajemne stosunki oraz organizacja nie są w żaden sposób ukonstytuowane. Społeczności stanowią swobodny zbiór jednostek, powstały na bazie wspólnych zainteresowań, pasji i celów. Tworzą raczej grupę nieformalną i niewykazującą schematycznych i ugruntowanych w społeczeństwie relacji. W związku z tym, społeczności internetowe o tyle będą grupami, o ile zintensyfikowane będą czynniki stanowiące jednocześnie źródło więzi społecznych.

Sprawę „wspólnotowości” próbuje także rozstrzygnąć M. Castells i nie dając jednoznacznej odpowiedzi, dochodzi do podobnych wniosków. „Są one [wirtualne społeczności] wspólnotami, ale nie wspólnotami fizycznymi i nie podlegają one tym samym wzorom komunikacji i interakcji co wspólnoty fizyczne. Nie są one „nierzeczywiste”, po prostu funkcjonują na innym poziomie rzeczywistości. Są interpersonalnymi sieciami społecznymi, z których większość jest oparta na słabych więziach, wysoce zdywersyfikowane i wyspecjalizowane, niemniej jednak zdolne generować wzajemność i wsparcie dzięki dynamice podtrzymywanych interakcji” (Castells, 2007, s. 365). I dodaje: „przekraczają dystans po niskich kosztach, są zazwyczaj asynchronicznej natury, łączą szybką zdolność rozpowszechniania masowych mediów z wszechobecnością komunikacji osobistej i pozwalają na zwielokrotnione członkostwo we „wspólnotach częściowych” (*partial communities*). Wzmacniają trend zmierzający w kierunku „prywatyzacji uspołecznienia”, czyli odbudowania sieci społecznych wokół jednostki, rozwoju wspólnot osobistych, zarówno fizycznie, jak i *online*” (Castells, 2007, s. 365).

Warto zauważyć, że konstrukcja „prywatyzacji uspołecznienia” silnie wpływa na nasz odbiór polityki *via social media*. Na standardowym poziomie zainteresowania obywatela kwestiami publicznymi

patrzmy na nie głównie przez pryzmat indywidualnych profili społecznościowych polityków. Dopiero wyższy stopień zaangażowania skutkuje kreatywnym udziałem w grupach i forach mających bardziej kolektywny charakter. To wypowiedzi pochodzące z osobistych źródeł trafiają jako cytaty do innych typów mediów. To ich parametrami (np. liczbą fanów) mierzone są rankingi popularności polityków. To w końcu one stanowią wręcz podstawowy składnik budulcowy mediów społecznościowych. Jest to ciekawy paradoks współczesnych wspólnot *online* – to co w nazwie ma społeczność, ostatecznie okazuje się silnie spersonalizowane.

Prócz powyższych istnieją też inne formy aktywności, takie jak działania masowe czy zachowania zbiorowe, przez pryzmat których zwykło się spoglądać na sposób funkcjonowania społeczności internetowych. Jako że formy, które takie działania przybierają, są znacznie starsze od tych powstających z udziałem kanałów komunikowania masowego, dlatego ich charakterystyka nie przystaje do nowych typów zachowań zbiorowych. Niemniej, odrzuciwszy jedność przestrzenną i redefiniując ją do poziomu wirtualnej agory, na której „spotykają się” użytkownicy sieci, wiele z nich pozostaje zbieżnych i możliwych do przeniesienia na nowy grunt aktywności społecznej i politycznej.

Po pierwsze, można więc mówić o **d z i a ł a n i a c h m a s o w y c h**, czyli tych, które dotyczą aktywności jednostek w podobnym czasie, ale podejmowanych indywidualnie i dla partykularnych celów. Ich skutki wykraczają poza zakres prywatny, jednocześnie uzyskując szerokie znaczenie społeczne (Sztompka, 2007, s. 149–151). Element ten, jako działalność indywidualna jednostki, może stanowić wyjaśnienie zarówno samego uczestnictwa w społecznościach, jak i osobistych decyzji dotyczących zaangażowania się w funkcjonowanie jakiejś formy wirtualnej zbiorowości. Stąd działania masowe takie jak moda czy uleganie zjawisku powszechności sądu nierzadko są podstawą do wyjaśnienia procesu tworzenia społeczności. Jednym z głównych bodźców do podejmowania jakiegokolwiek działalności z wykorzystaniem serwisów społecznościowych jest dziś bowiem szeroko pojęta **a u t o p r e z e n t a c j a u ż y t k o w n i k ó w**, której komponentem jest członkostwo i zaangażowanie w różne społeczności, także te o politycznym charakterze. Przystępujemy więc do grupy na Facebo-

oku „Sympatycy Roberta Biedronia” (29 tys. członków w listopadzie 2020 r.) nie tylko, aby uzyskać dostęp do informacji o polityku, którego popieramy. Robimy to także, aby inni ten fakt dostrzegli.

Tymczasem warto zaznaczyć, iż w kontrze do tych działań, społeczności internetowe można charakteryzować również przez pryzmat zachowań zbiorowych. Polegają one na aktywności wielu ludzi w pojedynkę i na własną rękę. Odbywa się to jednak w bliskości z innymi jednostkami oraz w tych samych warunkach sytuacyjnych, co prowadzi do modyfikacji zachowania każdego z nich. Jak podkreśla Piotr Sztompka, musi wystąpić element dużej, zjednoczonej terytorialnie zbiorowości osób, chociaż i tutaj łączność międzyludzka ma zaledwie charakter emocjonalny (Sztompka, 2007, s. 152–153). Zaznaczyć jednak należy, że konieczność redefinicji elementu przestrzennego pozwala odnosić te procesy do realiów internetu jedynie w sensie pośrednim.

Wśród form zachowań zbiorowych najczęściej w literaturze wymieniana się tłum, audytorium (widownię) i publiczność<sup>23</sup>. Ten pierwszy można scharakteryzować jako dużą zbiorowość ludzi, którzy znajdują się w bezpośrednim kontakcie przestrzennym i reagują w sposób spontaniczny, bezrefleksyjny i naśladowczy na wspólne bodźce. Gustaw Le Bon nazywa to psychologicznym prawem jedności umysłowej (1994, s. 18). Drugi z wymienionych elementów charakteryzowany jest jako taka kategoria społeczna, w której każdy ma inną motywację uczestnictwa, choć wszyscy funkcjonują w jednej czasoprzestrzeni (Sztompka, 2007, s. 152). W przypadku publiczności zaś P. Sztompka akcentuje podobieństwo działań i sytuacji, ale w rozproszeniu przestrzennym, gdzie jednostki łączą podobne przeżycia i jednakie emocje. Do opisu takiej sytuacji J. Sikora używa pojęcia publiczności zebranej. „Jest to publiczność intencjonalna związana ze skupieniem pewnej liczby osób zainteresowanych tym samym przedmiotem, żywiących podobne oczekiwania i przeżycia pewnych bodźców. Cechą tej publiczności jest gotowość do reagowania w podobny sposób, na te same zdarzenia oraz gotowość do podobnego zachowania” (Januszek, Sikora, 2000, s. 36). Warunki

---

<sup>23</sup> Z. Ziemiński nazywa je z kolei „zbiorowościami o niektórych cechach grup” (1994, s. 50).

te spełniają społeczności wykazujące jednoznacznie poparcie dla określonej idei czy politycznego podmiotu, np. grupa *Mam dość PiSu czy Popieram Andrzeja Dudę* (odpowiednio 122 tys. i 80 tys. członków na listopad 2020 r.).

Krystyna Bolesta-Kukułka natomiast w podobny sposób określa tzw. w s p ó l n o t y d o r a ż n e – zachowania indywidualne, pojawiające się jako spontaniczne lub skalkulowane indywidualnie reakcje na różne bodźce docierające jednocześnie do wielu ludzi i skłaniające ich do podobnych reakcji (2003, s. 152). Powstają wtedy krótkotrwałe zgromadzenia ludzi, którzy spotkali się w tym samym czasie, w określonym miejscu. Cechy charakterystyczne tego typu wspólnot to: krótkotrwałe kontakty, brak norm wspólnych, niezróżnicowane role, płynna liczebność i niesprecyzowane zasady kooptacji nowych uczestników. W przedstawionej tu klasyfikacji (patrz rys. 1.) zbiorowościom tym odpowiadają społeczności *ad hoc*, a więc np. komentatorzy określonego artykułu opublikowanego w portalu informacyjnym.

Warto zaznaczyć, że próba spojrzenia na społeczności internetowe przez prymat zachowań zbiorowych jest w szczególności przydatna przy rozpatrywaniu zbiorowości o charakterze politycznym. Ważnym elementem jest komponent aktywizujący dużą grupę ludzi, którzy w danej sytuacji pojawiają się w określonym „miejscu” przestrzeni internetowej w celu zmanifestowania poparcia, wyrażenia niezadowolenia czy stworzenia liczebnej grupy w celu wywierania skutecznego wpływu na ośrodki decyzyjne. Są to zbiorowości krótkotrwałe, które mają swoje odpowiedniki w rzeczywistości organicznej. Można wśród nich wymienić: manifestacje, pochody, wiece, konwencje partii politycznych czy spotkania wyborcze.

Cechą charakterystyczną tych specyficznych społeczności jest fakt, iż nierzadko nie są to byty oddolne a „kreowane” odgórnie i integrowane wokół produktu politycznego. Dzieje się to zarówno w celach informacyjnych, jak i agitacyjnych czy mobilizacyjnych. Podobnie jak w tłumie czy na wiecu, istnieje możliwość interakcji z osobami „stojącymi obok”, obserwowania sceny i wsłuchiwania się w głos polityka. Tłum może wykrzykiwać swoje racje. Jednostki mogą zostać zliczone a sama liczebność tłumu – wykorzystana jako atut i dowód poparcia dla polityka, partii czy programu politycznego. Nie istnieje jednak możliwość interakcji każdego z każdym, nie tylko ze względu na licznosc tłumu, ale i specyfikę jego

struktury<sup>24</sup>. Zbliża to w pewnym stopniu społeczność internetowe do użytkowników mediów tradycyjnych. Biorąc jednak pod uwagę kwestię interaktywności kanałów *online*, istnieje tu realna możliwość komunikowania się między samymi członkami zbiorowości. Różni to wspomnianą już „publiczność zebraną” od scharakteryzowanej przez J. Sikorę „publiczności rozproszonej”<sup>25</sup>.

Jeśli społeczności internetowe (wirtualne) rozumieć jako zbiorowość w znaczeniu społecznym, to *social media* stanowią narzędzie służące do kontaktowania się między członkami tejże zbiorowości<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Poczynania takie coraz częściej intensyfikowane są w ramach działań marketingowych przez podmioty polityczne. Tworzenie doraźnych wspólnot staje się odpowiednikiem dawnych wieców, zebrań partyjnych, spotkań z mieszkańcami danych jednostek samorządowych czy innych imprez masowych z tym związanych. Zabiegi te mogą okazać się skuteczne nie tylko z powodu wzrastającej liczby użytkowników internetu, ale i zmniejszenia kosztów działań sztabów. Tak jak G. Le Bon w 1895 r. napisał, iż „nadchodzące stulcie będzie erą tłumów” (1994, s. 12), tak na początku trzeciej dekady XXI wieku, wobec wzrastającej roli internetu, można zaryzykować stwierdzenie, iż trwające stulecie będzie erą wirtualnych społeczności.

<sup>25</sup> „Brak tu bezpośredniej styczności przestrzennej, łączności psychicznej, emocjonalnej i procesu dezindywidualizacji. Jest to po prostu wielka zbiorowość ludzi, którzy ze względu na identyczne bodźce mają podobne, a nawet wspólne zainteresowania. Publiczność tą mogą tworzyć słuchacze tych samych audycji radiowych, programów telewizyjnych, czytelnicy tych samych gazet, kreujący kult znanych osobowości sportowych, muzycznych, gwiazd filmowych itp. (Januszek, Sikora, 2000, s. 37).

<sup>26</sup> Będę posługiwał się zamiennie angielskim terminem *social media* oraz spolszczeniem „media społecznościowe”, które bywa krytykowane za przymiotnikową niezgrabność, choć należy przyznać, że bardzo silnie wpisało się już w mowę potoczną, dyskurs publiczny, jak i naukowy (jako alternatywę postuluje się np. bardzo niejednoznaczny termin mediów społecznych). Za synonimy uważa się tu także angielskie terminy *social networking service* (*social networking site*; *SNS*). danah boyd i Nicole Ellison zdefiniowały społecznościowe serwisy sieciowe jako usługi internetowe, które umożliwiają osobom fizycznym (1) utworzenie profilu publicznego lub półpublicznego w ramach ograniczonego systemu, (2) wchodzenie w relacje z innymi użytkownikami, z którymi pozostają w kontakcie oraz (3) przeglądanie zestawienia relacji z innymi użytkownikami oraz połączeń utrzymywanych przez inne osoby w systemie (2007, s. 211). Wydaje się jednak, że dwa ostatnie terminy mają węższy zakres znaczeniowy niż *social media*. Sytuację tej pojęciowej zależności można przyrównać do podobnej gradacji terminów w mediach tradycyjnych, gdzie „telewizja” jest medium masowego komunikowania z całym szeregiem charakterystycznych dla niej cech, poszczególne kanały zaś stanowią już zindywidualizowane – komercyjne bądź publiczne – środki przekazu wyposażone w nazwy własne, częstotliwości, system identyfikacji wizualnej itp. Poza *SNS*, zwanych tak-

Istnieje wiele definicji, które warto wymienić chociażby ze względu na ich zmienność w czasie. Przyjrzyjmy się im, jednocześnie zastanawiając się, w jaki sposób właściwości i funkcje *social media* przekładają się na specyfikę ich funkcjonowania w polityce.

Jedną z bodaj najbardziej uniwersalnych, ale i najczęściej przytaczanych koncepcji wyznaczających pewne tropy definicyjne, stworzyli Andreas M. Kaplan i Michael Haenlein (2010). Warto się jej bliżej przyjrzeć zastanawiając się jednocześnie nad praktyką relacji mediów społecznościowych i polityki. U progu medialnej i marketingowej rewolucji na przełomie dwóch pierwszych dekad XXI wieku, określili oni *social media* jako technologie cyfrowe kładące nacisk na *t r e ś c i* lub *i n t e r a k c j e* generowane przez użytkowników. Tym samym uznali media społecznościowe za „aplikacje internetowe opierające się na ideologicznych oraz technologicznych podstawach Web 2.0, które umożliwiają tworzenie i wymianę treści generowanych przez użytkowników” (2010, s. 61). Gal Oestreicher-Singer i Lior Zalmanson uczynili wręcz te dwa elementy głównym dylematem myślenia o strategii w komercyjnym sektorze komunikacji (2013)<sup>27</sup>.

Dwa tropy stawiane w centrum zainteresowania mediów społecznościowych (rzeczone *t r e ś c i* lub *i n t e r a k c j e*) uczyniły drogowskazami pozwalającymi zrozumieć rolę *social media* w polityce. Zgodzić się bowiem należy, że oba są istotne, stanowiąc z jednej strony środek (*content*), z drugiej strony – cel. Ten określić zaś można jako budowanie relacji, politycznej wspólnoty i ideologicznego pokrewieństwa, które powinno skutkować oddaniem głosu w wyborach będących odpowiednikiem komercyjnego aktu sprzedaży.

---

że platformami można wymienić więc inne typy *social media* np. blogi, projekty współpracy, społeczności oparte na treściach, wirtualne światy i wirtualne światy gier (Kaplan, Haenlein, 2010) czy mikroblogi albo strony typu *wiki* (Treem, Dailey, Pierce, Biff, 2016).

<sup>27</sup> Funkcja tworzenia treści i budowania relacji stanowi też stały element tych definicji, które postulują określanie zjawisk poprzez ich cechy (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, Silvestre, 2011). Za przykład mogą posłużyć cechy skatalogowane przez Jonathana Obara i Stevena Wildmana obejmujące: aplikacje internetowe Web 2.0 (1), treści generowane przez użytkowników (2), osoby i grupy tworzące profile użytkowników w ramach witryny lub aplikacji zaprojektowanych i obsługiwanych przez serwis społecznościowy (3), ułatwianie rozwoju sieci społecznościowych *online*, łącząc profil z innymi osobami i/lub grupami (4) (2015).

Pierwsza kategoria centralna (treść) stanowi istotny nurt w rozumieniu mediów społecznościowych jako jej generatorów i dystrybutorów. Mark Terry opisuje je jako „treści generowane przez użytkowników i kół korzystających z Internetu oparte na technologii publikowania, inne niż tradycyjne media drukowane i audiowizualne” (2009, s. 507). Jan Kietzmann, Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy i Bruno Silvestre dodają, że media społecznościowe „wykorzystują technologie mobilne i internetowe do tworzenia wysoce interaktywnych platform, za pomocą których osoby i społeczności udostępniają, współtworzą, dyskutują i modyfikują treści generowane przez użytkowników” (2011). Philip Howard i Malcolm Parks (2012) zaproponowali bardziej złożoną definicję mediów społecznościowych. Składa się ona z trzech elementów: *infrastruktury informacyjnej* (1) i narzędzi wykorzystywanych do produkcji i dystrybucji; *treści* (2), która przyjmuje cyfrową formę spersonalizowanych wiadomości, idei i produktów kultury oraz *ludzi, organizacji i instytucji* (3) produkujących i konsumujących treści cyfrowe. Te wydają się więc centralnym punktem mediów społecznościowych jako koncepcji nowego typu narzędzia komunikowania.

Wiele wskazuje na to, że jednym z głównych problemów związanych z kwestią wykorzystywania mediów społecznościowych przez polityków jest koncentracja na treści. Stanowi ona kwintesencję publicznej debaty, w tym: przyciągania uwagi mediów tradycyjnych, publicznego sporu czy tradycyjnie pojmowanej wiecowości (zob. rozdział III). Jednocześnie niedoceniony czy wręcz ignorowany pozostaje drugi element (integracja), a więc wszystko, co w terminie *social media* charakterystyczne jest dla *social*. Faza budowania różnie pojmowanej społeczności schodzi więc na plan drugi. Wyjaśnić to można przynajmniej kilkoma czynnikami mogącymi mieć wpływ na to – z jednej strony – praktyczne zaniedbanie, z drugiej – niezrozumienie istoty mediów społecznościowych<sup>28</sup>.

Po pierwsze, zauważalną tendencją jest traktowanie mediów społecznościowych jako *continuum* tradycyjnych, gdzie obowiązują – w myśl tego podejścia – podobne zasady komunikowania się z odbiorcą. *Social*

---

<sup>28</sup> Z drugiej strony założyć można, że to praktyka tworzy „istotę” danego kanału komunikowania. Może więc w przypadku polityki, *social media* są w mniejszym stopniu społeczne, niż wynikałoby to z pierwotnych założeń?

*media* stanowią więc źródło komunikacji jednokierunkowej, co w większym stopniu przypomina przemawianie (wiecowość) niż dialog (zob. tabela 5 na str. 90). Wynika to zapewne w głąboko zakorzonej w politykach potrzebie kontroli. Umożliwia to formuła politycznego wiecu czy tradycyjnej reklamy wyborczej. Tak mogą też być postrzegane *social media*, gdzie istotnie zredukowane zostają bariery formalne oraz zasady kontroli przekazu. Dodając jego indywidualistyczną formę (typu *fanpage*), gdzie społeczność gromadzi się wokół polityka jako centralnego punktu odniesienia, nie sposób (a przynajmniej niezmiernie trudno) uzyskać motywację do demokratycznego, deliberatywnego stylu wspierającego proces obustronnej komunikacji i integracji. W swojej naturze jest to więc z b i o r o w ó ś ć p r z y w ó d c z a, autorytarna i eliminująca komunikaty i jednostki o opiniach niezgodnych z fanowskim trybem relacji podmiot polityczny–obywatel.

Po drugie, należy dostrzec także inne kierunki przepływu informacji niż pionowe, gdzie dochodzi do jedno- lub wielowektorowej wymiany informacji na linii polityk–obywatel. Nie sposób bowiem nie dostrzec, że duży odsetek aktywności polityków w *social media* stanowią te o charakterze poziomym, a więc z innymi politykami, komentatorami, publicystami, organizacjami itp. Hybrydowa forma bezpośredniej relacji dwóch kont, odbywająca się publicznie, ma za zadanie jedynie przyciągnąć uwagę użytkowników, a nie skłonić ich do aktywnego włączenia się do dyskusji. Stąd komunikacja pozioma objawia się w obszarze treści poprzez dominację antagonizmów, krytyki, sporu itp., co stoi w sprzeczności z socjotwórczą funkcją mediów społecznościowych. Doskonale widać to w serwisie Twitter, gdzie wzajemne „zaczepki”, złośliwości i komentarze polityków i dziennikarzy wobec siebie nawzajem stanowią wręcz nieprzekraczalną barierę dla chcącego włączyć się w dyskusję obywatela.

Drugi nurt definicyjny (nazwijmy go interakcyjnym), jest tym istotniejszy, im bardziej niedoskonała jest sama interakcja jako słaby element charakterystyki *social media* w polityce. Michael L. Kent określa je jako „media, których kanały komunikacji charakteryzują się identyfikującym użytkownika b e z p o ś r e d n i m s p o s o b e m w y m i a n y i n f o r m a c j i. Umożliwia on dwukierunkową interakcję i sprzężenie zwrotne” (2010). Wspominani P. Howard i M. Parks uważają je za media wykorzystujące określone narzędzia, takie jak Facebook czy Twitter s ł u ż ą c e i n t e r a k c j i (2012). Angelina



Russo, Jerry Watkins, Lynda Kelly i Sebastian Chan (2008) zdefiniowali zaś media społecznościowe jako „te, które ułatwiają komunikację *online*, tworzenie sieci i/lub współpracę” (2008).

## 2. **W praktyce:** *Social media* – rola treści i integracji w relacjach polityków z obywatelami

Wielu badaczy podkreśla interakcje i nawiązywanie kontaktów jako podstawowe kategorie definiujące media społecznościowe (Kapoor i in., 2017), jak i partycypację użytkowników w ich tworzeniu (Manning, 2014). Dzieje się to nierzadko poprzez przenoszenie koncepcji i sensu istnienia platform społecznościowych na poziom zbiorowej inteligencji (Huang, Benyoucef, 2013). danah boyd<sup>29</sup> i Nicole Ellison piszą z kolei o platformach do tworzenia profili, nawiązywania jawnych i pośrednich relacji (2007). Warto zastanowić się, czy nie powinno się – w szczególności w kontekście polityki – mówić o tych relacjach jako *porozrnych*. Przyjrzyjmy się nieco bliżej tej sprawie odnotowując zmiany w poziomie interakcyjności podmiotów politycznych przez *social media* w Polsce na przestrzeni ostatnich lat.

Pierwsza z serii analiz oparta na triangulacji metod (elementy eksperymentu, badanie treści w modelu korelacyjnym) przeprowadzona została z wykorzystaniem sprzężeń zwrotnych pochodzących z serwisu Facebook. Podstawę do niej stanowiła grupa moderatorów<sup>30</sup>/polityków, będących kandydatami na listach wyborczych w wyborach do Sejmu RP i Senatu RP w 2011 r. (544 osoby) oraz do Parlamentu Europejskiego w 2014 r. (78 osób). Liczby te stanowią zestawienie wszystkich nazwisk kandydatów startujących z numerem 1. w ramach list wyborczych partii parlamentarnych<sup>31</sup>. Dobór adresata miał więc

<sup>29</sup> Autorka postuluje zapisywanie jej imienia i nazwiska małymi literami.

<sup>30</sup> Ma się tu na myśli osoby odpowiedzialne za tworzenie treści w obszarze komunikatorów – mogą być to zarówno politycy, jak i inne osoby zatrudnione w tym celu.

<sup>31</sup> Przyjęto, iż badaniu poddani zostają kanały komunikacji polityków, którzy startują w ramach partii posiadających w trwającej kadencji parlamentu klub posełski. W 2011 r. założenie to spełniały partie: Platforma Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Polskie Stronnictwo Ludowe, Polska