

Kultura WEB 2.0 - rewolucja czy upadek?

Autor tekstu: **Magdalena Wasąg**

W XXI wieku nie wyobrażamy sobie świata bez kliknięcia myszką. Socjologowie z ironicznym uśmiechem mówią, że dzieci dziś rodzą się z laptopem i komórką w ręce. Pierwszą i podstawową umiejętnością jaką zdobywają to obsługa telefonu i umiejętność swobodnego serfowania w sieci. Szeroko rozumiana technika zdeterminowała życie Kowalskiego. Internet stał się oknem na świat. Dzięki któremu, idąc za McLuhanem, świat staje się globalną wioską powielającą te same treści i wzorce kulturowe.

Początkowo użytkownik Internetu był biernym odbiorcą tego, co serwują portale — taki model proponowała kultura Web 1.0. W pewnym momencie nastąpiła rewolucyjna zmiana, kiedy to odbiorca stał się aktywnym współtwórcą tego, co oferuje globalna sieć — era Web 2.0. Odbiorca jest jednym z autorów, staje się aktywnym użytkownikiem, z możliwością generowania własnych treści, abstrahując od tego, czy zawierają jakiegokolwiek wartości.

W tym właśnie momencie należy zwrócić uwagę na to, czy idea Web 2.0, czyli Internetu tworzonego nie przez specjalistów, lecz amatorów dla amatorów, zapowiada raj wolności dla generowania *czegoś własnego*? — czy może jednak Web 2.0 jest śmietnikiem cywilizacji, wysypiskiem śmieci, którego w żaden sposób nie można usunąć?

Rewolucje, które zachodzą w sieci jak każde wymagają ofiar. Historia nie raz pokazała, że próby wygenerowania *czegoś* nowego budzą obawy i zawsze jest ktoś, kto będzie negował i buntował się choćby dla zasady.

Od momentu pojawienia się druku pojawiły się dyskusje — czy druk wyprze pismo? Dziś w dobie cyfryzacji — czy druk zostanie wyparty przez media elektroniczne? Nowe budzi starach, co wcale nie znaczy, że jest złe. „Wytwory współczesnej nauki nie są same w sobie ani dobre, ani złe. O ich wartości decyduje dopiero użytek, jaki z nich robimy”. [1]

Web 2.0. jest jak pornografia [2]

Amerykański „Wired” pisze, że tak naprawdę trudno o definicję Web 2.0. Twierdzi, że dopiero kontakt z tym zjawiskiem daje szansę poznania i zrozumienia. Wejście w sieć i nawiązanie relacji umożliwia pojęcie idei kultury Web 2.0, którą porównuje do pornografii.

Tim O'Reilly nazywa Web 2.0 architekturą uczestnictwa. Klasyczne, wielkie media stały się punktem wyjścia dla portali internetowych, które porządkują świat zagubionego użytkownika dając mu atrakcyjną ofertę. Z drugiej zaś strony, użytkownik sam sobie może wydeptać krótsze ścieżki na użytek własny i dla innych (*hakowanie życia*). Własne ścieżki są wygodniejsze i bardziej funkcjonalne. Architekt pozwala je wydeptać użytkownikom, zanim wyleje asfalt. Dzięki przetarciu szlaków przez jednych, inni nie muszą już błądzić. Jeśli szukamy porady na forum, to wzbogacamy się zbiorową mądrością, uzyskując użyteczną wiedzę, za którą nie musimy płacić np. doradcy personalnemu.

Portale społecznościowe, czyli tzw. serwisy Web 2.0 są synonimem czegoś lepszego niż Web 1.0, czyli klasycznych stron informacyjnych. Biorąc pod uwagę, że Web 2.0 to czas po 2001 roku, kiedy to serwisy internetowe charakteryzują się generowaniem treści przez użytkowników danego serwisu — to Web 1.0 to czas dyktatury gatekeeperów i czas kontroli przez fachowców. Użytkownik Internetu jest biernym odbiorcą treści, które przetworzy mu profesjonalista. Jest to czas dominacji tradycyjnych wyszukiwarek i portali. Kazimierz Krzysztofek twierdzi, że współistnienie Web 1.0 i Web 2.0 jest niczym wojna między spontanicznością użytkowników a instytucjonalizacją i próbą organizacji całego ładu sieciowego. [3]

Serwisy społecznościowe usytuowane są gdzieś pomiędzy komunikowaniem masowemu i jednocześnie interpersonalnym. Prezentują nowe podejście do kwestii relacji *twórca – odbiorca*. W portalach społecznościowych odbiorcy stają się jednocześnie twórcami serwisu. To, że Web 2.0 w Stanach Zjednoczonych zrobiło prawdziwą furorę, nie ulega wątpliwości. To właśnie tam powstały pionierskie serwisy, będące m.in. prototypem naszej klasy. Polska jak wierny uczeń odpowiednio adaptuje amerykańskie pomysły w nadwiślańskiej rzeczywistości — z różnym skutkiem.

Obserwując zjawisko Web 2.0 uwidacznia się podstawowa cecha, którą jest odwrócenie ról – to publiczność tworzy serwis, a administratorzy nie wymuszają na ludziach działania – wystarczy przyrzeć się, co robią ludzie i dostosować odpowiednie narzędzia komunikacji do tego. Warto także ustąpić pola odbiorcom i na pierwszym planie przeznaczyć miejsce dla treści użytkowników. Każdy użytkownik ma potencjalnie władzę definiowania ludzi, rzeczy, zjawisk, wydarzeń, wedle własnych pojęć i znaczeń.

Chris Anderson, autor książki „The Long Tail” [4], pisał, że w epoce analogowej kultura popularna była zdominowana przez *wielkich graczy*. Stanowili oni *wielką głowę kultury*, pozostała część to amatorzy – *krótki ogon*. Anderson zakładał, że w epoce cyfrowo-sieciowej ta sytuacja ulega zmianie, ponieważ ów *ogon* się wydłuża na grupy twórców niszowych.

W kulturze uczestnictwa fani i inni konsumenci są zapraszani do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu i redystrybucji nowych treści: Dziennikarstwo obywatelskie, blogosfera, wikisfera, amatorskie (z założenia) produkcje filmowe wrzucane na serwisy typu YouTube, miliardy kont i profili w FaceBook czy MySpace oraz możliwości komentowania każdego newsa w serwisach informacyjnych, rozrywkowych, kulturalnych i naukowych.

Dzięki prostym narzędziom Web 2.0, dziś każdy może być i – jeśli tylko chce – jest nie tylko odbiorcą treści, ale również aktywnym komentatorem, ekspertem, krytykiem oraz autorem internetowego zasobu.

Jak współczesny Internet zabija naszą kulturę [5]

Jak to zwykle bywa nie ma tylko plusów lub minusów zjawisk zachodzących w społeczeństwach czy technice. Tak też jest z Internetem, który ma zarówno piewców jak i tych, którzy negują wszystko, co z nim związane. Jednym z zagorzałych krytyków kultury Web 2.0 jest autor książki „Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę”, Andrew Keen, który pisze: „miliony żywołowych małą – z których większość nie jest bardziej twórcza niż nasi biologiczni kuzyni – tworzą nieskończony cyfrowy zbiór miernoty”. [6] Keenowi nie podoba się to, że anonimowość ma większą wartość od odpowiedzialności. Krótko mówiąc amatorzy wypierają ekspertów.

Według krytyka jednym z najbardziej znanych efektów anonimowej i amatorskiej pracy jest *Wikipedia*, czyli encyklopedia online, która jest nagminnie krytykowana za zbiór ukrytych reklam i propagandy, ponieważ każdy może tam wpisać *swoją prawdę*. Na wielu europejskich uczelniach wprowadzono zakaz używania zbiorów *Wikipedii* jako niezetelnych. Powszechnym zjawiskiem jest likwidowanie linków, które krytykują interesy danej grupy. Pracownicy sieci McDonald's w opisie swojej firmy mogą likwidować linki do krytykujących ją filmów „Fast Food Nation” albo „Super Size Me”. Ludzie ze sztabu wyborczego Hillary Clinton mogą redagować artykuł o jej przeciwniku Baracku Obamie, i tak bez końca.

Według „The Wall Street Journal” stałą praktyką w MySpace jest zakładanie profili fikcyjnych postaci, których zadaniem jest nawiązanie osobistych relacji z potencjalnymi nabywcami reklamowanych przez nie produktów. Skrupułów nie ma również Bebo, którego polski przedstawiciel tłumaczył, że zachęcanie nastolatki do zaprzyjaźnienia się z reklamą udającą inną nastolatkę to nie oszustwo, ale marketing angażujący, najnowszy krzyk reklamowej mody. Podobnie jak flogi (z angielskiego *fake blog* – fałszywy blog), czyli blogi sponsorowane lub pisane przez pracowników agencji PR.

Dostaje się także *youtubowi*, o którym pisze: „niekończąca się galeria amatorskich filmów prezentujących głupców, którzy tańczą, śpiewają, jedzą, myją się, robią zakupy, prowadzą samochód, sprzątają, śpią lub po prostu gapią się w monitor” [7].

Suchej nitki nie pozostawia na serwisach społecznościowych, które ponoć istnieją tylko po to: „byśmy mogli sami siebie zareklamować” [8]. Do upadku kultury także przyczynia się *spiskowa teoria*, która zawarta jest w blogach ponieważ – „blogi mogą stać się nośnikiem ukrytej propagandy korporacyjnej i oszustwa”. [9] W ten oto sposób według Keena Internet doprowadza kulturę do upadku.

Według prestiżowego tygodnika „Time” człowiekiem roku 2006 może być każdy internauta. Na okładce umieszczone lustro, w którym czytelnik widzi samego siebie i czyta: *Yes, you. You control the information age. Welcome to your world*. Na pierwszy rzut oka świetny pomysł, ale Kenn ubolewa, że tak naprawdę tytuł należy się wszystkim i nikomu zarazem, niezależnie od zasług. Twierdzi, że tytuł „Tima” całkowicie zniósł instytucję autorytetu pozbawiając kulturę wiedzy i profesjonalizmu, niekiedy okupionego ciężką pracą.

Upadek autorytetów przyczynia się do zatarcia granicy między tym, co należy a czego nie

należy, między tym, co ma wartość a tym co jej nie ma.

Z perspektywy polskiej rozwój sieci w USA jest wzorcowym, tak przynajmniej postrzegają go znawcy tematu. Należy jednak pamiętać, że Internet wpasowuje się w mechanizmy funkcjonowania konkretnego społeczeństwa. Od pewnego czasu rozgorzała dyskusja na temat *naszej-klassy*, która oferuje niewiele ponad wysyłanie maili i przeglądanie zdjęć. Nikt poza dziennikarzami nie zastanawia się nad problemami prywatności i nadużyć w tym serwisie. Rzeczywiście *nasza-klassa* nie pasuje do wizerunku Internetu jako rewolucyjnego medium aktywnych konsumentów-producentów.

Zakończenie

Internet należy rozumieć na trzy sposoby. Po pierwsze, jako przestrzeń tekstową, wykorzystywaną do publikacji tekstów przez autorów/wydawców. Takie ujęcie mogłoby spodobać się Andrew Keenowi. Drugie rozumienie to przestrzeń komunikacyjna, w której czytelnik nawiązuje kontakt z autorem oraz innymi użytkownikami, co prowadzi do trzeciego sposobu rozumienia Internetu — jako przestrzeni społecznej, w której komunikujące się ze sobą jednostki, wykorzystując możliwości oferowane przez medium, organizują się we wspólnoty osób posługujących się tym samym językiem, oparte na wspólnych normach i wartościach, zróżnicowane pod względem statusu społecznego. I ta właśnie przestrzeń najbardziej odpowiada kulturze Web 2.0.

Odpowiedź na pytanie o kulturę Web 2.0 jest złożona, ponieważ wytwory nauki, techniki nie są ani dobre, ani złe. O ich wartości decyduje dopiero użytek, jaki z nich robi potencjalny użytkownik. Odwrócenie ról z odbiorcy na twórcę treści pozwala zaktywizować użytkowników sieci, pozwala budować dziennikarstwo obywatelskie, daje szanse spełnienia choćby potrzeby przynależności.

Web 2.0 jest dla wielu uczestników spełnieniem marzenia o równych szansach, realizacją prawa trzeciej generacji praw człowieka (praw kulturowych uzupełniających prawa polityczne i socjalne) — prawa do komunikowania się. Realizacja tego prawa poprawia efektywność działań społecznych, które zależą mniej od zewnętrznej regulacji życia, a bardziej od autonomii jednostek. Każdy użytkownik ma potencjalnie władzę definiowania ludzi, rzeczy, zjawisk, wydarzeń, wedle własnych pojęć i znaczeń. Daje to szanse na demokrację, budowanie podmiotowości, eksperymentowanie z tożsamością. Konsumpcja znaków jest jednocześnie ich produkowaniem i wpuszczaniem w obieg — w kulturę jako społeczną sieć znaczeń; każde odczytanie znaków jest mnożeniem następnych i następnych.

Choć nie brakuje sceptycznego spojrzenia na tego typu kulturę. Sam Stanisław Lem po skorzystaniu z zawartości sieci powiedział: „Dopóki nie skorzystałem z Internetu, nie wiedziałem, że na świecie jest tylu idiotów.” [10] Andrew Keen jest podobnego zdania. O użytkownikach serwisów Web 2.0 pisze, że: „nie zdają sobie nawet sprawy z tego, jak są groteskowi i bezwstydni.” [11] W tym momencie wielu internautów poczułoby się dotkniętych. Kultura Web 2.0 galopuje w zastraszającym tempie zapowiadając kulturę Web 3.0. Jednak Polacy posiadający dostęp do Internetu w znacznej części nie odczuwają potrzeby, ale może też nie widzą sensu w tym, by stać się nie tylko odbiorcami, ale także producentami medialnych treści. Wojna między piewcami kultury 2.0 i jej krytykami trwa.

A propos tytułu człowieka roku „Tima”. To niby dlaczego człowiekiem roku nie możesz być Ty czy Ja? Czy dlatego, że nie jesteśmy naukowcami, którzy opracowali nową szczepionkę — pewnie tak. A może dlatego, że nie mamy milionów dolarów i nie wsparliśmy akcji



charytatywnej, nie tyle by pomóc innym, co pomóc sobie podnosząc swoją samoocenę — może i tak. „Time” na człowieka roku wybiera każdego internautę, który buduje tożsamość społeczeństwa XXI wieku. Człowieka, który tworzy kulturę bez względu na to, jaka ona jest. Chciałoby się powiedzieć: jakie czasy taka kultura. Z bycia aktywnym w Internecie ma coś wynikać — globalna wioska, sieciowe społeczeństwo obywatelskie, uwolniona kreatywność milionów użytkowników, którą daje nam kultura Web 2.0.

Zobacz także te strony:

[e-association. nowa wizja stowarzyszenia](#)

Przypisy:

- [1] D. Sarnoff, [w:] *W drodze z Frankfurtu do Birmingham. Dwa modele publiczności telewizyjnej*, M. Halawa, odczyt z konferencji, „Kultura i media” na Uniwersytecie Wrocławskim, 15.04.2003.
- [2] Za: „Wired”, [w:] J. Szubrycht, *Stuknij się w Web 2.0*, Zob. „Przekrój”, nr 48/2007.
- [3] Patrz: K. Krzysztofek, [Web 2.0 jako dobrodziejstwo](#).
- [4] Za: K. Krzysztofek, dz. cyt.
- [5] A. Kenn, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, Warszawa 2007.
- [6] M. Strzelecka, [Kłamstwa Internetu](#).
- [7] A. Keen, dz. cyt., s. 28.
- [8] Tamże s. 30.
- [9] Tamże s. 38.
- [10] J. Szubrycht, *Stuknij się w Web 2.0*, Zob. „Przekrój”, nr 48/2007.
- [11] J. Szubrycht, dz. cyt.

[Magdalena Wasąg](#)

Ur. 1984. Absolwentka politologii o specjalności dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Mieszka w Biłgoraju.

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 22-08-2008 Ostatnia zmiana: 22-08-2008)

[Oryginał..](#) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6023>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę podkatalogów, skrypty JavaScript oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl