

**MECHANIZMY FUNKCJONOWANIA
MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH.
KŁAMSTWO W KULTURZE POPULARNEJ**

Krzysztof Łuszczek¹
Uniwersytet Szczeciński

Relacje zapośredniczone w technologii zdominowały naszą rzeczywistość. Oprócz wielu pozytywów niosą ze sobą wyzwania i prawdziwe niebezpieczeństwa. Niniejszy artykuł stara się przedstawić, jak wygląda problem kłamstwa w kontekście nowych technologii komunikacyjnych. Stanowią one podstawowy filar współczesnej kultury popularnej. Wielu uważa, że problem kłamstwa, prawdy czy sprawiedliwości ma się nijak do rozwoju nowoczesnej technologii, bo ona jako taka jest wobec nich neutralna. Doświadczenie wielu użytkowników Internetu pokazuje jednak, jak łatwo współczesne technologie stają się narzędziem kreowania i popularyzacji wartości. Niniejszy tekst dotyczy przede wszystkim kłamstwa w przestrzeni mediów społecznościowych. Lokuje to zjawisko na szerszym tle problemów z kłamstwem w aktywności komunikacyjnej człowieka. Niewątpliwie istotne staje się dziś określenie mechanizmów wykorzystywanych do kłamania, a z drugiej strony ukazanie możliwych sposobów przeciwdziałania negatywnym tendencjom. Jest to również o tyle ważne, że dyskurs społeczny coraz chętniej przenosi się w sferę mediów społecznościowych, czyniąc z nich główny nurt narracji i dialogu społecznego.

¹ Ks. Krzysztof Łuszczek, dr nauk humanistycznych w zakresie pedagogiki, adiunkt Katedry Nauk o Rodzinie Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Szczecińskiego. Zainteresowania badawcze: współczesne media oraz kultura popularna i ich wpływ na rozwój dzieci i młodzieży; badania sytuacyjne w nurcie komparatystyki pedagogicznej, koncentrując się przede wszystkim na sytuacji w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Polsce. Adres: Wydział Teologiczny Uniwersytetu Szczecińskiego, ul. Papieża Pawła VI nr 2, 71-459 Szczecin; e-mail: krissl@o2.pl.

1. Społeczno-komunikacyjne znaczenie kłamstwa

Ponieważ kłamstwo jest bardzo ściśle związane z ludzką kulturą, jego fenomenowi poświęcano uwagę od czasu, kiedy człowiek zaczął podejmować systematyczną refleksję nad swoim życiem. Arystoteles uważa, że kłamstwo psuje człowieka i pomniejsza jego wartość moralną². Wielu myślicieli próbowało zdefiniować kłamstwo. Św. Augustyn uważa, że jest to celowe wprowadzenie rozmówcy w błąd (*locutio contra mentem cum intentione fallendi*)³. Z kolei św. Tomasz twierdzi, że jest to wypowiedanie czegoś innego, niż się myśli (*mendacium nominatur ex eo, quo contra mentem dicitur*)⁴. Istotą kłamstwa staje się więc świadome deformowanie rzeczywistości. Przy czym św. Tomasz bardziej podkreśla jego indywidualny, psychologiczny charakter, natomiast św. Augustyn zwraca uwagę na stronę językową.

Tę intencję fałszowania rzeczywistości podkreśla W. Chudy, który wiele swoich prac poświęcił społecznym skutkom kłamstwa⁵. Uważa, że kłamstwo to wypowiedanie rzeczy we własnym przekonaniu fałszywych. Definicja W. Chudego wydaje się bliższa określeniu św. Augustyna. Jednak jej istotą jest wciąż deformowanie rzeczywistości, które na nowo określa relację człowieka do rzeczywistości⁶. Kłamstwo nie jest błędem czy pomyłką. Jest to świadome ukrywanie wiedzy przed kimś, komu jest należna. Według P. Ślęczonek kłamstwo społeczne „lubi” błędy i omyłki poznawcze. Na nich buduje⁷.

Społeczne oddziaływanie kłamstwa znacznie powiększa jego rażącą siłę moralną, uruchamia wiele destruktywnych procesów. Atrakcyjność kłamstwa wynika z tego, że doraźnie może przynieść szybkie i konkretne efekty. Jednak jego efekty zazwyczaj trwają w czasie bardzo długo i rzutują zarówno na sferę moralną, jak i poznawczą człowieka. Pragmatyzm kłamstwa, przy jednoczesnym osłabieniu wrażliwości moralnej, czyni z niego atrakcyjne narzędzie np. w drodze do władzy. Z kolei współczesna demokracja, silnie „osaczona” przez media, posiada coraz mniej sprawnych mechanizmów pozwalających na eliminowanie

² M. Hohol, *Zjawisko kłamstwa w perspektywie nauk neurokognitywnych i ewolucyjnych*, „Semina Scientiarum” 2009, nr 8, s. 91.

³ Św. Augustyn, *De mendacio*, 1, 1.

⁴ Św. Tomasz, *Sth II-II*, q. 110, a. 1.

⁵ Szczególnie istotny jest dwutomowy *Esej o społeczeństwie i kłamstwie*: t. 1: *Społeczeństwo zakłamane*, Warszawa 2007; t. 2: *Kłamstwo jako metoda*, Warszawa 2007.

⁶ W. Chudy, *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*, Warszawa 2003, s. 110.

⁷ P. Ślęczonek, „Prawda jest jak powietrze”, „Ethos” 79–80 (2007), s. 155–156.

kłamstwa z życia społecznego. A. Kołakowska sugeruje wręcz bardzo silną tendencję do porzucania rozumu i racjonalizmu w kreowaniu naszej rzeczywistości społecznej⁸.

Niewątpliwie życie społeczne nie może być pozbawione elementów gry i konwencji. Wyraża się to w przyjmowaniu przez ludzi różnych masek i sterowaniu tożsamością. Z punktu widzenia kompetencji komunikacyjnych jest to umiejętność ważna i pożądana w kształtowaniu relacji między ludźmi⁹. Jednak przeakcentowanie znaczenia różnego rodzaju masek i gier staje się niebezpieczne. Może być zachętą do manipulacji i uczestnictwa w kłamstwie na szeroką skalę¹⁰. Według A. Kępińskiego „kłamstwo jest dość wygodnym, bo wymagającym stosunkowo niedużego wysiłku sposobem dostosowania do sytuacji lub poprawienia obrazu siebie w otoczeniu”¹¹. Ta łatwość wykorzystania kłamstwa jako kreacji swojego wizerunku w grupie wzmacnia jego atrakcyjność jako narzędzia kształtowania relacji społecznych i sterowania tożsamością. Społeczeństwo może podtrzymać zakłamanie przez społeczne instytucje i struktury (np. służące masowej komunikacji). Upowszechnienie pewnych zwyczajów i zachowań społecznych może w sposób mało zauważalny doprowadzić do potraktowania kłamstwa jako normalnego czynnika życia społecznego¹².

Życie społeczne sprowadza się dziś często do zakładania wielu masek. Prejsja psychiczna dotyka jednostkę z wielu stron. Chcąc sprostać wyzwaniom społecznym, jednostka przyjmuje „strategię kameleona”. Ma to jej umożliwić zajęcie stabilnego miejsca w grupie. Według W. Chudego kłamstwo staje się swoistym pomostem, łączącym wewnętrzny świat jednostki z życiem społecznym. Jednostka stara się ratować swoje życie społeczne kłamstwem¹³.

Ponieważ świat masowej komunikacji staje się dziś istotną płaszczyzną gry społecznej, jest oczywiste, że kłamstwo również w tej sferze jest coraz chętniej wykorzystywane, chociaż rzadko nazywane po imieniu. Społecznym skutkiem kłamstwa jest „szum komunikacyjny”. Jednocześnie pociąga ono za sobą „lawinę aksjologiczną”. Każdemu aktowi komunikacji towarzyszy w założeniu dobra wiara. Zostaje ona zakwestionowana. Uruchamia się lawina negacji. Od

⁸ A. Kołakowska, *Wojny kultur i inne wojny*, Warszawa 2012, s. 6.

⁹ R.B. Adler, L.B. Rosenfeld, R.F. Proctor II, *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, Poznań 2006, s. 54–55.

¹⁰ W. Chudy, *Filozofia kłamstwa...*, s. 335–336.

¹¹ A. Kępiński, *Schizofrenia*, Warszawa 1979, s. 160.

¹² W. Starnawski, *Świadomość kłamstwa drogą do prawdy*, „Ethos” 79–80 (2007), s. 147.

¹³ W. Chudy, *Społeczeństwo zakłamanie*, Warszawa 2007, s. 214.

odmówienia prawa do prawdy aż do zastosowania przemocy. Tym samym zostaje podważony sens dialogu¹⁴. Jeżeli komunikacja ma być wymianą wartości między jednostkami, to każde kłamstwo osłabia, a nawet niszczy więzi społeczne¹⁵.

Istnieją różne hipotezy dotyczące chętnego sięgania po kłamstwo w kulturze popularnej. Niektóre wiążą się ze zjawiskiem nudy. Według E. Fromma człowiek, jeżeli chce uciec od nudy, musi być twórczy i produktywny w rozwoju własnych zdolności. Broniąc się przed takim stanem, jest zmuszony do ciągłej ucieczki¹⁶. Według W. Chudego istnieje pewna zależność między nudą a kłamstwem. Można ją uznać za emocjonalne korzenie kłamstwa. Prawda jest porywająca i trudno się przy niej nudzić¹⁷. W dobie nowych mediów pojawiło się nawet zjawisko określane jako „inteligentna nuda”. Młodzi ludzie szybko eliminują zjawisko nudy ze swojego życia za pośrednictwem smartfonu, tabletu lub laptopa. W ten sposób najczęściej wypełniają swoje życie popularną i mało wymagającą rozrywką¹⁸.

Ten sposób uczestnictwa w kulturze zwiastuje obecność *homo absconditus* (człowieka ukrytego), który stara się ukryć i przed bliźnim i przed sobą samym. Według H. Plessnera jest to ciemna strona jego otwarcia na świat¹⁹. Ponieważ kłamstwo zatacza coraz szersze kręgi, dla wielu ludzi stało się normalnym elementem codzienności. Według W. Chudego ten proces to początek końca prawdziwej ludzkiej kultury²⁰. Jest to o tyle niebezpieczne, że współczesna kultura popularna lansuje fałszywe przekonanie, że „kłamstwo pomaga w zachowaniu indywidualności”²¹.

Dla zrozumienia kłamstwa obecnego w różnych wymiarach kultury popularnej wydają się istotne trzy jego aspekty: językowy, emocjonalny i wolitywny. Wykorzystanie języka współczesnych mediów często daje ogromną przewagę w propagowaniu kłamstwa. Bez umiejętności posługiwania się nim często trudno zrozumieć kontekst i sposób wytworzenia komunikatu. Tym bardziej że drugoplanowe aspekty komunikatu mogą zawierać elementy prawdy, aby tym bardziej uwiarygodnić fałsz głównego przesłania. Dzieje się to z wielkim osobistym zaan-

¹⁴ Tenże, *Filozofia kłamstwa...*, s. 12–13.

¹⁵ P. Ślęczka, dz. cyt., s. 154.

¹⁶ E. Fromm, *Niech się stanie człowiek*, Warszawa 1994, s. 179.

¹⁷ W. Chudy, *Filozofia kłamstwa...*, s. 9.

¹⁸ G. Wierchowicz, *Zjawisko „inteligentnej nudy” jest już w Polsce powszechne. Mobile zabójcą beczynności*, www.wirtualnemedial.pl (5.11.2012).

¹⁹ H. Plessner, *Pytanie o conditio humana*, Warszawa 1988, s. 124.

²⁰ W. Chudy, *Filozofia kłamstwa...*, s. 9.

²¹ Tenże, *Spoleczeństwo zaklamane...*, s. 214.

gażowaniem i jest świadomą decyzją podejmowaną przez człowieka. Mimo że czasem stara się on ukryć swoją tożsamość za różnego rodzaju *nickami*. Są to najbardziej subiektywne aspekty kłamstwa i niezależne od języka czy kanału komunikacyjnego, który jest wykorzystywany. Motywy kłamstwa są te same od wieków, ale jego efektywność dzięki np. mediom społecznościowym wydaje się dziś nieporównywalnie wyższa.

2. Niepewność komunikacyjna

W ciągu XX wieku środowisko życia człowieka uległo wielu daleko idącym zmianom. Jedną z nich jest jego silne nasycenie technologią. Pojawienie się Internetu zmieniło relacje między człowiekiem a mediami, a także relacje poszczególnych mediów między sobą. Na przełomie wieków poważnym zmianom strukturalno-komunikacyjnym uległa sama globalna sieć komputerowa. Zmienił się sposób korzystania z Internetu. Korzystający z sieci zaczęli w istotny sposób współtworzyć jego zasoby. Całość tych zmian często określa się jako rewolucję Web 2.0.

Istotą tej rewolucji stało się powstanie mediów społecznościowych. Pierwsze serwisy pojawiły się jeszcze pod koniec XX wieku, ale apogeum ich rozwoju przypada na pierwszą dekadę XXI wieku. W roku 2003 powstają MySpace i Second Life. W roku 2004 zaczyna funkcjonować Digg (w którym pojawiła się m.in. kategoria „znajomych”) i Facebook, a w 2006 roku Twitter²². Symbolem sukcesu serwisów społecznościowych stał się rozwój Facebooka. Miarą jego sukcesu jest dynamiczny wzrost zakładanych kont²³ i szybki debiut na Wall Street²⁴.

Jednym z warunków komercyjnego sukcesu mediów społecznościowych jest ich osadzenie w kulturze popularnej, która w swej istocie charakteryzuje się silnym skomercjalizowaniem. Jest to jedna z jej podstawowych cech różnicujących. D. Strinati wyraźnie ją odróżnia od kultury wysokiej oraz kultury ludowej.

²² K. Łuszczek, *Pedagogiczne aspekty uczestnictwa dzieci i młodzieży w serwisach społecznościowych*, „Studia Informatica” 28 (2011), s. 131.

²³ W październiku 2012 roku tylko w Polsce było 9,4 mln użytkowników Facebooka. Źródło: Socialbakers, www.socialbakers.com (21.11.2012).

²⁴ Facebook zadebiutował na giełdzie 18 maja 2012 roku. Firmę wyceniano wówczas na 104 mld dolarów. T. Gryniewicz, *Facebook na giełdzie. Debiut, jakiego Internet nie widział*, www.wyborcza.biz (21.05.2012).

Określa ją jako kulturę „tworzoną przez masową technikę przemysłową i sprzedawaną dla zysku masowej publiczności konsumentów”²⁵.

Niepewność komunikacyjna jest warunkowana przede wszystkim przez charakter komunikacji zapośredniczonej w Internecie. Podstawowa trudność, jaką przynosi komunikacja w przestrzeni wirtualnej, polega na tym, że „głębokie, angażujące emocjonalne związki bez dzielenia tej samej przestrzeni i czasu są złudzeniem: partnerzy kontaktują się z własną wyobraźnią, a nie z realnymi osobami, do których kierowane są uwagi i przemyślenia, kontaktują się z własnymi oczekiwaniami, wpisanymi w kategorię «najlepszy przyjaciel»”²⁶. Pozbawienie człowieka w komunikacji zapośredniczonej w Internecie cielesności, jako fundamentu jego tożsamości, stanowi najbardziej krytyczny punkt w budowaniu wzajemnych relacji w świecie wirtualnym. To daje możliwość sterowania tożsamością w sposób całkowicie dowolny i oderwany od prawdy o człowieku.

Świat wirtualny zaczął być przestrzenią konkurencyjną w stosunku do przestrzeni fizycznej. Niewerbalny poziom komunikacji w przypadku kontaktów na serwisach społecznościowych zostaje zredukowany do minimum. To znaczenie wpływa na obniżenie poziomu emocjonalnego zaangażowania w te relacje. Niektórzy określają tę przestrzeń komunikacyjną jako „lodowatą” bądź jako „samotny tłum”²⁷. Ten fizyczny dystans w połączeniu ze względną anonimowością stanowi dla wielu internautów zachętę do uczestnictwa w społecznościach internetowych, mimo świadomości łatwego fałszowania tak skonstruowanej rzeczywistości. Trzeba jednak zaznaczyć, że istnieje spora grupa badaczy, którzy te same cechy komunikacji internetowej traktują jako pozytywne, widząc w nich możliwość pogłębienia wzajemnych relacji²⁸. Mimo wszystko poziom zaufania użytkowników do serwisów społecznościowych utrzymuje się raczej na średnim poziomie.

²⁵ D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998, s. 22.

²⁶ U. Jarecka, *Wirtualne więzi w globalizującym się świecie*, w: M. Jacyno, A. Jawłowska, M. Kempny (red.), *Kultura w czasach globalizacji*, Warszawa 2004, s. 265.

²⁷ K. Barani, *Rola więzi online w życiu społecznym człowieka*, w: B. Szmigielska (red.), *Psychologiczne konteksty Internetu*, Kraków 2009, s. 106–107.

²⁸ Dobrym przykładem jest tutaj historia przedstawiona w amerykańskiej produkcji filmowej *Masz wiadomość (You've Got Mail)*. Jest to historia dwojga ludzi mieszkających na Manhattanie. On, właściciel wielkiej sieci księgarń (w tej roli Tom Hanks), stanowi zagrożenie dla małej, kameralnej księgarni, prowadzonej przez miłośniczkę książek (granej przez Meg Ryan). Oboje się nie znoszą. Ale dziwnym trafem poznają się poprzez Internet, nie ujawniając do końca swojej tożsamości. Relacja się rozwija, owocując głęboką więzią. W końcu prawda wychodzi na jaw i relacja zbudowana w Internecie przewycięża niechęć z realnego świata. *You've Got Mail* (1998), reż. N. Ephron.

Badania B. Krawczyk-Bryłki określiły wskaźnik poziomu zaufania wśród polskich internautów na 3,71 (w skali 1–5)²⁹.

Poza tym poziom zaangażowania w tego typu interakcje może mieć również swoją dynamikę w dłuższej perspektywie czasu. Amerykańscy badacze podkreślają, że zaangażowanie w rzeczywistość wirtualną łączy się często ze spadkiem zaangażowania społecznego i psychologicznego w realnym świecie. Dotyczy to zwłaszcza pierwszych dwóch lat korzystania z Internetu. W tym czasie może również wzrosnąć poczucie samotności³⁰. Atrakcyjność komunikacyjna komputera i Internetu polega według P. Levinsona na tym, że są to media wielokierunkowe, w przeciwieństwie do radia i telewizji. Ten element komunikacyjny stanowi podstawowy wyznacznik funkcjonowania społeczności *online*, usuwając na dalszy plan wszystkie inne elementy, łącznie z prawdą o uczestnikach komunikacji oraz głębokością zjawiska sterowania tożsamością w sieci³¹.

Popularność serwisów społecznościowych bazuje nie tylko na ich technologicznej atrakcyjności, ale również na kryzysie tradycyjnych grup budowanych przede wszystkim na bliskości terytorialnej. Przykładem takiej wspólnoty są grupy sąsiedzkie. Ich rozpad łączy się z zasadniczą zmianą więzi społecznych³².

Jakie potrzeby komunikacyjne zaspokajają media społecznościowe? Jak zauważa H. Tomaszewska, przede wszystkim chodzi o ułatwienie podtrzymania kontaktu z innymi. Witryny oferują różne sposoby podtrzymywania tego kontaktu w taki sposób, że odnosi się wrażenie bardzo osobistej, wręcz intymnej relacji. Stąd użytkownik jest często przekonany o poczuciu całkowitej kontroli nad kontem. Co więcej, poprzez sposób prezentacji może poczuć się kimś niezwykłym i niepowtarzalnym. Rodzi to nieformalną rywalizację między użytkownikami, która wyraża się głównie w zbieraniu jak największej liczby kontaktów. Stąd stałe dążenie użytkowników do uatrakcyjnienia swoich kont nawet kosztem przekłamań. W ten sposób na przykład, sugerując się zdjęciem, możemy wejść na profil

²⁹ B. Krawczyk-Bryłka, *Budowanie zaufania w relacjach internetowych*, w: B. Szmigielska (red.), *Psychologiczne konteksty Internetu*, Kraków 2009, s. 127.

³⁰ K. Subrahmanyam, R. Kraut, P. Greenfield, E. Gross, *New Forms of Electronic Media: The Impact of Interactive Games and the Internet on Cognition, Socialization, and Behavior*, w: D.G. Singer, J.L. Singer (eds.), *Handbook of Children and the Media*, Thousand Oaks–London–New Delhi 2001, s. 94.

³¹ P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006, s. 221.

³² H. Tomaszewska, *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Warszawa 2012, s. 28.

i tam dopiero się dowiedzieć, że zdjęcie umieszczone jako główne nie należy do właściciela konta³³.

Tego typu zachowania użytkowników mediów społecznościowych w połączeniu z niewybrednymi żartami, wulgaryzmami, plotkami czy wyzywającymi wypowiedziami na forach powodują, że wielu badaczy traktuje z dystansem możliwości komunikacyjne tego segmentu mediów. Możemy tu mieć do czynienia z podobną ewolucją, jaką przeżył cały Internet. Jeszcze w pierwszej połowie lat 90. uważano, że będzie on stanowił wielką infostradę, służącą przede wszystkim rozwojowi społeczeństwa wiedzy. Tak zwany Raport Bangemanna przynosił bardzo optymistyczne prognozy. Zakładał, że Internet przyczyni się do poszerzenia możliwości ludzkiej inteligencji oraz wzrostu gospodarczego³⁴. Dziś wiemy, jak wiele z tych prognoz zawiodło, jak różne pojawiły się trudności, a często realne niebezpieczeństwa związane z rozwojem wirtualnej rzeczywistości³⁵. Podobnie jest z rozwojem mediów społecznościowych. Początkowy zachwyty nad ich możliwościami dziś charakteryzuje się wieloma znakami zapytania dotyczącymi kierunku tej ewolucji. Na ile służy ona budowaniu prawdziwie ludzkiej wspólnoty, a na ile staje się przyczyną trudności, których skalę będziemy mogli uświadamiać sobie dopiero po ich wystąpieniu.

U. Eco już w czasach, kiedy zaczęły powstawać pierwsze strony domowe oraz blogi, wyrażał się z dużą dezaprobatą o tego typu komunikatach. Ze swego rodzaju przekorą i humorem opisuje przypadek człowieka, który chciał się podzielić w Internecie obrazem swojego jelita grubego. Pisze U. Eco:

Jeżeli więc możemy w jakimś sensie być zainteresowani zdjęciem własnego jelita grubego, pozostajemy obojętni wobec zdjęć jelita cudzego. A jednak pan, o którym mowa, zadał sobie trud, aby zainstalować *home page*, na której wszyscy mogliby obejrzeć jelito grube. Oczywiście, człowiek ten nie zaznał niczego dobrego w życiu, nie ma spadkobierców, którym mógłby przekazać własne nazwisko, nie ma partnerki, która byłaby zainteresowana jego twarzą, nie ma przyjaciół, którym pokazałby zdjęcia z wakacji, pozostaje mu więc ten ostatni rozpaczliwy akt ekshibicjonizmu, aby być choć trochę dostrzeżonym.

³³ Tamże, s. 117–118.

³⁴ *Europe and the global information society*, [http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/B9D13CAAD4A71590C125723500494242/\\$file/Raport_Bangemanna_1994.pdf](http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/B9D13CAAD4A71590C125723500494242/$file/Raport_Bangemanna_1994.pdf) (21.03.2013).

³⁵ W lutym 2013 roku „The New York Times” doniósł o prawdopodobnym ataku informatyków chińskiej armii na serwery dużych amerykańskich firm, takich, jak Twitter, Facebook czy Microsoft – *What Is an Act of Cyberwar?*, „The New York Times” 28.02.2013, www.nytimes.com/roomfordebate/2013/02/28/what-is-an-act-of-cyberwar (21.03.2013).

W takim i innych przypadkach dobrowolnej rezygnacji z prywatności kryją się otchłanie rozpaczy, które powinny nas skłonić do współczującej dyskrecji. Ale ekshibicjonista (na tym właśnie polega jego dramat) nie pozwala nam nie poznać jego wstydu³⁶.

Rzeczywistość komunikacyjna mediów społecznościowych jest niepewna. Nie wiadomo, jaki jest cel komunikacyjny, a użytkownicy są pozbawieni wyrazistej tożsamości. Poza tym wydaje się, że poczucie anonimowości zachęca do zachowań destrukcyjnych zarówno w wymiarze indywidualnych relacji, jak i większych zbiorowości. W Polsce 13,3 % nastolatków dysfunkcyjnie używa Internetu, a 21,5 % doświadczyło cyberprzemocy. W innych krajach europejskich ten odsetek może być jeszcze wyższy³⁷. Coraz więcej osób jest atakowanych w Internecie poprzez wyzwiska, kompromitujące filmiki czy kłamliwe komentarze. Jeżeli chodzi o nastolatków, to obiektem ataków najczęściej staje się otyłość, poglądy dziecka, jego ubiór, wygląd czy pozycja materialna. „Co trzeci młody internauta został zaatakowany w sieci kłamstwem na swój temat”³⁸. Jest to świat pozbawiony stałej tożsamości, wielowariantowy, umowny, kreowany i przekształcany zgodnie z wolą podmiotu. „To wielorzeczywistość subiektywnych wrażeń i wyobrażeń zamykających człowieka na bogactwo i głębię realnych bytów, które «ureczywistniają się» w wirtualnym świecie w zubożonej i zinterpretowanej już formie”³⁹.

To prawda, że społeczności internetowe mogą się jednoczyć wokół wielu wartościowych działań. Tak było chociażby w czasie protestów społecznych w niektórych krajach islamskich pod koniec pierwszej dekady XXI wieku⁴⁰. Jednak coraz częściej społeczności organizują się, mając na celu działania dalekie od

³⁶ U. Eco, *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, Warszawa 2007, s. 104–105.

³⁷ *13,3 proc. polskich nastolatków dysfunkcyjnie używa internetu*, <http://www.wirtualnemedia.pl> (7.12.2012).

³⁸ G. Zawadka, *Jak niszczy się ludzi w sieci*, „Rzeczpospolita” 12.11.2012, www.rp.pl (12.11.2012).

³⁹ E. Smółka, *Negatywne konsekwencje „zanurzenia” młodzieży w rzeczywistości wirtualnej – aspekt poznawczy*, w: D. Bis, E. Smółka, R. Skrzyński (red.), *Wychowanie wobec współczesnych przemian społeczno-kulturowych*, Lublin 2012, s. 166.

⁴⁰ Dotyczy to zwłaszcza Egiptu, gdzie takie media, jak Facebook i blogi, odegrały dużą rolę w stymulowaniu wystąpień. *Cztery lata dla internauty za obrazę islamu i prezydenta*, www.wirtualnemedia.pl (22.03.2013).

odpowiedzialności społecznej czy wręcz destruktywne⁴¹. Pod koniec 2012 roku internauci postanowili zakpić z rządu Stanów Zjednoczonych i za pośrednictwem portalu We the People zaproponowali budowę Gwiazdy Śmierci – stacji kosmicznej z *Gwiezdnych wojen*⁴². Ponieważ petycja była zgłoszona za pośrednictwem oficjalnego kanału i podpisała ją wymagana liczba osób (25 tys.), rząd musiał się oficjalnie do niej ustosunkować⁴³. W zorganizowanych społecznościach internetowych bardzo trudno przewidywać, jakie działania wezmą górę. Stanowi to pole dla działań manipulacyjnych, których promotorami są zazwyczaj osoby lepiej znające strukturę mediów społecznościowych. Często dotknięte są nimi takie serwisy, jak Digg czy Wikipedia.

Niewątpliwie media oparte na komunikacji zapośredniczonej w Internecie cechują się wielką siłą przyciągania. Możemy mówić nawet o doświadczeniu swego rodzaju przyjemności z bycia *online*. Media społecznościowe mają charakter wielokierunkowy i wzajemnie się przenikają, co często określa się jako ich funkcję katalityczną. Łatwość dostępu i atrakcyjność technologiczna zachęcają do tworzenia szybkich, intensywnych, ale powierzchownych relacji. Z jednej strony można się ukryć za ekranem komputera lub tabletu, a z drugiej strony ma się świadomość, że ktoś po drugiej stronie też może ukrywać swoją tożsamość. Ucieczka w stronę takich serwisów, jak *snapchat*, staje się próbą ocalenia przynajmniej części tożsamości. Istnieje silny nacisk na to, aby mieć konto na serwisie społecznościowym, a jednocześnie niepokój o to, czy jest to najnowsza propozycja technologiczna i czy potrafi się właściwie wykreować swój wizerunek. Egzemplaryczna staje się tutaj moda na *selfie*. Nie potrzeba drugiej osoby do wykonania sobie *selfie*. Podobnie w komunikacji zapośredniczonej w Internecie realizuje się przede wszystkim własne potrzeby tożsamościowe i komunikacyjne. Inni stanowią swego rodzaju publiczność.

⁴¹ Podczas fali zamieszek w Wielkiej Brytanii w 2011 roku, którą sprowokowali młodzi ludzie okradający sklepy, okazało się, że koordynowali oni swoje działania dzięki aplikacji na smartfony BlackBerry – BlackBerry Messenger. Zob. K. Łuszczek, *Kontrola społeczna nad dziećmi i młodzieżą w środowisku mediów elektronicznych. Studium porównawcze na przykładzie Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Polski*, Szczecin 2013, s. 9.

⁴² Obywatele mogą składać petycje do rządu Stanów Zjednoczonych za pośrednictwem serwisu <https://petitions.whitehouse.gov/> dostępnego na oficjalnej stronie Białego Domu. Do końca 2012 roku wystarczyło 25 tys. podpisów, by zmusić administrację federalną do oficjalnej odpowiedzi. Po zamieszczeniu z Gwiazdą Śmierci limit podniesiono do 100 tys. podpisów. Zob. *Po petycji o Gwiazdę Śmierci Biały Dom zwiększa liczbę wymaganych podpisów*, www.wirtualnemeida.pl (1.02.2013).

⁴³ *Amerykanie nie zbudują Gwiazdy Śmierci*, www.wirtualnemedi.pl (1.02.2013).

3. Efekty kłamstwa w relacjach poziomych i pionowych

Przez relacje poziome w mediach społecznościowych rozumiem wymianę komunikatów między użytkownikami serwisów. Natomiast relacja pionowa będzie określać zależność między użytkownikiem a administratorem bądź właścicielem serwisu. W obu typach relacji może dojść do ich zakłamania, które najczęściej skutkuje wykorzystaniem konkretnego uczestnika serwisu.

Wraz z upowszechnieniem serwisów społecznościowych (zwłaszcza YouTube'a i Facebooka) zaczęliśmy mieć do czynienia z zupełnie nowym zjawiskiem w świecie wirtualnym, jakim jest cyberprzemoc. W mediach społecznościowych nie wszystkie zjawiska związane z cyberprzemocą są oparte na kłamstwie. Jednak dla niektórych z nich jest ono istotą zachowania. Tak jest w przypadku tworzenia fałszywych profili. Przypisuje się je komuś innemu, jednocześnie manipulując fotografiami i komentarzami. Podobnie rzecz się ma w przypadku tworzenia fałszywych raportów. Rozsyła się je do usługodawcy w celu przejęcia lub zamknięcia profilu innego użytkownika⁴⁴.

Jak udowadnia w swoich badaniach J. Pyżalski, spora grupa internetowych agresorów jest znana ofiarom tylko z sieci. Podszywając się pod zupełnie kogoś innego, namawiają na spotkania w realnym świecie. Dotyczy to co czwartej ofiary przemocy elektronicznej⁴⁵. Podobnie jest w przypadku poszukiwania ofiar przez agresorów. Wielu przestępców poznało swoje ofiary właśnie w Internecie. Tak deklaruje co trzeci sprawca aktów agresji⁴⁶. W Polsce przybywa szczególnie przypadków *stalkingu*. Według danych Komendy Głównej Policji w 2012 roku zanotowano 4,5 tys. doniesień o tym przestępstwie⁴⁷. Z kolei według danych Fundacji „Dzieci Niczyje” oraz instytutu badawczego NASK⁴⁸ co drugie dziecko było w Internecie ofiarą cyberprzemocy⁴⁹.

⁴⁴ Home Office Task Force on Child Protection on the Internet, *Good practice guidance for the providers of social networking and other user interactive services*, 2008, s. 3.

⁴⁵ J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna wśród dzieci i młodzieży*, Sopot 2011, s. 66.

⁴⁶ Tamże, s. 76.

⁴⁷ *Stalking jest już w Polsce plagą. Przybywa doniesień*, www.gazeta.pl (31.01.2013).

⁴⁸ Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa jest instytutem badawczym, który prowadzi pionierskie prace nad Internetem w Polsce. To właśnie NASK podłączył w 1991 roku Polskę do światowego Internetu. Obecnie jest wiodącym operatorem sieci transmisji danych, oferując nowoczesne rozwiązania teleinformatyczne. Zob. *O NASK*, www.nask.pl (10.04.2013).

⁴⁹ *Co drugie dziecko jest w internecie ofiarą cyberprzemocy*, www.wirtualnemedial.pl (18.02.2013).

Charakterystyczne dla przemocy wywołanej przez komunikację w mediach społecznościowych jest to, że staje się ona coraz ostrzejsza. Jeszcze do niedawna za poważny wypadek cyberprzemocy uznawano na przykład nękanie kogoś poprzez e-maile lub wpisy na portalach społecznościowych⁵⁰. Dziś można nawet stracić życie. Nastolatka z rosyjskiego miasta Brack nad Angarą o mało nie straciła życia, kiedy opublikowała na swoim profilu społecznościowym fotografię, na której jest ukazana z plikiem banknotów w rękach. Z szesnastolatką szybko zaczął korespondować nieznajomy mężczyzna. Bez większych trudności otrzymał od niej adres zamieszkania. Wkrótce została napadnięta, ograbiona i tak dotkliwie pobita, że trafiła na intensywną terapię miejscowego szpitala⁵¹.

Włoska mafia swobodnie korzysta z Facebooka jako narzędzia w prowadzeniu swoich interesów. Co prawda, przedstawiciele wymiaru sprawiedliwości śledzą mafiosów na Facebooku, ale to im nie przeszkadza w występowaniu na portalu nawet pod własnym imieniem i nazwiskiem. Co więcej, ich profile mają rosnące grono fanów. Swoje profile prowadzą nawet ukrywający się przestępcy. Pojawiają się „lekcje” dla kandydatów dla mafiosów czy „wykłady” na temat kodeksu honorowego mafii. Prokurator z Neapolu A. Ardituro podkreśla, że media społecznościowe są już nie tylko narzędziem komunikacji kryminalistów, ale środkiem szerzenia „przestępczej propagandy”, która ma służyć zdobyciu społecznego poparcia dla mafii⁵².

Skala cyberprzestępstw w Internecie jest taka, że zajmują się nimi już ponadnarodowe gremia. Komisja Europejska przestrzega zarówno przed cyfrowym atakiem nie tylko w wymiarze pojedynczych osób, ale również całych państw. Aby przeciwdziałać tego typu działaniom, Komisja Europejska zamierza wprowadzić odpowiednie rozwiązania prawne i nawiązać współpracę z państwami spoza Unii⁵³.

Również w przypadku komentarzy zamieszczanych w sieci internauci muszą się już liczyć z odpowiedzialnością karną za to, co piszą. W 2012 roku Sąd Rejo-

⁵⁰ Jest to na przykład przypadek kobiety ze Szczecinka, która w ten sposób była nękana przez swojego byłego męża, domagającego się większych praw do ich wspólnych dzieci. *Dramat: Kobieta dostaje setki esemesów i maili z groźbami*, www.gk24.pl (22.01.2013).

⁵¹ *Przez zdjęcie w internecie o mało nie straciła życia*, www.dziennik.pl (23.03.2013).

⁵² *Mafia na Facebooku: Ściągają okupy, grożą, wydają rozkazy...*, www.dziennik.pl (22.09.2012).

⁵³ *Unia Europejska chce walczyć z cyberprzestępcami*, www.wirtualnemedi.pl (18.02.2013).

nowy w Środzie Wielkopolskiej skazał 62-letniego mężczyznę na karę grzywny za wpisy dotyczące polskich żołnierzy służących w Afganistanie⁵⁴.

Oprócz fałszu w relacjach poziomych (między internautami) podobnie niejasne są relacje w układzie pionowym (czyli między internautami a administratorami i właścicielami serwisów). Widać to między innymi w rozwoju największego portalu społecznościowego – Facebooka. Mimo formalnych zapewnień poziom zabezpieczenia danych użytkowników pozostawia wiele do życzenia. Tym bardziej w kontekście wypowiedzi samego właściciela serwisu M. Zuckberga, według którego prywatność nie jest już normą społeczną. „Dla ludzi wygodne stało się nie tylko dzielenie się większą liczbą różnego rodzaju informacji, ale także robienie tego bardziej otwarcie i z większą liczbą innych osób” – twierdzi szef Facebooka⁵⁵. Dziennik „The Wall Street Journal” przeprowadził śledztwo, z którego wynika, że wiele aplikacji na Facebooku przesyła informacje identyfikujące użytkowników firmom zajmującym się reklamą i monitorowaniem Internetu. Ma to dotyczyć dziesiątków milionów użytkowników aplikacji⁵⁶. Facebook prowadzi dość konsekwentną politykę zachęcania swoich użytkowników do dzielenia się coraz większą ilością informacji zarówno w serwisie, jak i poza nim. Nawet ostrzeżenia i ochrona dla niepełnoletnich nie zapobiegnie atakom spamerów i złodziei tożsamości⁵⁷. W Wielkiej Brytanii zarzucono portalowi czytanie SMS-ów użytkowników. Facebook zaprzeczył, ale jednocześnie opublikował oświadczenie, w którym stwierdza, że na stronie aplikacji serwisu w Android Market znajduje się informacja o konieczności wyrażenia zgody przez chcącego ją zainstalować użytkownika na to, aby mogła ona odczytywać jego wiadomości SMS. Portal wyjaśniał, że usługa nie wyszła poza fazę testów⁵⁸. Zaskoczeniem okazała się również informacja, że Facebook monitoruje wszystkie rozmowy telefoniczne prowadzone z serwisu. Portal uzasadnił to chęcią wychwytywania podejrzanych zachowań i działalności przestępczej⁵⁹. Chcąc pokazać niski poziom

⁵⁴ *Koniec bezkarności w internecie? Grzywna za wpis na forum*, www.wirtualnemedial.pl (10.10.2012).

⁵⁵ *Zuckerberg: prywatność już nie jest normą społeczną*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁵⁶ *Aplikacje na Facebooku przekazują dane użytkownikom firm reklamowych*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁵⁷ *Facebook udostępni adresy i numery komórek użytkowników*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁵⁸ *Facebook czyta SMS-y użytkowników*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁵⁹ *Facebook podsłuchuje nasze rozmowy?*, „Komputer Świat” 15.07.2012, www.komputerwiat.pl (4.04.2013).

zabezpieczeń danych na kontach Facebooka, R. Bowes, zajmujący się bezpieczeństwem *online* w firmie Skull Security, wykradł dane 100 mln użytkowników. Następnie zamknął je w jednym pliku o rozmiarach 2,8 GB i umieścił w sieci⁶⁰. Według innej firmy zajmującej się bezpieczeństwem w sieci – BitDefender – co piąty profil na Facebooku jest niebezpieczny, zawiera linki do stron ze złośliwym oprogramowaniem. Firma poddała analizie prawie 17 mln postów z 14 tys. profili⁶¹.

Wiele innych działań podejmowanych przez Facebooka (jak np. blokowanie możliwości usunięcia swoich profili z portalu⁶² czy wynajęcie agencji PR do oczerniania Google'a⁶³) spowodowało, że działaniom portalu coraz częściej zaczęły się przyglądać rządy poszczególnych państw. W Stanach Zjednoczonych Federalna Komisja Handlu (Federal Trade Commission) w 2009 roku rozpoczęła dochodzenie przeciwko Facebookowi, kiedy portal, nie powiadamiając użytkowników, zmienił ustawienia prywatności. Nagle ich dane osobiste (m.in. zdjęcia, listy znajomych, miejsca zamieszkania) stały się publicznie dostępne. Poza tym FTC zarzuciła portalowi, że udostępnia innym firmom dane, które zostały przez użytkowników formalnie usunięte. Facebook zobowiązał się, że w ciągu 20 lat będzie poddawał swoje praktyki dotyczące prywatności zewnętrznemu audytowi⁶⁴.

W Unii Europejskiej komisarz do spraw sprawiedliwości, wymiaru sprawiedliwości i obywatelstwa V. Reding ostrzegła wszystkie serwisy społecznościowe, że powinny prowadzić przejrzystą politykę, jeżeli chodzi o ochronę danych osobowych. Zwróciła uwagę, że użytkownicy tych serwisów mają prawo do całkowitego usunięcia swoich danych i treści wypełniających profil. W swoim przemówieniu w Parlamencie Europejskim, nawiązując przede wszystkim do Facebooka, stwierdziła, że „mający siedzibę w USA serwis społecznościowy, który ma miliony aktywnych użytkowników w Europie, musi przestrzegać reguł obowiązujących w UE”⁶⁵.

⁶⁰ *Dane 100 mln użytkowników Facebook w sieci BitTorrent*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁶¹ *Co piąty profil na Facebooku jest niebezpieczny*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁶² *Facebook zablokował program do usuwania profili*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁶³ *Facebook płacił agencji PR za oczernianie Gogle*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

⁶⁴ *Facebook zawarł ugodę. Mark Zuckerberg: popełniliśmy błędy*, www.wirtualnemedial.pl (5.12.2011).

⁶⁵ *UE ostrzega Facebook. Internauta ma prawo zostać zapomnianym*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

W Niemczech instytucje państwowe podjęły kilka akcji mających na celu zmuszenie Facebooka do ochrony praw jego użytkowników. Komisarz do spraw ochrony danych Szlezwiku-Holsztyna T. Weichert stwierdził, że „każdy, kto odwiedza Facebooka lub używa wtyczki, musi się spodziewać, że będzie śledzony przez firmę przez dwa lata”⁶⁶. Hamburgski pełnomocnik ds. ochrony danych J. Caspar uznał gromadzenie danych o osobach trzecich jako niedopuszczalne z punktu widzenia przepisów o ochronie danych⁶⁷. W Polsce generalny inspektor ochrony danych osobowych poszedł jeszcze dalej. Stwierdził, że także użytkownicy Facebooka mogą naruszać prawo do ochrony danych innych osób⁶⁸.

W wielu wypadkach prawda w relacjach międzyludzkich schodzi w serwisach społecznościowych na bardzo daleki plan, przez co stają się one coraz mniej ludzkie. W relacjach poziomych brak jest często niezwykłych podstaw tożsamości. Względna anonimowość uwalnia użytkowników serwisów od odpowiedzialności za prawdę i jakość komunikacji. Z kolei w relacjach pionowych coraz częściej mamy do czynienia ze zwykłym, komercyjnym wykorzystaniem użytkowników. Często dzieje się to bez ich zgody, a nawet jeżeli zgadzają się na to, to należy postawić sobie pytanie, czy społeczeństwo jako całość na tym zyska. Wielu twórców i administratorów mediów społecznościowych uważa, że prywatność przestała być dziś normą społeczną. Trudno zaakceptować ich podejście, warunkowane w dużej mierze chęcią kumulacji zysków. Dlatego w relacjach pionowych celem mediów społecznościowych, bardziej niż udostępnienie nowych platform komunikacji, jest cel komercyjny. Ich użytkownicy często nie zdają sobie z tego sprawy i nie biorą tego pod uwagę. W płaszczyźnie poziomej możliwość kreacji osobowości w wirtualnym świecie może prowadzić do zafałszowania wzajemnych relacji. Tym bardziej nie można rezygnować z ochrony prywatności, ale raczej na nowo w czasach nowych mediów przemyśleć i poszerzyć jej pojmowanie.

Czy więc jest szansa na więcej prawdy w mediach społecznościowych? Wydaje się, że tak, ale trzeba wziąć pod uwagę kilka następujących aspektów funkcjonowania mediów społecznościowych:

⁶⁶ Facebookowe „Lubię to!” nielegalne w niemieckim landzie, www.wirtualnedia.pl (4.04.2013).

⁶⁷ Niemcy chcą ukarać Facebooka, www.wirtualnedia.pl (4.04.2013).

⁶⁸ GIODO: użytkownicy Facebooka powinni uważnie korzystać z portalu, www.wirtualnedia.pl (30.07.2012).

- użytkownicy mediów społecznościowych muszą mieć świadomość, że poruszają się w przestrzeni publicznej, a nie prywatnej,
- dla korporacji zarządzających mediami społecznościowymi liczy się przede wszystkim efekt ekonomiczny, stąd łatwo o wykorzystywanie użytkowników serwisów,
- brak niezbywalnych podstaw tożsamości (jakim jest ludzkie ciało) czyni relacje zapośredniczone w sieci relacjami powierzchownymi, a często zafałszowanymi,
- nie można zastąpić relacjami internetowymi relacji ze świata rzeczywistego,
- umieszczając w Internecie informacje na swój temat, swoje opinie i komentarze, należy brać pod uwagę, że Internet nie zapomina nigdy, możemy łatwo stracić kontrolę nad tym, jak te materiały będą funkcjonować w sieci,
- przestrzeni wirtualnej nie można traktować jako aksjologicznej pustyni.

U. Eco wyznacza w tym kontekście specjalne zadanie dla władz. Uważa, że „zadaniem władz czuwających nad naszą prywatnością jest nie tylko obrona tych, którzy sobie tego życzą, lecz również obrona tych, którzy już nie potrafią się obronić”⁶⁹.

Bibliografia

- Adler R.B., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F., *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, Poznań 2006.
- Amerykanie nie zbudują Gwiazdy Śmierci*, www.wirtualnemedial.pl (1.02.2013).
- Aplikacje na Facebooku przekazują dane użytkownikom firm reklamowych*, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).
- Augustyn św., *De mendacio*.
- Barani K., *Rola więzi online w życiu społecznym człowieka*, w: B. Szmigielska (red.), *Psychologiczne konteksty Internetu*, Kraków 2009, s. 103–118.
- Chudy W., *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*, Warszawa 2003.
- Chudy W., *Kłamstwo jako metoda*, Warszawa 2007.
- Chudy W., *Spoleczeństwo zakłamane*, Warszawa 2007.

⁶⁹ U. Eco, dz. cyt., s. 105.

- Co drugie dziecko jest w internecie ofiarą cyberprzemocy*, www.wirtualnemedi.pl (18.02.2013).
- Co piąty profil na Facebooku jest niebezpieczny*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Cztery lata dla internauty za obrazę islamu i prezydenta*, www.wirtualnemedi.pl (22.03.2013).
- Dane 100 mln użytkowników Facebook w sieci BitTorrent*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Dramat: Kobieta dostaje setki esemesów i maili z groźbami*, www.gk24.pl (22.01.2013).
- Eco U., *Rakiem. Gorąca wojna i populizm mediów*, Warszawa 2007.
- Europe and the global information society*, [http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/B9D13CAAD4A71590C125723500494242/\\$file/Raport_Bangemanna_1994.pdf](http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/B9D13CAAD4A71590C125723500494242/$file/Raport_Bangemanna_1994.pdf) (21.03.2013).
- Facebook czyta SMS-y użytkowników*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Facebook płacił agencji PR za oczernianie Google*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Facebook podsłuchuje nasze rozmowy?*, „Komputer Świat” 15.07.2012, www.komputer-swiat.pl (4.04.2013).
- Facebook udostępni adresy i numery komórek użytkowników*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Facebook zablokował program do usuwania profili*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Facebook zawarł ugodę. Mark Zuckerberg: popełniliśmy błędy*, www.wirtualnemedi.pl (5.12.2011).
- Facebookowe „Lubię to!” nielegalne w niemieckim landzie*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Fromm E., *Niech się stanie człowiek*, Warszawa 1994.
- GIODO: użytkownicy Facebooka powinni uważnie korzystać z portalu*, www.wirtualnemedi.pl (30.07.2012).
- Grynkiewicz T., *Facebook na giełdzie. Debiut, jakiego Internet nie widział*, www.wyborcza.biz (21.05.2012).
- Hohol M., *Zjawisko kłamstwa w perspektywie nauk neurokognitywnych i ewolucyjnych*, „Semina Scientiarium” 8 (2009), s. 91–109.
- Home Office Task Force on Child Protection on the Internet, *Good practice guidance for the providers of social networking and other user interactive services*, 2008.
- Jarecka U., *Wirtualne więzi w globalizującym się świecie*, w: M. Jacyno, A. Jawłowska, M. Kempny (red.), *Kultura w czasach globalizacji*, Warszawa 2004, s. 256–276.
- Kępiński A., *Schizofrenia*, Warszawa 1979.
- Kołąkowska A., *Wojny kultur i inne wojny*, Warszawa 2012.
- Koniec bezkarności w internecie? Grzywna za wpis na forum*, www.wirtualnemedi.pl (10.10.2012).
- Krawczyk-Bryłka B., *Budowanie zaufania w relacjach internetowych*, w: B. Szmigielska (red.), *Psychologiczne konteksty Internetu*, Kraków 2009, s. 119–133.

- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006.
- Łuszczek K., *Pedagogiczne aspekty uczestnictwa dzieci i młodzieży w serwisach społecznościowych*, „Studia Informatica” 28 (2011), s. 129–148.
- Łuszczek K., *Kontrola społeczna nad dziećmi i młodzieżą w środowisku mediów elektronicznych. Studium porównawcze na przykładzie Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Polski*, Szczecin 2013.
- Mafia na Facebooku: Ściągają okupy, grożą, wydają rozkazy...*, www.dziennik.pl (22.09.2012).
- Niemcy chcą ukarać Facebooka*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- O NASK*, www.nask.pl (10.04.2013).
- Plessner H., *Pytanie o conditio humana*, Warszawa 1988.
- Po petycji o Gwiazdę Śmierci Biały Dom zwiększa liczbę wymaganych podpisów*, www.wirtualnemeida.pl (1.02.2013).
- Przez zdjęcie w internecie o mało nie straciła życia*, www.dziennik.pl (23.03.2013).
- Pyżalski J., *Agresja elektroniczna wśród dzieci i młodzieży*, Sopot 2011.
- Smółka E., *Negatywne konsekwencje „zanurzenia” młodzieży w rzeczywistości wirtualnej – aspekt poznawczy*, w: D. Bis, E. Smółka, R. Skrzyniarz (red.), *Wychowanie wobec współczesnych przemian społeczno-kulturowych*, Lublin 2012, s. 159–180.
- Socialbakers, www.socialbakers.com (21.11.2012).
- Stalking jest już w Polsce plagą. Przybywa doniesień*, www.gazeta.pl (31.01.2013).
- Starnawski W., *Świadomość kłamstwa drogą do prawdy*, „Ethos” 79–80 (2007), s. 141–151.
- Strinati D., *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998.
- Subrahmanyam K., Kraut R., Greenfield P., Gross E., *New Forms of Electronic Media: The Impact of Interactive Games and the Internet on Cognition, Socialization, and Behavior*, w: D.G. Singer, J.L. Singer (eds.), *Handbook of Children and the Media*, Thousand Oaks–London–New Delhi 2001, s. 73–99.
- Ślęczka P., *„Prawda jest jak powietrze”*, „Ethos” 79–80 (2007), s. 152–164.
- Tomasz św., *Sth II–II*, q. 110, a. 1.
- Tomaszewska H., *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Warszawa 2012.
- 13,3 proc. polskich nastolatków dysfunkcyjnie używa internetu*, www.wirtualnemedi.pl (7.12.2012).
- UE ostrzega Facebook. Internauta ma prawo zostać zapomnianym*, www.wirtualnemedi.pl (4.04.2013).
- Unia Europejska chce walczyć z cyberprzestępcami*, www.wirtualnemedi.pl (18.02.2013).
- What Is an Act of Cyberwar?*, „The New York Times” 28.02.2013, www.nytimes.com/roomfordebate/2013/02/28/what-is-an-act-of-cyberwar (21.03.2013).

Wierzchowiec G., *Zjawisko „inteligentnej nudy” jest już w Polsce powszechne. Mobile zabójcą bezczynności*, www.wirtualnemedial.pl (5.11.2012).

You've Got Mail (1998), reż. N. Ephron.

Zawadka G., *Jak niszczy się ludzi w sieci*, „Rzeczpospolita” 12.11.2012, www.rp.pl (12.11.2012).

Zuckerberg: prywatność już nie jest normą społeczną, www.wirtualnemedial.pl (4.04.2013).

MECHANIZMY FUNKCJONOWANIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH. KŁAMSTWO W KULTURZE POPULARNEJ

Streszczenie

Współczesna kultura popularna istnieje i rozwija się dzięki mediom. Pierwsza dekada XXI wieku stała pod znakiem silnego rozwoju mediów społecznościowych. Zyskały one miliony użytkowników na całym świecie, stając się również opłacalnymi przedsięwzięciami komercyjnymi. Funkcjonowanie w mediach społecznościowych rodzi jednak wiele problemów etycznych. Jednym z nich jest możliwość łatwego zafałszowania rzeczywistości. Może to dotyczyć zarówno relacji poziomych (między użytkownikami serwisów), jak również relacji pionowych (między użytkownikami a administratorami bądź właścicielami serwisów). Kłamstwo staje się elementem gry towarzyskiej, która czyni komunikację w mediach społecznościowych niepewną. Co więcej, prowadzi do takich nadużyć, jak kradzieże danych osobowych czy cyberprzemoc. Dlatego nie można uczynić cyberprzestrzeni pustynią aksjologiczną. Jeżeli relacje w tej coraz bardziej popularnej przestrzeni komunikacyjnej mają nie szkodzić człowiekowi, powinny być otwarte na takie wartości, jak prawda i godność człowieka.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, etyka mediów, kłamstwo, kultura popularna

**MECHANISMS OF SOCIAL MEDIA.
LYING IN POPULAR CULTURE**

Summary

Contemporary popular culture exists and develops owing to media. The first decade of the 21st century was marked by a strong development of social media. They won millions of users all around the world and also became profitable business ventures. However, functioning in the social media raises many ethical problems. One of them is the possibility to easily falsify reality. This may refer to both horizontal relations (between website users) and vertical relations (between website users and administrators or owners). Falsehood becomes an element of parlour game which makes social media communication questionable. Moreover, it leads to such abuses as identity fraud or cyberbullying. Therefore, the cyberspace can not be made an axiological desert. If relations in this increasingly popular communication space are not to harm another individual, they should be open to such values as truth and human dignity.

Keywords: social media, media ethics, falsehood, popular culture

Translated by Jerzy Stępień