

Rozdział 3

Swoboda i granice dialogu w Internecie

Fenomen istnienia Internetu jako narzędzia powszechnej komunikacji jest bez wątpienia dobrodziejstwem powstałym na skutek dynamicznego rozwoju technologii. Umożliwił on, na dotychczas nieznaną skalę, niczym nieskrępowaną możliwość komunikowania się ze sobą jednostek i społeczności. Przeniósł dyskusję ponad granice państw, wzbogacił w sposób nieograniczony zdolność korzystania z zasobów wiedzy, poznawania odległych zjawisk. Stworzył równoległą do rzeczywistej przestrzeń „cyberświata”, generującą własne modele postępowania, wzory i autorytety. Co więcej, stworzył je bez przeniesienia do niego dotychczas funkcjonujących sposobów edukacji, wychowania i schematów rozwoju. Zapewnił nieograniczony dostęp do produktów i usług, czyniąc wymianę między oferentem a klientem „na wyciągnięcie ręki”, natychmiastową do zrealizowania. Dozwoił na interaktywny kontakt, upodmiotawiając klienta na globalnym rynku, czyniąc go wpływowym recenzentem prezentowanych ofert.

Internet pozwolił na nieograniczone zaistnienie jednego człowieka w świadomości drugiego bez względu na jego odległość, znajomość języków – odkrył człowieka wobec innego człowieka, pozwolił na ich zbliżenia, na wspólną realizację zainteresowań i zaspokojenie potrzeb. W celu dostosowania się do nowych warunków ludzie poddani zostali próbie, w której muszą wykorzystać zachowania powstałe w wyniku ewolucji oraz zdobyte poprzez doświadczenia, zarówno swoje, jak i minionych pokoleń. Działania te są często niewystarczające do usunięcia powstającego dysonansu, co często prowadzi do błędnego rozumienia docierających informacji. Świat nowych mediów wymaga nauczania się szczególnego krytycyzmu wobec zrozumienia funkcjonujących w nim komunikatów. Obecnie, wchodząc w okres dominacji obrazu w przekazie komunikacyjnym, obserwujemy zjawiska w rozwoju cywilizacji dotychczas niespotykane. Obrazy dostarczane przez media stają się wzorcem do pełnienia przez ludzi różnych ról społecznych i źródłem modelowych zachowań. Skutkuje to budową nowego ładu społecznego, zaszczepieniem w umysłach ludzkich różnych idei, niekoniecznie dla nich korzystnych. Kreowanie przez media określonej rzeczywistości ma wpływ na tworzenie tożsamości społecznej¹.

Globalny rynek Internetu różni się tym od dotychczasowej rzeczywistości, iż znacznie szybciej ewoluuje, generuje nowe rozwiązania, szybko diagnozując deficyt instrumentów. Jest przy tym niezwykle innowacyjny, wykorzystując dotychczasowe doświadczenia praktyki i teorii wielu obszarów.

Cechy, postawy i wartości odbiorców informacji identyfikowane są w drodze badań zaadaptowanych na użytek sieci marketingowych, zaś efektem owych procesów badawczych ma

* dr hab., prof. WSH; Wyższa Szkoła Humanitas.

¹ P. Znyk, *Od komunikacji do manipulacji. Mechanizmy wywierania wpływu*, Kezmarok 2008, s. 166.

być dostarczenie informacji, umożliwiającej podjęcie skutecznej decyzji zarządczej, związanej z konstrukcją komunikatu, zawierającego odbiorcę wpisanego w przekaz, a także z odpowiednim doбором technik i instrumentów, dających największą gwarancję na dokonanie skutecznej transakcji, zaakceptowanie przez odbiorcę proponowanej treści. Podmiotem określającym wartość informacji medialnej, rozumianej jako produkt komercyjny, jest sam odbiorca (konsument, klient mediów). Kryterium jakości informacji stanowi subiektywna ocena odbiorcy, któremu proponowany jest produkt medialny. Natomiast wskaźnikiem jakości tak rozumianej informacji staje się stopień zgodności cech informacji otrzymanej z informacją przez odbiorcę pożądaną. Zakładanym efektem procesu działań medialnych, mających na celu dostosowanie treści przekazów do potrzeb odbiorcy, jest zwiększenie ilości klientów, co w konsekwencji umożliwia uzyskiwanie efektów uzasadniających ofertę kierowaną do reklamodawców. Opisane prawidłowości odnoszą się wyłącznie do komercyjnego, rynkowego wymiaru informacji jako produktu mediów. Powyższy, ujęty w perspektywie komercyjnej sposób określania jakości oferty kierowanej do audytorium nie jest równoznaczny – a można wręcz zaryzykować twierdzenie, iż stoi w sprzeczności – z jakością informacji, będącej wynikiem społecznej funkcji mediów². Tym samym toczy się, determinowany dwustronnymi zachowaniami, dialog pomiędzy oferentem i odbiorcą, którzy mogą komunikować się w sposób nieskrępowany, nieograniczony czasem. Mogą wzajemnie modyfikować swoje stanowisko wobec drugiej strony, pozwalając jej, na skutek zajmowanego stanowiska, reformować swoje myślenie o drugiej stronie zamierzonej transakcji.

Warte uwagi są także produkty powstałe na bazie aktywności społecznej z wykorzystaniem instrumentarium nowych mediów. Ruch Otwartego Oprogramowania (Open Source Movement) stworzył serię wspólnie opracowanego i bezpłatnie dostępnego oprogramowania, które uznawane jest na rynku jako solidniejsze i bardziej godne zaufania niż opatentowane alternatywne programy oferowane przez Microsoft i innych producentów komercyjnych. Ruch Wiki stworzył Wikipedię, najobszerniejszą encyklopedię, skompilowaną całkowicie przez wolontariuszy, bez ingerencji komercyjnych firm, których działanie, w układzie zaangażowania odbiorców, stało się mniej konkurencyjne. Zwykły uczestnik sieci korzysta z produktu wytworzonego przez społeczność internetową, umiejętnie wykorzystując instrumenty nowych mediów. Społeczność ta połączyła wiedzę profesjonalistów, ekspertów i dziennikarzy z umiejętnościami zwykłych ludzi. Zamieszczone na stronach, udostępniających pliki za darmo, amatorskie fotografie cyfrowe lub wideo, przez ujawnianie aspektów wydarzeń ukrytych bądź przegapionych przez profesjonalnych fotoreporterów i ekipy filmowe, oferują pełniejszy obraz wydarzeń, będąc wkładem w historyczny kontekst rozwoju cywilizacji. Elektroniczne tablice ogłoszeniowe (bulletin boards) pozwalają głosom wykluczonym z głównego nurtu mediów znaleźć słuchaczy³. Dotychczasowy odbiorca rynku mediów stał się jego kreatywnym uczestnikiem, a same media pokazują produkt tak, jakby był on normalną częścią życia⁴.

Clara Shih, opisując fenomen Facebooka, traktując go jako swoistą epokę komunikacyjną, fundament dzisiejszej komunikacji społecznej, zauważa:

² T. Kopczyński, *Produkt przedsiębiorstwa medialnego – istota i implikacje w zakresie zarządzania*, [w:] P. Dudek, M. Kuś (red.), *Prawne, ekonomiczne i polityczne aspekty funkcjonowania mediów i kreowania ich zawartości*, Toruń 2010, s. 226.

³ G. Murdock, *Media, kultura i ekonomia. Krytyczne pytania. Antologia tekstów*, Wrocław 2010, s. 60-61.

⁴ E. Čábyová, *Marketing a marketingová komunikácia v médiách*, Trnava 2012, s. 45.

(...) w poprzednich epokach przyjmowanie nowych technologii było przede wszystkim wymogiem stawianym przez pracę. Sieci społecznościowe nie przystają do tego schematu, gdyż w pierwszej kolejności wpływają na nasze życie osobiste, a dopiero potem na zawodowe. Większość z nas wchodzi na Facebooka raczej po to, żeby skontaktować się ze znajomymi, niż żeby zajmować się czymkolwiek związanym z biznesem⁵.

Autorka zwraca uwagę na fakt zacierania się granicy między życiem prywatnym a zawodowym.

Zapraszamy do znajomości kolegów z pracy i klientów, polecamy pracodawcy swoich znajomych oraz podejmujemy decyzje konsumenckie na podstawie opinii innych ludzi. Rola klienta również się zmienia. Klienci byli niegdyś biernymi odbiorcami, czekającymi na premiery nowych produktów. Siedzieli bez końca z telefonem w dłoni, by tylko do-dzwonić się na infolinię. Dziś już na nic nie muszą czekać. Okazuje się, że każdy klient i pracownik ma teraz głos, a to, co mówi, ma znaczenie⁶.

To upodmiotowienie klienta następuje równolegle z nieświadomym jego ubezwłasnowolnieniem. Analogicznie, jak dla wielu zjawisk w obszarze nowoczesnych technologii, każdy wynalazek może mieć swoje pozytywne i negatywne cechy i jedynie społeczna kontrola nad nim może go adaptować właściwie dla społeczeństwa⁷.

Obecnie funkcjonują dwa bardzo różne modele korzystania z sieci. Z jednej strony następuje gwałtowny wzrost równorzędnej wymiany (P2P, peer-to-peer exchange), opartej na sieciach poziomych, gdzie każdy uczestnik jest zarówno potencjalnym twórcą oryginalnych treści, jak i konsumentem materiałów stworzonych przez kogoś innego. Wymiany te opierają się na etosie wzajemności, gdzie dysponujący danym materiałem zamieszczają go do swobodnego wykorzystania, oczekując, że inni udostępnią w zamian własne materiały. Z drugiej strony Graham Murdock akcentuje interesy korporacji, zaangażowanych w proces rekwirowania publicznych sieci dla własnych celów, zmierzając do rozszerzenia rynków, zwielokrotnienia ilości sprzedawanych produktów, poszerzenia grupy swoich klientów. Rejestruje się każde kliknięcie użytkownika na link oraz przeglądane poprzez niego strony, aby sporządzić zestawienie w celu uzyskania szczegółowego profilu konsumenta, który można wykorzystać do skuteczniejszej personalizacji wiadomości o promocjach.

Dynamicznie rozwijające się, niczym nieskrępowane wirtualne przestrzenie społeczne, stworzone przez uczestników w grach, toczonych w sieci przez wielu użytkowników Internetu, stają się miejscami budowy sklepów wirtualnych, firmowanych przez prawdziwe off-line' owe sieci sprzedaży detalicznej. Co więcej, autor dostrzega wykorzystanie użytkowników, piszących np. na stronach filmowych i muzycznych, prowadzonych przez fanów i entuzjastów, w charakterze wirusowych sprzedawców, promujących nowo wydane produkty⁸.

Na tym tle pojawia się pojęcie swobody wzajemnego komunikowania, dopuszczalnych norm, wyrażania poglądów, prezentowania treści, sposobów formalnej regulacji i mechanizmów ich kontroli, a także możliwości ich rzeczywistego wprowadzenia i różnych aspektów formowanych oczekiwań. Wkomponowanie ich w, z założenia, swobodny przepływ artykułowanych myśli jest procesem tym bardziej skomplikowanym, im bardziej komunikacja staje się powszechna. Globalizujący się system komunikacji w kontekście korzystania z jej instrumentów staje się rynkiem

⁵ C. Shih, *Era Facebooka*, Gliwice 2012.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże.

⁸ G. Murdock, *Media...*, op. cit., s. 60-61.

jednorodnym, jednakże zróżnicowanie kulturowe użytkowników stawia zadanie umiejętnego pogodzenia obyczajowości i cech kulturowych oddziałujących na siebie wzajemnie społeczeństw⁹. Wyznaczenia granic pomiędzy wolnością prowadzonego wieloaspektowego dialogu a jego granicami w imię etycznych zasad. Nowego rozumienia pojęcia wolność. Koniecznego, jak się wydaje, bardziej tolerancyjnego do niego podejścia i idących za tym konsekwencji.

Wolność to możliwość, a w konsekwencji umiejętność podejmowania decyzji i działania zgodnie z własnym wyborem, w oparciu o własne wartości. Im większa wiedza o tym, co możliwe, tym większa wolność. Wolność manifestuje się w myśleniu, artykulacji poglądów, w systematycznych działaniach i pojedynczych czynach, zachowaniu i w innych formach. Wolność to bez wątpienia zdolność podejmowania decyzji w oparciu o świadomość usytuowaną w ramach możliwości materialnych i psychospołecznych.

Istnienie wolnego rynku mediów, będące bez wątpienia dorobkiem cywilizacji, swobodnego przepływu informacji i opinii, oraz potrzeba ochrony tak funkcjonującego systemu za pomocą instrumentów sądowych – krajowych i międzynarodowych – jest obecnie standardem funkcjonowania państw demokratycznych. Jeśli wolność wypowiedzi, realizowana przede wszystkim za pomocą środków masowej komunikacji, ma stanowić realną wartość i pełnić należytą funkcję w społeczeństwach, konieczna jest zdolność do działania bez ograniczeń i wpływów podmiotów zewnętrznych, mających niejednokrotnie własny interes, często trudny do zidentyfikowania. Nieodzownym do zaznaczenia jest fakt, iż Internet otworzył możliwości indywidualnej wypowiedzi pojedynczych ludzi, niczym nieskrępowanej, na skalę dotychczas nieznaną.

Każdy człowiek ma prawo do wyrażania swoich myśli, czy to w życiu prywatnym, czy w życiu publicznym. Ponadto zdanie każdego z ludzi musi być uszanowane, nawet jeśli ktoś się z nim nie zgadza. Reguła ta znajduje odzwierciedlenie nie tylko w systemach prawnych (zarówno na poziomie konstytucji, jak i ustaw zwykłych), ale i w deklaracjach, dokumentach programowych instytucji politycznych, pozarządowych i innych, których aktywność jest odczuwalna. Pojęcie *wolności* nie jest jednak oderwane od rzeczywistości z uwagi na jego obecność w Internecie. Korzeniami sięga do wszystkich doświadczeń cywilizacyjnych, które na przestrzeni wieków jakże różnie ją definiowały i traktowały.

Dla współczesnego człowieka słowo „wolność” jest bardzo atrakcyjne i ma znaczenie niemal magiczne. Wolność utożsamiana jest bowiem z postępem i samorealizacją człowieka. Większość programów społecznych i politycznych odwołuje się właśnie do obietnicy wolności: wolność dla narodu, dla wszystkich grup społecznych, dla kobiet, wolność słowa, przekonań, sumienia.

Człowiek jest świadomy, że posiada zdolność dokonywania wyborów. Ma wolną wolę, czyli wrodzoną zdolność autonomicznego działania. Nie znaczy to jednak, że każdy człowiek żyje w wolności, gdyż rozwój i realizacja tej wrodzonej zdolności nie następuje w sposób automatyczny. Wymaga spełnienia określonych warunków. W przeciwnym wypadku dany człowiek, a nawet całe społeczeństwa mogą żyć w różnych formach zniewolenia zewnętrznego lub wewnętrznego¹⁰. W szerszy kontekst pojęcia wolności wpisuje się zagadnienie wolności słowa, będącego punktem odniesienia do formowanych w sieci treści. Czy winna być ona poza oczywistym jej zdefiniowaniem ograniczona?

⁹ A. Antoszewski, *O zwiększeniu skuteczności*, [w:] M. Mazur (red.), *Marketing polityczny*, Warszawa 2002, s. 167.

¹⁰ M. Dziewiecki, *Warunki osiągania wolności*, <http://www.marekdziewiecki.pl/wybrane-artykuly/14-warunki-osiagania-wolnosci.html> [dostęp: 18.04.2014].

Wolność słowa, jak każda inna wolność człowieka, jest i winna być jednak ograniczona. Historycznie tak było, i nic nie wskazuje na to, by w przyszłości miało być inaczej. Niezbędne staje się jednak wyznaczenie granicy między korzystaniem z tej wolności a jej nadużywaniem. Korzystanie z niej jest twórcze, zaś jej nadużywanie destruktywne, a często nawet zagrażające zarówno samemu zainteresowanemu, jak i w konsekwencji całemu społeczeństwu.

Poczucie odpowiedzialności jednostki za wyrażaną opinię bywa różne. U jednych jest wyraźne i zdecydowane, uwzględniające interes innych ludzi i w szerszym kontekście interes społeczeństwa. U innych bywa niezdecydowane, kruche, a czasem wręcz go brak. Dlatego nie jest ono i nie może być jedynym wyznacznikiem granicy między korzystaniem z wolności a jej nadużywaniem. Do pocucia tego można mieć jedynie ograniczone zaufanie.

Istnieją społeczne granice wolności wyrażania opinii. Wyznaczone są one przez rodzinę, szkołę, środowisko, zakład pracy, różne organizacje społeczne, kościoły i związki wyznaniowe, uewnętrznione wartości i tradycje kulturowe. Największe znaczenie kodyfikujące mają jednak granice określone przez państwo. Bez wątpienia jednostka dąży do wolności jak najmniej ograniczonej. Uważa natomiast za możliwe i słuszne jak największe ograniczanie innych w wyrażaniu opinii, które subiektywnie traktuje jako niepożądane czy wręcz szkodliwe. Dotyczy to nie tylko poszczególnych jednostek, ale i innych podmiotów życia społecznego (w tym mediów), a wśród nich i państwa. Sceptycy uważają, że nie ogranicza cudzej wolności wyrażania opinii ten, kto nie może tego uczynić.

Swoboda wyrażania poglądów ma bez wątpienia swój aspekt etyczny. W etyce bowiem można doszukiwać się mechanizmów samoregulacji zachowań w obszarze swobodnej komunikacji. Silne poczucie zasad etycznych winno być pozaprawnym regulatorem sposobów wyrażania poglądów z poszanowaniem drugiej jednostki, społeczności i narodów.

Zachowania etyczne lub nieetyczne będą się wobec powyższego realizować w tym rozumieniu w stosunku do wyznaczonych standardów w relacjach z innymi. Nie można pominąć tutaj znaczenia tzw. normy kulturowej, która również ma niebagatelne znaczenie w formułowaniu ocen moralnych czy etycznych. Na gruncie bowiem normy kulturowej funkcjonują normy zachowania charakterystyczne dla różnych środowisk występujących w tej samej kulturze.

Zwolennicy redukcji ograniczeń wolności wyrażania opinii uważają, że praworządne państwo nie potrzebuje szerokich ograniczeń, nie ma też powodów, aby bać się prawdy, krytyki czy odmiennych, niż ma władza, ocen sytuacji. Liczą na zdrowe siły narodu, które są w stanie dać opór próbom nadużywania wolności wyrażania opinii. Uważają także, że korzystanie z tej wolności nie może być ograniczane przez jakąkolwiek formę dyskryminacji i różnicowania. Z kolei zwolennicy daleko idących ograniczeń wolności wyrażania opinii utrzymują, że wolność ta sprzyja powiększaniu się obszaru zjawisk negatywnych, takich jak: pornografia, pochwała brutalności oraz przemocy. Twierdzą, że społeczeństwo nie dojrzało jeszcze do korzystania z jej dobrodziejstw. Uważają, że taka wolność jest możliwa dopiero w społeczeństwie „ludzi odpowiedzialnych”, a dzisiejsze społeczeństwa nie osiągnęły jeszcze tego poziomu. Internet to wyjątkowe medium, dzięki któremu miliony ludzi na całym świecie może wyrażać swoje zdanie, wymieniać się myślami i opiniami, a także zabierać głos w sprawach, w których do tej pory nie mieli możliwości się wypowiedzieć i toczyć między sobą dialog.

„Wolność człowieka kończy się tam, gdzie zaczyna się wolność drugiego” – tę myśl Alexisa de Tocqueville’a można przenieść na grunt wolności słowa w sieci¹¹. Za to, co piszemy, ponosi-

¹¹ Profesor Maria Szyszkowska: *Budujmy wspólnie wolność i tolerancję. Wywiad z Marią Szyszkowską*,

my odpowiedzialność zarówno my, jak i administratorzy strony (w pewnym stopniu, ale o tym dalej), na której będzie upubliczniona nasza wypowiedź. Jeśli osoba, której dotyczy komentarz, uzna go za obraźliwy, ma prawo skierować do sądu sprawę przeciwko piszącemu. W ustroju demokratycznym ochrona swobody wyrażania opinii, tak jak ochrona innych praw człowieka, nie może być obecnie wystarczająco zapewniona jedynie w wymiarze narodowym. Potrzebna jest możliwość wsparcia jej także w aspekcie międzynarodowym. Warto przy tym pamiętać, iż obszar nowych mediów jest obecnie najważniejszym obszarem swobodnego wyrażania myśli i każda w nim formalna ingerencja może zubażać naturalną kreację jednostki w społeczeństwie międzynarodowym i jej pożądaną aktywność. Problem ten wymaga ostrożnych dyskusji, które w tym szczególnym przypadku powinny stać się otwartą ogólnościową wymianą myśli, bowiem dyskusja bez społeczeństwa nowych mediów jest z góry skazana na niepowodzenie.

Trudno wyobrazić sobie dzisiejszy świat bez mediów. Bez zaspokojenia codziennego nawyku naciskania na pilota, włączania radia w samochodzie czy otwierania komputera. Nałogiem staje się korzystanie z telefonu komórkowego jako narzędzia komunikacyjnego, które nie tylko ułatwia relacje społeczne, ale niejednokrotnie potrafi je skutecznie destabilizować. Modne staje się umieszczanie anonimowych komentarzy bez rozumienia ich skutków, a tym bardziej balansowanie na granicy przyzwoitości i odpowiedzialności prawnej. Media stają się spowiednikiem, nauczycielem i kochankiem. Tworzą postęp cywilizacji, jednocześnie skutecznie ją deprawując. Przenoszą wzorce zachowań, kształtują wyznawane wartości i budują lub deprecjonują religię. Poprzez swoją interaktywność potrafią doprowadzać do rewolucji i politycznych zmian. Uwalniając jednostkę, skutecznie ją jednocześnie opętują, tworząc produkt dla komercyjnego rynku ekonomicznego. Sprzedają widza i słuchacza swoim reklamodawcom. Wolność przenika się z uzależnieniem, czasami w ogóle nieuświadomianym.

Wprowadzenie mediów interaktywnych do naszego życia stworzyło warunki do powstania sztucznego środowiska społecznego, opartego na komunikacji medialnej. Rozkwit technologii informacyjnej zainicjował go, rozwinął i silnie dynamizuje, nie określając jego granic. Wiąże przy tym swojego klienta, ubezwłasnowolniając go, paraliżując coraz większym nieprzystosowaniem człowieka, a także całych grup społecznych, do odbioru rzeczywistości poprzez pośrednika, jakim są media. W efekcie buduje się coraz większa rozbieżność między odbiorem sztucznego świata wytworzonego przez media, a tym, co w istocie rzeczywiste. Powstaje świat potencjalnych możliwości, z pozorowanym efektem nieograniczonych działań indywidualnego jego uczestnika. Jedno jednak jest pewne w tym ambiwalentnym procesie cywilizacyjnego rozwoju: media pozwalają zaistnieć, kreować w sposób nieograniczony jednostkę jak nigdy dotąd w historii świata. Ważne, by realizowany za ich pośrednictwem dialog toczony był w oparciu o wykształcony i uwewnętrzniony system etycznych wartości.

Bibliografia

- Antoszewski A., *O zwiększeniu skuteczności*, [w:] M. Mazur (red.), *Marketing polityczny*, Warszawa 2002.
- Dziewiecki M., *Warunki osiągania wolności*, <http://www.marekdziewiecki.pl/wybrane-artykuly/14-warunki-osiagania-wolnosci.html> [dostęp: 18.04.2014 r.].
- Čábyová L., *Marketing a marketingová komunikácia v médiách*, Trnava 2012.
- rozmawiała A. Małecka, <http://portalpolski.pl/malopolskie-14/nowy-sacz-55/profesor-maria-szyszowska-budujmy-wspolnie-wolnosc-i-tolerancje-10307.text.htm> [dostęp: 18.04.2014].

Kopczyński T., *Produkt przedsiębiorstwa medialnego – istota i implikacje w zakresie zarządzania*, [w:] P. Dudek, M. Kuś (red.), *Prawne, ekonomiczne i polityczne aspekty funkcjonowania mediów i kreowania ich zawartości*, Toruń 2010.

Murdock G., *Media, kultura i ekonomia. Krytyczne pytania. Antologia tekstów*, Wrocław 2010.

Profesor Maria Szyszkowska: *Budujemy wspólnie wolność i tolerancję*. Wywiad z Marią Szyszkowską, rozmawiała A. Małecka, <http://portalpolski.pl/malopolskie-14/nowy-sacz-55/profesor-maria-szyszkowska-budujemy-wspolnie-wolnosc-i-tolerancje-10307.text.htm> [dostęp: 18.04.2014].

Shih C., *Era Facebooka*, Gliwice 2012.

Znyk P., *Od komunikacji do manipulacji. Mechanizmy wywierania wpływu*, Kazmarok 2008.

Swoboda i granice dialogu w Internecie

Streszczenie

Internet otworzył nowe możliwości prowadzenia dialogu. Niczym nieskrępowanego, w każdej swobodnie dobranej tematyce, bez względu na odległość od rozmówcy. Dozwolił na formowanie dowolnego przekazu, wyrażanie opinii, łączenie się w tematyczne grupy. Stał się narzędziem protestu, aktywizacji i zdolności do możliwości nabywania i poszerzania wiedzy.

Połączył świat na płaszczyźnie globalnej komunikacji. W procesie tym uruchomił dotychczas nieznane możliwości przyspieszenia rozwoju cywilizacyjnego. Upodmiotowił klienta wobec oferenta towarów i usług. Podniósł jego znaczenie, uczynił ważnym recenzentem. W interaktywnej relacji obu stron zachodzącej wymiany stworzył narzędzie do ewolucji marketingu wartości. Przy całym swoim dobrodziejstwie stał się jednak Internet również źródłem negatywnych zachowań, formowania postaw społecznych, działań często patologicznych, trudnych do monitorowania i eliminowania. W spojrzeniu na toczący się dialog konieczna jest refleksja etyczna. Przynależna człowiekowi wolność nie może bowiem ograniczać i deformować wolności innych ludzi.

Słowa kluczowe: Internet, komunikowanie, wolność, media, klient, etyka

Freedom and limits of dialogue on the Internet

Summary

The Internet has opened up new opportunities for dialogue. Unrestricted in any freely chosen subjects, regardless of the distance from the caller. Permitted the formation of any communication, expressing opinions, joining in a thematic group. It has become a tool of protest, mobilization and capacity to acquire capabilities and knowledge. He joined the world on a global Communications surface. In this process, Internet launched an unknown opportunities to accelerate the development of civilization. Empowerment the customer to the supplier of goods and services. Suffered its importance, he made an important reviewer. The interactive relations between the two sides exchange occurs created a tool for the evolution of marketing value. With all his benefits, however, the Internet has become the source of negative behavior, antisocial attitudes molding, actions often pathological, difficult to monitor and eliminate. Looking at the ongoing dialogue, the ethical reflection is needed. Associated human freedom may not restrict and deform the freedom of the other people.

Key words: Internet, communication, freedom, media, client, ethics