

Łukasz Lewandowski,
dyrektor w agencji
marketingowej:

– Społeczność internetowa
polega na tym, że tutaj
ludzie coś robią
dla ludzi...

Cyberobywatele

W cyberprzestrzeni toczy się
alternatywne życie społeczne.
Kto, z kim i po co tam się spotyka?

MARCIN KOŁODZIEJCZYK

Zycie przenosi się do Internetu. To nowy, lepszy świat, bo nie ma w nim samotności, a każdy człowiek ma coś ciekawego do powiedzenia/pokazania/kupienia/sprzedania. Jesteś tu cyberobywatelem, podczas kiedy za oknem dogorywa świat starej generacji i łączą obywatele analogowi.

Tak mogłaby brzmieć ulotka werbująca do sekty. Wszystkie przesłanki spełnione: jest obietnica szczęścia i prosty sposób, jak ją

zrealizować. Wystarczy zamknąć się w domu i wejść do Internetu. Socjologowie powiedzą o kimś takim: istota aspołeczna. Sąsiedzi nazwą go odludkiem. Ale muszą wiedzieć, że mówiąc tak w 2007 r., demaskują się jako mentalne dziewiętnastowieczniki.

– W XIX w. część socjologów uważała, że największą wartość ma społeczność lokalna, w której ludzie widują się na co dzień i dobrze się znają – mówi Marta Klimowicz, socjolożka, a zarazem studentka etnologii i antropologii kulturowej Uniwersytetu Wrocławskiego. – Dziś okazuje się, że zna-

czenie społeczne tych tradycyjnych kontaktów mogło być przeceniane. W Internecie też tworzą się trwałe społeczności.

Badania CBOS z kwietnia 2007 r. pokazują, że z Internetu korzysta prawie 40 proc. dorosłych Polaków – to 6 proc. więcej niż rok wcześniej. Prawie 10 proc. badanych przyznaje, że poznali kogoś w sieci. A jeśli tak, to musieli trafić na którąś z tysięcy e-społeczności, wszystko jedno z jakiej części świata. Mówiąc językiem współczesnej socjologii, nauczyli się zarządzać kontaktami międzyludzkimi.

– *A to jest dziś ważna umiejętność społeczna* – mówi Mirosław Filiciak, medioznawca z Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej. – *W Internecie często podtrzymuje się kontakty z ludźmi, z którymi w realu wcale by się ich nie utrzymywało.*

„Społeczności wirtualne mogą czasem upodabniać się do rzeczywistych: dla niektórych ludzi Internet jest światem równoległym, w którym wykonują oni czasem więcej funkcji niż w świecie realnym” – napisali autorzy badań CBOS. „Niski koszt, wysoka efektywność i multimedialny charakter informacji przekazywanych w sieci sprzyjają szybkiemu rozwojowi różnych form życia społecznego”.

Forma 1: porada

Arvind Juneja ma 21 lat, studiuje informatykę i pracuje jako informatyk w banku. Na komputerach zna się świetnie, życiowe problemy przywykł rozwiązywać online. Kiedy kilka lat temu przyjechał do Warszawy, nie znał tu nikogo, więc jak zwykle zaczął od podłączenia się do Internetu. Wkrótce ktoś wysłał mu zaproszenie do e-społeczności GoldenLine, która działa trochę jak elitarna tablica ogłoszeń o pracy dla specjalistów. Trzeba mieć wprowadzającego, żeby się tam dostać, potem umieszcza się na stronie swoje zdjęcie, listę zainteresowań i CV. Jakby się zasiewało samego siebie, a potem się czeka, aż gdzieś – czyli aż człowieka znajdzie pracodawca. Gdyby społeczność otworzyć dla wszystkich chętnych, mogłaby się zważyć reszta bezrobotnych i nigdy by człowieka tu nie znalazł żaden head hunter, czyli zawodowy poszukiwacz pracowników na zamówienie firm. To dla head hunterów niektórzy użytkownicy podrasowują swoje życiorysy, wpisując niezliczone nazwy szkół, które ukończyli w wieku lat 20, a kiedy się bliżej przyjrzeć, okaże się, że mają na myśli tylko kilkudniowe kursy. E-społeczni mają do tego prawo. Co się naprawdę nie opłaca, to tworzenie w GoldenLine swoich fałszywych awatarów, wymarzonych alter ego bez pokrycia w realu, bo pracodawca zawsze wyczuje podstęp.

– *Ale przecież nie tylko o pracę chodzi* – mówi Arvind. – *Poznajesz ludzi, wyrabiasz kontakty, rozmawiasz, rozwijasz zainteresowania. I czekasz.*

Na GoldenLine zarejestrowanych jest 200 tys. użytkowników. Codziennie przybywa 1,4 tys. nowych. Potencjalnie każdy z nich może zrobić coś dla ciebie, musisz tylko dotrzeć do tego właściwego lub pozwolić mu dotrzeć do ciebie, bo networking działa w dwie strony. Gdzieś u podstaw pomysłu na hodowanie internetowych społeczności leży teoria Fenomenu Małego Świata – mówi Arvind. „Do każdej osoby na świecie, obojętnie jak daleko jest, można się dostać za pośrednictwem tylko 6 kontaktów. Jest to teoria sprawdzona w praktyce, średnia wyliczona na podstawie wielu badań” – pisał w swoim blogu, bo w Internecie działa bardzo szeroko.

To się nazywa networking – tworzenie sieci kontaktów, które kiedyś mogą się przydać. Nie mylić z kolekcjonowaniem ludzi. Bo e-społeczność jest w stanie pomóc rozwiązać nawet najpoważniejsze problemy. Istnieją internetowe fora, których bywalcy doradzą i jaką karmę masz podać swojemu psu, i do którego lekarza zgłosić się na ciężką operację, podadzą potrzebne telefony i adresy, wstawią się za tobą. GoldenLine ma swoją „pomoc w 48 godzin” – wystarczy wpisać, co cię gryzie.

– *Poprosiłem kiedyś szczerze o wprowadzenie za darmo na płatne szkolenia menedżerskie* – opowiada Arvind. – *Na drugi dzień miałem trzy oferty od nieznanych ludzi. Normalnie wydałbym kilka tysięcy.*

Dziś Arvind Juneja jest community managerem GoldenLine, czyli kimś w rodzaju rzecznika interesów użytkowników e-społeczności. Gdziekolwiek by był – odpala komputer: musi wiedzieć, co akurat porabia online jego społeczność. Oznajmił w Internecie, że szuka nowej pracy i teraz co dwa dni head hunterzy buszujący w e-społecznościach mają dla niego nową propozycję posady. Nie na darmo e-społeczności, blogi, dzielenie się online opiniami, filmami i zdjęciami nazywa się na świecie social mediami. Narodziły się one kilka lat temu wraz z szerokopasmowym Internetem, który umożliwia szybką transmisję danych – także filmów – i wciąż ewoluują. Informatycy nazywają je Web 2.0 – aby podkreślić, że to już druga generacja Internetu.

Forma 2: podryw

Multitasking, czyli wielozadaniowość, to jeszcze jedna umiejętność społeczna, którą surferzy internetowi posiadli do perfekcji. E-społeczni to w przeważającej większości ludzie między 25 a 35 rokiem życia, wykształceni, pracujący z komputerem. A skoro już siedzą w biurze i mają stały dostęp do sieci, to w każdej wolnej chwili sprawdzają, co się dzieje pod ulubionymi adresami. Albo zaczepiają znajomych, wykorzystując najpopularniejszy w Polsce komunikator Gadu-Gadu. Dialogi bywają błahe i bardzo rozciągnięte w czasie, nie do zniesienia dla medium tradycyjnego jak telefon, ale netykieta, czyli cyfrowy savoir-vivre, poszerza granice grzeczności.

Typowa wymiana myśli: Rafał, księgowy w dużej firmie, wykorzystując status „niewidoczny”, aby się nie zdradzić, że pisze w godzinach pracy, rano zagaja koleżankę: „co tam? :-)”. Mijają trzy godziny, ona odpowiada: „nic, a u ciebie? :-)”, Emotikon (czyli znaczek symbolizujący emocje) może wskazywać, że boli ją głowa albo że wcale Rafała nie lubi. Natomiast odwrócenie pytania może świadczyć, że ją interesuje jego stan. Pod koniec dnia pracy Rafał wysyła

refleksję: „też nie :-)”. Odpowiedź koleżanki przychodzi następnego dnia: „leczę, bo fajrant”. W każdym razie kontakt został podtrzymany. Niedawno Gadu-Gadu ogłosiło konkurs na miłość, która zaczęła się za pośrednictwem komunikatora.

– *Liczy się sam fakt odezwania, a nie co się napisało* – mówi Mirosław Filiciak. – *To komunikacja asynchroniczna, odpowiedź może nadejść po godzinach albo wcale i nikt się nie pogniewa. Wiele osób w ten sposób odzyskuje w pracy część prywatnego czasu.*

W tradycyjnej społeczności człowiekowi, by był istotą społeczną i identyfikował się z grupą, starczało życie wśród tych samych ludzi, na jednej ulicy, w jednej dzielnicy. E-społeczności wyprowadziły go z ulicy w szeroki świat. Kiedyś miało się kilku przyjaciół, dzisiaj w Internecie – tylko dlatego, że brak odpowiedniego słowa – ludzie miewają w wirtualnych skrzynkach kontaktowych nawet po kilkuset „przyjaciół”. Do niektórych nie odezwą się częściej niż raz w życiu.



Jerzy Bokłazec, filozof i gitarzysta:

– *Mój blog ateisty odwiedza tysiąc osób dziennie. I to jest wolność.*

Ale bogata lista przyjaciół spełnia wśród e-społecznych także funkcje kreacyjne. Kiedy spotyka się online kogoś tak popularnego, można odnieść wrażenie, że to bardzo interesujący człowiek, godny uwagi, a nawet inteligentny.

– *Ludzie zawsze tworzyli wizerunki samych siebie na użytek publiczny* – mówi Marta Klimowicz. – *Internet daje nowe świetne możliwości autokreacji. Zdarza się nawet, że wizerunki tej samej osoby mogą się całkowicie*



Marta Klimowicz, socjolożka:

– Internet daje nowe świetne możliwości autokreacji.

różnić w zależności od społeczności.

Więc na portalu nasza-klasa.pl, w którym, już jako e-społeczności, odnajdują się znajomi ze szkoły, możemy zobaczyć na zdjęciach internautę na dzikiej imprezie. Na GoldenLine jego wizerunek – w Internecie mówi się profil – profesjonalny. Z kolei na podrywowych stronach sympatia.onet.pl lub randki.wp.pl temu samemu człowiekowi może się zdarzyć nawet profil lubieżny. Tu nie trzeba wprowadzających, panuje pełen egalitaryzm, za członkostwo płaci się esemesem. Wpisujesz, kogo szukasz, nawet jeśli akurat budujesz wielokąt seksualny, i okazuje się, że romantyczna wielbicielka porannego biegania boso po rosie w zakładce „zainteresowania i czas wolny”, w podzakładce „miłość i seks” specyfikuje się jako „dominacja, miłość francuska, poszukiwanie nowości, uległość, z fantazją”. I też ma listę wypróbowanych e-przyjaciół.

– Poznałem kiedyś dziewczynę przez sympatię.onet.pl i bardzo mnie zdziwiło, że już w pierwszym mailu przysłała mi zdjęcia w negliżu – opowiada Maciek, dziennikarz.

– Była bardzo piękna, umówiliśmy się w re-
alu. Na spotkanie przyszedł kaszalot, okaza-
ło się, że zdjęcia miała sprzed ładnych kilku
lat. Usiedliśmy w kawiarni, a ja pod stołem,
na oślep, nadałem esemesa koledze, żeby
do mnie zadzwonił. Zadzwonił, zacząłem się
na niego drzeć, że co on sobie wyobraża, ja
mam urocze spotkanie, a on mnie wzywa do
pracy. Przeprasilem i uciekłem.

Forma 3: demokracja

Gdy stykasz się z e-społecznościami po raz pierwszy, może ci się wydawać, że nawet w poważnych portalach, personalizowanych, czyli tworzonych z myślą o poważnym networkingu, o wymianie poglądów, też w gruncie rzeczy chodzi o podryw. Oto na GoldenLine Magda, aktorka, odbiera przesłanie od e-nieznajomego: „uau, boska jesteś, może byśmy poszli na herbatkę?”. E-kolega nie zamieszcza swojego zdjęcia, w profilu figuruje tylko jedno słowo „właściciel” – w sumie wysoki wskaźnik kreowania fałszywego awatara. Arvind Juneja, community manager, prywatnie radzi Magdzie, żeby zgłosiła naruszenie

regulaminu. Wszak poważne e-społeczności szczycą się tym, że ich użytkownicy przedstawiają się z nazwiska, zachowują się grzecznie i grają wyłącznie na własne konto.

Marta Klimowicz mówi, że Internet wytwarza wśród użytkowników zupełnie nowy rodzaj inteligencji. Ci najlepsi doskonale wyczuwają, kiedy w społeczności pojawia się fałszywy obywatel – tylko po to, żeby zamieszać.

– Pewien pan pojawiał się zawsze tylko na chwilę, wrzucał na forum link do artykułu jednego z kontrowersyjnych publicystów Radia Maryja i uciekał – mówi Arvind. – Wybuchła dyskusja. Ale kiedy ludzie się przyzwyczaili, zaczęli tego człowieka ignorować.

Jeśli zaczynają w sieci ignorować twoje wpisy czy filmy, oznacza to, że e-umarłeś. Wirtualny świat daje unikatową możliwość zmartwychwstawiania – wystarczy zmienić osobowość online – ale jeśli ignorują cię pod twoim własnym nazwiskiem, możesz być pewny, że wytropią cię wszędzie i wyrzucą ze społeczności. Marta Klimowicz mówi, że w Internecie – jak w każdym społeczeństwie – istnieje odsetek przestępców, dewiantów i zwykłych nieudaczników – to normalne. Przez sieć ciągnie korowód pedofilów, oszustów, klonów znanych osób, grafomanów i plagiatorów. Mimo obostrzeń regulaminowych, jakie stosuje każda e-społeczność, pracy moderatorów i community managerów, i łatwości, z jaką policja może dotrzeć do publikujących treści niezgodne z prawem – wielu wciąż uważa Internet za medium anarchicznie wolne. Tymczasem trudno o bardziej przykładną demokrację niż ta, która panuje wśród e-społecznych.

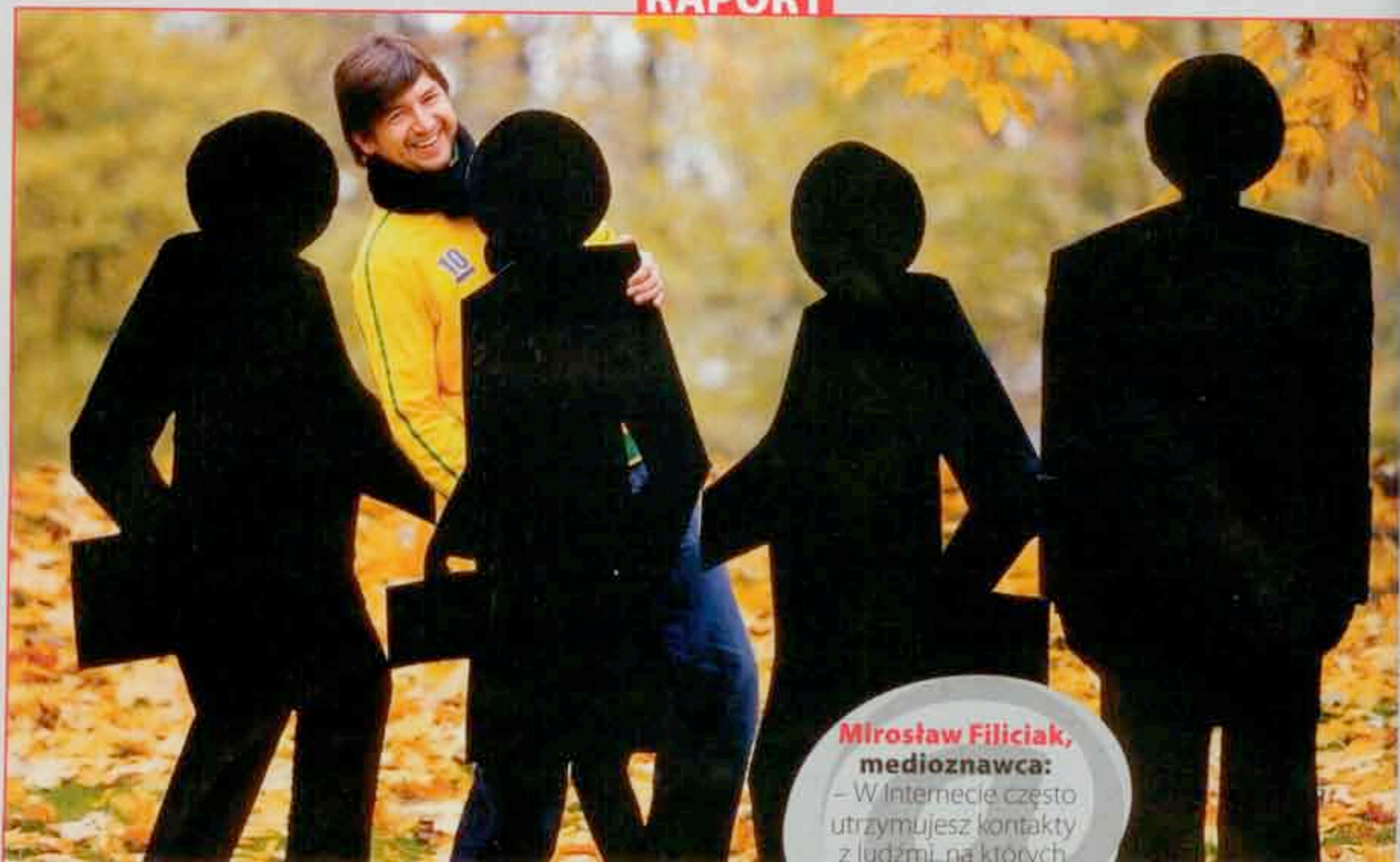
„Wykop to serwis tworzony przez użytkowników. Każda informacja jest dodawana, oceniana i dyskutowana przez naszą społeczność” – to słowa ze strony tytułowej portalu wykop.pl, którego użytkownicy przysyłają do wspólnej puli wykopane gdzieś w sieci ciekawostki, artykuły prasowe, filmy i omawiają je w komentarzach.

To istota e-społeczeństwa – nadchodzi koniec mediów tworzonych przez zawodowe redakcje – teraz każdy jest jednocześnie i nadawcą, i odbiorcą. W przypadku dziennikarstwa jest już nowa nazwa – „dziennikarstwo społeczne”. Wielomilionowe światowe e-społeczności – jak MySpace czy YouTube – są władne wypromować nieznaną grupę rockową, odsunąć od władzy polityka czy wygrać spór z koncernem medialnym. Ich zasięg poraża. YouTube pokazuje rasistowskie wypowiedzi kandydatów na prezydenta USA, poruszające filmy kręcone prywatnymi kamerami przez żołnierzy walczących w Iraku albo unikatowe, jak ten z Beatlesami jako aktorami grającymi Szekspira, ale i szwedzką prezydentkę wymiotującą w programie na żywo. To właśnie YouTube wylansowało w Polsce Krzysztofa



Arvind Juneja, informatyk:

– Poznajesz ludzi, wyrabiasz kontakty, rozwijasz zainteresowania.



**Mirosław Filiciak,
medioznawca:**

– W Internecie często utrzymujesz kontakty z ludźmi, na których w realu nie zwróciłbyś uwagi.

Kononowicza – marionetkowego kandydata na prezydenta z Białegostoku.

To się nazywa adhokracja (od *ad hoc* – od razu) i zawsze działa w sieci tak samo – ludzie czytają jakiś wpis lub oglądają film, a potem wymieniają się poglądami – w ruch idą komunikatory internetowe oraz coraz bardziej przypominające komputery telefony komórkowe – i werdykt za lub przeciw jest błyskawiczny. Nikt ludziom nie zabroni wymieniać poglądów w sieci. To właśnie tej nowoczesności nie mógł zrozumieć rozgoryczony premier Jarosław Kaczyński. Winę za przegrane wybory „zrzuca na telewizję, kłamliwe media i narzędzia szatana, jakim są esemesy i Internet” – pisała w artykule „Odejść z godnością” dziennikarka obywatelska Emoonja w portalu Interia.pl.

Z portalu wykop.pl przebił się do ogólnopolskich mediów wpis, żeby zabrać babci dowód przed wyborami – żart, który potępił później, również publicznie, sam premier – czyli przekaz okazał się hitem.

Forma 4: wartości

Dwa lata temu Maciej Koper, dziś 28-letni absolwent informatyki i zarządzania, człowiek głęboko wierzący, założył portal przeznaczeni.pl – e-społeczność dla katolików. Koper – jak mówią jego współpracownicy – postanowił połączyć biznes z misją apostołską. W swych początkach portal miał charakter matrymonialny, z czasem przekształcił się w społecznościowy. Wynik przeznaczonych.pl jest dziś imponujący: 30 tys. uczestników, 62

małżeństw, 87 narzeczeństw, 247 zakochanych, 3 dzieci. „Strefa Ludzi z Wartościami” – jak reklamuje się społeczność – ma za sobą 1.3 tys. spotkań w realu, wiele akcji pomocowych i pielgrzymkę do Częstochowy. Aby przystąpić, trzeba zadeklarować, że „chcę i mogę ważnie zawrzeć małżeństwo w Kościele katolickim” i „szanuję nauczanie Kościoła katolickiego”.

– Największą grupę użytkowników stanowią ludzie w wieku od 25 do 35 lat, ale jest także kilkoro użytkowników powyżej 75 lat. To głównie ludzie z wyższym wykształceniem i mieszkańcy dużych miast, ale staramy się dotrzeć także do mniejszych społeczności – mówi Katarzyna Matusz, rzeczniczka Strefy. – Tworzymy miejsce spotkań dla wszystkich, którzy chcą funkcjonować w społeczności wyznającej takie wartości, jak: wiara, przyjaźń, miłość, wierność, rodzina i odpowiedzialność.

Mniej więcej w tym samym czasie, kiedy rozwijali się przeznaczeni.pl, Jerzy Boklażec – filozof, były dziennikarz radiowy, czynny gitarzysta jazzowy z własną stroną jazz.site.pl – zastanawiał się, jak wypromować swój punkt widzenia – dziennik ateisty spisywany na stronie ateista.blog.pl. Wszak sieć jest Hyde Parkiem. Założenie strony internetowej nie sprawiło panu Jerzemu żadnej trudności – jest entuzjastą Internetu – powołał do życia najlepsze blogi. yoyo.pl, czyli listę przebojów wśród blogów. Przyznaje, że ciekawiło go, jaką e-społeczność ustawi kolejność. Zdziwił się, gdy obok prawdziwie intelektualnych rozważań

w pierwszej dziesiątce znalazły się także strony ładnych dziewczyn, które zamiast pisać, wolą zamieszczać swoje fotodzienniki lub publikować poezję pochodzącą z dna serca. Właśnie ateista.blog.pl wysunął się na prowadzenie.

– Odwiedza mnie tysiąc osób dziennie – mówi Jerzy Boklażec. – Propagowanie tych treści daje mi wolność.

Na miejscu 5 top listy Boklażca znajduje się błyskotliwe studium współczesnej Polski – blog „Klub KIK – Polska oczami parygejów”. KIK to Kamil i Krzysztof, wykształceni, na świetnych posadach, niepokodzeni z zaściankowością swojego kraju. To oni publikowali, na długo przed wyborami, klepsydre: „po dwuletniej chorobie kręgosłupa moralnego i wyniszczających atakach paranoi, w dniu 7 września 2007 roku odeszła IV RP. Podpisano: Spisek i Układ”. Ale, zawiadamiali, nie zagłosują też na PO, bo ta partia nie mówi ciepłego słowa o gejach. A kiedy spisali przeżycia po obejrzeniu filmu „Katyń”, zgłaszać się do KIK zaczęli uczniowie z pytaniem o „tą rozprawkę”. Mieli widocznie napisać wypracowanie.

– Dlaczego piszemy? Bo mamy poczucie, że czegoś nam brakuje w społeczeństwie, w którym żyjemy – mówi Kamil. – Ludzie są skupieni tylko na sobie, nieufni, przypominają szarą masę, której kazano być jednakową i nie wychylać się. To jest tak: jednych relaksuje, powiedzmy, pływalnia, a nas pisanie. Pisanie strukturalizuje nasze myśli.

**Kasia Matusz
i Maciej Koper
z katolickiego portalu
przeznaczeni.pl:**

– Tworzymy miejsce
spotkań dla ludzi
wyznających takie wartości
jak wiara, miłość, wierność,
rodzina...



Forma 5: pieniądze

Po pierwsze, jeśli wierzysz w nieskończoną pojemność Internetu i zwykłą ludzką potrzebę pokazania się publicznie, jesteś na dobrej drodze, by stworzyć społeczność i na tym zarobić.

Po drugie, jeśli zastosujesz zasadę *user experience*, czyli za najważniejsze ogniwo swojego pomysłu uznasz ludzi, oni odwdzięczą się i sami wykonają resztę roboty – poprowadzą między sobą dyskusje, przysłażą filmy i muzykę. Musisz tylko dać miejsce w Internecie i zadbać, by jak najwięcej ludzi się nim zainteresowało.

– *Spółeczność internetowa musi osiągnąć pewną masę krytyczną, żeby serwis toczył się dalej bez naszej pomocy i żył latami* – mówi Łukasz Lewandowski, dyrektor rozwoju i badań w agencji marketingowo-technologicznej K2 Internet.

– *Każdy chce się wyróżnić, chce być lepszy od innych* – potwierdza Mirosław Filiciak. – *A potem już wszystko samo się nakręca, bo w sieci wszystko widać. Na gruncie polskim liczy się przenoszenie pomysłów ze Stanów Zjednoczonych.*

Po trzecie więc, większość polskich pomysłów na e-społeczności skopiowano z Ameryki. To amerykańscy studenci zakładali w garażach rodziców pierwsze serwisy tego typu, kosztowało ich to kilkaset dolarów. W Internecie zamiast zasady „wszelkie prawa zastrzeżone” obowiązuje „niektóre prawa zastrzeżone”.

Po czwarte, kiedy przyzwyczaisz ludzi do e-społeczności, możesz spróbować wprowadzać usługi płatne. Prawie wszystkie polskie serwisy społecznościowe są za darmo. Niektóre żyją z reklam, inne

z pieniędzy, jakie płacą za dostęp do ich bazy danych head hunterzy, jeszcze inne – z dobrowolnych składek użytkowników. Przeznaczeni.pl pobierają jednorazowo od studentów 49 zł, od dorosłych – 99, ale są otwarci na negocjacje z gorzej sytuowanymi klientami. Wykop.pl żyje z pieniędzy inwestora, bo jest w fazie rozwoju.

Po piąte, pamiętaj, że cyberobywatele nie lubią reklamy, bo mieli jej dość w tradycyjnej telewizji. W Internecie nic nie może zastąpić ekranu, reklama ma być wyrafinowana. Ideal to spot zrobiony tak dobrze, że e-społeczność przesyła go dalej między sobą. Kreatywni w agencjach reklamowych głowią się nad takimi spotami. Z kolei ich konkurencja myśli, jak ich w sieci ośmieszyć. To samo dzieje się na forach politycznych. Przed wyborami w Polsce pod każdym nowym tekstem w portalach internetowych obowiązkowo pojawiały się pisane brutalnym językiem posty, czyli wpisy za i przeciw. Internauci najpierw dali się nabrać. Potem grzecznie wypraszali panów agitatorów.

– *Mój kolega, jeszcze na studiach, został zatrudniony do tropienia w Internecie i ośmieszania konkurencji* – opowiada jeden z miłośników sieci. – *Oficjalnie pracował w dziale marketingu i reklamy.*

Po szóste, zawsze – mniej więcej po dwóch latach – amerykańscy studenci sprzedawali swoje serwisy społecznościowe za setki milionów dolarów. Takie sumy płaciły im giganty medialne, które zorientowały się, że media tradycyjne, nawet telewizja, powoli odchodzą na strych. Płaciły, żeby nie wypaść z interesu. Płaciły tym więcej, im więcej dusz odnotowała e-społeczność.

K2 Internet stworzył dla firmy Nokia platformę internetową, na której rozwinęła się społeczność. Pomysł jest genialny w swojej prostocie – nazywa się moblogi (od mobilny blog) – użytkownicy mogą wysyłać wprost z komórek, więc z każdego miejsca na świecie, zdjęcia, filmy i teksty do swoich blogów w Internecie. Łukasz Lewandowski mówi, że K2 mogłoby się podjąć stworzenia platformy internetowej, na której ktoś chciałby wyhodować e-społeczność, ale nie mogłoby zagwarantować sukcesu. Wielu się nie udało. Wielu pomyliło serwisy społecznościowe z komercyjnymi. Internauci mówią o takich, że „zabawili się w Pana Boga”.

– *Przed wszystkim trzeba zrozumieć, że nie można odgórnie stworzyć społeczności internetowej* – mówi Lewandowski. – *W końcu idea tworzenia społeczności w Internecie polega na tym, że to ludzie coś robią dla ludzi.*

Forma 6: obywatel

Oprócz komputerów pasją Arvinda Juneja jest parkour (definicja Arvinda: użyteczne i efektywne pokonywanie przeszkód terenowych przy użyciu własnych mięśni). Czasem Arvind wychodzi na miasto ćwiczyć koło 3 nad ranem, bo – jak mówi – jego doba ma jakieś 35 godzin. To była prywatna pasja, dopóki dwa lata temu nie opublikował filmów na forach internetowych społeczności parkour i portalu YouTube. Same tutoriale, czyli instrukcje krok po kroku dla adeptów parkour. Od tego czasu zasypują mu skrzynkę mailową. Słają jego filmy między sobą. Pytają: które mięśnie pracują, jak stanąć na rękach, chwalać i krytykują. Ale w porządku – Arvind wie, że wystawiając się na widok e-społeczności trzeba być impregnowanym także na złe słowo. – *Złe recenzje w Internecie* – twierdzi Arvind – *mogą też pomóc w samorozwoju.*

Gdziekolwiek Arvind się pojawi, od razu siada do komputera i zakłada lokalne społeczeństwo online. Mówi, że pomaga w ten sposób sam sobie, bo od sąsiadów dowiaduje się, gdzie jest najbliższy bankomat, nocny sklep, siłownia. Lubi też, jak ludzie czują się u siebie i zaczynają dbać o otoczenie. Ostatnio wprowadził się do kamienicy w centrum Warszawy. Wywiesił na tablicy ogłoszeń internetowy adres nowej lokalnej e-społeczności. W kamienicy mieszkają prawie sami starsi ludzie, niewierzący w Internet – kilkakrotnie zrywali kartkę, być może bali się, że chodzi o sektę.

Po pół roku społeczność Arvinda liczy kilkanaście osób. Dyskutują online o sprawach osiedla. Planują pogadać w realu.

– *Bo człowiek to w końcu istota społeczna* – uśmiecha się Arvind. – *Internet jest po to, żeby nawiązać w nim kontakty, a potem wyjść się spotkać.*

MARCIN KOŁODZIEJCZYK

O Raporcie „Cyberobywatele” rozmawiamy w środę 7 listopada, po godz. 15 w Blog FM. Zaprasza Jakub Janiszewski, www.tok.fm

