

SOCJOLOGIA INTERNETU

Dariusz Jemielniak

SOCJOLOGIA INTERNETU



Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR
Warszawa

Recenzje: prof. dr *Krzysztof Konecki*,
dr hab. *Kazimierz Krzysztofek*

Redakcja i korekta: *Ewdokia Cydejko*

Projekt okładki: *Katarzyna Juras*

Na okładce wykorzystano zdjęcie z Wikimedia Commons
autorstwa Matta Britta (licencja CC-BY 2.5),
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Internet_map_1024.jpg

Zdjęcie autora na skrzydełku wykonał VGrigas, WMF
(licencja: CC-BY-SA 3.0), [https://commons.wikimedia.org/wiki/
File:Dr._Dariusz_Jemielniak-2.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dr._Dariusz_Jemielniak-2.jpg)

Publikacja I wydania dofinansowana ze środków
Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji
DEC-2012/05/E/HS4/01498

Copyright © 2019, 2021 for the Polish edition
by Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa

ISBN 978-83-65390-07-3

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.
ul. Oboźna 1, 00-340 Warszawa
tel. 22 692 41 18; 22 826 59 21; 22 828 93 91
dział handlowy: jak wyżej, w. 103
e-mail: info@scholar.com.pl
www.scholar.com.pl

Wydanie pierwsze, dodruk 2021
Skład i łamanie: WN Scholar (*Jerzy Łazarski*)
Printed in Poland

Spis treści

Od autora	7
1. Wprowadzenie	11
2. Rewolucja internetowa	16
2.1. Relacje on-line	17
2.2. Kryzys wiedzy eksperckiej.	23
2.3. Gospodarka dzielenia się	31
3. Metody badania społeczności internetowych	38
3.1. Badania ilościowe	44
3.1.1. Big Data.	44
3.1.2. Analiza sieciowa.	60
3.1.3. Sondáže on-line	68
3.1.4. Kulturomika.	74
3.1.5. Scraping	80
3.1.6. Inne przydatne narzędzia	87
3.2. Badania jakościowe	93
3.2.1. Etnografia cyfrowa	95
3.2.2. Analiza przypadku	112
3.2.3. Wywiady on-line	117
3.2.4. Analiza narracyjna	120
3.3. Badanie wytworów kultury	126
3.3.1. Kultura remiksu a polityka	128
3.3.2. Badanie humoru.	132
3.3.3. Memy internetowe	136
4. Etyka badawcza	144
4.1. Internet jako źródło infamii	147
4.2. Anonimowość	150

4.3. Prywatność	152
4.4. Świadoma zgoda	156
4.5. Własność danych	160
4.6. Poufność danych	161
Zakończenie	166
Podziękowania	168
Bibliografia	169
Indeks nazwisk	219

Od autora

Zdecydowałem się napisać tę książkę, bo podobnej pozycji po prostu jeszcze nie ma, a także dlatego, że mam dość nietypowe doświadczenie zawodowe; przynajmniej potencjalnie pozwala mi ono napisać monografię, którą trudno byłoby napisać komuś innemu.

Po pierwsze, jestem naukowcem. Wszystkie stopnie i tytuł profesorski formalnie mam z zarządzania, ale ponieważ jest to dyscyplina mocno czerpiąca z innych (Kozmiński, 2007, s. 7–10), od kilkunastu lat zajmuję się badaniami, które wprawdzie znajdują w niej swoje miejsce, ale można zaklasyfikować je jako socjologię Internetu¹, względnie okazjonalnie – antropologię cyfrową². W ramach prowadzonych przeze mnie badań udało mi się zrealizować kilka dużych projektów jakościowych. Pierwszy, z zakresu socjologii pracy i zawodu, a także teorii organizacji, miał jeszcze tradycyjny charakter: podejmował temat pracy opartej na wiedzy i dotyczył programistów w Polsce i w USA, w Dolinie Krzemowej i rejonie tzw. Route 128 (Jemielniak, 2008a; Jemielniak, Kociatkiewicz, 2008, 2009). Realizowałem go najpierw na Wydziale Antropologii Cornell University na zaproszenie Davydda J. Greenwooda, a następnie na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley na zaproszenie Neila Fligsteina, akademika z tamtejszego Wydziału Socjologii. Zaowocował on monografią habilitacyjną (Jemielniak, 2008c), którą następnie po zmianach i adaptacjach opublikowałem także po angielsku (Jemielniak, 2012c). Mam zatem

¹ Internetu rozumianego jako sieć, nie medium. Por. http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1032:internet-.

² Tak przynajmniej klasyfikują to, co piszę, zachodni wydawcy, inną natomiast jest sprawa, na ile ostre podziały interdyscyplinarne mają w ogóle sens: badanie społeczności internetowych można przypisać także do takich dyscyplin, jak kulturoznawstwo, nauki o mediach czy nauki o komunikacji społecznej. Stąd decydujące znaczenie ma pewne rozłożenie drugorzędnych akcentów czy tradycji literaturowych.

doświadczenie praktyczne w badaniach organizacji i zawodów. W podobny sposób, dzięki wykorzystaniu obserwacji, analizy przypadków, wywiadów pogłębionych i kwestionariuszy, realizowałem także projekt poświęcony socjologii zawodów prawniczych, badając m.in. prawników z harwardzkiego programu LL.M. (Jemielniak, 2014b, 2014c, 2014d), na zaproszenie Richarda B. Freemana z centrum badawczego Labor and Worklife tej uczelni. Kolejny duży projekt, jaki podjąłem w latach 2006–2014, koncentrował się już na społecznościach internetowych i przyniósł rezultat w postaci pierwszej na świecie etnografii społeczności Wikipedii (Jemielniak, 2014a); Media Ecology Association nagrodziło ją w roku 2015 nagrodą Dorothy Lee Award za wybitną pracę naukową z dziedziny ekologii kultury, rok później książka została wyróżniona Nagrodą Naukową Prezesa Polskiej Akademii Nauk. To dzięki tym badaniom miałem szansę pracować w latach 2015–2018 najpierw jako *fellow*, a później jako *faculty associate* w Berkman-Klein Center for Internet and Society na Uniwersytecie Harvarda, a także przez dwa lata w Center for Collective Intelligence w Massachusetts Institute of Technology. Osiągnięcia te uutorowały mi drogę do Visiting International Fellowship na Wydziale Socjologii University of Surrey w 2019 roku. Badania Wikipedii prowadzę do dziś, poznawszy dobrze tę społeczność, ale od jakiegoś czasu zajmuję się także badaniami ilościowymi zjawisk internetowych, nie porzucając wszakże innych prac jakościowych i teoretycznych. Wszystko to razem sprawia, że mam interdyscyplinarne doświadczenie naukowe w dziedzinie socjologii technologii, a zwłaszcza socjologii Internetu, które może być użyteczne dla innych.

Po drugie, jestem także aktywnym działaczem społecznym i praktykiem. Od kilkunastu lat angażuję się w przeróżne inicjatywy pozarządowe, takie jak np. Collegium Invisibile, któremu przewodniczyłem trzy kadencje, program English Teaching Fundacji Nida, w którego grupie doradczej się udzielam, czy Centrum Nauki Kopernik, którego rady naukowej jestem członkiem. Ze społecznościami internetowymi łączy mnie jednak przede wszystkim działalność w Fundacji Wikimedia, w której dwukrotnie wszedłem w skład kilkusobowej Rady Powierniczej. To doświadczenie sprawowania kilkuletniego nadzoru nad zarządem i kształtowania strategii piątego

najpopularniejszego serwisu internetowego na świecie, jak i bodaj największej aktywnej społeczności otwartej współpracy w historii, dało mi ciekawy wgląd w to, jak w ogóle działa świat Internetu od kuchni. Oprócz działalności społecznej miałem też okazję uczestniczyć w projektach komercyjnych: m.in. stworzyłem i rozwinąłem największy polski słownik internetowy: **ling.pl**, a także platformę e-learningową **langoland.com** największej polskiej szkoły językowej, British School. Obecnie (w grudniu 2018 r.) pomagam, jako współtwórca, rozwijać Insta.Ling (**instaling.pl**), darmowy, innowacyjny system uczenia słownictwa obcego oraz ortografii, wspierający kadrę pedagogiczną polskich szkół, z którego regularnie korzysta ponad 140 tysięcy uczennic i uczniów. Byłem też zaangażowany jako mentor i juror w rozmaitych polskich i międzynarodowych konkursach startupowych. Dlatego, choć nie jestem ekspertem od technologii, dość dobrze rozumiem, co technologia umożliwia, a także, jak od środka wyglądają projekty informatyczne i internetowe.

Piszę to wszystko nie po to, by się chwalić, lecz by pokazać swoje zaplecze i zwłaszcza punkt wyjścia. Ten bagaż pod pewnym względem ułatwia mi opisywanie metod badawczych, czasem jednak stanowi utrudnienie. W niniejszej monografii pokażę, jak można badać społeczne zjawiska internetowe. Nie zaprezentuję oczywiście wszystkich możliwych narzędzi, bo nie na wszystkich się znam, ale postaram się przedstawić główne podejścia, opierając się również na przeglądzie literatury i badaniach innych autorów i autorek. Opiszę – na podstawie własnego i cudzego doświadczenia – w jak różnorodny sposób można uprawiać socjologię Internetu. Nie roszczę pretensji do najlepszego sposobu badań, a omawiane autorskie podejście z pewnością zawiera wiele ułomności i wad, wynikających po prostu z moich własnych niedociągnięć i braków. Jest to jednakże podejście, które znam i które pozwoliło mi przejść dość ciekawą ścieżkę w sferze tak badań, jak i praktyki.

Niniejsza książka stanowi rozwinięcie też z artykułu opublikowanego w *Studiach Socjologicznych* (Jemielniak, 2018, s. 8–29), po którym otrzymałem nieco zachęt, pytań i próśb o ciąg dalszy – za które jestem bardzo wdzięczny, bo ostatecznie zdopingowały mnie one do pracy. Ponieważ konspekt, propozycja wydawnicza i wybrane

rozdziały zostały też pozytywnie zrecenzowane i zaaprobowane przez kolegium redakcyjne Oxford University Press, rozszerzona wersja niniejszej książki ukaze się również nakładem tego wydawnictwa po angielsku (Jemielniak, 2020, w druku).

Mam wielką nadzieję, że nawet jeżeli nie uda mi się przekonać czytelników do mojego podejścia, to okaże się ono choć częściowo użyteczne dla czytających tę książkę badaczy i badaczek.

Witajcie w Internecie, będę waszym przewodnikiem³.



³ „Welcome to the Internet. Please, follow me” albo „Welcome to the Internet. I will be your guide” to popularny mem internetowy, funkcjonujący w kulturze cyfrowej od 1998 roku. O memach jako fenomenie badawczym piszę więcej w dalszej części tej książki, a o tym konkretnym więcej można dowiedzieć się tutaj: <http://knowyourmeme.com/memes/welcome-to-the-internet>.

1. Wprowadzenie

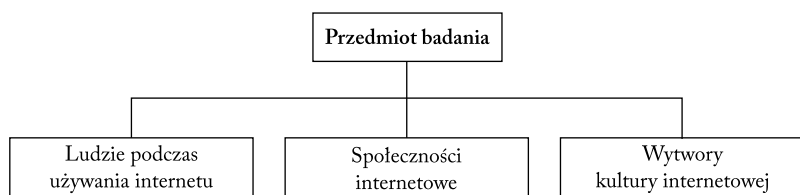
Badanie społecznych zjawisk internetowych jeszcze do niedawna mogło uchodzić za pewną nowinkę i ekstrawagancję. Współcześnie można już jednak powiedzieć, że w zasadzie każdy projekt badawczy z zakresu nauk społecznych musi uwzględniać także badania on-line. Jak zauważa Zygmunt Bauman (2007), bardzo ważna część interakcji międzyludzkich i życia społecznego jako takiego przeniosła się do Internetu. Można więc przypuszczać, że nawet dla samego podtrzymania dotychczasowego poziomu zainteresowania i szczegółowości analizy socjologicznej konieczne staje się także podjęcie badań internetowych. Jak już w 1999 roku ostrzegwał William S. Bainbridge z National Science Foundation: „Błędem jest branie «cyberprzestrzeni» za egzotyczne, peryferyjne królestwo, które zasługuje na jedynie okazjonalny wzgląd socjologii, ponieważ niedługo Internet stanie się głównym środowiskiem, w którym osoby zajmujące się socjologią będą prowadzić badania społeczne [...]. Socjologia stoi przed wyborem: albo dokona innowacji w zakresie wykorzystania nowych, skomputeryzowanych mediów na potrzeby badań, albo wycofa się do wąskiej niszy uniwersyteckiej, podczas gdy inne dyscypliny staną się naukami społecznymi przyszłości”¹ (Bainbridge, 1999, s. 664). Żyjemy w „świecie, w którym dominują siły rynkowe, świecie, w którym my, jako socjologowie, tracimy prymat, jaki kiedyś mieliśmy, w badaniu tego, co «społeczne», bo wytwarzanie, wykorzystanie i analiza danych społecznych stają się powszechne” (Savage, Burrows, 2009, s. 763). Facebook, Tesco, Google czy MasterCard wiedzą już o swoich użytkownikach i użytkowniczkach² o wiele więcej i dowiadują się o nich

¹ Ten i dalsze cytaty – o ile nie zaznaczam inaczej – podaję we własnym przekładzie.

² Oficjalne stanowisko Rady Języka Polskiego z 19 marca 2012 roku, dotyczące żeńskich form nazw zawodów i tytułów, zwraca uwagę, że używanie żeńskich form nazw

szybciej niż badacze posługujący się tradycyjnymi metodami o charakterze socjologicznym. Socjologia, aby przetrwać, musi w znacznie większym stopniu włączyć się w tworzenie, rozwój i badanie zmian technologicznych i z wykorzystaniem technologii (Hynes, 2018).

W ramach socjologii Internetu można jednak badać bardzo różne rzeczy i warto je w jakiś sposób usystematyzować. Moim zdaniem da się wyróżnić trzy podstawowe, odmienne podejścia do zagadnienia badań społecznych on-line (ryc. 1.1) (Hine, 2000; Jeran, 2004; Miller, Slater, 2001).



Ryc. 1.1. Różne przedmioty badań w socjologii Internetu

Źródło: opracowanie własne.

Przed wszystkim możemy mieć do czynienia ze względnie tradycyjnymi badaniami ludzi podczas ich korzystania z Internetu; przyjmują one czasem formę rozmowy z użytkownikami sieci o tym doświadczeniu. Tego rodzaju analizy przydają się zwłaszcza wtedy, gdy z różnych względów uczestnictwo w społeczności on-line lub jej obserwacja mogłyby być dla badacza czy badaczki trudne. Przykładowo, ciekawe badania można przeprowadzić w społeczności internetowej świata finansów (Campbell, Fletcher, Greenhill, 2009).

zawodów „będzie świadczyć o równouprawnieniu kobiet w zakresie wykonywania zawodów i piastowania funkcji”. W języku angielskim dyskusja na temat unikania określenia ogólnie wszystkich osób za pomocą form męskich zaczęła się dobre pół wieku temu. Współcześnie w języku prac naukowych powszechne jest już użycie form neutralnych lub jednocześnie męskich i żeńskich, a także okazjonalnie samych żeńskich, ponieważ autorzy i autorki zauważają, że inkluzywność języka wpływa istotnie także na eliminację nierówności, stereotypów itp. Uznając te argumenty, w niniejszej książce także staram się, mimo trudności wynikających ze specyfiki języka polskiego, unikać stosowania wyłącznie form męskich w sytuacjach, gdy w oczywisty sposób chodzi o osoby obojga płci. Zob. Bendix, 1979; Mallinson, 2017; Rorty, 1996; Zuber, Reed, 1993.

Jednak bez dogłębnego poznania tej dziedziny wiedzy i rynku trudno byłoby prowadzić badania obserwacyjne po prostu on-line (Preda, 2017). Co więcej, może się okazać, że np. o wiele więcej dowiemy się o kulturze maklerów czy finansistek on-line dzięki przebywaniu z nimi fizycznie w jednym pokoju, bo będziemy mogli wówczas, po pierwsze – lepiej zrozumieć kontekst zachowań internetowych, a po drugie – w razie potrzeby poprosić o pomoc w odpowiednim nadaniu znaczeń. Tego rodzaju badania, w zasadniczej metodologicznej części, często wpisują się w klasyczne badania etnograficzne lub w nurt badań nad nauką i technologią (*Science and Technology Studies*, STS). Badania etnograficzne ludzi w czasie, gdy korzystają z Internetu, to zagadnienie bardzo ciekawe, jednakże niewymagające osobnego omówienia; na temat badań obserwacyjnych powstało już mnóstwo książek (choćby: Baker, 2006; Emerson, Fretz, Shaw, 2001; Kempny, Nowicka, 2004; Sokolewicz, 1974; Whyte, Whyte, 1984). Podobnie dorobek STS jest bardzo duży i dobrze opisany (Jasanoff, Markle, Peterson, Pinch, 2001; Latour, 1987; Sismondo, 2010; Woolgar, 1991;), a także z powodzeniem stosowany przez badaczy i badaczki w Polsce (Stankiewicz, 2011; Afeltowicz, 2012; Bińczyk, Derra, 2014; Stasik, 2015, 2017; Zaród 2015). Żadna z tych metod nie była też przeze mnie stosowana – w książce skoncentruję się zatem na innych ujęciach socjologii Internetu.

Drugim możliwym rozumieniem socjologii Internetu jest badanie społeczności w Internecie – ich relacji, zachowań, dynamiki. Przez społeczność internetową można rozumieć, wedle klasycznej definicji Howarda Rheingolda, „społeczne zbiorowości, które wyłaniają się z sieci, gdy wystarczająco dużo osób prowadzi publiczne dyskusje, wystarczająco długo i z wystarczająco dużym ludzkim zaangażowaniem, aby powstały sieci osobistych relacji w cyberprzestrzeni” (Rheingold, 1993, s. 4). W ramach badań czysto wirtualnych jest to oczywiście także obserwacja person, czyli awatarów internetowych (Przegalińska, Jemielniak, 2015; Williams, 2007), a nie ludzi, o czym niektórym zdarza się zapominać. To pozornie drobna różnica, lecz w niektórych kontekstach mająca duże znaczenie. Badając zachowania awatarów, musimy brać pod uwagę zarówno to, że pozornie różne postaci mogą być wytworami tej samej osoby, jak i to, że ten sam awatar

mogą kontrolować różne osoby. Ponadto wreszcie, w interakcjach mogą uczestniczyć także Nieludzie, czyli boty (Przegalińska, 2016), co samo w sobie także jest ciekawym tematem badawczym dla socjologii Internetu, ale ma wartość przede wszystkim wtedy, gdy zdajemy sobie sprawę, że autorami wypowiedzi są maszyny.

Dlatego badania samych awatarów często uzupełniają się badaniami ludzi – poprzez tradycyjne wywiady i obserwacje, choć badanie awatarów może być również wartościowe samo w sobie (Przegalińska, 2015). To podstawowa różnica między czystą socjologią wirtualną (polegającą wyłącznie na badaniu on-line) a socjologią cyfrową (uwzględniającą także kontekst ludzki, czyli np. uzupełnianą wywiadami, choćby za pośrednictwem internetowych komunikatorów). Badania społeczności w Internecie mają oczywiście bardzo ważny wymiar ilościowy – można wręcz powiedzieć, że socjologia nieodwracalnie zmieniła się, od kiedy dostępne są Big Data, a także nowoczesne internetowe narzędzia analizy społecznej. W tej książce postaram się opisać, w jaki sposób można wykorzystać te różne podejścia, począwszy od ilościowych, także z dziedziny Big Data, po podejścia zdecydowanie jakościowe, z zakresu etnografii wirtualnej i cyfrowej, oraz zachęcać do ich możliwego, choć niekoniecznego, triangulacyjnego połączenia – odnosząc się zarówno do ilościowych i jakościowych metod zbierania danych, jak i do ich analizy³.

Ostatnim możliwym rozumieniem socjologii Internetu jest badanie wytworów kultury internetowej. Podobnie jak dawniej ważną gałęzią socjologii była socjologia kultury (Filipiak, 2000; Golka, 2007; Kłoskowska, 1981), tak obecnie równie ważną staje się jej internetowa siostra. Badanie tego typu – jako element socjologii Internetu – jest o tyle istotne, że rewolucja cyfrowa doprowadziła do sytuacji, w której większość konsumentów kultury może być jednocześnie jej producentami i dystrybutorami – i często, choć w ograniczonym zakresie,

³ To jest o tyle istotne rozróżnienie, że zebrane dane ilościowe można analizować zarówno jakościowo, jak i ilościowo – można np. na przeprowadzonych wywiadach etnograficznych stosować pewne operacje ilościowe, np. badać częstość występowania słów. W niniejszej książce opisuję zarówno wybrane metody zbierania danych, jak i ich analizy – ponieważ jednak pozycja ta nie dotyczy metodologii ogólnej, nie przeprowadzam w tekście każdorazowo szczegółowego rozróżnienia, zakładając, że czytelnicy i czytelniczki mają bazowe rozumienie tych zagadnień.

rzeczywiście się nimi staje. Do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu artefaktów kulturowych wystarcza obecnie choćby aparat fotograficzny w telefonie komórkowym albo generator memów. W związku z tym, o ile w tradycyjnym, przedcyfrowym społeczeństwie badanie twórczości kulturowej mogło być traktowane jako mniej istotny sposób poznawania norm, wartości i założeń społecznych, o tyle w dobie Internetu gra ono o wiele większą rolę. W niniejszej monografii spróbuję pokazać, jak istotne dla badań socjologicznych może być wykorzystanie aparatu badawczego, dotychczas stosowanego przede wszystkim w badaniach narracyjnych i antropologicznych.

W moim ujęciu analiza ilościowa i jakościowa społeczności internetowych może płynnie przeplatać się z badaniem produktów kultury cyfrowej i łącznie stanowić spójny system, oparty na różnorodnych narzędziach badawczych i perspektywach. Zastosowanie go w całości lub wybranej części powinno umożliwiać solidną analizę socjologiczną, dającą podstawy do budowania teorii na temat zachowań ludzi on-line.

W ostatniej części monografii koncentruję się na kwestiach etyki badawczej. Co prawda większość osób sięgających po tę książkę ma świadomość wyzwań z nią związanych w badaniach społecznych jako takich, ale badania internetowe otworzyły pole dla wielu nowych kwestii etycznych, które trzeba brać pod uwagę. Postarałem się je zwięźle opisać, prezentując interpretację aktualnego stanu wiedzy, przefiltrowaną przez moje własne doświadczenie.

2. Rewolucja internetowa

Rozwój Internetu doprowadził do radykalnej zmiany wielu zachowań społecznych. Metody interakcji, spędzania wolnego czasu, nawiązywania przyjaźni, a nawet same kategorie znajomych i przyjaciół czy sposoby utrzymywania bliskości – uległy w ostatnim czasie gwałtownym przeobrażeniom, zwłaszcza wśród osób używających intensywnie tego medium (Hobbs, Owen, Gerber, 2017; Jinasena, 2014). Powstały nowe fenomeny społeczne, jak choćby społeczności internetowe złożone z osób nieznanących się z widzenia, a które mają silne poczucie przynależności grupowej. Zdaniem niektórych socjolożek, specyfika społeczności wirtualnych może uprawniać do uznania ich za nowy, odrębny typ społeczności (Szpunar, 2004).

Początkowe badania sugerowały, że osoby mocno zaangażowane w różne tego typu społeczności internetowe mogą być wyraźnie bardziej aspołeczne – korespondowało to ze stereotypem komputerowego geeka, który zaszywa się w piwnicy, aby za pośrednictwem Internetu maskować swoje ułomności w relacjach międzyludzkich (Nie, Hillygus, 2002). Ponieważ jednak współcześnie korzystanie z sieci społecznościowych stało się powszechne, a udział w zbiorowościach on-line przynosi także bezdyskusyjne korzyści społeczne (Pendry, Salvatore, 2015; Raza, Qazi, Umer, 2017), sprawa zdecydowanie nie jest już tak oczywista. Warto jednak pamiętać, że niektóre dane wskazują na przykład, że z Facebooka bardziej korzystają osoby, które czują się samotne (Song i in., 2014). Narastającym problemem społecznym jest także uzależnienie od mediów społecznościowych (Hawi, Samaha, 2017).

Obecnie dla każdej praktycznie gałęzi socjologii nagle wyrosło lustrzane odbicie pola badawczego, którym można się zajmować w ramach socjologii Internetu, tak w postaci badań uzupełniających

badania tradycyjne, jak i całkowicie osobno. Cybernacionalizm (Jiang, 2016), zaangażowanie w społeczeństwo obywatelskie (Chmielewska-Szljajfer, 2019), relacje władzy w handlu internetowym (Jarrett, 2003), społeczna konstrukcja seksualności on-line (Brickell, 2012) i setki innych zagadnień, których socjologiczna analiza stała się możliwa dopiero dzięki wykorzystaniu badań internetowych, pokazują jednoznacznie, że rewolucja internetowa jest ogromną szansą dla socjologii jako dyscypliny. Można wręcz mówić o momencie zwrotnym, który na nowo zdefiniuje rolę i pozycję socjologii w społeczeństwie (Possamai-Inesedy, Nixon, 2017).

Niniejsza książka ma charakter metodologiczny i może być przydatna dla osób zainteresowanych zjawiskami społecznymi, które są właściwe tylko dla Internetu, a także dla osób, które zajmują się tradycyjnymi tematami badawczymi, ale muszą coraz bardziej uwzględniać w nich internetowe elementy.

Procesy i zjawiska społeczne, które ujawniły się dopiero poprzez i dzięki rozwojowi mediów internetowych, są dobrymi przykładami tego, jakie rysują się kierunki badań, ale omawiane narzędzia mają na ogół o wiele szersze zastosowanie. W niniejszej monografii nie będę zajmował się ich szczegółowym omówieniem ani skategoryzowaniem, zaznaczę jednak skrótowo trzy duże zmiany społeczno-ekonomiczne wywołane (lub spotęgowane) przez technologię, które stanowią ważny, nowy przedmiot badań i godne są dalszej uwagi: relacje on-line, kryzys wiedzy eksperckiej i rozwój gospodarki dzielenia się.

2.1. Relacje on-line

Możliwość komunikowania się z innymi przez Internet otworzyła niespotykane dotąd perspektywy kultywowania starych znajomości i zawiązywania nowych (Davis, 2010; Holmes, 2012). Jak zauważają Lee Rainie i Barry Wellman (2012), mamy do czynienia z potrójną rewolucją społecznych kontaktów: (1) przez zwiększone wykorzystanie Internetu jako takiego, (2) przez technologie mobilne oraz (3) przez media społecznościowe. Być może przemiany więzi społecznych i sama teoria zmiany społecznej, opisane w ważnej książce Anny

Gizy-Poleszczuk i Mirosławy Marody (2004), także wymagają adaptacji do rzeczywistości nowych form komunikacji i relacji. Wynika to choćby z rozkwitu tzw. indywidualizmu sieciowego, specyficznego rodzaju społecznej przynależności do zbiorowości internetowej, w którym jednostka co prawda jest częścią jej tkanki, ale ma zarazem charakter autonomiczny i samodzielnie komponuje zbiór swoich relacji – prywatyzując społeczność, do której należy (Rainie, Wellman, 2012).

Jest faktem, że media społecznościowe radykalnie przedefiniowały sposób kształtowania relacji prywatnych. Mamy obecnie do czynienia z bliskością pośredniczoną on-line i z nowym typem znajomości, będącym niejako pomostem między relacjami czysto prywatnymi a *quasi*-publicznymi, między osobami uczestniczącymi w szerszej społeczności. Sieci społecznościowe umożliwiają znaczące zwiększenie zaangażowania w kultywowanie słabych powiązań (*weak ties*) i formowanie „spersonalizowanych sieci publicznych” kontaktów (Chambers, 2013). Choć skłonność do prowadzenia dzienników czy dzielenia się zdjęciami z przyjaciółmi nie jest niczym nowym i, jak obserwuje Lee Humphreys, nawet predylekcja do wynurzeń o tym, co się zjadło, była nieobca już XVIII-wiecznym pamiętnikopisarkom, to wykorzystanie technologii istotnie zwiększyło krąg osób, wobec których prezentujemy takie szczegóły życia osobistego (Humphreys, 2018).

Wykorzystanie sieci społecznościowych przybiera współcześnie charakter okazjonalnie patologiczny, bo zarówno dzieci (Ihm, 2018), jak i dorośli na ogół nadużywają tej formy obcowania z ludźmi (Kuss, Griffiths, 2017), często z powodu syndromu FOMO (*Fear Of Missing Out* – obawa, że coś nas ominie). Jest również wyraźna korelacja między skłonnością do szukania przyjaźni on-line a uzależnieniem od Internetu – trudno wszakże jednoznacznie wskazać, w jakim kierunku przebiega ta zależność: może być tak, że osoby podatne na uzależnienie od tego medium chętniej szukają w nim relacji albo tak, że duże zaangażowanie w przyjaźni i znajomości internetowe prowadzi przy okazji do uzależnienia (Smahel, Brown, Blinka, 2012). Niektóre badania sugerują wręcz, że zwiększone korzystanie z cyfrowych form kontaktu zwiększa społeczne zaangażowanie, interakcje twarzą w twarz i lokalne więzi społeczne (Chayko, 2014). Światy on-line i off-line się zresztą

także przenikają i w coraz większym stopniu np. społeczne wykluczenie w świecie rzeczywistym może wynikać z wykluczenia w świecie wirtualnym, nie tylko odwrotnie (Marsh, 2016); oczywiście, ta ostatnia prawidłowość skutkuje istotnymi zmianami dla socjologii problemów społecznych (Frysztacki, 2009). Zresztą dychotomia wirtualny–realny nie jest szczególnie użyteczna, wirtualność jest raczej przeciwstawna aktualności (Lévy, 1997), a obok wirtualnej rzeczywistości możemy mówić także o rzeczywistej wirtualności (Castells, 2000).

Bezdiskusyjne jest natomiast to, że obserwacja zachowań znajomych w mediach społecznościowych ma na zachowanie wpływ porównywalny z tradycyjnymi grupami odniesienia. Przykładowo, widok zdjęć znajomych pijących alkohol czy palących papierosy zwiększa akceptację tych używek wśród nastolatków (Huang i in., 2014). Niektóre zależności technologii i nierówności społecznych są również nieoczywiste – przykładowo, syryjscy uchodźcy, mimo ograniczonych zasobów, bardzo aktywnie korzystają ze smartfonów, bo to dla nich podstawowe narzędzie umożliwiające przetrwanie w krytycznie trudnej sytuacji życiowej (Narli, 2018; Kaufmann, 2018). Oczywiście, może to pozostawać także w związku z dużym rozwojem usług mobilnych, które na kontynencie afrykańskim są szczególnie imponujące (Asongu, 2018).

Wielkie postaci światowej socjologii toczą obecnie spór co do tego, czy rosnąca rola cyfrowych kontaktów ma pozytywny czy negatywny wpływ na relacje społeczne jako takie. Optymiści, jak choćby wypowiedzi się jeszcze przed boomem internetowym Anthony Giddens, zwracają uwagę, że mimo gwałtownych przemian w otaczającym świecie relacje międzyludzkie mogą – także dzięki technologicznie zapośredniczonej bliskości – zacieśniać się, jak również nabierać charakteru bardziej kooperatywnego i demokratycznego, opartego na partnerstwie równorzędnych, choć kompletnie niezależnych od siebie podmiotów (Couldry, 2012; Giddens, 1991). Inni, jak np. Ulrich Beck (2002), podkreślają, że mamy do czynienia z postępującą indywidualizacją, która w dobie globalizacji jest jedynym wyjściem umożliwiającym zachowanie pewnej spójności społecznej. Jeszcze dalej idzie Zygmunt Bauman (2007); zwraca on uwagę na to, że współczesne relacje intymne nabierają charakteru przygodnego i płynnego, oraz

ostrzega przed komodyfikacją (utowarowieniem) relacji międzyludzkich w wyniku zmian społecznych, zainicjowanych przez technologię, w tym Internet. Płynność relacji wynika przede wszystkim z coraz silniej oddziałującego imperatywu zmiany, jak również postrzegania braku przywiązania jako wolności (Bauman, 2003), a jedynie częściowo może wynikać z samego zwiększenia liczby dalekich znajomych, z którymi jesteśmy w kontakcie. Dotyczy to zresztą wszystkich sfer życia, nie tylko prywatnego (Jemielniak, Raburski, 2014), i w coraz większym stopniu zmienia typowe trajektorie zachowań, zwłaszcza w pokoleniu, które dorastało, już korzystając z technologii cyfrowych (Krauze-Sikorska, Klichowski, 2013), co prowadzi do syndromu permanentnej zmiany (Krzysztofek, 2012b).

Bliskie relacje uległy jednak bodaj jeszcze bardziej znaczącemu przeobrażeniu niż z dalszymi znajomymi czy koleżeństwem z pracy. Popularność serwisów i aplikacji umożliwiających poznanie nowych osób w celach towarzyskich i intymnych jest w związku z tym bardzo wysoka. Przykład więzi intymnych jest szczególnie ciekawy i użyję go jako przykładu do dalszej dyskusji o relacjach on-line.

Od roku 2013 do 2016 liczba osób w USA w wieku 18–24 lat, które korzystają z internetowych serwisów randkowych, niemal się potroiła (z 10 do 27%), a dla populacji dorosłych łącznie wyniosła 15%. Aż 59% Amerykanów i Amerykanek ogółem było zdania, że to dobry sposób na nawiązanie znajomości (Krzysztofek, 2012b). Nie mam dostępu do nowszych danych, a także szczegółowych analiz dla innych krajów, ale można dość bezpiecznie zakładać, że popularność serwisów randkowych wciąż rośnie.

Korzystają z nich nie tylko młodzi, ale również – starsi, choć oczywiście oczekiwania tych grup wobec osób poznanych on-line się zapewne nieco różnią (Malta, Farquharson, 2014). Posługiwanie się internetowymi serwisami randkowymi rozwiązuje kilka problemów społecznych naraz:

- ułatwia preselekcję, bo przeszukujemy zbiór osób, które są zainteresowane nawiązaniem kontaktu;
- redukuje stres związany z możliwością odrzucenia, bo przynajmniej w części z serwisów kontakt następuje po wstępnym zaaprobowaniu drugiej osoby;

- radykalnie oszczędza czas potrzebny na podjęcie pierwszej decyzji, co oczywiście powoduje, że staje się ona często decyzją opartą głównie na ocenie zdjęcia profilowego, a także, że nie stosuje się pewnych filtrów odsiewających według kryteriów, które w świecie off-line uznalibyśmy za co najmniej równie istotne, ale nadal pozwala na szybkie zainicjowanie kontaktu.

Nie bez powodu osoby, które są bardziej wrażliwe na odrzucenie, chętniej korzystają z internetowych serwisów randkowych (Hance, Blackhart, Dew, 2018). Jeszcze większych zmian w kształtowaniu relacji intymnych dokonały serwisy randkowe w środowiskach osób nieheteronormatywnych. Zwłaszcza w konserwatywnych społeczeństwach miały one jak dotąd wyraźnie bardziej ograniczone pole manewru i możliwości poznania kogoś – serwisy randkowe dokonują więc dla nich znaczącej transformacji organizacji życia prywatnego (Wu, Ward, 2018).

Poważne zmiany sposobów nawiązywania znajomości dotyczą także takich dziedzin, jak np. romanse pozamałżeńskie; obserwacje prowadzą tu niekiedy do zdumiewających odkryć. Świetnym tego przykładem jest portal Ashley Madison, który kontaktował ze sobą osoby pozostające w stałych związkach, lecz z różnych względów poszukujące przelotnych romansów.

Okazało się – przy okazji ataku hackerskiego na ten serwis, gdy po odmowie zapłacenia okupu wyciekły na zewnątrz miliony wrażliwych danych – że płacący klienci (bo klientek prawie nie było) w 80% przypadków, nie zdając sobie z tego sprawy, próbowali nawiązać kontakt z botem, czyli przygotowanym przez serwis profilem udającym żywego człowieka (Cockayne, Leszczynski, Zook, 2017). Boty sprawdzały się tak dobrze, że prowadziły korespondencję z użytkownikami, wymieniając łącznie 20 milionów maili (Tsvetkova, García-Gavilanes, Floridi, Yasserli, 2017). To bardzo konkretny przykład na to, że relacje romantyczne ludzi i botów stają się już całkiem nieabstrakcyjną rzeczywistością. Nie powinno to zresztą dziwić, bo relacje z lalkami i seksbotami również mają miejsce (Ciambrone, Phua, Avery, 2017), co jest zresztą polem do poważnych, niełatwych rozważań z zakresu bioetyki, jak i potencjalnie jeszcze większych zmian społecznych

w przyszłości (Carvalho Nascimento, da Silva, Siqueira-Batista, 2018; Cheok, Levy, Karunanayaka, 2016).

Rytuály dobierania się w związki międzyludzkie uwzględniają współcześnie także zachowania ze strefy on-line. Chociażby intensywność publicznych interakcji internetowych, jak również ich rodzaj, częstość komentarzy pod zdjęciami czy oznaczanie się na nich – stanowią ważną część systemu społecznego komunikowania w pierw zainteresowania, a następnie gotowości do zaangażowania. Dla już zdeklarowanych relacji z kolei zachowania te mogą sygnalizować przynależność i stanowić sposób na oznaczanie terenu i podkreślanie odrębności (Mod, 2010). To, czy fizyczna randka będzie udana, czy nie, daje się już dość trafnie przewidzieć na podstawie samej tylko dynamiki konwersacji on-line, pierwszego wrażenia i właśnie wymiany sygnałów społecznych (Sharabi, Caughlin, 2017).

To przeplatanie się interakcji internetowych i realnych oraz pełne włączenie komunikacji on-line do repertuaru symbolicznych sygnałów społecznych powoduje, że relacje intymne można współcześnie postrzegać już w kategoriach poszerzonej rzeczywistości. Mają one wymiar fizyczny i realny, ale znajdują się pod przemożnym wpływem percepcji cyfrowych i internetowych tożsamości, narracji i autokreacji (Newett, Churchill, Robards, 2018). Dlatego dla socjologii istotne staje się zarówno badanie samych sposobów kształtowania bliskich relacji społecznych on-line, jak i ich połączenia oraz zmienianej modalności w świecie rzeczywistym. Jeśli wziąć pod uwagę także i to, że udział technologii w kształtowaniu więzi interpersonalnych rośnie, a efekty tych technologii są słabo zbadane – są zmienne, lecz duże – jest to temat wymagający dalszych analiz i będący ważnym, nowym polem badawczym.

Na koniec warto zauważyć, że do analizy przyjaźni i innych relacji społecznych poza Internetem można także skutecznie wykorzystywać nowe technologie i np. analizę sieciową, choćby dzięki zastosowaniu czujników, które noszą badani ludzie (można je także w niektórych przypadkach zastąpić aplikacją na telefon), co prowadzi do uzyskania wartościowych danych uzupełniających tradycyjne metody, jak np. dzienniki prowadzone przez badane osoby czy sondáže. Będę o tym pisał w dalszej części książki.

2.2. Kryzys wiedzy eksperckiej

Revolucja internetowa przypada na okres globalnego kryzysu uniwersytetu i wiary w naukę, być może pozostając z nimi w pewnym związku, jak się czasami sugeruje (Jemieliński, Greenwood, 2015). Zapaść uczelni zachodzi wraz z jednoczesnym przejściem władzy na nich przez kadrę menedżerską średniego i wyższego szczebla. Narzędziem bezpośrednio do tego wykorzystywanym jest proces macdonaldyzacji uczelni (Hayes, Wynyard, 2016). Polega on między innymi na ściślejszej proceduralizacji i kontroli pracy naukowej, wyznaczaniu celów „produkcyjnych” w krótkim horyzoncie czasowym (Berg, Seeber, 2016) i innych zabiegach typowych dla deprofesjonalizacji korporacyjnej (Washburn, 2006; Hadley, 2014). Jednym z objawów tego rodzaju zmiany jest wprowadzanie ścisłych miar „doskonałości naukowej” (Vessuri, Guédon, Cetto, 2014) i nacisk na publikowanie jedynie w czasopiśmie naukowych z listy zatwierdzonej przez biurokratów, co skutkuje zjawiskiem zgrabnie po polsku nazywanym „punktozą”. Potrzeba kontroli jest tak silna, że krytyka rankingów czasopism, przeprowadzana zarówno z pozycji wskazywania błędów metodycznych czy zawartych w nich nieusuwalnych wad (Nkomo, 2009; Özbilgin, 2009; Sangster, 2015; Tourish, Willmott, 2015), jak i pod względem wskazywania tego, jak pogłębiają one nierówności w świecie akademickim (Beigel, 2014a, 2014b; Olssen, 2016), a także wskazywania ich destruktywnego wpływu na wolność akademicką (Tourish, 2011), nie mają silnego oddźwięku. Biurokraci może i „nie umieją czytać, ale umieją liczyć” (Gorman, 2008, s. 705). Ścisła kontrola pracy akademickiej jest jednak możliwa przede wszystkim dzięki rozwojowi technologii informatycznych i realizowana jest także poprzez kontrolę koncertyną, tj. poprzez przedstawicieli i przedstawicielki świata nauki wobec siebie nawzajem, także np. poprzez presję na tworzenie kont ORCID, ResearchID czy Google Scholar. Badanie zarówno mechanizmów tych technologii, jak i ich wpływu na zmiany hierarchii akademickich (Putnam, 2009) czy percepcji komodyfikacji nauki (Hogler, Gross, 2009) poprzez Internet jest ciekawym nurtem socjologicznym, wartym szerszych badań ilościowych. Rozwój rankingów i systemów oceny same w sobie stanowią też interesujący

obiekt zainteresowania naukowego. Choćby z projektu przeprowadzonego przeze mnie wspólnie z Gwinyai Masukume i Maciejem Wilamowskim (Jemielniak, Masukume, Wilamowski, 2019), a opartego na dużym zbiorze danych kilkudziesięciu tysięcy odnośników bibliograficznych, zebranych za pomocą autorskich skryptów z angielskiej Wikipedii, wynika na przykład, że czasopisma medyczne, które cieszą się największym oddźwiękiem na Wikipedii, częściowo pokrywają się z tradycyjnymi rankingami czasopism, ale częściowo od nich odbiegają – faworyzując np. publikacje dostępne w ramach *open access* czy artykuły przeglądowe. Jest to przyczynek do tego, co w odbiorze publicznym stanowi wartościowe źródło informacji.

Dla kryzysu uniwersytetu i neoliberalnego ich przejęcia charakterystyczne jest jednak przede wszystkim także *de facto* zakwestionowanie roli intelektualnych elit w życiu społecznym (Giroux, 2015; Ritzer, 2006). Trudno dociekać, co tu jest przyczyną, a co skutkiem, ale ten fenomen społeczny ściśle się wiąże z rozwojem społeczności internetowych, ma ogromny wpływ na życie i zdecydowanie wart jest pogłębionych analiz, a także krótkiego omówienia tutaj.

Autorytet nauki wydaje się współcześnie trwale i mocno nadwyrażony, a nowe modele uczestnictwa ludzi nauki w tworzeniu odpowiedzi na ważne problemy współczesności dopiero się kształtują (Bijker, Bal, Hendriks, 2009). Wciąż widać także rozdzźwięk między światem naukowym a eksperckim, utrwalany przez przekonanie o separacji wiedzy teoretycznej i praktycznej (Bok, 2009), a debata o roli technokracji we współczesnych demokracjach dodatkowo wprowadziła ostre podziały wewnątrz obu tych zbiorowości (Fischer, 2009). Co więcej, dzięki koordynacji przez nowoczesne platformy technologiczne, nowe ruchy społeczne, zintegrowane wokół samodzielnego zbierania i interpretowania wiedzy, mogą się organizować i wywierać konkretny wpływ choćby na decyzje polityczne, jak jest np. w przypadku zwalczania smogu czy protestów wobec wydobywania gazu łupkowego (Lis, Stasik, 2017). Autorytet ekspercki przybiera charakter rozproszony (Nowak, 2013b).

Rozwój Internetu spowodował też, że koszt dostępu do wiedzy zbliżył się do zera, choć jednocześnie wzrósł koszt sensownego jej sortowania i filtrowania. Rewolucja internetowa unaoczniała bardzo

ciekawe zjawisko: wielu ludzi wyraźnie preferuje szybkość i wygodę dostępu do informacji, przedkładając je nad jej jakość, weryfikowalność czy wiarygodność. Jaskrawo widoczne jest to zwłaszcza w przypadku wiedzy medycznej. Dotyczy ona zdrowia, a zatem kwestii żywotnie ważnej dla każdego człowieka, w której rzetelność informacji ma kolosalny i często nieodwracalny wpływ na życie. W dość niekwestionowany sposób dziedzina ta wymaga także solidnego wykształcenia – w większości krajów świata studia medyczne są dłuższe niż na innych kierunkach, a do uzyskania uprawnień do leczenia wymagane są także kolejne staże i specjalizacje. Mimo tego Internet stał się obecnie podstawowym źródłem informacji medycznych i dotyczących zdrowia (Nettleton, Burrows, O'Malley, 2005). Dzieje się tak, bo następuje gwałtowna demokratyzacja i decentralizacja wiedzy eksperckiej jako takiej i rewolucja hierarchii epistemologicznych (Brosnan, Kirby, 2016).

Zasami ma to pozytywne skutki, nawet w medycynie. W przypadku rzadkich schorzeń „Doctor Google” może się okazać całkiem pomocny (Bouwman, Teunissen, Wijburg, Linthorst, 2010). W końcu pacjenci, mimo mniejszych kompetencji, mają z całą pewnością większą motywację, by znaleźć odpowiedź na pytanie, co ich gnębi. Mogą się samoorganizować, porównywać podejścia i strategie lekarzy i lekarek, a zatem skutecznie odsiewać tych, którzy są mało zaangażowani, jak również dopingować ich do aktualizowania wiedzy (Nicholl, Tracey, Begley, King, Lynch, 2017). Co więcej, zmniejszenie hierarchiczności i jednokierunkowości przekazu wiedzy może mieć pozytywne skutki bezpośrednio w efektywności leczenia. Choćby w Detroit włączenie pacjentów i pacjentek na zasadach partnerskich do badań pomogło doprowadzić do bardziej wartościowych rezultatów (Lantz, Viruell-Fuentes, Israel, Softley, Guzman, 2001). Zaangażowanie rodziców w wymianę informacji i aktywne poszukiwanie terapii dla chorych dzieci także często ma dobre skutki, choć trzeba też zauważyć, że może prowadzić do istotnych przewartościowań tego, czym jest wiedza autorytatywna (Prior, 2003; Schaffer, Kuczynski, Skinner, 2008). Sami chorzy zazwyczaj chętnie dzielą się informacjami o swoich symptomach z innymi osobami z tą samą przypadłością, tworząc internetowe wspólnoty wiedzy, których istnienie ma wartość terapeutyczną

i medyczną – bo w takich wspólnotach pacjenci komunikują się inaczej niż w relacji z lekarzem lub lekarką (Lupton, 2014). Niemniej, trzeba zauważyć, że odejście od odgórnego modelu podejmowania decyzji i nieudzielania chorym informacji jest dyskutowane w medycynie i socjologii zdrowia już od bardzo dawna (Emke, 1992; Henwood, Wyatt, Hart, Smith, 2003). Być może nadszedł czas, aby zredefiniować rolę profesji medycznych (Tousijn, 2006) – jednakże kwestia ta nie budzi zasadniczego oporu ze strony środowisk związanych z ochroną zdrowia, a relacje lekarz–pacjent tak czy inaczej dynamicznie się zmieniają (Petracci, Schwarz, Sánchez Antelo, Mendes Diz, Ana, 2017). Wiedza medyczna zresztą powszechnie i od dawna przekazywana i utrwalana jest nie tylko w kontaktach z lekarzami i lekarkami, ale także, a może przede wszystkim – w domu rodzinnym (Dew i in., 2014) i w kontakcie z grupą. Po prostu współcześnie dzieje się to także on-line i w kontakcie z nieznanymi, a ze względu na wygodę i prostotę kontaktu może on obecnie dominować pozostałe. Problem polega na tym, że zaufanie i autorytet personalny w przypadku tradycyjnych grup wymiany wiedzy budowane były latami w lokalnych społecznościach (McClellan, Moore, 2016; Penner, 2015), a większe zmiany społeczne w zakresie zaufania przebiegają bardziej w skali pokoleń niż nawet dekad (Sztompka, 1993). Obecnie pewne elementy zaufania dotyczącego wiedzy lokowane są on-line bez mechanizmów weryfikacji, a systemy kontroli reputacji w Internecie nie tylko nie rozwiązują tego problemu, ale wręcz mogą się do niego przyczyniać (Kuwabara, 2015).

Istotną zmianą jest m.in. to, że kapitał społeczny on-line przechodzi istotne przeobrażenia i daleki jest od instytucjonalnej stabilności (Julien, 2015). Internet oczywiście może być ważnym sposobem jego budowania, jak również pogłębiania nierówności w dostępie do niego (Batorski, 2005). Kluczowe jest jednak to, że technologia nabiera charakteru lewara: społeczeństwa bogate w kapitał społeczny czerpią coraz większe z tego tytułu korzyści, gdyż w coraz większym stopniu przyczynia się on do wzrostu innowacyjności technologicznej, co skądinąd stanowi poważne długofalowe zagrożenie dla gospodarek takich kultur, jak polska (Batorski, 2013). Zaufanie przeniesione na algorytmy i maszyny, wynikające z automatyzacji, ma wyraźnie odczuwalne

określone koszty i ograniczenia (Beverungen, Lange, 2018). Z drugiej strony przeniesienie części życia społecznego do Internetu prowadzi do zwiększenia zachowań prospołecznych, a także do nowych źródeł tworzenia kapitału społecznego (Bierówka, 2007), również dlatego, że Internet w dużym stopniu pomnaża i wspomaga tworzenie sieci relacyjnych, a nie po prostu je zastępuje (Sztompka, 2016), stanowiąc dalece autonomiczne pole interakcji społecznych (Zarycki, 2006).

Natomiast zakres, w jakim wiele osób jest gotowych współcześnie korzystać z informacji kompletnie nie zweryfikowanych, a mających ogromny wpływ na zdrowie i życie, jest bardzo duży. Jaskrawo widoczne jest to na przykładzie wiedzy medycznej, która stanowi przypadek szczególnie nadający się do pokazania procesów przemian hierarchii wiedzy – dotyczy bowiem dziedziny wymagającej bardzo specjalistycznego przygotowania, opartego na wieloletnich studiach i praktyce, odnosi się do całkiem dosłownie żywotnych kwestii, a jednocześnie ulega gwałtownej rewolucji. Wykorzystam zatem medycynę jako przykład, podkreślając jednocześnie, że przejawy podobnych zjawisk można zaobserwować także i w innych dyscyplinach.

Korzystanie z forów internetowych w kwestii porad dietetycznych jest powszechne, mimo że wiele z tych porad jest, wedle stanu współczesnej wiedzy medycznej, wręcz bezdyskusyjnie szkodliwych (Kimmerle, Gerbing, Cress, Thiel, 2012). Zbiorowości chorych mogą także jednoczyć się przeciw otoczeniu. Przykładowo osoby cierpiące na anoreksję tworzą internetowe grupy wsparcia utrwalające je w przekonaniu, że to reszta świata się myli, a one są w dobrej formie (Smith, Wickes, Underwood, 2015; Wooldridge, 2014), posuwając się nawet do propagowania anoreksji jako pożądanego stylu życia (Kamińska, 2013).

Podobnie wiedza na temat terapii uzupełniających i alternatywnych również jest powszechnie czerpana z Internetu (Holmes, Sarkar, 2016; Sharma). Pod wpływem informacji dostępnych on-line do medycyny alternatywnej uciekają się coraz częściej nawet sami lekarze i lekarzki (Eastwood, 2000). Luka powstała w wyniku utraty publicznego zaufania do wiedzy naukowej błyskawicznie się wypełnia ze względu na duże zapotrzebowanie. Interpretacja wiedzy medycznej przestała być domeną specjalistyczną. Przybywa testów zdrowotnych, które

oferowane są z założenia bezpośrednio konsumentom (Bowman, Woodbury, Fisher, 2016), rośnie też tendencja do samodzielnego stosowania różnego rodzaju urządzeń pomiarowych (Cheung, Krahn, Andrade, 2018; Piwek, Ellis, Andrews, Joinson, 2016), w ramach *Quantified Self*, o którym to ruchu będę też wspominał później. To akurat zmiany, które trudno jednoznacznie zaklasyfikować ocennie – choć nie ulega wątpliwości, że mogą mieć też pozytywny wpływ na zachowania prozdrowotne.

Inne zmiany są jednak o wiele poważniejsze i bardziej zaskakujące. Polski znachor i pseudonaukowiec, promujący jawnie szkodliwe i absurdalne terapie, zarabia rocznie kilkadziesiąt milionów złotych (Sakowski, 2018). Gwałtownie rośnie liczba rodziców, którzy odmawiają szczepień dzieci. Dotyczy to także rodziców z wyższym wykształceniem i o uprzywilejowanej pozycji społecznej (Reich, 2016), którzy według niektórych badań mogą być nawet bardziej skłonni do tego typu zachowań (Yang, Delamater, Leslie, Mello, 2016); być może dlatego, że antywiedza dotycząca szczepień, podobnie jak wiedza naukowa, również wymaga zaangażowania i chęci zdobywania informacji, a także zdolności percepcyjnych ich przetwarzania. Antywiedza o szczepieniach i pseudoteorie rozprzestrzeniają się natomiast w dużym stopniu także za pośrednictwem społeczności internetowych (Kata, 2012). Co ciekawe, badania wskazują, że wypowiedzi antyszczepionkowców (*vel* proepidemików) odznaczają się większą pewnością siebie, lecz sygnalizują także myślenie analityczne (Faasse, Chatman, Martin, 2016). Popularnością zaczynają się cieszyć nawet tak absurdalne stwierdzenia, jak to, że Ziemia jest płaska, a społeczności płaskoziemców organizują się za pośrednictwem Internetu i mają zwolenników na całym globie (Berghel, 2017). Mamy do czynienia z „wirtualnymi naukami społecznymi”, jak Judith Stacey określa proces wykorzystania zaawansowanych technologii komunikacji do społecznej konstrukcji „prawd” i systemów alternatywnych wierzeń co do natury świata (Stacey, 1999). Media społecznościowe i Internet są skutecznymi narzędziami rozpowszechniania złożonych systemów wiedzy i pośredniczenia w kontaktowaniu ich zwolenników (Delgado-López, Corrales-García, 2018). Być może ujawnia to specyficzny proces społeczny – nawet radykalnie rzadkie idee mogą służyć jako oś

organizacji grup, a platformy komunikacji on-line jedynie umożliwiły znacznie precyzyjniejsze dopasowywanie osób o podobnych poglądach i upodobaniach, gospodarując „długi ogon” popytu, podobnie do strategii globalnych korporacji. Poglądy, które wcześniej ulegały rozproszeniu, a osoby je wyznające nie były wręcz skłonne ich głosić w poczuciu osamotnienia, znalazły w społecznościach internetowych silne zaplecze. Grupy wsparcia i wymieniające się wiedzą nabierają charakteru plemiennego, odizolowując się od idei nie pasujących do ich wspólnego mianownika (Rusu, 2016), choć pozytywnym efektem tego fenomenu jest choćby to, że osoby doświadczające w życiu codziennym społecznej stygmatyzacji (np. z powodu otyłości) mogą w Internecie tworzyć dla siebie bezpieczną przestrzeń, ułatwiającą zanegowanie powszechnego odrzucenia (Dickins, Browning, Feldman, Thomas, 2016). Jak trafnie pokazuje znany brytyjski dziennikarz, Matthew d’Ancona, zwłaszcza w przypadku społeczności proepidemicznych wyjątkowo skutecznie działa synergia tendencji antyestablishmentowych, rozwoju przemysłu antyinformacyjnego i antynaukowego, *fake news*, a także teorii spiskowych (d’Ancona, 2017), choć nie bez wpływu było także choćby nasilenie postaw indywidualistycznych czy banalna niechęć do strzykawek i igieł (Hornsey, Harris, Fielding, 2018).

Ewidentnie, wobec gwałtownego rozwoju społeczności internetowych autorytet nauki przestaje wystarczać – inaczej mówiąc, nie wystarcza mieć rację (Camargo, Grant, 2015), bo nie tylko pod względem wygody dostępu do wiedzy czy łatwości jej przekazu, ale i fundamentalnego wręcz zaufania do źródeł nastąpiły bardzo radykalne zmiany (Fotaki, 2014). Co ciekawe, zmiany te nie oznaczają, że autorytet osobisty i formalny autora czy autorki bądź prestiż wydawnictwa przestają się całkiem liczyć, jednak duże znaczenie ma wygoda dostępu, a także postrzegany brak zależności finansowych, np. brak reklam (Sbaffi, Rowley, 2017). Istotne jest również i to, że – jak już wspominałem na początku rozdziału – autorytet lekarski i profesjonalny uległy w ostatnich dekadach gwałtownej erozji niezależnie od rozwoju Internetu (Cook, 2010). Można wręcz mówić o procesie, który Michel Bauwens określa mianem „antykredencjalizmu”, czyli dalece posuniętego sceptycyzmu wobec autorytetu formalnego (Bauwens, 2006), którego w dodatku nie da się sensownie zwalczać z pozycji

modernistycznych, które w opozycji do alternauki często się przyjmuje (Nowak, 2013a).

Nie bez wpływu były kontrowersyjne badania, eksperymenty, a także niejasne zależności finansowe niektórych badaczy od koncernów farmaceutycznych, tytoniowych czy paliwowych¹. Faktycznie, duże korporacje były w stanie wypracować sposoby działania, które systemowo wpływały – i wpływają – na wypaczanie rezultatów badań profesjonalnych w sposób dla nich korzystny (Light, 2007). Hierarchiczne systemy wiedzy i dominacja systemu eksperckiego mocno się przyczyniły do tego, że wobec wielu przypadków naruszenia zaufania publicznego uwidacznia się preferencja do demokratyzacji wiedzy (Gray, 2007). W publicznym powierzchownym dyskursie trudno również bronić istoty metody naukowej, tj. tego, że nie jest ona środkiem uzyskania wiedzy nieomyłnej i pewnej, a jedynie najbardziej sprawdzonym, powtarzalnym sposobem budowania przekonań o świecie, który może prowadzić do błędnych przekonań, lecz robi to jednak w sposób skuteczniej podtrzymujący kompleksowy system wiedzy jako względnie spójną całość (Brickhouse, Dagher, Letts IV, Shipman, 2000; Konieczny, 2016).

Dotychczasowy model dystrybucji wiedzy jest więc kwestionowany także poprzez rozwój wiedzy opisywanej w modelach otwartej współpracy (Jemielniak, Aibar, 2016). Nowe hierarchie wiedzy i systemy legitymizacyjne są jednak bardzo dalekie od równowagi, wpływ wspomnianych korporacji na „demokratyczną” wiedzę w Internecie jest w wielu przypadkach równie duży, o ile nie większy, a mechanizmów kontrolnych i weryfikacyjnych wciąż brak. Dlatego właśnie takie zagadnienia, jak rozwój wiedzy obywatelskiej (*citizen science*), sieci ruchów antynaukowych i alternaukowych, społeczności otwartej nauki czy fenomen *fake news*, są niezwykle aktualne i doniosłe dla nauki w ogólności, a socjologii w szczególności – z dominującą rolą socjologii cyfrowej.

¹ Jak choćby studium Milgrama dotyczące posłuszeństwa i rażenia prądem czy badania nad syfilisem w ramach *Tuskegee study*, w ramach którego odmawiano skutecznych leków chorym czarnoskórym, aby obserwować rozwój choroby; por. Derbyshire, 2008.

2.3. Gospodarka dzielenia się

Poza dużym przetasowaniem źródeł wiedzy społecznej gwałtowny wzrost społeczności internetowych ujawnił pewne inne ciekawe zjawiska. Należy do nich m.in. gospodarka dzielenia się (*sharing economy*), pojęcie tyleż popularne, co i nadużywane, do którego w potocznym rozumieniu zalicza się organizacje tak radykalnie różne, jak Uber i Wikipedia czy Airbnb i Mozilla. Warto tej kwestii bliżej się przyjrzeć.

Kategoryzacje związane z gospodarką dzielenia się zdecydowanie nie są jednoznaczne (Rodak, Mikołajewska-Zajac, 2017; Jemielniak, Przegalińska, 2019). Początkowo osoby badające zagadnienie przyjmowały, że istotnym jej elementem jest wytwarzanie lub powielanie dóbr o zerowym koszcie reprodukcji, czyli w tym przypadku opartych na zapisie cyfrowym. Faktycznie, jeśli spojrzymy na kwestie piractwa internetowego (Mason, 2009) czy otwartego oprogramowania, dostrzeżemy, iż bardzo ważną zmianą, którą wprowadziła gospodarka dzielenia się, jest replikacja bezkosztowa. Powstał nowy model innowacji, „prywatnego kolektywu”, dzięki któremu zbiorowości nieznanym, rozproszonym po świecie były w stanie wytwarzać stopniowo dzieła, które dotychczas wymagały o wiele większej koordynacji, a zatem organizacyjnych (zwykle – korporacyjnych) struktur (Hippel von, Krogh von, 2003).

Internetowe społeczności, dzięki narzędziom umożliwiającym współpracę, znacznie zredukowały potrzebę odgórnego zarządzania procesem. Eric S. Raymond zaproponował do tej zmiany organizacyjnej metaforę bazaru w zestawieniu z budową katedry (Raymond, 2004) – ta ostatnia wymaga planu architektonicznego, osoby kierującej budową i podziału zadań. Bazar natomiast, do którego porównywał projekty otwartego oprogramowania, nie wymaga całościowej wizji i może się opierać na lokalnych procesach koordynacyjnych, aby nadal pełnić użyteczną funkcję. Pierwsi badacze i badaczki fenomenów gospodarki p2p i dzielenia się dostrzegali zatem przede wszystkim ich ogromny potencjał do wszczęcia rewolucji systemowej, czyli zastąpienia systemu kapitalistycznego i eliminacji związanych z nim nierówności, wynikających z asymetrii wiedzy i dostępu do środków (Bauwens, 2009).

Zagadnienie gospodarki dzielenia się ściśle się wiąże z tzw. gospodarką daru (*gift economy*). Opiera się ona na dostrzeżeniu istotnej roli symbolicznej daru i rytuałów wymiany w wielu instytucjach społecznych (Cheal, 2015; Mauss, 2001), a szczególnie widoczna jest w społecznościach otwartej współpracy (Bergquist, Ljungberg, 2001). Jak się okazuje, ludzie w określonych warunkach chętnie pomagają sobie nawzajem, nawet mając do czynienia z nieznanymi, a kontakty internetowe znacznie ułatwiają tego rodzaju zachowania (Kobus, Jemieliński, 2014a). Cały ruch *free/open-source*², czyli rozwijania oprogramowania z kodem, z którego później może każdy skorzystać, często także komercyjny konkurent, pokazał, że nawet duże, poważne projekty, wymagające systematycznego współdziałania setek i tysięcy zawodowców, da się realizować w modelu, w którym wielu z nich w ogóle nie otrzymuje wynagrodzenia (Benkler, 2002). Choćby oszałamiający sukces Linuksa, systemu operacyjnego rozwijanego przez tysiące nie znających się osobiście programistów i programistek w ramach *free/open source*, a który jest najpopularniejszym serwerowym systemem operacyjnym na świecie oraz stanowi podstawę Androida, czyli najpopularniejszego systemu operacyjnego smartfonów, pokazuje, że model otwartej współpracy znakomicie wytrzymuje konkurencję z nastawionymi na zysk korporacjami. Podobnie rzecz się ma chociażby z wciąż popularną przeglądarką Firefox, tworzoną przez Fundację Mozilla, czy z najpopularniejszym na świecie systemem zarządzania treścią (CMS), czyli Wordpressem – odniosły sukces większy lub przynajmniej porównywalny jak ich odpowiedniki tworzone przez komercyjne firmy. Model *free/open source* jest po prostu w przypadku niektórych kategorii problemów bardziej skuteczny, a także zachęca

² Dyskusja o tym, czy należy mówić o „wolnym oprogramowaniu”, czy raczej o „otwartym oprogramowaniu”, jest gorąca: przykładowo Richard Stallman, twórca manifestu GNU z 1985 roku, w którym stworzył podwaliny ruchu wolnego systemu operacyjnego, z którego później wykuł się Linux, uważał, że trzeba mówić wyłącznie o tym pierwszym – bo istotą rewolucyjnej zmiany jest wolność do kopiowania, modyfikowania czy wykorzystywania kodu, a nie tylko to, że można do niego zajrzeć. Z drugiej strony ruchy otwartej wiedzy czy otwartego dostępu wskazują, że słowo *open* jest dość dobrze rozumiane, *free* natomiast kojarzy się nie tylko z wolnością, ale i z darmowością i w związku z tym jest słowem nadużywany, np. do programów *adware*. Por. <https://perma.cc/T5AD-QPPE>, <https://perma.cc/MF3R-WLE9>; Stallman, Gay, 2009.

ludzi do kooperacji (Weber, 2004; Benkler, 2011). Podobnie, crowdfunding umożliwił finansowanie wielu inicjatyw społecznych, które inaczej zapewne nie zostałyby zauważone (Stasik, 2018).

Dobra niematerialne wytwarzane za pośrednictwem technologii informatycznych i otwartej współpracy mają nie tylko zerowy lub znikomy koszt powielania, lecz także często charakter nierywalizujący i mogą znacząco przyczyniać się do rozwoju ekonomicznego (Chełkowski, 2015). Jak pisze Paul M. Romer (1990):

[...] dobra nierywalizujące mają dwie ważne implikacje dla teorii wzrostu gospodarczego. Po pierwsze, mogą być akumulowane bez ograniczeń na poziomie indywidualnym, podczas gdy takie elementy kapitału ludzkiego, jak np. umiejętność dodawanie – nie. Każde z nas ma skończoną liczbę lat, podczas których może rozwijać swoje umiejętności. W momencie śmierci danej osoby, jej indywidualne zdolności także znikają. Natomiast dobra nierywalizujące wytworzone przez tę osobę, takie jak np. prawa naukowe, odkryte zasady mechaniki, zjawiska elektrycznych lub chemicznych, formuły matematyczne, oprogramowanie, patenty, rysunki techniczne, czy projekty istnieją nadal, mimo śmierci osoby, która je stworzyła (s. S75).

Zwłaszcza w przypadku dóbr na otwartej licencji oznacza to szybki przyrost dóbr wspólnych. Przykładowo, uzyskaną korzyść społeczną z istnienia Wikipedii szacuje się nawet na setki miliardów dolarów rocznie (Band, Gerafi, 2013).

Jednak początkowy ultraentuzjazm dla społeczności internetowych uległ współcześnie znacznemu osłabieniu – pojawiły się, także w socjologii, nurty bardziej refleksyjne i krytyczne (Juza, 2016), zwracające uwagę na istotne problemy wykorzystywania ludzi za pomocą technologii (Azzellini, 2018; Mikołajewska-Zajac, Rodak, 2016). Dostrzeżono poważne ograniczenia kolektywizmu internetowego, wydające się mieć charakter immanentnych słabości organizacyjnych (Kreiss, Finn, Turner, 2011). Zauważono też chociażby, że istotną osią podziału, dobrze tłumaczącą przemiany zachodzące w świecie, jest nie tyle koncentracja na koszcie reprodukcji, ile model biznesowy organizacji, czyli przede wszystkim to, czy mamy do czynienia

z działaniem dla zysku, czy też z non-profit. Gospodarka dzielenia się może być w tym sensie postrzegana jako przeciwieństwo „kapitalizmu informacyjnego” (Zuckerfeld, 2017), czyli alternatywnej wizji społeczeństwa informacyjnego, opartej na ścisłej kontroli praw własności intelektualnej, ale i z dużym zakresem wolności słowa i dostępu do sieci (Haggart, Jablonski, 2017). Jej przykład ujawnił nowy typ modalności, opartej właśnie na logice dzielenia się w obszarach wcześniej zajętych przez podmioty czysto gospodarcze (Benkler, 2004). Drugą stroną medalu jest jednak zajęcie właśnie przez podmioty gospodarcze obszarów wcześniej typowo pozostawionych nieekonomicznej wymianie i wykorzystanie technologii do pogłębiania komodyfikacji świata społecznego (Wittel, 2013).

Dla nowoczesnych przedsiębiorstw związanych (przynajmniej w potocznym rozumieniu) z gospodarką dzielenia się charakterystyczne jest także np. zwiększanie nierówności społecznych, wykorzystywanie algorytmów do eksploatacji pracowników i klientów czy postępująca atomizacja odbiorców, umożliwiająca wykorzystanie asymetrii informacyjnej i władzy do zwiększania zysków (Schor, Attwood-Charles, 2017). Jest to charakterystyczne choćby dla takich firm, jak Uber. *De facto* stanowią one zaprzeczenie idei dzielenia się, wprowadzając wycenę dóbr, które dotychczas nie zawsze były wyceniane. Absurd retoryki „dzielenia się” w odniesieniu do Ubera i podobnych platform łatwo zauważyć na prostym przykładzie. Jeśli hipotetyczny mieszkaniec ma suszarkę do włosów i pozwala z niej korzystać współlokatorowi, można mówić o dzieleniu się. Jeśli oczekuje za to opłaty, mamy do czynienia z czymś dokładnie przeciwnym (Jemielniak, Przegalińska, 2019), czyli z włączeniem do systemu kapitalistycznego dóbr, które dotychczas były nie w pełni zagospodarowane. Mimo tej dość oczywistej sprzeczności (Botsman, Rogers, 2010) wiele korporacji decyduje się na wykorzystanie dyskursu „dzielenia się”, przede wszystkim z powodów marketingowych i promocyjnych (Terranova, 2004). Dokonują one przy tym zabiegu polegającego na prywatyzacji rezultatów zbiorowych działań, wynikających ze współpracy, przy jednoczesnym transferowaniu swoich biznesowych problemów do sfery publicznej i unikaniu odpowiedzialności (Frenken, Schor, 2017). Nie jest to cecha szczególna wyłącznie współczesnych

korporacji internetowych, bo tradycyjne starają się postępować podobnie (Klein, 2000), ale brak kanonów, ram prawnych czy dopiero kształtujące się normy społeczne związane z nowymi technologiami znacznie ułatwiają podobne działania spółkom technologicznym. Powoduje to złożone problemy regulacyjne (Leshinsky, Schatz, 2018), nowe relacje władzy, a także nowe formy zależności, fascynujące również z punktu widzenia socjologii i zasługujące na dogłębne zbadanie (Hynes, 2018).

Korporacyjne podejście do możliwości oferowanych przez nowoczesne technologie współpracy i społeczności internetowe opisują dwa główne pojęcia i koncepcje: „kapitalizm platformowy” i „gospodarka fuch”. Istotą kapitalizmu platformowego, do którego możemy zaliczyć zarówno Ubera, jak i Airbnb, Google, Apple czy Microsoft, jest próba stworzenia platform technologicznych, które będą ściśle kontrolowane przez korporacje, ale które pozwolą dużym grupom osób współpracować ze sobą lub zaspokajać istotne codzienne potrzeby (Srniczek, 2017). Kapitalizm platformowy opiera się więc na dodaniu pośrednika, który poprzez ścisłą reglamentację zasobów informacyjnych i reguł działania będzie mógł wykorzystać wkład pracy i zasobów poszczególnych ludzi (Pasquale, 2016), co znacząco zmienia kształt relacji społecznych jako takich (Dijck van, Poell, Waal de, 2018). Natomiast gospodarka fuch wiąże się z rewolucją technologiczną pośrednio: opiera się na prekaryzacji zawodów i tendencji do nieoferowania pracy etatowej, na rzecz jednorazowych zleceń, zazwyczaj oferowanych pod przykrywką retoryki profesjonalizacji, przedsiębiorczości i niezależności zleceniobiorców. Portale takie, jak Uber, UpWork czy TaskRabbit, swój model biznesowy opierają właśnie na kojarzeniu zleceniodawców ze zleceniobiorcami (Aloisi, 2015). Pracujące dla nich osoby podlegają komodyfikacji, a dzięki wykorzystaniu technologii informatycznych można maksymalizować marżę na ich pracy od strony zarówno zleceniodawcy, jak i zleceniobiorcy, jednocześnie unikając konsekwencji wynikających ze standardowych regulacji prawa pracy (Steinberger, 2017). Pod pozorem większej wolności pracujący w gospodarce fuch pozbawiani są ochrony typowej dla relacji pracodawca–pracownik (za ich usługę płaci wszak przygodnie po prostu inna osoba prywatna, a platforma udaje, że ogranicza swoją rolę jedynie do kontaktowania).

Choć tego rodzaju eksploatacyjne modele działania także nazywane są czasem gospodarką dzielenia się, terminem lepiej określającym faktyczne współdziałanie na rzecz wspólnego dobra, bez orientacji na korzyść finansową jednego dużego podmiotu pośredniczącego, jest „gospodarka p2p” (Bauwens, 2012). Gospodarka p2p opiera się na kooperatywach on-line (Pazaitis, Kostakis, Bauwens, 2017). Lepiej opisuje zbiorowości takie, jak Wikipedia czy Linux, spontanicznie i za darmo rozwijające produkty o niekwestionowanej wartości społecznej. Michael Bauwens określa ten proces jako odejście od komunizmu kapitałowego na rzecz kapitału dóbr wspólnych i gorąco oręduje za otwartą współpracą (Bauwens, Kostakis, 2014).

Wszystkie opisane pojęcia kładą jednak duży nacisk na ekonomiczne aspekty przemian technologicznych. Tymczasem trzeba zauważyć, że wiele z nich fundamentalnie opiera się nie na produkcji czy wymianie towarów czy usług – stanowią one czasem efekt uboczny, ale nie są głównym motorem działań, bo jest nim np. przede wszystkim dążenie do dzielenia się. Na ten aspekt fenomenu zwracają uwagę choćby Philippe Aigrain (2012) czy Nicholas A. John (2017). Być może nie chodzi także wyłącznie o dzielenie się, tylko o różne formy współpracy samej w sobie. Chociażby wspólne wytwarzanie i konsumpcja memów internetowych na **Imgur** czy **9gag**, jak też zbiorowe dyskusje na **4chan** lub wszelkiego rodzaju czaty i fora internetowe często mogą być nastawione na wspólne przeżywanie kultury lub komunikacji, bez istotnego produktu końcowego. Dlatego wraz z Aleksandrą Przegalińską postulujemy, aby używać pojęcia społeczeństwa współpracy: dla procesów polegających na radykalnym zwiększeniu tendencji kooperacyjnych w wyniku zastosowania nowych technologii (Jemieliński, Przegalińska, 2019). Zestawienie omówionych pojęć przedstawia tabela 2.1.

Tab. 2.1. Zestawienie pojęć powiązanych z gospodarką dzielenia się

Termin	Opis
Kapitalizm platformowy (<i>platform capitalism</i>)	Fenomen powstawania platform technologicznych, które pozornie są jedynie pośrednikami między usługodawcami a usługobiorcami, ale dzięki ścisłej kontroli algorytmów, regulaminów, dostępu do informacji i modelu biznesowego mogą nad nimi uzyskać istotną przewagę.
Gospodarka fuch (<i>gig economy</i>)	Fenomen wypierania pracy etatowej przez pracę opartą na pojedynczych zleceniach, często pod pretekstem „profesjonalizacji”, z wykorzystaniem platform technologicznych umożliwiających kojarzenie zleceniobiorców ze zleceniodawcami.
Gospodarka p2p (<i>peer-to-peer economy</i>)	Zjawisko eliminacji pośredników z obrotu gospodarczego dzięki wykorzystaniu technologii w formie kooperatyw on-line.
Spółczesność współpracy (<i>collaboration society</i>)	Zjawisko radykalnego zwiększenia naturalnego dążenia do współpracy międzyludzkiej za pośrednictwem nowych technologii, w wymiarze zarówno ekonomicznym, jak i społeczno-kulturowym.
Gospodarka daru (<i>gift economy</i>)	Fenomen oparcia konstrukcji niektórych instytucji społecznych nie tylko na wymianie ekonomicznej, lecz także na procesie wymiany symbolicznej i regułach daru, współcześnie szczególnie zauważalny np. w środowisku <i>free/open source</i> .
Kapitalizm informacyjny (<i>informational capitalism</i>)	Koncepcja zwracająca uwagę na to, że rozwój technologii informacyjnych prowadzi do zatarcia tradycyjnych podziałów klasowych na posiadaczy kapitału i klasę robotniczą, a tworzy nowe, związane z pracą opartą na wiedzy i dostępem do informacji (Fuchs, 2010), co z kolei skutkuje zmianami w zakresie wartości (Arvidsson, Colleoni, 2012).
Gospodarka dzielenia się (<i>sharing economy</i>)	Pojęcie odnoszące się przede wszystkim do nowych form dzielenia się i wymiany bezpośrednio między ludźmi z pominięciem pośredników, ale współcześnie także uogólniane na organizacje biznesowe i stanowiące podstawę dla modeli biznesowych opartych na chęci dzielenia się z innymi (Stephany, 2015).

Źródło: Jemielniak, Przeglasińska, 2019.

3. Metody badania społeczności internetowych

Niektórzy badacze i badaczki zjawisk społecznych uważają, że łączenie badań ilościowych i jakościowych jest ryzykowne, a przynajmniej przysparza trudności (Bryman, 2007; Buchanan, 1992). Rozumiejąc ich zastrzeżenia, jestem zdania, że korzyści z wielości narzędzi i spojrzeń przeważają nad negatywnymi stronami (Hammersley, 1992), choć oczywiście wymaga to umiejscowienia w jednym, spójnym paradygmacie. Choć wykorzystywanie wyników ilościowych i jakościowych ma długą historię w tradycyjnych badaniach społecznych (Jick, 1979), to w świecie cyfrowym ma szczególnie dużo zalet – z uwagi na znacznie łatwiejszy dostęp do względnie uporządkowanych danych skwantyfikowanych, ale i zarazem większą potrzebę ich pogłębionej interpretacji, która wobec zalewu źródeł i ich niejednoznaczności jest o wiele trudniejsza.

Prowadzenie badań ilościowych o charakterze eksploracyjnym, czyli nieco odmiennie niż w tradycyjnych badaniach społecznych, doskonale się sprawdza zwłaszcza w badaniu fenomenów internetowych. Umożliwia przede wszystkim wstępne nakreślenie problemu, który później może być naświetlony i wyjaśniony przez badania jakościowe (Spillman, 2014) – a wykorzystanie badań ilościowych na starcie uzasadnione jest choćby tym, że w dużym stopniu mogą one zawierać przypadkowe korelacje. Trzeba jednak zauważyć, że sam podział na badania eksploracyjne i eksplanacyjne jest nieco sztuczny (Stebbins, 2001), a wiele projektów badawczych współcześnie opiera się przede wszystkim na pragmatycznym podejściu iteracyjnym, nakierowanym na wielokrotne powracanie do tych samych pytań i zatarcie tego rozróżnienia.

Użycie dużych ilości danych i interpretowanie ich na drodze dogłębnego projektu jakościowego to doskonały sposób na umiejscowienie Big Data w badaniach społecznych (Curran, 2013), bynajmniej

nie wykluczający utrzymania „antropologicznego nastawienia umysłu” (Czarniawska-Joerges, 1992) ani refleksji typowej dla badań jakościowych. Wykorzystanie różnych metod badawczych ułatwia nieszablonowe myślenie i zwiększa możliwość teoretyzowania w poprzek podziału mikro- i makroperspektywy (Mason, 2006) – zwłaszcza wobec dostępnej dzięki Internetowi potęgi danych ilościowych zaprzęgnięcie jej do wyjaśnienia problemów, które następnie dogłębnie się bada w ramach procesu jakościowego – jest głęboko zasadne. Oczywiście, nie można zakładać, że połączenie danych różnego poziomu szczegółowości i głębi zawsze będzie bezproblemowe – kluczowa zatem jest rozsądna kontekstualizacja wyników i wykorzystywanie danych do stworzenia wspólnej, sensownej i skonsolidowanej interpretacji (Brannen, 2005). Analogicznie wykorzystanie badań jakościowych do wstępnego pilotażu, choćby mającego na celu zidentyfikowanie obszarów i sensownych pytań badawczych dla projektu Big Data, także ma sens. Oczywiście również i w takim przypadku nie ma jednak sensu kurczowo się trzymać podziału na pilotaż i badanie właściwe, bo trzeba sobie zdawać sprawę z płynnego, rozmytego charakteru tych rozróżnień (Nadai, Maeder, 2005).

Na zasadność łączenia ilościowych i jakościowych metod badawczych w socjologii Internetu zwracano uwagę już dwadzieścia lat temu (Sudweeks, Simoff, 1999). Socjologia i nauki społeczne sukcesywnie adaptowały się do nowej rzeczywistości, rozwijając zarówno samodzielne, jak i mieszane metody badań internetowych. Od tamtego czasu zdążyła już jednak wyrosnąć im potężna w pewnym sensie konkurencja. Po pierwsze, jak wspominałem, jest sporo badań społecznych przeprowadzanych obecnie przez duże korporacje na podstawie danych z Internetu, danych, do których nie ma publicznego dostępu. Po drugie, na pytania dotychczas zarezerwowane dla socjologii zaczęli odpowiadać ludzie nauki specjalizujący się w analityce danych, informatyce, matematyce i szeroko rozumianych metodach obliczeniowych (Newman, Barabási, Watts, 2011). Inwazji na pole nauk społecznych śmiało dokonują specjaliści i specjalistki nawet tak odległych nauk, jak biologii, medycyny czy fizyki (Barabási, Jeong, Nédá, Ravasz, Schubert, Vicsek, 2002). Prężnie rozwija się także humanistyka cyfrowa, której pole zainteresowań także wkracza na

obszary dotychczas zarezerwowane dla nauk społecznych (Szpunar, 2016). Równie dynamicznie rozwija się również cyberkulturoznawstwo (Kamińska, 2018).

Co ciekawe, ze względu na to, że owi badacze i badaczki nie uczestniczyli w dziesięcioleciach dyskusji na temat metod i tradycji badawczych, czynią to zazwyczaj w oderwaniu od tego, co w naukach społecznych zwykło się uważać za kanon dobrych praktyk bądź ustalony paradygmat, włącznie z podstawowymi kwestiami etyki badawczej (Frade, 2016). Dostęp do dużych ilości danych wywołał zatem zarówno klęskę urodzaju, jak i jedno z największych wyzwań dla socjologii jako dyscypliny, wymuszając zarazem konieczność przededefiniowania się i konsolidacji tożsamości badawczej (McCarthy, 2016; Lazer, Radford, 2017). Bez zdecydowanej reakcji i dostosowania do nowych możliwości może grozić jej utrata znaczenia (Krzysztofek, 2011), choć akurat nadmiar danych i domorosłych socjologów i socjolożek w długim okresie powinien raczej zwiększyć zapotrzebowanie na większą refleksję i metodologiczny rygor, bo złudzenie co do tego, że dane mówią same za siebie, dość łatwo się rozwieje (Żulicki, 2017).

Jak w zamierchłym, biorąc pod uwagę tempo zmian w Internecie, roku 2004 pisał nestor społecznych badań w Internecie, Barry Wellman (2004), początkowo do pisania artykułów naukowych na temat zachowań on-line wystarczyło po prostu mieć ciekawe przemyślenia i intuicje. Później nadeszła era zachłyśnięcia się samą prezentacją danych. Po niej nastąpił okres koncentracji na analizie i interpretacji, a nie samym raportowaniu obserwacji. Dodać można, że obecnie jeszcze ważniejsze staje się umiejętne łączenie różnych narzędzi – w szczególności analiz Big Data i/lub analizy sieciowej z badaniami etnograficznymi i jakościowymi. Tak szeroko rozumiane Big Data potrzebuje *thick data* ('gęstych danych', czyli opartych na gęstym opisie) – bo w przypadku wykorzystywania metod ilościowych, opartych na bardzo dużych zbiorach danych, tym istotniejsze jest nadawanie im sensu poprzez analizę jakościową (Blok, Pedersen, 2014). Jest też odwrotnie – badania jakościowe w coraz większym stopniu potrzebują wsparcia ze strony narzędzi informatycznych (Ducheneaut, Yee, Bellotti, 2010), choćby dlatego, że życie społeczne w coraz większym zakresie przenosi się do świata wirtualnego.

Do łączenia *thick data* z Big Data powinien skłaniać nas również pragmatyzm. Big Data bowiem pozwala na zachłyśnięcie się dawniej niedostępną skalą danych o zachowaniach ludzkich. Można mówić wręcz o „datyfikacji” socjologii (Millington, Millington, 2015). Jednakże stosowanie samych badań z tego obszaru sytuuje socjologię na trudnej, jeśli nie przegranej pozycji: analiza Big Data w wykonaniu zawodowych *data scientists* jest potężną konkurencją. Oczywiście mimo że doniesienia o końcu zapotrzebowania na specjalistyczną wiedzę z zakresu nauk społecznych są zdecydowanie przedwcześnie (Żulicki, 2017), a przy tym dane same w sobie mają niewielką wartość w oderwaniu od analizy, to jednak szeroka publiczność i instytucje decydujące o finansowaniu badań niekoniecznie muszą to rozumieć.

Dopiero interpretacja, zwłaszcza uzupełniona przez pogłębione badania jakościowe, umożliwiła dobre rozumienie rezultatów Big Data – tym bardziej gdy zwraca się uwagę na potrzebę podobnych kombinacji (Halavais, 2015). To swoisty paradoks, ale im większy zalew danych ilościowych, tym większa może być potrzeba badań jakościowych (Babones, 2016). O ile interpretacja tradycyjnych badań ilościowych samodzielnie jest możliwa, bo mają na ogół sporą kontekstualizację, o tyle Big Data często ma jej znacznie mniej. W końcu problemem przestaje być dostęp do samych danych, a staje się nadawanie im sensu (Krzysztofek, 2012a). Oczywiście, otwarcie socjologii na Big Data prowadzi także do dalszej „dzikiej interdyscyplinarności”, w której socjologia spotyka się z antropologią, teorią organizacji czy informatyką (Goulden i in., 2017), a w przypadku badań wytworów kultury – także z medioznawstwem, kulturoznawstwem (Filiciak, 2016), czy nawet literaturoznawstwem, lecz umożliwia realizację naprawdę użytecznych poznawczo, przekrojowych badań społecznych. Można w tym sensie mówić wręcz o „symfonicznych badaniach społecznych” (Halford, Savage, 2017). O ile w zakresie samej analizy dużych korpusów danych inne dyscypliny są wyraźnie bardziej zaawansowane, o tyle socjologia znajduje się na unikatowej, uprzywilejowanej pozycji: mając zarówno wysokie kompetencje ilościowe, a jednocześnie ogromną tradycję socjologii jakościowej, włącznie z wielkim dorobkiem z zakresu badań ściśle etnograficznych (Goffman, 2014; Konecki, 1992; Willis, 2013), jak i głęboko wypracowany, mocno proceduralizowany

(Atkinson, 2013) kanon podejść takich, jak np. teoria ugruntowana (Konecki, 2000), oraz wypracowane standardy interpretacyjne w ramach teorii socjologicznych. Dlatego sądzę, że socjologia dzięki tworzeniu kanonu socjologii cyfrowej, sięgającego do badań zarówno ilościowych, jak i jakościowych, może skutecznie poszukiwać sposobów na utrzymanie kluczowego miejsca dla siebie wśród nauk społecznych.

Wykorzystanie danych Big Data nie powinno być zatem celem samym w sobie, lecz raczej środkiem do pozyskania określonej wiedzy, dla której często istotnym uzupełnieniem mogą być właśnie dane jakościowe (Alles, 2014). Kanony i sposoby tego rodzaju połączeń dopiero się kształtują (Huc-Hepher, 2015). Przykładowo, w ramach jednego z podejść dane geograficzne z GPS i z Myspace pomogły skontekstualizować i osadzić lokalnie dane etnograficzne (Hsu, 2014). Z kolei Tobias Bornakke i Brian L. Due ciekawie pokazują (Bornakke, Due, 2018), jak w praktyce można łączyć Big Data z kontekstualizacją etnograficzną: wykorzystując obserwacje i wywiady, ale i dane z ponad 1000 godzin nagrań video, wykorzystane do zapisu najczęstszych trajektorii poruszania się po sklepie, a także łącząc dane z GPS 371 rowerzystów i rowerzystek z wywiadami i obserwacjami. Podobnie w duńskim zespole badawczym z powodzeniem łączono duże zbiory danych z telefonów komórkowych z podejściem etnograficznym (Blok i in., 2017).

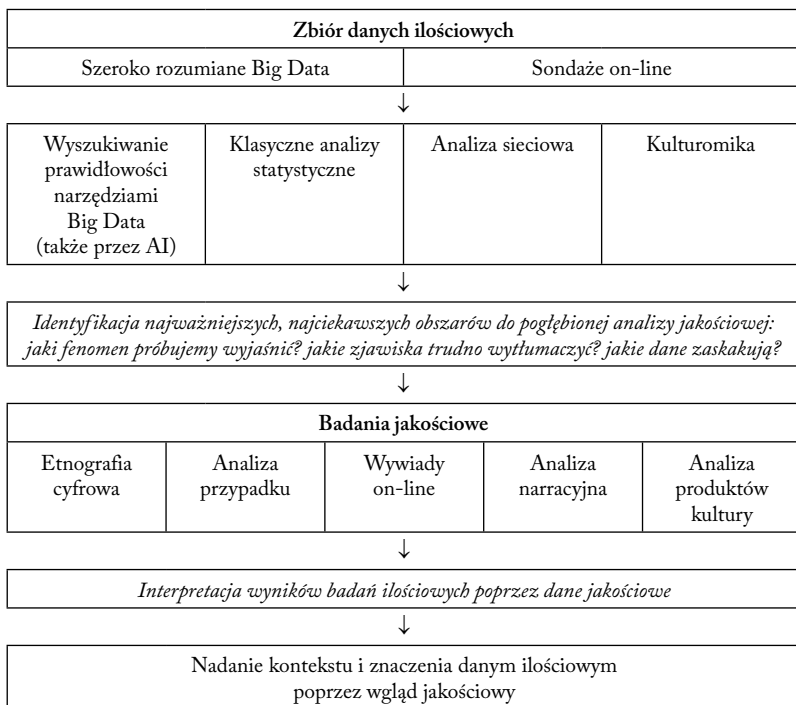
Z kolei Latzko-Toth, Bonneau i Millette proponują, aby Big Data kontekstualizować przez gęsty opis (Latzko-Toth, Bonneau, Millette, 2017) m.in. dzięki takim metodom, jak:

- wywiady na temat śladów: rozmawianie z wybranymi osobami, do których danych ilościowych mamy dostęp, oraz uzyskiwanie od nich komentarzy i wspólnej interpretacji tychże;
- „ręczne” zbieranie danych: zbieranie danych ilościowych, ale nie za pośrednictwem zautomatyzowanych narzędzi, tylko przez wybór celowy, np. tworzenie bazy tweetów nie na podstawie konkretnych wyszukiwań, ale po przeczytaniu każdego z nich i świadomym zaklasyfikowaniu do określonej kategorii. Kolejnym krokiem może być analiza ilościowa takiej jakościowo zidentyfikowanej sieci.

Na rycinie 3.1 przedstawiam możliwą kolejność etapów badawczych, poczynając od badań ilościowych na badaniach jakościowych

kończąc. Oczywiście w konkretnym projekcie badawczym trzeba się zdecydować na odpowiednie narzędzia i sposoby zbierania danych – na poziomie zarówno ilościowym, jak i jakościowym. Można również zastosować odwrotny kierunek, tj. od analizy jakościowej i wygenerowanych za jej pomocą teorii przejść do stawiania hipotez i ich weryfikacji w projekcie ilościowym. Ważne jest to, aby zauważać siłę zarówno Big Data, jak i *thick data*.

W kolejnym podrozdziale książki skoncentruję się na badaniu społeczności internetowych, czyli zachowań organizacji czy kultury ludzi i awatarów, poczynając od omówienia arsenału metod ilościowych, na jakościowych kończąc. Kompleksowe badania społeczności uzupełniam następnie badaniem artefaktów kulturowych, o czym piszę w kolejnym podrozdziale.



Ryc. 3.1. Etapy badań *Thick Big Data*

Źródło: opracowanie własne.

3.1. Badania ilościowe

3.1.1. Big Data

Ponieważ z Internetu korzystają miliardy osób, mamy współcześnie możliwość śledzenia siły wpływu nawet bardzo drobnych czynników, których normalnie nie dałoby się dostrzec – z racji zbyt małych prób. Możemy na przykład na podstawie zmienionych wzorców komunikacji on-line dość skutecznie estymować, że ktoś jest bezrobotny (Llorente, Garcia-Herranz, Cebrian, Moro, 2015). Można też zaobserwować godzinne zmiany w nastroju populacji, porównywać reakcje na ból głowy czy alkohol w różnych kulturach na podstawie samej tylko analizy publicznych tweetów (Golder, Macy, 2011). Nawet surowe dane, jeśli opierają się na bardzo dużych próbach, mogą stanowić ciekawy punkt wyjścia do dalszych badań. Przykładowo jeden z najpopularniejszych serwisów pornograficznych na świecie i 22. pod względem popularności serwis w ogóle, **Pornhub**, publikuje co roku raport na temat wykorzystania witryny. W roku 2016 zarejestrowano ponad 23 miliardy odwiedzin tej strony – a odwiedzając ją osoby obejrzały w sumie ponad 91 miliardów godzin filmów, jest to więc ogromna baza. Raport ujawnił ciekawe różnice kulturowe – przykładowo, najdłuższe odwiedziny miały miejsce z Filipin i trwały średnio 12:45 minut, podczas gdy najkrótsze z Kuby – 4:57 minuty, a z Mongolii 5:23 minuty¹. Te dane oczywiście nie pozwalają na dokonywanie interpretacji czy uogólnień kulturowych, bo z pornografii korzysta jedynie pewna część populacji, w dodatku być może różna pod względem profilu demograficznego i kulturowego w każdym kraju – ale stanowią ważną wskazówkę dla badaczy i badaczek społecznych, zainteresowanych tematyką zachowań seksualnych ludzi na świecie. A już informacja o tym, że jednym z najczęstszych zapytań na serwisie jest słowo *teen* ('nastolatek/nastolatka'), może stanowić ważną wskazówkę dla osób zajmujących się seksuologią i kryminologią, usiłujących zbadać kwestię zainteresowania seksualnego nieletnimi (Walker, Panfil, 2017).

¹ <https://www.pornhub.com/insights/2016-year-in-review>.

Źródłem informacji gwałtownie przybywa. Przykładowo analiza ogromnych korpusów wypowiedzi w Internecie pozwala na automatyczne ocenianie siły emocjonalnej oceny zawartej w recenzji filmowej (Thet, Na, Khoo, 2010), co może być szczególnie ciekawe w porównaniach czynionych pomiędzy społeczeństwami. A przecież danych na temat wszelkiego rodzaju ludzkich aktywności też jest coraz więcej – warto wspomnieć chociażby o ruchu Quantified Self (Swan, 2013), czyli o osobach, które mierzą na własne potrzeby wiele parametrów swej aktywności (Lyll, Robards, 2018), często udostępniając je także publicznie – co w przypadku trackerów sportowych, jak Fitbit czy Garmin, ma już charakter masowy. Dostęp do tego typu danych umożliwia znacznie lepszy wgląd w rytm dobowy, poziomy stresu w pracy, a także wpływ na nie aktywności sportowej – czyli w kwestie od dawna znajdujące się w polu zainteresowań socjologii zdrowia (Pantzar, Ruckenstein, Mustonen, 2017). Zakres danych biometrycznych także staje się coraz większy – a w masowym użytku są już nawet urządzenia do uproszczonego pomiaru EEG, choć sprawdzające się przede wszystkim w warunkach laboratoryjnych, względnie do medytacji (Przegalinska, Ciechanowski, Magnuski, Gloor, 2018). Dostępne są również coraz powszechniej profesjonalne czujniki, także np. umieszczane wewnątrz ciała badanej osoby (Rich, Miah, 2017). Z nieco innego obszaru, ale również powiązanego z rozwojem technologii – rozwój urządzeń IoT (Internet of Things), czyli wszelkiego rodzaju sprzętów stale podłączonych do Internetu i przekazujących różnorakie dane, także otwiera zupełnie nowe pola do analiz społecznych (Dale, Kyle, 2016). W pewnym sensie można zauważyć, że nadchodzi era obliczeniowych badań społecznych (Lazer i in., 2009), które stanowią swoisty przyczółek nauk ścisłych w socjologii (Krzysztofek, 2011; Afeltowicz, Pietrowicz, 2008). Dla równowagi trzeba jednak dodać, że prężnie rozwija się także radykalnie odmienny nurt socjologii kontemplatywnej (Janesick, 2016) i humanistycznej (Giorgino, 2015).

Big Data mogą prowadzić do odkrywania niezwykle ciekawych zależności i zdobywania wiedzy o charakterze zdecydowanie intymnym. Michał Kosiński, David Stillwell i Thore Graepel opublikowali w 2013 roku bardzo ważny z punktu widzenia socjologii Internetu

artykuł (Kosinski, Stillwell, Graepel, 2013) na temat przewidywania wielu potencjalnie poufnych danych, takich jak orientacja seksualna, pochodzenie etniczne, wiek, płeć, wyznawana religia, poglądy polityczne, a nawet takie właściwości, jak poziom satysfakcji z życia, inteligencja czy osobowość, jak również skłonność do używania narkotyków, status małżeński rodziców – po prostu na podstawie polubień na Facebooku. Jeśli chodzi o ocenę orientacji seksualnej mężczyzn, skuteczność modelu sięga 88%, a jeśli chodzi o rozróżnianie między Afroamerykanami a białymi mieszkańcami USA – nawet 95%.

Badanie oparto na wynikach 58 tysięcy osób, które, aby skorzystać z bezpłatnego testu psychologicznego, musiały dać aplikacji dostęp do swoich profili na Facebooku. Przy okazji pozwoliło to badaczom na jednoczesny dostęp do wyników samego testu, a zatem na zbadanie na dużej populacji, jakie konkretnie polubienia są dobrymi predyktorami dla konkretnych cech czy preferencji. Co ciekawe, choć zbadano aż do 300 polubień na osobę, już pojedyncze polubienia mogły mieć istotną wartość predykcyjną. Przykładowo polubienie programu *The Colbert Report* było stosunkowo dobrym prognostykiem wysokiej inteligencji, podczas gdy Harleya Davidsona – niskiej. Co prawda niektóre polubienia w oczywisty sposób miały związek z monitorowaną cechą. To jasne, że np. polubienie strony „I love being gay”, czyli ‘Uwielbiam to, że jestem gejem’, bezpośrednio korelowało z orientacją homoseksualną. Jednak niektóre były zdecydowanie nieoczywiste, a nadal całkiem skuteczne, jak np. polubienie „Shaq” (koszykarza Shaquille’a O’Neala), stanowiące dobrą predykcję heteroseksualności mężczyzny.

W kontynuacji badań Youyou, Kosiński i Stillwell (2015) pokazali na próbie ponad 86 tysięcy osób, że komputerowe przewidywania, oparte na analizie polubień, są dokładniejsze niż oceny przeprowadzone przez znajomych tych osób na Facebooku. W niektórych przypadkach, jak np. używania substancji psychoaktywnych, sympatii politycznych czy zdrowia, algorytmiczne prognozy mogą być nawet dokładniejsze niż samoocena osoby będącej przedmiotem badania. Prostą wersję narzędzia, które pokazuje, jak może działać podobny system, można obejrzeć pod adresem applymagicsauce.com (na podstawie ograniczonej liczby polubień na Facebooku i tweetów), w serwisie rozwiniętym przez Psychometrics Center na Uniwersytecie

w Cambridge, na którym przez kilka lat pracował właśnie Kosiński. Dla badaczy i badaczek społecznych kluczowe jest jednak coś innego: zupełnie nieoczywiste połączenia dużych ilości danych przynoszą wartościowe, weryfikowalne informacje.

Nie sposób przecenić tego fenomenu. Ma kolosalne znaczenie w marketingu. Przykładowo Andrew Pole, statystyk amerykańskiej sieci hipermarketów Target, zajmował się od 2002 ciekawym pytaniem badawczym: jak na podstawie danych, które ma sieć, zgadnąć, że klientka jest w ciąży, nawet jeżeli nie chce ujawnić tej informacji? Pytanie to jest istotne biznesowo, bo młodzi rodzice są dla hipermarketów prawdziwą żyłą złota, mają też łatwo definiowalne potrzeby. Jeżeli uda się ich pozyskać na wczesnym etapie, np. utrwalając nawyk kupowania pieluch, często z przyzwyczajenia pozostaną na dłużej i będą kupować także inne towary. Nie bez powodu **Amazon.com** od 2010 roku oferuje specjalny program członkowski *Amazon Mom*, skierowany do młodych rodziców obojga płci – i umożliwia korzystanie z usług Amazon Prime, normalnie kosztujących nawet 99 USD rocznie (do roku bez dodatkowych opłat), pod warunkiem spełnienia pewnych niewyśrubowanych kryteriów zakupowych. Target starał się zatem wykorzystać posiadane dane do tego typu predykcji – a danych ma całkiem sporo, bo każdą kupującą osobę starają się zapisać w bazie, odnotowując dane z karty kredytowej, dane demograficzne, adresowe czy e-mail. Ten ostatni umożliwia powiązanie tych danych z bazami zachowań konsumenckich on-line, często bardzo rozbudowanymi – bo śledzenie wyszukiwań danej osoby to duży rynek, także ze względu na potrzebę dopasowywania reklam do zainteresowań surfujących. Ponadto Target kupuje na rynku wtórnym dane dotyczące swoich klientów, a zawierają one choćby informacje na temat stanu cywilnego, oceny zdolności kredytowej, wykształcenia, a nawet typowych tematów konwersacji on-line. Zespół Targetu zanalizował historię zakupów kobiet, które zapisały się kiedyś do „baby registry”, czyli listy pożądanых prezentów z okazji narodzin dziecka. Przy odpowiednio dużej ilości danych i badanych osób zaczęły pojawiać się ciekawe, powtarzalne wzorce. Przykładowo, spora część kobiet w ciąży na początku drugiego trymestru zaczynała kupować bezzapachowe balsamy do ciała. Niemała grupa w ciągu pierwszych dwudziestu tygodni robiła

z kolei zapasy wapnia, cynku czy magnezu. Ostatecznie zespołowi udało się sprowadzić model predykcyjny do ok. 25 produktów, na podstawie których mogli dokonywać oceny prawdopodobieństwa, czy dana klientka jest w ciąży, a także dość dokładnie przewidywać prawdopodobną datę porodu (Duhigg, 2012). Na podstawie tego algorytmu zaczęto wysyłać kupony rabatowe na artykuły niemowlęce. Jako znamienne anegdotkę warto przypomnieć, że pewien mężczyzna spod Minneapolis zareagował pretensjami na to, że jego córka licealistka zaczęła je dostawać – Target oczywiście przeprosił za pomyłkę. Rychło okazało się, że córka faktycznie była w ciąży i system się nie mylił (Hill, 2012). Historia ta wydarzyła się przed 2012 rokiem – od tego czasu analiza Big Data poszła gwałtownie do przodu. Jest teraz dodatkowo łączona z badaniami AI, czyli z wykorzystaniem sieci neuronowych i uczenia maszynowego. W 2017 wspomniany już Kosiński opublikował np. wyniki badań, wedle których sieci neuronowe – po analizie zdjęć z serwisu randkowego ponad 35 tysięcy osób – były w stanie nie tylko prawidłowo wskazywać orientację seksualną, ale i przy tym z bardzo wysoką skutecznością (91% w przypadku mężczyzn, których pięć zdjęć poddano badaniu), aczkolwiek trzeba zwrócić uwagę, że ta skuteczność dotyczyła prawidłowego wybierania zdjęcia bardziej pasującego do kryterium w trakcie porównywania ich parami (Wang, Kosinski, w druku). To skuteczność znacząco wyższa w porównaniu z wynikami podobnego ćwiczenia uzyskanymi przez ludzi.

Wcześniejsze badania zespołu Kosińskiego w dość radykalny sposób wykorzystuje prywatna korporacja Cambridge Analytica – stworzona w 2013 roku na potrzeby zaangażowania się w amerykańskie kampanie polityczne. Spółka stała się przedmiotem kontrowersji, ale i rozgłosu, uczestniczyła bowiem w zwycięskiej kampanii Donalda Trumpa, a także w skutecznej kampanii na rzecz brexitu w Wielkiej Brytanii. Cambridge Analytica gromadzi duże bazy danych na temat osób uprawnionych do głosowania w wyborach. Wykorzystuje wszelkie możliwe źródła, także z „darmowych” testów psychologicznych i sondaży, baz zebranych przez agencje badania rynku, jak i ze specjalnie napisanych aplikacji mobilnych – często bez wiedzy i zgody dotyczących ich osób (Davies, 2015). Firma chwali się zastosowaniem „behawioralnego mikrotargetowania”, które jak zapewniają jego

twórcy, może służyć przewidywaniu przyszłych potrzeb badanych osób i poznaniu ich lepiej, niż mogłyby zwerbalizować nawet same te osoby. Na potrzeby wyborów w USA wszystkie osoby dorosłe z obywatelstwem USA skategoryzowali według jednego z 32 typów osobowości, dostosowując język przekazu do konkretnych osób, a także podpowiadając ankietantom przekonania rozmówców w konkretnych kwestiach, tak aby łatwiej do nich przekonywać. W USA jest to o tyle łatwiejsze, że obie główne partie od dawna tworzą bazy danych na temat poszczególnych wyborców, starając się znaleźć nieoczywiste wspólne mianowniki ich przekonań dla małych grup. W ten sposób można bardzo precyzyjnie dostosować przekaz np. do zwolenników naszego przeciwnika, którzy rozważają głosowanie, ale da się ich skłonić do zostania w domu, czy to za pomocą negatywnego przekazu, czy to przez namowy np. do wzięcia urlopu w tym czasie. Podobne działania budzą poważne zastrzeżenia – ponieważ opierają się na daleko idącej ingerencji w proces demokratyczny. Ponadto mocno targetowane przekazy reklamowe podlegają bardzo słabej kontroli: o ile normalny przekaz publiczny, jak np. ogłoszenie telewizyjne, może być przedmiotem dochodzenia swoich praw w sądzie w razie np. naruszenia dóbr osobistych czy zniesławienia, o tyle o emisji mikrotargetowanego ogłoszenia zniesławiana osoba nawet nie będzie miała szansy się dowiedzieć. Ujawnienie działań Cambridge Analytica w 2018 doprowadziło do poważnego kryzysu zaufania do Facebooka – ponieważ firma w powszechnej opinii robiła zdecydowanie za mało, by chronić prywatność korzystających z jej usług osób. Niemniej, nie sposób nie zauważyć, że wszelkiego rodzaju dane na temat konsumentów są masowo zbierane przez tysiące spółek w każdy możliwy technicznie sposób i Cambridge Analytica nie jest tutaj wyjątkiem. Facebook znacząco ograniczył dostęp do danych i obecnie jest on zdecydowanie utrudniony, także dla potrzeb badawczych. Abstrahując jednak od tych praktycznych kwestii, trzeba też wspomnieć, że takie zastosowania Big Data mają ogromny potencjał naukowy.

Analiza Big Data pozwala również na prześledzenie ciekawych rozkładów danych, często odbiegających od najbardziej typowego, czyli krzywej dzwonowej, a kojarzonego właśnie z badaniami ilościowymi. Rozkład normalny to taki, w którym prawdopodobieństwo zdarzenia

ekstremalnego (odbiegającego od średniej) zdarza się bardzo rzadko: zgodnie z tzw. regułą trzech sigm aż 99,7% pola pod wykresem krzywej rozkładu znajduje się w odległości trzech odchyłeń standardowych. Jest to rozkład typowy np. dla zjawisk demograficznych: choćby wieku w danej społeczności czy standardowo mierzonej inteligencji. Wiele czasopism z zakresu nauk społecznych polega głównie na badaniach opartych na takiej statystyce Gaussiańskiej (Andriani, McKelvey, 2009). Może to utrudniać dostrzeżenie zjawisk, które mają inną charakterystykę.

Rozkład potęgowy mają często chociażby zjawiska naturalne, takie jak lawiny, pożary czy epidemie. Jest to rozkład o regularności typu $y = kx^a$, gdzie y i x są zmiennymi, a to wykładnik, natomiast k – to pomijalna stała. Rozkłady potęgowe odznaczają się tym, że małe zdarzenia są bardzo powszechne, występuje jednak kilka dominujących przypadków. Jednym z pierwszych odnotowanych przykładów rozkładu potęgowego określa tzw. prawo Zipfa; rozkłady tego typu bywają także określane właśnie nazwiskiem tego harwardzkiego lingwisty: mówi ono o tym, że najczęściej używane słowo w danym języku jest używane ok. dwa razy częściej niż drugie w kolejności, trzy razy częściej niż trzecie itd. (Reed, 2001). Analogicznie dochody przybierają rozkład zgodny z regułą Pareto: 20% osób posiada 80% dochodów. Podobnego rodzaju ciekawe zależności można zaobserwować w wielu fenomenach społecznych: chociażby w rozmiarze przedsiębiorstw mierzonym liczbą pracowników oraz wartością rynkową (Gabaix, Gopikrishnan, Plerou, Stanley, 2003) czy wynagrodzeniach prezesów i prezesek spółek (Edmans, Gabaix, 2011). W klasycznych badaniach socjologicznych analiza tarć klasowych w Chicago w latach 1881–1886 ujawniła podobną charakterystykę konfliktów (z wielkością mierzoną liczbą robotników, a także zakładów pracy) (Biggs, 2005).

Badanie społeczności internetowych także w sposób powtarzalny potwierdza, że niejednokrotnie wyróżniają się one dokładnie rozkładem potęgowym, i to pod względem wielu cech (Johnson, Faraj, Kudaravalli, 2014). Jest on bowiem często pochodną złożoności systemowej: w kompleksowych zbiorach jednostek współzależnych rozkład normalny wcale niekoniecznie jest normą, a takową okazuje się właśnie rozkład potęgowy (Andriani, McKelvey, 2009). Choćby liczba

wizyt na stronie (Adamic, Huberman, 2000) czy liczba odnośników do danej witryny (Albert, Jeong, Barabási, 1999) charakteryzują się tego typu rozkładem. Istotnym elementem strategii sprzedażowej Amazon.com, dzięki której spółka odniosła tak oszałamiający sukces, było właśnie zagospodarowanie „długich ogonów”, czyli zaspokajanie potrzeb klientów skrajnie niszowych, z samego krańca rozkładu popytu (Spencer, Woods, 2010).

W przypadku społeczności otwartej współpracy rozkład potęgowy także często występuje względem aktorów społecznych. Na przykład dokładnie tak rozkłada się popularność użytkowników i użytkowniczek w sieci (Johnson, Faraj, Kudaravalli, 2014). Podobnie reguły uczestnictwa dla większości społeczności internetowych są na tyle podobne, że mówi się wręcz o regule 1%: jeden procent osób dostarcza 99 procent zawartości (Hargittai, Walejko, 2008). Przykład? Zgodnie z tą prawidłowością rozkłada się chociażby liczba artykułów na osobę na Wikipedii (Zhang, Li, Gao, Fan, Di, 2014); górny promil edytujących tworzy aż 44 procent treści (Priedhorsky i in., 2007). Warto jednak pamiętać, że proporcje te się dość dynamicznie zmieniają, a aktywnych osób przybywa (Dijck van, Nieborg, 2009). Tego rodzaju ciekawe obserwacje dostarczają wcześniej niedostępnej wiedzy o ludzkich zachowaniach w dużych zbiorowościach.

Jednak badania z zakresu Big Data wymagają – jak sama nazwa wskazuje – dużych zbiorów danych. Na szczęście dla badaczy i badaczek społecznych wiele z olbrzymich ich baz można wykorzystywać całkowicie bezpłatnie i legalnie. Choćby właśnie dane z serwisów Wikimedia można śmiało pobierać za pośrednictwem API² w wielu popularnych formatach (JSON, XML, PHP czy nawet HTML). Jest to o tyle istotne, że serwisy komercyjne często mocno ograniczają dostęp do swoich danych, np. Twitter co prawda udostępnia swoje API³, ale ma ono ostre limity dla liczby zapytań i ich zakresu, czemu trudno się dziwić – w końcu płatny dostęp do tego rodzaju danych, za pośrednictwem serwisu **Gnip.com**, jest jednym z ważniejszych dochodowych produktów spółki. Co gorsza, licencje serwisów społecznościowych

² Zob. https://www.mediawiki.org/wiki/API:Main_page oraz <https://en.wikipedia.org/wiki/Special:Export>

³ <https://dev.twitter.com/streaming/public>.

często nie pozwalają na udostępnienie bazy źródłowej ani szerokiej społeczności badawczej, ani nawet na potrzeby recenzji – co oznacza, że badania są słabo weryfikowalne przez społeczność naukową. Dotyczy to także badań propagowanych przez same te serwisy – choćby Facebook w 2014 w ramach własnego zespołu Facebook Data Science opublikował niezwykle ciekawą analizę nt. ewolucji memów na stronach serwisu. Opierała się ona na ogromnej bazie danych, a zatem miała wysoką wiarygodność choćby właśnie dzięki temu, że po raz pierwszy w historii wykorzystywała badania ponad miliona statusów, pochodzących z blisko pół miliona kont (Adamic, Lento, Ng, 2014). Jednakże, niestety, z uwagi na to, że zespół autorski nie udostępnił danych źródłowych, społeczność naukowa nie ma nawet możliwości weryfikacji tych wniosków, o wykorzystaniu bazy do innych, uzupełniających analiz nie wspominając.

Dostęp do Big Data w ogóle dość często bywa ograniczany przez korporacje, co z jednej strony utrudnia prawidłową weryfikację wyników przez społeczność naukową, a z drugiej umożliwia powstawanie specyficznych kręgów elit badawczych, które otrzymały przywilej wglądu w dane⁴ (McCarthy, 2016), oddzielonych od całej reszty świata naukowego (boyd, Crawford, 2012). W tym sensie Facebook i jemu podobne korporacje mogą być wręcz postrzegane jako hamujące rozwój nauk społecznych, choć posiadają lepiej ustrukturyzowane i kompletniejsze dane niż większość rządów i urzędów statystycznych (Farrell, 2017).

Dlatego właśnie duże bazy danych udostępniane bez ograniczeń, jak w przypadku Wikipedii, są na wagę złota. Sam wykorzystywałem je we własnych projektach. Niemniej nie każde badania na dużych bazach od razu zasługują na miano Big Data. Przykładowo wspólnie z Maciejem Wilamowskim z Uniwersytetu Warszawskiego przeprowadziliśmy analizę danych z ośmiu wersji językowych Wikipedii. Zbadaliśmy ok. 41 tysięcy najlepszych haseł, przyjmując kryteria oceny każdej ze społeczności rozwijających poszczególne encyklopedie. Wspomagaliśmy się także autorskim botem napisanym w PHP przez mojego współautora. Zależało nam na zbadaniu dość prostej rzeczy, ale

⁴ Co potencjalnie stanowi także pole konfliktu interesów, gdyby interpretacja tych danych mogła być niekorzystna dla udzielających dostępu przedsiębiorstw.

która wydawała nam się dość istotna: czy standardy jakości dla artykułów uważanych za najlepsze będą podobne czy istotnie różne między różnymi wersjami językowymi Wikipedii? Gdyby były podobne, można by zakładać, że ludzie mają w ogóle pewne uniwersalne przekonania o tym, jak idealnie należałoby prezentować wiedzę encyklopedyczną. Wobec globalizacji kulturowej, podobnej organizacji społeczności, identycznej technologii i sposobu prezentacji, a także współpracy między projektami, nie byłoby to zaskakujące – zwłaszcza wobec wyraźnej, silnej kultury paraprofesjonalnej (Jemielniak, 2005). Gdyby były różne z kolei, można by wnioskować, że standardy prezentacji wiedzy pozostają pod silnym wpływem kultury lokalnej (Sułkowski, 2012), bez możliwości uniwersalizacji. W wyniku naszych badań ustaliliśmy, że występują znaczne różnice w średniej liczbie słów, jak i znaków dla najlepszych artykułów (rozkład potęgowy). Pokazaliśmy także, że występują olbrzymie różnice w średniej liczbie wykorzystanych obrazków, w średniej liczbie użytych odnośników bibliograficznych, jak i w średniej liczbie linków zewnętrznych i wewnętrznych. Przede wszystkim zaobserwowaliśmy także istotne różnice w proporcjach użycia tych elementów między różnymi wersjami językowymi. Doprowadziło nas to do konkluzji, że występują duże rozbieżności w preferencjach społeczności, prawdopodobnie uwarunkowane kulturą danego języka: bo poszczególne wersje Wikipedii dotyczą właśnie języków, a nie krajów (Jemielniak, Wilamowski, 2017). Na przykład kraje romańskie mają silną preferencję dla obrazków, a z kolei osoby władające językiem francuskim lubują się w bibliografii (pod względem średniej bezwzględnej liczby odnośników w hasłach, choć już nie nasycenia nimi w stosunku do liczby słów). Jest to interesujące, bo sugeruje, że przekonanie o bezstronnym obiektywizmie wiedzy i uniwersalności sposobów jej prezentacji jest w dużym stopniu złudne. To z kolei wpisuje się w szerszy nurt badań z zakresu socjologii wiedzy (Latour, 1993).

Zbiorem dostępnych na otwartej licencji danych o ogromnym potencjale dla nauk społecznych jest też Wikidata. Jest ona także projektem Wikimedia, ale zawierającym dane bardzo ściśle uporządkowane i łatwe do eksportowania w różnych typowych formatach. W przeciwieństwie do danych pobieranych bezpośrednio z Wikipedii, nie wymagają one żmudnego parsowania, sanityzacji i czyszczenia. Wikidata docelowo

może zawierać większość z tych danych potrzebnych dla Wikipedii, które można zapisać w sposób jednoznaczny w oderwaniu od jednego języka, czyli np. daty urodzeń, śmierci, płcie, zawody itp. Zbiór danych się ciągle dynamicznie rozwija, ale już teraz pozwala na dokonywanie ciekawych obserwacji. Przykładowo, wspólnie z Natalią Banasik-Jemielniak i Wojciechem Pędzichem zebraliśmy dane o długości życia w dniach dla ponad ośmiuset biskupów z sześciu krajów, zmarłych w ostatnim trzydziestoleciu, i porównaliśmy je z analogicznymi danymi dla naukowców i zwykłych księży. Naszym celem było sprawdzenie, czy miliony modlitw w intencji danej osoby wpływają na długość jej życia – źródłem inspiracji do badań była obserwacja, że każdy biskup katolicki otrzymuje średnio kilka milionów takich modlitw rocznie, a to dzięki temu, że strukturę mszy reguluje mszał rzymski, w którym stałym elementem jest taka właśnie modlitwa. Na dużym zbiorze danych pokazaliśmy, że nie da się zauważyć istotnie większej długości życia biskupów, choć zauważyliśmy, że żyli dłużej niż księża – co wytłumaczyliśmy jednakże preselekcją (biskupem może zostać ksiądz po 35. roku życia) oraz kwestiami dochodowymi. Oczywiście wyniki w żaden sposób nie świadczą o skuteczności modlitw jako takiej – bo nie mogliśmy uwzględnić kwestii takich, jak żarliwość, intencjonalność, stosunek emocjonalny do prośby, czy choćby bliskość fizyczna do osoby, za którą się modlono. Niemniej, w tym nieco żartobliwym projekcie udało nam się dowiedzieć czegoś, co nas zwyczajnie zaciekało – ale jego realizacja była możliwa jedynie dzięki Wikidacie.

Dane z projektów Wikimedia (zarówno Wikipedii, jak i Wikidata, czy Wiktionary, Wikivoyage, Commons i in.) mogą stanowić fenomenalne źródło do badań – ograniczonych w zasadzie przede wszystkim wyobraźnią, potrzebną do zadawania dobrych pytań i szukania odpowiedzi na ciekawe problemy. Nawet sama struktura danych może być przedmiotem analizy społecznej – bo to, jak duże grupy ludzi usiłują je organizować i kategoryzować, jest przecież także emanacją społecznych preferencji, stereotypów, przekonań (Adams, Brückner, 2015). Jednakże mimo przebadania dużego zbioru danych, nasz projekt raczej nie zasługuje na klasyfikację jako Big Data: bo za takowe uważa się badania oparte na wielkich zbiorach danych, zazwyczaj strumieniowych, do których analizy trzeba zaprząć coś więcej aniżeli

klasyczne narzędzia statystyczne, a także które prowadzą do powstania predykcyjnych wniosków względnie modeli behawioralnych.

Niedawno Google udostępnił serwis **datacommons.org**, łączący dane z Wikipedii, amerykańskiego urzędu statystycznego, FBI, agencji meteorologicznych, amerykańskich komisji wyborczych – w dodatku w sposób zintegrowany, uporządkowany i wyczyszczony. Warto mieć go na uwadze, zwłaszcza przy analizach powiązanych z geografią. Bardzo użyteczne są także zbiory danych udostępnione przez Stanford University's Large Network Dataset Collection oraz w ramach Harvard University's Dataverse.

Do analizy Big Data powstaje coraz więcej innych ciekawych darmowych narzędzi. Przykładowo, serwis **Google Correlate**⁵ pozwala na wykorzystanie w analizie trendów zapytań do wyszukiwarki Google także badania haseł, których dynamika popularności wyszukiwań jest zbieżna z trendem, który nas interesuje. Ów poszukiwany trend można wręcz wprowadzić ręcznie – rysując go na grafie. Przykładowo, narysowawszy linię, obrazującą jakąś dowolną funkcję (ryc. 3.2),



Ryc. 3.2. Przykład dowolnej funkcji

Źródło: opracowanie własne.

dowiedziałem się, że w Polsce z nakreśloną serią najbardziej korelowały w czasie (od początku 2004 do marca 2017) zapytania:

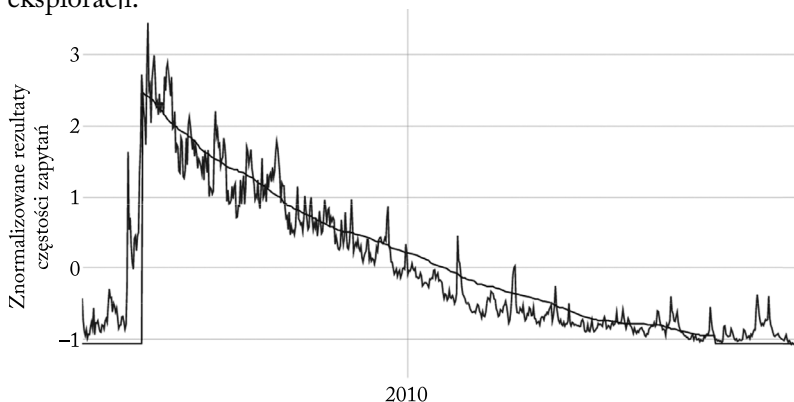
- 1) na dzień dobry ($r = 0,9273$),
- 2) *of warcraft* ($r = 0,9250$),

⁵ <https://www.google.com/trends/correlate/>.

- 3) *world of warcraft* ($r = 0,9249$),
- 4) lineage ($r = 0,9248$),
- 5) miłosne opisy ($r = 0,9213$),
- 6) śmieszne aukcje ($r = 0,9198$),
- 7) lineage 2 ($r = 0,9190$),
- 8) k7vt4a pro ($r = 0,9174$),
- 9) opisy pesymistyczne ($r = 0,9166$),
- 10) lineage ii ($r = 0,9135$).

Wynik (1) jest dla mnie niejasny, być może odnosi się do jakiegoś programu telewizyjnego. Z wyników (2) i (3) można wysnuć prosty wniosek, że popularność gry on-line (*The World of Warcraft*) stopniowo i miarowo malała. Każdy z tych wyników można zobaczyć na wykresie. Przykładowo wynik (2) koreluje w czasie z narysowaną krzywą w sposób pokazany na rycinie 3.3.

Pozostałych skorelowanych zapytań (a zwłaszcza dziewiątego) nie podejmuję się interpretować, ale potencjalnie warto są dalszej eksploracji.



Ryc. 3.3. Funkcja popularności *The World of Warcraft*

Źródło: opracowanie własne.

Znacznie ciekawsze jest jednak wykorzystanie funkcji Google Correlate pozwalającej na wprowadzenie danych o trendzie w czasie w formacie CSV. Dzięki temu możemy na podstawie posiadanych danych na dowolny temat (np. sprzedaży danego produktu, zachorowalności na daną chorobę itp.) zobaczyć, jakie zapytania są z nimi

skorelowane. Można także sprawdzić, jakie zapytania korelują z innymi zapytaniami – przykładowo „zrzucanie wagi” jest w zapytaniach w Stanach Zjednoczonych mocno skorelowane z zapytaniami typu „ćwiczenia fizyczne”, „utrata kilogramów”, „serwatka”, „wzrost masy mięśniowej”, „spalanie tłuszczu” itp. Dzięki samemu zastosowaniu Google Correlate można potencjalnie wyobrazić sobie całkiem poważny projekt badawczy, a z pewnością co najmniej użyteczne uzupełnienie!

Proste dane z lokalizacji i zapytań w Google mogą służyć także bardzo praktycznym celom społecznym. W 2018 epidemiologiczny projekt FINDER, oparty na danych o położeniu uzyskanych z telefonów komórkowych oraz na zapytaniach typowych dla zatruc pokarmowych i algorytmach uczenia maszynowego, umożliwił agencji CDC (Center for Disease Control and Prevention), będącej m.in. odpowiednikiem amerykańskiego Sanepidu, typowanie restauracji wymagających kontroli z ponad trzykrotnie większą skutecznością niż dotychczasowa (Sadilek i in., 2018).

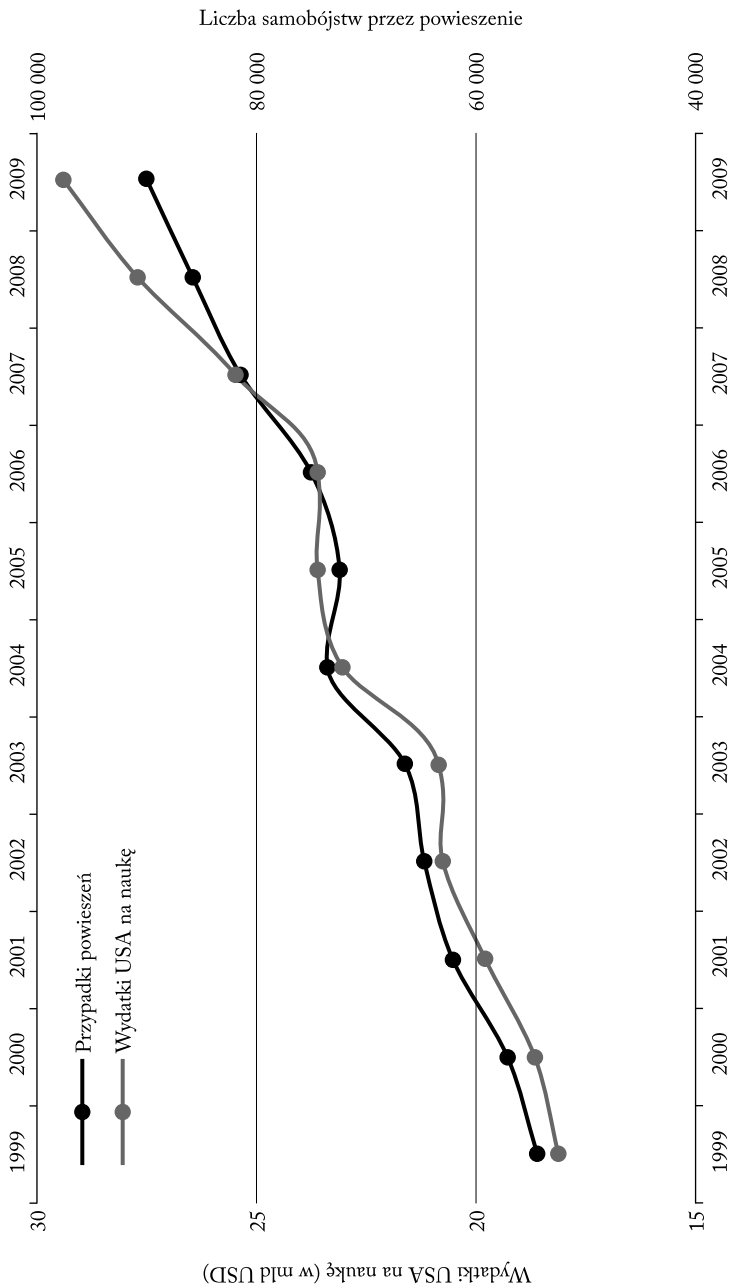
Jednocześnie trzeba mieć świadomość ograniczeń takich narzędzi. Dla przykładu opiszę projekt **Google Flu Trends**. Działając na bardzo podobnej zasadzie, estymował on prawdopodobieństwo rozprzestrzeniania się grypy i dengi, czerpiąc dane z trendów zapytań. Serwis został uruchomiony w 2008 roku i z początku wydawał się idealnym wdrożeniem Big Data (Ginsberg i in., 2009): połączenie trendów zapytań z danymi z amerykańskiego CDC pozwalało na trafne estymowanie epidemii grypy na dwa tygodnie wcześniej, aniżeli umożliwiały to tradycyjne modele epidemiologiczne, co oczywiście miało ogromne znaczenie społeczne i potencjał dla ratowania wielu istnień ludzkich. Jednakże w 2013 roku serwis poniósł spektakularną porażkę, w szczycie zachorowań myląc się o 140 procent. Okazało się, że model Google Flu Trends systematycznie pogorszył swą zdolność predykcyjną (Lazer, Kennedy, King, Vespignani, 2014). Wynikało to w dużym stopniu z zawierzenia przypadkowym korelacjom, które nie miały faktycznego związku z zachorowaniami, a które skutecznie zaśmiecały zbiór danych. W 2015 serwis przestał być dostępny publicznie, choć historyczne dane nadal można przeglądać, a zespoły badawcze mogą zgłaszać się do współpracy z Google, aby pracować nad

lepszym wykorzystaniem danych. Ufanie samym danym pochodzący z Internetu, bez odniesienia do danych pochodzących bezpośrednio ze świata, wymaga precyzji algorytmu i czystości danych, które na razie nie są w pełni dostępne (Rogers, 2017).

Trzeba po prostu pamiętać, że same dane korelacyjne bez dodatkowego kontekstu mogą być mylące. Korzystaniem z Big Data łatwo się zachłysnąć i dostrzegać zależności tam, gdzie ich nie ma, bo przy dużej liczbie danych korelacji przypadkowych po prostu także jest bardzo dużo – co zresztą ma katastrofalne skutki dla nauki, bo badacze i badaczki są silnie motywowani do tego, aby wskazywać korelacje, a wiele z komercyjnych narzędzi komputerowych pozwala przekopywać zbiory danych w ich poszukiwaniu. Skala zjawiska jest tak duża, że niektórzy dochodzą wręcz do wniosku, że „większość publikowanych badań jest błędna” (Ioannidis, 2005, s. e124).

Problem nadmiaru danych zabawnie pokazuje Tyler Vigen w swojej książce *Spurious Correlations* (Pozorne korelacje) (Vigen, 2015) i na stronie tylervigen.com. Serdecznie zachęcam do jej odwiedzenia i przeczytania książki, na zachętę pokazując korelację między wydatkami Stanów Zjednoczonych na naukę, podbój kosmosu i rozwój technologii a liczbą samobójstw przez powieszenie i uduszenie (ryc. 3.4).

Przy analizie Big Data warto pamiętać także o istotnych, nieusuwalnych ograniczeniach algorytmów. Przykładowo, chociaż systemy randek on-line operują danymi na temat dziesiątków milionów profili użytkowników i użytkowniczek, a także starają się tworzyć algorytmy dopasowywania w pary, które opierałyby się na preferencjach i profilach psychologicznych, w praktyce – jak dowodzą badania – zwyczajnie nie są w stanie sprostać tym oczekiwaniom (Finkel, Eastwick, Karney, Reis, Sprecher, 2012). Co ciekawe, jeden z największych serwisów randkowych zorientowanych na dopasowywanie algorytmiczne, **OkCupid**, udostępnia sporą ilość zanonimizowanych danych na temat osób korzystających z serwisu (Kirkegaard, Bjerrekær, 2016). Mogą one służyć zarówno do celów badawczych, jak i do ćwiczeń z zakresu wykorzystywania danych ilościowych (Kim, Escobedo-Land, 2015). Ich udostępnienie stanowi jednakże bardzo poważny problem etyczny (Fiesler i in., 2015): właśnie ze względu na możliwość wykorzystania różnych z pozoru nieistotnych danych do stworzenia profilu danej



Ryc. 3-4. Korelacja między wydatkami USA na naukę, podbój kosmosu i technologię a liczbą śmierci przez powieszenie lub uduszenie
 Źródło: tylervigen.com (użycie za zgodą autora).

osoby i skutecznego przewidywania zachowań oraz cech, a potencjalnie także do jednoznacznego ustalenia jej tożsamości, pomimo zamazania danych identyfikujących wprost. Do etyki w badaniach on-line odniosę się jeszcze w dalszej części książki, tutaj jednakże zaznaczę tylko, że kwestia jest bardzo kontrowersyjna, i osobiście uważam, że udostępnianie tak poufnych danych niesie bardzo poważne ryzyko, nawet jeżeli udostępniającej firmie wydaje się, że zostały prawidłowo zanonimizowane (Fiesler, Wisniewski, Pater, Andalibi, 2016).

Na koniec dodam, że warto też odróżnić samą analizę Big Data od wykorzystywania uczenia maszynowego i Deep Learning – które może prowadzić np. do znajdowania prawidłowości w tych danych. Przykłady mogą uwzględniać chociażby przewidywanie biedy za pomocą zdjęć satelitarnych (Jean i in., 2016), optymalizacji analizy statystycznej w kwestionariuszach (Fu, Guo, Land, 2018), predykcji przemocy więziennej (Baćak, Kennedy, 2018), klasyfikowania wypowiedzi z mediów społecznościowych na podstawie analizy treści (Vergeer, 2015) czy analizy sentymentu w artykułach prasowych (Joseph, Wei, Benigni, Carley, 2016).

3.1.2. Analiza sieciowa

Analiza sieciowa (SNA – Social Network Analysis, czyli dosłownie ‘analiza sieci społecznej’) jest narzędziem dość dobrze znanym w socjologii (Turner, Maryanski, 2004) i bywa czasami nazywana socjologią matematyczną. Jej pierwsze głośne zastosowania dotyczyły np. tzw. siły słabych powiązań (Granovetter, 1973) – fenomenu wyjaśniającego między innymi, czemu przy poszukiwaniu pracy lepiej prosić o pomoc dalszych znajomych niż bliskich przyjaciół (Montgomery, 1992). Siła słabych powiązań polega na tym, że są jednocześnie długie. Działają jak mosty: umożliwiają połączenie osób pozostających względem siebie w dużej odległości społecznej, a tym samym wymianę zarówno informacji, jak i zasobów na większy dystans.

Analiza sieciowa to doskonały sposób na badanie społeczności on-line i świetne narzędzie do analiz zebranych danych ilościowych na ich temat. Metoda daje się stosować także poza Internetem, ale

właśnie w świecie wirtualnym znalazła popularne zastosowanie, bo dane na temat relacji i połączeń między awatarami są tam często łatwe do uzyskania. Jest to również nowe pole badawcze, w którym wiele jest jeszcze do odkrycia. Niektórzy badacze i badaczki twierdzą, że internetowe sieci społecznościowe opierają się głównie na słabych powiązaniach (De Meo, Ferrara, Fiumara, Provetti, 2014), czyli kontakcie z osobami z szerszego kręgu znajomych, a także całkowicie nieznanymi. Tłumaczy to fenomen tzw. twitterowych rewolucji, czyli ruchów społecznej zmiany, które w dużym stopniu wykorzystywały media społecznościowe; należą do nich rewolucje w Tunezji, Egipcie, Hiszpanii czy międzynarodowy ruch Occupy (Kidd, McIntosh, 2016). Inne badania pokazują, że nawet osoby znajdujące się tylko on-line w specyficznych warunkach mogą wytworzyć długie, silne więzi społeczne (Ostertag, Ortiz, 2017), a sama natura relacji społecznych uwzględnia obecnie amalgamat różnych form znajomości i kontaktu on-line i off-line (Chayko, 2014). Tak czy inaczej, analiza sieciowa dobrze się sprawdza w tym kontekście – z uwagi na łatwy dostęp do danych.

Analiza sieciowa opiera się bowiem przede wszystkim na badaniu powiązań właśnie w strukturze sieciowej. Zazwyczaj chodzi o sieć osób lub awatarów, ale może to być także np. sieć połączeń między urządzeniami czy stanowiskami pracy. Podstawowe dwa typy powiązań sieciowych to stany (np. przyjaźń, znajomość) i zdarzenia (np. rozmowa, wymiana, transakcja) (Borgatti, Halgin, 2011). Co jeszcze się zazwyczaj mierzy? W ramach połączeń badać można np. tzw. homofilię, czyli to, w jakim stopniu dany awatar nawiązuje połączenia z podobnymi sobie, a w jakim ze swoimi przeciwnościami, według określonych kryteriów. Takimi kryteriami mogą być chociażby preferencje polityczne czy wykształcenie, płeć lub miejsce urodzenia. Wiele z tego rodzaju danych jest dostępnych w publicznych profilach sieci społecznościowych. Warto przy tym pamiętać, że w badaniu sieci trudno rozgraniczyć homofilię od mechanizmów wpływu – czyli zaobserwować, czy dane zachowanie jest wynikiem tego, że dane osoby są do siebie podobne i działają w podobny sposób, choć niezależnie, czy tego, że jedna zainspirowała drugą (Shalizi, Thomas, 2011).

W analizie sieci zwraca się też uwagę na wzajemność (równoważność) połączeń, ich przechodniość (czy przyjaciel naszego przyjaciela

jest naszym przyjacielem?), jak i gęstość, siłę powiązań czy centralność. Jak w każdym innych badaniach, rzecz jasna, dobór tych wskaźników ma sens dopiero po rozsądnym rozstrzygnięciu, który z nich jest dobrą miarą czego. Ustalenie np. tego, jaka liczba kontaktów (choćby połączeń telefonicznych) wystarcza do stwierdzenia zaistnienia trwałego powiązania, to bardzo istotna kwestia metodyczna (Borgatti, Halgin, 2011).

Przedmiotem badania może być np. współzasiadanie osób zajmujących się finansami w radach nadzorczych (Mizruchi, Stearns, 1988). Analizę sieciową w polskiej socjologii wykorzystywano choćby do badania głębszych preferencji politycznych (Hupa, 2007) czy natury i struktury społeczności lokalnych pod kątem rozległości kontaktów i siły wzajemnej (deklarowanej i wykorzystywanej) pomocy (Wojciechowski, 2004). Analiza sieciowa jest metodą badawczą, która dobrze się sprawdza do badań eksploracyjnych. Choć może stanowić samodzielne narzędzie do kompletnego projektu badawczego, bardzo dobrze nadaje się także jako wstęp do badań etnograficznych (Bellotti, Mora, 2016).

Istotą analizy sieciowej są badanie struktury połączeń i powtarzalne wzorce powiązań. Zamiast kategoryzacji poszczególnych jednostek według ich cech analizuje się przede wszystkim istniejące między nimi relacje. Nacisk, podobnie jak w podejściu systemowym, kładziony jest na całą strukturę: celem jest zaobserwowanie pewnych wzorców relacji, umożliwiających np. wyodrębnienie podsieci, obserwacja klik (grup jednostek, które są ze wszystkimi pozostałymi bezpośrednio powiązane) lub wnioski na temat sposobów działania i organizacji poszczególnych jednostek (zwanych także węzłami lub obiektami) sieci (Wellman, Berkowitz, 1988). Takimi jednostkami mogą być osoby, ale i projekty czy zespoły, organizacje, wydarzenia, a nawet idee. Definicja relacji i stwierdzenie jej wystąpienia są naturalnie w pewnym stopniu umowne i zależne od spojrzenia badawczego – można np. uważać za nią bliskość fizyczną, jak i zaufanie, przynależność do grupy lub konflikt. Zauważenie wzorów interakcji umożliwia lepsze zrozumienie mechanizmów społecznych – bo dodają istotny kontekst do badań samych jednostek (Batorski, Zdziarski, 2009). Jest to bardzo ważne chociażby w przypadku skupienia się na tzw. *boundary spanning*,

czyli 'przekraczaniu granic'. Jest to fenomen społeczny, który polega na obserwacji, że rozprzestrzenianie się informacji i nowej wiedzy w organizacjach często przebiega dzięki osobom, które są doskonale usieciowione i skomunikowane zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji (Meyer, Rowan, 1977; Tushman, Scanlan, 1981). W niektórych przypadkach mamy do czynienia z przekraczaniem granic w wielu różnych siostrzanych organizacjach. Dobrze zwłaszcza można to zaobserwować przy projektach otwartego oprogramowania, gdzie ważne jest komunikowanie między społecznościami osób używających a społecznościami osób tworzących, a jednostki podejmujące się tej roli często robią to na rzecz różnych, nie powiązanych z sobą projektów i wyrażają w nich podobne opinie (Barcellini, Détienne, Burkhardt, 2008). Odkrywanie podobnych społecznych sieci zależności jest dla socjologii jednym z ciekawszych współczesnych wyzwania, pośrednio prowadzących także do rozwoju teorii (Erikson, Occhiuto, 2017).

Jest wiele narzędzi do wykonywania analiz sieci, bo badać można wiele różnych rzeczy. Niektóre badania można wykonać wręcz całkowicie dzięki narzędziom dostępnym on-line. Ciekawym projektem jest myheatmap.com (starsza darmowa wersja to openheatmap.com) – umożliwia ona wprowadzenie danych za pomocą CSV lub Google Docs i pokazuje je na mapie. W ten sposób można np. pokazać, wprowadzając dane adresowe restauracji, jakie jest zagęszczenie lokalami McDonald (ryc. 3.5).

Wspominam o tym serwisie dlatego, że jego autorem jest Pete Warden, który napisał crawler zbierający informacje z profili Facebooka. Skrypt działał przez 6 miesięcy i pobrał dane z 210 milionów profili – zapisując imiona, nazwiska, lokalizacje, osoby zaprzyjaźnione i zainteresowania. Zamierzał w 2010 roku upublicznić swój zbiór danych po jego anonimizacji – jednak dział prawny Facebooka, dowiedziawszy się o tym zamiarze, zagroził procesem cywilnym za naruszenie regulaminu funkcjonowania serwisu – bo do podobnych badań potrzebna jest pisemna zgoda⁶. W rezultacie autor musiał skasować

⁶ Sprawa Wardena jest o tyle ciekawa, że plik robot.txt na Facebooku nie zabraniał indeksowania stron, a tradycyjnie to właśnie w ten sposób strony internetowe sygnalizują, czy wolno kategoryzować zawarte na nich informacje. Trudno wszak oczekiwać, aby



Ryc. 3.5. Nasylenie restauracjami McDonald

Źródło: <http://www.openheatmap.com/view.html?map=NonspeculativeCalcariferousOchidore>.

cały zbiór danych (Giles, 2010). Wielka szkoda, bo wiele z obserwacji poczynionych na podstawie zanonimizowanego zbioru danych było potencjalnie interesujących. Na przykład Warden zauważył, że grupy amerykańskich miast, kiedy analizuje się je pod kątem przyjaźni osób na Facebooku, łączą się w klastry – z silnymi połączeniami wewnątrz, a słabymi poza⁷. Klastry te czasem mają łatwe wytłumaczenia geograficzne, ale nie zawsze: gdy polega się na samych danych ilościowych, trudno zrozumieć, czemu stany takie, jak Missouri, Arkansas i Louisiana, mają bliższe kontakty z Teksasem niż ze stanem Georgia. Dane posłużyły też innym obserwacjom socjologicznym. Na przykład w stanach południowych „Bóg” znajdował się wysoko na liście dziesięciu najczęściej lajkowanych stron, w północnych natomiast częściej lajkowano sporty lub piwo. Z kolei imiona Ahmed i Mohamed najczęściej pojawiały się w Alexandrii (stan Luizjana). Tego rodzaju ciekawostki same w sobie nie mają oczywiście dużej wartości poznawczej,

Google występował o pisemną zgodę na indeksowanie każdej strony. Niemniej, jest to ważna nauka dla wszystkich posługujących się crawlerami do badań społecznych.

⁷ <https://petewarden.com/2010/02/06/how-to-split-up-the-us/>

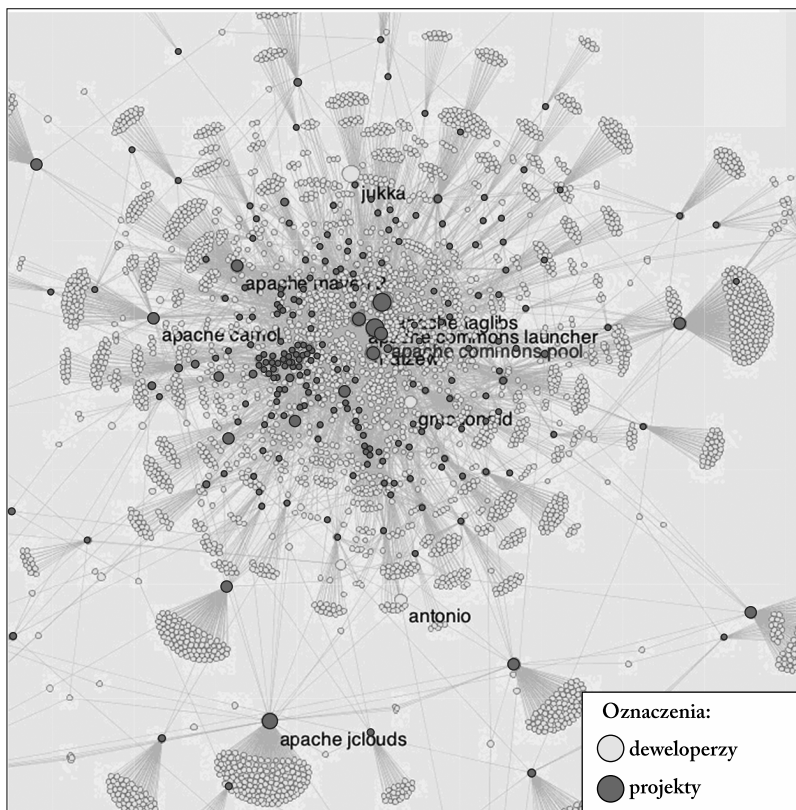
ale potencjalnie mogą stanowić dobry początek do dalszych badań, te zaś – nadać kontekst tym obserwacjom i przyczynić się do odkrycia ważniejszych prawidłowości.

W ramach naszych badań nierówności zaangażowania w projektach *open-source*, przeprowadzonych wspólnie z Peterem Gloorem i Tadeuszem Chełkowskim, dzięki pomysłowi i danym tego ostatniego udało nam się pokazać na podstawie analizy niemal wszystkich projektów Fundacji Apache, że choć o projektach *free/open source* często mówi się, że opierają się na otwartej współpracy, to w praktyce element „współpracy” jest na ogół iluzoryczny (Chełkowski, Gloor, Jemielniak, 2016). Nasza analiza ilościowa, będąca nawiasem mówiąc pierwszą analizą tak dużego zbioru danych o otwartym oprogramowaniu, dowiodła, że zdecydowana większość osób programujących w ramach *free/open source* działa w odosobnieniu i na własną rękę. Zauważyliśmy też, że wkład poszczególnych uczestników i uczestniczek projektu rozkłada się zgodnie z prawem potęgowym.

Po analizie sieciową sięgnęliśmy natomiast po to, by pokazać powiązania wszystkich 4661 developerów z 263 projektami, nad którymi pracowali. Zauważyliśmy, że projekt Apache Taglibs ma najwyższe tzw. pośrednictwo (*betweenness centrality*), czyli stopień zapośredniczenia relacji pomiędzy innymi, co uznaliśmy za dobrą miarę ważności projektu. Opracowywało go 527 programistów i programistek przez ponad 15 lat. Używa przystępnej technologii (Java Server Pages), jest też rozwijany modułowo – co przyczynia się do jego popularności. Skorelowaliśmy pośrednictwo w sieci z liczbą linii kodu, liczbą osób zaangażowanych oraz liczbą zadań (*commits*)⁸ i zaobserwowaliśmy istotną korelację między liczbą developerów i developerek a wysokością pośrednictwa danego projektu ($r = 0,907$, $p < 0,001$, $N = 263$). Z kolei analizując sieć osób programujących, zauważyliśmy, że użytkownik „jukka” z 6345 zadaniami ma najwyższe pośrednictwo. Brał udział w 20 projektach. Korelacja między liczbą zadań a pośrednictwem wynosi $r = 0,222$ ($p < 0,001$, $N = 4660$) – jest istotna, ale nie silna, bo są osoby z wyższą liczbą zadań, a niższym pośrednictwem.

⁸ Ścisłej powierzeń, czyli przekazania własnego kawałka kodu do wspólnego repozytorium.

Dzięki przeprowadzonej analizie sieci udało nam się pokazać, że w projektach otwartej współpracy najbardziej zaangażowani w pracę (mierzoną liczbą zadań) developerzy i developerki wcale niekoniecznie odgrywają najbardziej centralną rolę. Istnieją jednostki w samym centrum sieci społecznej, które co prawda mają relatywnie skromną liczbę zadań, ale są kluczowe dla sieci (ryc. 3.6).



Ryc. 3.6. Analiza sieciowa programistów w projektach Apache

Źródło: Chelkowski, Gloor, Jemielniak, 2016.

Ta obserwacja została także potwierdzona w badaniach jakościowych na innych projektach otwartej współpracy, takich jak Wikipedia – przykładowo użytkownicy i użytkowniczki z największą liczbą

edycji na Wikipedii wcale niekoniecznie zostają funkcjonariuszami organizacyjnymi (Burke, Kraut, 2008).

W ramach badań procesów internetowych analizę sieciową wykorzystuje się też powszechnie w marketingu politycznym. Od kilku lat dzięki niej zauważalne są także działania armii botów na Twitterze, Facebooku i innych mediach społecznościowych (Ferrara, Varol, Davis, Menczer, Flammini, 2016). Wiele wskazuje na to, że niektóre mocarstwa, a w szczególności Rosja, wykorzystują zarówno boty, jak i całe rzesze zawodowych trolli i osób komentujących w Internecie do osiągania celów politycznych (Aro, 2016). Jest to fascynujący temat dla nowych projektów badawczych z pogranicza socjologii polityki i socjologii Internetu, w którym należałoby połączyć różne techniki badań ilościowych i jakościowych.

A jak wykorzystać dane pozyskane z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, ale poza Internetem? Przykładowo, Human Speechome Project przyniósł sławę lingwiście, który zainstalował kamery i mikrofony w swoim mieszkaniu i stale rejestrował pierwsze trzy lata rozwoju językowego swojego dziecka (Tay, Jebb, Woo, 2017). Badania danych o geolokalizacji i połączeniach z telefonów komórkowych ludzi pozwoliły na przewidywanie relacji przyjaźni z 95-procentową dokładnością (Eagle, Pentland, Lazer, 2009), choć trzeba zauważyć, że z uwagi na gwałtownie spadającą popularność telefonu jako medium kontaktu, w przyszłości sytuacja może się znacząco zmieniać. Analiza połączeń telefonicznych 65 milionów abonentów pokazała zależność między strukturą i zróżnicowaniem sieci społecznych a dostępem do szans społeczno-ekonomicznych (Eagle, Macy, Claxton, 2010).

Analiza sieciowa zarchiwizowanego korpusu danych z e-mailami osób pracujących w Enronie pozwoliła na wysnucie ciekawych wniosków na temat dynamiki kryzysu organizacyjnego i komunikacji nieformalnej (Diesner, Frantz, Carley, 2005) – choćby o tym, że w czasach kryzysu organizacyjnego komunikacja między pracownikami nasila się, także w poprzek hierarchii organizacyjnych. Szerzej patrząc, wszelkie interakcje wewnątrz zespołów wirtualnych proszą się o analizy ilościowe. COIN (*Collaborative Innovation Networks*), czyli kooperatywne sieci innowacji, oparte na rozproszonych zespołach kreatywnych, wykorzystujących technologie informatyczne do

komunikacji, to współcześnie najefektywniejsze źródła innowacji, przy okazji stanowiące nowy, wdzięczny temat badawczy (Gloor, 2005).

Z kolei zespół z MIT (Olguín i in., 2009) przeprowadził badania z wykorzystaniem specjalnie zaprojektowanych urządzeń, które badane osoby nosiły stale ze sobą. Na podstawie zebranych danych zmierzono czas interakcji między poszczególnymi osobami, liczbę spotkań, bliskość względem innych osób z zespołu, a także poziom aktywności fizycznej – dzięki czemu udało się wyciągnąć wnioski na temat schematów zachowań w pracy grupowej, a także skwantyfikować reakcje społeczne.

Technologia błyskawicznie posuwa się do przodu i współcześnie podobny projekt można by oprzeć chociażby na aplikacjach telefonicznych. Napisanie aplikacji na Androida i iOS to co prawda spory koszt, ale warto tego rodzaju pozycję uwzględnić w granicach badawczym, jeżeli zależy nam na podobnych danych: w końcu i tak jest to prawdopodobnie tańsze niż tworzenie dedykowanego urządzenia, a możemy wtedy mieć dość duży wpływ na to, jakiego rodzaju dane będziemy chcieli zbierać. Zasadniczo większym problemem obecnie staje się zadanie dobrego, ciekawego pytania badawczego, nie sam dostęp do danych – bo one często już gdzieś są albo da się je względnie niskokosztowo uzyskać.

3.1.3. Sondáže on-line

Badania zachowań internetowych przeprowadzane pasywnie, na podstawie danych zastanych, mają tę zaletę, że są całkowicie nieingerujące. Unikamy w ten sposób efektu Hawthorne – czyli wpływu samego badania na rezultat, choć oczywiście nie unikniemy wpływu potrzeby autoprezentacji badanych względem ich grup odniesienia. Dzięki tego rodzaju danym możemy np. zaobserwować preferencje rasowe w dobieraniu się w pary – analiza profili na portalu matrymonialnym **Yahoo** pokazała na przykład, że biali heteroseksualni Amerykanie, którzy wskazują na jakieś preferencje, najczęściej zaznaczają, że nie interesują ich osoby czarnoskóre, podczas gdy białe Amerykanki wykluczały Azjatów (Robnett, Feliciano, 2011). Podobnie silnej deklaracji,

świadczącej potencjalnie także o uprzedzeniach rasowych, trudno byłoby się spodziewać w zwykłym badaniu sondażowym, choć tam często takie pytanie pada. Wiele z dawniejszych metod badawczych, dzięki zastosowaniu badań obliczeniowych i opartych na dużych zbiorach danych, ujawniło niedoskonałość – innym przykładem może być rozbieżność pomiędzy deklaracjami na temat czasu i miejsca przebywania danych osób w zestawieniu z danymi zebranymi bezpośrednio z GPSa telefonu komórkowego (Burrows, Savage, 2014).

Niemniej, badania społeczne on-line polegają także na aktywnym uczestnictwie badanych, choćby poprzez eksperymenty (Hergueux, Jacquemet, 2015). W niektórych przypadkach zakres manipulacji eksperymentalnej może być nieduży – na przykład w projekcie przeprowadzonym wspólnie z Facebookiem, na próbie 61 milionów osób, udało się poprzez różnicowanie dostępu do informacji o tym, jaka liczba znajomych na Facebooku już zagłosowała, zbadać wpływ społeczny na mobilizację aktywności politycznej w wyborach do kongresu USA (Bond i in., 2012). Były to, warto dodać, badania, które wzbudzają istotne kontrowersje etyczne (Schroeder, 2014) – a kwestia etyki badawczej w socjologii Internetu będzie jeszcze tu szczegółowiej rozważana.

Najprostszą formą ilościowych badań socjologicznych w Internecie z aktywnym udziałem badanych osób są jednak po prostu badania sondażowe stosowane z powodzeniem także w Polsce od dwudziestu lat (Szpunar, 2010). Kiedyś dominowało wysyłanie ankiet e-mailem, współcześnie najczęściej nie ma przeciwwskazań, by nie korzystać z systemów ankietowych on-line (Selm van, Jankowski, 2006), także w badaniach przeprowadzanych przez ankietatorów. Przewaga ankiet internetowych nad tradycyjnymi papierowymi jest oczywista: dane zbierane są od razu w formie bazy danych, zazwyczaj umożliwiającej generowanie prostych analiz i wykresów. Wpływa to znacząco na strukturę pozyskiwanych danych nawet w spisach powszechnych (Aragona, Zindato, 2016). W związku z tym samo wykorzystanie narzędzi internetowych do zbierania danych jest właściwie standardem, choć oczywiście nie można zakładać, że całość populacji korzysta z Internetu (ale już osoby ankietujące – mogą), a przy samych badaniach przeprowadzanych także zdalnie pojawiają się problemy kontroli

próby czy uzyskania odpowiedniej liczby odpowiedzi, o których będę dalej pisał. Dodatkowo oczywiście z Internetu korzysta się także do samego pozyskiwania respondentów i respondentek.

Z metod sondażowych nie sposób zrezygnować w przypadku niektórych pytań badawczych, choćby wtedy, gdy istotna jest reprezentatywność w populacji ogólnej. Przykładowo, co prawda niektóre badania wskazują, że analiza interakcji na Facebooku może dawać precyzyjniejsze predykcje niż badania ankietowe (Chmielewska-Szlajfer, 2018), a także np. że jest wyraźna korelacja pomiędzy liczbą wzmianek na Twitterze a sukcesem politycznym (DiGrazia, McKelvey, Bollen, Rojas, 2013), lecz jednocześnie głębsza analiza dowodzi, że dla sukcesu politycznego większe znaczenie może mieć responsywność i zdolność kierowania narracją w tym medium (Kreiss, 2016), a same wzmianki na Twitterze mogą być przejawem zainteresowania polityką jako taką lub generalnych sympatii, a nie gotowości do wyrażenia politycznego poparcia w wyborach (Jungherr, Schoen, Posegga, Jürgens, 2017), a zatem trudno zastąpić ankiety preferencji politycznych badaniem Twittera. Oznacza to, że co prawda można korzystać z danych analizowanych metodami Big Data do tworzenia modeli prognostycznych, ale w wielu przypadkach powinny one uzupełniać, a nie tylko zastępować metody sondażowe. Wydaje się jednak, że od zwiększonego użycia nowych metod badań ilościowych, zarówno opartych na danych zastanych, jak i opartych na danych pierwotnych, nie ma już ucieczki – bo skłonność do uczestnictwa w tradycyjnych sondażach telefonicznych czy papierowych systematycznie spada, coraz trudniej pozyskać na nie finansowanie, a zmiany technologiczne powodują, że rosnąca liczba gospodarstw domowych nie ma w ogóle zwykłych linii telefonicznych, coraz śmieiej natomiast korzysta z systemów blokowania nieznanymi połączeń przychodzących na telefonach komórkowych. System unikatowych adresów IP w połączeniu z danymi z przeglądarki internetowej może służyć do identyfikowania osób na poziomie precyzji zbliżonym do telefonicznego. Niemniej, obecnie dominującym wykorzystaniem sondaży on-line do badań ogólnej populacji są odpowiednio skonstruowane panele, jak np. polski panel Ariadna (panelariadna.pl), co rozwiązuje częściowo problem reprezentatywności.

Sondaże on-line stają się zatem coraz popularniejszą ankietową metodą badawczą, choć nadal dostęp do Internetu jest odrobinę mniejszy niż do telefonu (Couper, 2017), a nierówności w dostępie do technologii działają jak lewar, dodatkowo pogłębiając inne nierówności społeczno-ekonomiczno-kulturowe (Dutton, Reisdorf, 2017). W przeciwieństwie do badań realizowanych telefonicznie sondaże internetowe nie pozwalają na prosty dobór reprezentatywnej próby ogólnospołecznej (Schonlau, Couper, 2017) – bo wciąż nie ma dobrego sposobu na jednoznaczne określenie tożsamości (dana osoba może mieć wiele adresów e-mailowych, a każdy z nich trudno przypisać do lokalizacji fizycznej czy danych demograficznych), nie ma też operatu, czyli pełnej listy jednostek, z którego można by losować adresy do badania, choć biorąc pod uwagę popularność sieci społecznościowych, jak Facebook, być może z czasem autoryzacja za ich pośrednictwem będzie wystarczająco użyteczna.

W związku z tym dominują podejścia z nielosowym doborem próby – także na potrzeby badań akademickich, bo niezaprzeczalną ich zaletą jest cena realizacji badania. Wykorzystuje się sondaże „opt-in”, czyli takie, w których może się zgłosić każda osoba, która zadeklaruje, że spełnia nasze kryteria (Callegaro, Baker, Bethlehem, Krosnick, Lavrakas, 2014). Rekrutacja do badań następuje za pośrednictwem bannerów, sieci społecznościowych, list dystrybucyjnych lub masowych list wysyłkowych. Niestety, w ostatnich latach podnoszą się głosy zwracające uwagę na problem niedbałych lub wręcz kłamliwych respondentów i respondentek, nadreprezentacji pewnych grup, a także trudności ze statystycznymi metodami ich redukcji (Bethlehem, 2010). Jest to zwłaszcza widoczne w badaniach, w których za udział uzyskuje się jakieś wynagrodzenie.

Problemem sondaży internetowych jest także błąd wynikający z dużej liczby osób, które decydują się nie udzielić odpowiedzi na część lub całość sondażu (Couper, 2000). O ile w klasycznych badaniach wiemy względnie dokładnie, ile osób otrzymało zaproszenie i kiedy, o tyle gdy do udziału w badaniu zachęcamy bannerami, będziemy mieli przede wszystkim informacje na temat liczby odsłon, niedokładne także z uwagi na rozpowszechnienie narzędzi blokujących wyświetlanie reklam, choć rozwój metod badań marketingowych i analizy

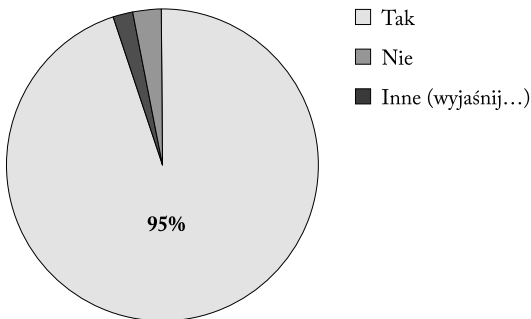
śladów pozostawianych w sieci zwiększają dokładność pomiaru coraz bardziej. W przypadku zachęt wysyłanych e-mailem lub na forach będzie jeszcze gorzej – często nie będziemy wiedzieli zupełnie, ile osób zrezygnowało z udziału w badaniu i dlaczego. Jednocześnie trzeba pamiętać, że metoda sondażu internetowego, choć wygodna z punktu widzenia zbierania danych, może być problematyczna, jeśli chodzi o prywatność badanych osób, a także mieć zwyczajnie inwazyjny charakter dla normalnego przebiegu konwersacji w społecznościach internetowych (Cho, LaRose, 1999).

Na potrzeby realizacji badań sondażowych on-line, zarówno do pozyskiwania większych grup nieznanych nam respondentów, jak i po prostu na potrzeby samodzielnie realizowanych badań ankietowych, mamy do dyspozycji wiele darmowych narzędzi. Do prostych zastosowań, gdy wystarczą odpowiedzi jedno- i wielokrotnego wyboru i wpisywane w sposób otwarty, świetnie się sprawdza system Google Forms (google.com/forms). Ergonomiczny, przejrzysty interfejs, możliwość ograniczenia dostępu do konkretnych kont Google, warunkowe ustawienia kolejnych pytań, możliwość losowego zadawania pytań w ramach sekcji – a także brak ograniczeń dla wersji darmowej i estetyczny sposób prezentacji wyników, jak i możliwość ich pobrania w CSV powodują, że do prostych ankiet szkoda zwracać sobie głowy innymi rozwiązaniami. Sam korzystałem z tego narzędzia wielokrotnie, ostatnio podczas badań ilościowych prawników na Harvardzie – gdy usiłowałem dociec, jaka jest ich percepcja dopuszczalności dzielenia się plikami medialnymi (ryc. 3.7). Przebadałem 50 osób z jednego rocznika studiów LL.M. i 60 z kolejnego – choć zrobiłem to metodą tradycyjną, tj. przeprowadzałem wywiad ankietowy, siedząc w tym samym miejscu z osobą badaną. Głównym powodem tej decyzji było to, że chciałem mieć absolutną pewność, że odpowiedzi udzielą mi wyłącznie osoby z grupy, którą chciałem badać. Dodatkowo zależało mi na tym, aby osoby badane nie wypełniały formularza podczas wykonywania innych zadań – jest to poważne ryzyko w badaniach on-line i może wpływać na wyniki. Wreszcie, ponieważ cała populacja danego rocznika liczy ok. 200 osób, chciałem się upewnić, że z każdego rocznika uda mi się przebadać kilkudziesięciu studentów i studentek. Tymczasem ankietę wysłana e-mailem zazwyczaj ma

bardzo małą stopę zwrotu (Cleary, Kearney, Solan-Schuppers, Watson, 2014), a mankamentem badań sondażowych on-line co do zasady jest właśnie brak odpowiedzi lub odpowiedzi niepełne (LaRose, Tsai, 2014).

Czy masz znajomych, którzy ściągną programy telewizyjne z Internetu?

60 odpowiedzi



Jeśli zaznaczyłeś/aś „inne” w poprzedniej sekcji, wyjaśnij:

5 odpowiedzi

Nie wiem.

Wielu z moich znajomych lubi ściągać programy.

Nie jestem pewien, wiem głównie o streamingu.

Wielu moich znajomych ściąga seriale z Internetu. Sam też to robię. Często.

Ściąganie zwykle torrentami albo inną technologią.

Rys. 3.7. Przykładowa domyślna prezentacja wyników ankiety Google Forms

Źródło: opracowanie własne.

Spośród innych narzędzi, esurveycreeator.com jest za darmo dla badaczy i badaczek, z kolei esurv.org, kwiksuryvey.com i opinahq.com są darmo dla wszystkich i zawierają sporo wygodnych opcji, podobnie jak limesurvey.com. Spośród płatnych narzędzi dość popularne jest surveymonkey.com, z pewnymi ograniczonymi darmowymi opcjami.

W posługiwaniu się sondażami niezbędna jest daleko posunięta ostrożność badawcza, bo łatwo o niezamierzone błędy (Fischer,

2009; Sułek, 2001) – wynikające z kolejności, sformułowania pytań itp. Ponieważ dotyczy to wszelkich badań ankietowych, nie zagłębiając się mocniej w tę kwestię, zwracam jednak uwagę, że w przypadku badań prowadzonych w Internecie na dużych próbach szczególnie łatwo o lewarowanie błędu. Zwłaszcza jeśli badania prowadzone są na dużej grupie anonimowych osób, otrzymujących wynagrodzenie za wypełnienie sondażu (choćby za pośrednictwem usługi Amazon Turk, służącej do wynajmowania ludzi do drobnych, niewdzięcznych prac zdalnych), trzeba zdawać sobie sprawę, że wartość danych może być niska – badani będą mieli motywację, by jak najszybciej przeklikać przez sondaż, a kontrolowanie ich warunków podczas badania, jak i w ogóle sytuacji demograficznej, może być niemożliwe.

Ponadto w badaniach internetowych niestety łatwo o manipulacje. Przykładowo w sondażu na temat ryzykownych zachowań seksualnych Latynosów dokładna analiza odpowiedzi doprowadziła do wyeliminowania aż 11% poprawnie wypełnionych formularzy, z uwagi na podejrzenie złej woli, a wiele wskazywało na to, że aż 6% wypełniła jedna osoba (Konstan, Simon Rosser, Ross, Stanton, Edwards, 2005), która po prostu postanowiła zabawić się z systemem.

3.1.4. Kulturomika

Pojęcie „kulturomiki” (*culturomics*) zaproponowało dziewięciu autorów i autorka ważnego z punktu widzenia metod badań społecznych on-line artykułu w *Science* (Michel i in., 2010). Zastosowali podejście wymagające benedyktyńskiej pracy i wsparcia dużej korporacji (Google), ale niezwykle ciekawe: wykorzystali korpus milionów książek w postaci cyfrowej, ujmując w bazie danych ok. 4% książek, które kiedykolwiek zostały wydane po angielsku.

Dzięki tak pozyskanej bazie byli w stanie stworzyć autorską metodę, stanowiącą swoistą odmianę obliczeniowej leksykografii w zastosowaniu do badań trendów lingwistycznych, kulturowych i socjologicznych. Jedną z ciekawych obserwacji było np. oszacowanie, że leksykon angielskich słów w 1950 roku obejmował 597 tysięcy słów, a w 2000 już 1,022 miliona, zaś roczny przyrost liczby słów wynosił

średnio ok. 8,5 tysiąca na przestrzeni pół wieku. Kulturomika pozwoliła na zindeksowanie większej liczby słów, niż miał jakikolwiek słownik. Podobnie umożliwiła zbadanie trendów w gramatyce, jak np. tendencji do tworzenia regularnych odmian czasowników uprzednio nieregularnych. Ciekawych obserwacji dostarczyło też zwykłe badanie zmian pomiędzy częstością występowania terminów – np. 1939 rok bardzo wyraźnie i z dość oczywistych względów zaznaczył duży spadek użycia zwrotu „Wielka Wojna” na korzyść wzrostu dwóch innych „I Wojna Światowa” i „II Wojna Światowa”.

Analiza najbardziej znanych osób urodzonych w przedziale 1800–1950 w próbkach po 50 osób dla każdego roku, których biogramy zaczerpnięto z Wikipedii, pokazała wyraźną trajektorię sławy: szczyt wzmianek na temat danej osoby przypadał ok. 75 lat po urodzinach. Co ciekawe, z czasem sława przychodziła znanym osobom łatwiej i wzrastała szybciej – choć jednocześnie czas jej trwania obecnie jest krótszy niż kiedyś, co jest zastanawiającym przyczynkiem do badań *celebrities*, nie tylko w show-biznesie, ale i w nauce.

Interesującą obserwacją dla wiedzy o świecie współczesnym i socjologii polityki było także choćby to, że z czasem wyraźnie wzrosła koncentracja publikacji na kwestiach bieżących. Odniesienia do roku 1880 spadły o połowę do 1912 roku, czyli w ciągu 32 lat. Z kolei wzmiankom o 1973 zajęło to już tylko 10 lat. Mogłoby to wskazywać, że książki w coraz mniejszym stopniu interesują się przeszłością, coraz szybciej ją zapominamy. Artykuł zawiera wiele innych fascynujących obserwacji, jednak istotne jest przede wszystkim to, że oferuje także bardzo ciekawe podejście do socjologii cyfrowej.

Współautorami wspomnianej pracy w *Science* byli naukowcy z Harvardu, Jean-Baptiste Michel i Erez Lieberman Aiden, którzy współpracowali także przy stworzeniu narzędzia **Google Ngram Viewer**, umożliwiającego badanie trendów kulturowych i częstości występowania słów w czasie na podstawie książek zawartych w kolekcji Google Books. Zbiór ten jest olbrzymi, w 2015 roku zawierał już 25 milionów książek, czyli blisko jedną piątą z szacowanych 129 milionów woluminów wydanych od początku istnienia druku do 2010 roku w dowolnym języku (Taycher, 2010). Samo narzędzie Ngram Viewer tworzy więc bardzo użyteczne wykresy, podobnie do

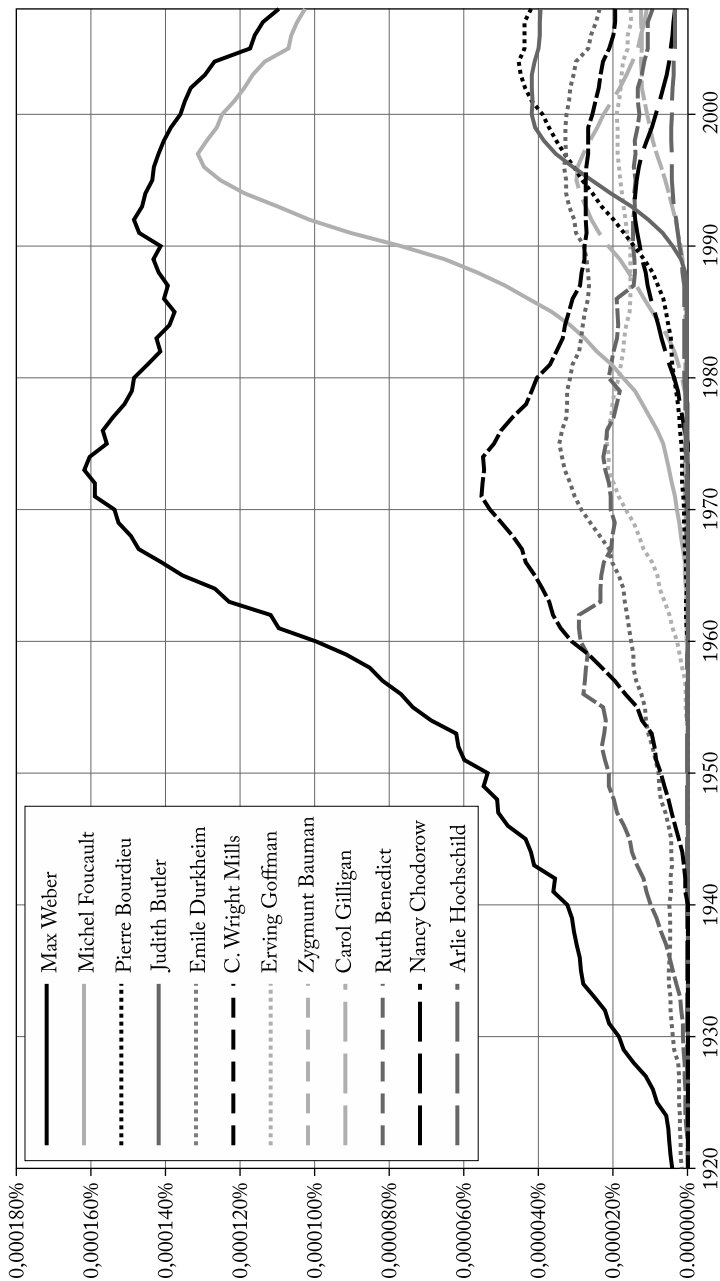
wspominanego wcześniej Google Correlate, ale tutaj bazując jedynie na korpusie publikowanych książek, a nie zapytań. Niestety, choć obejmuje obecnie osiem języków, nie zawiera na razie języka polskiego i być może już nigdy nie zawrze, bo projekt wydaje się nie być rozwijany. Pewnym ograniczeniem jest też zakres dat, obecnie pozwalający na tworzenie wykresów do książek wydanych w przedziale lat 1800–2008. Przykładowo z ciekawości postanowiłem sprawdzić, jak przebiegały w czasie wzmianki i odniesienia do kilkunastu znanych postaci świata socjologii, poczynając od 1920 roku.

Rycina 3.8 pokazuje, że popularność idei Michela Foucaulta jest porównywalna z tymi Maxa Webera (warto zajrzeć na stronę zamieszczoną w źródle), przy czym od roku 1996 częstość wzmianek dla obu z nich dość podobnie spada, czego nie można powiedzieć o pozostałych osobach. Z kolei dla Zygmunta Baumana od lat wygląda w miarę stabilnie i jest zbliżona do wykresu Ervinga Goffmana. Autorzy koncepcji kulturomiki na swojej stronie udostępniają także narzędzie, dzięki któremu można pobierać dane, na których opiera się wykres Ngramu dla danego zbioru zapytań⁹.

Inne badania z zakresu kulturomiki przeprowadzone w 2012 pokazały, jak wygląda dynamika popularności słów w angielskim, hebrajskim i hiszpańskim, na bazie 10 słów. Okazało się, że z czasem zwiększa się liczba słów wypadających z obiegu, a tempo przybywania neologizmów spada, choć dane są nieco zaśmiecone błędami skanowania. Jednocześnie ostatnie 20–30 lat przed 2008 pokazały gwałtowny wzrost w wykorzystywaniu neologizmów, prawdopodobnie związany ze słownictwem technologicznym. Neologizmy i ewolucja języka pozostawały także pod wyraźnym wpływem dużych wydarzeń historycznych, takich jak wojny. Szczyt wzrostu używania słów przypadał na ok. 40 lat po pierwszym wprowadzeniu ich do obiegu.

Łatwo zaobserwować zmiany terminologiczne, które nierzadko bywają powiązane z szerszymi zmianami społecznymi. Tego rodzaju obserwacje ilościowe aż proszą się o pogłębienie badaniami jakościowymi. Choćby słowo *gay* w dawniejszym języku angielskim oznaczało osobę wesołą lub ekscentryczną. W latach sześćdziesiątych termin ten

⁹ <http://www.culturomics.org/Resources/get-ngrams>.



Ryc. 3.8. Ngram odniesień do znanych postaci socjologii

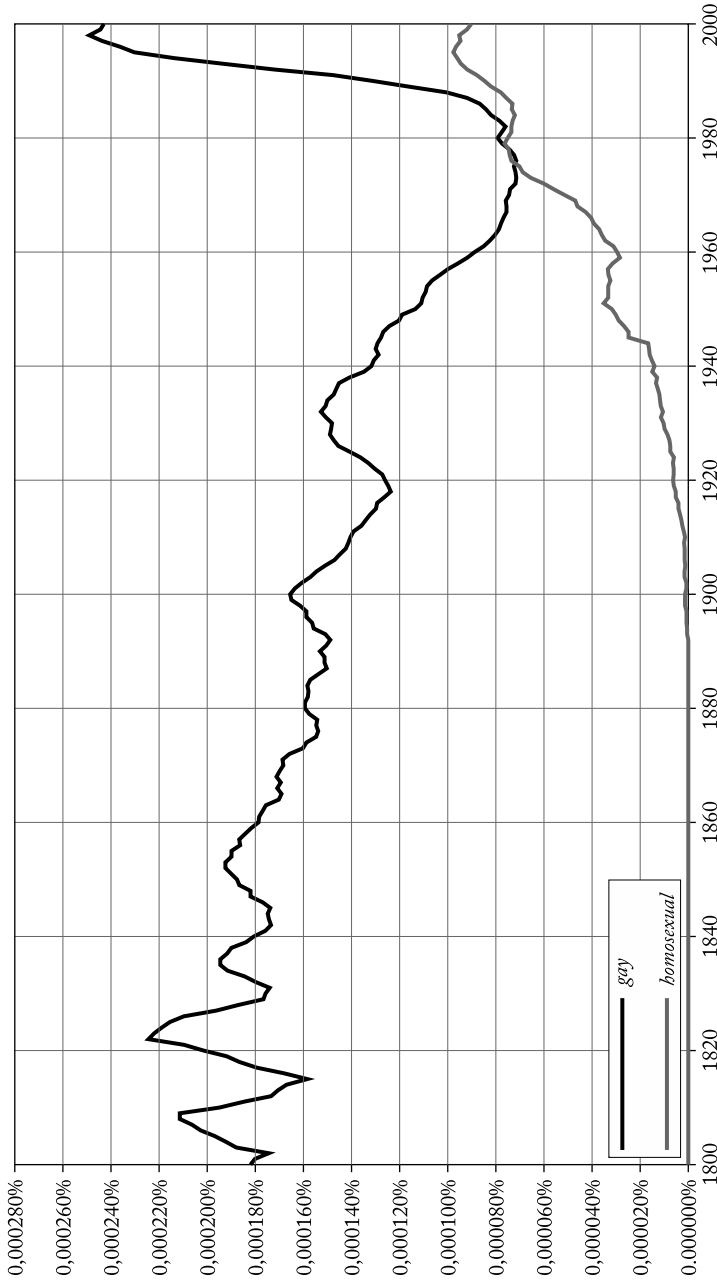
Źródło: <https://goo.gl/bEwtS8>.

został zaadaptowany przez społeczność gejowską do określania jej członków (*Oxford English Dictionary*, 2018), w opozycji do określeń, które miały podtekst pejoratywny. Po dwudziestu latach wyraz ten zastąpił w książkach pod względem częstości również dosyć neutralne, choć brzmiące nieco medycznie słowo *homosexual*, co łatwo sprawdziłem na wykresie (ryc. 3.9).

Tego rodzaju badania można także z powodzeniem prowadzić np. na korpusach magazynów i prasy popularnej. Wiedzie to do fascynujących rezultatów. Przykładowo analiza trzydziestoletniego archiwum światowych doniesień medialnych na temat ważnych wydarzeń, w połączeniu z analizą geograficzną, przewidywała, choć jedynie retrospektywnie, rewolucje w Tunezji, Egipcie i Libii, a także stabilność Arabii Saudyjskiej (Leetaru, 2011).

Kulturomika ma zastosowanie nie tylko w badaniach społecznych, ale także w humanistyce cyfrowej, gdzie dokonuje małej rewolucji na rzecz badań ilościowych, uprzednio co prawda okazjonalnie przeprowadzanych, ale z niewielkim użyciem dużych baz danych (Nicholson, 2012). Wykorzystanie korpusu Google Books nie jest, naturalnie, bez wad – zawiera istotne ograniczenia, polegające np. na zauważalnym przechyle na rzecz książek akademickich, co mocno zaburza obraz użycia języka i wnioski na temat kultury i społeczeństwa, choć już podzbiór książek beletrystycznych okazuje się względnie miarodajny (Pechenick, Danforth, Dodds, 2015). Dlatego też warto podchodzić z krytycyzmem do rezultatów uzyskanych tylko za pośrednictwem tej metody. Niemniej kulturomika jest niezwykle cennym uzupełnieniem innych badań cyfrowych.

W socjologii wykorzystanie tej metody jako uzupełniającej dopiero się kształtuje, ale w niektórych obszarach, jak choćby zmiany percepcji zawodów (Mattson, 2015), ma duży sens poznawczy. Jest też bardzo użyteczna chociażby w badaniach socjologii sławy i systemów stratyfikacji społecznej (Rijt van de, Shor, Ward, Skiena, 2013). Inne sposoby obliczeniowych analiz tekstu na potrzeby badań socjologicznych także się kształtują (Evans, Aceves, 2016), a np. badania algorytmiczne oparte na słowniku są podstawą do analizy ontologii dziedzinowej pola badań jakościowych (Bryda, Martini, 2016).



Ryc. 3.9. Ngram użycia słów *gay* i *homosexual* w literaturze

Źródło: <https://goo.gl/vGVMLzd>.

3.1.5. Scraping

W badaniach społecznych on-line często potrzebne jest zebranie prostych, powtarzalnych danych, dostępnych na jakimś serwisie internetowym, ale niekoniecznie dostępnych za pośrednictwem wygodnego API. Przykładowo można sobie wyobrazić, że do badania potrzebne byłyby nam wszystkie ceny książek dla dzieci na portalu Amazon – pobieranie ich ręcznie byłoby wyjątkowo kłopotliwe, o ile w ogóle wykonalne. Tymczasem nawet czyste dane o cenach mogą być już źródłem poważnych socjoekonomicznych analiz (Cavallo, 2018).

Niezbędny jest wówczas scraping, czyli dosł. ‘zdrapywanie’ danych za pomocą różnych narzędzi. Zaawansowane w programowaniu osoby piszą w tym celu własne skrypty. Na szczęście jest także trochę łatwych w obsłudze narzędzi. W kolejnej części książki pobieżnie je opisuję, tutaj natomiast przedstawię prosty przykład na wykorzystanie serwisu ParseHub (parsehub.com) w celu zbierania danych.

Warto pamiętać, że sam scraping danych może narzucać pewne kategorie pojęciowe poprzez samą strukturyzację danych, a także, jako stosunkowo obcy konstrukt w naukach społecznych, może narzucać perspektywy, które nie są dla nich typowe, jak np. obsesję aktualnością danych (Marres, Weltevrede, 2013). Jednak od „śledczych badań społecznych”, opartych na zbieraniu szczegółowych danych z Internetu, nie ma już ucieczki (McFarland, Lewis, Goldberg, 2016).

Przykład użycia

Na potrzeby niniejszej monografii pokażę, jak pobrać niektóre dane z serwisu **Quora**, najpopularniejszego bodaj miejsca w sieci, gdzie internauci mogą zadawać pytania innym internautom; posiada on obecnie ponad 300 milionów aktywnych użytkowników i użytkowników. Dość typową jego właściwością jest to, że różne osoby wpisują tam dość długie odpowiedzi na pytanie zadawane przez innych. Na potrzeby demonstracji przyjmę, że chcę sprawdzić, czy osoby, które piszą najwięcej odpowiedzi na Quorze, także również często je zadają.

Scrapingu można dokonywać za pomocą różnych narzędzi, także bez znajomości programowania w Pythonie czy R (które, trzeba przyznać, pozwalają jednak na znacznie większą elastyczność), choć pewna podstawowa wiedza o tym, jak zbudowane są strony internetowe, może być przydatna. Przykładowo rozumienie tego, że składnia stron wykorzystujących AJAX (Asynchronous JavaScript And XML) jest o wiele bardziej złożona niż tych opartych na prostym HTML z dodatkami CSS, jest potrzebne choćby do tego, by zdawać sobie sprawę, że zbieranie danych pomiędzy nimi może się istotnie różnić. Tutaj wykorzystam serwis ParseHub (parsehub.com), ale równie dobrze można skorzystać z innych serwisów tego typu, których przykłady dalej podaję.

Struktura serwisu Quora okazała się jedną z przyczyn jego powodzenia i np. wygranej z Yahoo!Answers, serwisem służącym zaspokajaniu podobnych potrzeb, a uruchomionym cztery lata wcześniej, bo w 2005. Quora umożliwia płynną interakcję między osobami korzystającymi z serwisu, w tym:

- zadawanie pytań,
- odpowiadanie na pytania,
- komentowanie cudzych odpowiedzi,
- głosowanie na odpowiedzi (przyznawanie plusów lub minusów),
- oznaczanie odpowiedzi kategoriami tematycznymi,
- przeglądanie tematów wraz ze stronami zawierającymi statystyki każdego z nich (w tym także najczęściej czytanych odpowiadających),
- śledzenie, czy w pytaniach, tematach lub odpowiedziach wybranych osób pojawiły się nowe materiały.

Profile osób na Quorze mogą być publiczne lub prywatne, a najpopularniejsi autorzy i autorki są zaliczani do programu „top writer”. Te podstawowe funkcjonalności i opcje pozostają zasadniczo niezmiennie od lat. Quora nie ułatwia przeglądania odpowiedzi w jednolitej strukturze, np. na kompletnej mapie podstron czy w ramach jakiegoś drzewa kategorii, co powoduje, że trudno jest oszacować wielkość bazy pytań i odpowiedzi. Serwis jest prawdziwą skarbnicą wiedzy dla osób uprawiających socjologię Internetu, ale analizy ilościowe trudno jest tam przeprowadzić bez wykorzystania scrapingu.

Podstawową zaletą tego ostatniego jako metody zbierania danych jest automatyzacja ich pobierania, dzięki czemu możemy uzyskać efekt skali z wielu identycznie skonstruowanych stron. Narzędzia do scrapingu po odpowiednim ustawieniu są w stanie zbierać dane ze wskazanych obszarów podstron. Trzeba jednak zacząć od prawidłowej identyfikacji stron, które mają powtarzalny layout. Biorąc pod uwagę, że Quora znajduje się w górnej setce najpopularniejszych serwisów świata, nie dziwi specjalnie, że ma bardzo schematyczną, powtarzalną strukturę – bo każda odpowiedź na pytanie obsługiwana jest w ramach tego samego systemu zarządzania treścią, zoptymalizowana pod kątem wyszukiwarek itp.

Aby sensownie wyświetlać duże zbiory uporządkowanych danych, strony internetowe wykorzystują podział na połączone podstrony – czyli umożliwiają nawigację za pośrednictwem linków wewnętrznych. Narzędzia do scrapingu można dostosować do konkretnego wzoru nawigacji i zbierania wskazanych danych. Na potrzeby przykładu skoncentruję się na podstronach z zakresu `/topic/„nazwa wątku”/writers` na Quorze. Algorytm scrapingu będzie pobierał temat strony i przechodził do profilu autora lub autorki. Dane tych ostatnich są zanonimizowane. Sekwencję obrazuje rycina 3.10.

Profile poszczególnych autorów i autorek dostępne są pod adresem o składni `/profile/„nazwa osoby”`, z którego można pobrać dane na ich temat, o ile profil ma charakter publiczny. W przykładzie pobiorę jedynie dane na temat liczby pytań zadanych i takich, na które odpowiedziano. Profil danej osoby może wyglądać np. tak jak na rycinie 3.11.

W ParseHub zaznaczamy zatem dokładnie te wartości i wskazujemy, że to one mają być pobierane. Algorytm zbiera dane z profili „top writers” i przechodzi automatycznie do kolejnego tematu – gdyby na Quorze istniała mapa podstron, można by ją wykorzystać do wskazania w ParseHub, jak algorytm może nawigować, ponieważ jej nie ma – przechodzimy od tematu do tematu (ryc. 3.12).

Algorytm będzie wykonywał procedurę aż do zatrzymania. Biorąc pod uwagę wielkość Quory, trudno ocenić, jak wiele stron musi przejść, aby zebrać wystarczającą do analizy ilość danych. Problem można byłoby rozwiązać, uzupełniając scraping tzw. crawlerami lub pajakami,

The screenshot shows the Quora 'Education' topic page. At the top, there is a search bar and navigation links. Below the topic name, there are statistics: 568.8k Questions and 4.9m Followers. A 'Related Topics' sidebar is visible on the right. The main content area is titled 'Most Viewed Writers in Education' and lists seven writers with their respective view counts and answer statistics. A vertical arrow points down through the list, indicating a sequence of steps for data scraping.

Writer	Views	Answers
Writer 1: Teacher (2009-present)	538,210	View 311 answers
Writer 2: Studies Management at National School of Political Studies and Public Administration (2020)	285,331	View 9 answers
Writer 3: I have been a teacher for nearly 20 years.	235,467	View 320 answers
Writer 4: "Humble Doctor, Renowned Author & a Passionate Entrepreneur"	183,745	View 40 answers
Writer 5: Son of Quora	145,609	View 20 answers
Writer 6	122,878	View 53 answers
Writer 7: Writer, teacher & ghost hunter. Top Writer 2018. at Varied (1974-present)	101,264	View 30 answers

Ryc. 3.10. Sekwencja kroków w algorytmie scrapingu

Źródło: quora.com.

The screenshot shows a Quora user profile for 'Teacher (2009-present)'. The profile includes a bio, a book cover, and a list of questions with their respective answer counts and dates. The 'Feeds' section is highlighted with a red box, showing the number of answers and questions for each question.

Question	Answers	Questions
What's the worst lie told in education?	4,760	54
What wild, crazy, random solution do you have to a major political issue?	4,760	54
Trump offered \$1,000,000 to Elizabeth Warren if she took a DNA test and it proved Native American heritage. She has and she does. Will Trump pay up?	4,760	54

Ryc. 3.11. Przykładowy profil na serwisie Quora

Źródło: quora.com.

Quora Search for questions, people, and topics [Ask New Question](#) [Sign In](#)

Quora uses cookies to improve your experience. [Read more](#)

Teacher, Husband, Teacher, Realist, Author

If you like my writing and want to help me turn my writing hobby into my writing profession, you can't just click here. ☹ Every little bit helps! Thanks! My latest book is available now on Amazon. It's... (more)

Feeds 4,760 Answers **Most Recent / 30-Day Views**

Answers 4,760
Questions 54

Activity
Posts 99
Blogs 3
Followers 65,346
Following 266
Topics 61
Edits 15,457

What's the worst lie told in education?
Teacher (2009-present)
Answered Oct 15, 2018 · Author has 4.7k answers and 76.4m answer views
This problem can be solved with money. Maybe it can, maybe it can't. Depends on the problem. Many problems have their roots in the child's home or community, and no amount of extra funding at the sc... (more)

What wild, crazy, random solution do you have to a major political issue?
Teacher (2009-present)
Answered Oct 15, 2018 · Author has 4.7k answers and 76.4m answer views
Since redefining/expanding the definitions of things for political purposes is all the rage on the left these days (gender, marriage, racism, privilege, etc...), I think the right should get in on th... (more)

Trump offered \$1,000,000 to Elizabeth Warren if she took a DNA test and it proved Native American heritage. She has and she does. Will Trump pay up?
Teacher (2009-present)
Answered Oct 15, 2018 · Author has 4.7k answers and 76.4m answer views
The results were that she was 1/1024 Native American.

Credentials & Highlights More

- Teacher 2009-present
- M.A. Teaching & English
- Lives in Chicago 1999-present
- 76.4m answer views 2.8m this month
- Top Writer 2018

Knows About

- Teaching 297 answers
- Parenting 173 answers
- Politics 138 answers
- Chicago 110 answers
- English (language) 110 answers

[View More](#)

Ryc. 3.12. Przechodzenie od tematu do tematu (przykład)

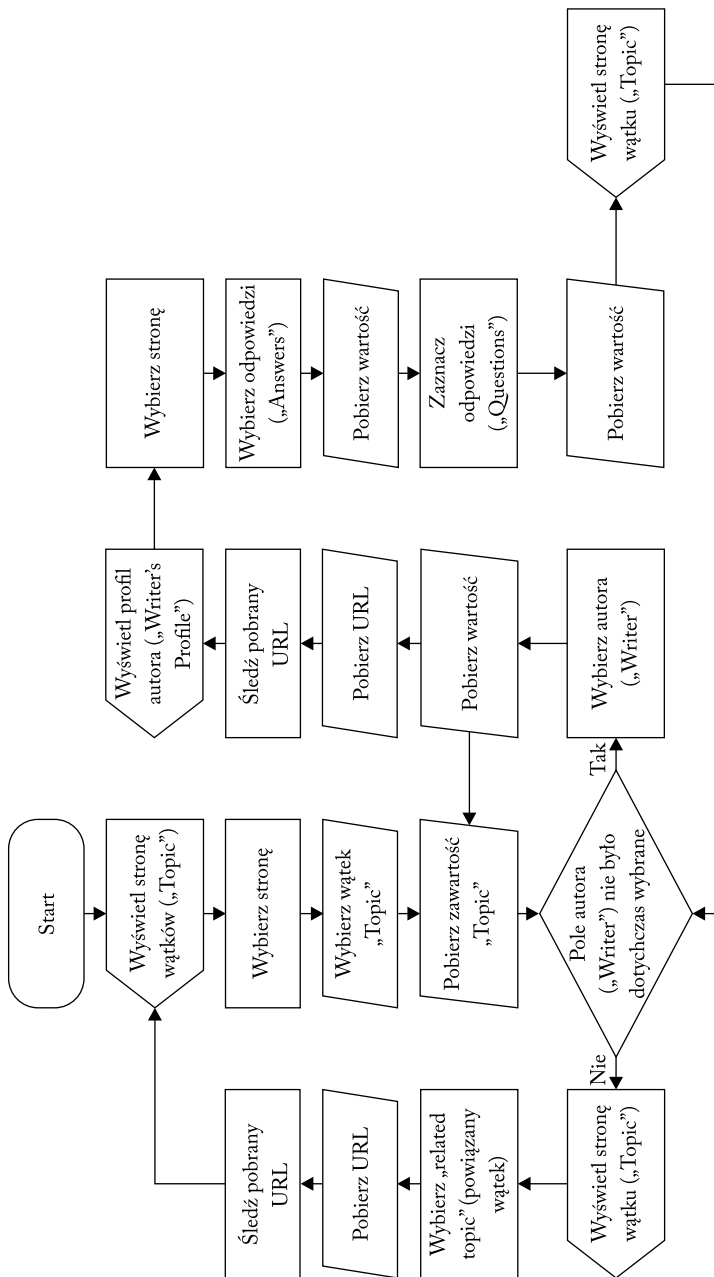
Źródło: quora.com.

które najpierw zebrałyby wszystkie możliwe strony tematów, ale nie będą tego omawiać, skupiając się na podstawowym przykładzie.

Algorytm zapytań prezentuję na rycinie 3.13.

Ten prosty algorytm przez jedną noc pobrał dane ponad 8 tysięcy osób z 893 tematów. Po szybkiej analizie średnich w SPSS łatwo można było dostrzec, że najczęściej czytani autorzy i autorki o wiele rzadziej zadają pytania. Średnio osoba z kategorii „top writers” udzieliła 244,99 odpowiedzi oraz zadała 28,52 pytań. Można z tego wnioskować, że udzielanie odpowiedzi jest osobną społeczną aktywnością od ich zadawania i że potencjalnie te dwie role społeczne (osób dzielących się wiedzą oraz osób usiłujących ją uzyskać) niekoniecznie się łączą, przynajmniej dla najpopularniejszych odpowiadających osób, co jest nieco kontrintuicyjne.

Oczywiście, pobranie danych to tylko jedna strona medalu. Inną kwestią jest, na ile dane daje się analizować podstawowymi narzędziami statystycznymi. Czasem niezbędne będzie wykorzystanie innych złożonych narzędzi, jak np. text mining, jakościowa analiza danych



Ryc. 3.13. Algorytm zapytań
Źródło: opracowanie własne.

(*Qualitative Data Analysis*, QDA) czy mozolna obróbka w Pythonie lub R. Niniejszy przykład jest podstawowy, wspomnę zatem jedynie, że na potrzeby text miningu, czyli analizy lingwistycznej zebranych danych, także można wykorzystać sporo gotowych narzędzi, niewymagających specjalistycznego przygotowania – np. IBM Watson Analytics, RapidMiner, Leximancer, a także bibliotek, takich jak Linguistic Inquiry czy Word Count (LIWC), choć przydatne będą przede wszystkim dla języka angielskiego. Do analizy jakościowej także można wykorzystać oprogramowanie wspomagające (CAQDAS), aby częściowo automatycznie pracować przy kodowaniu czy transkrypcjach. Z kolei strony takie, jak Serach Engine Scrapper czy Lippmannian Device, pozwalają na badanie wybranych stron pod względem częstości użycia danych słów.

Przy scrapingu trzeba brać pod uwagę, że obciążamy infrastrukturę serwisów, do których kierujemy zapytania. Dlatego jeżeli strony oferują np. zadawanie zapytań poprzez API (*Application Programming Interface*), jest to zdecydowanie preferowane względem czystego scrapingu – Quora jednakże go nie udostępnia. Trzeba także przestrzegać reguł wykorzystywania serwisu (TOS), jak i reguł podanych w robot.txt. Nade wszystko niezbędny jest również zdrowy rozsądek – i ograniczanie częstotliwości zapytań, tak aby nie obciążać przesadnie serwisu.

Jeżeli chodzi o wykorzystanie API, przykładowo **Reddit.com**, czyli agregator komentarzy i newsów, udostępnia bardzo złożony i detaliczny opis dostępności danych pod adresem **reddit.com/dev/api**. Z tego API także można skorzystać bez znajomości programowania. Przykładowo zebranie wpisów z wątku *r/science* może opierać się na składni zapytania: **reddit.com/r/science/top/.json?t=all&limit=100**, gdzie „top” wskazuje, że chodzi nam o najpopularniejsze wątki, „t” – że chcemy sortować po dacie, „limit” określa liczbę wątków do pokazania (100 to maksimum). Jednak tak uzyskane rezultaty wymagają niestety dalszej obróbki w przeciwieństwie do danych uzyskanych przez scraping, ponadto ograniczenie do stu wyników narzuca bardzo duży limit.

Pracę z API różnych popularnych serwisów ułatwiają narzędzia, które są do nich bezpośrednio dostosowane. Wiele pakietów do obróbki danych od razu umożliwia pobieranie ich przez API – jest tak np. w przypadku takich programów, jak The Digital Methods Initiative

Twitter Capture and Analysis Toolset (DMI-TCAT), RapidMiner, Tableau, Condor czy Gephi.

3.1.6. Inne przydatne narzędzia

Niniejsza monografia nie jest podręcznikiem, a jej celem nie jest także przedstawienie kompletnego, dogłębnego opracowania dostępnych narzędzi cyfrowej analizy socjologicznej, tylko raczej po prostu ich zasygnalizowanie oraz przegląd literatury o charakterze *reference book*. Każda z metod zasługuje tak naprawdę na osobne, obszernie omówienie. Jednakże jednocześnie jestem świadom tego, że dla osób, które nie korzystały wcześniej z oprogramowania ułatwiającego zbieranie danych, niezwykle istotne jest przynajmniej zrozumienie, z czym się ono wiąże, jakie ma ograniczenia, a także jak zacząć pracę nad własnym zbiorem danych.

Dlatego w niniejszym rozdziale pokrótce omawiam kilka innych przydatnych narzędzi, podając czasem przykłady ich użycia. Koncentruję się wyłącznie na tych z nich, które nie wymagają umiejętności programowania – wychodząc z założenia, że czytelnicy i czytelniczki biegli w programowaniu i tak wiedzą, co robią, i prawdopodobnie bardziej skorzystają z części książki dotyczących badań jakościowych, kulturowych i zagadnień etyki badawczej.

ScrapingHub

ScrapingHub.com to projekt rozwinięty przez twórców **Scrapy.org**. O ile Scrapy.org to świetny, open-source'owy program do tworzenia własnych crawlerów danych, o tyle wymaga jednak umiejętności programowania. ScrapingHub natomiast zawiera zbiór narzędzi, które pozwalają na robienie tego za pomocą wizualnego edytora. Podstawowym z nich jest Portia. W Portia możemy wskazać, jaka strona internetowa nas interesuje i poprzez łatwy interfejs zaznaczać rodzaje danych, które chcielibyśmy agregować i pobierać. Tego typu narzędzie dobrze się nadaje do tworzenia baz danych ze stron, które nie umożliwiają łatwego ich eksportu. Jest to sensowna alternatywa dla ParseHub.

OctoParse

OctoParse.com to także serwis służący do łatwego zautomatyzowanego zbierania różnego rodzaju danych, zarówno tekstowych, jak i obrazkowych, podobnie jak ParseHub. Dobrze sobie radzi z różnego rodzaju formatami stron, także w Ajax, dynamicznymi, czy pełnymi JavaScript. Serwis działa w chmurze i używa setek serwerów, dzięki czemu minimalizuje ryzyko zablokowania procesu. Dane można zarówno pobierać, jak i uzyskiwać do nich dostęp przez API. Wersja darmowa ma sporo ograniczeń, ale nadal pozwala na przeprowadzanie prostych zbiorów danych.

COSMOS

COSMOS to aplikacja Java na system Windows, opracowana w ramach **socialdatalab.net**. Jest dostępna za darmo i może być bardzo użyteczna do analizy danych pochodzących z Twittera, w podziale na kraj, a także podstawowe dane demograficzne. Pozwala na konstrukcję zaplanowanych zapytań, tworzenie diagramów retweetów, częstości użycia danych zwrotów, wykresów, map, a także chmur słów na podstawie danych frekwencyjnych. Na strony Social Data Science Lab warto także zajrzeć, aby przeczytać użyteczne przewodniki na temat mowy nienawiści w sieci.

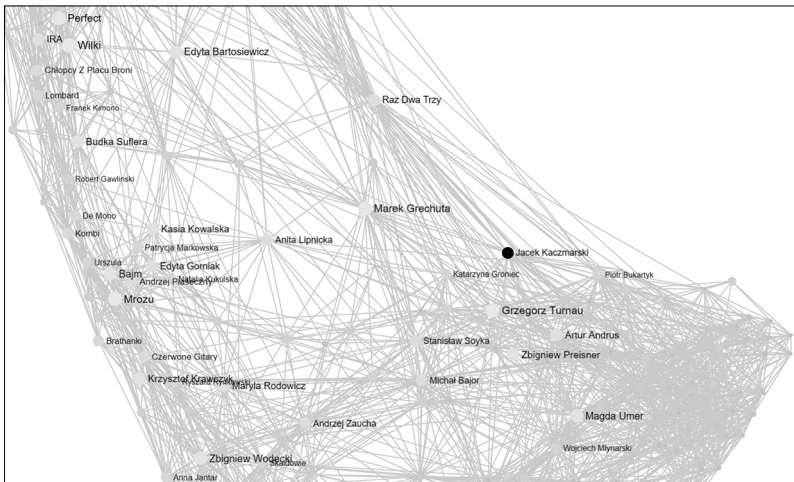
DiscoverText

DiscoverText.com to serwis stworzony przez firmę Texifter. Stanowi rozbudowane, chmurowe narzędzie, łączące uczenie maszynowe, kodowanie przez ludzkie zespoły i różnego rodzaju narzędzia do komputerowej analizy tekstu – zarówno w postaci nieustrukturyzowanego korpusu, jak i wyników sondaży, a także Twittera. Niestety, od września 2018 roku wykorzystanie danych z tego ostatniego wymaga zgody samego serwisu, ale po jej uzyskaniu DiscoverText umożliwia wiele użytecznych analiz.

Labs.polsys.net

Pod tym adresem można znaleźć całą rodzinę różnych prostych, acz przydatnych narzędzi, w dodatku z możliwością eksportowania danych do Gephi. Omówię niektóre z nich, zachęcając do eksperymentowania.

Spotify Artist Network – proste narzędzie, które na podstawie danych ze Spotify’a pozwala na analizę sieci powiązanych ze sobą artystów. Pozwala na przykład pokazać, że osoby słuchające Jacka Kaczmarskiego interesują się po prostu inną polską muzyką, a także ogólniej poezją śpiewaną, natomiast nie ma wyraźnego widocznego klucza politycznego, mimo politycznego wydźwięku samych treści, sama zaś struktura sieci jest dość jednolita (ryc. 3.14).



Ryc. 3.14. Analiza sieci powiązanych ze sobą artystów

Źródło: opracowanie własne.

Podobna analiza dla Przemysława Gintrowskiego pokazuje już inny obraz, z trzema wyraźnie rozdzielonymi klastrami muzyki szantowej, religijnej i polskiego rocka.

NetVizz to aplikacja na Facebooku, dzięki której z publicznych stron i grup tego serwisu można pobierać dane na potrzeby badań akademickich (Rieder, 2013). Kiedyś umożliwiała także pobieranie danych z niepublicznych grup, ale zostało to ograniczone. Po

skandalach związanych z wyciekami danych z Facebooka, które ujawniono w 2018 roku, przyszłość aplikacji jest niepewna, nie przeszła ona także niestety audytu, jako nie wnosząca wartości dodanej dla osób korzystających z Facebooka¹⁰ – lecz w chwili pisania tej książki działa nadal poprawnie. Dzięki NetVizz można analizować sieci znajomości, podstawowe dane demograficzne i relacyjne. Pozwala także na badanie relacji polubień między stronami Facebooka, co ułatwia np. wychwytywanie klastrów propagandowych grup. Szkoda, jeśli zniknie, ale na to się zanosi.

Pozostałe narzędzia obejmują m.in. ekstraktor danych z Youtube'a, a także kilka innych, które już z kolei wymagają instalacji po stronie serwera i umiejętności programistycznych.

Chorus

Chorus to darmowe narzędzie do pobierania i wizualnej reprezentacji danych z Twittera (Brooker, Barnett, Cribbin, 2016). Twitter jest bardzo wdzięcznym źródłem danych, ponieważ dostęp do nich jest całkowicie publiczny, choć historyczny jest już ograniczony i płatny. Można zatem badać interakcje, sieci komunikacji, klastry powiązań (Rodak, 2017) bez obawy o to, że głębsza struktura interakcji jest ukryta z powodu braku uprawnień. Oczywiście niezależnie od technicznej dostępności trzeba na bieżąco kontrolować kwestię legalności dostępu i wykorzystania danych.

Webometric Analyst

Webometric Analyst to bezpłatne narzędzie dla systemu Windows, umożliwiające różnego rodzaju analizy, jak np. częstości występowania określonych fraz on-line czy wzmianek na temat stron internetowych (Thelwall, 2009). Można je obrać ze strony lexiurl.wlv.ac.uk/index.html. Umożliwia też tworzenie wizualizacji zależności między

¹⁰ Zob. <https://perma.cc/PK4T-RM2E>

stronami czy wypowiedziami na Twitterze. Korzysta z API serwisów takich, jak Mendeley, Microsoft Academic czy Google Books, i pozwala np. na badanie cytowań. Wreszcie daje możliwość tworzenia analiz i diagramów zależności według danych z niektórych sieci społecznościowych, takich jak YouTube, Twitter, Tumblr czy Flickr.

Netlytic

Netlytic.org to narzędzie do przeprowadzania analiz tekstu i sieci społecznościowych on-line. Wykorzystuje API Twittera, Instagramu, YouTube'a i publicznych grup Facebooka, ale umożliwia także analizę własnych zbiorów danych oraz importowanie np. z RSS. Dzięki Netlytic można np. łatwo identyfikować popularne tematy, a także stworzyć efektowne wizualizacje, włącznie z geolokalizacją niektórych danych.

DigitalMethods.Net

Strona **DigitalMethods.net** zawiera linki do różnych przydatnych drobnych narzędzi, jak np. scraper dyskusji z Disqus (jednego z najpopularniejszych komercyjnych systemów forum), narzędzia umożliwiającego analizę książek z Amazonu, skryptu do zbierania sugestii odpowiedzi wpisywanych słów w Google czy pobierania różnego rodzaju danych na temat projektów w Github.

WikiChron

WikiChron.Science to serwis, który umożliwia wygodne porównywanie kilkudziesięciu stron i projektów Wikimedia pod kątem różnego rodzaju kryteriów (Serrano, Arroyo, Hassan, 2018), z uwzględnieniem zmian w czasie, co jest bardzo istotnym udogodnieniem w porównaniu z innymi narzędziami służącymi do podobnych analiz, dostępnymi chociażby w ramach **tools.wmflabs.org**. Pozwala także na wizualizacje wyników zapytań, dzięki czemu znacznie ułatwia pracę.

Narzędzia Big Data

Samodzielna praca z Big Data wymaga złożonych narzędzi. Na szczęście sporo z nich jest dostępnych w ramach *free/open source*, ale i tak niestety wymaga zaawansowanej wiedzy informatycznej, zdecydowanie wykraczającej poza ramy tej monografii, jak i moich kompetencji technicznych. Osoby, które są w stanie samodzielnie wykorzystywać narzędzia Big Data, nie potrzebują do tego książki. Wspomnę jedynie zatem, aby tacy jak ja śmiertelnicy i śmiertelniczki mieli podstawowe rozeznanie o tym, co jest dostępne, że Apache Hadoop (**hadoop.apache.org**) jest jednym z najpopularniejszych narzędzi i radzi sobie z szybką obróbką bardzo dużych zbiorów danych, zarówno ustrukturyzowanych, jak i nieustrukturyzowanych. Ma sporo uzupełniających modułów, uwzględniających np. skalowalny projekt do uczenia maszynowego (Mahout). Alternatywą dla Hadoop jest Lumify (**altamiracorp.com/index.php/lumify**), który z kolei jest atrakcyjny ze względu na łatwe wizualizacje 2D i 3D, dynamiczne histogramy czy interaktywny widok danych zorganizowanych geoprzestrzenie. Podobnie można wykorzystać także HPCC (**hpccsystems.com**), który to program często chwalony jest za skalowalność i rozbudowane zintegrowane środowisko programistyczne (IDE). Wszystkie te narzędzia są zaawansowane i bez umiejętności kodowania nie da się z nich sensownie korzystać.

Wreszcie ciekawą opcją jest RapidMiner (**rapidminer.com**), platforma wyraźnie łatwiejsza w obsłudze i niewymagająca programowania – co prawda także pomyślana jako *free/open source*, ale oferowana jako płatna usługa sieciowa, przy czym darmowa dla ludzi nauki, którzy nie mogą opłacić tego kosztu z jakiegoś grantu.

Analiza sieciowa – inne narzędzia

Analiza sieciowa nie zawsze wymaga samodzielnego zbierania danych, natomiast zawsze wymaga ich obróbki. Do tego przyda się oprogramowanie desktopowe. Najprostsze mogą wręcz stanowić plugin do MS Excela – jak np. Node XL (**nodexl.codeplex.com**), który łatwo

generuje podstawowe grafy. Bardziej zaawansowane narzędzia to np. Social Network Visualizer (socnetv.org). Podobnie jak Gephi, jest darmowy i rozwijany w ramach *free/open source* software; umożliwia bardzo wiele złożonych analiz, dalece wykraczających poza standardowe miary. Ma też istotne ułatwienia, jak np. crawlersy analizujące sieci odniesień na podstawie jednego adresu URL, a także intuicyjny interfejs, ułatwiający eksploracyjne podejście do danych.

Warto także zwrócić uwagę na możliwości oferowane w ramach Intelligent Collaborative Knowledge Networks (ickn.org) – na potrzeby akademickie twórcy programu umożliwiają bezpłatne pobranie Condora, wygodnego programu, pozwalającego na wykorzystanie danych m.in. z e-maila, kalendarza, Skype’a, Facebooka, Twittera, Wikipedii, a także oczywiście własnych danych.

3.2. Badania jakościowe

Socjologia jakościowa jest ofiarą swojego sukcesu: zawiera całą plejadę różnych podejść, metod, narzędzi, często pod tymi samymi nazwami oferującymi rozbieżne, a nawet sprzeczne koncepcje.

W badaniach jakościowych z zakresu systemów informacyjnych (Sarker, Xiao, Beaulieu, 2013), podobnie jak w ogóle w badaniach społecznych, w ramach jednej z możliwych typologii wyróżnia się pięć głównych nurtów badań (Ciesielska, Jemielniak, 2018; Creswell, Poth, 2017):

- podejście hermeneutyczne,
- analiza przypadku,
- teoria ugruntowana,
- etnografia,
- badania narracyjne.

Mimo podobieństw występują między nimi znaczące różnice, zarówno gdy chodzi o praktykę badań terenowych, jak i gdy chodzi o cel zbierania materiału. Przykładowo badania przeprowadzane na gruncie teorii powstałej w rezultacie wyłaniania jej z danych jakościowych (Konecki, 2000) będą przebiegać inaczej niż badania tego samego problemu badawczego z wykorzystaniem etnografii (Prus, 1996).

Będzie tak, nawet jeżeli same narzędzia wykorzystane do analizy będą okazjonalnie podobne lub identyczne, a założenia – filozoficzne co do relacji terenu do badacza czy badaczki i iteracyjnego charakteru poznawania rzeczywistości (Konecki, 2008). Jest tak choćby dlatego, że etnografia niekoniecznie ukierunkowana jest na tworzenie teorii (Hammersley, 1990) i pewne generalizacje (Payne, Williams, 2005), raczej opiera walidację zewnętrzną na gęstym opisie. Jednakże różnice między badaniami w świecie rzeczywistym a badaniami prowadzonymi za pośrednictwem Internetu są bardzo zbliżone w przypadku tak teorii ugruntowanej, jak i etnografii. Teoria ugruntowana zresztą doskonale nadaje się do wykorzystywania danych pochodzących z Internetu, istnieje na ten temat dostępna wartościowa literatura, także polska (Kacperczyk, 2016; Wójcik, 2013).

W ramach niniejszej monografii nie zamierzam rozważać niuansów badań jakościowych jako takich. W przeciwieństwie do socjologii obliczeniowej, czyli opartej przede wszystkim na Big Data, której kanon dopiero się tworzy i do której nawiązywałem w poprzedniej części książki, socjologia jakościowa ma doskonale opisaną i opracowaną metodykę. Celem niniejszej monografii jest jedynie zaprezentowanie zbioru nowych metod, które dobrze pasują do badań społecznych on-line, a także podkreślenie podstawowych różnic względem badań tradycyjnych zbiorowości. Osoby zainteresowane zagadnieniem różnorodności badań jakościowych czy wykorzystania teorii ugruntowanej (Charmaz, Komorowska, Konecki, 2013) odsyłam zatem do już istniejących pozycji (Flick, 2014; Hammersley, Atkinson, 2000; Jemielniak, 2012a, 2012b; Konecki, Chomczyński, Kacperczyk, Byczkowska, 2012).

W związku z tym w tej książce zajmę się jedynie tymi podejściami jakościowymi, które sam stosowałem – w pierwszej kolejności wykorzystywaną w badaniach Wikipedii etnografią cyfrową. Zwrócę też uwagę na szczegółowe odmienności dotyczące analizy przypadku, analizy narracyjnej (Jemielniak, 2008b, 2008d) i wywiadów, zakładając, że wystarczy to do zaznaczenia najważniejszych różnic, charakteryzujących jakościowe badania on-line względem klasycznych. Opiszę także podstawowe kwestie związane z socjologią kultury internetowej.

3.2.1. Etnografia cyfrowa

W literaturze przedmiotu można zaobserwować wiele bardzo podobnych nazw na badania antropologiczne prowadzone w sieci (Jemieliński, 2013a). Niektóre mogą oznaczać to samo, niektóre coś innego – warto zatem zwrócić uwagę na pewne niuanse znaczeniowe.

Różne podejścia na różny sposób radzą sobie z nawiązywaniem do tradycji etnograficznej (Domínguez Figaredo i in., 2007). Po pierwsze, sporą karierę zrobiła bardzo zręczna gra słów, określająca badania „netnograficzne” (Kozinets, 2002, 2010). Choć nazwa ta świetnie pasowałaby do etnografii Internetu, została zagospodarowana na potrzeby badań marketingowych, które z etnografią mają niewiele wspólnego, bo nie opierają się na zanurzeniu w badanej kulturze w stopniu, który umożliwia dogłębne zrozumienie jej logiki. Na drugim biegunie znajduje się „etnografia sieciowa” (*connective ethnography*) (Leander, McKim, 2003). Jest to metoda badania społeczności poprzez połączenie analizy on-line i off-line, stosowana w długotrwałych badaniach terenowych, także za pomocą analizy sieciowej (Dirksen, Huizing, Smit, 2010). Mówi się w podobnym kontekście o cyberetnografii (Rybas, Gajjala, 2007) jako o podejściu podkreślającym fakt, że za wypowiedziami w Internecie stoją zazwyczaj ludzie, którzy żyją także w świecie off-line, w opozycji do etnografii wirtualnej, która może koncentrować się na samych społecznościach on-line, przez co, według krytyków, może umykać jej istotny kontekst społeczny. Jak zauważają Daniel Miller i Don Slater (2001), „etnografia oznacza długoterminowe zaangażowanie w zbiorowość, z zastosowaniem różnorodnych metod, za pomocą którego każdy aspekt ich życia może być prawidłowo skontekstualizowany w pozostałych” (s. 21–22) – sugerowałoby to, że badanie wyłącznie wirtualne nie ma racji bytu. Choć podejście to ma swoje racje, trzeba pamiętać, że badanie etnograficzne samych społeczności on-line także jest możliwe i zasadne. Zresztą, przecież także i przekonanie o tym, że poprzez fizyczną obecność zawsze jesteśmy w stanie dotrzeć do „każdego aspektu” życia, wydaje się po prostu fikcją.

Przede wszystkim jednak nie jest do końca oczywiste, że termin „etnografia wirtualna” koniecznie wyklucza uwzględnienie także badań w świecie realnym czy uzupełnianie wywiadami (Hine, 2000;

Hancock, Crain-Dorough, Parton, Oescher, 2010). Wobec mnogości terminów, do których dochodzi także np. „etnografia internetowa” (Sade-Beck, 2008), „etnografia przestrzeni wirtualnych” (Guitton, 2012) czy „etnografia on-line” (Markham, 2008), warto chyba trzymać się tych, które z jakiegoś względu stały się bardziej rozpoznawalne. Na koniec 2018 roku „etnografia wirtualna” przynosi ponad 8 tysięcy rezultatów w Google Scholar w języku angielskim, „etnografia cyfrowa” ponad 4 tysiące, podczas gdy „etnografia sieciowa” zaledwie nieco ponad 500, „etnografia internetowa” niecały tysiąc, a „cyberetnografia” niewiele ponad 700. Biorąc pod uwagę, że coraz popularniejsze stają się programy z zakresu humanistyki cyfrowej, sądzę, że stosowanie terminu „etnografia cyfrowa” (*digital ethnography*) (Murthy, 2008; Underberg, Zorn, 2013) jest bezpieczne dla określenia badań etnograficznych on-line, uwzględniających także kontekst off-line (wywiady, spotkania, badania terenowe poza Internetem), a „etnografia wirtualna” dla badań przede wszystkim za pośrednictwem sieci. Podobne kategoryzacje dotyczą oczywiście także socjologii cyfrowej i wirtualnej – ponieważ ta książka ich właśnie dotyczy, zestawienie pojęć w odniesieniu do socjologii przedstawiam w tabeli 3.1. Trzeba przy tym zauważyć, że istotny jest nadto sposób wykorzystania analizy: można wszak wyobrazić sobie badania, które przeprowadzane są z użyciem zarówno tradycyjnych metod, jak i analizy on-line, ale które nie będą miały charakteru socjologii cyfrowej po prostu dlatego, że punktem wyjścia i celem badań będzie zrozumienie specyfiki społeczności ze świata rzeczywistego, których obecność w Internecie będzie jedynie pewnym dodatkowym aspektem (Szlendak, Olechnicki, 2017).

Tak w przypadku etnografii cyfrowej, jak i w przypadku etnografii wirtualnej celem jest stworzenie dobrej opowieści, wyjaśniającej rzeczywistość społeczną i wciągającej odbiorców w codzienny świat i sposób rozumienia badanych dzięki oparciu się na długotrwałych badaniach terenowych – tak samo jak w przypadku tradycyjnej etnografii (Whyte, 2012).

Co prawda, niektórzy uważają, że szukanie podobieństw między etnografią cyfrową a etnografią klasyczną jest nieuprawnione (Buchanan, 2004). Jest to jednak pogląd trudny do obrony. Społeczności internetowe nie są jednak uboższe, gdy chodzi o interakcje, niż te

„prawdziwe” – trudno zresztą chyba byłoby zgodzić się, co mogłoby być taką prototypową prawdziwą społecznością (Paccagnella, 1997). Wiara, że mamy do czynienia z czymś całkowicie nowym metodologicznie i przedmiotowo, to nic innego jak uprzywilejowywanie starszych metod badawczych, wynikające choćby z tego, że ma się w nich większą biegłość i doświadczenie obcowania z inną kulturą. To ostatnie jednakże jest jak najbardziej typowe także dla etnografii cyfrowej, pod warunkiem odpowiednio intensywnego zanurzenia w owej kulturze, choć podobnie jak w etnografii klasycznej wymaga zazwyczaj długotrwałego uczestnictwa.

Tab. 3.1. Zestawienie terminów związanych z badaniami on-line

Termin	Opis
Socjologia Internetu	Pojęcie odnoszące się zarówno do badań społeczności internetowych, jak i do badań ludzi podczas używania Internetu, a także produktów kultury internetowej czy interakcji ludzi z botami (patrz wprowadzenie).
Socjologia sieciowa	Pojęcie określające badania społeczności zarówno on-line, jak i off-line, z możliwym wykorzystaniem narzędzi ilościowych.
Socjologia cyfrowa	Pojęcie określające badania społeczności internetowych, ale z możliwym wykorzystaniem tradycyjnych metod badawczych ich uczestników (jak np. wywiady, obserwacje itp.).
Cybersocjologia	Starsze pojęcie, zastąpione „socjologią cyfrową” (Lupton, 2012; Rybas, Gajjala, 2007), także zalecające badania on-line uzupełniane analizą off-line.
Socjologia wirtualna	Pojęcie określające badanie społeczności internetowych wyłącznie on-line, a zatem badanie awatarów (w tym botów).
Netnografia	Marketingowa metoda badawcza oparta na czysto wirtualnej, uproszczonej analizie jakościowej, nie związana z etnograficzną tradycją badawczą.

Źródło: opracowanie własne.

Podobne zarzuty stawiano w latach pięćdziesiątych badaniom etnograficznym w krajach uprzemysłowionych, jako nie dość obcych, nie dość bogatych pod względem egzotycznych odkryć czy nie dość pasujących do sztamowego obrazu antropologii (Gaggiotti, Kostera, Krzyworzeka, 2016; Warner, Low, 1947). Etnografie świata wirtualnego to po prostu etnografie (Randall, Harper, Rouncefield, 2007). Cyfrowych form aktywności ludzkiej nie ma sensu arbitralnie

oddzielać od niecyfrowych jako radykalnie odmiennych (Ruhleder, 2000). Jak zauważa Christine Hine (2000):

Wszystkie formy interakcji są etnograficznie prawdziwe, nie tylko twarzą w twarz. Kształtowanie się przedmiotu zainteresowania etnografii, poprzez dostępne technologie, jest także tym, na co składa się etnografia. To etnografia w świecie wirtualnym, świata wirtualnego, i poprzez niego [wyróżnienie D.J.] (s. 65).

Oczywiście, nie oznacza to, że etnografia cyfrowa nie wymaga pewnej adaptacji narzędzi badawczych (Nocera, 2002), ale co do zasady można przyjąć, że wykorzystuje się dotychczasowe ramy teoretyczne i metodyczne na potrzeby specyficznego nowego pola badawczego. „Osoby zajmujące się badaniami jakościowymi, które przemyślały uważnie kwestię etnografii internetowej, godzą się z tym, że powinna być wykorzystywana i rozumiana jako część istniejących tradycji teoretycznych” (Travers, 2009, s. 172). Na potrzeby niniejszej książki skoncentruję się na głównych odmiennościach w badaniach on-line. Podstawowe kwestie związane z badaniami etnograficznymi jako takimi omówię zatem bardzo krótko, jednocześnie zachęcając do zgłębienia innych, znacznie lepszych i dogłębszych ujęć tego zagadnienia (Atkinson, Coffey, Delamont, Lofland, Lofland, 2001; Clifford, Marcus, 1986; Hammersley, Atkinson, 2000).

Jeden z najbardziej znanych etnografów, Clifford Geertz (1973), tak pisze o etnografii:

W antropologii, a przynajmniej w antropologii społecznej, osoby ją praktykujące zajmują się etnografią. I to poprzez zrozumienie tego, czym jest etnografia, a raczej czym jest uprawianie etnografii, można zacząć rozumieć, do czego sprowadza się analiza antropologiczna jako forma wiedzy. Z jednego, podręcznikowego punktu widzenia uprawianie etnografii polega na nawiązaniu dobrego kontaktu, wyborze badanych, transkrybowaniu tekstu, spisywaniu rodowodów, mapowaniu terenu, prowadzeniu dziennika badawczego i tak dalej. Ale nie jest tymi rzeczami, bo techniki i uzyskane procedury nie definiują tego przedsięwzięcia. To, co je definiuje,

to rodzaj wysiłku intelektualnego: intensywna praca nad, by zapożyczyć termin Gilberta Ryle'a, stworzeniem „gęstego opisu” (s. 6).

Istotą etnografii jest zatem nie tyle zbiór narzędzi, co pewna perspektywa, „antropologiczne nastawienie umysłu” (Czarniawska-Joerges, 1992), dzięki któremu jesteśmy w stanie wykorzystać własną refleksyjność, bycie „profesjonalnym obcym” (Agar, 1980) do tego, aby stworzyć opis, który będzie umożliwiał zrozumienie perspektywy lokalnej. Staramy się przedstawić opis badanej kultury w sposób, który daje czytającym poczucie współuczestnictwa w jej odkrywaniu i pojmowaniu, włączający ich w proces interpretacji, oraz wrażenie samodzielnego zanurzenia w opisywanej rzeczywistości (Clifford, 1983). Warto przy tym zauważyć, że celem etnografii jest nie obiektywny opis rzeczywistości, lecz jego interpretacja, osadzona w rzetelnym odzwierciedleniu tego, co uważamy za istotne we wpływających na nią hierarchiach dominacji, relacjach władzy, interesów czy uprzedzeń (Lichterman, 2017).

Kiedyś w antropologii dominowało podejście typowe dla nauk ścisłych: celem było zachowanie całkowitej bezstronności, brak jakiegokolwiek zaangażowania, bo miało to prowadzić do obiektywnego odzwierciedlenia świata. Wierzono, że da się po prostu widzieć świat społeczny bez nieustannego narzucania mu znaczeń (Clifford, Marcus, 1986; Weick, 1979).

Obecnie tego rodzaju funkcjonalne spojrzenie jest już anachroniczne – jest dość jasne, że badacz i badaczka stanowią niejako „soczewkę interpretacyjną”: poprzez swoje doświadczenia, wiedzę, historię, wrażliwość, gust, uprzedzenia i preferencje filtrują i interpretują obserwowaną rzeczywistość społeczną, nieustannie ją negocjując i nadając jej sens (Gerstl-Pepin, Gunzenhauser, 2002). Usiłują dotrzeć pod podszewkę społecznej konstrukcji rzeczywistości (Berger, Luckman, 1983), ale nie udają, że nie biorą w niej udziału. Przekonanie o możliwości uzyskania obiektywnego oglądu to szkodliwa iluzja, mająca na celu większą perswazję, jednak zaciemniająca obraz i utrudniająca przeprowadzenie rzetelnych badań (Golden-Biddle, Locke, 1997). Celem etnografii jest zatem raczej takie przedstawienie subiektywnej interpretacji, która będzie poprawiała nasze rozumienie świata,

poszerzy je. Tworzymy wiarygodną, autentyczną opowieść z pełnym naukowym rygorem. Interpretacja ta oczywiście musi być wiarygodna przede wszystkim dla badacza czy badaczki, ale zamiast zawsze nieskutecznych prób silenia się na obiektywizm, uczciwym rozwiązaniem jest przedstawienie własnej pozycji wyjściowej, przywilejów i perspektyw, a także podejmowanie wysiłku, aby z nich sobie zdawać sprawę podczas badań (Haraway, 1988). Nie oznacza to całkowitego relatywizmu, raczej świadomość intersubiektywizmu (Feinberg, 2007; Madden, 2017) i poleganie na nim jako na podstawowym założeniu etnograficznym (Gillespie, Cornish, 2010).

Osoby tworzące etnografię stają się instrumentem naukowym – po odpowiednim nasyceniu rozumieniem logiki lokalnej kultury i przy zachowaniu należytej ostrożności i staranności w rzetelnym przedstawianiu perspektywy badanych, tworzą interpretacje, których główną wartością jest właśnie lepsze rozumienie owej kultury (Gerstl-Pepin, Patrizio, 2009). Ta sama badaczka może interpretować swoje badania na różne sposoby – ciekawie pisze o tym Margaret Wolf, trzykrotnie różnorodnie podchodząc do tych samych obserwacji, oferując spojrzenia odległe koncepcyjnie i czasowo i tworząc w rezultacie czwartą narrację o roli etnografki (Wolf, 1992). Właśnie dlatego próby odgrywania bezstronności i prowadzenia przezroczystej narracji, z pominięciem autora czy autorki, szkodzą *de facto* ostatecznemu rezultatowi (Charmaz, Mitchell, 1996), zubażając go i pozbawiając najważniejszych zalet etnografii. Trzeba pamiętać, że badacz czy badaczka są nieusuwalnym elementem praktyki etnograficznej, próby niezauważania i maskowania ich wpływu na proces niszczą wynik.

W niektórych nurtach antropologii zauważa się także, że badacz czy badaczka nie powinni nawet we własnej narracji zajmować pozycji uprzywilejowanej, a ponadto, że proces powstawania etnografii zyskuje, jeżeli różnice władzy i dostępu do głosu są zredukowane (Lassiter, 2001). Przekonania te są szczególnie silne w tych obszarach antropologii, które wiążą się z badaniami w działaniu (*action research*) (Chrostowski, Jemieliński, 2008; Greenwood, González Santos, Cantón, 1991), gdzie odrzuca się przekonanie o roli nauki jako mającej jedynie bezstronnie i bez zaangażowania opisywać rzeczywistość (Strumińska-Kutra, 2016). Są też charakterystyczne

dla tzw. etnografii opartej na współpracy (*collaborative ethnography*) (Pietrowiak, 2014).

Ponieważ w etnografii istotne jest minimalizowanie wpływu własnych założeń i stereotypów, rozpoczyna się ją z jak najmniejszą liczbą prekonceptualizacji. Kultura traktowana jest często w sposób performatywny – zakłada się wtedy, że niekoniecznie da się ją wpasować do jakiegoś standardowego modelu teoretycznego, lecz raczej, że model kultury wyłoni się w procesie badań (Jemielniak, 2002; Latour, 1986). Stąd dla etnografii charakterystyczne jest także niestawianie wyjściowych hipotez, a jedynie pytań badawczych. Podczas badań akceptujemy to, co widzimy, choć staramy się dziwić wszystkiemu i próbować od zera zrozumieć nawet pozornie oczywiste kwestie (Fetterman, 2009). To element wspomnianego „antropologicznego nastawienia umysłu”.

Kwestia narzędzi w badaniach etnograficznych jest w dużym stopniu wtórna. Co prawda istnieje pewien kanon, ale nic nie stoi na przeszkodzie, aby robić badania etnograficzne z wykorzystaniem metod mniej standardowych – a nawet włączać do nich okazjonalnie elementy badań ilościowych chociażby po to, by przeprowadzać sensory pilotaż do zadania właściwych pytań badawczych. Cechą wyróżniającą badania etnograficzne jest zatem przede wszystkim długotrwały proces badawczy, mający na celu zrozumienie logiki lokalnej. Najczęściej stosowanymi metodami i technikami badawczymi są:

- obserwacje (uczestniczące i nieuczestniczące),
- prowadzenie dziennika badawczego,
- przeprowadzanie wywiadów,
- analiza narracyjna i dyskursu (Denzin, Lincoln, 1994),
- analiza materiałów zdjęciowych, video czy artefaktów kulturowych.

Zwłaszcza obserwacja uczestnicząca jest znakiem rozpoznawczym zdecydowanej większości badań etnograficznych (Ingold, 2014). Obserwacje mogą być wykorzystywane do przeprowadzenia analizy przypadku, czyli próby zrozumienia danego zdarzenia, albo po prostu do szerszej analizy tego, jak funkcjonuje dana zbiorowość. Obserwacjom towarzyszy prowadzenie dziennika badawczego, czyli notatek terenowych (*fieldnotes*) – jest to o tyle istotny i nieodzowny element pracy etnograficznej, że umożliwia większą refleksyjność,

powracanie do interpretacji i eksternalizację swoich wątpliwości (Emerson, Fretz, Shaw, 2011; Sanjek, 1990), a także lepsze zrozumienie własnych ograniczeń i pozycji wyjściowej, włącznie ze statusem władzy czy prywatnych uprzedzeń (Alvesson, Sköldberg, 2017). Bez notatek terenowych osoba uważająca, że uprawia etnografię, może łatwo się okazać po prostu turystą opowiadającym anegdoty z wycieczki.

Badania etnograficzne często opierają się też na wywiadach jakościowych jako dobrym sposobie uzupełnienia danych obserwacyjnych, pozwalającym na dotarcie do interpretacji podzielanej przez lokalnych uczestników i uczestniczki kultury. Przydatnym sposobem uzupełniającym może być w nich analiza narracyjna. W niniejszym rozdziale skupię się na etnografii, w kolejnych dopisując pewne uwagi szczegółowe na temat analizy przypadku, badań narracyjnych i przeprowadzania wywiadów w kontekście badania społeczności internetowych.

Postaram się teraz omówić podstawowe różnice etnografii cyfrowej względem etnografii tradycyjnej. Przede wszystkim, w świecie wirtualnym obserwuje się awatary, nie ludzi (Schroeder, Axelsson, 2006). Co prawda duża część ruchu internetowego w ciągu ostatniej dekady przeniosła się na Facebooka, Instagram czy LinkedIn, czyli platformy, w których często występuje się pod imieniem i nazwiskiem, ale nadal wiele serwisów pozwala na tworzenie „person”, czyli właśnie awatarów, które działają pod własnym pseudonimem i z własnym stylem – jest to charakterystyczne chociażby częściowo dla Twittera, Wikipedii czy różnorodnych forów. Badając zachowania awatarów, musimy brać pod uwagę, że za różnymi postaciami może kryć się ta sama fizyczna osoba, a także, że tym samym awatarem może zarządzać kilka różnych osób. Ponadto rosnąca liczba awatarów to boty – konta obsługiwane przez algorytmy, często w ogóle bez udziału człowieka (Lokot, Diakopoulos, 2016). O postaciach stojących za awatarami często wiemy jednocześnie dużo i mało (Golder, Macy, 2014). Dużo w tym sensie, że możemy badać ich wypowiedzi, gust, zainteresowania. Mało, bo na ogół brakuje nam podstawowych danych demograficznych i geograficznych. Wcale nie jest rzadkością posługiwanie się inną płcią społeczną w świecie wirtualnym i rzeczywistym (Pearce, Artemesia, 2009). Co prawda, można choćby estymować geolokalizację użytkowników i użytkowniczek na podstawie analizy

sieci ich znajomych (Compton, Jurgens, Allen, 2014), ale zarazem odróżnianie wpisów ludzi od botów wcale nie jest proste (Clark, Williams, Jones, Galbraith, Danforth, Dodds, 2016), a pozyskiwanie danych potencjalnie identyfikujących daną osobę może być problematyczne etycznie samo w sobie.

Jakie to powoduje problemy praktyczne? Rozliczne. Choćby podczas moich badań na Wikipedii wielokrotnie spotkałem się z problemem tzw. pacynkarstwa¹¹. Jest to praktyka zakładania wielu kont po to, by stwarzać iluzję szerokiego poparcia dla jakichś pomysłów. Robią tak np. osoby, którym bardzo zależy, aby jakieś hasło pojawiło się na Wikipedii albo aby zmienić jakąś regułę edycyjną. W rezultacie możemy śledzić pozorną dyskusję kilkunastu awatarów, za którą stoi jedna osoba. Problem jest na tyle powszechny, że zorganizowano na Wikipedii specjalną, bardzo wąską grupę funkcjonariuszy i funkcjonariuszek wysokiego zaufania, tzw. checkuserów, mających do dyspozycji narzędzia ułatwiające wykrywanie podobnych oszustw i dostęp do danych prywatnych, jak np. dotyczących adresu IP, danych przeglądarki itp. poszczególnych ludzi – choć dostęp ten jest ściśle reglamentowany i nie da się sprawdzać tego typu informacji wedle własnego widzimisię. Ponieważ pełniłem tę funkcję, wiem doskonale, że pacynkowanie jest dość częste – a i tak miałem z nim styczność jedynie w przypadkach zgłoszonych, a zatem takich, które wzbudziły podejrzenia innych edytujących. Mam zatem świadomość, że naprawdę kompetentni pacynkarze mogą umykać kontroli. Jaki jest z tego wniosek? Trzeba cały czas rozgraniczać, czy badamy awatary, czy rozmawiamy z żywymi osobami, jednocześnie pamiętając o tym, że w wielu społecznościach wirtualnych ludzie bardzo przywiązują się do swoich awatarów (Wolfendale, 2007). Dobrą praktyką jest więc analizowanie najpierw danych czysto wirtualnych, a następnie kontakt z wybranymi kontami i prośba o rozmowę video – wówczas dopiero przechodzimy do badań ludzi.

Etnografię cyfrową odróżnia też to, jak się z o s t a j e t u b y l c e m¹². W socjologii cyfrowej w ogóle bardzo charakterystyczne jest to, że

¹¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Sock_puppetry

¹² „Tubylec” to termin, który nie jest zbyt fortunny i może mieć pewną konotację kolonialną. Niestety, o ile w formie przymiotnikowej mogłem go zastąpić sformułowaniami

możemy realizować projekty w sposób typowy dla badań w działaniu (Jemielniak, 2015), czyli z silnym zaangażowaniem w życie badanej społeczności, także z możliwą rolą doradczą (Chrostowski, Jemielniak, 2011). Jak wspominałem, klasyczne badania antropologiczne raczej zalecają rolę „marginalnych tubylców” (Lobo, 1990; Walsh, 2004) i „profesjonalnych obcych” (Agar, 1980) i dystansowanie się wobec własnej kultury (Leach, 1982; Narayan, 1993). Nie jest to jednak zasada bezwzględna (Maanen van, 2011; Sperschneider, Bagger, 2003) i zasadniczo ostrzega się przed tak dalekim utożsamieniem z badanymi, które zatraciłoby perspektywę badawczą (Robson, 2002), lecz ze względów czysto praktycznych badaczom i badaczkom trudno jest naprawdę stać się tubylcami. O ile jednak marzenie o byciu „kameleonem w terenie badawczym, doskonale dostosowanym do swojego otoczenia” (Geertz, 1983, s. 56) w przypadku tradycyjnych badań antropologicznych jest złudne, o tyle w przypadku badań internetowych staje się całkiem realne. Nikt w końcu nie jest cyfrowym tubylcem od urodzenia, wszyscy uczestniczący w danej społeczności przystąpili kiedyś do niej jako obcy. Natomiast samo doświadczenie stawania się tubylcem, umożliwiające bardzo dobre zrozumienie społeczności od środka, jest niezwykle cenne (Gatson, Zweerink, 2004). Owszem, prowadzi zwykle do akceptacji logiki badanej zbiorowości – ale może to być godziwa cena za pozyskanie inaczej hermetycznej wiedzy. Powoduje to, że w przeciwieństwie do typowych badań etnograficznych, etnografie cyfrowe mogą mieć charakter autoetnograficzny (Denzin, 2006; Kamińska, 2014; Rheingold, 1994). Badania autoetnograficzne w socjologii wiążą się z socjologią humanistyczną i w dużym stopniu opierają się na wrażliwości i refleksji osoby przeprowadzającej badania (Kacperczyk, 2014). Badania obserwacyjne tego typu mogą rodzić pokusę, aby nie informować badanych o naszej roli ani celu uczestnictwa. Jest to typowy problem także dla badań przeprowadzanych w świecie realnym (Konecki, 1992) i rzutuje bezpośrednio na możliwość wyrażenia świadomej zgody na udział w badaniu, o której będzie mowa

takimi, jak „lokalny”, „rodzimy” czy anglicyzmem „natywny”, o tyle nie mam dobrego pomysłu, czego użyć jako rzeczownika. Zaznaczam jednak tę wątpliwość, usprawiedliwiając się także tym, że jest to termin używany i ugruntowany w polskiej tradycji etnograficznej, por.: Kuligowski (2016), także Burszta (2017).

w części poświęconej etyce badawczej. W określonych okolicznościach badania z ukrycia także są zrozumiałe, z mojego doświadczenia jednak oceniam, że co do zasady i przynajmniej w typowych przypadkach najlepszą polityką dla mnie było rzetelne informowanie o tym, że jestem naukowcem na swoim profilu, i nieukrywanie chęci realizowania badań etnograficznych. Warto dodać, że podział na „cyfrowych tubylców” i „cyfrowych imigrantów”, zaproponowany przez Marca Prensky’ego (Prensky, 2001), jest krytykowany jako nieadekwatny i zastępowany np. pojęciami „gości” i „stałe mieszkających” (White, le Cornu, 2011).

Z teoretyczną łatwością zostawania tubylcem wiąże się pewne niebezpieczeństwo: złudy tego, że każdą społeczność da się przeniknąć. Owszem, w pewnym sensie tak jest, bo nie zawsze trzeba być osobą urodzoną w danym miejscu, danej rasy, władającą danym językiem. Ponadto elastyczność autoprezentacji dotyczy w końcu także osób przeprowadzających badanie, które także mają większą swobodę zarządzania swoją tożsamością i sposobem jej przedstawiania (Miller, 2012). Nadal jednak trzeba biegle władać określonym kodem kulturowym. Sytuacja jest stosunkowo podobna choćby do prób przenikania do fandomu. Osoba, która chciałaby uchodzić za natywną w społeczności Bronies¹³, czyli dorosłych fanów kreskówki *Little Pony* (Miller, 2012), czy w społeczności Trekkies, czyli fanów *Star Treka*, aby mieć jakiegokolwiek szanse, musiałaby w praktyce naprawdę porządnie opanować wiedzę o tych serialach. Podobnie trudno wyobrazić sobie łatwe przeniknięcie do gangu motocyklowego, choć teoretycznie także jest możliwe i daje szansę na fantastyczne badania jakościowe (Wolf, 1991). W gruncie rzeczy w ogóle zrozumienie kultury dowolnej organizacji wymaga głębokiego wniknięcia w nią (Kozmiński, Jemielniak, Latusek, 2009). Nie inaczej jest ze społecznościami internetowymi, które w dodatku charakteryzuje „głęboka różnorodność” kulturowa i kontekstowa (English-Lueck, 2011). Aby zostać w pełni biegłym wikipedystą, musiałem dokonać kilkunastu tysięcy edycji, nauczyć się, gdzie przebiegają ważne dyskusje, poznać specyficzny slang tej społeczności, niezbędny choćby po to, aby wie-

¹³ https://en.wikipedia.org/wiki/Bronies:_The_Extremely_Unexpected_Adult_Fans_of_My_Little_Pony

dzieć, co znaczą komunikat „nieency, ale DNU, nie EK” (sugerujący po prostu konieczność dyskusji nad encyklopedycznością artykułu z powodu niewyczerpania znamion ekspresowego kasowania). Co prawda dzięki temu, że w wielu społecznościach zapis wszystkich dyskusji jest łatwo dostępny, wydawać się może, że enkulturacja to strata czasu. Zdecydowanie jednak tak nie jest – to właśnie ona umożliwia nadanie sensu analizie wydarzeń. Dopiero bycie insiderem można uznać za „klucz do zrozumienia ukrytych zakamarków organizacji” (Labaree, 2002, s. 98). Łatwo można sobie wyobrazić badania paratnograficzne po prostu na podstawie dostępnych danych – jednakże w morzu informacji osoba bez naprawdę dogłębnego zrozumienia społeczności, względnie przynajmniej bez zaufanego przewodnika czy przewodniczki, nie będzie w stanie prawidłowo rozumieć tego, co zobaczy. Przykładowo, postronni badacze i badaczki, a także osoby nowe na Wikipedii często mają wrażenie, że jest to społeczność wyjątkowo skonfliktowana. Tymczasem w praktyce mogą mieć takie wrażenie także dlatego, że kultura Wikipedii opiera się na radykalnym odrzuceniu hierarchii i braku lęku przed przełożonymi, skutkującym zachęcaniem do wyrażania sprzeciwu i wątpliwości, gdy tylko ma się inny punkt widzenia (Jemielniak, 2016b). Powoduje to oczywiście, że wiele osób ze społeczności Wikipedii i innych projektów Wikimedia bardzo chętnie wyraża swoje zdanie, radykalne opinie czy zadaje publicznie pytania, oczekując odpowiedzi niezależnie od tego, jaką rolę w hierarchii Fundacji Wikimedia czy w ruchu społecznym odgrywa. Świadomość tego może istotnie wpływać na interpretację badań.

Nieco pokrewnym do tubylczości problemem jest **brak bariery między terenem a domem**. W tradycyjnych badaniach etnograficznych wypracowywana jest ona przez „pójście w teren”, oddzielony przestrzennie i czasowo. W przypadku badań internetowych bardzo trudno rozgraniczyć sferę badań (tworzenia notatek terenowych, rozważań nad materiałem) i sferę korzystania z Internetu na potrzeby prywatne lub pozostałe zawodowe. Problem ten jest dość podobny do tych tradycyjnych etnografii, w których następuje przenikanie życia z terenem (McLean, Leibing, 2007). Tymczasem ma on dość poważne skutki, bo utrudnia refleksyjność badawczą, która jest ważną częścią samej metody etnograficznej (Davies, 2008) – choć, co warto

zaznaczyć, w dużym stopniu zrytualizowaną, gdyż w etnografiach sposób mówienia o swoich wątpliwościach, niepowodzeniach czy nieśmiałości jest dość konwencjonalny (Jemieliński, Kostera, 2010; Scott, Hinton-Smith, Härmä, Broome, 2012). Dobrych rozwiązań brak – choć oczywiście można sobie wyobrazić pewne symboliczne zabiegi, np. używanie tylko konkretnego, osobnego komputera do badań, a innego do pozostałych zastosowań. Kluczowe jest na pewno stałe uświadamianie sobie swej roli.

Jednocześnie nie sposób nie zauważyć, że w etnografii cyfrowej znacząco inaczej wygląda kwestia obecności w terenie (Rutter, Smith, 2005). „Bycie na miejscu” to jeden z podstawowych wyróżników klasycznych etnograficznych badań terenowych. Antropologia opiera się zresztą na doświadczaniu badanych kultur wszystkimi zmysłami (Bendix, 2005). Także fizyczne oddalenie od domu, podróż, długotrwałe przenosiny w inne środowisko i całodobowy w nim pobyt bez wątpienia silnie wpływają na stan umysłu badacza czy badaczki. Jest on, jak wspominałem, kluczowym elementem etnograficznej maszyny interpretacyjnej, zatem tak istotną zmianę trzeba mieć zdecydowanie na uwadze. Skoro podczas badań wirtualnych nie można być na miejscu w sposób podobny, jak w przypadku etnografii tradycyjnej, czy nawet organizacyjnej, niezbędne jest zastępowanie względnie stałej fizycznej współobecności długimi godzinami współuczestnictwa wirtualnego – rozwojem kompetencji przekazu i odbioru komunikatów tekstowych i wizualnych (Garcia, Standlee, Bechkoff, Cui, 2009). Podobnie jak w przypadku nowoczesnych etnografii organizacyjnych, wydaje się jednak jasne, że prowadzenie badań terenowych bez zachowania fizycznej współobecności i przestrzennego wspólnego doświadczenia jest możliwe – zwłaszcza że osoby uczestniczące w badanych zbiorowościach także robią to w podobny sposób (Burrell, 2009).

Kolejną odmiennością etnografii cyfrowej jest *ch a r a k t e r i n t e r a k c j i*. W społecznościach wirtualnych bardzo często są one asynchroniczne, czyli udział w dyskusji jest niejednoczesny. W zależności od społeczności i tematu awatary uczestniczące w dialogu mogą wymieniać się komentarzami niemalże synchronicznie. To typowe dla zacieklej dyskusji na forach, grupach Facebooka, Twitterze, ale także okazjonalnie na Wikipedii, jeżeli obie strony dyskusji są mocno

zaangażowane. Z kolei w niektórych społecznościach, jak np. na niektórych forach czy innych dyskusjach na Wikipedii, nie jest niczym nietypowym, że na daną wypowiedź ktoś odpowiada po tygodniach, miesiącach, a nawet latach. Trzeba mieć tego świadomość – bo całkiem istotnie wpływa to na dynamikę dyskusji. Choć wypowiedzi mogą czasami przypominać rozmowę ustną, w praktyce są bardzo odmienne (Ong, 2002). Wynika to z tego, że interlokutorzy i interlokutorki mają na ogół świadomość, że nie do końca rozmawiają ze sobą – a raczej że poza rozmową uczestniczą także w pewnym zbiorowym procesie tworzenia publicznego dialogu czy budowania bazy wiedzy. W tym sensie można mówić o pewnej specyficznej, nowej formie interakcji międzyludzkiej, „monodialogu” – uczestnictwie w rozmowie, ale z założeniem, że odbiorcą nie jest przede wszystkim osoba, której odpowiadamy, a nawet, że może ona w ogóle się o naszej odpowiedzi nie dowiedzieć.

Wpływa to bezpośrednio na kolejną różnicę, jaką jest o d m i e n n o ś ć w p r o w a d z e n i u o b s e r w a c j i (Garcia, Standlee, Bechkoff, Cui, 2009). Jak już wspominałem, obserwujemy awatary, a nie ludzi (Schroeder, Axelsson, 2006; Williams, 2007). Drugą wszakże istotną różnicą jest to, że ponieważ w wielu społecznościach mamy dostęp do ogromnych archiwów dawnych dyskusji, pozornie można mieć wrażenie, że nie ma różnicy między obserwacjami w czasie teraźniejszym a badaniami historycznymi. Tak jednak zdecydowanie nie jest. Jeżeli obserwujemy interakcje awatarów w czasie rzeczywistym, pozyskujemy wiedzę o dynamice rozmowy. Nie da się jej równie łatwo zdobyć przez suchą analizę zarejestrowanego czasu każdej wypowiedzi (choć, rzecz jasna, samo to, że możemy sprawdzić dokładną chwilę danej wypowiedzi, jest bardzo wygodne). Przy analizie historycznej umyka nam też kontekst bieżących reakcji społeczności – a ważniejsze dyskusje, kontrowersje czy konflikty zazwyczaj odbijają się szerokim echem także w innych kanałach komunikacji typowych dla społeczności. Przykładowo, nietypowe dyskusje na Wikipedii skutkują komentarzami w grupach wikipedycznych na Facebooku, na liście dyskusyjnej e-mail, na kanałach IRC, a także w prywatnych rozmowach. Odtworzenie części tych komentarzy po czasie jest niemożliwe, a części po prostu trudne. Ponadto akurat technologia wiki pozwala na

wstawianie wypowiedzi bez zachowania linearnego przepływu tekstu, tj. można wstawić swą wypowiedź później, a wyżej na stronie, aby móc odnieść się konkretnie do danego wcześniejszego fragmentu wypowiedzi. W związku z tym odtworzenie dynamiki dyskusji jest o wiele bardziej żmudne, choć dokładne informacje o czasie wypowiedzi, a także łatwy dostęp do wszystkich kolejnych wersji dowolnej strony umożliwia śledzenie chronologii, w przeciwieństwie do niektórych innych społeczności. Wreszcie to, że wszystkie interakcje są spisane, jest ogromnym ułatwieniem. Nie oznacza to jednak zwolnienia z potrzeby prowadzenia dziennika badawczego. Pisanie notatek i refleksji to narzędzie, które pozwala uruchomić aparat interpretacyjny w głowie badacza czy badaczki. Poleganie jedynie na cytatach z archiwów pozbawia badania etnograficzne jednej z ważniejszych zalet – iteracyjnego wracania do tych samych obserwacji i zdarzeń oraz nadawania im sensu (Weick, 1979). Dziennik badawczy pozwala też na większą szczerłość – o ile etnografia, w sensie ostatecznego tekstu, jest pewną narracją, którą tworzymy z jakiejś perspektywy (Wolf, 1992), o tyle dziennik pozwala na stworzenie sobie pewnego wentylu bezpieczeństwa, ujścia wątpliwościom, zarysowania myśli, którymi niekoniecznie będziemy się dzielić w tekście ostatecznym.

Istotną odmiennością w procesie przeprowadzania obserwacji jest także to, że w niektórych społecznościach można dokonywać ich bez zakładania konta i w sposób niezauważalny dla samych obserwowanych, choć w niektórych z kolei niezbędne jest wejście w świat wirtualny na jego zasadach i „ucieleśnienie” wewnątrz poprzez własnego awatara (Pearce, Artemesia, 2009). Z kolei inaczej niż w tradycyjnej etnografii, podczas obserwacji wirtualnych znacznie trudniej nam śledzić komunikację pomiędzy obserwowanymi osobami – powszechną praktyką w społecznościach wirtualnych jest wykorzystywanie różnych kanałów i dyskutowanie równoległe do „życia społecznego” w głównym wątku (Ducheneaut, Yee, Bellotti, 2010).

Etnografia cyfrowa w o wiele większym stopniu niż tradycyjna opiera się na tzw. etnografii wielostanowiskowej (*multi-sited ethnography*) (Marcus, 1995). Oznacza ona w tym kontekście badanie jednocześnie więcej niż jednej społeczności on-line albo łączenie badań wirtualnych i badań w świecie realnym. Wynika to ze

wspominanej już wcześniej specyfiki społeczności internetowych: często przenikają się one i nakładają zarówno z innymi zbiorowościami on-line, jak i ze sferą off-line.

Istotną różnicą jest także to, że etnograf cyfrowy ma pozycję mniej uprzywilejowaną niż w etnografii tradycyjnej. Władza nad narracją i kontrola nad sposobem przekazu to kwestie, na które od dawna zwraca się uwagę w antropologii (Fine, 1993). W tradycyjnej etnografii jednak zazwyczaj przebywamy w terenie samotnie lub w zespole, który później będzie publikował uzgodnione obserwacje – co, nawiasem mówiąc, jest strategią, którą należy wybierać świadomie, zdając sobie sprawę z wad i zalet etnograficznej pracy zespołowej (Clerke, Hopwood, 2014). Natomiast w etnografii cyfrowej nigdy nie wiemy, czy nie stykamy się z innymi badaczami i badaczkami, którzy dokładnie w tym samym czasie analizują te same zdarzenia i wypowiedzi, a nawet traktują nas jak przedmiot swych badań. W skrajnej, czysto hipotetycznej sytuacji można sobie wyobrazić, że w jakiejś społeczności chwilowo mogłoby nie być nikogo poza przeprowadzającymi projekty badawcze i badającymi się nawzajem, w przeświadczeniu obcowania z lokalną kulturą. Ponadto zweryfikowanie naszych obserwacji i przemyśleń przez innych jest znacznie prostsze. W przeciwieństwie do etnografii tradycyjnej, w której można zakładać, że badacz czy badaczka tworzą obraz społeczności w danej chwili, do którego nikt inny nie ma dostępu, to w etnografii cyfrowej konfrontacja z danymi nawet po wielu latach jest możliwa. Nie mamy zatem nawet tymczasowego monopolu na interpretację. Wiele społeczności internetowych (być może z uwagi na stałe obracanie się w sferze słowa pisanego) tworzy własne metaanalizy swojej kultury, mitologie, historii – których monopolu zazdrośnie strzeże. Włączenie tego rodzaju tubylczych etnografii w jakiejś formie do obiegu naukowego pozostaje wciąż kwestią otwartą.

Wreszcie, w etnografii cyfrowej charakterystyczne jest to, że mamy zwykle do czynienia z wysoką międzykulturowością i zarazem niską homogenicznością badanych zbiorowości, w porównaniu ze zbiorowościami tradycyjnymi. Zazwyczaj osią organizującą ją może być nawet tylko jeden element wspólny – zainteresowania, wspólny projekt czy znajomość tego samego narzędzia. W związku z tym procesy

enkulturacji i ujednolicania norm społecznych mają charakter o wiele mniej totalny.

W etnografii cyfrowej występują też inne stygmy społeczne. Wiele z typowych sposobów stygmatyzacji w społecznościach nieinternetowych opiera się na rasie, wieku, ograniczeniach sprawności fizycznej – a te są łatwiejsze do zamaskowania w Internecie, choć warto zauważyć, że np. płeć, choć pozornie równie trudno identyfikowalna, jest istotną kategorią klasyfikacji awatarów. Wiele społeczności internetowych jest zdominowanych przez mężczyzn i utrwalone normy powodują, że kobiety są tam dyskryminowane lub zniechęcane do równego uczestnictwa. Niemniej Internet jest pod wieloma względami egalitarny – jak głosi popularny obrazek, „w Internecie nikt nie wie, że jesteś psem”. Każdy, kto ma dostęp do sieci, może prezentować się znacznie swobodniej i bardziej wedle swojego gustu niż w świecie realnym, przynajmniej teoretycznie bez ograniczeń demograficznych czy majątkowych. Z drugiej strony społeczności internetowe są podatne na zupełnie inne rodzaje społecznych stratyfikacji. O ile na spotkaniu w głośnej dyskotekce znaczenie może mieć przede wszystkim wygląd, ubiór i mowa ciała, o tyle w społecznościach internetowych na pierwszy plan wychodzą kompetencje językowe. Zasób słownictwa, opanowanie specyficznego slangu danej społeczności, częstota i adekwatność wykorzystania emotikonów, a nawet sama szybkość pisania mogą prowadzić do silnych ocen awatara.

Wreszcie, choć nie jest to cecha szczególna dla społeczności internetowych, może być w nich trudniejsza do praktycznego zaadresowania: strategie budowania statusu w społeczności mogą być odmienne od naszych wyobrażeń. O ile w tradycyjnych biznesowych organizacjach są dosyć utrwalone i względnie podobne sposoby odgrywania wartości i poświęcenia, uwzględniające hierarchię, dostęp do zasobów, pieniądze, choć także i czas¹⁴, o tyle w społecznościach internetowych może być trudniej o jednoznaczne ich wskazanie bez zagłębienia się w teren. W tradycyjnych badaniach antropologicznych też tak jest,

¹⁴ Przykładowo w badaniach programistów zaobserwowałem, że czas spędzony w pracy często jest postrzegany przez przełożonych jako silniej sygnalizujący wartość pracownika niż jakość wykonanej pracy – czas miał zatem funkcję symboliczną w okazywaniu lojalności i poświęcenia organizacji (Jemieliński, 2009).

ale w przypadku badań internetowych możemy mieć większą ułudę swojskości: tego, że różnice względem naszych przyzwyczajzeń są nieistotne i pomijalne, co potencjalnie sprawia, że trudniej rozoznać się w sytuacji. Przykładowo w społeczności Wikipedii w narracjach na temat tego, kto jest szczególnie wartościowy, a kto nie, wielokrotnie przewija się kwestia pisania rozbudowanych, dobrych artykułów encyklopedycznych, a nie uczestniczenia jedynie w dyskusjach o procedurach i biurokracji. Jednak analiza osób, które są wybierane do pełnienia funkcji administracyjnych, pokazuje, że prawie zawsze są one zdecydowanie zaangażowane w sprawy organizacyjne, a nie jedynie w tworzenie artykułów. Struktury paraorganizacyjne mają charakter mocno biurokratyczny i utrwalają *status quo* (Konieczny, 2009; Shaw, Hill, 2014). Ponadto jakość artykułów jest często realnie mniej ważna niż liczba edycji – osoby uzyskujące status administratorski na polskiej Wikipedii mają zazwyczaj ponad 2000 edycji, a na angielskiej nawet przeszło 10 tysięcy, a sama obsesja liczbą edycji jest uważana przez społeczność za poważny problem i nazywana *editcountitis* (Jemielniak, 2014a). W społeczności Wikipedii „liczba edycji to waluta tego królestwa” (Reagle, 2010, s. 157).

3.2.2. Analiza przypadku

Analiza przypadku jest dość standardową metodą badań jakościowych, typową choćby w badaniach zmian organizacyjnych, kiedy możemy skoncentrować się nie tyle na konkretnej społeczności, co właśnie na przebiegu jakiegoś istotnego wydarzenia. Często stanowi element badań etnograficznych, dotyczą jej więc uwagi i zastrzeżenia z poprzedniego rozdziału. O ile jednak etnografia ma na celu zrozumienie kontekstu kulturowego i logiki lokalnej danej społeczności jako takiej, o tyle analiza przypadku koncentruje się na opisie i wyjaśnieniu pewnego określonego zdarzenia. To zapewne jeden z powodów, dla których analiza przypadku postrzegana jest jako metoda łatwiejsza od etnografii, bo nie wymaga tak długiej akulturacji środowiskowej. Bywa niestety traktowana po macoszemu, jako „łatwy” sposób robienia badań jakościowych i pseudojakościowych – nie pozwalając na pełne

wykorzystanie zalet gęstej interpretacji jakościowej, a jednocześnie nie mając zalet jasno określonych wymagań ilościowych.

Metoda ta jest rozpowszechniona zarówno wśród osób wywodzących się z tradycji postpozytywistycznej, dla których będzie służyć do tworzenia uogólnień, jak i wśród osób nawiązujących do tradycji interpretatywnej, starających się zrozumieć logikę sytuacji w lokalnym rozumieniu (Hassard, Kelemen, 2010). Ponieważ to ostatnie podejście jest mi zdecydowanie bliższe, postaram się zwrócić uwagę na specyfikę tak pojmowanej analizy przypadku opartej na danych internetowych, w zakresie uzupełniającym do uwag z części o etnografii cyfrowej, zakładając, że analiza przypadku także wymaga dogłębnego rozumienia danej kultury.

Istotą analizy przypadku jest zatem próba zrozumienia całościowego pewnej konkretnej sytuacji społecznej (Stake, 2005), które prowadzi do uzyskania wiedzy umocowanej w kontekście lokalnym (Flyvbjerg, 2006). Chodzi o prześledzenie sytuacji wyjściowej, przyczyn, przebiegu i rezultatu jakiegoś wydarzenia czy przeobrażenia. Może to być zmiana organizacyjna czy kulturowa, tendencja społeczna, ale też jakiś szczególny przypadek, który dobrze unaocznia ważne aspekty zagadnienia, które chcemy przedstawić. Szczególnie dobrze sprawdzają się w tej roli przypadki skrajne, bo lepiej uwidaczniają procesy zachodzące w danej zbiorowości (Eisenhardt, 1989). Dlatego zdaniem niektórych warto koncentrować się na „ekstremalnych sytuacjach, krytycznych zdarzeniach i społecznych dramatach” (Pettigrew, 1990). W analizie przypadku można stosować wszelkie pasujące moim zdaniem narzędzia – jak choćby ankiety, wywiady, obserwacje czy wszelkie analizy danych wtórnych. Wyróżnikiem tej metody jest cel – wyjaśnienie osobliwego lub wyjątkowo znamiennego zdarzenia czy transformacji.

Podczas badań przeprowadzanych na Wikipedii wielokrotnie zdarzyło mi się wejść w spory i konflikty. Jedną z moich obserwacji było wręcz, że społeczna konstrukcja Wikipedii powoduje, iż konflikty interpersonalne są – poprzez zbiór reguł – kanalizowane we współpracę. Dzięki połączeniu tego mechanizmu z eskalacją zaangażowania i niskim progiem wejścia w pisanie haseł Wikipedia wykorzystuje motywację ludzi, którzy chcą udowodnić, że mają rację, do tworzenia największej encyklopedii świata.

W swojej książce (Jemielniak, 2014a) zdecydowałem się wykonać analizę kilku przypadków, aby egzemplifikować procesy, które uznałem za typowe dla Wikipedii, ale jednocześnie te, które miały istotny wpływ na rozwój społeczności, a w które nie byłem zaangażowany bezpośrednio. Była to analiza historyczna. W przeciwieństwie do analizy przypadku realizowanej off-line na Wikipedii wszystkie interakcje były jednak zarchiwizowane. Oczywiście wszelkie zastrzeżenia dotyczące obserwacji, które opisałem w poprzednim rozdziale, także miały zastosowanie i dla osoby nieznającej społeczności nawet wybór przypadków, które można było uznać za szczególnie ważne czy symboliczne, byłby trudny – trzeba pamiętać, że dyskusje społecznościowe zajmują dosłownie miliony stron, a najdłuższe mają nawet kilkadziesiąt tysięcy słów. Niemniej, możliwość prześledzenia krok po kroku przebiegu dyskusji, wybranej jako szczególnie znamienne, znacznie ułatwiała badanie.

Jednym z przypadków, na których się skupiłem, była np. tzw. Bitwa o Gdańsk: konflikt na angielskiej Wikipedii, który dotyczył tego, czy hasło opisujące miasto powinno występować pod nazwą „Gdańsk” czy „Danzig”. Przypadek był bardzo stary, bo sam konflikt przebiegał w latach 2001–2005, zaczął się zatem około dekadę wcześniej, niż kiedy przeprowadzałem badania. Mogłoby się wydawać, że zwłaszcza wobec szybkiego tempa zmian w Internecie tak zamierzchłe dzieje z życia społeczności nie mają specjalnej wartości współcześnie. Tymczasem ów konflikt, uznany też przez społeczność za jeden z najbardziej żalonych w historii¹⁵, wywarł istotny wpływ na późniejsze regulacje społeczności, pokazywał też bardzo wyraźnie procesy, które zaobserwować można i dziś. Ponadto wspomnienie o sporze, który co prawda miał merytoryczną stronę, ale urosł do nieproporcjonalnie dużych rozmiarów, wciąż jest wśród weteranów i weteranek Wikipedii całkiem żywe, a podobne spory pojawiają się również współcześnie, jak choćby w kwestii tego, czy rzeka Ganges nie powinna występować pod nazwą Ganga (która jest nazwą także w rodzimym języku angielskim w dialekcie indyjskim), czy też np. czy Meksyk w ogóle ma język oficjalny. Oba te przypadki byłem w stanie lepiej opisać i zanalizować dzięki

¹⁵ Zob. https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Lamest_edit_wars

sięgnięciu do historycznego zdarzenia, bez którego z kolei nie byłbym w stanie skontekstualizować dynamiki dyskusji, typowych odniesień ani wypracowanych zasad osiągania konsensusu. Z kolei dzięki temu, że nie byłem osobiście zaangażowany w dyskutowaną kwestię, mogłem ze znacznie większym dystansem opisywać wzrost zaangażowania, emocji, a momentami nawet paranoi po obu stronach sporu.

Innym możliwym podejściem do analizy przypadku jest celowe czerpanie z osobistego doświadczenia. Na potrzeby jednego z artykułów zdecydowałem się opisać spór, w który byłem zaangażowany personalnie i emocjonalnie (Jemielniak, 2016a). Przeprowadziłem analizę przypadku kontrowersyjnych edycji w ramach hasła „Szklany sufit”, na które sam zareagowałem jako uczestnik, starając się usunąć część artykułu, którą uważałem za seksistowską, ale która jednakże odnosiła się do weryfikowalnego źródła i w związku z tym nie kwalifikowała się do prostego skasowania. Moim celem nie było silenie się na obiektywizm opisu. Przeciwnie, osobiste doświadczenie i odnoszenie do swoich myśli i odczuć, których doświadczałem podczas udziału w sporze i które były w oczywisty sposób czysto subiektywne, przynosiło zarazem widoczną wartość dodatkową, polegającą na umożliwieniu wglądu w percepcję i reakcje doświadczonego wikipedyisty. Byłem w stanie pokazać, jak łatwo dochodzi do konfliktów merytorycznych, a także jak trudne jest (zwłaszcza dla osoby nieprzyzwyczajonej do reguł działania na Wikipedii) powstrzymanie się od wykonania ruchu, który może prowadzić do zablokowania, niezależnie od racji merytorycznych. Krótka, autoetnograficzna analiza przypadku miała na celu wskazanie, że rozbudowany zbiór reguł biurokratycznych na Wikipedii, a także brak treningu w reagowaniu na pseudonaukowe wywody, nie wspominając już o atakach personalnych, łatwo mogą prowadzić np. do zmniejszania liczby kobiet w populacji osób edytujących Wikipedię. Nawiązanie do własnych emocji i reakcji ułatwiło mi pokazanie, jak trudne, niezależnie od doświadczenia, jest zachowanie spokoju i radzenie sobie w dyskusjach internetowych z osobami, które doskonale opanowały regulamin. W tym przypadku osobiste doświadczenie i zaangażowanie emocjonalne służyły zatem jako część metody. By jednak móc faktycznie z pożytkiem zastosować elementy autoetnograficznego spojrzenia, wskazana jest refleksyjność

i daleko posunięta ostrożność (Bielecka-Prus, 2014) – bo odnoszenie się do osobistego doświadczenia wymaga jeszcze większego namysłu badawczego, by nie popaść w nieuporządkowane spisywanie swoich doświadczeń pod pozorem uprawiania nauki (Atkinson, Delamont, 2006), i pamiętając, że doświadczenie osobiste także jest konstruowane społecznie i *post factum* interpretowane (Scott, 1991).

Zaufanie jest jednym z fundamentalnych spoiw relacji społecznych, przejawia się jednak w różnych formach organizacyjnych w różny sposób (Latusek, Cook, 2012; Sztompka, 1999). Dla wielu społeczności internetowych charakterystyczne jest to, że zaufanie do ludzi, także współpracujących blisko w projektach (Latusek, Jemielniak, 2007, 2008), jest substytuowane przez zaufanie do procedur. W przypadku osób, które znają się tylko ze świata wirtualnego, wynika to zapewne w istotnym stopniu z tego, że uczestnicy i uczestniczki tych zbiorowości mają świadomość, że dyskutują z awatarami, a tożsamość osób, z którymi wchodzi w interakcje, jest płynna. Dla analizy przypadku jako metody powoduje to, że szczególnie wartościowe mogą być badania procedur i reguł społeczności, a także dyskusji towarzyszących ich powstawaniu. Nawet w społecznościach, które pozornie nie stosują złożonych regulaminów, istotną rolę regulacyjną przejmują wykorzystywane narzędzia danej platformy (umożliwiając określone formy interakcji i społecznych sygnałów) i praktyka ich wykorzystania. Przykładem może być choćby sławna „kropka nienawiści”, czyli fenomen polegający na tym, że w korespondencji elektronicznej zakończenie wypowiedzi kropką sygnalizuje niechęć do kontynuowania konwersacji albo mniej szczerą wypowiedź (Gunraj, Drumm-Hewitt, Dashow, Upadhyay, Klin, 2016). Podobnie bardzo szczegółowe znaczenie może być przypisywane użyciu konkretnych emotikonów w określonych kontekstach (Riordan, 2017). Właśnie dlatego, aby nadać sens badanym przypadkom, a wręcz aby móc określić ich początek i koniec, niezbędne jest albo pozyskanie biegłości w rozumieniu reguł społeczności, albo korzystanie ze wsparcia doświadczonych przewodniczek i przewodników. Inaczej mówiąc, jeśli niezależnie od wieku jesteśmy cyfrowymi imigrantami czy gośćmi, przynajmniej w badanej społeczności, potrzebujemy wsparcia tubylców vel. stałych mieszkańców, aby wiedzieć, co

możemy uznać za ciekawy przypadek, jak go odczytać i jakie specyficzne niuansy komunikacyjne są ważne (Riordan, Kreuz, Blair, 2018).

3.2.3. Wywiady on-line

Wykorzystanie wywiadów do badania społeczności internetowych jest jak najbardziej możliwe i użyteczne (Salmons, 2012, 2014). Może przebiegać w kilku różnych formułach, z których każda ma swoje wady i zalety (Kazmer, Xie, 2008):

- wywiadów przeprowadzanych przez tekstowy czat internetowy,
- wywiadów asynchronicznych przez e-mail lub forum,
- wywiadów realizowanych za pośrednictwem komunikatorów głosowych,
- wywiadów realizowanych z wykorzystaniem videokonferencji,
- wywiadów z przedstawicielami i przedstawicielkami społeczności internetowych, przeprowadzanych w kontakcie twarzą w twarz, podczas spotkania na żywo.

Przeprowadziwszy kilka wywiadów za pośrednictwem czatu tekstowego, mogę jedynie zdecydowanie odradzić tę metodę. Pozornie wydaje się bardzo atrakcyjna – w końcu pozwala uniknąć żmudnego transkrybowania rozmowy. Jednakże z mojego doświadczenia wynika, że uzyskiwane odpowiedzi były o wiele bardziej zdawkowe, krótkie, nie dawało się praktycznie skłonić rozmówców do przekazywania dłuższych narracji, a zdobycie zaufania zajmowało więcej czasu – co zresztą potwierdzają także inne badania (Shapka, Domene, Khan, Yang, 2016). Wynikało to zapewne z kilku czynników. Przede wszystkim większość ludzi znacznie swobodniej i częściej mówi, niż pisze. Zdecydowana większość także pisze wolniej, niż wypowiada się ustnie. Ponadto specyfika interakcji na czacie (IRC-u, Slacku, Messengerze itd.) skłania do krótkich wypowiedzi – bo zwłaszcza w interakcjach synchronicznych pisanie dłuższych fragmentów powoduje, że druga osoba musi cierpliwie czekać na wysłanie komunikatu, nie może odbierać go na bieżąco – a ściślej, w niektórych konwersacjach faktycznie dochodzi do wysyłania wypowiedzi kawałkami, po jednym zdaniu lub jego fragmencie, to zaś prowadzi do komunikacyjnej trudności ustalenia, kiedy

dana osoba zakończyła wypowiedź. Wreszcie prowadzenie wywiadu przez czat w naturalny sposób zachęca interlokutorów i interlokutorki do multitaskingu. Pokusa jest po prostu zbyt duża – choć dla nas wywiad może być bardzo ważny, dla osoby, z którą rozmawiamy, możemy stać się po prostu jednym z wielu otwartych okienek, niekoniecznie nawet z najwyższym priorytetem. Jeżeli podczas udzielania wywiadu robią kilka innych rzeczy, trudno oczekiwać, że się poważnie zaangażują w badanie. Bezpieczniejsze jest z tego punktu widzenia już przeprowadzenie wywiadu e-mailem (Meho, 2006) – ale ma oczywiście mnóstwo wad, z których główną jest konieczność trzymania się sztywno listy pytań i niemożność podążania *ad hoc* za odpowiedziami, co nie jest jednak tak dużym problemem przy wywiadach o stałej strukturze (Al-Saggaf, Williamson, 2004). Podobnie rzecz się ma z wywiadami prowadzonymi na forach internetowych, także w formach parafocusowych (Ping, Chee, 2009). Warto jednak mieć na uwadze wywiady za pośrednictwem tekstowego czatu w przypadkach szczególnie wrażliwych tematów, kiedy właśnie sam kontakt wzrokowy może być poważną przeszkodą w realizacji badań (Davis, Bolding, Hart, Sherr, Elford, 2004; Neville, Adams, Cook, 2016). Jest tak również w przypadku badania osób, które angażują się w działania nielegalne (Barratt, Maddox, 2016). Trzeba jednak wówczas szczególnie uważać poświęcić budowaniu zaufania i relacji badawczej, a także zaangażowania badanej osoby – aby niwelować straty w nasyceniu i bogactwie wypowiedzi (Hewson, 2016).

Problem zdawkowości odpowiedzi wynikającej z multitaskingu z kolei dotyczy także wywiadów głosowych za pośrednictwem komunikatorów, ale podejście to nie wymaga szczegółowego omówienia, bo w zasadzie nie różni się od klasycznego wywiadu telefonicznego. Można jedynie zwrócić uwagę na to, aby w miarę możliwości korzystać z oprogramowania, które pozwala na szyfrowanie rozmowy między uczestnikami, jak np. Signal, względnie, aby korzystać z oprogramowania, które nie narzuca osobie, z którą będziemy rozmawiać, konieczności instalacji – pod tym względem wart polecenia jest choćby serwis **Jitsi**, czyli platforma komunikacyjna oparta na otwartym oprogramowaniu, która umożliwia wygodne połączenia głosowe i videokonferencje bezpośrednio w przeglądarce. Podobne

funkcje ma współcześnie także Google Hangouts, AppaerIn, Zoom czy Bluejeans, choć to już projekty komercyjne.

Narzędzi tych można używać z powodzeniem także do wywiadów video (Deakin, Wakefield, 2014). Spośród wszystkich sposobów łączenia się zdalnie zdecydowanie metoda ta umożliwia najlepszy kontakt. Znacznie redukuje problem multitasking, a także wzbogaca rozmowę o możliwość odczytywania mimiki. Tym bardziej warto zadbać o szerokopasmowe łącze. Nic nie zastąpi kontaktu na żywo twarzą w twarz, bo istotna część komunikacji wymaga odbioru bezpośredniego mowy ciała, ma związek z komunikowaniem się wszystkimi zmysłami, a budowanie zaufania i relacji badawczej opiera się także na doświadczaniu jednoczesnym tej samej rzeczywistości – reagowaniu na te same zmiany w otoczeniu. Warto jednak wspomnieć o istotnej przewadze wywiadów video – pozwalają na dotarcie do osób, dla których wyjawienie lokalizacji mogłoby się wiązać z ryzykiem. Z mojego doświadczenia kontaktu z osobami ukrywającymi się ze względu na zaangażowanie w ruch wolnej informacji wiem, że często może to być jedyny sposób dotarcia do nich – i wtedy wywiad za pośrednictwem komunikatora video ma wręcz istotne przewagi nad wywiadem twarzą w twarz. Może też ułatwiać kontakt z osobami zapracowanymi, a przyzwyczajonymi do korporacyjnych videokonferencji. W wywiadach video nagrywanie jest również często łatwiejsze niż przy wywiadach na żywo – mamy bezpośredni dostęp do dźwięku z dwóch mikrofonów, a hałas z otoczenia jest zazwyczaj mniejszy niż w spotkaniach na mieście. Oczywiście zaletą jest też niski koszt czasowy i finansowy dotarcia do danej osoby, która może być na drugim końcu świata (Lo Iacono, Symonds, Brown, 2016).

Klasyczna forma wywiadu, czyli twarzą w twarz, doskonale się sprawdza także do badań społeczności, które komunikują się głównie za pośrednictwem Internetu. Uczestnictwo w tych społecznościach pozwala zazwyczaj samodzielnie ustalić, jakie okoliczności najbardziej taki wywiad ułatwią – warto wspomnieć, że wiele ze zbiorowości internetowych urządza zloty, spotkania fandumu czy hackathony, które skądinąd są ciekawymi wydarzeniami, umożliwiającymi obserwację różnorodnych rytuałów uczestniczących osób (Zukin, Papadantonakis, 2017). Ponadto tego rodzaju zloty często pozwalają na

przeprowadzenie rozmów z osobami niekoniecznie bezpośrednio aktywnymi w danej społeczności, ale np. zaangażowanymi w udostępnianie jej infrastruktury, organizację struktur lokalnych czy działalność komercyjną nastawioną na społeczność. Istotnym ułatwieniem jest to, że łatwo można w tym samym miejscu i czasie przeprowadzić całą serię wywiadów. Jedne z najciekawszych wywiadów podczas badania społeczności Wikimedia przeprowadziłem na Wikimaniach, czyli corocznych imprezach organizowanych dla niej w różnych częściach świata. Wadą, o której trzeba pamiętać, jest natomiast istotna preselekcja ludzi – profil osób ze społeczności internetowej, które są po pierwsze chętne, a po drugie na tyle zaktywizowane w tejże, że zechcą pojechać na zlot, jest bardzo specyficzny i nie należy oczekiwać, że będzie w jakikolwiek sposób dobrą reprezentacją całej zbiorowości. Ponadto wiele ze społeczności internetowych w mniejszym lub większym stopniu przywiązuje wagę do zachowania anonimowości uczestniczących (McDonald, 2015). Na Wikimaniach na przykład standardem jest to, że osoby, które nie życzą sobie, aby ich wizerunek znalazł się na jakiegokolwiek dokumentacji fotograficznej, mają inny kolor taśmy do identyfikatora. Spora część osób również występuje wyłącznie pod pseudonimem on-line i nie życzy sobie ujawniania imienia czy nazwiska.

Niezależnie od przyjętej formuły wywiadów zdecydowanie wskazane jest, aby proces ich przeprowadzania podlegał refleksji, a także, aby znalazło się dla niej miejsce w ostatecznej pracy naukowej (Sutton, 2011).

3.2.4. Analiza narracyjna

Klasyczna analiza narracyjna (*narrative analysis/inquiry*) jest wykorzystywana w tradycyjnych badaniach przede wszystkim do tekstów, choć także ustne opowieści bywają okazjonalnie traktowane jako narracje, choćby w przypadku tzw. wywiadów narracyjnych (Kaźmierska, 2004; Urbańska, 2015). Do tych ostatnich, a także do sposobu ich odgrywania w rozmowie, bezpośrednio odnosi się podejście storytellingu (Boje, 2001, 2008, 2014). Socjologiczne podejście do tematyki

wynika z tzw. zwrotu narracyjnego (*narrative turn*) (Berger, Quinney, 2005) i opiera się bezpośrednio na obserwacji, że ludzie jako gatunek nadają sens swemu rozumieniu świata poprzez specyficzne opowieści – o określonej strukturze, bohaterach i bohaterkach, zwrotach akcji – i intersubiektywnie je negocjują (Gabriel, 2004). Tworzenie narracji jest najbardziej typową formą życia społecznego (MacIntyre, 1981), a spersonalizowana historia jest bardziej sugestywna niż statystyki (Wit de, Das, Vet, 2008), co zresztą bezpośrednio się wiąże z obserwowanym kryzysem hierarchii wiedzy, o którym pisałem na początku książki.

Podejście narracyjne czerpie także z badań literackich (Bachtin, 1982; Barthes, 1977), przenosząc koncentrację na tekst jako taki, a w mniejszym stopniu na możliwe intencje autora czy autorki czy okoliczności towarzyszące powstawaniu dzieła (Czarniawska, 2004). Przedmiotem analizy jest sama narracja, a źródłem materiału mogą być nawet po prostu wywiady. Istotne jest to, do czego te wywiady się wykorzystuje: szuka się w nich pewnych powracających motywów, sposobów budowania opowieści o sobie i innych, a także nadawania światu porządku (Walzer, Oles, 2003). Strategie perswazyjne, waga przywiązywana do określonych szczegółów, porządek przedstawiania wydarzeń, wykorzystywane słownictwo, przedstawiane postaci i ich rola, budowanie własnego wizerunku i tożsamości – wszystko to składa się na istotne elementy poddawane analizie narracyjnej, ważniejsze niż dociekanie prawdy materialnej (Czarniawska-Joerges, 1994, 1998). Istotą badania jest zatem koncentracja na specyficznej fabule, opartej na pewnej wizji świata, osadzonej w konkretny sposób w przedstawianej chronologii i z pewnymi założeniami dotyczącymi zależności zdarzeń.

Jak zauważa John Given (2006), rozwój technologii cyfrowych ma transformacyjny wpływ na socjologię, a w szczególności na badania narracyjne. Specyfiką wielu społeczności internetowych jest to, że większość interakcji następuje w formie pisemnej, często archiwizowanej. W związku z tym do badań społecznych on-line zastosowanie metod związanych z analizą narracyjną narzuca się niejako samoistnie. Nie wymaga to radykalnych zmian w samej metodzie. Trzeba uwzględnić kwestie poruszone w dwóch poprzednich rozdziałach, ale warto też zwrócić uwagę na kilka drobniejszych kwestii, które omówię po kolei.

Szczególną cechą badań wypowiedzi internetowych jest to, że mają charakter „trwałych konwersacji” (*persistent conversations*) (Erickson, 1999). Co prawda mogą przebiegać dynamicznie, całkowicie lub niemalże synchronicznie, czyli przy jednoczesnym uczestnictwie interlokutorów i interlokuterek, ale dają się archiwizować. W związku z tym można je analizować po wielu latach, bez uszczerbku dla przekazu. Oczywiście, jak już wspominałem, trzeba sobie zdawać sprawę, że osoby uczestniczące w konwersacji często mają świadomość tego, że cokolwiek powiedzą, zostanie zapisane – i że nawet spontaniczna rozmowa będzie miała wielu asynchronicznych czytelników i czytelniczek. W związku z tym sporo dyskusji internetowych można, a być może nawet trzeba traktować jako formy publicznego przekazu (często typu *many-to-many*, czyli dosł. ‘wielu-do-wielu’), czy też wspomnianego monodialogu, a nie prywatnych rozmów, choć nie może to być wymówką pozwalającą na zignorowanie podstawowych kwestii etycznych w ochronie anonimowości i prywatności badanych osób. Temat ten będzie poruszany w ostatniej części książki.

Niemniej, ponieważ przynajmniej niektóre konwersacje mają bezdyskusyjnie masowych odbiorców, odpowiednie dla nich może być potraktowanie ich jako przejawu publicznego dyskursu. Chociażby otwarta dyskusja na Twitterze na temat globalnego ocieplenia (Fownes, Yu, Margolin, 2018) może być rozpatrywana tak właśnie: nie tyle jako rozmowa, co stan debaty publicznej. Zasadne może być badanie jej z punktu widzenia zarówno czysto ilościowego, jak i analizy sieciowej, ale i właśnie badań narracyjnych, których celem może być zwrócenie uwagi na sposób budowania argumentacji, powtarzające się motywy czy typowe trajektorie konwersacyjne. W tym sensie w badaniach internetowych można także sięgać do Foucauldiańskiej koncepcji dyskursu, jako pewnych systemów formowania i artykułowania idei w określonym czasie, stanowiących potężną siłę porządkującą widzenie świata (Foucault, 1980), i usiłować je interpretować. Dyskurs służy formowaniu znaczeń i utrwalaniu instytucji społecznych i docieranie do tych mechanizmów jest bardzo istotne z punktu widzenia socjologii. Sama analiza narracyjna może zresztą także opierać się zarówno na jakościowej analizie treści, jak i na ilościowym podejściu (Elliott, 2005), choćby poprzez zastosowanie analizy sentymentu czy wspomnianej już kulturomiki.

Ważną specyfiką konwersacji internetowych jest również to, że podlegają zjawisku *echo chambers* (dosł. ‘komory rezonansowej’, choć tłumaczenie to nie brzmi zbyt fortunnie i jest mało zrozumiałe), czyli polaryzacji opinii w wyniku znacznie częstszego obcowania z osobami o poglądach zbliżonych do naszego (O’Hara, Stevens, 2015). Ponadto cyfrowa propaganda wykorzystuje rozprzestrzenianie radykalnych idei nie tylko po to, aby do nich przekonać, lecz także po to, aby oswoić odbiorców z przekazem, który wcześniej byłby szokujący, a także przesunąć przekonanie o tym, co jest normalne i neutralne (Lockie, 2017; Sparkes-Vian, 2018). W związku z tym narracje internetowe mogą się charakteryzować większym radykalizmem – paraanonimowość ułatwia wykorzystanie skrajnej argumentacji jako środka do przesuwania pojęciowego centrum. Dodatkowo, z uwagi na skuteczność trollingu jako narzędzia propagandowego, w dyskusjach, które są istotne z punktu widzenia wojny informacyjnej, aktywnie uczestniczą zawodowe grupy dyskutujących, których zadaniem jest udawanie zwykłych uczestników i uczestniczek dyskusji, pozornie bezstronnie promujących korzystny dla zleceniodawcy politycznego lub biznesowego punkt widzenia (Aro, 2016). Tematy te niekoniecznie muszą dotyczyć jedynie polityki i zaczają także o na pierwszy rzut oka odległe kwestie, takie jak kwestia szczepień czy duma narodowa, wspierając po prostu szerzej wszelakie tendencje antyestablishmentowe i destabilizujące (d’Ancona, 2017; Lewandowsky, Ecker, Cook, 2017). W pewnym sensie teoretycznie indywidualna ekspresja w mediach społecznościowych, nawet jeżeli jest spontaniczna, również stanowi specyficzną formę nowego medium propagandy politycznej (Wojtala, 2018).

Narracje internetowe, podobnie jak teksty funkcjonujące w kulturze off-line, miewają także charakter literacki i mogą być analizowane jako przejaw cyberfolkloru. Specyficznym gatunkiem wartym uwagi są tu np. *copypaste* (Chess, Newsrom, 2015), czyli popularne kiedyś teksty przeklejane i przekazywane dalej dla rozrywki oraz listy łańcuskowe (Meder, 2008) i wszelkiej maści spam. Ich funkcje współcześnie pełnią w coraz większym stopniu również wpisy w sieciach społecznościowych, co znacznie ułatwia śledzenie ich propagacji.

Zauważalną różnicą narracji internetowych jest także i to, że wypowiedzi on-line znacznie częściej od regularnych konwersacji mają

charakter performansu. Celem może być odgrywanie narracji jako takiej, w formie zbliżonej do artystycznej, czy uczestnictwo w rytuale wytwarzania wsparcia dla innych (Bar-Lev, 2008). Istotne jest jednak, że uczestnictwo w społecznościach internetowych na ogół nie wiąże się z podstawową tożsamością zawodową ani społeczną. Tym łatwiej więc o wypowiedzi radykalne czy absurdałne, których celem nie jest przekonanie do jakiegokolwiek idei ani poważne jej wyrażanie, raczej wywołanie reakcji drugiej strony. Stąd fenomen całkowicie dobrowolnego trollingu, czyli zachowań aspołecznych, względnie wypowiedzi nastawionych na zdenerwowanie osób po drugiej stronie ekranu lub sprawienie przykrości, nierzadko na tle lekko sadystycznym (Buckels, Trapnell, Paulhus, 2014). Ciekawe jest także to, że równocześnie z rozwojem trollingu rozwijają się zachowania prospołeczne i nakierowane na porządkowanie dialogu i zachowanie jego kultury, oparte na woltarnym zaangażowaniu osób moderujących – jednakże w stopniu rzadko wystarczającym, aby publiczna przestrzeń dyskusji była wolna od agresji (O'Connor, Mackeogh, 2007). Nomen omen, cały czas trzeba pamiętać, że z powodu awataryzacji ta sama osoba może okazjonalnie trollować z jednego konta, a udzielać wsparcia z drugiego.

Trolling może niejednokrotnie przybierać formę utrwalania normatywu; przykładowo częstym obiektem ataku są fora i postawy feministyczne (Herring, Job-Sluder, Scheckler, Barab, 2002). Dość rozpowszechniona na forach internetowych jest także mizoginia, przybierająca formy napastowania seksualnego on-line, szyderstwa związanego z płcią i innych strategii ośmieszających (Moloney, Love, 2018). Wiele z konwersacji przebiegających on-line prowadzi do radykalizacji i silnego utrwalania stereotypów płciowych (Banet-Weiser, Miltner, 2016), jak i wypowiedzi skrajnie obraźliwych, mających na celu zniechęcenie drugiej strony do dalszej dyskusji (Jane, 2014). Tego typu trolling spotyka się zresztą z różnego rodzaju rozbudowanymi strategiami obronnymi (Stroud, Cox, 2018), z których niektóre bywają kontrowersyjne, bo np. graniczą z samosądami (Kosseff, 2016). Znamienne jest także to, że ekspresje dyskryminacji przez kobiety i mężczyzn różnią się, co powoduje, że trudno np. w łatwy sposób tworzyć reguły narzucające neutralność płciową (Dueñas, Pontón, Belzunegui, Pastor, 2016). Nie ulega jednak wątpliwości, że nawet

sama świadomość tego, że niektóre tematy, jak np. prace naukowe z pozycji feministycznych, częściej są przedmiotem trollingu, może prowadzić do autocenzury i wykluczania się z dyskursu (Carter Olson, LaPoe, 2018). Sam sposób reakcji na trolling szerszego otoczenia społecznego, w tym mediów profesjonalnych, także jest ciekawym tematem do badań. Jedną z częstszych porad radzenia sobie z trollem to, aby go „nie karmić” (*do not feed the troll*), czyli po prostu ignorować, tak aby odebrać napastnikowi przyjemność, którą czerpie z samego faktu wywołania reakcji i emocjonalnego zaangażowania (ryc. 3.15). Prowadzi to jednakże do ignorowania przemocy symbolicznej i przrzucania odpowiedzialności na jej ofiarę (Lumsden, Morgan, 2017). Oczywiście dodatkowo może powodować wspomniane wcześniej przesunięcie percepcji tego, co uważamy za kompromisowe, neutralne i wyważone w kierunku idei wyrażanych przez trolla.



Ryc. 3.15. Pixabay [CC0 or CC0] *via* Wikimedia Commons

Źródło: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Forbidden-151987.svg>.

Sam trolling może również mieć charakter paraartystyczny, tj. mieć na celu zamaskowanie głębokiej ironii i służyć rozrywce (Dyner, 2016). Zapewne dlatego niektóre formy trollingu są akceptowane, a konwersacje on-line z udziałem trolli opierają się czasem na pewnej niepisanej umowie społecznej, wedle której odpowiedzią na trolling jest również

trolling i eskalacja absurdu (Coles, West, 2016). Jest to zresztą jeden z powodów, dla których zapobieganie trollingowi nie może opierać się – przy stanie współczesnej technologii – na automatycznych filtrach algorytmicznych i niezbędna jest ludzka moderacja (Gillespie, 2018). Analiza narracyjna tego typu interakcji powinna uwzględniać ich specyfikę i to, że stanowią pewną formę zabawy lub sztuki performatywnej. Tego rodzaju sztuka wiąże się również nieco z innymi produktami kultury internetowej, które omówię w kolejnym rozdziale. Wspomnę tutaj jedynie, że trollingu użyłem tylko jako przykładu specyficznego rodzaju narracji i aktywności, obok którego można wszak analizować wiele innych, jak choćby grupy wsparcia, blogi, sposoby autokreacji i autonarracji w dyskusjach czy teorie spiskowe.

3.3. Badanie wytworów kultury

Jedną z większych zmian, jakiej doświadczyliśmy w wyniku rewolucji internetowej, jest nowy sposób spędzania wolnego czasu, a także konsumpcji i wytwarzania mediów. Niektórzy mówią wręcz o konwergencji konsumpcji i produkcji, w ramach „prosumeryzmu” (Bruns, 2008). Przejawia się ona tym, że istotna część populacji, która uprzednio wyłącznie pasywnie korzystała z mediów (filmów, seriali, muzyki), opracowanych przez profesjonalne zespoły, obecnie współuczestniczy w ich tworzeniu. Oczywiście, nadal rozkład osób zaangażowanych w faktyczne wytwarzanie mediów jest potęgowej (Kobus, Jemielniak, 2014b): znikoma część ludzi angażuje się trwale w tego typu działania, a spośród nich tylko znikoma część jest w stanie konkurować z twórczością zawodową. Niemniej, ma to poważne skutki dla wielu branż, nie tylko w sensie komercyjnym, czyli np. w postaci skutku, jakim jest spadek cen zdjęć „stockowych”, ale także ogólnospołecznym. W wielu przypadkach oczywiście konkurencja opiera się nie tylko na oferowaniu dóbr o podobnej jakości, ale także na radykalnym obniżeniu cen, bo „amatorom” udostępniającym swoje prace w Internecie częściej zależy na sławie niż na jakimkolwiek wynagrodzeniu (Surowiecki, 2004; Shirky, 2009). To z kolei radykalnie zmienia system postrzeganych wartości i ducha

kapitalizmu (Yeritsian, 2017), ale także prowadzi do nowych możliwości wyzysku, nierówności i nadużyć (Dusi, 2017).

Niektórym badaczom i badaczkom zmiana ta zdecydowanie się nie podoba. Choćby Andrew Keen (2007) ubolewa nad „kultem amatorszczyzny” i wieszczy radykalne pogorszenie jakości, wynikające z braku profesjonalnych standardów wytwarzania i kontroli jakości, a w rezultacie – zagładę kultury. Argument ten oczywiście jest mocno przesadzony, choć, zgodnie z prawem Kopernika–Greshama, pieniądź gorszy wypiera pieniądź lepszy, a konkurencja ze strony osób, które nie podlegają standardom i procedurom kontroli jakości czy etyki zawodowej, może mieć dewastujący wpływ także na średni poziom produkcji kulturowej (Helberger, Leuridijk, de Munck, 2010). Warto jednak pamiętać, że przekonanie o wzroście roli pracy amatorskiej jest częściowo mitem – w znacznie większym stopniu zauważalne jest przechodzenie zawodowców do obiegu dystrybucji dzieł wyłączającego dotychczasowych tradycyjnych pośredników (Brabham, 2012). Od koncentracji na dychotomii kultury wytwarzanej profesjonalnie lub amatorsko warto być może odejść na rzecz skupienia się na analizie obiegu formalnego i nieformalnego kultury (Filiciak, 2011).

Twórczość spontaniczna i oddolna ściśle się wiąże z omawianym już fenomenem społeczności otwartej współpracy i ekonomii daru, a istotą rewolucji prosumenckiej jest nie tyle faktyczne masowe wytwarzanie produktów kultury, co sama jego możliwość, a także powstawanie ahierarchicznych społeczności internetowych, skupionych wokół spontanicznej twórczości (Benkler, Nissenbaum, 2006).

Rezultatem są poważne zmiany kulturowe, np. w zakresie percepcji wartości czy własności intelektualnej i autorstwa (Pouwelse, Garbacki, Epema, Sips, 2008). Pojęcia te powstawały w świecie, w którym cały system działania obiegu twórczości nastawiony był na sztywno rozdzielone role aktywnie tworzących i biernie odbierających, a prawo miało na celu podtrzymywanie modelu biznesowego z dużymi pośrednikami (wydawcami) i egzekwowanie wynikających z niego rozliczeń finansowych.

Z punktu widzenia socjologii poważnej przemianie poddane jest też fundamentalne pojęcie sprawczości (Sztompka, 1991) uczestników kultury – ulega zarówno zwiększeniu, jak przewidywali entuzjaści

prosumeryzmu (Knott, 2013), jak i ograniczeniu w innych obszarach, w wyniku kontroli ze strony platform i systemów informacyjnych (Dijck van, 2009; Ritzer, Jurgenson, 2010; Ritzer, 2015).

3.3.1. Kultura remiksu a polityka

Produkcja kulturowa społeczności internetowych jest nowym zjawiskiem, dopiero od niedawna podlegającym analizie w naukach społecznych. O ile profesjonalne zbiorowości internetowe badane są szeroko także z wykorzystaniem metod socjologicznych (Coleman, 2013; Dahlander, Frederiksen, Rullani, 2008; Lakhani, Wolf, 2003), o tyle ruchy polegające na amatorskim, spontanicznym uczestnictwie i tworzeniu kultury dopiero stają się obiektem zainteresowania przedstawicieli i przedstawioelek nauk społecznych (Boellstorff, 2008; Pragnell, Gatzidis, 2011; Steinmetz, 2012). Jest to o tyle zaskakujące, że ruch wolnej kultury i informacji rozwijał się początkowo także przy istotnym współdziale osób zajmujących się badaniami społecznymi, w tym jakościowymi (Kelty, 2004).

Zjawisko spontanicznego współtworzenia kultury jest bardzo istotne, gdyż łączy się ze zmianą hierarchii i relacji międzyludzkich. Wspominana przemiana osób konsumujących kulturę w wytwarzające ją (Lessig, 2004), także dzięki kulturze remiksu (Lessig, 2008), skutkuje przemianą kulturową zarówno w sferze prawnej (Lessig, 2004; Benkler, 1999), jak i w sferze ekonomicznej (Benkler, 2003, 2013) czy społecznej (Zittrain, 2008). Dość powiedzieć, że portale takie jak **9gag** czy **Imgur**, w których ludzie spontanicznie dzielą się obrazkami i filmami, często będącymi dobrze znanymi zdjęciami czy kadratami filmowymi z dodanym komentarzem, są już znacznie bardziej popularne niż wiele serwisów internetowych tworzonych przez profesjonalne, pełnoetatowe ekipy. Warto też zauważyć, że wobec zapaści rynku pracy młodych rozwój karier typu „zrób to sam”, czyli bloggerów, vloggerów, muzyków internetowych, czy nawet osób tworzących memy, ma istotne znaczenie dla rozwijania kompetencji zawodowych związanych z bardziej tradycyjnym rynkiem pracy (Bennett, 2018).

Kultura remiksu opiera się na silnej społecznej akceptacji dzieł zależnych, czyli potocznie mówiąc, przeróbek (Cheliotis, 2009). Remiks jest delikatnym balansem między twórczą oryginalnością a umiejętnym łączeniem powszechnie rozpoznawanych kontekstów i tropów artystycznych (Hill, Monroy-Hernández, 2013). Wbrew pozorom jednak osoby uczestniczące w kulturze remiksu czy powiązanej z nią kulturze fandumu, mimo luźnego stosunku do prawa autorskiego, mają własne, ścisłe normy postępowania (Hetcher, 2009). Pozwalają one co prawda na szerokie wykorzystanie istniejących dzieł, mieszanie cytatów filmowych, tekstowych czy obrazkowych, ale przy jednoczesnym przywiązaniu do idei autorstwa polegającego nie tyle na samym formalnym uznaniu oryginału w kontekście wynagrodzenia, ile raczej na docenieniu twórczego wkładu i oddaniu mu symbolicznego hołdu. Jak dowodzą badania, nawet dzieci używające oprogramowania umożliwiającego wykorzystywanie kodu innych osób zwracają uwagę na to, czy ktoś docenia ich pracę – a nie przywiązują specjalnie wagi do tego, czy zostaną automatycznie wymienione jako oryginalni autorzy czy autorki w sposób wymuszony przez algorytm (Monroy-Hernández, Hill, Gonzalez-Rivero, boyd 2011). Oczywiście tego rodzaju podejście skutkuje konfliktem kulturowym w zetknięciu z normami prawa autorskiego i z oczekiwaniami środowisk, które z twórczości utrzymują się zawodowo. Chociaż internetowi twórcy i twórczynie często tłumaczą się prawem do cytatu, niektóre korporacje będące właścicielami praw autorskich nie uznają tej interpretacji (Freund, 2014). Zazwyczaj prawo stoi jasno po stronie tych ostatnich, choć społeczne poczucie sprawiedliwości już coraz bardziej od niego odbiega (Chused, 2014). Do konfrontacji na sali sądowej dochodzi zresztą bardzo rzadko. Dzieła zależne dzięki swej popularności zwiększają także popularność oryginałów. Symptomatycznym przykładem może być np. to, że kulturze remiksu przypisuje się choćby reanimację Lego (Einwächter, Simon, 2017). Ponadto ruch prosumencki, choć niejednokrotnie nawiązujący w swoich subkulturach do buntu i sprzeciwu wobec korporacji, stanowi zarazem dla nich źródło darmowej siły roboczej, nie tylko w zakresie promocji, ale i gdy chodzi o publikujących ich przeróbki (Sugihartati, 2017).

W społecznościach otwartej współpracy tego typu tworzenie udostępnianych treści ma miejsce w sieciowym, partycypacyjnym środowisku. *Producers* (Bruns, 2008), czyli osoby używające i wytwarzające zarazem, z reguły pozostając anonimowe, umacniają oraz powiększają wspólnotowy dorobek – treść Internetu – poprzez ciągłe doskonalenie jego zawartości. Efekty ich pracy nie są jednak produktami w klasycznym rozumieniu tego słowa, one same nie są także wyłącznie producentami. Ich wytwory stanowią kontynuację aktywności innych jednostek, często wysoce odtwórczą, w ramach form komunikacyjnych oferowanych przez Web 2.0. Szeroka dostępność oferowanych przezeń narzędzi sprawia, że liczba osób zaangażowanych w *produsage* i *prosumption*, czyli połączenie działalności wytwórczej i użytkowej/konsumpcyjnej, oraz kulturę *Read/Write* (Lessig, 2004) może być niezwykle duża. Nawet te z osób korzystających z Internetu, które na chwilę obecną nic nie współtworzą, mogą w dowolnym momencie i bez specjalnego przygotowania czy potrzeby nabywania kompetencji, stać się „współproducentami”. Coraz bardziej pierwszoplanową rolę odgrywają nie tyle osoby, które tworzą bądź remiksują, co te, które przekazują ich dzieła dalej i są transmitterami (Frank, 2011) – bo to one ponoszą także większy wysiłek, przeglądając, kategoryzując, opisując i komentując je. Sama twórczość ma także wysoce derywatywny charakter – również dlatego, że cyberkultura w dużym stopniu opiera się na wspólnotowym, a nie indywidualistycznym aspekcie kultury. Być może dlatego coraz większą popularność zyskują licencje Creative Commons, które umożliwiają także udostępnianie swoich dzieł innym na użytek niekomercyjny albo wręcz dowolny z wymogiem podania autorstwa (Carroll, 2006).

Potencjalność wynikająca z niczym nieograniczonego dostępu do mediów – w tym przypadku do internetowych mediów społecznościowych – daje im nie tylko (prawie) absolutną wolność słowa, ale i władzę kształtowania treści dostępnych on-line i wracania do wcześniejszych dzieł w myśl hasła, że „Internet nigdy nie zapomina”. Jedną z funkcji tego radykalnie zdemokratyzowanego oraz pluralistycznego medium jest możliwość wyrażenia zdania, krytyki – w tym sprzeciwu politycznego, a co za tym idzie, także zaangażowania społecznego (Castells, 2013a, 2013b; Milan, 2013), którego wpływ na

kwestie będące przedmiotem żywotnego zainteresowania socjologii, takie jak ustrój polityczny, kultura narodowa, obyczajowość, czy nawet demografia – trudno przecenić.

Internet umożliwia wkroczenie w nowy wymiar zaangażowania politycznego w skali dotychczas nieznanej, ale w sposób zarezerwowany niegdyś wyłącznie dla obrazkowej satyry politycznej – prasowej twórczości karykaturalnej czy oddolnej sztuki ulicznej w przestrzeni miejskiej. Częściowa lub pełna anonimowość takich dzieł sztuki zaangażowanej staje się dziś udziałem szerokiej grupy internautów i internatek (Mouffe, 2008). Obracają się w przestrzeni wirtualnej, która w swej płynności oraz tymczasowości przypomina ideę *nie-miejsca* Marca Augé'a (2010). Nieustanna zmienność cyberprzestrzeni, przejściowość jej funkcjonowania umożliwia nieograniczoną aktywność społeczną oraz kulturotwórczą (Dahlberg, 2007). Internet jest więc także idealną platformą dyskursywną do oddolnych działań o charakterze społeczno-politycznym (Jordan, Taylor, 2004), wykorzystującą sztukę do propagacji idei.

Sprawczość anonimowych dzieł kultury cyfrowej wynika z ich umiejscowienia pomiędzy rzeczywistością, którą mają komunikować, a potencjalnością (Agamben, 1999). Opiera się na tym, jak mogą na tę rzeczywistość poprzez swą wirtualną egzystencję wpłynąć (Dijck van, 2009; Kubiński, 2008; Leadbeater, 2008). Istotnym przykładem tej podmiotowości jest potencjalny wpływ Internetu i nowoczesnych technologii na potężne, oddolne ruchy społeczne. Przykładowo ważnym tematem badań jest choćby rola Facebooka i Twittera podczas zamieszek powyborczych w Iranie w 2009 roku czy podczas rewolucji egipskiej, a później arabskiej wiosny w 2011 roku (Bruns, Highfield, Burgess, 2013; Christensen, 2011; Khondker, 2011; Lotan, Graeff, Ananny, Gaffney, Pearce, 2011), a także dla hiszpańskiego ruchu Los Indignados (Castells, 2013b) czy ukraińskiego Euromajdanu (Bohdanova, 2014; Onuch, 2015) w 2013 i 2014 roku, jak i #MeToo. Podobnie bardziej zaawansowane technicznie grupy angażują się w tzw. hacktivism, czyli aktywność społeczną poprzez takie działania hakerskie (Coleman, 2014; Zaród, 2017), jak włamania na strony internetowe czy ataki typu DoS (Denial of Service, spowodowanie niedziałania strony internetowej z powodu nadmiernego ruchu).

Chociaż „twitterowe rewolucje” oraz rola publikacji internetowych w kształtowaniu przemian społecznych są poddawane krytyce jako wymysł mediów (Morozov, 2009; Mejias, 2010), sam wpływ technologii na wzrost agencyjności (sprawczości) jednostek jest zdecydowanie nieoczywisty (Christensen, 2011; Segerberg, Bennett, 2011), a wiele ze społecznych akcji ma dziś charakter „slacktivismu” (Kristofferson, White, Pelosa, 2014; Skoric, 2012), czyli „rozleniwionego aktywizmu” (zaangażowania wymagającego jedynie kilku kliknięć, a potencjalnie dającego poczucie spełnionego obowiązku i odciągającego od prawdziwych działań), to jednak wydaje się nie ulegać wątpliwości, że spontanicznie tworzona przez społeczności internetowe satyra, zarówno społeczna, jak i polityczna, a także po prostu przeznaczona czystej rozrywce są fenomenami kulturowymi wymagającymi uwagi socjologów i mocno wpływającymi na nowo kształtującą się rzeczywistość społeczną.

3.3.2. Badanie humoru

Uprawiający etnografię mawiają, że prawdziwe zrozumienie danej kultury zostaje ostatecznie potwierdzone, jeśli badacz lub badaczka zaczynają rozumieć żarty swoich rozmówców, a więc posiadają zbliżony do nich kapitał kulturowy. Podobnie rzecz się ma z natywną znajomością danego języka – rozumienie ironii jest jedną z najtrudniejszych jego kompetencji (Banasik, Podsiadło, 2016). Jak pisze Beth K. Dougherty (2002), dowcip „wymaga wiedzy, jeśli odbiorca ma go z a ł a p a ć [wyróżnienie D.J.]. Łączy on bowiem w sobie wiedzę historyczną, znajomość bieżących wydarzeń oraz szerokie spectrum kulturowych i politycznych symboli” (s. 258). Dla badających kulturę żarty stanowią symptomatyczne źródło wiedzy o nastrojach społecznych, w tym poglądach politycznych jednostek (Virno, 2008), stanowiąc pole zainteresowania zarówno nauk o historii (Granger, 1960; Wood, 1994), jak i socjologii, antropologii czy politologii (Klumbytė, 2012). Można wręcz zaryzykować twierdzenie, że w wielu społecznościach badanie ich żartów i imaginarium komicznego, czyli żartobliwie mówiąc, koncentracja na „anegdotycznych danych”, może mieć większą wartość

poznawczą dla analizy kulturowej aniżeli skupienie się na badaniu suchych faktów (Jemielniak, Przegalińska, Stasik, 2018). Dlatego między innymi badanie humoru internetowego, w sensie tak analizy żartów wybranych społeczności internetowych, jak i zgłębiania reguł społeczności skupionych na tej specyficznej produkcji kulturowej, choć zdecydowanie niedoceniane, warte jest głębszej analizy socjologicznej.

Polki i Polacy wiedzą zresztą doskonale, jak ważną rolę w kulturze odgrywa humor. W końcu w okresie istnienia Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej dowcip polityczny wyszedł poza klasyczną rysunkową karykaturę, rozwijając się w kierunku prześmiewczego komiksu publikowanego w podziemnych czasopismach oraz kontrkulturowych zinach, a nawet wychodząc poza formę drukowaną i – w ramach twórczości ulicznej – trafiając na ściany budynków jako graffiti. Taką wywrotową aktywność artystyczną postrzegać należy m.in. w kategorii zaangażowania politycznego (Mouffe, 2008) lub po prostu społecznej krytyki działania władz państwowych. Śmiech oraz żart stanowią jedną z najpopularniejszych technik oporu społeczeństwa obywatelskiego – w swojej zdemokratyzowanej formie są narzędziem negocjowania rzeczywistości społecznej, dostępnym każdemu bez wyjątku (Friedman, 2012).

Istotnym katalizatorem tekstowej oraz wizualnej satyry politycznej są media masowe – drukowane gazety dla komiksów politycznych i klasycznych karykatur (DeSousa, Medhurst, 1982), a od niedawna przestrzeń Internetu – dla form starszych oraz nowych. Skrajnym przykładem zwiększonego zasięgu takich dzieł kultury są m.in. karykaturalne rysunki przedstawiające proroka Mahometa (Sturges, 2015; Weaver, 2010a), które doprowadziły do całkiem realnej przemocy fizycznej. To właśnie te środki komunikacji pozwalają dowcipom skutecznie kwestionować dany porządek symboliczny: celebrytują jego funkcję krytyczną oraz kontrolną, *watchdogową*, umożliwiając szeroką cyrkulację treści¹⁶.

¹⁶ Stosunek różnych społeczności do kultury obrazkowej jest sam w sobie ciekawy socjologicznie. W ramach moich badań etnograficznych zbiorowości Wikipedii uczestniczyłem w ogromnej dyskusji dotyczącej zagadnienia tzw. filtrowania obrazów. W uproszczeniu mówiąc – społeczność ruchu Wikimedia chciała zdecydować, czy dla osób zalogowanych powinno się umożliwić wprowadzenie ustawienia, które powodowa-

„Humor pojawia się, gdy ludzie starają się rozwikłać dwa sprzeczne obrazy na sposoby, które mają sens w ramach pewnych zaburzonych logik. Procesy, za pomocą których członkowie organizacji tworzą sobie nawzajem podobne zagadki (...), mówią wiele o tym, w jaki sposób ze sobą współpracują i bawią się” (Kahn, 1989, s. 46). Analiza zachowań ludycznych w organizacjach i społecznościach (Hunter, Jemielniak, Postuła, 2010) w ostatnich latach zyskują na popularności w badaniach społecznych.

Podobnie humor organizacyjny często przedstawiany jest jako narzędzie walki symbolicznej między pracownikami a przełożonymi (Fleming, Spicer, 2007; Jemielniak, 2007a, 2007b). Organizacje totalitarne, w tym reżimy państwowe, także postrzegają żarty i humor jako poważne zagrożenie (Oring, 2004). Dzieje się tak co najmniej z dwóch powodów: ironia służy jako narzędzie dekonstrukcji i rozbrajania oficjalnej organizacyjnej propagandy, ale także pomaga jednostkom w zdystansowaniu się od ich ról (Kunda, 1992). Im większa nierówność władzy między ludźmi a organizacjami (w tym także strukturami państwa), tym bardziej humor staje się bronią defensywną najsłabszych: przykłady sięgają daleko poza najoczywistsze, a dotyczące na przykład opozycji antytalitarnej (Benton, 1988) i obejmują np. relacje pomiędzy klientami a producentami, widoczne choćby w powszechności dowcipów na temat Microsoftu (Shifman, Blondheim, 2010), czy ruch emancypacji afroamerykańskiej (Weaver, 2010b), a także emancypacji kobiet (Walker, 1988). Codzienny humor pomaga w kreowaniu ról

łoby, że taka osoba po wejściu na stronę artykułu, który zawiera obrazki lub zdjęcia przez niektórych uważane za kontrowersyjne, zamiast od razu widzieć ten obrazek, widziałaoby ostrzeżenie. Ustawienie to nie musiałoby być nawet domyślne, tj. mogłoby polegać na „opt in”, czyli jedynie osoby, które chciałyby mieć tego rodzaju możliwość, musiałyby ją świadomie, aktywnie włączyć. Społeczność Wikimedia w największym referendum tego ruchu w historii, w którym oddano ponad 24 tysiące głosów, w 2011 wyraziła poparcie dla takiego rozwiązania, a Rada Powiernicza podjęła uchwałę zachęcającą do wypracowania środków technicznych, które umożliwią osobom korzystającym z serwisów Wikimedia zdecydowanie, jakie treści chciałyby ukrywać. Mimo silnie wyrażonego poparcia grupa aktywnych wikimedian uznała, że podobne rozwiązanie mogłoby prowadzić do cenzury. Autorzy kilku dużych projektów przeprowadzili własne referenda, z których wynikało, że nie życzą sobie filtrowania treści, i to dużą większością (79% w hiszpańskiej Wikipedii, 81% w wersji francuskiej, w niemieckiej 85%). W rezultacie idea upadła, bo powstało ryzyko pojawienia się rozłamu. Dokładniejsza analiza znajduje się w: Jemielniak (2013b).

zawodowych i ich *sense-makingu*, a także w budowaniu opozycji względem kontroli menedżerskiej (Lynch, 2009). Na swój sposób retoryka organizacyjna, wykorzystywana do wzmacniania oczekiwanych zachowań i umacniania hierarchii, jest podważana poprzez dekonstrukcyjną ambiwalencję spontanicznego oporu pracowniczego (Höpfl, 1995), wyrażaną w humorze – i dzieje się tak na poziomie zarówno organizacji komercyjnych, jak i ruchów społecznych.

Procesy te mają charakter karnawalizacyjny – w rozumieniu Bachtina (1982). Bachtin na przykładzie średniowiecznych karnawałów pokazał, jak istotną rolę odgrywają nieoficjalne i spontaniczne zachowania ludyczne w podtrzymywaniu umowy społecznej. Czasowe zawieszenie dominujących norm i hierarchii pozwala osobom z niższych warstw na chwilowe wyzwolenie, jednocześnie tym bardziej uświadamiając im stały porządek rzeczy. Żarty i spontaniczny humor w organizacjach i społecznościach, podobnie do tradycyjnego karnawału, są królestwem chwilowego wyzwolenia z dominującego dyskursu i utrwalonego systemu dominacji. W humorystycznych opowieściach (dowcipach, rysunkach itp.) kryją się przekazy wymykające się kontroli ze strony formalnej hierarchii, dzięki czemu mogą służyć użytecznej analizie społeczno-kulturowej.

Celem etnografii, według Michaela Agara, jest dotarcie do „punktów-zagadnień”, czyli nośników toposów i archetypów kulturowych i dokonanie swobodnego przekładu, umożliwiającego interpretację kultury w jej kontekście (Agar, 2006). Chociaż Agar nie odnosił się do badań Internetu, jak zauważa polska prekursorka cyberkulturoznawstwa Magdalena Kamińska, cyberkultura jest szczególnie w nie bogata (Kamińska, 2018). Jednym z najciekawszych obszarów dla jej badań są natomiast wypowiedzi ironiczne.

Analiza humoru, a w tym satyry politycznej, ma szczególne znaczenie i użyteczność, gdy badane są nowe, nieutralne zmiany kulturowe. W związku z tym jest szczególnie przydatna, gdy badaniu zostaną poddane fenomeny społeczności internetowych i ich dorobku kulturowego. Humor internetowy jest o tyle specyficzną formą twórczości, że w doskonały sposób wykorzystuje twórczy charakter uczestnictwa w kulturze (prosumeryzm) jednocześnie z łatwą formą partycypacji: wystarczy parafraza, dekonstrukcja czy połączenie

komentarza z obrazkiem, aby uzyskać efekt komiczny. Właśnie w ten sposób rodzą się internetowe memy obrazkowe.

3.3.3. Memy internetowe

Obok prężnie działających blogów, forów tematycznych oraz mediów społecznościowych, gdzie mogą się odbywać dyskusje lub zawiązywać ruchy społeczne, istotnym narzędziem krytyki społecznej stały się memy (Shifman, 2014b). Choć wydaje się praktycznie niemożliwe, aby określić genezę poszczególnych memów w kulturze, łatwo określić twórcę tego pojęcia. W swojej książce *The Selfish Gene* Richard Dawkins (1976) zaproponował termin *meme*, aby skutecznie kwantyfikować pozagenetyczne zachowania oraz fenomeny kulturowe rozprzestrzeniające się od osoby do osoby, od form językowych poczynając, na tradycjach sportowych skończywszy. Wraz z rozwojem Internetu termin „mem” zaczął być używany w odniesieniu do przetworzonych (zremiksowanych) treści kulturowych udostępnianych przez ludzi on-line (Brake, 2014; Knobel, Lankshear, 2007). Memy internetowe w swej istocie wyłaniają się ze świata anonimowej, nie należącej do nikogo, ponadindywidualnej sieci (Adams, 2013), stanowiąc przy tym kwintesencję zdemokratyzowanej, pluralistycznej kultury cyfrowej, tworzonej przez szerokie masy prosumenckie. Za najbardziej aktualną, konkretną, ale i prostą definicję akademicką tego zjawiska można uznać tę stworzoną przez Patricka Davisona w jego pracy *The Language of Internet Memes*, gdzie pisze: „Mem internetowy jest produktem kultury, zazwyczaj żartem, który zwiększa swój wpływ poprzez rozpowszechnianie online” (Davison, 2012, s. 122).

Badacze i badaczki społeczno-kulturowi koncentrowali się do tej pory głównie na pojedynczych przypadkach, aby badać kształtowanie się zjawiska memów internetowych. Skupiali się m.in. na zagadnieniu powstawania i migracji memu (Shifman, Levy, Thelwall, 2014), jego roli w ekspresji uprzedzeń (Woźniak, 2016), pokrewieństw gatunkowych (Wiggins, Bowers, 2015), logice kulturowej (Shifman, 2014a) lub znaczeniu produkcji memów dla danych subkultur oraz tożsamości jednostek (Kamińska, 2011).

Mem, jako element kultury masowej, stał się społecznym narzędziem komentowania zastanej rzeczywistości społeczno-kulturowej. W tym sensie współczesne memy internetowe mogą być traktowane jako bezpośredni spadkobiercy kultury satyry społeczno-politycznej w jej klasycznej formie. Pojawiające się w Internecie prześmiewcze memy humorystycznie komentują dane wydarzenie lub daną wypowiedź, używając do tego elementów tekstowych, wizualnych oraz audiowizualnych (Silva da, Garcia, 2012). Memetyczny nonsens opiera się nie tylko na dekonstrukcji znaczeniowej dla intelektualnej sztuki, ale także na zabawie normą społeczną (Katz, Shifman, 2017). „Kontrmówienie” staje się strategią komunikacji (Kozioł-Chrzanowska, 2014).

Wiele z tych tak wyrażonych komentarzy znajduje się na granicy poprawności politycznej, często również ją przekraczając niewybrednym czarnym humorem (Burroughs, 2013) i ociera o wspomniany trolling. „Memetyczny aktywizm”, czyli tzw. snarktivism, to swego rodzaju taktyka oporu wobec kontestowanych działań polityków, międzynarodowych korporacji, ale także upraszczających problemy społeczne kampanii pozarządowych. Wyjątkowo symptomatycznym przykładem jest tutaj przypadek użycia platformy 4chan przez ruch Occupy Wall Street w 2011 roku do rozpowszechniania hasła o charakterze antykapitalistycznym (Coleman, 2011; Milner, 2013b). Sam ruch Occupy został przez portal **Know Your Meme** rozpoznany jako mem (Bratich, 2014). 4chan z kolei to społeczność, której przypisuje się spopularyzowanie memów w kulturze współczesnej. Jest to przy tym zbiorowość radykalnie antysystemowa, budująca tożsamość na pogardliwym stosunku do tzw. normików, czyli ludzi przestrzegających norm społecznych (Nagle, 2017). Znana jest chociażby np. z przekonania naiwnych odbiorców, że po wywierceniu dziurki w iPhone będą mogli korzystać ze słuchawek z końcówką minijack albo że podgrzanie telefonu w mikrofalówce umożliwi naładowanie baterii. 4chan spopularyzował też memy z pedobear (symbolem kojarzonym z pedofilami), rozsiał plotki o ataku serca Steve’a Jobsa, co doprowadziło do chwilowego spadku kursu akcji Apple’a, czy umożliwił koordynację dużych akcji społecznego sprzeciwu, jak np. ataków typu DDoS, polegających na zasypywaniu wybranych serwerów lawiną połączeń,

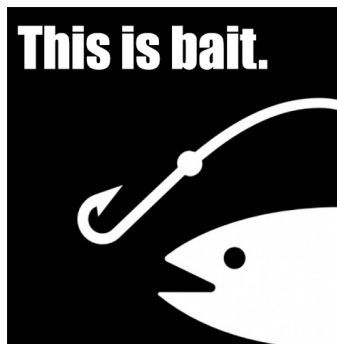
aby doprowadzić do niedostępności stron. Także ruch the Anonymous zawiązał się na 4chan (Coleman, 2014).

Satyryczność memów internetowych cechuje istotny lokalizm – w swej formie stanowią bez wątpienia reprezentację współczesnej zamerykanizowanej kultury globalnej (Shifman, Boxman Shabtai, 2014), jednak bardzo często ich treść ma silne znaczenie społeczno-polityczne w skali wyłącznie lokalnej (Anderson, Sheeler, 2014). Przekaz mema jest zrozumiały tylko w określonym kontekście społeczno-kulturowym, mimo że do jego stworzenia użyto znaków zrozumiałych dla ponadnarodowych społeczności Internetu (Shifman, Levy, Thelwall, 2014). Kreatywne użycie memów internetowych jako zaangażowanie społeczne i krytyka lokalnej sceny politycznej widoczne jest silnie m.in. w przypadku audiowizualnego mema *Harlem Shake*. Pomyślany jako happening taneczny żart (grupa osób słucha w bezruchu utworu muzycznego, by po chwili szaleńczo do niego tańczyć; zabawa ta zostaje nagrana, a następnie odpowiednio zmontowana, tak aby wyeksponować relację kontrastu między oboma stanami), nabrał wymiaru politycznego, kiedy w kilku krajach na Bliskim Wschodzie młodzi ludzie zdecydowali się odtanńczyć inspirowane kulturą afroamerykańską ruchy taneczne, ubrani w tradycyjną muzułmańską odzież. Akt ten m.in. w Egipcie wzburzył rządzące Bractwo Muzułmańskie, doprowadzając do aresztowania pomysłodawców lokalnej wersji międzynarodowego happeningu (Werbner, Modood, 2015). Podobna sytuacja miała miejsce w Rosji. Tego typu starcia oraz przeniesienia treści kulturowych stanowią kwintesencję potencjału politycznego, jaki niesie ze sobą kultura społeczności wirtualnych (Tsing, 2011). Wykorzystanie memów w ten sposób aż się prosi o zastosowanie analizy sieciowej, uzupełnionej wywiadami z osobami aktywnie tworzącymi i dystrybuującymi te memy, a zakończonej analizą polityczno-kulturową kontekstu i powodów, dla których okazały się one nośne.

Jak widać, rola politycznej satyry, a w tym żartobliwej prowokacji, znajdująca dziś odbicie w slacktivizmie, snarktywizmie czy trollingu, jest dziś nie do przecenienia (Milan, 2013). Uważne śledzenie memów może nie tylko pomóc nam zrozumieć współczesne społeczeństwo obywatelskie, ale również umożliwić zrozumienie sposobu, w jaki

w mediach społecznościowych rozprzestrzeniają się informacje – w tym politycznie obciążone treści popkulturowe – uznane przez prosumenckie zbiorowości Internetu za społecznie ważne. Internetowa publiczność współczesnej sceny społeczno-politycznej bierze bowiem aktywny udział w remiksowaniu, przetwarzaniu oraz popularyzacji określonych treści. Tworzy ona przy tym nowe, skuteczne kanały dystrybucji, których badaniem także zajmuje się współczesna socjologia.

Memy internetowe można podzielić przede wszystkim na stanowiące *image macro* (również *visual macro*), czyli remiks łatwo rozpoznawalnego obrazu z tekstowym komentarzem, oraz *reaction Photoshop*, czyli wykorzystanie rozpoznawalnego obrazu lub symbolu i przeniesienie go w inny kontekst (Shifman, 2014b). Przykładem *image macro* może być chociażby „This is bait” (‘To zanęta’), pokazana na rycinie 3.16.



Ryc. 3.16. Przykład *image macro*

Źródło: <https://knowyourmeme.com/memes/bait-this-is-bait>.

Został spopularyzowany na 4chan jako komentarz sygnalizujący rozpoznanie wypowiedzi o charakterze trollingu i doczekał się oczywiście rozlicznych przeróbek. Obrazek ten jest jednym z najpopularniejszych memów wszech czasów, choć akurat zagadnienie propagacji i popularności memów jest bardzo złożone i warto szukać różnych możliwych metod badawczych (Zannettou i in., 2018). Podstawowym problemem w badaniach ilościowych jest wszak chociażby jasne rozróżnienie, kiedy dzieło wtórne nabiera samodzielności i powinno być traktowane osobno.

Z kolei znane przykłady formy *reaction Photoshop* to na przykład zdjęcie policjanta atakującego gazem pieprzowym siedzących demonstrujących Occupy, wmontowywane m.in. w średniowieczne obrazy¹⁷, czy wariacje na temat *chubby bubbles girl*, czyli biegnącej dziewczynki, której dorabia się tło sugerujące, przed czym ucieka (ryc. 3.17).



Ryc. 3.17. Przykład *reaction Photoshop*

Źródło: <https://knowyourmeme.com/memes/chubby-bubbles-girl/>.

W przypadku memów mamy możliwość wyrażenia nieskończonej liczby idei w określonej semiotycznej formie, która cechuje się zarazem nieograniczoną elastycznością (Milner, 2013a). Można powiedzieć, że mem wykorzystuje strukturalne cechy danego wytworu kultury jako zbiór form (*templates*) do dowolnego przetworzenia i wykorzystania na nowo w nowym kontekście (Massanari, 2015). W 2004 roku blogerka portalu **Agoraphilia**, Glen Whitman, ukuła termin *snowclone*. Odnosi się on do zdań takich jak np. *grey is the new black*, gdzie rzeczowniki *grey* oraz *black* mogą być zamienione na dowolne inne (*X is the new Y*). Satyrycy mogą więc wykorzystać oryginalne zdjęcie lub gotową ilustrację z wyboru dostępnego na portalach internetowych, takich jak m.in. **Meme Generator** lub **Rage Comic Builder**, a następnie nanieść na nie humorystyczny tekst w oryginalnej lub zmienionej formie, aby uzyskać oczekiwany efekt prześmiewczego żartu, który może zdobyć wysoką popularność. Tego typu *image macro* jest bardzo

¹⁷ Zob. <https://knowyourmeme.com/memes/casually-pepper-spray-everything-cop.>

łatwe do wytworzenia, a najpopularniejsze konteksty obrazkowe stanowią wręcz zbiór podpowiadany przy tworzeniu mema. Swoją drogą ciekawym tematem badawczym mogłoby być zanalizowanie właśnie tych obrazków, które w generatorach memów są najczęściej podpowiadane i używane.

Memy stanowią skuteczny środek komunikacji nastrojów społecznych dzięki temu, że łączą w sobie zaskakujące formy i koncepcje, należą do nich np. wariacje brytyjskiego plakatu motywacyjnego z okresu II wojny światowej „Keep Calm and Carry On” (ryc. 3.18), czyli ‘Zachowaj spokój i rób swoje’ (Virno, 2008).



Ryc. 3.18. Przykład tła dla konstruowania nowych memów

Źródło: <http://knowyourmeme.com/memes/keep-calm-and-carry-on>.

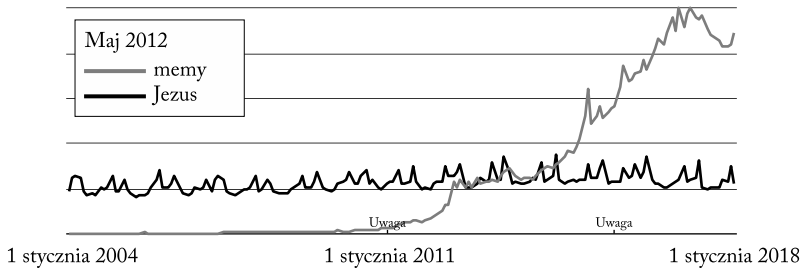
Jednym z ciekawszych przykładów są tzw. *advice memes* (stanowiące odmianę *image macro*), składające się z postaci udzielające „złej rady”, wklejonej na kolorowe, wirujące tło i z często powtarzającą

się postacią (kaczki, niedźwiedzia itp.). Podczas gdy w początkowej fazie ich istnienia „doradce” stanowiły zabawne zwierzęta, forma zaczęła być także wykorzystywana do krytyki działań politycznych – m.in. w Stanach Zjednoczonych podczas dyskusji nad poziomem zadłużenia kraju w roli złego doradcy finansowego umieszczono Baracka Obamę lub ekonomistę Paula Krugmana (Vickery, 2014a). Sean Rintel (2011), amerykański socjolog komunikacji, podsumowuje to zjawisko na swoim blogu następująco: „Kultura komentarzy internetowych jest reanimacją aktywnego głosu publicznego. Stanowi kombinację popkultury oraz kultury ludowej, przejmując i mieszając ze sobą elementy oraz idee zaczerpnięte z mediów z elementami i ideami stworzonymi całkowicie od zera”. *Advice memes* mogą ewoluować. Przykładowo badania memu o *confession bear* (dosł. ‘niedźwiedziu dokonującym wyznania’) pokazują, że początkowe wykorzystanie obrazka wyłącznie w celach humorystycznych na forum **Reddit** ewoluowało po jakimś czasie i doprowadziło do publikacji całej serii memów z poważnymi treściami, dotyczącymi tematyki gwałtu, molestowania czy uzależnień w sposób wyraźnie kontestujący główny dyskurs kultury. To z kolei wywołało długie dyskusje społecznościowe, zarówno dotyczące prawdziwości wyznań, jak i dotyczące stosowności tworzenia memów na takie tematy tudzież możliwych sposobów regulacji kultury partycypacyjnej w tym zakresie (Vickery, 2014b). Sposoby wykorzystywania memów mogą też służyć badaniu, w jaki sposób społeczności pozornie pozbawione norm dążą do samoregulacji – często powracając do standardów schematów zachowań, które na poziomie retorycznym kontestują (Gal, Shifman, Kampf, 2015). Analiza memów może zatem opierać się nie tylko na analizie obrazu, którą znamy chociażby z socjologii wizualnej (Konecki, 2005; Sztompka, 2005), ale także na badaniu odbioru, kontekstów powstawania i dystrybuowania ich oraz ekspresji norm społecznych z nimi związanych, jak i na zagłębieniu się w autoanalizy memów, które często tworzy sama społeczność.

Memy internetowe reprezentują fenomenalny wzrost cyfrowej kultury komentarzy społecznych, stając się nowym narzędziem politycznej sprawczości, pozostającym w dyspozycji opinii publicznej (Davison, 2012). Zdecydowanie warto włączyć ich analizę do wielu

projektów badawczych, czerpiąc z dorobku i narzędzi cyberkulturoznawstwa (Kamińska, 2018).

Na zakończenie dodam tylko ciekawostkę: według **Google Trends** w anglojęzycznej wyszukiwarce w USA w 2012 roku memy po raz pierwszy zrównały się liczbą zapytań z Jezusem, a obecnie są już czterokrotnie popularniejsze (ryc. 3.19).



Ryc. 3.19. Porównanie liczby zapytań o memy z liczbą zapytań o Jezusa

Źródło: <https://goo.gl/tTLn5R>.

4. Etyka badawcza

Nieodłącznym procesem utrwalania pewnych norm etycznych jest naturalizacja określonych przekonań, przyjęcie ich za niezmiennie pewniki (Law, 2004). W naukach społecznych od lat funkcjonują pewne trwałe standardy. W ostatnim ćwierćwieczu praktyka zatwierdzania projektów badawczych przez komitety etyczne mocno się zinstytucjonalizowała, prowadząc przy tym w niektórych przypadkach do skrajnej biurokracji – i zmieniając charakter zagadnienia: przenosząc ciężar z osobistego moralnego obowiązku badacza czy badaczki i kwestii, która wymaga bardzo dużej elastyczności i indywidualnego podejścia (Adler, Adler, 2012), na zbiór formularzy do wypełnienia, słabo gwarantujących bezpieczeństwo badanych (Alderson, Morrow, 2006). Jednakże badania Internetu otworzyły socjologom oczy na nowe problemy i spowodowały, że niektóre zagadnienia z zakresu etyki badawczej muszą być przemyślane na nowo.

W początkowym okresie badań on-line wydawało się, że klasyczne podejście do badań społecznych, które wyewoluowało jako rezultat odpowiedzi na nadużycia świata nauki, zarówno z zakresu medycyny¹, jak i naszego środowiska badań społecznych (jak choćby studium Milgrama z rażeniem prądem²) czy eksperymentu więziennego Zimbardo – nie ma zastosowania. Szybko jednak okazało się, że badania internetowe nie tylko nie zawsze są bezpieczniejsze niż tradycyjne, ale że przynoszą wiele dodatkowych rodzajów ryzyka dla badanych i kwestii etycznych, które trzeba uwzględnić.

¹ Niesławne *Tuskegee study*, w którym na potrzeby badań nad rozwojem syfilisu całymi latami nie leczono obserwowanych Afroamerykanów, mimo że dostępne już były kuracje antybiotykowe, por. <http://www.cdc.gov/tuskegee/timeline.htm>.

² Jako ciekawostkę warto podać, że eksperyment Milgrama powtórzono w 2006 roku w środowisku wirtualnym – uczestnicy eksperymentu zostali poinstruowani, że mają razić prądem wirtualną kobietę. Wyniki były zbieżne z oryginalnym eksperymentem: badani czasami wahali się, ale zasadniczo słuchali poleceń. Zob. szerzej: Slater i in., 2006.

Przykładowo pewne badanie materiałów pornograficznych w sieci Usenet przeprowadzone w latach dziewięćdziesiątych opierało się na beztróskim zbieraniu danych personalnych, różnego rodzaju statystyk, a także oglądanych plików – a w powiązanym wniosku grantowym autor wprost zakładał, że użytkownicy blokujący dostęp do swoich plików mogą być pedofilami (Thomas, 1996). Choć to skrajny i powszechnie krytykowany przypadek braku odpowiedzialności w badaniach społecznych w Internecie i współcześnie trudno byłoby, mam nadzieję, znaleźć osobę, dla której podobny projekt nie wywołałby refleksji i zastanowienia, w mniej skrajnych przypadkach można doprowadzić do narażenia badanych osób na kłopoty całkiem nieświadomie. Jednym z typowych zabezpieczeń w badaniach społecznych w wielu krajach jest zalecenie zatwierdzania projektów badawczych z komisją etyki badań na ludziach (*Institutional Review Board for human-subjects research*).

Jednocześnie proste założenie, że w Internecie mamy do czynienia z takimi samymi badaniami nad ludźmi, jak w przypadku badań off-line, także nie ma sensu: zakres możliwej identyfikacji w Internecie jest wyraźnie inny, a w konwersacjach uczestniczą także wprost nie-ludscy aktorzy – czyli jawne i niejawne boty.

Z kolei potencjał Big Data, omawiany we wcześniejszej części książki, istotnie rzutuje na nowe możliwe zagrożenia. Grono kilkanaściorga badaczy i badaczek postuluje dziesięć podstawowych zasad, których zastosowanie jest niezbędne, abyśmy prowadzili odpowiedzialne badania Big Data (Zook i in., 2017):

1. Uczciwe przyznanie, także przed samym sobą, że dane nieodłącznie wiążą się z ludźmi – reprezentują i wpływają na nich – oraz mogą im zdecydowanie szkodzić.
2. Dostrzeżenie, że prywatność nie ma charakteru zerojedynkowego i może być skalowalna.
3. Podejmowanie aktywnych wysiłków, aby naszych danych nie dało się odanonimizować, choćby przez powiązanie z innymi zbiorami danych.
4. Dzielenie się danymi w sposób etyczny – tj. z jasną informacją dla badanych, jak będą wykorzystane, za ich świadomą zgodą i z możliwością wycofania.

5. Uświadamianie sobie ograniczeń naszych danych i tego, że „Big” w ramach Big Data niekoniecznie musi oznaczać, że dane te są lepsze, poszerzają wiedzę, mają sensowny kontekst.
6. Dyskutowanie swoich trudnych wyborów etycznych. Nawet jeżeli badania Big Data nie podlegają obowiązkowi zatwierdzenia przez komisję etyki badań naukowych, warto dyskutować swoje i istniejące badania z punktu widzenia etyki, zarówno w środowisku naukowym, jak i w grupach studenckich.
7. Angażowanie się w tworzenie kodeksów postępowania na rzecz swoich uczelni, społeczności badawczej czy przemysłu.
8. Tworzenie własnych zbiorów danych i systemów zarządzania nimi w sposób umożliwiający audytowanie ich.
9. Aktywne rozważanie konsekwencji naszych badań – wyjście poza pogoń za cytowaniami, reputacją czy zasobami i zastanowienie się, czy nasze badania przyczyniają się do zwiększenia dobra ogółu.
10. Posiadanie intuicji i rozsądku, aby wiedzieć, kiedy złamać powyższe reguły – jak choćby w przypadku zagrożenia epidemią, które mogłoby wymagać naruszenia zasady zachowania prywatności.

Z kolei w 2012 Ethics Working Committee (Komisja ds. Etyki) w ramach Association of Internet Researchers opracowała podstawowe wytyczne dla osób zajmujących się badaniami internetowymi. Mają one celowo charakter ogólny i uwzględniają następujące zalecenia³:

- im większa podatność społeczności, osób uczestniczących czy zespołu autorskiego na zagrożenie, tym większy obowiązek spoczywa na badających, aby ich chronić;
- ponieważ wyrządzenie szkody definiowane jest kontekstualnie, zasady etyczne powinny być rozumiane raczej indukcyjnie niż formułowane w postaci uniwersalnych prawidłowości, a decyzje podejmowane indywidualnie w każdym przypadku;
- ponieważ wszystkie dane cyfrowe w jakimś stopniu dotyczą ludzi, trzeba brać pod uwagę, że konieczne może być stosowanie reguł typowych dla badań nad ludźmi, nawet jeśli na pierwszy rzut oka nie jest oczywiste, jak i gdzie dane wiążą się z konkretnymi osobami;

³ <https://perma.cc/7F7W-ENAY>.

- w podejmowaniu etycznych decyzji trzeba wyważyć prawa osób badanych z korzyściami społecznymi wynikającymi z badań i prawem nauki do badania świata;
- kwestie etyczne mogą pojawić się na każdym etapie procesu badawczego;
- etyczne podejmowanie decyzji jest procesem przemyślanym i trzeba konsultować się z jak największą liczbą osób i źródeł, standardów czy komisji etycznych.

Zagadnienie naszych obowiązków etycznych w badaniach on-line jest ciągle żywe i kanon się cały czas kształtuje, ale warto zdawać sobie sprawę z tych dyskusji (Fiesler, Wisniewski, Pater, Andalibi, 2016). Rozwój metod badawczych w zakresie badań Internetu doprowadził też do pogłębionych debat nad wcześniej oczywistymi dogmatami (Baym, Markham, 2009), zwłaszcza w zakresie świadomej zgody, percepcji tożsamości badanych, ich prawa do prywatności czy granic między wypowiedziami publicznymi i prywatnymi. Zgadzaając się z kwestiami podnoszonymi w cytowanych zbiorach wytycznych, w niniejszym rozdziale postaram się je nieco rozwinąć i przedstawić w miarę zwięźle, jakie problemy etyczne trzeba brać pod uwagę przy prowadzeniu projektów z zakresu socjologii Internetu.

4.1. Internet jako źródło infamii

W dalszej dyskusji na temat etyki badawczej chciałbym przypomnieć historię Justine Sacco⁴, dyrektorki ds. public relations w Interactive Corp. 20 grudnia 2013, wsiadając do samolotu do RPA, opublikowała następującego tweeta: „Jadę do Afryki. Mam nadzieję, że nie dostanę AIDS. Żartuję. Przecież jestem biała!”.

Wypowiedź ta mogła sugerować, że jej autorka wierzy, że jednym z przywilejów bycia białym (*white privilege*) jest odporność na wirusa HIV, a pośrednio stygmatyzowała także niebiałych (Nakayama, 2017).

W momencie startu samolotu miała zaledwie 170 osób śledzących jej profil, co można uznać za dość wąskie grono, o wielkości

⁴ Używam jej pełnego imienia i nazwiska, ponieważ sprawa jest powszechnie opisywana z jego podaniem w publikacjach i popularnych, i naukowych.

typowej dla kont służących przede wszystkim do komunikacji ze znajomymi. Jednak jej tweet nabrał charakteru wiralnego po tym, jak podchwycił go Sam Biddle, dziennikarz Valleywag (spółki Gawkera), z piętnastotysięczną grupą odbiorców na Twitterze (Laidlaw, 2017). W czasie jedenastogodzinnego lotu, podczas którego autorka nie miała dostępu do Internetu, na jej tweet odpowiedziały dziesiątki tysięcy osób, a hashtag #HasJustineLandedYet (czy Justine już wylądowała) dodatkowo podkreślał atmosferę. Sacco błyskawicznie straciła pracę, jej rodzina się od niej odcięła, a pracownicy hoteli, w których miała się zatrzymać, grozili strajkiem, gdyby usiłowała skorzystać z wcześniej poczynionych rezerwacji.



Ryc. 4.1. Tweet Justine Sacco

Źródło: mtwitter.com.

Nie ulega wątpliwości, że jej wpis na Twitterze mógł mieć charakter rasistowski, a przynajmniej mocno grubiański, ewidentnie świadczący o braku wrażliwości. Głupi, żenujący tweet – niemniej, czy faktycznie zasłużyła sobie na społeczną infamię? Jej wypowiedź co prawda miała charakter publiczny, ale czy można zakładać, że spodziewała się, że przeczyta ją ktokolwiek poza bliższymi i dalszymi znajomymi? Czy też raczej miała poczucie złudnej anonimowości? (Chaudhry, 2016). Ta jedna wypowiedź, choć bez wątpienia skandaliczna, zniszczyła

jej życie zawodowe (Ronson, 2015). Oczywiście można uznać, że sobie na to zasłużyła. Jednakże, nie usprawiedliwiając treści pogardliwej wypowiedzi, nie sposób nie zauważyć, że mowa nienawiści jest w Internecie powszechna i zauważalna w komentarzach do niemal każdego artykułu na tematy polityczno-społeczne (Erjavec, Kovačič, 2012); stanowi uciążliwy, acz nieodłączny element dyskursu internetowego – i nie skutkuje zazwyczaj podobną karą.

Justine Sacco stała się symbolem – dołączenie do nagonki na nią stanowiło wyraz sprzeciwu wobec rasizmu w ogóle. Ludowy sąd wydał na nią wyrok – niezależnie od tego, czy jej wypowiedź była czysto rasistowska, czy też stanowiła nieudolny żart z rasistowskim podtekstem, czy też – jak później twierdziła sama zainteresowana – była pastiszem na bańkę informacyjną, w której żyją ludzie w USA, i parodią rasizmu (Laidlaw, 2017). W rezultacie stała się przedmiotem masowego potępienia i cyberbullyingu (Chisholm, 2014). Tego rodzaju praktyka *social shaming*, czyli zawstydzania przez społeczność, jest zjawiskiem kontrowersyjnym – jak w każdym samosądzie, trudno tam o niuanse, rozważania czy danie osobie będącej na celowniku szansy odpowiedzi, łatwo natomiast o poważne konsekwencje (Norlock, 2017).

Podobny los spotkał *dog poop girl*, Korkankę, która została sfotografowana w sytuacji, w której nie posprzątała kupy po swoim psie w pociągu. Zdjęcie stało się szalenie popularne w mediach społecznościowych, internauci szybko zidentyfikowali jej imię, nazwisko i miejsce pracy – w rezultacie stała się bezrobotna i musiała ukrywać (Solove, 2007). Konkluzja: żyjemy w społeczeństwie nadzoru, w którym masowa komunikacja umożliwia wymierzanie kary infamii przez zbiór anonimowych internautów na niespotykaną kiedykolwiek wcześniej skalę (Ronson, 2016).

Sacco po kilku latach wróciła do zawodu, a nawet pogodziła się z Biddle'em, który w międzyczasie sam stał się obiektem cyberbullyingu (Biddle, 2014). Jednak z tej i wielu innych podobnych historii można wysnuć jeden prosty wniosek: nawet jeżeli zawodowcy od PR nie są w stanie prawidłowo ocenić potencjału komunikacji w sieciach społecznościowych, absolutnie nie można zakładać, że uczynią to osoby przez nas badane. Warto pamiętać o tych przypadkach, kiedy zastanawiamy się, jakich danych możemy użyć.

Fundamentalnym standardem etycznym w badaniach, akceptowanym także w badaniach internetowych (Dutton, Pipler, 2010), są cztery kwestie: (1) anonimowość, (2) prywatność, (3) świadoma zgoda, (4) poufność. Omówię je po kolei.

4.2. Anonimowość

Anonimowość badanych oznacza, że podejmiemy wszelkie środki potrzebne do tego, aby nie dało się ustalić ich tożsamości.

W tradycyjnych badaniach jakościowych często korzysta się z konsultacji z badanymi osobami, by ustalić, jakie szczegóły mogłyby je potencjalnie identyfikować. W badaniach z zakresu socjologii Internetu oczywiście też jest to wskazane, ale nie należy polegać wyłącznie na opinii badanych. Jest odpowiedzialnością badacza i badaczki, aby mieć świadomość, jak bardzo identyfikujące mogą być pozornie nieistotne wypowiedzi.

W praktyce często mamy do czynienia z sytuacją, w której w pracy naukowej cytujemy fragmenty wypowiedzi z Internetu. O ile w tradycyjnych badaniach społecznych używanie cytatów z ustnych wypowiedzi, zwłaszcza bez podawania imienia i nazwiska autorów i autorek, jest całkowicie dopuszczalne, o tyle w badaniach internetowych czasami staje się problematyczne.

Niektórzy ludzie nauki uważają wręcz, że pseudonimom internetowym i awatarom powinna przysługiwać taka sama ochrona danych, jak imionom i nazwiskom (Langer, Beckman, 2005). Wynika to z tego, że pseudonimy te jednoznacznie identyfikują dane osoby w ich środowisku odniesienia, a także mogą być istotnymi składnikami ich tożsamości (Wolfendale, 2007). Z kolei inni podnoszą, że możemy traktować zachowania w Internecie jako publiczne, a do badania wypowiedzi stosować raczej analogię analizy tekstu publikowanego niż wywiadów (Bassett, O'Riordan, 2002) i w związku z tym nieco swobodniej traktować obowiązki ochrony danych osób. To ostatnie podejście jednak nie bierze pod uwagę podstawowej kwestii etycznej w każdym rodzaju badań – czyli możliwych konsekwencji. Niezależnie od tego, jaką konwencję paradygmatyczną, metodyczną

czy interpretacyjną przyjmiemy, nie można doprowadzać do sytuacji, w której w rezultacie naszych działań dojdzie do poważnych naruszeń prywatności. Założenie, że „przecież dane i tak są już publiczne”, nie wytrzymuje krytyki. Choćby badania profili Facebooka z 2008 roku, przy okazji których upubliczniono dane studentów i studentek, pokazują, że trzeba być bardzo ostrożnym i zakładać, że zawsze mogą się pojawić nieprzewidziane konsekwencje (Zimmer, 2010). Badacze co prawda usiłowali tam zanonimizować swoją bazę, ale było to niewystarczające – a biorąc pod uwagę potęgę Big Data, o której pisałem w rozdziale o niej traktującym, z czasem podobne zabiegi będą jeszcze trudniejsze. Osoby korzystające z Internetu są zresztą zazwyczaj nieświadome, że zostawiają po sobie mnóstwo identyfikujących je śladów – a do wskazania konkretnego człowieka może wystarczać nawet zwykła kombinacja konkretnej, unikatowej wersji przeglądarki z danym numerem IP.

Ponadto, nawet jeżeli jakieś dane są przez określonych ludzi świadomie upublicznione, to nie znaczy, że kiedyś nie zechcą ich usunąć. Powstaje zatem ryzyko, że praca badawcza stanie się archiwum informacji, które dane osoby na swój temat będą zdecydowanie chciały „odpublicznić” i usunąć z oryginalnego miejsca ich publikacji – a możliwość wycofania zgody na użycie informacji jest istotnym elementem praw badanych.

Szczególna dbałość potrzebna jest w przypadku tematów wrażliwych – np. dla wywiadów z osobami używającymi „jedwabnego szlaku”, czyli systemu nielegalnego handlu w ramach sieci TOR, Monica J. Barratt i Alexia Maddox podjęły specjalne środki bezpieczeństwa, aby po pierwsze zabezpieczyć dostęp do danych, a po drugie nie zbierać jakichkolwiek danych identyfikujących oraz nie kontynuować w konwersacji wątków przestępczych poruszanych przez badane osoby (Barratt, Maddox, 2016) – także po to, aby w razie nakazu wydania danych ze strony organów ścigania czy sądu po prostu nie posiadać identyfikujących informacji.

Badania publikacji opartych na zbiorach danych wykorzystanych bez świadomej zgody badanych z 2017 roku pokazują, że zdecydowana większość z nich pomija pewne aspekty możliwych zagrożeń, nie uwzględnia rozsądnych zabezpieczeń, a także często w ogóle ignoruje

aspekt etyczny związany z tego rodzaju analizą (Thomas, Pastrana Portillo, Hutchings, Clayton, Beresford, 2017). Nie ma złotego środka gwarantującego zapewnienie anonimowości, każdy we własnym sumieniu i zdrowym rozsądku musi wyważyć możliwe ryzyka – niezbędna jest więc przede wszystkim dogłębna, każdorazowa refleksja.

4.3. Prywatność

Kwestia prywatności dotyczy przede wszystkim możliwości wpływania przez osoby uczestniczące w badaniu na to, jakie dane osobiste na ich temat są zbierane.

Zagadnienie to wiąże się z kwestią tego, co można domyślnie uznać za dane publiczne, a co ma charakter danych prywatnych. W dyskursie publicznym można napotkać pogląd, że wraz z nadejściem mediów społecznościowych i upowszechnieniem Internetu nastąpiła śmierć prywatności i że jest to już sprawa przesądzona. Warto zauważyć, że podobnie kategoriyczny sąd wydaje się znacznie przesadzony, a kwestia kontekstu rozgraniczeń sfer prywatnych i publicznych, a także ich zmieniających się kulturowych znaczeń są kluczowe dla dyskusji na ten temat (Marx, 2001).

Niezależnie od wirtualizacji życia społecznego, twarde rozróżnienie na przestrzeń publiczną i prywatną jest na ogół dyskusyjne (Goffman, 1963): pozornie publiczne przestrzenie są na przykład przejmowane przez korporacje, a sama możliwość uczestnictwa w „publicznej” sferze ma wyraźnie charakter przywileju, a nie prawa (Jemielniak, Jemielniak, 2002). Współczesny gwałtowny rozwój nowych technologii powoduje też, że granice są płynne i wciąż redefiniowane (Anthony, Campos-Castillo, Horne, 2017).

W Internecie podział na komunikację publiczną i prywatną jest jeszcze bardziej zamazany. Tradycyjne rozgraniczenie na „publikowanie”, czyli wypowiedzi o charakterze publicznym (jak np. gazety, audycje radiowe czy telewizyjne) oraz „konwersacje”, czyli wypowiedzi o charakterze prywatnym, traci rację bytu – a w związku z opisanym wcześniej fenomenem *produsage*, czyli przemieszania ról osób wytwarzających i konsumujących treści, trudno stosować konceptualizacje

przeniesione wprost z teorii mediów czy prawa autorskiego. W społecznym życiu w Internecie zdarzają się zarówno publikacje przypominające gazetowy dyskurs publiczny, jak i rozmowy i zachowania o charakterze skrajnie intymnym i prywatnym. Czasami wręcz rozróżnienie jednych od drugich jest możliwe dopiero po zrozumieniu szerszego kontekstu – bo niektóre dialogi, choć technicznie dostępne dla postronnych, mogą w intencji i praktyce mieć charakter jedynie dwustronny.

Co gorsza, nawet w przypadku ustalenia sensownej granicy na sferę publiczną i prywatną zmiany technologiczne mogą nam ją błyskawicznie zaburzyć. Jak podaje Boyd (2008), wprowadzenie funkcji wyszukiwania w Usenecie czy na listach dyskusyjnych doprowadziło do gwałtownej zmiany: poszczególne społeczności, które funkcjonowały w *quasi*-zamkniętych grupach, nagle stały się dostępne dla osób zupełnie przypadkowych, które mogły dołączać do konwersacji, kompletnie nie znając ich kontekstu. Co więcej, wcześniej ludzie brali udział w dyskusjach, o których mogli zasadnie przypuszczać, że mają charakter lokalny i z ograniczonym, zdefiniowanym kręgiem odbiorców, który zmienił się radykalnie *post factum*. Bardziej współcześnie podobna sytuacja często ma miejsce w przypadku komentarzy na Facebooku – w których o zasięgu i dostępności danego posta wraz komentarzami decyduje autor czy autorka, mogąc upubliczniać cudze wypowiedzi bez zgody samych osób uczestniczących w konwersacji, już po jej przebiegu. O tym, jak bardzo technologia ingeruje w redefinicje dotychczasowych granic prawnych i społecznych, może świadczyć chociażby to, co nastąpiło w USA w zakresie zdjęć aresztowanych. Ustalonym porządkiem prawnym w wielu stanach od dawna było to, że zdjęcia aresztowanych, wraz z ich danymi identyfikującymi, można było sobie przeglądać na komendzie – w ramach publicznego dostępu do informacji, a także społecznej kontroli nad bezpieczeństwem lokalnym. Wraz z nadejściem technologii informatycznych owe zdjęcia (tzw. *mugshots*) są rutynowo skanowane przez komercyjne firmy i udostępniane za niewielką opłatą każdemu. Stałymi klientami są wszystkie firmy rekrutacyjne, których nie obchodzi specjalnie, czy aresztowanie było zasadne, czy omyłkowe, a także nie informują o powodach odmownych decyzji tych, którzy odpadli z procesu rekrutacyjnego.

Drugim źródłem dochodu są osoby, które płacą firmom za usunięcie ich zdjęć – oczywiście każdej firmie z osobna. Niewielu ludzi, nawet całkowicie niewinnych, stać na dochodzenie swoich praw w sądzie, ponadto firmy bronią się, że jedynie odzwierciedlają publiczne archiwum. Nie ma zatem dla nich znaczenia, czy dana osoba np. skutecznie przeszła procedurę zamazania skazania, o ile w ogóle do skazania doszło, bo przecież mogła być aresztowana omyłkowo (Bode, Jones, 2018). W oczywisty sposób powoduje to poważny problem związany z prywatnością i wynikający bezpośrednio z nowych technologii – które spowodowały, że dotychczasowe regulacje przestały być adekwatne (Lageson, 2016; Lageson, Maruna, 2018; Slane, 2018).

Być może warto oderwać się od prób sztywnych klasyfikacji i podziału na sferę publiczną i prywatną w Internecie względnie traktować prywatność jako cechę skalowalną na pewnym kontinuum (boyd, 2008). W podanych wcześniej przykładach internetowej infamii widać wyraźnie, że wiele osób korzystających z Internetu też ma problem z rozgraniczeniem tego, czy biorą udział w dyskursie publicznym czy prywatnym. Bywa i tak, że osoby rozwijające np. blogi, świadomie piszą „publicznie”, w sensie usiłowania dotarcia do nowych nieoznaczonych odbiorców, ale chcą być „publiczne” jedynie w ograniczonym zakresie (boyd, 2005). Trzeba też pamiętać, że ludzie często mają bardzo niską świadomość tego, że narażają swą prywatność, i mogą bezwiednie upubliczniać informacje na swój temat – czego dowodem są chociażby częste przypadki niewylogowywania się z publicznie dostępnych terminali komputerowych (Wakeford, 2003).

Istotne jest zatem, w jakim stopniu nadawca może kontrolować krąg swoich odbiorców, ale i intencja, z jaką się posługuje danym narzędziem komunikacji, a także percepcja prywatności, w odróżnieniu od prywatności w sensie faktycznej, fizycznej blokady dostępu dla postronnych. W tym sensie można przyjąć, że dane mają charakter publiczny wtedy, kiedy dostęp do nich jest publiczny, a same osoby uczestniczące także postrzegają swoje wypowiedzi jako takie (Rosenberg, 2010). Kwestia ich percepcji może zatem być istotna nawet w przypadku tak publicznie zorientowanych mediów, takich jak Twitter (Williams, Burnap, Sloan, 2017). Ciekawe podejście prezentuje też Sveningsson, proponując, aby do oceny prywatności

i publiczności danych w Internecie stosować także kryterium treści (Sveningsson Elm, 2009), a zatem starać się dokonać oceny, jak dalece dane, które zbieramy, mogą mieć charakter prywatny.

Nieunikniony pęd do zbierania danych i zachłystnięcie się możliwościami technologii przez badaczki i badaczy z nauk społecznych powinien iść w parze z większą dbałością o prywatność. Technologia umożliwia zdecydowanie większą inwazyjność przekazu i docierania do informacji intymnych. Nawet tak proste metody, jak sondaże internetowe, mogą prowadzić do naruszeń prywatności w sensie fizycznym, psychologicznym czy informacyjnym. Często także mogą powodować naruszenie prywatności konwersacji w społecznościach internetowych (Cho, LaRose, 1999).

Jak zauważa Whiteman, można zaobserwować wyraźną ewolucję myślenia o prywatności danych w Internecie: od traktowania wszystkich wypowiedzi technicznie powszechnie dostępnych jako publicznych do większego sproblematyzowania kwestii i uwzględnienia intencji, percepcji i treści danych (Whiteman, 2012). W związku z tym przy zbieraniu danych w sieci niezbędna jest refleksja nad nimi, a także uzasadniona decyzja, czy i w jaki sposób badane osoby powinny mieć wpływ na zebrane o nich informacje. Bardzo łatwo też o zaniedbania i brak refleksji nad możliwym naruszeniem prywatności – przykładowo, dwóch duńskich naukowców zebrało dane ok. 70 tysięcy osób z serwisu randkowego **OKCupid** i umieściło je w **The Open Science Network**, platformie służącej do wymieniania się wartościowymi zbiorami danych. Sądziło, że wszystko jest w porządku, bo baza nie zawierała imion i nazwisk – błyskawicznie jednak rozeszła się informacja, że tożsamość osób można wydedukować na podstawie różnego rodzaju zawartych w bazie danych demograficznych, geograficznych czy pseudonimów, a odpowiedzi w bazie dotyczą bardzo intymnych preferencji, orientacji i życia osobistego (Zimmer, 2018).

Jednocześnie nie sposób nie zauważyć, że rewolucja technologiczna doprowadziła do sytuacji, w której wielu ludzi celowo i samodzielnie zbiera dane na swój temat, prowadząc swoiste cyfrowe dzienniki badawcze, o dużej wartości dla socjologii (Purdam, 2014), a następnie swobodnie się nimi dzieli. Tego rodzaju danych będzie z pewnością przybywać, choćby z uwagi na wzrastającą popularność wspomnianych

już ruchów typu *Quantified Self* (Lupton, 2016; Przegalińska, 2015), mających na celu kwantyfikację i archiwizację rezultatów wielu wskaźników, jak choćby pulsu, poziomu stresu, wydolności oddechowej, liczby przebytych kroków. W rezultacie ich popularności można wręcz mówić o przewrocie w naukach opartych na Big Data w powiązaniu z odkryciami biologiczno-medycznymi (Swan, 2013), choć prowadzą one także do nieoczekiwanych skutków ubocznych, jak np. zwiększenia neoliberalnego przekonania społecznego o tym, że zdrowie jest kwestią przede wszystkim indywidualną (Maturu, Mori, Moretti, 2016). Rozpowszechnienie się technologii stałego pomiaru i archiwizacji wskaźników zdrowotnych prowadzi też do oczywistych zagrożeń prywatności: dość wspomnieć, że np. opaska sportowa Fitbit, która udostępniała dane osób używających jej publicznie, pozwalała przez to na wykrycie, kiedy dana osoba uprawiała seks (Austen, 2015). Osoby korzystające z trackerów często także nie zdają sobie sprawy z tego, że dane agregowane na ich temat są później sprzedawane i wykorzystywane do celów komercyjnych, jak choćby tworzenie ofert zindywidualizowanych, co np. w przypadku ubezpieczeń zdrowotnych jest bardzo kontrowersyjne (Spiller i in., 2018).

4.4. Świadoma zgoda

Świadoma zgoda badanych to danie im szansy, aby po zapoznaniu się z rzetelnie, czytelnie zaprezentowanymi szczegółami projektu mogli zdecydować, czy chcą w nim uczestniczyć. W warunkach idealnych, poza dołożeniem najwyższej staranności w zakresie kompletnego, jasnego wyjaśnienia, czego dotyczy badanie, warto dać je badanym na piśmie i z wyprzedzeniem.

Oczywiście w kwestii świadomej zgody fundamentalne pozostaje omówione wyżej rozróżnienie, co można uznać za kwestię publiczną, a co za prywatną – bo przyjmuje się, że informacje publicznie dostępne zazwyczaj dodatkowej zgody nie wymagają. W Internecie, jak nigdy wcześniej, mocno zderzają się dwie tradycje badawcze: badań opartych na wywiadzie i wymagających świadomej zgody do wykorzystania każdej wypowiedzi, jak i badań obserwacyjnych, w których zakłada

się, że obserwowane społeczności mogą być nieświadome procesu samego badania, zwłaszcza jeżeli obserwacje przebiegają w przestrzeni publicznej (Sixsmith, Murray, 2001). Jednak, jak sygnalizowałem w poprzedzającym podrozdziale, w przeciwieństwie do przestrzeni publicznej rozumianej fizycznie, w której granice sfery publicznej i prywatnej są sygnalizowane przez architekturę i względnie trwałe, w Internecie granice te mogą ulegać gwałtownym przemianom, zarówno w wyniku wprowadzania nowych technologii, jak i w wyniku zmian organizacji danych serwisów internetowych (boyd, 2008). W badaniach społeczności internetowych wskazana jest zatem daleko posunięta ostrożność i nietraktowanie badań obserwacyjnych jako wytrycha, który pozwala uniknąć „problemu” wymogu pozyskania świadomej zgody badanych osób. W końcu – w przeciwieństwie do klasycznych obserwacji w społecznościach internetowych – często można bez problemu dotrzeć do osób podlegających obserwacji, nawet po wielu latach od ich wypowiedzi, co zresztą może być swoją drogą dobrą metodą uzupełniającą badanie.

Niemniej, o ile w pełni zachowana jest anonimowość, w internetowych badaniach obserwacyjnych można przyjąć, że wymóg świadomej zgody jest zależny od tematu badań – i zwłaszcza w przypadku kwestii niekontrowersyjnych i ogólnospołecznych świadoma zgoda obserwowanych nie jest niezbędna, zwłaszcza jeśli wykorzystuje się dane zagregowane, z których nie można wyprowadzić informacji na temat poszczególnych osób. Nadal jednak wskazane jest podjęcie próby pozyskania zgody badanych, o ile jest to wykonalne w rozsądnych granicach, choćby dlatego, że prawo do wycofania swoich danych to istotny przywilej. Z całą pewnością trzeba także odnieść się do tej kwestii świadomie. Niektórzy badacze i badaczki sugerują wręcz, że ukryte obserwacje w niepublicznych czatach czy forach są z założenia nieetyczne, a nawet potencjalnie nielegalne (Sveningsson Elm, 2009) – wydaje się to jednak podejście nazbyt radykalne i pomijające zasadniczy aspekt celu badań, korzyści z nich płynących, i możliwych ryzyk dla badanych, co zresztą jest kwestią dość dobrze omówioną w wielu dyskusjach metodycznych na temat badań niejawnych w świecie off-line. Trudno zakładać, że do badań internetowych należy stosować kryteria znacząco ostrzejsze niż do badań w świecie realnym.

Szczególnym przypadkiem wykorzystywania danych bez świadomej zgody badanych są badania dotyczące nielegalnych zachowań, względnie na bazach danych pozyskanych z nielegalnych źródeł, w przypadku których próby pozyskiwania zgody prawdopodobnie mogłyby zaburzyć rezultat badań. Wówczas rezygnacja ze świadomej zgody bywa zasadna – jak zauważa Brytyjskie Towarzystwo Kryminologiczne, podkreślając, że badania ukryte muszą potencjalnymi korzyściami wyraźnie usprawiedliwiać zastosowanie takich środków (British Society of Criminology, 2015).

Kiedy badałem postawy studentów i studentek prawa na Harvardzie względem piractwa i percepcji dopuszczalności dzielenia się plikami medialnymi, podjąłem następujące działania zabezpieczające:

- nie zapisywałem imion i nazwisk osób, tylko użyłem kodów;
- na początku wywiadów i ankiet zwracałem uwagę, aby nie podawać identyfikujących informacji;
- w ankietach i pytaniach unikałem pytań mogących kogokolwiek identyfikować oraz usuwałem fragmenty wypowiedzi, które moim zdaniem mogły takie być;
- po dokonaniu transkrypcji usunąłem nagrania;
- transkrypcje przechowywałem na zaszyfrowanej partycji dysku;
- zbierałem jedynie dane na temat osób dających się sprowadzić do kategorii, których kryteria spełniało wielu ludzi. Przykładowo zrezygnowałem z informacji o kraju, pozostawiając jedynie kontynent, choć istotnie utrudniło mi to analizę i uniemożliwiło wnioski np. w powiązaniu z rozwojem ekonomicznym kraju pochodzenia.

Prócz tych środków bezpieczeństwa jednakże wszystkim badanym opisałem cel projektu, dałem jego opis wraz z danymi kontaktowymi do mnie i wyjaśniłem zarówno możliwe ryzyka, jak i możliwość rezygnacji w każdej chwili, włącznie z rezygnacją jakiś czas już po przeprowadzonej ankiecie i wywiadzie. Na tę ostatnią możliwość nikt się nie zdecydował.

Podobnie w przypadku wywiadów przeprowadzanych na potrzeby badań z konkretnymi uczestnikami społeczności świadoma zgoda jest tym bardziej konieczna. W mojej dotychczasowej praktyce badawczej po przeprowadzeniu wywiadów z kilkuset osobami tylko raz spotkałem się z sytuacją, że osoba umówiona na rozmowę po usłyszeniu, co

jest przedmiotem badania, wycofała się. Do dziś sędzę, że jej reakcja była zdecydowanie przesadna, a ryzyka, które zdawała się dostrzegać – nieprawdziwe. Jednak w momencie, kiedy powiedziała, że chciałaby zrezygnować z wywiadu, nie zastanawiałem się nawet przez chwilę, aby ją przekonywać, i uszanowałem tę decyzję – przeprasząc jedynie za zawracanie jej głowy i zmarnowany czas. Wierzę, że lepiej i bezpieczniej jest nie nalegać na udział w badaniu, choć okoliczności mogą być bardzo różne i pozostawać pod wpływem tematu, dostępności badanych czy wagi sprawy. Analogicznie, choć w troszkę innym kontekście – „nie” znaczy „nie”. Naszym obowiązkiem jest prawidłowo odczytać sygnały i dołożyć staranności, aby osoba, z którą rozmawiamy, mogła komfortowo wyrazić swą prawdziwą opinię na temat tego, czy chce w badaniu uczestniczyć.

Podobnie jak w badaniach tradycyjnych, jest jasne, że zgoda na udział w badaniu powinna być świadoma (po uzyskaniu niezbędnych informacji), dobrowolna (bez nacisku, zarówno faktycznego, jak i jedynie postrzeganego) i kompetentna (udzielona przez osobę, która jest wystarczająco stabilna, dojrzała umysłowo, wiekowo itp.).

Z tym ostatnim w badaniach internetowych może być problem. Co prawda na wielu portalach istnieją prawne obostrzenia, które zastrzegają, że można z nich korzystać wyłącznie po osiągnięciu pewnego wieku (dorobłości lub np. 13 lat, jak w przypadku Facebooka). Jednakże opierają się przede wszystkim na autodeklaracjach podczas rejestracji. Obowiązkiem etycznym badacza i badaczki jest zasada ograniczonego zaufania i zakładanie, że możemy mieć do czynienia z osobami młodszymi, niż deklarują. Biorąc pod uwagę dodatkowo, że wiele osób nawet dorosłych, podpisując zgodę na badania, niekoniecznie ma świadomość, że to robi (Varnhagen i in., 2005), a także to, że nawet w tradycyjnych badaniach ludzie często wykazują się daleko posuniętą gościnnością i życzliwością, dowiedziawszy się, że badacz czy badaczka się nimi interesują (Horolets, 2016), w badaniach internetowych wskazana jest zdecydowana ostrożność.

4.5. Własność danych

We wcześniejszych częściach książki zwracałem uwagę na to, że dane z wielu sieci społecznościowych mogą być dostępne technicznie, ale nie legalnie. Jak zauważa Daniel J. Solove (2004), żyjemy w erze „cyfrowych dossier”, które są o nas zbierane w zasadzie powszechnie i rzadko pod pełną kontrolą samych zainteresowanych. Co prawda legislatorzy zarówno w UE, jak i w USA podejmują pewne próby, aby uregulować ten rynek, co widać choćby w europejskiej regulacji o RODO, wdrożonej od 2018 roku, jest on jednak bardzo skomplikowany, a firmy wynajdują przeróżne sztuczki, aby tworzyć bogate zbiory powiązanych informacji na temat konsumentów.

Jednocześnie dostępu do nich strzegą bardzo zazdrośnie, postrzegając je jako źródło istotnej przewagi konkurencyjnej. Dlatego korporacje, tworząc licencje na korzystanie z serwisów internetowych (TOU), często robią to mocno asekuracyjnie i nie pozwalają badaczom i badaczkom zewnętrznym na gromadzenie danych nawet całkowicie niepersonalnych. Sprawę komplikuje fakt, że w międzynarodowych zespołach badawczych pracujących wspólnie mogą mieć zastosowanie różne jurysdykcje prawne i niektóre działania mogą być legalne dla niektórych członków zespołu, a dla innych nie (Dutton, Pipler, 2010).

Ważny jest wszakże jeszcze inny aspekt – choć z punktu widzenia prawnego dane mogą być własnością korporacji, z punktu widzenia etyki badawczej należy też uwzględnić aspekt społeczny – i zastanawiać się, czy niektóre z nich nie są postrzegane przez użytkowników jako należące do nich, a także, które faktycznie do nich należą. Najprostsze przykłady to chociażby zdjęcia i rysunki – nawet uzyskując zgodę na użycie danych od właściciela serwisu, przy wykorzystaniu wszelkiego rodzaju twórczości warto brać pod uwagę prawa moralne autorów i autorek. Powoduje to pewną sprzeczność: z jednej strony mamy dokładać staranności, aby w jak największym stopniu zachowywać anonimowość cytowanych osób – z uwagi na potrzebę poszanowania ich prywatności, a z drugiej przysługują im przecież także osobiste niemajątkowe prawa autorskie oraz czysto zdroworozsądkowe prawo do uznania autorstwa. Sprawa jest o tyle skomplikowana, że

internauci często publikują swą twórczość z przekonaniem, że jest warta dystrybucji i uznania, a jednocześnie trzeba mieć świadomość, że zacytowanie tych dzieł może ośmieszyć autorów.

W takich przypadkach należy trzymać się zasady nadrzędnej – chronimy badanych zarówno przed ryzykami, które sami postrzegają (nawet jeżeli wydają nam się nieracjonalne), jak i przed ryzykami, które zauważamy sami, a im nie przychodzą do głowy lub wydają się niemożliwe. Jeżeli zatem np. widzimy żenująco słaby wiersz na publicznym portalu, to powinniśmy naprawdę porządnie zastanowić się, czy warto go cytować, nawet jeżeli autor bądź autorka ewidentnie chce się swą twórczością podzielić. Jest w końcu całkiem możliwe, że opisanie tego dzieła zwróci na nie uwagę szerszej publiczności, a sam twórca za kilka lat będzie chciał o swoich grafomańskich wybrykach zapomnieć.

Dychotomia między uznaniem autorstwa a koniecznością ochrony źródeł często może się sprowadzać do radykalnych pozycji teoretycznych (Herring, 1996). W praktyce decyzja o tym, co uznajemy za publikowane dzieło, a co za prywatną wypowiedź, musi mieć charakter kontekstowy i być podejmowana każdorazowo.

4.6. Poufność danych

Reguły etyki badawczej dotyczą nie tylko publikowanych informacji; zanim dojdzie do samej publikacji, tworzy się duże zbiory danych. Często mają charakter sensytywny – choćby nagrania czy zapisy wypowiedzi z zachowaniem nazw awatarów i osób. Ponadto, prowadząc dziennik badawczy, nierzadko dokonujemy obserwacji i refleksji na własny użytek, bez jakiegokolwiek intencji publikowania ich – ale w sposób, który umożliwiałby zidentyfikowanie badanych. Co prawda dobrą praktyką jest maskowanie tożsamości badanych na jak najwcześniejszym etapie, ale samo pozostawienie informacji, że kilka różnych wypowiedzi pochodzi od tej samej osoby już może prowadzić do problemów (jeśli te wypowiedzi łatwo można odszukać w Internecie), a z kolei usunięcie tej informacji mogłoby utrudnić lub uniemożliwić przyszłe analizy. Podobnie, chociaż należy kasować

nagrania po dokonaniu transkrypcji, w praktyce może ona zajmować sporo czasu i być zależna nie tylko od stylu pracy, ale i np. finansowania grantowego.

Na osobach uprawiających socjologię Internetu spoczywa obowiązek większej świadomości w zakresie bezpieczeństwa cyfrowego i gwarantowania poufności danych. W związku z tym warto opanować podstawowe narzędzia służące bezpiecznej komunikacji i archiwizacji. Poniżej przedstawiam skrót porad, które przygotowałem na potrzeby szkolenia dla stypendystów i stypendystek Fundacji Niemana na Harvard University.

Do bezpiecznej komunikacji głosowej i esemesowej warto wykorzystywać **Signal** – to rozwijana w ramach *free/open source* aplikacja, która umożliwia szyfrowanie połączeń i komunikacji między osobami w sposób najlepszy na świecie, czego dowodem są nie tylko rekomendacje od Eda Snowdena czy Bruce'a Schneiera, ale także to, że ich algorytm jest wykorzystywany w coraz większym stopniu przez takie korporacje jak Facebook.

Do surfowania w sposób, który utrudnia zidentyfikowanie odwiedzanych przez nas stron providerom internetowym czy służbom policyjnym, nieodzowna jest przeglądarka Tor albo dobra usługa VPN (Virtual Private Network). Ta ostatnia jest użyteczna w ogóle w życiu codziennym (np. podczas korzystania z publicznych sieci bezprzewodowych), i zwiększa nasze bezpieczeństwo, a zatem pośrednio także bezpieczeństwo naszych danych. Korzystanie z VPN warto także zalecać naszym informatorom – zwłaszcza jeśli pochodzą z krajów, które aktywnie monitorują zachowania internautów, jak Chiny, lub które blokują dostęp do niektórych popularnych serwisów, jak Turcja, która w 2017 roku zablokowała dostęp do Wikipedii, czy Rosja, w której ograniczony jest dostęp do LinkedIn. Co istotne, zdecydowanie nie należy korzystać z darmowych usług VPN lub oferowanych przez mało znane podmioty – z uwagi na udokumentowane przypadki naruszeń przez nie prywatności. W skrajnych przypadkach używanie darmowego VPN może bez ostrzeżenia oddawać nasz komputer do dyspozycji sieci potencjalnie przestępczego botnetu (Razaghanah i in., 2017).

Nie bez znaczenia jest też wybór sprzętu do pracy. Jeżeli prowadzimy badania, w których można liczyć się z aktywnymi próbami

włamania na nasz komputer, warto rozważyć zastąpienie tradycyjnego laptopa chromebookiem⁵, a przynajmniej używanie go w badaniach terenowych, jeżeli możemy być narażeni na inwigilację. Od 2018 roku również wiele chromebooków ma możliwość instalowania zarówno aplikacji Linuksa, jak i mobilnego Androida, co dodatkowo zwiększa ich użyteczność. Chromebooki wszystkie dane zazwyczaj przechowują w chmurze Google'a – zatem włamanie się do nich wymaga złamania zabezpieczeń tej korporacji, a nie lokalnych sprzętowych, co istotnie podnosi próg trudności dla włamywacza.

Skoro już o chmurze mowa – wśród niektórych badaczy pokutuje pogląd, że nie wolno przechowywać danych w chmurze, bo to zmniejsza ich bezpieczeństwo. Tego rodzaju przesąd nie ma dobrego uzasadnienia. Dane w chmurze Google'a czy Dropboxa są zabezpieczone przed ingerencjami z zewnątrz, przy czym absolutnie niezbędne jest korzystanie z tzw. dwuetapowej weryfikacji, czyli konieczności jednorazowej autoryzacji każdego urządzenia, z którego próbujemy się po raz pierwszy zalogować (warto włączyć także np. dla Facebooka). Jeszcze wyższy poziom bezpieczeństwa zapewniają tokeny sprzętowe, udostępniane m.in. przez Google, choć już w tym przypadku korzystanie z nich wiąże się z pewnymi utrudnieniami w codziennym użytkowaniu, zatem to rozwiązanie przeznaczone jest raczej dla osób o wysokim poziomie zagrożenia włamaniem.

Dysk chmurowy daje nam możliwość udostępnienia danych współpracującym z nami osobom w sposób bezpieczny – także wymagający hasła i podlegający imiennej kontroli, w przeciwieństwie do e-maila, którego przechwycenie jest już o wiele łatwiejsze (i dlatego właśnie danych nie należy przysyłać e-mailem). Korzystanie z chmury to także bardzo użyteczna rzecz, bo daje nam backup w razie awarii, pożaru czy kradzieży – a dla dwóch ostatnich przypadków backupy lokalne mogą być niewystarczające. Niemniej, dane w chmurze mogą podlegać innym jurysdykcjom niż nasza macierzysta, a zatem możemy całkiem nieświadomie złamać prawo, a także mieć obowiązki, których

⁵ Trzeba uczciwie przyznać, że pełnowymiarowa praca naukowa na chromebooku jest jednak trudna, bo brakuje aplikacji. Wszelako stale przybywa narzędzi, choćby do zarządzania bibliografiami (Paperpile w połączeniu z Google Docs działa nawet lepiej niż EndNote, Mendeley czy Zotero, ale wymaga pełnej wersji przeglądarki Chrome).

nie mielibyśmy w jurysdykcji macierzystej. Potencjalnie elementem ryzyka jest także to, że dane mogą być podatne na ingerencje od wewnątrz, czyli naruszenie ich poufności przez firmę obsługującą dysk chmurowy. Co prawda większość firm oferujących popularne dyski chmurowe deklaruje, że chroni nasze dane i nie ma do nich wglądu, ale jednak tego rodzaju deklaracje nie mogą gwarantować braku inwigilacji w przyszłości. Dla danych szczególnie wrażliwych można zatem wykorzystać usługi Vivo lub Boxcryptor: obie umożliwiają szyfrowanie danych w chmurze. Ktokolwiek włamie się na nasze konto danych w chmurze, a nie będzie miał uruchomionej dodatkowej aplikacji z osobnym hasłem, nie będzie w stanie odcyfrować zapisu – ale zabezpieczenie to zadziała także wobec samego operatora dysku chmurowego, taka firma także będzie widzieć jedynie zakodowane dane. Alternatywnie można rozważyć SpiderOak – dysk chmurowy specjalizujący się w szyfrowaniu danych i bezpieczeństwie, w którym szyfrowanie następuje na poziomie naszego komputera.

Szyfrowanie danych konieczne jest także na komputerze stacjonarnym. Skoro mamy katalogi i pliki z wrażliwymi danymi, muszą być zabezpieczone – a samo hasło wymagane do zalogowania do systemu operacyjnego wystarczającym zabezpieczeniem nie jest. Na Windows można uruchomić usługę szyfrowania dysku BitLocker, z kolei komputery Apple mają FileVault. Oba te rozwiązania są dobre, choć warto rozważyć wygodniejsze darmowe, opensource'owe VeraCrypt – to doskonały program do szyfrowania dysków i danych, który działa na wielu platformach, co znacznie ułatwia życie choćby wtedy, gdy zaszyfrowany na Windows pendrive chcemy otworzyć na macu i odwrotnie.

Poza wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi niezbędne nade wszystko są zdrowy rozsądek i higiena bezpieczeństwa. Do zabezpieczania danych z badań nie wolno używać haseł, których używa się w jakichkolwiek serwisach internetowych. Wycieki haseł z Yahoo, LinkedIn czy MySpace pokazują, że nawet największe korporacje nie zawsze są w stanie ich upilnować⁶. Na serwisach internetowych warto

⁶ Serdecznie polecam serwis <http://haveibeenpwned.com>, na którym można sprawdzić, czy nasz e-mail z powiązaniem z nim hasłem znalazł się w którymś z większych wycieków danych.

używać menedżerów haseł, takich jak LastPass czy 1Password do haseł mniej istotnych, dla bardziej istotnych (jak e-mail, sieci społecznościowe, konta bankowe czy dane z badań) lepiej nie korzystać z menedżerów i używać haseł rozbudowanych, do których można stosować różne mnemotechniki. Przykładowo, można użyć pierwszych liter z refrenu ulubionej piosenki, zastępując niektóre litery cyframi („Świat nie wierzy łzom, w życiu tak już jest” może np. dać „Śnw1wŻtjj”) i dodając znaki specjalne. Element hasła zbudowany tą metodą można wzbogacić np. o część nazwy serwisu, np. wybŚnw1wŻtjj! mogłoby być łatwym do zapamiętania hasłem do serwisu wyborcza.pl.

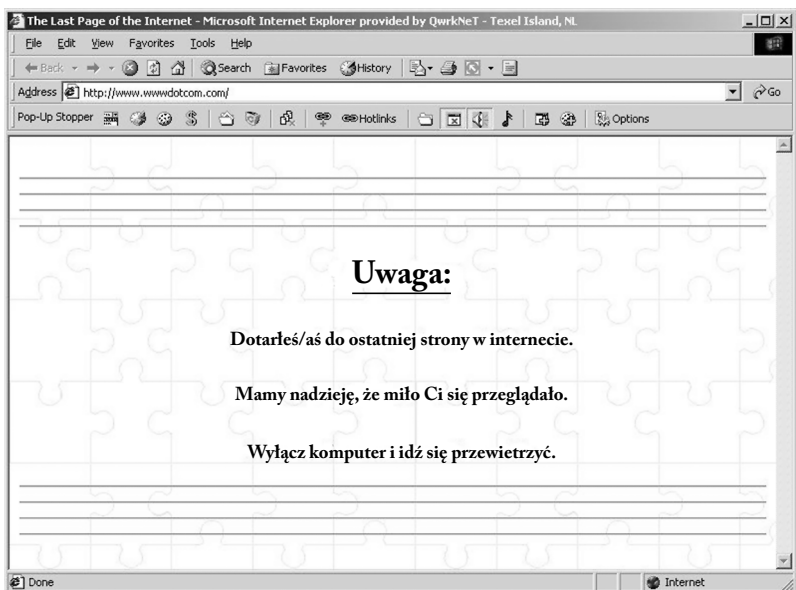
Zakończenie

W niniejszej monografii starałem się przedstawić różnorodność możliwych podejść i narzędzi do prowadzenia badań społecznych w Internecie i za jego pośrednictwem. Wskazałem, dlaczego Internet powinien być przedmiotem badań socjologicznych, a także dlaczego nawet tradycyjne projekty badawcze powinny uwzględniać elementy badań internetowych. Pokazałem trzy trendy silnie powiązane z rozwojem technologii komunikacyjnej i sieci, tj. transformację relacji międzyludzkich on-line, kryzys wiedzy eksperckiej (w tym także *fake news*, filtry informacyjne, propagację antynauki, komory rezonansowe), a także gospodarkę dzielenia się. Zwróciłem uwagę na ich istotność w bardzo wielu obszarach życia oraz konieczność pogłębionych i powracających analiz socjologicznych, wobec dużej zmienności zjawisk.

Następnie opisałem podstawowe podejścia ilościowe, koncentrując się w szczególności na tych, które nie wymagają wieloletniego, specjalistycznego treningu. Postarałem się także przybliżyć metody badań jakościowych, które mogą posłużyć zarówno do interpretacji tych pierwszych, jak i stanowić punkt wyjścia do analiz ilościowych. Zaznaczyłem możliwości badań kulturowych on-line, czyli produktów kultury internetowej, jako uprawnionej metody badań społecznych. Wreszcie wyodrębniłem zbiór zagadnień etycznych, nad którymi powinna się pochylić każda osoba, która przygotowuje projekt jakościowy.

Moim celem było napisanie monografii metodologicznej, stanowiącej *reference book*, a zatem uwzględniającej także rzetelny przegląd literatury, umożliwiający dalsze pogłębianie wiedzy w zaznaczonych obszarach i prześledzenie toku rozumowania. Choć monografia nie ma charakteru podręcznika, starałem się przybliżyć również podstawowe kwestie techniczne, wychodząc z założenia, że jest to niezbędne, aby zachęcić do samodzielnego prowadzenia badań.

Dziękuję, Czytelniku lub Czytelniczko, za dotarcie tak daleko. Mam nadzieję, że mimo swoich niedociągnięć i ułomności książka okazała się przydatna. Na pożegnanie zostawiam mem – „ostatnia strona w Internecie”¹.



¹ Zob. <https://knowyourmeme.com/memes/the-last-page-of-the-internet>.

Podziękowania

Jestem bardzo wdzięczny całemu zespołowi mojej katedry MINDS (Management in Networked and Digital Societies) w Akademii Leona Koźmińskiego za wsparcie i konstruktywne uwagi w pracy nad niniejszą książką.

Bardzo pomocne były dla mnie szczegółowe sugestie od Tadeusza Chełkowskiego, Magdaleny Kamińskiej, Pawła Krzyworzeki, Aleksandry Przeglalińskiej, Agaty Stasik oraz Heleny Chmielewskiej-Szlajfer. Mój doktorant, Yaroslav Kremvovych, pomógł mi opracować fragment książki dotyczący przykładu użycia scrapingu danych, za co jestem mu ogromnie zobowiązany.

Dużo cennych uwag i wskazówek przekazali mi także współpracownicy i współpracowniczki ze społeczności Berkman-Klein Center for Internet and Society na Harvardzie, a szczególności Francine Berman, Erhardt Graeff, oraz Momin M. Malik.

Jestem szczególnie zobowiązany wobec Recenzentów wydawniczych monografii, tj. prof. dr. hab. Krzysztofa Koneckiego i dr. hab. Kazimierza Krzysztofka. Ich wyrazy uznania i docenienie niniejszej pracy dały mi wiarę w to, że faktycznie stanowi ona wartościowy wkład w naukę, a jednocześnie ich precyzyjne, konstruktywne i mądre wskazówki pomogły ją poprawić. Oczywiście żadnej z wymienionych osób nie można winić za pozostałe wady i niedostatki książki.

Bez cierpliwości i nieustającego wsparcia mojej kochanej żony Natalii ta książka również zapewne by nie powstała i jestem za nie bardzo wdzięczny. Z kolei moja córka Alicja cierpliwie uczyła mnie, że są rzeczy ważniejsze niż praca naukowa. Bez tych lekcji co prawda ta książka może powstałaby nieco szybciej, ale nie dowiedziałbym się z kolei ani o losach świnki Peppy, ani o podstępny księciu Hansie, oraz prawdopodobnie zbudowałbym znacznie mniej zamków z klocków Lego.

Bibliografia

W bibliografii podaję te wersje książek i wydań, z których korzystałem, często anglojęzycznych, nie starając się odnaleźć ich polskich przekładów (z wyjątkiem pewnych ważnych moim zdaniem pozycji). Mam świadomość, że jest to niezgodne z polską tradycją bibliograficzną. Jednocześnie jestem zdania, że nadrzędnym obowiązkiem naukowym jest przywoływanie tych prac, na których się polegało. Przekłady i różne wydania mogą zawierać błędy, zarówno zawinione przez osoby tłumaczące, jak i przez wydawnictwa i w szczególnym przypadku mogłoby dojść do sytuacji, w której przywoływałbym wydanie, w którym np. nie ma fragmentu, do którego się odnoszę. Zdecydowałem się również nie wykonywać benedyktyńskiej pracy polegającej na ponownym przeczytaniu pozycji, które ukazały się po polsku tylko po to, aby utrwalić na moment wydania niniejszej monografii tego, które już zostały przełożone, a które jeszcze czekają na swoją kolej. Przepraszam Czytelników i Czytelniczki, jeżeli jest to powodem rozczarowania.

- Adamic, E.A.L., Lento, T., Ng, P. (2014). *The Evolution of Memes on Facebook*. Facebook Data Science. Pobrane z: <https://www.facebook.com/notes/facebook-data-science/the-evolution-of-memes-on-facebook/10151988334203859>.
- Adamic, L.A., Huberman, B.A. (2000). The nature of markets in the World Wide Web. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 1(1), 5–12.
- Adams, J., Brückner, H. (2015). Wikipedia, sociology, and the promise and pitfalls of Big Data. *Big Data & Society*, 2(2). DOI: 10.1177/2053951715614332.
- Adams, J.M. (2013). *Occupy Time. Technoculture, Immediacy, and Resistance After Occupy Wall Street*. New York: Palgrave – Macmillan.
- Adler, P.A., Adler, P. (2012). Keynote address tales from the field: Reflections on four decades of ethnography. *Qualitative Sociology Review*, 8(1), 10–32.
- Afeltowicz, Ł. (2012) *Modele, artefakty, kolektywy: praktyka badawcza w perspektywie współczesnych studiów nad nauką*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

- Afeltowicz, Ł., Pietrowicz, K. (2008). Koniec socjologii, jaką znamy, czyli o maszynach społecznych i inżynierii socjologicznej. *Studia Socjologiczne*, 3(190), 43–73.
- Agamben, G. (1999). *Potentialities: Collected Essays in Philosophy*. Stanford: Stanford University Press.
- Agar, M. (1980). *The Professional Stranger: An Informal Introduction to Ethnography*. New York: Academic Press.
- Agar, M. (2006). Culture: Can you take it anywhere? *International Journal of Qualitative Methods*, 5(2), 1–16.
- Aigrain, P. (2012). *Sharing. Culture and the Economy in the Internet Age*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Al-Saggaf, Y., Williamson, K. (2004). On-line communities in Saudi Arabia: Evaluating the impact on culture through on-line semi-structured interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 5(3). DOI: 10.17169/fqs-5.3.564.
- Albert, R., Jeong, H., Barabási, A.L. (1999). Internet: Diameter of the world-wide web. *Nature*, 401(6749), 130–131.
- Alderson, P., Morrow, V. (2006). Multidisciplinary research ethics review: Is it feasible? *International Journal of Social Research Methodology*, 9(5), 405–417.
- Alles, M. (2014). Thick data: Adding context to big data to enhance auditability. *International Journal of Auditing Technology*, 2(2), 95–108.
- Aloisi, A. (2015). Commoditized workers: Case study research on labor law issues arising from a set of on-demand/gig economy platforms. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37, 653–690.
- Alvesson, M., Sköldberg, K. (2017). *Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Anderson, K.V., Sheeler, K.H. (2014). Texts (and tweets) from Hillary: Meta-meming and postfeminist political culture. *Presidential Studies Quarterly*, 44(2), 224–243.
- Andriani, P., McKelvey, B. (2009). Perspective – from gaussian to paretian thinking: Causes and implications of power laws in organizations. *Organization Science*, 20(6), 1053–1071.
- Anthony, D., Campos-Castillo, C., Horne, C. (2017). Toward a sociology of privacy. *Annual Review of Sociology*, 43(1), 249–269.
- Aragona, B., Zindato, D. (2016). Counting people in the data revolution era: Challenges and opportunities for population censuses. *International Review of Sociology*, 26(3), 367–385.
- Aro, J. (2016). The cyberspace war: Propaganda and trolling as warfare tools. *European View*, 15(1), 121–132.

- Arvidsson, A., Colleoni, E. (2012). Value in informational capitalism and on the internet. *The Information Society*, 28(3), 135–150.
- Asongu, S.A. (2018). Conditional determinants of mobile phones penetration and mobile banking in Sub-Saharan Africa. *Journal of the Knowledge Economy*, 9(1), 81–135.
- Atkinson, P., Coffey, A., Delamont, S., Lofland, J., Lofland, L. (ed.). (2001). *Handbook of Ethnography*. Thousand Oaks: Sage.
- Atkinson, P., Delamont, S. (2006). Rescuing narrative from qualitative research. *Narrative Inquiry*, 16(1), 164–172.
- Atkinson, P.A. (2013). Ethnography and craft knowledge. *Qualitative Sociology Review*, 9(2), 56–63.
- Augé, M. (2010). *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności* (tłum. R. Chymkowski). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Aupers, S., Schaap, J., Wildt, L. de (2018). Qualitative in-depth interviews: Studying religious meaning-making in MMOs. W: V. Sisler, K. Radde-Antweiler, X. Zeiler (eds.), *Methods for Studying Video Games and Religion*. New York – London: Routledge.
- Austen, K. (2015). The trouble with wearables. *Nature*, 525(7567), 22–24.
- Azzellini, D. (2018). Labour as a Commons: The Example of worker-recuperated companies. *Critical Sociology*, 44(4-5), 763–776.
- Babones, S. (2016). Interpretive quantitative methods for the social sciences. *Sociology*, 50(3), 453–469.
- Bachtin, M. (1982). *Problemy literatury i estetyki* (tłum. W. Cesluk-Grajewski). Warszawa: Czytelnik.
- Bačák, V., Kennedy, E.H. (2018). Principled machine learning using the super learner: An application to predicting prison violence. *Sociological Methods & Research*. DOI: 0049124117747301.
- Bainbridge, W.S. (1999). Cyberspace: Sociology's natural domain. *Contemporary Sociology*, 28(6), 664–667.
- Baker, L.M. (2006). Observation: A complex research method. *Library trends*, 55(1), 171–189.
- Banasik, N., Podsiadło, K. (2016). Comprehension of Ironic Utterances by Bilingual Children. *Psychology of Language and Communication*, 20(3), 316–335.
- Band, J., Gerafi, J. (2013). Wikipedia's Economic Value. *SSRN working paper*, DOI: 10.2139/ssrn.2338563.
- Banet-Weiser, S., Miltner, K.M. (2016). #MasculinitySoFragile: Culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16(1), 171–174.

- Barabási, A.L., Jeong, H., Néda, Z., Ravasz, E., Schubert, A., Vicsek, T. (2002). Evolution of the social network of scientific collaborations. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 311(3), 590–614.
- Barcellini, F., Détienne, F., Burkhardt, J.M. (2008). User and developer mediation in an Open Source Software community: Boundary spanning through cross participation in on-line discussions. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66(7), 558–570.
- Bar-Lev, S. (2008). 'We are here to give you emotional support': Performing emotions in an on-line HIV/AIDS support group. *Qualitative Health Research*, 18(4), 509–521.
- Barratt, M.J., Maddox, A. (2016). Active engagement with stigmatised communities through digital ethnography. *Qualitative Research*, 16(6), 701–719.
- Barthes, R. (1977). Introduction to the structural analysis of narratives. *Image, music, text*. New York: Hill and Wang.
- Bassett, E.H., O'Riordan, K. (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 233–247.
- Batorski, D. (2005). Internet a nierówności społeczne. *Studia Socjologiczne*, 2(177), 107–132.
- Batorski, D. (2013). Kapitał społeczny i otwartość jako podstawa innowacyjności. W: P. Zadura-Lichota (red.). *Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Batorski, D., Zdziarski, M. (2009). Analiza sieciowa i jej zastosowania w badaniach organizacji i zarządzania. *Problemy Zarządzania*, 7(4), 157–184.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge, UK – Malden, MA: Polity.
- Bauwens, M. (2006). The Political Economy of Peer Production. *Post-autistic Economics Review*, 37, 33–44.
- Bauwens, M. (2009). Class and capital in peer production. *Capital & Class*, 33(1), 121–141.
- Bauwens, M. (2012). Thesis on digital labor in an emerging P2P economy. W: T. Scholz, (ed.). *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*. London – New York: Routledge.
- Bauwens, M., Kostakis, V. (2014). From the communism of capital to capital for the commons: Towards an open co-operativism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), 356–361.

- Baym, N., Markham, A. (2009). *Internet Inquiry: Conversations about Method*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Beck, U. (2002). *Individualization: Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. London – New York: Sage.
- Beigel, F. (2014a). Introduction: Current tensions and trends in the World Scientific System. *Current Sociology*, 62(5), 617–625.
- Beigel, F. (2014b). Publishing from the periphery: Structural heterogeneity and segmented circuits. The evaluation of scientific publications for tenure in Argentina's CONICET. *Current Sociology*, 62(5), 743–765.
- Bellotti, E., Mora, E. (2016). Networks of practices in critical consumption. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 718–760.
- Bendix, E.H. (1979). Linguistic models as political symbols: Gender and the generic 'he' English. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 327(1), 23–39.
- Bendix, R. (2005). Introduction: Ear to ear, nose to nose, skin to skin — The senses in comparative ethnographic perspective. *Etnofoor*, 18(1), 3–14.
- Benkler, Y. (1999). Free as the air to common use: First amendment constraints on enclosure of the public domain. *NYU Law Review*, 74, 354.
- Benkler, Y. (2002). Coase's penguin, or, linux and 'The Nature of the Firm'. *Yale Law Journal*, 112(3), 369–446.
- Benkler, Y. (2003). Freedom in the commons: Towards a political economy of information. *Duke Law Journal*, 1245–1276.
- Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal*, 273–358.
- Benkler, Y. (2011). *The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs Over Self-Interest*. New York: Crown Business.
- Benkler, Y. (2013). Practical anarchism peer mutualism, market power, and the fallible state. *Politics & Society*, 41(2), 213–251.
- Benkler, Y., Nissenbaum, H. (2006). Commons-based peer production and virtue. *Journal of Political Philosophy*, 14(4), 394–419.
- Bennett, A. (2018). Conceptualising the relationship between youth, music and DIY careers: A critical overview. *Cultural Sociology*, 12(2), 140–155.
- Benton, G. (1988). The origin of the political joke. W: C. Powell, C. Patton (ed.). *Humor in Society: Resistance and Control*. New York: St. Martin's Press.
- Berg, M., Seeber, B. (2016). *The Slow Professor: Challenging the Culture of Speed in the Academy*. Toronto: University of Toronto Press.
- Berger, P.L., Luckman, T. (1983). *Spoleczne tworzenie rzeczywistości* (tłum. J. Niżnik). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

- Berger, R.J., Quinney, R. (2005). *Storytelling Sociology: Narrative as Social Inquiry*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Berghel, H. (2017). The new science wars. *Computer*, 50(11), 72–76.
- Bergquist, M., Ljungberg, J. (2001). The power of gifts: Organizing social relationships in open source communities. *Information Systems Journal*, 11(4), 305–320.
- Bethlehem, J. (2010). Selection bias in web surveys. *International Statistical Review*, 78(2), 161–188.
- Beverungen, A., Lange, A.C. (2018). Cognition in high-frequency trading: The costs of consciousness and the limits of automation. *Theory, Culture & Society*, 35(6), 75–95.
- Biddle, S. (2014). Justine Sacco is good at her job, and how I came to peace with her. *Gawker*. Pobrane z: <http://gawker.com/justine-sacco-is-good-at-her-job-and-how-i-came-to-pea-1653022326>.
- Bielecka-Prus, J. (2014). Po co nam autoetnografia? Krytyczna analiza autoetnografii jako metody badawczej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 10(3), 76–95.
- Bierówka, J. (2007). Internet jako źródło postaw prospołecznych. *Studia Socjologiczne*, 3(186), 15–36.
- Biggs, M. (2005). Strikes as Forest Fires: Chicago and Paris in the Late Nineteenth Century. *American Journal of Sociology*, 110(6), 1684–1714.
- Bijker, W.E., Bal, R. & Hendriks, R. (2009). *The Paradox of Scientific Authority: The Role of Scientific Advice in Democracies*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bińczyk, E., Derra, A. (ed.). (2014). *Studia nad nauką i technologią. Wybór tekstów*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Blok, A., Carlsen, H.B., Jørgensen, T.B., Madsen, M.M., Ralund, S., Pedersen, M.A. (2017). Stitching together the heterogeneous party: A complementary social data science experiment. *Big Data & Society*, 4(2), 2053951717736337.
- Blok, A., Pedersen, M.A. (2014). Complementary social science? Qualitative experiments in a Big Data world. *Big Data & Society*, 1(2), DOI: 10.1177/2053951714543908.
- Bode, L., Jones, M.L. (2018). Do Americans want a right to be forgotten? Estimating public support for digital erasure legislation. *Policy & Internet*, 10(3), 244–263.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
- Bohdanova, T. (2014). Unexpected revolution: The role of social media in Ukraine's Euromaidan uprising. *European View*, 13(1), 133–142.

- Boje, D.M. (2001). *Narrative Methods for Organizational and Communication Research*. London – Thousand Oaks: Sage.
- Boje, D.M. (2008). *Storytelling Organizations*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Boje, D.M. (2014). *Storytelling Organizational Practices: Managing in the Quantum Age*. New York: Routledge.
- Bok, D.C. (2009). *Beyond the Ivory Tower: Social Responsibilities of the Modern University*. Boston: Harvard University Press.
- Bond, R.M., Fariss, C.J., Jones, J.J., Kramer, A.D., Marlow, C., Settle, J.E., Fowler, J.H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298.
- Borgatti, S.P., Halgin, D.S. (2011). On network theory. *Organization Science*, 22(5), 1168–1181.
- Bornakke, T., Due, B.L. (2018). Big-Thick Blending: A method for mixing analytical insights from big and thick data sources. *Big Data & Society*, (1). DOI: 10.1177/2053951718765026.
- Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: HarperBusiness.
- Bouwman, M.G., Teunissen, Q.G., Wijburg, F.A., Linthorst, G.E. (2010). 'Doctor Google' ending the diagnostic odyssey in lysosomal storage disorders: Parents using internet search engines as an efficient diagnostic strategy in rare diseases. *Archives of Disease in Childhood*, 95, 642–644.
- Bowman, D.M., Woodbury, N., Fisher, E. (2016). Decoupling knowledge and expertise in personalized medicine: Who will fill the gap? *Expert Review of Precision Medicine and Drug Development*, 1(4), 345–347.
- boyd, d. (2005). Blogging outloud: Shifts in public voice. *LITA conference*.
Pobrane z: <http://www.danah.org/ppers/LITA.html>.
- boyd, d. (2008). Facebook's privacy trainwreck. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 13–20.
- boyd, d., Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679.
- Brabham, D.C. (2012). The myth of amateur crowds. *Information, Communication & Society*, 15(3), 394–410.
- Brake, D.R. (2014). Are we all on-line content creators now? Web 2.0 and digital divides. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 591–609.
- Brannen, J. (2005). Mixing methods: The entry of qualitative and quantitative approaches into the research process. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(3), 173–184.

- Bratich, J. (2014). Occupy all the dispositifs: Memes, media ecologies, and emergent bodies politic. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(1), 64–73.
- Brickell, C. (2012). Sexuality, power and the sociology of the internet. *Current Sociology*, 60(1), 28–44.
- Brickhouse, N.W., Dagher, Z.R., Letts IV, W.J., Shipman, H.L. (2000). Diversity of students' views about evidence, theory, and the interface between science and religion in an astronomy course. *Journal of Research in Science Teaching*, 37(4), 340–362.
- British Society of Criminology (2015). Statement of Ethics. Pobrane z: <http://www.britsocrim.org/ethics/>.
- Brooker, P., Barnett, J., Cribbin, T. (2016). Doing social media analytics. *Big Data & Society*, 3(2), 2053951716658060.
- Brosnan, C., Kirby, E. (2016). Sociological perspectives on the politics of knowledge in health care: Introduction to themed issue. *Health Sociology Review*, 25(2), 139–141.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York – Frankfurt: Peter Lang.
- Bruns, A., Highfield, T., Burgess, J.E. (2013). The Arab Spring and social media audiences English and Arabic Twitter users and their networks. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 971–988.
- Bryda, G., Martini, N. (2016). W stronę ontologii pola badań jakościowych. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 12(4), 24–40.
- Bryman, A. (2007). Barriers to integrating quantitative and qualitative research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 8–22.
- Buchanan, D.R. (1992). An uneasy alliance: Combining qualitative and quantitative research methods. *Health Education Quarterly*, 19(1), 117–135.
- Buchanan, E.A. (ed.) (2004). *Readings in Virtual Research Ethics: Issues and Controversies*. Hershey – London – Melbourne – Singapore: Information Science Publishing.
- Buckels, E.E., Trapnell, P.D., Paulhus, D.L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97–102.
- Burke, M., Kraut, R. (2008). Taking up the mop: Identifying future wikipedia administrators. *CHI*. Florence: ACM, 3441–3446.
- Burrell, J. (2009). The field site as a network: A strategy for locating ethnographic research. *Field Methods*, 21(2), 181–199.
- Burroughs, B. (2013). FCJ-165 Obama trolling: Memes, salutes and an agonistic politics in the 2012 presidential election. *The Fibreculture Journal*, 22, 258–277.

- Burrows, R., Savage, M. (2014). After the crisis? Big Data and the methodological challenges of empirical sociology. *Big Data & Society*, 1(1), 2053951714540280.
- Burszta, W.J. (2017). Uciszenie przeszłości – niewolnictwo – antropologia. *Filo-Sofija*, 17(36), 199–211.
- Callegaro, M., Baker, R., Bethlehem, J.A.G., Krosnick, J.A., Lavrakas, P.J. (ed.). (2014). *On-line Panel Research: A Data Quality Perspective*. New York: Wiley.
- Camargo Jr, K., Grant, R. (2015). Public health, science, and policy debate: Being right is not enough. *American Journal of Public Health*, 105(2), 232–235.
- Campbell, J., Fletcher, G., Greenhill, A. (2009). Conflict and identity shape shifting in an on-line financial community. *Information Systems Journal*, 19(5), 461–478.
- Carroll, M.W. (2006). Creative commons and the new intermediaries. *Michigan State Law Review*, 45, 45–66.
- Carter Olson, C., LaPoe, V. (2018). Combating the digital spiral of silence: Academic activists versus social media trolls. W: J.R. Vickery, T. Everbach (ed.). *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*. Cham: Springer International Publishing.
- Carvalho Nascimento, E.C., Silva da, E., Siqueira-Batista, R. (2018). The 'use' of sex robots: A bioethical issue. *Asian Bioethics Review*. Pobrane z: <https://doi.org/10.1007/s41649-018-0061-0>.
- Castells, M. (2000). Toward a sociology of the network society. *Contemporary Sociology*, 29(5), 693–699.
- Castells, M. (2013a). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2013b). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. New York: John Wiley & Sons.
- Cavallo, A. (2018). Scraped data and sticky prices. *The Review of Economics and Statistics*, 100(1), 105–119.
- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships: On-line Intimacies and Networked Friendship*. London: Palgrave – Macmillan.
- Charmaz, K., Komorowska, B., Konecki, K. (2013). *Teoria ugruntowana: praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Charmaz, K., Mitchell, R.G. (1996). The myth of silent authorship: Self, substance, and style in ethnographic writing. *Symbolic Interaction*, 19(4), 285–302.
- Chaudhry, I. (2016). 'Not So Black and White' discussions of race on Twitter in the aftermath of # Ferguson and the shooting death of Mike Brown. *Cultural Studies? Critical Methodologies*, 16(3), 296–304.

- Chayko, M. (2014). Techno-social life: The internet, digital technology, and social connectedness. *Sociology Compass*, 8(7), 976–991.
- Cheal, D. (2015). *The Gift Economy*. London – New York: Routledge.
- Cheliotis, G. (2009). From open source to open content: Organization, licensing and decision processes in open cultural production. *Decision Support Systems*, 47(3), 229–244.
- Chełkowski, T. (2015). Czy wolne i otwarte oprogramowanie może przyczynić się do wzrostu gospodarczego? *e-mentor*, 2(59), 69–76.
- Chełkowski, T., Gloor, P., Jemiłniak, D. (2016). Inequalities in open source software development: Analysis of contributor's commits in Apache Software Foundation Projects. *PLoS ONE*, 11(4), e0152976.
- Cheok, A.D., Levy, D., Karunanayaka, K. (2016). Lovotics: Love and sex with robots. W: K. Karpouzis, G.N. Yannakakis (ed.). *Emotion in Games*. London – New York: Springer.
- Chess, S., Newsrom, E. (2015). *Folklore, Horror Stories, and the Slender Man: The Development of an Internet Mythology*. London – New York: Palgrave.
- Cheung, C.C., Krahn, A.D., Andrade, J.G. (2018). The emerging role of wearable technologies in arrhythmia detection. *Canadian Journal of Cardiology*, 34(8), 1083–1087.
- Chisholm, J.F. (2014). Review of the status of cyberbullying and cyberbullying prevention. *Journal of Information Systems Education*, 25(1), 77–87.
- Chmielewska-Szlajfer, H. (2018). Opinion dailies versus Facebook fan pages: The case of Poland's surprising 2015 presidential elections. *Media, Culture & Society*, 40(6), 938–950.
- Chmielewska-Szlajfer, H. (2019). National internet pro-voting campaigns and local watchdog websites: Practicing civil society on-line. *Reshaping Poland's Community after Communism: Ordinary Celebrations*. Cham: Springer International Publishing.
- Cho, H., LaRose, R. (1999). Privacy issues in Internet surveys. *Social Science Computer Review*, 17(4), 421–434.
- Christensen, C. (2011). Twitter revolutions? Addressing social media and dissent. *The Communication Review*, 14(3), 155–157.
- Chrostowski, A., Jemiłniak, D. (2008). Action Research w teorii organizacji i zarządzania. *Organizacja i Kierowanie*, 1(131), 41–56.
- Chrostowski, A., Jemiłniak, D. (2011). *Skuteczne doradztwo strategiczne: metoda Action Research w praktyce*. Warszawa: Poltext.
- Chused, R.H. (2014). The legal culture of appropriation art: The future of copyright in the remix age. *Tulane Journal of Technology and Intellectual Property*, 17, 163–216.

- Ciambrone, D., Phua, V., Avery, E.N. (2017). Gendered synthetic love: Real dolls and the construction of intimacy. *International Review of Modern Sociology*, 43(1), 59–78.
- Ciesielska, M. (2010). *Hybrid Organisations. A Study of the Open Source – Business Setting*. Copenhagen: Copenhagen Business School.
- Ciesielska, M., Jemielniak, D. (ed.). (2018). *Qualitative Methodologies in Organization Studies: Theories and New Approaches*. London – New York: Palgrave.
- Clark, E.M., Williams, J.R., Jones, C.A., Galbraith, R.A., Danforth, C.M., Dodds, P.S. (2016). Sifting robotic from organic text: A natural language approach for detecting automation on Twitter. *Journal of Computational Science*, 16, 1–7.
- Cleary, A., Kearney, B., Solan-Schuppers, N., Watson, I. (2014). Research in a time of financial constraints: Carrying out representative postal surveys. *Irish Journal of Sociology*, 22(1), 102–106.
- Clerke, T., Hopwood, N. (2014). *Doing Ethnography in Teams: A Case Study of Asymmetries in Collaborative Research*. New York: Springer.
- Clifford, J. (1983). On ethnographic authority. *Representations*, (2), 118–146.
- Clifford, J., Marcus, G.E. (ed.). (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press.
- Cockayne, D., Leszczynski, A., Zook, M. (2017). #HotForBots: Sex, the non-human and digitally mediated spaces of intimate encounter. *Environment and Planning D: Society and Space*, 35(6), 1115–1133.
- Coleman, E.G. (2011). Hacker Politics and Publics. *Public Culture*, 23(3), 511–516.
- Coleman, E.G. (2013). *Coding Freedom*. Princeton – Oxford: Princeton University Press.
- Coleman, G. (2014). *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*. New York: Verso Books.
- Coles, B.A., West, M. (2016). Trolling the trolls: On-line forum users constructions of the nature and properties of trolling. *Computers in Human Behavior*, 60, 233–244.
- Compton, R., Jurgens, D., Allen, D. (2014). Geotagging one hundred million twitter accounts with total variation minimization. *IEEE International Conference on Big Data*. IEEE. Pobrane z: <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7004256/>.
- Cook, K.S. (2010). Trusting doctors: The decline of moral authority in american medicine. W: J.B. Imber (ed.). *The British Journal of Sociology*, 61(2), 391–392.

- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity.
- Couper, M.P. (2000). Web surveys: A review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64, 464–494.
- Couper, M.P. (2017). New developments in survey data collection. *Annual Review of Sociology*, 43, 121–145.
- Creswell, J.W., Poth, C.N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Curran, J. (2013). Big Data or ‘Big Ethnographic Data’? Positioning Big Data within the ethnographic space. W: *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings* (62–73). Wiley On-line Library.
- Czarniawska-Joerges, B. (1992). *Exploring Complex Organizations: A Cultural Perspective*. Newbury Park, Calif.: Sage.
- Czarniawska-Joerges, B. (1994). Narratives of individual and organizational identities. W: S. Deetz (ed.). *Communication Yearbook*. London: Sage.
- Czarniawska-Joerges, B. (1998). *Narrative Approach in Organization Studies*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in Social Science Research*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- d’Ancona, M. (2017). *Post-truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. New York: Random House.
- Da Silva, P.D., Garcia, J.L. (2012). YouTubers as satirists: Humour and remix in on-line video. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*, 4(1), 89–114.
- Dahlander, L., Frederiksen, L., Rullani, F. (2008). On-line communities and open innovation. *Industry and Innovation*, 15(2), 115–123.
- Dahlberg, L. (2007). Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: From consensus to contestation. *New Media & Society*, 9(5), 827–847.
- Dale, J., Kyle, D. (2016). Smart humanitarianism: Re-imagining human rights in the age of enterprise. *Critical Sociology*, 42(6), 783–797.
- Davies, C.A. (2008). *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others*. London – New York: Routledge.
- Davies, H. (2015). Ted Cruz using firm that harvested data on millions of unwitting Facebook users. *The Guardian*, 11. Pobrane z: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/11/senator-ted-cruz-president-campaign-facebook-user-data>.
- Davis, M., Bolding, G., Hart, G., Sherr, L., Elford, J. (2004). Reflecting on the experience of interviewing on-line: Perspectives from the Internet and HIV study in London. *AIDS Care*, 16(8), 944–952.

- Davis, T. (2010). Third spaces or heterotopias? Recreating and negotiating migrant identity using on-line spaces. *Sociology*, 44(4), 661–677.
- Davison, P. (2012). The language of internet memes. W: M. Mandiberg (ed.). *The Social Media Reader*. New York – London: NYU Press.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.
- De Meo, P., Ferrara, E., Fiumara, G., Provetti, A. (2014). On Facebook, most ties are weak. *Communications of the ACM*, 57(11), 78–84.
- Deakin, H., Wakefield, K. (2014). Skype interviewing: Reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*, 14(5), 603–616.
- Delgado-López, P.D., Corrales-García, E.M. (2018). Influence of Internet and social media in the promotion of alternative oncology, cancer quackery, and the predatory publishing phenomenon. *Cureus*, 10(5), e2617.
- Denzin, N.K. (2006). Analytic autoethnography, or déjà vu all over again. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 419.
- Denzin, N.K., Lincoln, Y.S. (ed.). (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Derbyshire, S. (2008). The ethical dilemma of ethical committees. *Sociology Compass*, 2(5), 1506–1522.
- DeSousa, M.A., Medhurst, M.J. (1982). Political cartoons and american culture: Significant symbols of campaign 1980. *Studies in Visual Communication*, 8(1), 84–98.
- Dew, K., Chamberlain, K., Hodgetts, D., Norris, P., Radley, A., Gabe, J. (2014). Home as a hybrid centre of medication practice. *Sociology of Health & Illness*, 36(1), 28–43.
- Dickins, M., Browning, C., Feldman, S., Thomas, S. (2016). Social inclusion and the Fatosphere: The role of an on-line weblogging community in fostering social inclusion. *Sociology of Health & Illness*, 38(5), 797–811.
- Diesner, J., Frantz, T.L., Carley, K.M. (2005). Communication networks from the Enron email corpus “It’s always about the people. Enron is no different”. *Computational & Mathematical Organization Theory*, 11(3), 201–228.
- DiGrazia, J., McKelvey, K., Bollen, J., Rojas, F. (2013). More tweets, more votes: Social media as a quantitative indicator of political behavior. *PLoS ONE*, 8(11), e79449.
- Dijck van, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture, and Society*, 31(1), 41–58.
- Dijck van, J., Nieborg, D. (2009). Wikinomics and its discontents: A critical analysis of Web 2.0 business manifestos. *New Media & Society*, 11(5), 855–874.

- Dijck van, J., Poell, T., Waal de, M. (2018). *Platform Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Dirksen, V., Huizinga, A., Smit, B. (2010). 'Piling on layers of understanding': The use of connective ethnography for the study of (on-line) work practices. *New Media & Society*, 12(7), 1045–1063.
- Domínguez Figaredo, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Cruz, E.G., Schnettler, B., Read, R. (2007). Virtual ethnography. *Qualitative Social Research*, 8(3).
Pobrane z: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/274/601>.
- Dougherty, B.K. (2002). Comic Relief: Using Political Cartoons in the Classroom. *International Studies Perspectives*, 3(3), 258–270.
- Ducheneaut, N., Yee, N., Bellotti, V. (2010). The best of both (virtual) worlds: Using ethnography and computational tools to study on-line behavior. *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings*, 1, 136–148.
- Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, Á., Pastor, I. (2016). Discriminatory Expressions, the Young and Social Networks: The Effect of Gender (Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género). *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 46(24), 67–76.
- Duhigg, C. (2012). How companies learn your secrets. *The New York Times*, 16. Pobrane z: <http://www.nytimes.com/2012/02/19/magazine/shopping-habits.html>.
- Dusi, D. (2017). Investigating the exploitative and empowering potential of the prosumption phenomenon. *Sociology Compass*, 11(6). Pobrane z: doi.org/10.1111/soc4.12488.
- Dutton, W.H., Pipler, T. (2010). The politics of privacy, confidentiality, and ethics: Opening research methods. W: W.H. Dutton, P.W. Jeffreys (ed.). *World Wide Research: Reshaping the Sciences and Humanities*. Cambridge: MIT Press.
- Dutton, W.H., Reisdorf, B.C. (2017). Cultural divides and digital inequalities: Attitudes shaping Internet and social media divides. *Information, Communication & Society*, 1–21.
- Dynel, M. (2016). 'Trolling is not stupid': Internet trolling as the art of deception serving entertainment. *Intercultural Pragmatics*, 13(3), 353–381.
- Eagle, N., Macy, M., Claxton, R. (2010). Network diversity and economic development. *Science*, 328(5981), 1029–1031.
- Eagle, N., Pentland, A.S., Lazer, D. (2009). Inferring friendship network structure by using mobile phone data. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(36), 15274–15278.

- Eastwood, H. (2000). Why are Australian GPs using alternative medicine? Postmodernisation, consumerism and the shift towards holistic health. *Journal of Sociology*, 36(2), 133–156.
- Edmans, A., Gabaix, X. (2011). The effect of risk on the CEO market. *Review of Financial Studies*, 24(8), 2822–2863.
- Einwächter, S.G., Simon, F.M. (2017). How digital remix and fan culture helped the Lego comeback. *Transformative Works and Cultures*, 25. Pobrano z: <https://doi.org/10.3983/twc.2017.01047>.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Elliott, J. (2005). *Using Narrative in Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Emerson, R.M., Fretz, R.I., Shaw, L.L. (2001). Participant observation and fieldnotes. W: P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, L. Lofland (ed.). *Handbook of Ethnography*. Thousand Oaks: Sage.
- Emerson, R.M., Fretz, R.I., Shaw, L.L. (2011). *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: University of Chicago Press.
- Emke, I. (1992). Medical authority and its discontents: A case of organized non-compliance. *Critical Sociology*, 19(3), 57–80.
- English-Lueck, J. (2011). Prototyping self in Silicon Valley: Deep diversity as a framework for anthropological inquiry. *Anthropological Theory*, 11(1), 89–106.
- Erickson, T. (1999). Persistent conversation: An introduction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4), 10.1111/j.1083-6101.1999.tb00105.x.
- Erikson, E., Occhiuto, N. (2017). Social Networks and Macrosocial Change. *Annual Review of Sociology*, 43(1), 229–248.
- Erjavec, K., Kovačič, M.P. (2012). 'You Don't Understand, This is a New War!' Analysis of Hate Speech in News Web Sites' Comments. *Mass Communication and Society*, 15(6), 899–920.
- Evans, J.A., Aceves, P. (2016). Machine translation: Mining text for social theory. *Annual Review of Sociology*, 42, 21–50.
- Faasse, K., Chatman, C.J., Martin, L.R. (2016). A comparison of language use in pro-and anti-vaccination comments in response to a high profile Facebook post. *Vaccine*, 34(47), 5808–5814.
- Farrell, H. (2017). How Facebook stymies social science. *The Chronicle of Higher Education*. Pobrano z: <https://www.chronicle.com/article/How-Facebook-Stymies-Social/242090>.
- Feinberg, R. (2007). Dialectics of culture: Relativism in popular and anthropological discourse. *Anthropological Quarterly*, 80(3), 777–790.

- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96–104.
- Fetterman, D.M. (2009). *Ethnography: Step-by-step*. Thousand Oaks – London – New Delhi: Sage Publications.
- Fiesler, C., Wisniewski, P., Pater, J., Andalibi, N. (2016). Exploring ethics and obligations for studying digital communities. *Proceedings of the 19th International Conference on Supporting Group Work*. ACM, 457–460.
- Fiesler, C., Young, A., Peyton, T., Bruckman, A.S., Gray, M., Hancock, J., Lutters, W. (2015). Ethics for studying on-line sociotechnical systems in a big data world. *Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. ACM. 289–292
- Filiciak, M. (2011). Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i redystrybucja treści kulturowych. *Przegląd Kulturoznawczy*, 1(9), 65–76.
- Filiciak, M. (2016). Nie tylko ludzie. Kulturoznawstwo wobec posthumanizmu. W: M. Skrzeczkowski, A. Zeidler-Janiszewska (red.). *Odłony nowoczesności. Próby z kulturoznawstwa krytycznego*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Filipiak, M. (2000). *Socjologia kultury: zarys zagadnień*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Fine, G.A. (1993). Ten lies of ethnography: Moral dilemmas of field research. *Journal of Contemporary Ethnography*, 22(3), 267–294.
- Finkel, E.J., Eastwick, P.W., Karney, B.R., Reis, H.T., Sprecher, S. (2012). On-line Dating. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3–66.
- Fischer, C.S. (2009a). The 2004 GSS finding of shrunken social networks: An artifact? *American Sociological Review*, 74(4), 657–669.
- Fischer, F. (2009b). *Democracy and expertise: Reorienting policy inquiry*. Oxford: Oxford University Press.
- Fleming, P., Spicer, A. (2007). *Contesting the Corporation: Struggle, Power and Resistance in Organizations*. Cambridge, UK – New York: Cambridge University Press.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. London – New Delhi – Thousand Oaks, CA: Sage.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219–245.
- Fotaki, M. (2014). Can consumer choice replace trust in the National Health Service in England? Towards developing an affective psychosocial conception of trust in health care. *Sociology of Health & Illness*, 36(8), 1276–1294.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977*. New York: Pantheon Books.

- Fownes, J.R., Yu, C., Margolin, D.B. (2018). Twitter and climate change. *Sociology Compass*, 12(6). DOI: doi.org/10.1111/soc4.12587.
- Frade, C. (2016). Social Theory and the Politics of Big Data and Method. *Sociology*, 50(5), 863–877.
- Frank, R. (2011). *Newslore: Contemporary Folklore on the Internet*. Jackson: University of Mississippi Press.
- Frenken, K., Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10.
- Freund, K. (2014). ‘Fair use is legal use’: Copyright negotiations and strategies in the fan-vidding community. *New Media & Society*. DOI: 10.1177/1461444814555952.
- Friedman, L. (2012). Wit as a political weapon: Satirists and censors. *Social Research*, 79(1), 87–112.
- Frysztacki, K. (2009). *Socjologia problemów społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Fu, Q., Guo, X., Land, K.C. (2018). Optimizing count responses in surveys: A machine-learning approach. *Sociological Methods & Research*. DOI: 10.1177/0049124117747302.
- Fuchs, C. (2010). Labor in informational capitalism and on the Internet. *The Information Society*, 26(3), 179–196.
- Gabaix, X., Gopikrishnan, P., Plerou, V., Stanley, H.E. (2003). A theory of power-law distributions in financial market fluctuations. *Nature*, 423(6937), 267–270.
- Gabriel, Y. (2004). *Myths, Stories, and Organizations: Premodern Narratives for Our Times*. Oxford – New York: Oxford University Press.
- Gaggiotti, H., Kostera, M., Krzyworzeka, P. (2016). More than a method? Organisational ethnography as a way of imagining the social. *Culture and Organization*, 23(5), 325–340.
- Gal, N., Shifman, L., Kampf, Z. (2015). “It Gets Better”: Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, 18(8), 1698–1714.
- Gamson, W.A., Stuart, D. (1992). Media discourse as a symbolic contest: The bomb in political cartoons. *Sociological Forum*. Springer. 55–86.
- Garcia, A.C., Standlee, A.I., Bechkoff, J., Cui, Y. (2009). Ethnographic approaches to the internet and computer-mediated communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52–84.
- Gatson, S.N., Zweerink, A. (2004). Ethnography on-line: ‘natives’ practising and inscribing community. *Qualitative Research*, 4(2), 179–200.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

- Geertz, C. (1983). *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books.
- Gerstl-Pepin, C., Patrizio, K. (2009). Learning from Dumbledore's Pensieve: Metaphor as an aid in teaching reflexivity in qualitative research. *Qualitative Research*, 9(3), 299–308.
- Gerstl-Pepin, C.I., Gunzenhauser, M.G. (2002). Collaborative team ethnography and the paradoxes of interpretation. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 15(2), 137–154.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Giles, J. (2010). Data sifted from Facebook wiped after legal threats. *New Scientist*. Pobrane z: <https://www.newscientist.com/article/dn18721-data-sifted-from-facebook-wiped-after-legal-threats/>.
- Gillespie, A., Cornish, F. (2010). Intersubjectivity: Towards a dialogical analysis. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 40(1), 19–46.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press.
- Ginsberg, J., Mohebbi, M.H., Patel, R.S., Brammer, L., Smolinski, M.S., Brilliant, L. (2009). Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 457(7232), 1012–1014.
- Giorgino, V.M.B. (2015). Contemplative methods meet social sciences: Back to human experience as it is. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 45(4), 461–483.
- Giroux, H.A. (2015). Public intellectuals against the neoliberal university. W: N.K. Denzin, M.D. Giardina (ed.). *Qualitative inquiry—past, present, and future: A critical reader*. London – New York: Routledge.
- Given, J. (2006). Narrating the digital turn: Data deluge, technomethodology, and other likely tales. *Qualitative Sociology Review*, 2(1), 54–65.
- Giza-Poleszczuk, A., Marody, M. (2004). *Przemiany więzi społecznych. Zarys teorii zmiany społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gloor, P.A. (2005). *Swarm creativity: Competitive advantage through collaborative innovation networks*. Oxford: Oxford University Press.
- Goffman, A. (2014). *On the Run: Fugitive Life in an American City*. Chicago: University of Chicago Press.
- Goffman, E. (1963). *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: Free Press.
- Golden-Biddle, K., Locke, K.D. (1997). *Composing Qualitative Research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

- Golder, S.A., Macy, M.W. (2011). Diurnal and seasonal mood vary with work, sleep, and daylength across diverse cultures. *Science*, 333(6051), 1878–1881.
- Golder, S.A., Macy, M.W. (2014). Digital footprints: Opportunities and challenges for on-line social research. *Annual Review of Sociology*, 40, 129–152.
- Golka, M. (2007). *Socjologia kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gorman, G.E. (2008). ‘They can’t read, but they sure can count’ Flawed rules of the journal rankings game. *On-line Information Review*, 32(6), 705–708.
- Goulden, M., Greiffenhagen, C., Crowcroft, J., McAuley, D., Mortier, R., Radenkovic, M., Sathiaselan, A. (2017). Wild interdisciplinarity: Ethnography and computer science. *International Journal of Social Research Methodology*, 20(2), 137–150.
- Granger, B.I. (1960). *Political Satire in the American Revolution, 1763–1783*. Ithaca: Cornell University Press.
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Gray, G. (2007). Health policy and politics: Networks, ideas and power. *Health Sociology Review*, 16(3/4), 348.
- Greenwood, D.J., González Santos, J.L., Cantón, J. (1991). *Industrial Democracy as Process: Participatory Action Research in the Fagor Cooperative Group of Mondragón*. Assen/Maastricht – Stockholm: Van Gorcum Arbetslivscentrum.
- Gruber, T., Szmigin, I., Reppel, A.E., Voss, R. (2008). Designing and conducting on-line interviews to investigate interesting consumer phenomena. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(3), 256–274.
- Guitton, M.J. (2012). Living in the hutt space: Immersive process in the star wars role-play community of second life. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1681–1691.
- Gunraj, D.N., Drumm-Hewitt, A.M., Dashow, E.M., Upadhyay, S.S.N., Klin, C.M. (2016). Texting insincerely: The role of the period in text messaging. *Computers in Human Behavior*, 55, 1067–1075.
- Hadley, G. (2014). *English for Academic Purposes in Neoliberal Universities: A Critical Grounded Theory*. New York – London: Springer.
- Haggart, B., Jablonski, M. (2017). Internet freedom and copyright maximalism: Contradictory hypocrisy or complementary policies? *The Information Society*, 33(3), 103–118.

- Halavais, A. (2015). Bigger sociological imaginations: Traming big social data theory and methods. *Information, Communication & Society*, 18(5), 583–594.
- Halford, S., Savage, M. (2017). Speaking sociologically with Big Data: Symphonic social science and the future for Big Data research. *Sociology*, 51(6), 1132–1148.
- Hammersley, M. (1990). What's wrong with ethnography? The myth of theoretical description. *Sociology*, 24(4), 597–615.
- Hammersley, M. (1992). Deconstructing the qualitative–quantitative divide. W: J. Brannen (ed.). *Mixing methods: Qualitative and quantitative research*. London: Avebury.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (1995). *Ethnography: Principles in Practice*, 2nd edition. New York: Routledge. Polskie wydanie (2000): *Metody badań terenowych* (przeł. S. Dymczyk). Poznań: Zysk i Ska.
- Hance, M.A., Blackhart, G., Dew, M. (2018). Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of on-line dating sites. *The Journal of Social Psychology*, 158(4), 421–429.
- Hancock, R., Crain-Dorough, M., Parton, B., Oescher, J. (2010). Understanding and using virtual ethnography in virtual environments. W: B.K. Daniel (red.). *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena*. Hershey: Information Science Reference.
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist studies*, 14(3), 575–599.
- Hargittai, E., Walejko, G. (2008). The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Community and Society*, 11(2), 239–256.
- Hassard, J., Kelemen, M. (2010). Paradigm plurality in case study research. W: A.J. Mills, G. Durepos, E. Wiebe (ed.). *Encyclopedia of Case Study Research*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Hawi, N.S., Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576–586.
- Hayes, D., Wynyard, R. (2016). The McDonaldization of higher education revisited. W: Cote, J.E., Furlong, A. (ed.). *Routledge Handbook of the Sociology of Higher Education*. London – New York: Routledge.
- Helberger, N., Leurdijk, A., Munck de, S. (2010). User generated diversity: Some reflections on how to improve the quality of amateur productions. *Communications & Strategies*, 77(1), 55–77.

- Henwood, F., Wyatt, S., Hart, A., Smith, J. (2003). 'Ignorance is bliss sometimes': Constraints on the emergence of the 'informed patient' in the changing landscapes of health information. *Sociology of Health & Illness*, 25(6), 589–607.
- Hergueux, J., Jacquemet, N. (2015). Social preferences in the on-line laboratory: A randomized experiment. *Experimental Economics*, 18(2), 251–283.
- Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R., Barab, S. (2002). Searching for safety on-line: Managing 'trolling' in a feminist forum. *The Information Society*, 18(5), 371–384.
- Herring, S.C. (1996). Linguistic and critical research on computer-mediated communication: Some ethical and scholarly considerations. *The Information Society*, 12(2), 153–168.
- Hetcher, S.A. (2009). Using social norms to regulate fan fiction and remix culture. *University of Pennsylvania Law Review*, 157(6), 1869–1935.
- Hewson, C. (2016). Research design and tools for on-line research. W: Fielding, N.G., Lee, R.M., Blank, G. (ed.). *The SAGE Handbook of On-line Research Methods*. Thousand Oaks – New Delhi – London: Sage.
- Hill, B.M., Monroy-Hernández, A. (2013). The remixing dilemma the trade-off between generativity and originality. *American Behavioral Scientist*, 57(5), 643–663.
- Hill, K. (2012). How Target figured out a teen girl was pregnant before her father did. *Forbes*, February, 16. Pobrane z: <https://www.forbes.com/sites/kashmirhill/2012/02/16/how-target-figured-out-a-teen-girl-was-pregnant-before-her-father-did/>.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Thousand Oaks: Sage.
- Hippel von, E., Krogh von, G. (2003). Open source software and the "private-collective" innovation model: Issues for organization science. *Organization Science*, 14(2), 209–223.
- Hobbs, M., Owen, S., Gerber, L. (2017). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271–284.
- Hogler, R., Gross, M.A. (2009). Journal rankings and academic research: Two discourses about the quality of faculty work. *Management Communication Quarterly*, 23(1), 107–126.
- Holmes, K. (2012). Perceived difficulty of friendship maintenance on-line: Geographic factors. *Advances in Applied Sociology*, 2(04), 309.
- Höpfel, H. (1995). Organizational rhetoric and the threat of ambivalence. *Studies in Cultures, Organizations and Societies*, 1(2), 175–187.
- Hornsey, M.J., Harris, E.A., Fielding, K.S. (2018). The psychological roots of anti-vaccination attitudes: A 24-nation investigation. *Health Psychology*, 37(4), 307–315.

- Horolets, A. (2016). Badacz jako gość. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 12(3), 54–69.
- Hsu, W.F. (2014). Digital ethnography toward augmented empiricism: A new methodological framework. *Journal of Digital Humanities*, 3(1), <http://journalofdigitalhumanities.org/3-1/digital-ethnography-towardaugmented-empiricism-by-wendy-hsu/>.
- Huang, G.C., Unger, J.B., Soto, D., Fujimoto, K., Pentz, M.A., Jordan-Marsh, M., Valente, T.W. (2014). Peer influences: The impact of on-line and off-line friendship networks on adolescent smoking and alcohol use. *Journal of Adolescent Health*, 54(5), 508–514.
- Huc-Hepher, S. (2015). Big Web data, small focus: An ethnosemiotic approach to culturally themed selective Web archiving *Big Data & Society*, 2(2), DOI:10.1177/2053951715595823.
- Humphreys, L. (2018). *The Qualified Self: Social Media and The Accounting of Everyday Life*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Hunter, C., Jemielniak, D., Postuła, A. (2010). Temporal and spatial shifts within playful work. *Journal of Organizational Change Management*, 23(1), 87–102.
- Hupa, A. (2007). Badania orientacji politycznych w Internecie. *Studia Socjologiczne*, 186(3), 115–143.
- Hynes, M. (2018). Shining a brighter light into the digital ‘black box’: A call for stronger sociological (re) engagement with digital technology design, development and adoption debates. *Irish Journal of Sociology*, 26(1), 94–126.
- Ihm, J. (2018). Social implications of children’s smartphone addiction: The role of support networks and social engagement. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(2). Pobrane z: <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.48>.
- Ingold, T. (2014). That’s enough about ethnography! *HAA: Journal of Ethnographic Theory*, 4(1), 383–395.
- Ioannidis, J.P. A. (2005). Why most published research findings are false. *PLOS Med*, 2(8), e124.
- Jane, E.A. (2014). ‘Back to the kitchen, cunt’: Speaking the unspeakable about on-line misogyny. *Continuum*, 28(4), 558–570.
- Janesick, V.J. (2016). *Contemplative qualitative inquiry: Practicing the Zen of research*. London – New York: Routledge.
- Jarrett, K. (2003). Labour of love: An archaeology of affect as power in e-commerce. *Journal of Sociology*, 39(4), 335–351.
- Jasanoff, S., Markle, G.E., Peterson, J.C., Pinch, T. (ed.). (2001). *Handbook of Science and Technology Studies*. London – New Delphi – Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Jean, N., Burke, M., Xie, M., Davis, W.M., Lobell, D.B., Ermon, S. (2016). Combining satellite imagery and machine learning to predict poverty. *Science*, 353(6301), 790–794.
- Jemielniak, D. (2002). Kultura – odkrywana czy konstruowana? *Master of Business Administration*, 2(55), 28–30.
- Jemielniak, D. (2005). Kultura – zawody i profesje. *Prace i Materiały Instytutu Studiów Międzynarodowych SGH*, 32, 7–22.
- Jemielniak, D. (2007a). Managers as lazy, stupid careerists? Contestation and stereotypes among software engineers. *Journal of Organizational Change Management*, 20(4), 491–508.
- Jemielniak, D. (2007b). Menedżerowie w oczach informatyków. *Prakseologia*, 147, 189–207.
- Jemielniak, D. (2008a). Changes in temporal approaches at workplace. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 3(1), 59–66.
- Jemielniak, D. (2008b). Little Johnny and the Wizard of OS: The PC user as a fool hero. W: M. Kostera (red.). *Organizational Olympians: Heroes and heroines of organizational myths*. London: Palgrave.
- Jemielniak, D. (2008c). *Praca oparta na wiedzy. Praca w przedsiębiorstwach wiedzy na przykładzie organizacji high-tech*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Jemielniak, D. (2008d). Software engineers or artists – programmers’ identity choices. *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry*, 7(1), 20–36.
- Jemielniak, D. (2009). Time as symbolic currency in knowledge work. *Information and Organization*, 19, 277–293.
- Jemielniak, D. (red.). (2012a). *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jemielniak, D. (red.). (2012b). *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jemielniak, D. (2012c). *The New Knowledge Workers*. Cheltenham–Northampton: Edward Elgar.
- Jemielniak, D. (2013a). Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych. *Prakseologia*, 154, 97–116.
- Jemielniak, D. (2013b). *Życie wirtualnych dzikich*. Warszawa: Poltext.
- Jemielniak, D. (2014a). *Common knowledge? An ethnography of Wikipedia*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Jemielniak, D. (ed.). (2014b). *The Laws of the Knowledge Workplace: Changing Roles and the Meaning of Work in Knowledge-intensive Environments*. Farnham – Burlington: Ashgate.
- Jemielniak, D. (ed.). (2014c). *Legal Professions at the Crossroads*. New York – Frankfurt: Peter Lang.

- Jemielniak, D. (2014d). Stu prawników na dnie morza: raport z badań terenowych prawników na Harvardzie. *Management and Business Administration. Central Europe*, 22(2), 111–117.
- Jemielniak, D. (2015). Naturally emerging regulation and the danger of delegitimizing conventional leadership: Drawing on the example of Wikipedia. W: H. Bradbury (red.). *The SAGE Handbook of Action Research*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Jemielniak, D. (2016a). Breaking the glass ceiling on Wikipedia. *Feminist Review*, 113(1), 103–108.
- Jemielniak, D. (2016b). Wikimedia movement governance: The limits of a-hierarchical organization. *Journal of Organizational Change Management*, 29(3), 361–378.
- Jemielniak, D. (2018). Socjologia 2.0: O potrzebie łączenia big data z etnografią cyfrową, wyzwaniach jakościowej socjologii cyfrowej i systematyzacji pojęć. *Studia Socjologiczne*, 2(229), 8–29.
- Jemielniak, D. (2020). *Thick Big Data: Doing Digital Social Sciences*. Oxford: Oxford University Press.
- Jemielniak, D., Aibar, E. (2016). Bridging the gap between Wikipedia and Academia. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(7), 1773–1776.
- Jemielniak, D., Greenwood, D.J. (2015). Wake up or perish: Neo-liberalism, the social sciences, and salvaging the public university. *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 15(1), 72–82.
- Jemielniak, D., Jemielniak, J. (2002). Public and private space: The final frontier. W: B. Czarniawska, R. Solli (ed.). *Organizing Metropolitan Space and Discourse*. Malmö: Liber.
- Jemielniak, D., Kociatkiewicz, J. (ed.). (2008). *Management Practices in High-Tech Environments*. Hershey – New York: Information Science Reference.
- Jemielniak, D., Kociatkiewicz, J. (2009). Knowledge management: Fad or enduring organizational concept? W: D. Jemielniak, J. Kociatkiewicz (ed.). *Handbook of Research on Knowledge-Intensive Organizations*. Hershey – New York: Information Science Reference.
- Jemielniak, D., Kostera, M. (2010). Narratives of irony and failure in ethnographic work. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(4), 335–347.
- Jemielniak, D., Przegalińska, A. (2019). *Collaborative Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jemielniak, D., Przegalińska, A., Stasik, A. (2018). Anecdotal evidence: Understanding organizational reality through organizational humorous tales. *Humor: International Journal of Humor Research*, 31(3), 539–561.

- Jemielniak, D., Raburski, T. (2014). Liquid collaboration. W: J. Kociatkiewicz, M. Kostera (ed.). *Liquid Organization: Zygmunt Bauman and Organization Theory*. London – New York: Palgrave.
- Jemielniak, D., Wilamowski, M. (2017). Cultural diversity of quality of information on wikipeidias. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(10), 2460–2470.
- Jemielniak, K., Masukume, G., Wilamowski, M. (2019). The most influential medical journals, according to Wikipedia: Quantitative Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 21(1), e11429.
- Jeran, A. (2004). Internet jako narzędzie i przedmiot badań. *Kultura i Społeczeństwo*, 4, 179–186.
- Jiang, Y. (2016). Cybernationalism. W: G. Ritzer (ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. New York: John Wiley & Sons.
- Jick, T.D. (1979). Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602–611.
- Jinasena, S. (2014). Social media impact on youth depression. *Sociology and Anthropology*, 2(7), 291–294.
- John, N.A. (2017). *The Age of Sharing*. Cambridge, UK – Malden, MA: Polity.
- Johnson, S.L., Faraj, S., Kudaravalli, S. (2014). Emergence of power laws in on-line communities: The role of social mechanisms and preferential attachment. *MIS Quarterly*, 38(3), 795–808.
- Jordan, T., Taylor, P.A. (2004). *Hactivism and Cyberwars: Rebels with a Cause?* London – New York: Routledge.
- Joseph, K., Wei, W., Benigni, M., Carley, K.M. (2016). A social-event based approach to sentiment analysis of identities and behaviors in text. *The Journal of Mathematical Sociology*, 40(3), 137–166.
- Julien, C. (2015). Bourdieu, social capital and on-line interaction. *Sociology*, 49(2), 356–373.
- Jungherr, A., Schoen, H., Posegga, O., Jürgens, P. (2017). Digital trace data in the study of public opinion: An indicator of attention toward politics rather than political support. *Social Science Computer Review*, 35(3), 336–356.
- Juza, M. (2016). Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka. *Studia Socjologiczne*, 1(220), 199–221.
- Kacperczyk, A. (2014). Autoetnografia – w stronę humanizacji nauki. *Przebieg Socjologii Jakościowej*, X(3), 6–12.
- Kacperczyk, A. (2016). *Społeczne światy. Teoria – empiria – metody badań na przykładzie świata wspinaczkowego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

- Kahn, W.A. (1989). Toward a sense of organizational humor: Implications for organizational diagnosis and change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 25(1), 45–63.
- Kamińska, M. (2011). *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań: Galeria Miejska „Arsenał”.
- Kamińska, M. (2013). Masz anoreksję? chcesz mieć anoreksję? to blog dla Ciebie;. W: M. Sokołowski (red.). *Norwe media i wyzwania współczesności*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Kamińska, M. (2014). Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 10(3), 170–183.
- Kamińska, M. (2018). *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań: Wydawnictwo Galerii Miejskiej Arsenał
- Kata, A. (2012). Anti-vaccine activists, Web 2.0, and the postmodern paradigm – An overview of tactics and tropes used on-line by the anti-vaccination movement. *Vaccine*, 30(25), 3778–3789.
- Katz, Y., Shifman, L. (2017). Making sense? The structure and meanings of digital memetic nonsense. *Information, Communication & Society*, 20(6), 825–842.
- Kaufmann, K. (2018). Navigating a new life: Syrian refugees and their smart-phones in Vienna. *Information, Communication & Society*, 21(6), 882–898.
- Kazmer, M.M., Xie, B. (2008). Qualitative interviewing in Internet studies: Playing with the media, playing with the method. *Information, Communication & Society*, 11(2), 257–278.
- Kaźmierska, K. (2004). Wywiad narracyjny jako jedna z metod w badaniach biograficznych. *Przegląd Socjologiczny*, 53(1), 71–96.
- Keen, A. (2007). *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. New York: Broadway Business.
- Kelty, C.M. (2004). Punt to culture. *Anthropological Quarterly*. 77(3), 547–558.
- Kempny, M., Nowicka, E. (ed.). (2004). *Badanie kultury: elementy teorii antropologicznej: kontynuacje*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Khondker, H.H. (2011). Role of the new media in the Arab Spring. *Globalizations*, 8(5), 675–679.
- Kidd, D., McIntosh, K. (2016). Social media and social movements. *Sociology Compass*, 10(9), 785–794.
- Kim, A.Y., Escobedo-Land, A. (2015). OkCupid data for introductory statistics and data science courses. *Journal of Statistics Education*, 23(2), 1–25.
- Kimmerle, J., Gerbing, K.K., Cress, U., Thiel, A. (2012). Exchange of complementary and alternative medical knowledge in sport-related Internet fora. *Sociology of Sport Journal*, 29(3), 348–364.

- Kirkegaard, E.O., Bjerrekær, J.D. (2016). The OKCupid dataset: A very large public dataset of dating site users. *Open Differential Psychology*, 46, 1–10.
- Klein, N. (2000). *No Logo: No Space, no Choice, no Jobs: Taking Aim at the Brand Bullies*. Toronto: A.A. Knopf Canada.
- Klumbytė, N. (2012). Soviet ethical citizenship: Morality, the state, and laughter in Lithuania, 1964–85. W: N. Klumbytė, G. Sharafutdinova (ed.). *Soviet Society in the Era of Late Socialism*. New York: Lexington Books.
- Kłoskowska, A. (1981). *Socjologia kultury*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Knobel, M., Lankshear, C. (2007). On-line memes, affinities, and cultural production. W: C. Lankshear, M. Knobel, C. Bigum, M.A. Peters (ed.). *A New Literacies Sampler*. New York – Frankfurt: Peter Lang.
- Knorr-Cetina, K.D. (2013). *The manufacture of knowledge: An essay on the constructivist and contextual nature of science*. Oxford – New York – Toronto: Pergamon Press.
- Knott, S. (2013). Design in the age of prosumption: The craft of design after the object. *Design and Culture*, 5(1), 45–67.
- Kobus, M., Jemielniak, D. (2014a). Ekonomia daru i społeczności otwartej współpracy – nowe kierunki badań społecznych. *e-mentor*, 4(56), 4–9.
- Kobus, M., Jemielniak, D. (2014b). Komu bije dzwonek? Czemu warto badać prawa potęgowe. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XV(11), 287–296.
- Konecki, K. (1992). *Norwi pracownicy a kultura organizacyjna – studium folkloru fabrycznego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Konecki, K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Konecki, K. (2005). Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 1(1), 42–63.
- Konecki, K., Chomczyński, P., Kacperczyk, A., Byczkowska, D. (2012). *Słownik socjologii jakościowej*. Warszawa: Difin.
- Konecki, K.T. (2008). Triangulation and dealing with the realness of qualitative research. *Qualitative Sociology Review*, 4(3), 7–28.
- Konieczny, P. (2009). Governance, organization, and democracy on the Internet: The Iron Law and the evolution of Wikipedia. *Sociological Forum*, 24(1), 162–192.
- Konieczny, P. (2016). Teaching with Wikipedia in a 21st-century classroom: Perceptions of Wikipedia and its educational benefits. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(7), 1523–1534.
- Konstan, J.A., Simon Rosser, B.R., Ross, M.W., Stanton, J., Edwards, W. (2005). The story of subject naught: A cautionary but optimistic tale

- of Internet survey research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00248.x.
- Kosinski, M., Stillwell, D., Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(15), 5802–5805.
- Kosseff, J. (2016). The hazards of cyber-vigilantism. *Computer Law & Security Review*, 32(4), 642–649.
- Kozinets, R.V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in on-line communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.
- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research On-line*. Los Angeles – London: Sage.
- Kozioł-Chrzanowska, E. (2014). Antyprzyszłowania, memy, antyslogany. Kontrmówienie jako strategia komunikacji. *Socjolingwistyka*, (28), 49–66.
- Kozmiński, A.K. (2007). Tożsamość nauki o zarządzaniu. *Master of Business Administration*, 5(88), 7–10.
- Kozmiński, A.K., Jemielniak, D., Latusek, D. (2009). Współczesne spojrzenie na kulturę organizacji. *e-mentor*, 3(30), 4–13.
- Krauze-Sikorska, H., Klichowski, M. (2013). Świat digital natives. Młodzież w poszukiwaniu siebie i innych. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kreiss, D. (2016). Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*, 18(8), 1473–1490.
- Kreiss, D., Finn, M., Turner, F. (2011). The limits of peer production: Some reminders from Max Weber for the network society. *New Media & Society*, 13(2), 243–259.
- Kristofferson, K., White, K., Peloza, J. (2014). The nature of slacktivism: How the social observability of an initial act of token support affects subsequent prosocial action. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1149–1166.
- Krzysztofek, K. (2011). W stronę maszyn społecznych. Jaka będzie socjologia, której nie znamy? *Studia Socjologiczne*, 2(201), 123–145.
- Krzysztofek, K. (2012a). Big Data society technologie samozapisu i samopokazu: ku humanistyce cyfrowej. *Transformacje*, 1(4), 223–257.
- Krzysztofek, K. (2012b). Zmiana permanentna? Refleksje o zmianie społecznej w epoce technologii cyfrowych. *Studia Socjologiczne*, 2012(4), 7–39.
- Kubiński, G. (2008). *Narodziny podmiotu wirtualnego. Narracja. Dyskurs. Deiksis*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Kuligowski, W. (2016). *Defamiliaryzatorzy. Źródła i różnicowanie antropologii współczesności*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

- Kunda, G. (1992). *Engineering Culture: Control and Commitment in a High-tech Corporation*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Kuss, D.J., Griffiths, M.D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(311). DOI: 10.3390/ijerph14030311.
- Kuwabara, K. (2015). Do reputation systems undermine trust? Divergent effects of enforcement type on generalized trust and trustworthiness. *American Journal of Sociology*, 120(5), 1390–1428.
- Labaree, R.V. (2002). The risk of ‘going observationalist’: Negotiating the hidden dilemmas of being an insider participant observer. *Qualitative Research*, 2(1), 97–122.
- Lageson, S.E. (2016). Digital punishment’s tangled web. *Contexts*, 15(1), 22–27.
- Lageson, S.E., Maruna, S. (2018). Digital degradation: Stigma management in the internet age. *Punishment & Society*, 20(1), 113–133.
- Laidlaw, E.B. (2017). On-line shaming and the right to privacy. *Laws*, 6(1). DOI: 10.3390/laws6010003.
- Lakhani, K., Wolf, R. (2003). Why hackers do what they do: Understanding motivation and effort in free/open source software projects. W: J. Feller, B. Fitzgerald, S.A. Hissam, K.R. Lakhani (ed.). *Perspectives on Free and Open Source Software*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Langer, R., Beckman, S.C. (2005). Sensitive research topics: Netnography revisited. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(2), 189–203.
- Lantz, P.M., Viruell-Fuentes, E., Israel, B.A., Softley, D., Guzman, R. (2001). Can communities and academia work together on public health research? Evaluation results from a community-based participatory research partnership in Detroit. *Journal of Urban Health*, 78(3), 495–507.
- LaRose, R., Tsai, H.S. (2014). Completion rates and non-response error in on-line surveys: Comparing sweepstakes and pre-paid cash incentives in studies of on-line behavior. *Computers in Human Behavior*, 34, 110–119.
- Lassiter, L.E. (2001). From ‘reading over the shoulders of natives’ to ‘reading alongside natives,’ literally: Toward a collaborative and reciprocal ethnography. *Journal of Anthropological Research*, 57(2), 137–149.
- Latour, B. (1986). The powers of association. W: J. Law (ed.). *Power, Action and Belief – A New Sociology of Knowledge?* London – Boston – Henley: Routledge & Kegan Paul.
- Latour, B. (1987). *Science in Action*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

- Latour, B. (1993). *We Have Never Been Modern*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Latusek, D., Cook, K.S. (2012). Trust in transitions. *Kyklos*, 65(4), 512–525.
- Latusek, D., Jemielniak, D. (2007). (Dis)trust in software projects: A thrice told tale. On dynamic relationships between software engineers, IT project managers, and customers. *The International Journal of Technology, Knowledge and Society*, 3(10), 117–125.
- Latusek, D., Jemielniak, D. (2008). Sources of uncertainty in project management: A ‘real life’ account. *The International Journal of Technology, Knowledge and Society*.
- Latzko-Toth, G., Bonneau, C., Millette, M. (2017). Small data, thick data: Thickening strategies for trace-based social media research. W: L. Sloan, A. Quan-Haase (ed.). *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. Los Angeles – London – New Delhi: Sage.
- Law, J. (2004). *After Method: Mess in Social Science Research*. London – New York: Routledge.
- Lazer, D., Kennedy, R., King, G., Vespignani, A. (2014). The parable of Google Flu: Traps in big data analysis. *Science*, 343(6176), 1203–1205.
- Lazer, D., Pentland, A.S., Adamic, L., Aral, S., Barabási, A.L., Brewer, D., Christakis, N., Contractor, N., Fowler, J., Gutmann, M. (2009). Life in the network: The coming age of computational social science. *Science*, 323(5915), 721–723.
- Lazer, D., Radford, J. (2017). Data ex machina: Introduction to Big Data. *Annual Review of Sociology*, 43(1), 19–39.
- Leach, E. (1982). *Social Anthropology*. Oxford: Oxford University Press.
- Leadbeater, C. (2008). *We-think: Mass Innovation. Not Mass Production*. London: Profile Books.
- Leander, K.M., McKim, K.K. (2003). Tracing the everyday’sittings’ of adolescents on the internet: A strategic adaptation of ethnography across on-line and off-line spaces. *Education, Communication & Information*, 3(2), 211–240.
- Leetaru, K. (2011). Culturomics 2.0: Forecasting large-scale human behavior using global news media tone in time and space. *First Monday*, 16(9). Pobrane z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3663/3040>.
- Leshinsky, R., Schatz, L. (2018). ‘I don’t think my landlord will find out:’ Airbnb and the challenges of enforcement. *Urban Policy and Research*. DOI: 10.1080/08111146.2018.1429260.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin Press.

- Lessig, L. (2008). *Remix Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Academic.
- Lévy, P. (1997). Welcome to virtuality. *Digital Creativity*, 8(1), 3–10.
- Lewandowsky, S., Ecker, U.K.H., Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the 'Post-Truth' era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369.
- Lichterman, P. (2017). Interpretive reflexivity in ethnography. *Ethnography*, 18(1), 35–45.
- Light, D.W. (2007). Professional dominance in medicine. W: G. Ritzer (ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. New York: Blackwell.
- Lis, A., Stasik, A.K. (2017). Hybrid forums, knowledge deficits and the multiple uncertainties of resource extraction: Negotiating the local governance of shale gas in Poland. *Energy Research & Social Science*, 28, 29–36.
- Literat, I. (2017). The Power of a pony: Youth literacies, participatory culture, and active meaning making. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 61(1), 113–116.
- Llorente, A., Garcia-Herranz, M., Cebrian, M., Moro, E. (2015). Social media fingerprints of unemployment. *PLoS ONE*, 10(5), e0128692.
- Lo Iacono, V., Symonds, P., Brown, D.H. (2016). Skype as a tool for qualitative research interviews. *Sociological Research On-line*, 21(2), 1–15.
- Lobo, L. (1990). Becoming a marginal native. *Anthropos*, 85, 125–138.
- Lockie, S. (2017). Post-truth politics and the social sciences. *Environmental Sociology*, 3(1), 1–5.
- Lokot, T., Diakopoulos, N. (2016). News bots: Automating news and information dissemination on Twitter. *Digital Journalism*, 4(6), 682–699.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I. (2011). The Arab Spring. The revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5(31), 1375–1405.
- Lumsden, K., Morgan, H. (2017). Media framing of trolling and on-line abuse: Silencing strategies, symbolic violence, and victim blaming. *Feminist Media Studies*, 17(6), 926–940.
- Lupton, D. (2012). *Digital Sociology: An Introduction*. Sydney: University of Sydney.
- Lupton, D. (2014). Critical perspectives on digital health technologies. *Sociology Compass*, 8(12), 1344–1359.
- Lupton, D. (2016). *The Quantified Self: A Sociology of Self-tracking Cultures*. Cambridge, UK – Malden, MA: Polity.
- Lyall, B., Robards, B. (2018). Tool, toy and tutor: Subjective experiences of digital self-tracking. *Journal of Sociology*, 54(1), 108–124.

- Lynch, O.H. (2009). Kitchen antics: The importance of humor and maintaining professionalism at work. *Journal of Applied Communication Research*, 37(4), 444–464.
- Maanen van, J. (2011). *Tales of the Field: On Writing Ethnography*. Chicago: University of Chicago Press.
- MacIntyre, A.C. (1981). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. Notre Dame, Ind.: University of Notre Dame Press.
- Madden, R. (2017). *Being Ethnographic: A Guide to The Theory and Practice of Ethnography*. New Delhi – London – Thousand Oaks: Sage.
- Mallinson, C. (2017). Language and its everyday revolutionary potential. W: H.J. McCammon, V. Taylor, J. Reger, R.L. Einwohner (ed.). *The Oxford Handbook of US Women's Social Movement Activism*. Oxford: Oxford University Press.
- Malta, S., Farquharson, K. (2014). The initiation and progression of late-life romantic relationships. *Journal of Sociology*, 50(3), 237–251.
- March, E., Grieve, R., Marrington, J., Jonason, P.K. (2017). Trolling on Tinder® (and other dating apps): Examining the role of the dark tetrad and impulsivity. *Personality and Individual Differences*, 110, 139–143.
- Marcus, G.E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95–117.
- Markham, A. (2008). The methods, politics, and ethics of representation in on-line ethnography. W: N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (ed.). *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. Los Angeles – London – New Delhi – Singapore: Sage.
- Marres, N., Weltevrede, E. (2013). Scraping the social? Issues in live social research. *Journal of Cultural Economy*, 6(3), 313–335.
- Marsh, J. (2016). The relationship between on-line and off-line play: Friendship and exclusion. W: C. Richards, A. Burn (ed.). *Children's Games in the New Media Age*. London – New York: Routledge.
- Marx, G.T. (2001). Murky conceptual waters: The public and private. *Ethics and Information Technology*, 3, 157–169.
- Mason, J. (2006). Mixing methods in a qualitatively driven way. *Qualitative Research*, 6(1), 9–25.
- Mason, M. (2009). *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture is Reinventing Capitalism*. New York: Free Press.
- Massanari, A.L. (2015). *Participatory Culture, Community, and Play. Learning from Reddit*. Frankfurt – New York: Peter Lang.
- Mastrandrea, R., Fournet, J., Barrat, A. (2015). Contact patterns in a high school: A comparison between data collected using wearable sensors, contact diaries and friendship surveys. *PLoS ONE*, 10(9), DOI: e0136497.

- Mattson, G. (2015). The modern career of 'the oldest profession' and the social embeddedness of metaphors. *American Journal of Cultural Sociology*, 3(2), 191–223.
- Maturo, A., Mori, L., Moretti, V. (2016). An ambiguous health education: The quantified self and the medicalization of the mental sphere. *Italian Journal of Sociology of Education*, 8(3), 248–268.
- Mauss, M. (2001). *The gift: Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. London: Routledge.
- McCarthy, M.T. (2016). The big data divide and its consequences. *Sociology Compass*, 10(12), 1131–1140.
- McClellan, S., Moore, R. (2016). Folk healing, authenticity and fraud. W: A. van Eck Duymaer van Twist (ed.). *Minority Religions and Fraud: In Good Faith*. London – New York: Routledge.
- McDonald, K. (2015). From indymedia to anonymous: Rethinking action and identity in digital cultures. *Information, Communication & Society*, 18(8), 968–982.
- McFarland, D.A., Lewis, K., Goldberg, A. (2016). Sociology in the era of Big Data: The ascent of forensic social science. *The American Sociologist*, 47(1), 12–35.
- McLean, A., Leibling, A. (ed.). (2007). *The Shadow Side of Fieldwork: Exploring the Blurred Borders Between Ethnography and Life*. Oxford: Blackwell.
- Meder, T. (2008). Internet. W: D. Haase (ed.). *The Greenwood Encyclopedia of Folktales and Fairy Tales*. Westport – London: Greenwood Press.
- Meho, L.I. (2006). E-mail interviewing in qualitative research: A methodological discussion. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(10), 1284–1295.
- Mejias, U. (2010). The Twitter revolution must die. *International Journal of Learning and Media*, 2(4), 3–5.
- Meyer, J.W., Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *The American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363.
- Michel, J.B., Shen, Y.K., Aiden, A.P., Veres, A., Gray, M.K., Pickett, J.P., Hoiberg, D., Clancy, D., Norvig, P., Orwant, J. (2010). Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science*, 1199644.
- Mikolajewska-Zajac, K., Rodak, O. (2016). Platformy spółdzielcze jako próba rewizji korporacyjnego modelu gospodarki współdzielonej. *e-mentor*, 4(66), 67–73.
- Milan, S. (2013). *Social Movements and Their Technologies. Wiring Social Change*. London – New York: Palgrave Macmillan.

- Miller, D., Slater, D. (2001). *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg Publishers.
- Miller, P. (2012). Wprowadzenie do obserwacji on-line: warianty i ograniczenia techniki badawczej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, VIII(1), 76–97.
- Millington, B., Millington, R. (2015). 'The Datafication of Everything': Toward a sociology of sport and Big Data. *Sociology of Sport Journal*, 32(2), 140–160.
- Milner, R.M. (2013a). Media lingua franca: Fixity, novelty, and vernacular creativity in Internet memes. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 3(14). Pobrane z: <https://spir.aoir.org/index.php/spir/article/view/806>.
- Milner, R.M. (2013b). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street movement. *International Journal of Communication Systems*, 7(34).
- Mizruchi, M.S., Stearns, L.B. (1988). A longitudinal study of the formation of interlocking directorates. *Administrative Science Quarterly*, 33, 194–210.
- Mod, G.B. (2010). Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship. *Journal of Comparative Research in Anthropology & Sociology*, 1(2), 61–77.
- Moloney, M.E., Love, T.P. (2018). Assessing on-line misogyny: Perspectives from sociology and feminist media studies. *Sociology Compass*, 12(5). DOI: 10.1111/soc4.12577.
- Monroy-Hernández, A., Hill, B.M., Gonzalez-Rivero, J., boyd, d. (2011). Computers can't give credit: How automatic attribution falls short in an on-line remixing community. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Vancouver, BC, Canada: ACM, 3421–3430.
- Montgomery, J.D. (1992). Job search and network composition: Implications of the strength-of-weak-ties hypothesis. *American Sociological Review*, 57(5), 586–596.
- Morozov, E. (2009). Iran: Downside to the 'Twitter Revolution'. *Dissent*, 56(4), 10–14.
- Mouffe, C. (2008). *Polityczność* (tłum. J. Erbel). Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837–855.
- Nadai, E., Maeder, C. (2005). Fuzzy fields. Multi-sited ethnography in sociological research. *Forum: Qualitative Social Research*, 6(3). Pobrane z: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/22/47>.
- Nagle, A. (2017). *Kill all Normies: On-line Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-right*. Alresford: John Hunt Publishing.

- Nakayama, T.K. (2017). What's next for whiteness and the Internet. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 68–72.
- Narayan, K. (1993). How native is a 'native' anthropologist? *American Anthropologist*, 95(3), 671–686.
- Narli, N. (2018). Life, connectivity and integration of Syrian refugees in Turkey: Surviving through a smartphone. *Questions de Communication*, 33(1), 269–286.
- Nettleton, S., Burrows, R., O'Malley, L. (2005). The mundane realities of the everyday lay use of the internet for health, and their consequences for media convergence. *Sociology of Health & Illness*, 27(7), 972–992.
- Neville, S., Adams, J., Cook, C. (2016). Using internet-based approaches to collect qualitative data from vulnerable groups: Reflections from the field. *Contemporary Nurse*, 52(6), 657–668.
- Newett, L., Churchill, B., Robards, B. (2018). Forming connections in the digital era: Tinder, a new tool in young Australian intimate life. *Journal of Sociology*, 54(3), 346–361.
- Newman, M., Barabási, A.L., Watts, D.J. (2011). *The Structure and Dynamics of Networks*. Princeton: Princeton University Press.
- Nicholl, H., Tracey, C., Begley, T., King, C., Lynch, A.M. (2017). Internet use by parents of children with rare conditions: Findings from a study on parents' Web information needs. *Journal of medical Internet research*, 19(2), e51.
- Nicholson, B. (2012). Counting culture; or, how to read victorian newspapers from a distance. *Journal of Victorian Culture*, 17(2), 238–246.
- Nie, N.H., Hillygus, D.S. (2002). The impact of Internet use on sociability: Time-diary findings. *It & Society*, 1(1), 1–20.
- Nkomo, S.M. (2009). The seductive power of academic journal rankings: Challenges of searching for the otherwise. *Academy of Management Learning & Education*, 8(1), 106–121.
- Nocera, J.L. A. (2002). Ethnography and hermeneutics in cybercultural research accessing IRC virtual communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(2). DOI: 10.1111/j.1083-6101.2002.tb00146.x.
- Norlock, K.J. (2017). On-line shaming. *Social Philosophy Today*, 33, 187–197.
- Nowak, A.W. (2013a). Demokratyzacja debaty publicznej nad medycyną niekonwencjonalną. *Studia Metodologiczne*, 30, 239–266.
- Nowak, A.W. (2013b). Rozproszony ekspert a rozproszona baza danych – blogi sceptyczne, naukowe a struktury wiedzy. *Człowiek i Społeczeństwo*, 36(2), 257–275.

- O'Connor, B., Mackeogh, C. (2007). New media communities: Performing identity in an on-line women's magazine. *Irish Journal of Sociology*, 16(2), 97–116.
- O'Hara, K., Stevens, D. (2015). Echo chambers and on-line radicalism: Assessing the Internet's complicity in violent extremism. *Policy & Internet*, 7(4), 401–422.
- Olguín, D.O., Waber, B.N., Kim, T., Mohan, A., Ara, K., Pentland, A. (2009). Sensible organizations: Technology and methodology for automatically measuring organizational behavior. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part B (Cybernetics)*, 39(1), 43–55.
- Olssen, M. (2016). Neoliberal competition in higher education today: Research, accountability and impact. *British Journal of Sociology of Education*, 37(1), 129–148.
- Ong, W.J. (2002). *Orality and Literacy*. London: Routledge.
- Onuch, O. (2015). EuroMaidan protests in Ukraine: Social media versus social networks. *Problems of Post-Communism*, 62(4), 217–235.
- Oring, E. (2004). Risky business: Political jokes under repressive regimes. *Western Folklore*, 63(3), 209–236.
- Ostertag, S.F., Ortiz, D.G. (2017). Can social media use produce enduring social ties? Affordances and the case of Katrina Bloggers. *Qualitative Sociology*, 40(1), 59–82.
- Oxford English Dictionary (2018). Gay. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/gay>.
- Özbilgin, M.F. (2009). From journal rankings to making sense of the world. *Academy of Management Learning & Education*, 8(1), 113–121.
- Paccagnella, L. (1997). Getting the seats of your pants dirty: Strategies for ethnographic research on virtual communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1). DOI: 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00065.x.
- Palla, G., Barabási, A.L., Vicsek, T. (2007). Quantifying social group evolution. *Nature*, 446, 664.
- Pantzar, M., Ruckenstein, M., Mustonen, V. (2017). Social rhythms of the heart. *Health Sociology Review*, 26(1), 22–37.
- Pasquale, F. (2016). Two narratives of platform capitalism. *Yale Law & Policy Review*, 35, 309–319.
- Payne, G., Williams, M. (2005). Generalization in qualitative research. *Sociology*, 39(2), 295–314.
- Pazaitis, A., Kostakis, V., Bauwens, M. (2017). Digital economy and the rise of open cooperativism: The case of the Enspiral Network. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 177–192.
- Pearce, C., Artemesia, C. (2009). *Communities of Play: Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Pechenick, E.A., Danforth, C.M., Dodds, P.S. (2015). Characterizing the google books corpus: Strong limits to inferences of socio-cultural and linguistic evolution. *PLoS ONE*, 10(10), e0137041.
- Pendry, L.F., Salvatore, J. (2015). Individual and social benefits of on-line discussion forums. *Computers in Human Behavior*, 50, 211–220.
- Penner, L. (2015). 'Dr Locock and his quack': Professionalizing medicine, textualizing identity in the 1840s – Kevin A. Morrison. W: L. Penner, T. Sparks (ed.). *Victorian Medicine and Popular Culture*. London – New York: Routledge.
- Petracci, M., Schwarz, P.K.N., Sánchez Antelo, V.I.M., Mendes Diz, A.M. (2017). Doctor-patient relationships amid changes in contemporary society: A view from the health communication field. *Health Sociology Review*, 26(3), 266–279.
- Pettigrew, A.M. (1990). Longitudinal field research on change: Theory and practice. *Organization Science*, 1(3), 267–292.
- Pietrowiak, K. (2014). Etnografia oparta na współpracy. Założenia, możliwości, ograniczenia. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 10(4), 18–36.
- Ping, L.C., Chee, T.S. (2009). On-line discussion boards for focus group interviews: An exploratory study. *The Journal of Educational Enquiry*, 2(1), 50–60.
- Piwek, L., Ellis, D.A., Andrews, S., Joinson, A. (2016). The rise of consumer health wearables: Promises and barriers. *PLoS Medicine*, 13(2), e1001953.
- Possamai-Inesedy, A., Nixon, A. (2017). A place to stand: Digital sociology and the Archimedean effect. *Journal of Sociology*, 53(4), 865–884.
- Pouwelse, J.A., Garbacki, P., Epema, D., Sips, H. (2008). Pirates and Samaritans: A decade of measurements on peer production and their implications for net neutrality and copyright. *Telecommunications Policy*, 32(11), 701–712.
- Pragnell, C., Gatzidis, C. (2011). Addiction in World of Warcraft: A virtual ethnography study. W: H.H. Yang, S.C.Y. Yuen (ed.). *Handbook of Research on Practices and Outcomes in Virtual Worlds and Environments*. Hershey: Information Science Reference.
- Preda, A. (2017). *Noise: Living and Trading in Electronic Finance*. Chicago: University of Chicago Press.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Priedhorsky, R., Chen, J., Lam, S.T.K., Panciera, K., Terveen, L., Riedl, J. (2007). Creating, destroying, and restoring value in Wikipedia. *Proceedings of the International ACM Conference on Supporting Group Work*, 259–268.

- Prior, L. (2003). Belief, knowledge and expertise: The emergence of the lay expert in medical sociology. *Sociology of Health & Illness*, 25(3), 41–57.
- Prus, R.C. (1996). *Symbolic Interaction and Ethnographic Research: Intersubjectivity and the Study of Human Lived Experience*. Albany, NY: SUNY Ppress.
- Przegalinska, A. (2015). Embodiment, engagement and the strength virtual communities: Avatars of second life in decay. *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry*, 13(4), 48–62.
- Przegalinska, A., Ciechanowski, L., Magnuski, M., Gloor, P. (2018). Muse headband: Measuring tool or a collaborative gadget? W: F. Grippa, J. Leitão, J. Gluesing, K. Riopelle, P. Gloor (ed.). *Collaborative Innovation Networks: Building Adaptive and Resilient Organizations*. Cham: Springer International Publishing.
- Przegalińska, A. (2015). The melon app, quantified self, and the Internet of Things. W: G. Mazurek (ed.). *Management in Virtual Environments*. Warszawa: Koźmiński University.
- Przegalińska, A. (2016). *Istoty wirtualne. Jak fenomenologia zmieniała sztuczną inteligencję*. Kraków: Universitas.
- Przegalińska, A., Jemielniak, D. (2015). Jakościowe metody badawcze interakcji wirtualnych. M. Kostera (red.). *Metody badawcze w zarządzaniu humanistycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno.
- Purdam, K. (2014). Citizen social science and citizen data? Methodological and ethical challenges for social research. *Current Sociology*, 62(3), 374–392.
- Putnam, L.L. (2009). Symbolic capital and academic fields: An alternative discourse on journal rankings. *Management Communication Quarterly*, 23(1), 127–134.
- Rainie, L., Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Randall, D., Harper, R., Rouncefield, M. (2007). *Fieldwork for Design: Theory and Practice*. London: Springer Verlag.
- Raymond, E.S. (2004). *The Cathedral and the Bazaar*. Beijing – Cambridge: O'Reilly.
- Raza, S.A., Qazi, W., Umer, A. (2017). Facebook Is a Source of Social Capital Building Among University Students: Evidence From a Developing Country. *Journal of Educational Computing Research*, 55(3), 295–322.
- Razaghanah, A., Niaki, A.A., Vallina-Rodriguez, N., Sundaresan, S., Amann, J., Gill, P. (2017). Studying TLS usage in Android apps. *Proceedings of the 13th International Conference on emerging Networking Experiments and Technologies*. ACM. 350–362

- Reagle, J.M. (2010). *Good Faith Collaboration: The Culture of Wikipedia*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Reed, W.J. (2001). The Pareto, Zipf and other power laws. *Economics Letters*, 74(1), 15–19.
- Reich, J.A. (2016). *Calling the Shots: Why Parents Reject Vaccines*. New York: NYU Press.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA.
- Rheingold, H. (1994). *The Virtual Community: Surfing the Internet*, London: Minerva.
- Rich, E., Miah, A. (2017). Mobile, wearable and ingestible health technologies: Towards a critical research agenda. *Health Sociology Review*, 26(1), 84–97.
- Rieder, B. (2013). Studying Facebook via data extraction: The Netvizz application. *Proceedings of the 5th annual ACM web science conference*. ACM. 346–355.
- Rijt van de, A., Shor, E., Ward, C., Skiena, S. (2013). Only 15 minutes? The social stratification of fame in printed media. *American Sociological Review*, 78(2), 266–289.
- Rintel, S. (2011). Obama? Norway killings? London riots? You can has a meme for that... *The Conversation*: <https://theconversation.com/obama-norway-killings-london-riots-you-can-has-a-meme-for-that-2328>.
- Riordan, M.A. (2017). Emojis as tools for emotion work: Communicating affect in text messages. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(5), 549–567.
- Riordan, M.A., Kreuz, R.J., Blair, A.N. (2018). The digital divide: Conveying subtlety in on-line communication. *Journal of Computers in Education*, 5(1), 49–66.
- Ritzer, G. (2006). Who's a public intellectual? *The British Journal of Sociology*, 57(2), 209–213.
- Ritzer, G. (2015). Automating prosumption: The decline of the prosumer and the rise of the prosuming machines. *Journal of Consumer Culture*, 15(3), 407–424.
- Ritzer, G., Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Robnett, B., Feliciano, C. (2011). Patterns of racial-ethnic exclusion by internet daters. *Social Forces*, 89(3), 807–828.
- Robson, C. (2002). *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-researchers*. Oxford – New York: Blackwell.

- Rodak, O. (2017). Twitter jako przedmiot badań socjologicznych i źródło danych społecznych: perspektywa konstruktywistyczna. *Studia Socjologiczne*, 3(226), 209–236.
- Rodak, O., Mikołajewska-Zajac, K. (2017). 'Paradigm clash' in the digital labor literature: Reconciling critical theory and interpretive approach in empirical research. *Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society*, Article 55. Toronto, ON, Canada: ACM Digital Library.
- Rogers, R. (2017). Foundations of Digital Methods: Query Design. W: M.T. Schäfer, K. van Es (ed.). *The Datafied Society: Studying Culture through Data*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Romer, P.M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5 part 2), S71–S102.
- Ronson, J. (2015). How one stupid tweet blew up Justine Sacco's life. *New York Times*, 12. Pobrane z: <https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>.
- Ronson, J. (2016). *So You've Been Publicly Shamed*. New York: Riverhead Books.
- Rorty, R. (1989). *Contingency, Irony and Solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press. Polskie wydanie: (1996). *Przygodność, ironia i solidarność* (tłum. W.J. Popowski). Warszawa: Spacja.
- Rosenberg, A. (2010). Virtual world research ethics and the private/public distinction. *International Journal of Internet Research Ethics*, 3(1), 23–37.
- Ruhleder, K. (2000). The Virtual Ethnographer: Fieldwork in Distributed Electronic Environments. *Field Methods*, 12(3), 3–17.
- Rusu, I.-A. (2016). Exchanging health advice in a virtual community: A story of tribalization. *Journal of Comparative Research in Anthropology & Sociology*, 7(2), 57–69.
- Rutter, J., Smith, G. (2005). Ethnographic presence in a nebulous setting. Virtual Methods: Issues in social research on the internet. W: C. Hine (ed.). *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Oxford: Berg Publishers.
- Rybas, N., Gajjala, R. (2007). Developing cyberethnographic research methods for understanding digitally mediated identities. *Qualitative Social Research*, 8(3). Pobrane z: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/282/620>.
- Sade-Beck, L. (2008) Internet ethnography: On-line and off-line. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), 45–51.
- Sadilek, A., Caty, S., DiPrete, L., Mansour, R., Schenk, T., Bergtholdt, M., Jha, A., Ramaswami, P., Gabrilovich, E. (2018). Machine-learned

- epidemiology: Real-time detection of foodborne illness at scale. *npj Digital Medicine*, 1(1), 36.
- Sakowski, Ł. (2018). Polski znachor i pseudonaukowiec zarabia miliony. Zyski ukrywa w międzynarodowej sieci spółek. *Newsweek Polska*. Pobrane z: <http://www.newsweek.pl/wiedza/nauka/jerzy-zieba-znachor-i-pseudonaukowiec-zarabia-miliony,artykuly,430973,1.html>.
- Salmons, J. (2012). *Cases in On-line Interview Research*, Thousand Oaks – New Delhi – London: Sage.
- Salmons, J. (2014). *Qualitative On-line Interviews: Strategies, Design, and Skills*. Thousand Oaks – New Delhi – London: Sage Publications.
- Sangster, A. (2015). You cannot judge a book by its cover: The problems with journal rankings. *Accounting Education*, 24(3), 175–186.
- Sanjek, R. (ed.). (1990). *Fieldnotes: The Makings of Anthropology*. Ithaca: Cornell University Press.
- Sarker, S., Xiao, X., Beaulieu, T. (2013). Qualitative studies in information systems: A critical review and some guiding principles. *Mis Quarterly*, 37(4), iii–xviii.
- Savage, M., Burrows, R. (2009). Some further reflections on the coming crisis of empirical sociology. *Sociology*, 43(4), 762–772.
- Sbaffi, L., Rowley, J. (2017). Trust and credibility in web-based health information: A review and agenda for future research. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6), e218.
- Schaffer, R., Kuczynski, K., Skinner, D. (2008). Producing genetic knowledge and citizenship through the Internet: Mothers, pediatric genetics, and cybermedicine. *Sociology of Health & Illness*, 30(1), 145–159.
- Schonlau, M., Couper, M.P. (2017). Options for conducting web surveys. *Statistical Science*, 32(2), 279–292.
- Schor, J.B., Attwood-Charles, W. (2017). The ‘sharing’ economy: Labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), e12493.
- Schroeder, R. (2014). Big Data and the brave new world of social media research. *Big Data & Society*, 1(2), 1–11.
- Schroeder, R., Axelsson, A.S. (ed.). (2006). *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments*. Dordrecht: Springer.
- Scott, J.W. (1991). The evidence of experience. *Critical Inquiry*, 17(4), 773–797.
- Scott, S., Hinton-Smith, T., Härmä, V., Broome, K. (2012). The reluctant researcher: Shyness in the field. *Qualitative Research*, 12(6), 715–734.
- Segeber, A., Bennett, W.L. (2011). Social media and the organization of collective action: Using Twitter to explore the ecologies of two climate change protests. *The Communication Review*, 14(3), 197–215.

- Serrano, A., Arroyo, J., Hassan, S. (2018). Participation inequality in Wikis: A temporal analysis using WikiChron. *Proceedings of the 14th International Symposium on Open Collaboration*. ACM. Pobrane z: http://www.opensym.org/wp-content/uploads/2018/07/OpenSym2018_paper_31.pdf.
- Shalizi, C.R., Thomas, A.C. (2011). Homophily and contagion are genetically confounded in observational social network studies. *Sociological Methods & Research*, 40(2), 211–239.
- Shapka, J.D., Domene, J.F., Khan, S., Yang, L.M. (2016). On-line versus in-person interviews with adolescents: An exploration of data equivalence. *Computers in Human Behavior*, 58, 361–367.
- Sharabi, L.L., Caughlin, J.P. (2017). What predicts first date success? A longitudinal study of modality switching in on-line dating. *Personal Relationships*, 24(2), 370–391.
- Sharma, V., Holmes, J.H., Sarkar, I.N. (2016). Identifying Complementary and Alternative Medicine Usage Information from Internet Resources. *Methods of Information in Medicine*, 55(04), 322–332.
- Shaw, A., Hill, B.M. (2014). Laboratories of Oligarchy? How the Iron Law Extends to Peer Production. *Journal of Communication*, 64(2), 215–238.
- Shifman, L. (2014a). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340–358.
- Shifman, L. (2014b). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Shifman, L., Blondheim, M. (2010). The medium is the joke: On-line humor about and by networked computers. *New Media & Society*, 12(8), 1348–1367.
- Shifman, L., Boxman Shabtai, L. (2014). Evasive targets: Deciphering polysemy in mediated humor. *Journal of Communication*, 64(5), 977–998.
- Shifman, L., Levy, H., Thelwall, M. (2014). Internet jokes: The secret agents of globalization? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 727–743.
- Shirky, C. (2009). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. New York: Penguin.
- Sisondo, S. (2010). *An Introduction to Science and Technology Studies*. Malden – Oxford: Wiley – Blackwell Chichester.
- Sixsmith, J., Murray, C.D. (2001). Ethical issues in the documentary data analysis of Internet posts and archives. *Qualitative Health Research*, 11(3), 423–432.
- Skoric, M.M. (2012). What is slack about slacktivism? *Methodological and Conceptual Issues in Cyber Activism Research*, 77, 77–92.

- Slane, A. (2018). Information brokers, fairness, and privacy in publicly accessible information. *Canadian Journal of Comparative & Contemporary Law*, 4, 249–192.
- Slater, M., Antley, A., Davison, A., Swapp, D., Guger, C., Barker, C., Pistrang, N., Sanchez-Vives, M.V. (2006). A virtual reprise of the Stanley Milgram obedience experiments. *PLoS ONE*, 1(1), e39.
- Smahel, D., Brown, B.B., Blinka, L. (2012). Associations between on-line friendship and Internet addiction among adolescents and emerging adults. *Developmental Psychology*, 48(2), 381.
- Smith, A., Anderson, M. (2016). 5 facts about on-line dating. *Pew Research Center*. Pobrane z: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-on-line-dating/>.
- Smith, N., Wickes, R., Underwood, M. (2015). Managing a marginalised identity in pro-anorexia and fat acceptance cybercommunities. *Journal of Sociology*, 51(4), 950–967.
- Sokolewicz, Z. (1974). *Wprowadzenie do etnologii*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Solove, D.J. (2004). *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age*. New York – London: NYU Press.
- Solove, D.J. (2007). *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. New Haven: Yale University Press.
- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446–452.
- Sparkes-Vian, C. (2018). Digital propaganda: The tyranny of ignorance. *Critical Sociology*, (preprint), DOI: 10.1177/0896920517754241.
- Spencer, R.W., Woods, T.J. (2010). The long tail of idea generation. *International Journal of Innovation Science*, 2(2), 53–63.
- Sperschneider, W., Bagger, K. (2003). Ethnographic fieldwork under industrial constraints: Toward design-in-context. *International Journal of Human-computer Interaction*, 15(1), 41–50.
- Spiller, K., Ball, K., Bandara, A., Meadows, M., McCormick, C., Nuseibeh, B., Price, B.A. (2018). Data privacy: Users' thoughts on quantified self personal data. W: B. Ajana (ed.). *Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations*. Cham: Springer International Publishing.
- Spillman, L. (2014). Mixed methods and the logic of qualitative inference. *Qualitative Sociology*, 37(2), 189–205.
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. New York: John Wiley, Sons.
- Stacey, J. (1999). Virtual truth with a vengeance. *Contemporary Sociology*, 28(1), 18–23.

- Stake, R.E. (2005). Qualitative case studies. W: N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (ed.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- Stallman, R.M., Gay, J. (2009). *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*. Paramount, CA: CreateSpace.
- Stankiewicz, P. (2011). Od przekonywania do współdecydowania: zarządzanie konfliktami wokół ryzyka i technologii. *Studia Socjologiczne*, 4(203), 95–119.
- Stasik, A. (2015). Obywatel współbadacz, czyli o pożytkach z dzielenia laboratorium – renegotjowanie umowy pomiędzy naukowcami a amatorami. *Studia Socjologiczne*, 4(219), 101–126.
- Stasik, A. (2017). Global controversies in local settings: Anti-fracking activism in the era of Web 2.0. *Journal of Risk Research*. DOI: 10.1080/13669877.2017.1313759.
- Stasik, A. (2018). Zastosowanie crowdfundingu we wspieraniu innowacji w dziedzinie zielonej energii. *e-mentor*, 1(73), 54–62.
- Stebbins, R.A. (2001). *Exploratory Research in the Social Sciences*, London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
- Steinberger, B.Z. (2017). Redefining employee in the gig economy: Shielding workers from the uber model. *Fordham Journal of Corporate & Finance Law*, 23: 577–596.
- Steinmetz, K.F. (2012). Message received: Virtual ethnography in on-line message boards. *International Journal of Qualitative Methods*, 11(1), 26–39.
- Stephany, A. (2015). *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*. London – New York: Palgrave – Macmillan.
- Stroud, S.R., Cox, W. (2018). The varieties of feminist counterspeech in the misogynistic on-line world. W: J.R. Vickery, T. Everbach (ed.). *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*. Cham: Springer International Publishing.
- Strumińska-Kutra, M. (2016). Engaged scholarship: Steering between the risks of paternalism, opportunism, and paralysis. *Organization*, 23(6), 864–883.
- Sturges, P. (2015). Limits to freedom of expression? The problem of blasphemy. *IFLA Journal*, 41(2), 112–119.
- Sudweeks, F., Simoff, S.J. (1999). Complementary explorative data analysis: The reconciliation of quantitative and qualitative principles. W: S. Jones (ed.). *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks – London – New Delhi: Sage.
- Sugihartati, R. (2017). Youth fans of global popular culture: Between prosumer and free digital labourer. *Journal of Consumer Culture*. Pobrane z: <https://doi.org/10.1177/1469540517736522>.

- Sulek, A. (2001). *Sondaż polski*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Sulkowski, Ł. (2012). Globalization of culture and contemporary management models. *Journal of Intercultural Management*, 4(4), 18–28.
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York: Anchor Books.
- Sutton, J. (2011). An ethnographic account of doing survey research in prison: Descriptions, reflections, and suggestions from the field. *Qualitative Sociology Review*, 7(2), 45–63.
- Sveningsson Elm, M. (2009). How do various notions of privacy influence decisions in qualitative internet research? W: A. Markham, N. Baym (ed.). *Internet inquiry: Conversations about method*. London – New Delhi – Thousand Oaks: Sage.
- Swan, M. (2013). The quantified self: Fundamental disruption in big data science and biological discovery. *Big Data*, 1(2), 85–99.
- Szlendak, T., Olechnicki, K. (2017). *Norwe praktyki kulturowe Polaków*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szpunar, M. (2004). Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna. *Studia Socjologiczne*, 2(173), 95–133.
- Szpunar, M. (2010). *Internet w procesie realizacji badań*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szpunar, M. (2016). Humanistyka cyfrowa a socjologia cyfrowa. Nowy paradygmat badań naukowych. *Zarządzanie w Kulturze*, 17(4), 355–369.
- Sztompka, P. (1991). *Society in Action: The Theory of Social Becoming*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sztompka, P. (1993). Civilizational incompetence: The trap of post-communist societies. *Zeitschrift für Soziologie*, 22(2), 85–95.
- Sztompka, P. (1999). *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge, UK – New York, NY: Cambridge University Press.
- Sztompka, P. (2005). *Socjologia wizualna: fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sztompka, P. (2016). *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*. Kraków: Wydawnictwo Otwarte.
- Tay, L., Jebb, A.T., Woo, S.E. (2017). Video capture of human behaviors: Toward a Big Data approach. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 18, 17–22.
- Taycher, L. (2010). Books of the world, stand up and be counted! All 129,864,880 of you. *Google Books Search Blog*. Pobrane z: <https://booksearch.blogspot.com/2010/08/books-of-world-stand-up-and-be-counted.html>.

- Terranova, T. (2004). *Network Culture: Cultural Politics for the Information Age*. New York: Pluto Press.
- Thelwall, M. (2009). *Introduction to Webometrics: Quantitative Web Research for the Social Sciences*. San Rafael, CA: Morgan & Claypool.
- Thet, T.T., Na, J.C., Khoo, C.S.G. (2010). Aspect-based sentiment analysis of movie reviews on discussion boards. *Journal of Information Science*, 36(6), 823–848.
- Thomas, D.R., Pastrana Portillo, S., Hutchings, A., Clayton, R.N., Beresford, A.R. (2017). Ethical issues in research using datasets of illicit origin. *Proceedings of IMC '17*. Pobrane z: <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/1810/267728>.
- Thomas, J. (1996). When cyber-research goes wrong: The ethics of the Rimm 'Cyberporn' study. *The Information Society*, 12(2), 189–197.
- Tourish, D. (2011). Leading questions: Journal rankings, academic freedom and performativity: What is, or should be, the future of Leadership? *Leadership*, 7(3), 367–381.
- Tourish, D., Willmott, H. (2015). In defiance of folly: Journal rankings, mindless measures and the ABS guide. *Critical Perspectives on Accounting*, 26, 37–46.
- Tousijn, W. (2006). Beyond decline: Consumerism, managerialism and the need for a new medical professionalism. *Health Sociology Review*, 15(5), 469–480.
- Travers, M. (2009). New methods, old problems: A sceptical view of innovation in qualitative research. *Qualitative Research*, 9(2), 161–179.
- Tsing, A.L. (2011). *Friction: An Ethnography of Global Connection*. Princeton: Princeton University Press.
- Tsvetkova, M., García-Gavilanes, R., Floridi, L., Yasseri, T. (2017). Even good bots fight: The case of Wikipedia. *PLoS ONE*, 12(2), e0171774.
- Turner, J.H., Maryanski, A. (2004). Analiza sieciowa. W: J.H. Turner (ed.). *Struktura teorii socjologicznej* (tłum. J. Szmatka). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tushman, M.L., Scanlan, T.J. (1981). Boundary spanning individuals: Their role in information transfer and their antecedents. *Academy of Management Journal*, 24(2), 289–305.
- Underberg, N.M., Zorn, E. (2013). *Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media*. Austin: University of Texas Press.
- Urbańska, S. (2015). *Matka Polka na odległość. Z doświadczeń migracyjnych robotnic 1989–2010*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

- Selm van, M., Jankowski, N.W. (2006). Conducting on-line surveys. *Quality and Quantity*, 40(3), 435–456.
- Varnhagen, C.K., Gushta, M., Daniels, J., Peters, T.C., Parmar, N., Law, D., Hirsch, R., Sadler Takach, B., Johnson, T. (2005). How informed is on-line informed consent? *Ethics and Behavior*, 15(1), 37–48.
- Vergeer, M. (2015). Twitter and Political Campaigning. *Sociology Compass*, 9(9), 745–760.
- Vessuri, H., Guédon, J.-C., Cetto, A.M. (2014). Excellence or quality? Impact of the current competition regime on science and scientific publishing in Latin America and its implications for development. *Current Sociology*, 62(5), 647–665.
- Vickery, J.R. (2014a). The curious case of confession bear. The reappropriation of on-line macro-image memes. *Information, Communication & Society*, 17(3), 301–325.
- Vickery, J.R. (2014b). The curious case of Confession Bear: The reappropriation of on-line macro-image memes. *Information, Communication & Society*, 17(3), 301–325.
- Vigen, T. (2015). *Spurious Correlations*. New York: Hachette Books.
- Virno, P. (2008). Jokes and innovative action: For a logic of change. *Artforum*, 46(5), 251–258.
- Wakeford, N. (2003). The embedding of local culture in global communication: Independent internet cafes in London. *New Media & Society*, 5(3), 379–399.
- Walker, A., Panfil, V.R. (2017). Minor attraction: A queer criminological issue. *Critical Criminology*, 25(1), 37–53.
- Walker, N.A. (1988). *A Very Serious Thing: Women's Humor and American Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Walsh, D. (2004). Doing ethnography. W: C. Seale (ed.). *Researching society and culture*. Newbury Park – London – New Delhi: Sage.
- Walzer, S., Oles, T.P. (2003). Accounting for divorce: Gender and uncoupling narratives. *Qualitative Sociology*, 26(3), 331–349.
- Wang, D., Piazza, A., Soule, S.A. (2018). Boundary-spanning in social movements: Antecedents and outcomes. *Annual Review of Sociology*, 44(1), 167–187.
- Wang, T. (2013). Big data needs thick data. *Ethnography Matters*, 13. Pobrane z: <http://ethnographymatters.net/2013/05/13/big-data-needs-thick-data/>.
- Wang, Y., Kosinski, M. (in press). Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images. *Journal of Personality and Social Psychology*.

- Warner, W.L., Low, J.O. (1947). *The Social System of the Modern Factory: The Stike: A Social Analysis*. New Haven: Yale University Press.
- Washburn, J. (2006). *University, Inc.: The Corporate Corruption of Higher Education*. New York: Basic Books.
- Weaver, S. (2010a). Liquid racism and the Danish Prophet Muhammad cartoons. *Current Sociology*, 58(5), 675–692.
- Weaver, S. (2010b). The ‘Other’ laughs back: Humour and resistance in Anti-racist comedy. *Sociology*, 44(1), 31–48.
- Weber, S. (2004). *The Success of Open Source*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weick, K.E. (1979). *The Social Psychology of Organizing*. Reading, MA: Addison – Wesley Publications.
- Wellman, B. (2004). The three ages of internet studies: Ten, five and zero years ago. *New Media & Society*, 6(1), 123–129.
- Wellman, B., Berkowitz, S.D. (ed.). (1988). *Social structures: A network approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Werbner, P., Modood, T. (ed.). (2015). *Debating Cultural Hybridity: Multicultural Identities and the Politics of Anti-racism*. London: Zed Books.
- White, D.S., Le Cornu, A. (2011). Visitors and Residents: A new typology for on-line engagement. *First Monday*, 16(9). DOI:10.5210/fm.v16i9.3171.
- Whiteman, N. (2012). *Undoing Ethics. Rethinking Practice in On-line Research*. New York – Dortrecht – Heidelberg – London: Springer.
- Whyte, W.F. (2012). *Street Corner Society; The Social Structure of an Italian Slum*. Chicago: University of Chicago Press.
- Whyte, W.F., Whyte, K.K. (1984). *Learning from the Field: A Guide from Experience*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Wiggins, B.E., Bowers, G.B. (2015). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886–1906.
- Williams, M. (2007). Avatar watching: Participant observation in graphical on-line environments. *Qualitative Research*, 7(1), 5–24.
- Williams, M.L., Burnap, P., Sloan, L. (2017). Towards an ethical framework for publishing Twitter data in social research: Taking into account users’ views, on-line context and algorithmic estimation. *Sociology*, 51(6), 1149–1168.
- Willis, P. (2013). *The Ethnographic Imagination*. New York: John Wiley & Sons.
- Wit, J.B. de, Das, E., Vet, R. (2008). What works best: Objective statistics or a personal testimonial? An assessment of the persuasive effects of different types of message evidence on risk perception. *Health Psychology*, 27(1), 110–115.

- Wittel, A. (2013). Counter-commodification: The economy of contribution in the digital commons. *Culture and Organization*, 19(4), 314–331.
- Wojciechowski, A. (2004). Rozległość kontaktów i siła wzajemnej pomocy w sieci powiązań społecznych. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(17), 75–87.
- Wojtala, M. (2018). Internet jako medium dla propagandy. *Młoda Humanistyka*, 11(1). Pobrane z: <http://www.humanistyka.com/index.php/MH/article/view/138>.
- Wolf, D.R. (1991). *The Rebels: A brotherhood of Outlaw Bikers*. Toronto: University of Toronto Press.
- Wolf, M. (1992). *A Thrice-told Tale: Feminism, Postmodernism, and Ethnographic Responsibility*. Stanford: Stanford University Press.
- Wolfendale, J. (2007). My avatar, my self: Virtual harm and attachment. *Ethics and Information Technology*, 9, 111–119.
- Wood, M. (1994). *Radical Satire and Print Culture, 1790–1822*. Oxford: Oxford University Press.
- Wooldridge, T. (2014). The enigma of Ana: A psychoanalytic exploration of pro-anorexia Internet forums. *Journal of Infant, Child, and Adolescent Psychotherapy*, 13(3), 202–216.
- Woolgar, S. (1991). The turn to technology in social studies of science. *Science, Technology, & Human Values*, 16(1), 20–50.
- Woźniak, A. (2016). Dyskurs wegański i wegetariański a szowinizm gatunkowy w memach internetowych. *Zoophilologica. Polish Journal of Animal Studies*, 14(2), 151–164.
- Wójcik, S. (2013). Korzystanie z internetu przez polską młodzież – studium metodą teorii ugruntowanej. *Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 12(1), 13–33.
- Wu, S., Ward, J. (2018). The mediation of gay men's lives: A review on gay dating app studies. *Sociology Compass*, 12(2), e12560.
- Yang, Y.T., Delamater, P.L., Leslie, T.F., Mello, M.M. (2016). Sociodemographic predictors of vaccination exemptions on the basis of personal belief in California. *American Journal of Public Health*, 106(1), 172–177.
- Yeritsian, G. (2017). 'Capitalism 2.0': Web 2.0 manifestoes and the new spirit of capitalism. *Critical Sociology*, 44(4-5), 703–717.
- Youyou, W., Kosinski, M., Stillwell, D. (2015). Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(4), 1036–1040.
- Zannettou, S., Caulfield, T., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Sirivianos, M., Stringhini, G., Suarez-Tangil, G. (2018). On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities. *arXiv preprint*, (arXiv:1805.12512).

- Zaród, M. (2015). Działanie, doświadczenie, wiedza. Wokół prac Harry'ego Collinsa. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 11(4), 192–206.
- Zaród, M. (2017). Hakerzy i kolektywy hakerskie w Polsce. Od operacjonalizacji do laboratoriów i stref wymiany. *Studia Socjologiczne*, 334(1), 225–253.
- Zarycki, T. (2006). Społeczne konsekwencje rozwoju internetu – rewolucja czy reprodukcja struktur społecznych? W: D. Batorski, M. Marody, A.W. Nowak (ed.). *Społeczna przestrzeń Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Academica.
- Zhang, P., Li, M., Gao, L., Fan, Y., Di, Z. (2014). Characterizing and modeling the dynamics of activity and popularity. *PLoS ONE*, 9(2), e89192.
- Zimmer, M. (2010). 'But the data is already public': On the ethics of research in Facebook. *Ethics and Information Technology*, 12, 313–325.
- Zimmer, M. (2018). Addressing conceptual gaps in Big Data research ethics: An application of contextual integrity. *Social Media+ Society*, 4(2). DOI: org/10.1177/2056305118768300.
- Zittrain, J. (2008). *The Future of the Internet And How to Stop It*. New Haven: Yale University Press.
- Zook, M., Barocas, S., Crawford, K., Keller, E., Gangadharan, S.P., Goodman, A., Hollander, R., Koenig, B.A., Metcalf, J., Narayanan, A. (2017). Ten simple rules for responsible big data research. *PLoS computational biology*, 13(3), e1005399.
- Zuber, S., Reed, A.M. (1993). The politics of grammar handbooks: Generic he and singular they. *College English*, 55(5), 515–530.
- Zukerfeld, M. (2017). The tale of the snake and the elephant: Intellectual property expansion under informational capitalism. *The Information Society*, 33(5), 243–260.
- Zukin, S., Papadantonakis, M. (2017). Hackathons as co-optation ritual: Socializing workers and institutionalizing innovation in the 'new' economy. W: A.L. Kalleberg, S.P. Vallas (ed.). *Precarious Work*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Żulicki, R. (2017). Potencjał Big Data w badaniach społecznych. *Studia Socjologiczne*, 3(226), 175–207.

Indeks nazwisk

- Aceves, P. – 78
Adamic, F.A.L. – 51, 52
Adams, J. – 54, 118
Adams, J.M. – 136
Adler, P.A. – 144
Afeltowicz, Ł. – 13, 45
Agamben, G. – 131
Agar, M. – 99, 135
Aibar, E. – 30
Aiden, E.L. – 75
Aigrain, Ph. – 36
Albert, R. – 51
Alderson, P. – 144
Allen, D. – 103
Alles, M. – 42
Aloisi, A. – 35
Al-Saggaf, Y. – 118
Alvesson, M. – 102
Ana, M. – 26
Ananny, M. – 131
Andalibi, N. – 60, 147
Anderson, K.V. – 138
Andrade, J.G. – 28
Andrews, S. – 28
Andriani, P. – 50
Anthony, D. – 152
Aragona, B. – 69
Aro, J. – 67, 123
Arroyo, J. – 91
Artemesia, C. – 102, 109
Arvidsson, A. – 37
Asongu, S.A. – 19
Atkinson, P.A. – 42, 94, 98, 116
Attwood-Charles, W. – 34
Augé, M. – 131
Austen, K. – 156
Avery, E.N. – 21
Axelsson, A.S. – 102, 108
Azzellini, D. – 33
Babones, S. – 41
Bachtin, M. – 121, 135
Baćak, V. – 60
Bagger, K. – 104
Bainbridge, W.S. – 11
Baker, L.M. – 13
Baker, R. – 71
Bal, K. – 24
Banasik, N. zob. Banasik-Jemielniak, N.
Banasik-Jemielniak, N. – 54, 132
Band, J. – 33
Banet-Weiser, S. – 124
Barab, S. – 124
Barabási, A.L. – 39, 51
Barcellini, F. – 63
Bar-Lev, S. – 124
Barratt, M.J. – 118, 151
Barnet, J. – 90
Barthes, R. – 121
Bassett, E.H. – 150
Batorski, D. – 26, 62

- Bauman, Z. – 11, 19, 20, 76
Bauwens, M. – 29, 31, 36
Baym, N. – 147
Beaulieu, A. – 93
Bechkoff, J. – 107, 108
Beck, U. – 19
Beckman, S.C. – 150
Begley, T. – 25
Beigel, F. – 23
Bellotti, E. – 62
Bellotti, V. – 40, 109
Belzunegui, A. – 124
Bendix, E.H. – 12
Bendix, R. – 107
Benigni, M. – 60
Benkler, Y. – 32–34, 127, 128
Bennett, A. – 128
Bennett, W.L. – 132
Benton, G. – 134
Beresford, A.R. – 152
Berg, M. – 23
Berger, P.L. – 99
Berger, R.J. – 121
Berghel, H. – 28
Bergquist, M. – 32
Berkowitz, S.D. – 62
Berman, F. – 168
Bethlehem, J. – 71
Beverungen, A. – 27
Biddle, S. – 148, 149
Bielecka-Prus, J. – 116
Bierówka, J. – 27
Biggs, M. – 50
Bijker, W.E. – 24
Bińczyk, E. – 13
Bjerrekær, J.D. – 58
Blackhart, G. – 21
Blair, A.N. – 117
Blinka, L. – 18
Blok, A. – 40, 42
Blondheim, M. – 134
Bode, L. – 154
Boellstorff, T. – 128
Bohdanova, T. – 131
Boje, D.M. – 120
Bok, D.C. – 24
Bolding, G. – 118
Bollen, J. – 70
Bond, R.M. – 69
Bonneau, C. – 42
Borgatti, S.P. – 61, 62
Bornakke, T. – 42
Botsman, R. – 34
Bouwman, M.G. – 25
Bowers, G.B. – 136
Bowman, D.M. – 28
Boxman Shabtai, L. – 138
boyd, D. – 52, 129, 153, 154, 157
Brabham, D.C. – 127
Brake, D.R. – 136
Brannen, J. – 39
Bratich, J. – 137
Brickell C. – 17
Brickhouse, N.W. – 30
Brooker, P. – 90
Broome, K. – 107
Brosnan, C. – 25
Brown B.B. – 18
Brown, D.H. – 119
Browning, C. – 29
Brückner, H. – 54
Bruno, A. – 126, 130, 131
Bryda, G. – 78
Bryman, A. – 38
Buchanan D.R. – 38
Buchanan, E.A. – 96
Buckels, E.E. – 124
Burgess, J.E. – 131
Burke, M. – 67
Burkhardt, J.M. – 63

- Burnap, P. – 154
 Burrell, J. – 107
 Burroughs, R. – 137
 Burrows, R. – 11, 25, 69
 Burszta, W.J. – 104
 Byczkowska, D. – 94

 Callegaro, M. – 71
 Camargo, K. Jr – 29
 Campbell, J. – 12
 Campos-Castillo, C. – 152
 Cantón, J. – 100
 Carley, K.M. – 60, 67
 Carroll, M.W. – 130
 Carter Olson, C. – 125
 Carvalho Nascimento, E.C. – 22
 Castells, M. – 19, 130, 131
 Caughlin, J.P. – 22
 Cavallo, A. – 80
 Cebrian, M. – 44
 Cetto, A.M. – 23
 Chambers, D. – 18
 Charmaz, K. – 94, 100
 Chatman, C.J. – 28
 Chaudhry, I. – 148
 Chayko, M. – 18, 61
 Cheal, D. – 32
 Chee, T.S. – 118
 Cheliotis, G. – 129
 Chełkowski, T. – 33, 65, 66, 168
 Cheok, A.D. – 22
 Chess, S. – 123
 Cheung, C.C. – 28
 Chisholm, J.F. – 149
 Chmielewska-Szljajfer, H. – 17, 70,
 168
 Cho, H. – 72, 155
 Chomczyński, P. – 94
 Christensen, C. – 131, 132
 Chrostowski, A. – 100, 104

 Churchill, B. – 22
 Chused, R.H. – 129
 Ciabrone, D. – 21
 Ciechanowski, L. – 45
 Ciesielska, M. – 93
 Clark, E.M. – 103
 Claxton, R. – 67
 Clayton, R.N. – 152
 Cleary, A. – 73
 Clerke, T. – 110
 Clifford, J. – 98, 99
 Cockayne, D. – 21
 Coffey, A. – 98
 Coleman, E.G. – 128, 131, 137, 138
 Coles, B.A. – 126
 Colleoni, E. – 37
 Compton, R. – 103
 Cook, C. – 118
 Cook, J. – 123
 Cook, K.S. – 29, 116
 Cornish, F. – 100
 Corrales-García, E.M. – 28
 Couldry, N. – 19
 Couper, M.P. – 71
 Cox, W. – 124
 Crain-Dorough, M. – 96
 Crawford, K. – 52
 Cress, U. – 27
 Creswell, J.W. – 93
 Cribbin, T. – 90
 Cui, Y. – 107, 108
 Curran, J. – 38
 Czarniawska, B. zob. Czarniawska-
 -Joerges, B.
 Czarniawska-Joerges, B., – 39, 99,
 121

 d'Ancona, M. – 29, 123
 Dagher, Z.R. – 30
 Dahlander, L. – 128

- Dahlberg, L. – 131
 Dale, J. – 45
 Danforth, C.M. – 78, 103
 Das, E. – 121
 Dashow, E.M. – 116
 Davies, C.A. – 106
 Davies, H. – 48
 Davis, C. – 67
 Davis, M. – 118
 Davis, T. – 17
 Davison, P. – 136, 142
 Dawkins, R. – 136
 De Meo, P. – 61
 Deakin, H. – 119
 Delamater, P.L. – 28
 Delamont, S. – 98, 116
 Delgado-López, P.D. – 28
 Denzin, N.K. – 101, 104
 Derbyshire, S. – 30
 Derra, A. – 13
 DeSousa, M.A. – 133
 Détienne, F. – 63
 Dew, K. – 21
 Di, Z. – 51
 Diakopoulos, N. – 102
 Dickins, M. – 29
 Diesner, J. – 67
 DiGrazia, J. – 70
 Dijck, J. van – 35, 51, 128, 131
 Dirksen, V. – 95
 Dodds, P.S. – 78, 103
 Domene, J.F. – 117
 Domínguez Figaredo, D. – 95
 Dougherty, B.K. – 132
 Drumm-Hewitt, A.M. – 116
 Ducheneaut, N. – 40, 109
 Due, B.L. – 42
 Dueñas, D. – 124
 Duhigg, C. – 48
 Dusi, D. – 127
 Dutton, W.H. – 71, 150, 160
 Dynel, M. – 125
 Eagle, N. – 67
 Eastwick, P.W. – 58
 Eastwood, H. – 27
 Ecker, U.K.H. – 123
 Edmans, A. – 50
 Edwards, W. – 74
 Einwächter, S.G. – 129
 Eisenhardt, K.M. – 113
 Elford, J. – 118
 Elliott, J. – 122
 Ellis, D.A. – 28
 Emerson, R.M. – 13, 102
 Emke, I. – 26
 English-Lueck, J. – 105
 Epema, D. – 127
 Erickson, T. – 122
 Erikson, E. – 63
 Erjavec, K. – 149
 Escobedo-Land, A. – 58
 Evans, J.A. – 78
 Faasse, K. – 28
 Fan, Y. – 51
 Faraj, S. – 51
 Farquharson, K. – 20
 Farrell, H. – 52
 Feinberg, R. – 100
 Feldman, S. – 29
 Feliciano, C. – 68
 Ferrara, E. – 61, 67
 Fetterman, D.M. – 101
 Fielding, N.G. – 29
 Fiesler, C. – 58, 60, 147
 Filiciak, M. – 41, 127
 Filipiak, M. – 14
 Fine, G.A. – 110
 Finkel, E.J. – 58

- Finn, M. – 33
Fischer, C.S. – 73
Fischer, F. – 24
Fisher, E. – 28
Fiumara, G. – 61
Flammini, A. – 67
Fleming, P. – 134
Fletcher, G. – 12
Flick, U. – 94
Fligstein, N. – 7
Floridi, L. – 21
Flyvbjerg, B. – 113
Fotaki, M. – 29
Foucault, M. – 76, 122
Fownes, J.R. – 122
Frade, C. – 40
Frank, R. – 130
Frantz, T.L. – 67
Frederiksen, L. – 128
Freeman, R.B. – 8
Frenken, K. – 34
Fretz, R.I. – 13, 102
Freund, K. – 129
Friedman, L. – 133
Frysztacki, K. – 19
Fu, Q. – 60
Fuchs, C. – 37
- Gabaix, X. – 50
Gabriel, Y. – 121
Gaffney, D. – 131
Gaggiotti, H. – 97
Gajjala, R. – 95, 97
Gal, N. – 142
Galbraith, R.A. – 103
Gao, L. – 51
Garbacki, P. – 127
Garcia, A.C. – 107, 108
Garcia, J.L. – 137
García-Gavilanes, R. – 21
Garcia-Herranz, M. – 44
Gatson, S.N. – 104
Gatzidis, C. – 128
Geertz, C. – 98, 104
Gerafi, J. – 33
Gerber, L. – 16
Gerbing, K.K. – 27
Gerstl-Pepin, C.I. – 99, 100
Giddens, A. – 19
Giles, J. – 64
Gillespie, A. – 100
Gillespie, T. – 126
Ginsberg, J. – 57
Gintrowski, P. – 89
Giorgino, V.M.B. – 45
Giroux, H.A. – 24
Given, J. – 121
Giza-Poleszczuk, A. – 18
Gloor, P.A. – 45, 65, 66, 68
Goffman, A. – 41
Goffman, E. – 76, 152
Goldberg, A. – 80
Golden-Biddle, K. – 99
Golder, S.A. – 44, 102
Golka, M. – 14
González Santos, J.L. – 100
Gonzalez-Rivero, J. – 129
Gopikrishnan, P. – 50
Gorman, G.E. – 23
Goulden, M. – 41
Graeff, E. – 131, 168
Graepel, Th. – 45, 46
Granger, B.I. – 132
Granovetter, M.S. – 60
Grant, R. – 29
Gray, G. – 30
Greenhill, A. – 12
Greenwood, D.J. – 7, 23, 100
Gresham, Th. – 127
Griffiths, M.D. – 18

- Gross, M.A. – 23
 Guédon, J.C. – 23
 Guitton, M.J. – 96
 Gunraj, D.N. – 116
 Gunzenhauser, M.G. – 99
 Guo, X. – 60
 Guzman, R. – 25

 Hadley, G. – 23
 Haggart, B. – 34
 Halavais, A. – 41
 Halford, S. – 41
 Halgin, D.S. – 61, 62
 Hammersley, M. – 38, 94, 98
 Hance, M.A. – 21
 Hancock, R. – 96
 Haraway, D. – 100
 Hargittai, E. – 51
 Härmä, V. – 107
 Harper, R. – 97
 Harris, E.A. – 29
 Hart, A. – 26
 Hart, G. – 118
 Hassan, S. – 91
 Hassard, J. – 113
 Hawi, N.S. – 16
 Hayes, D. – 23
 Helberger, N. – 127
 Hendriks, R. – 24
 Henwood, F. – 26
 Hergueux, J. – 69
 Herring, S.C. – 124, 161
 Hetcher, S.A. – 129
 Hewson, C. – 118
 Highfield, T. – 131
 Hill, B.M. – 112, 129
 Hill, K. – 48
 Hillygus, D.S. – 16
 Hine, Ch. – 12, 95, 98
 Hinton-Smith, T. – 107

 Hippel, E. von – 31
 Hobbs, M. – 16
 Hogler, R. – 23
 Holmes, J.H. – 27
 Holmes, K. – 17
 Höpfl, H. – 135
 Hopwood, N. – 110
 Horne, C. – 152
 Hornsey, M.J. – 29
 Horolets, A. – 159
 Hsu, W.F. – 42
 Huang, G.C. – 19
 Huberman, B.A. – 51
 Huc-Hepher, S. – 42
 Huizing, A. – 95
 Humphreys, L. – 18
 Hunter, C. – 134
 Hupa, A. – 62
 Hutchings, A. – 152
 Hynes, M. – 12, 35
 Ihm, J. – 18

 Ingold, T. – 101
 Ioannidis, J.P.A. – 58
 Israel, B.A. – 25

 Jablonski, M. – 34
 Jacquemet, N. – 69
 Jane, E.A. – 124
 Janesick, V.J. – 45
 Jankowski, N.W. – 69
 Jarrett, K. – 17
 Jasanoff, S. – 13
 Jean, N. – 60
 Jebb, A.T. – 67
 Jemielniak, D. – 7–10, 13, 20, 23, 24,
 30–32, 34, 36, 37, 53, 65, 66,
 93–95, 100, 101, 104–107,
 111, 112, 114–116, 126, 133,
 134, 152

- Jemielniak, J. – 152
Jeong, H. – 39, 51
Jeran, A. – 12
Jiang, Y. – 17
Jick, T.D. – 38
Jinasena, S. – 16
Jobs, S. – 137
Job-Sluder, K. – 124
John, N.A. – 36
Johnson, S.L. – 51
Joinson, A. – 28
Jones, C.A. – 103
Jones, M.L. – 154
Jordan, T. – 131
Joseph, K. – 60
Julien, C. – 26
Jung Herr, A. – 70
Jurgens, D. – 103
Jürgens, P. – 70
Jurgenson, N. – 128
Juza, M. – 33
- Kacperczyk, A. – 94, 104
Kaczmarek, J. – 89
Kahn, W.A. – 134
Kamińska, M. – 27, 40, 104, 135,
136, 143, 168
Kampf, Z. – 142
Karney, B.R. – 58
Karunanayaka, K. – 22
Kata, A. – 28
Katz, Y. – 137
Kaufmann, K. – 19
Kazmer, M.M. – 117
Kaźmierska, K. – 120
Kearney, B. – 73
Keen, A. – 127
Kelemen, M. – 113
Kelty, C.M. – 128
Kempny, M. – 13
- Kennedy, E.H. – 60
Kennedy, R. – 57
Khan, S. – 117
Khondker, H.H. – 131
Khoo, C.S.G. – 45
Kidd, D. – 61
Kim, A.Y. – 58
Kimmerle, J. – 27
King, C. – 25
King, G. – 57
Kirby, E. – 25
Kirkegaard, E.O. – 58
Klein, N. – 35
Klichowski, M. – 20
Klin, C.M. – 116
Klumbyte, N. – 132
Kłoskowska, A. – 14
Knobel, M. – 136
Knott, S. – 128
Kobus, M. – 32, 126
Kociatkiewicz, J. – 7
Komorowska, B. – 94
Konecki, K.T. – 41, 42, 93, 94, 104,
142, 168
Konieczny, P. – 30, 112
Konstan, J.A. – 74
Kopernik, M. – 127
Kosiński, M. – 45–48
Kosseff, J. – 124
Kostakis, V. – 36
Kostera, M. – 97, 107
Kovačič, M.P. – 149
Kozinets, R.V. – 95
Kozioł-Chrzanowska, E. – 137
Koźmiński, A.K. – 7, 105
Krahn, A.D. – 28
Kraut, R. – 67
Krauze-Sikorska, H. – 20
Kreiss, D. – 33, 70
Krempowych, Y. – 168

- Kreuz, R.J. – 117
 Kristofferson, K. – 132
 Krogh, G. von – 31
 Krosnick, J.A. – 71
 Krugman, P. – 142
 Krzysztofek, K. – 20, 40, 41, 45, 168
 Krzyworzeka, P. – 97, 168
 Kubiński, G. – 131
 Kuczynski, K. – 25
 Kudaravalli, S. – 51
 Kuligowski, W. – 104
 Kunda, G. – 134
 Kuss, D.J. – 18
 Kuwabara, K. – 26
 Kyle, D. – 45

 Labaree, R.V. – 106
 Lageson, S.F. – 154
 Laidlaw, E.B. – 148, 149
 Lakhani, K. – 128
 Land, K.C. – 60
 Lange, A.C. – 27
 Langer, R. – 150
 Lankshear, C. – 136
 Lantz, P.M. – 25
 LaPoe, V. – 125
 LaRose, R. – 72, 73, 155
 Lassiter, L.E. – 100
 Latour, B. – 13, 53, 101
 Latusek, D. – 105, 116
 Latzko-Toth, G. – 42
 Lavrakas, P.J. – 71
 Law, J. – 144
 Lazer, D. – 40, 45, 57, 67
 Le Cornu, A. – 105
 Leach, E. – 104
 Leadbeater, C. – 131
 Leander, K.M. – 95
 Leetaru, K. – 78
 Leibing, A. – 106

 Lento, T. – 52
 Leshinsky, R. – 35
 Leslie, T.F. – 28
 Lessig, L. – 128, 130
 Leszczynski, A. – 21
 Letts IV, W.J. – 30
 Leurdijk, A. – 127
 Levy, D. – 22
 Levy, H. – 136, 138
 Lévy, P. – 19
 Lewandowsky, S. – 123
 Lewis, K. – 80
 Li, M. – 51
 Lichterman, P. – 99
 Light, D.W. – 30
 Lincoln, Y.S. – 101
 Linthorst, G.F. – 25
 Lis, A. – 24
 Ljungberg, J. – 32
 Llorente, A. – 44
 Lo Iacono, V. – 119
 Lobo, L. – 104
 Locke, K.D. – 99
 Lockie, S. – 123
 Lofland, J. – 98
 Lofland, L. – 98
 Lokot, T. – 102
 Lotan, G. – 131
 Love, T.P. – 124
 Low, J.O. – 97
 Luckman, T. – 99
 Lumsden, K. – 125
 Lupton, D. – 26, 97, 156
 Lyall, B. – 45
 Lynch O.H. – 135
 Lynch, A.M. – 25

 Maanen, J. van – 104
 MacIntyre, A.C. – 121
 Mackeogh, C. – 124

- Macy, M.W. – 44, 67, 102
Madden, R. – 100
Maddox, A. – 118, 151
Maeder, C. – 39
Magnuski, M. – 45
Mahomet – 133
Malik, M.M. – 168
Mallinson, C. – 12
Malta, S. – 20
Marcus, G.E. – 98, 99, 109
Margolin, D.B. – 122
Markham, A. – 96, 147
Markle, G.F. – 13
Marody, M. – 18
Marres, N. – 80
Marsh, J. – 19
Martin, L.R. – 28
Martini, N. – 78
Maruna, S. – 154
Marx, G.T. – 152
Maryanski, A. – 60
Mason, J. – 39
Mason, M. – 31
Massanari, A.L. – 140
Masukume G. – 24
Mattson, G. – 78
Maturo, A. – 156
Mauss, M. – 32
McCarthy, M.T. – 40, 52
McClellan, S. – 26
McDonald, K. – 120
McFarland, D.A. – 80
McIntosh, K. – 61
McKelvey, B. – 50
McKelvey, K. – 70
McKim, K.K. – 95
McLean, A. – 106
Meder, T. – 123
Medhurst, M.J. – 133
Meho, L.T. – 118
Mejias, U. – 132
Mello, M.M. – 28
Menczer, F. – 67
Mendes Diz, A.M. – 26
Meyer, J.W. – 63
Miah, A. – 45
Michel, J.B. – 74, 75
Mikołajewska-Zajac, K. – 31, 33
Milan, S. – 130, 138
Milgram, S. – 30, 144
Miller, D. – 12, 95
Miller, P. – 105
Millette, M. – 42
Millington, B. – 41
Milner, R.M. – 137, 140
Miltner, K.M. – 124
Mitchell, R.G. – 100
Mizruchi, M.S. – 62
Mod, G.B. – 22
Modood, T. – 138
Moloney, M.E. – 124
Monroy-Hernández, A. – 129
Montgomery, J.D. – 60
Moore, R. – 26
Mora, E. – 62
Moretti, V. – 156
Morgan, H. – 125
Mori, L. – 156
Moro, E. – 44
Morozov, E. – 132
Morrow, V. – 144
Mouffe, C. – 131, 133
Munck, S. de – 127
Murray, C.D. – 157
Murthy, D. – 96
Mustonen, V. – 45
Na, J.C. – 45
Nadai, E. – 39
Nagle, A. – 137

- Nakayama, T.K. – 147
 Narayan, K. – 104
 Narli, N. – 19
 Néda, Z. – 39
 Nettleton, S. – 25
 Neville, S. – 118
 Newett, L. – 22
 Newman, M. – 39
 Newsrom, E. – 123
 Ng, P. – 52
 Nicholl, H. – 25
 Nicholson, B. – 78
 Nie, N.H. – 16
 Nieborg, D. – 51
 Nissenbaum, H. – 127
 Nixon, A. – 17
 Nkomo, S.M. – 23
 Nocera, J.L.A. – 98
 Norlock, K.J. – 149
 Nowak, A.W. – 24, 30
 Nowicka, E. – 13

 O'Connor, B. – 124
 O'Hara, K. – 123
 O'Malley, L. – 25
 O'Neal Sh. – 46
 O'Riordan, K. – 150
 Obama, B. – 142
 Occhiuto, N. – 63
 Oescher, J. – 96
 Olechnicki, K. – 96
 Oles, T.P. – 121
 Olguín, D.O. – 68
 Olssen, M. – 23
 Ong, W.J. – 108
 Oring, E. – 134
 Ortiz, D.G. – 61
 Ostertag, S.F. – 61
 Owen, S. – 16
 Özbilgin, M. – 23

 Paccagnella, L. – 97
 Panfil, V.R. – 44
 Pantzar, M. – 45
 Papadantonakis, M. – 119
 Pareto, V. – 50
 Parton, B. – 96
 Pasquale, F. – 35
 Pastor, I. – 124
 Pastrana Portillo, S. – 152
 Pater, J. – 60, 147
 Patrizio, K. – 100
 Paulhus, D.L. – 124
 Payne, G. – 94
 Pazaitis, A. – 36
 Pearce, C. – 102, 109
 Pearce, I. – 131
 Pechenick, E.A. – 78
 Pedersen, M.A. – 40
 Pelosa, J. – 132
 Pendry, L.F. – 16
 Penner, L. – 26
 Pentland, A.S. – 67
 Peterson, J.C. – 13
 Petracci, M. – 26
 Pettigrew, A.M. – 113
 Pędzich, W. – 54
 Phua, V. – 21
 Pietrowiak, K. – 101
 Pietrowicz, K. – 45
 Pinch, T. – 13
 Ping, L.C. – 118
 Pipler, T. – 150, 160
 Piwek, L. – 28
 Plerou, V. – 50
 Podsiadło, K. – 132
 Poell, T. – 35
 Pole A. – 47
 Pontón, P. – 124
 Posegga, O. – 70
 Possamai-Inesedy, A. – 17

- Postuła, A. – 134
 Poth, C.N. – 93
 Pouwelse, J.A. – 127
 Pragnell, C. – 128
 Preda, A. – 13
 Prensky, M. – 105
 Priedhorsky, R. – 51
 Prior, L. – 25
 Provetti, A. – 61
 Prus, R.C. – 93
 Przegalińska, A. zob. Przegalińska, A.
 Przegalińska, A. – 13, 14, 31, 34, 36,
 37, 45, 133, 156, 168
 Purdam, K. – 155
 Putnam, L.L. – 23

 Qazi, W. – 16
 Quinney, R. – 121

 Raburski, T. – 20
 Radford, J. – 40
 Rainie, L. – 17, 18
 Randall, D. – 97
 Ravasz, E. – 39
 Raymond, E.S. – 31
 Raza, S.A. – 16
 Razaghpanah, A. – 162
 Reagle, J.M. – 112
 Reed, A.M. – 12
 Reed, W.J. – 50
 Reich, J.A. – 28
 Reis, H.T. – 58
 Reisdorf, B.C. – 71
 Rheingold, H. – 13, 104
 Rich, E. – 45
 Rieder, B. – 89
 Rijt, A. van de – 78
 Rintel, S. – 142
 Riordan, M.A. – 116, 117
 Ritzer, G. – 24, 128

 Robards, B. – 22, 45
 Robnett, B. – 68
 Robson, C. – 104
 Rodak, O. – 31, 33, 90
 Rogers, R. – 34, 58
 Rojas, F. – 70
 Romer, P.M. – 33
 Ronson, J. – 149
 Rorty, R. – 12
 Rosenberg, A. – 154
 Ross, M.W. – 74
 Rosser, B.R. – 74
 Rouncefield, M. – 97
 Rowan, B. – 63
 Rowley, J. – 29
 Ruckenstein, M. – 45
 Ruhleder, K. – 98
 Rullani, F. – 128
 Rusu, O.A. – 29
 Rutter, J. – 107
 Rybas, N. – 95, 97
 Ryle, G. – 99

 Sacco, J. – 147–149
 Sade-Beck, L. – 96
 Sadilek, A. – 57
 Sakowski, Ł. – 28
 Salmons, J. – 117
 Salvatore, J. – 16
 Samaha, M. – 16
 Sánchez Antelo, V.I.M. – 26
 Sangster, A. – 23
 Sanjek, R. – 102
 Sarkar, I.N. – 27
 Sarker, S. – 93
 Savage, M. – 11, 41, 69
 Sbaffi, L. – 29
 Scanlan, T.J. – 63
 Schaffer, R. – 25
 Schatz, L. – 35

- Scheckler, R. – 124
 Schneier, B. – 162
 Schoen, H. – 70
 Schonlau, M. – 71
 Schor, J.B. – 34
 Schroeder, R. – 69, 102, 108
 Schubert, A. – 39
 Schwarz, P.K.N. – 26
 Scott, J.W. – 116
 Scott, S. – 107
 Seeber, B. – 23
 Segerberg, A. – 132
 Selm, M. van – 69
 Serrano, A. – 91
 Shalizi, C.R. – 61
 Shapka, J.D. – 117
 Sharabi, L.L. – 22
 Sharma, V. – 27
 Shaw, A. – 112
 Shaw, L.L. – 13, 102
 Sheeler, K.H. – 138
 Sherr, L. – 118
 Shifman, L. – 134, 136–139, 142
 Shipman, H.L. – 30
 Shirky, C. – 126
 Shor, E. – 78
 Silva, E. da – 22, 137
 Simoff, S.J. – 39
 Simon Rosser, B.R. – 74
 Simon, F.M. – 129
 Sips, H. – 127
 Siqueira-Batista, R. – 22
 Sismondo, S. – 13
 Sixsmith, J. – 157
 Skiena, S. – 78
 Skinner, D. – 25
 Sköldberg, K. – 102
 Skoric, M.M. – 132
 Slane, A. – 154
 Slater, D. – 12, 95
 Slater, M. – 144
 Sloan, L. – 154
 Smahel, D. – 18
 Smit, B. – 95
 Smith, G. – 107
 Smith, J. – 26
 Smith, N. – 27
 Snowden, E. – 162
 Softley, D. – 25
 Sokolewicz, Z. – 13
 Solan-Schuppers, N. – 73
 Solove, D.J. – 149, 160
 Song, H. – 16
 Sparkes-Vian, C. – 123
 Spencer, R.W. – 51
 Sperschneider, W. – 104
 Spicer, A. – 134
 Spiller, K. – 156
 Spillman, L. – 38
 Sprecher, S. – 58
 Srnicek, N. – 35
 Stacey, J. – 28
 Stake, R.E. – 113
 Stallman, R. – 32
 Standlee, A.I. – 107, 108
 Stankiewicz, P. – 13
 Stanley, H.E. – 50
 Stanton, J. – 74
 Stasik, A.K. – 13, 24, 33, 133, 168
 Stearns, L.B. – 62
 Stebbins, R.A. – 38
 Steinberger, B.Z. – 35
 Steinmetz, K.F. – 128
 Stevens, D. – 123
 Stillwell, D. – 45, 46
 Stroud, S.R. – 124
 Strumińska-Kutra, M. – 100
 Sturges, P. – 133
 Sudweeks, F. – 39
 Sugihartati, R. – 129

- Sulek, A. – 74
Sulkowski, Ł. – 53
Surowiecki, J. – 126
Sutton, J. – 120
Sveningsson Elm, M. – 154, 155, 157
Swan, M. – 45, 156
Symonds, P. – 119
Szlendak, T. – 96
Szpunar, M. – 16, 40, 69
Sztompka, P. – 26, 27, 116, 127, 142
- Tay, L. – 67
Taycher, L. – 75
Taylor, J. – 131
Terranova, T. – 34
Teunissen, Q.G. – 25
Thelwall, M. – 90, 136, 138
Thet, T.T. – 45
Thiel, A. – 27
Thomas, A.C. – 61
Thomas, D.R. – 152
Thomas, J. – 145
Thomas, S. – 29
Tourish, D. – 23
Tousijn, W. – 26
Tracey, C. – 25
Trapnell, P.D. – 124
Travers, M. – 98
Trump, D. – 48
Tsai, H.S. – 73
Tsing, A.L. – 138
Tsvetkova, M. – 21
Turner, F. – 33
Turner, J.H. – 60
Tushman, M.L. – 63
- Umer, A. – 16
Underberg, N.M. – 96
Underwood, M. – 27
- Upadhyay, S.S.N. – 116
Urbańska, S. – 120
- Varnhagen, C.K. – 159
Varol, O. – 67
Vergeer, M. – 60
Vespignani, A. – 57
Vessuri, H. – 23
Vet, R. – 121
Vickery, J.R. – 142
Vicsek, T. – 39
Vigen, T. – 58
Virno, P. – 132, 141
Viruell-Fuentes, E. – 25
- Waal, M. de – 35
Wakefield, K. – 119
Wakeford, N. – 154
Walejko, G. – 51
Walker, A. – 44
Walker, N.A. – 134
Walsh, D. – 104
Walzer, S. – 121
Wang, Y. – 48
Ward, C. – 78
Ward, J. – 21
Warden, P. – 63, 64
Warner, W.L. – 97
Washburn, J. – 23
Watson, I. – 73
Watts, D.J. – 39
Weaver, S. – 133, 134
Weber S. – 33
Wei, W. – 60
Weick, K.E. – 99, 109
Wellman, B. – 17, 18, 40, 62
Weltevrede, E. – 80
Werbner, B. – 138
West, M. – 126
White, D.S. – 105

- White, K. – 132
 Whiteman, N. – 155
 Whitman, G. – 140
 Whyte, K.K. – 13
 Whyte, W.F. – 13, 96
 Wickes, R. – 27
 Wiggins, B.E. – 136
 Wijburg, F.A. – 25
 Wilamowski, M. – 24, 52, 53
 Williams, J.R. – 103
 Williams, M. – 13, 94, 108
 Williams, M.L. – 154
 Williamson, K. – 118
 Willis, P. – 41
 Willmott, H. – 23
 Wisniewski, P. – 60, 147
 Wit, J.B. de – 121
 Wittel, A. – 34
 Wojciechowski, A. – 62
 Wojtala, M. – 123
 Wolf, D.R. – 105
 Wolf, M. – 100, 109
 Wolf, R. – 128
 Wolfendale, J. – 103, 150
 Woo, S.E. – 67
 Wood, M. – 132
 Woodbury, N. – 28
 Woods, T.J. – 51
 Wooldridge, T. – 27
 Woolgar, S. – 13
 Woźniak, A. – 136
 Wójcik, S. – 94
 Wu, S. – 21
 Wyatt, S. – 26
 Wynyard, R. – 23
 Xiao, X. – 93
 Xie, M. – 117
 Yang, L.M. – 117
 Yang, Y.T. – 28
 Yasseri, T. – 21
 Yee, N. – 40, 109
 Yeritsian, G. – 127
 Youyou, W. – 46
 Yu, C. – 122
 Zannettou, S. – 139
 Zaród, M. – 13, 131
 Zarycki, T. – 27
 Zdziarski, M. – 62
 Zhang, P. – 51
 Zimbardo, Ph. – 144
 Zimmer, M. – 151, 155
 Zindato, D. – 69
 Zipf, E. – 50
 Zittrain, J. – 128
 Zook, M. – 21, 145
 Zorn, E. – 96
 Zuber, S. – 12
 Zukerfeld, M. – 34
 Zukin, S. – 119
 Zweerink, A. – 104
 Żulicki, R. – 40, 41