

Mirosław BĄK  
Uniwersytet Opolski  
Samodzielna Katedra Inżynierii Procesowej  
mirek@uni.opole.pl

## PROPAGOWANIE IDEI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W SERWISACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

**Streszczenie.** Problemy ekologiczne przekraczają granice polityczne, a wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju napotyka na bariery i jest kontestowane przez niektóre grupy społeczne. Dalsza realizacja w pełnym zakresie tej idei wymaga zatem głębokich przemian w społeczeństwie, poprzedzonych szerokimi konsultacjami społecznymi. W związku z tym tworzy się przestrzeń do edukacyjnych i promocyjnych działań na jej rzecz. Serwisy społecznościowe posiadają wielką i jeszcze nie w pełni docenianą siłę oddziaływania społecznego. Stosowane tam metody przekazu treści i sposoby argumentowania nie mieszczą się w klasycznych ramach. W prezentowanym artykule skupiono się na specyficze wykorzystania serwisów społecznościowych przy promowaniu zasad zrównoważonego rozwoju i kwestii z tym związanych.

**Słowa kluczowe:** rozwój zrównoważony, internetowe serwisy społecznościowe

## PROMOTING THE IDEA OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN SOCIAL NETWORKING SERVICES

**Abstract:** The environmental problems cross political boundaries and the objectives of environmental protection often evoke disputes and tension. The implementation of the principles of sustainable development encounters barriers and is contested by some social groups. Therefore, further realization of the idea of sustainable development in its full range requires profound changes in society, preceded by broad public consultation. Consequently, it creates a space for educational and promotional activities. Social networking services have a great and not fully appreciated impact on society. The methods of transferring information and the ways of arguing used by social networking services go beyond the traditional framework. This article focuses on the specific use of social networking in the implementation of the principles of sustainable development and related issues.

**Keywords:** sustainable development, social networking services information

## 1. Wprowadzenie

W potocznym rozumieniu zrównoważony rozwój jest podejściem do planowania, w którym próbuje się pogodzić wzrost gospodarczy z jednoczesnym zachowaniem zasobów i jakości środowiska naturalnego dla przyszłych pokoleń. Pojęcie to, pierwotnie związane z zarządzaniem niewielkimi ekosystemami, zostało w latach osiemdziesiątych ubiegłego stulecia rozszerzone przez zyskujące na politycznym znaczeniu ruchy ekologiczne do prób planowania wzrostu gospodarczego, z założeniem zachowania dla przyszłych generacji jakości środowiska naturalnego. Koncepcja ta znalazła odzwierciedlenie w pochodzącym z 1972 roku, a przygotowanym dla Klubu Rzymskiego, raporcie „Granice wzrostu”<sup>1</sup>, zawierającym prognozy dla ludzkości, wobec wzrostu populacji i wyczerpujących się zasobów naturalnych. Słowa „rozwój” i „zrównoważony” mają w odbiorze społecznym głównie pozytywne konotacje, szczególnie jeśli zestawić je z celami, takimi jak wyrównywanie szans, sprawiedliwa redystrybucja dóbr, przeciwdziałanie wykluczeniu i dyskryminacji oraz poprawa jakości życia obywateli. Dlatego idea ta stała się bardzo nośna, a wielu działaczy politycznych, społecznych i gospodarczych włączyło ją do swoich programów. Pojęcie zrównoważonego rozwoju stało się jednym z najmodniejszych określeń (ang. *buzzwords*) debat akademickich i medialnych. Zaowocowało to powstaniem i równoczesnym stosowaniem w zachodzących na siebie obszarach zbioru definicji tego pojęcia<sup>2</sup> oraz wieloma próbami usystematyzowania i doprecyzowania jego znaczeń<sup>3</sup>. Próby praktycznej realizacji idei zrównoważonego rozwoju oparte są zatem na wielu różnorodnych modelach oraz zawierają elementy antycypacji. Jak wiadomo, wieloparametryczne modele zjawisk przyrodniczych czy też ekonomicznych są bardzo złożone, a długoterminowe prognozy skupiające się na wielu współzależnych zasobach – bardzo zawodne. Istotne bariery we wdrażaniu tej popularnej idei wynikają jednak z faktu, że intensywnie zachodzące zmiany cywilizacyjne i spowodowane nimi problemy ekologiczne mają charakter globalny<sup>4</sup>.

Globalizacja jest wielowymiarowym procesem spowodowanym zasadniczo przez czynniki technologiczne, ekonomiczne, kulturowe oraz polityczne. Jest bezpośrednią konsekwencją szybko rosnącej międzynarodowej wymiany towarów i usług, zwiększonego przepływu kapitałów i siły roboczej oraz związanego z tym wszechobecnego transferu technologii, czego skutkiem są zmiany w skali ogólnoświatowej. Tym intensywnym procesom gospodarczym towarzyszy migracja ludności, ekspansja kultury uniwersalnej

---

<sup>1</sup> Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W. III: The Limits to Growth, [http://collections.dartmouth.edu/teitexts/meadows/diplomatic/meadows\\_ltg-diplomatic.html](http://collections.dartmouth.edu/teitexts/meadows/diplomatic/meadows_ltg-diplomatic.html), 20.01.2017.

<sup>2</sup> Papuziński A.: Filozoficzne aspekty zrównoważonego rozwoju – wprowadzenie. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 1, No. 2, 2006, s. 26.

<sup>3</sup> Papuziński A.: Aksjologia zrównoważonego rozwoju: próba typologizacji. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 8, No. 1, 2013, s. 5-25; Pawłowski A.: Rozwój zrównoważony – idea, filozofia, praktyka. Monografia, nr 51. Komitet Inżynierii Środowiska PAN, Lublin 2008.

<sup>4</sup> Pawłowski A.: Bariery we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego – spojrzenie ekofilozofa. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 2, No. 1, 2007.

i związane z nią przeobrażenia w sferze społecznej, kulturowej, ustrojowej i politycznej. Zmiany te idą w parze z wymianą informacji na niespotkaną wcześniej skalę oraz tworzą nowy układ relacji między państwami, narodami i ludźmi całego świata. Prowadzą one do redukcji przestrzeni społecznej, zanikania narodowego charakteru państw, wzrostu znaczenia organizacji ponadnarodowych, w tym korporacji i organizacji gospodarczych, wzrostu tempa interakcji społecznej i powszechnej standaryzacji. Procesy te są w naturalny sposób wzmocnione i zintensyfikowane przez rozwój nowoczesnych technologii teleinformatycznych.

Obok wielu pozytywnych zmian cywilizacyjnych i prorozwojowych procesy globalizacyjne powodują zjawiska niepożądane, takie jak na przykład te związane z nowymi, trudnymi do oszacowania formami ryzyka, zwiększonym bezrobociem, nierównościami społecznymi przejawiającymi się między innymi rozwarstwieniem dochodów, powszechnym, kontrolowanym psuciem jakości produktów w celu wymuszenia zwiększonego popytu, migracją ludności, a przede wszystkim w zakresie degradacji środowiska naturalnego. Towarzysząca intensywnemu rozwojowi produkcji przemysłowej industrializacja, związane z nią nadmierne zużywanie zasobów przyrody, destrukcyjne działanie i podporządkowanie środowiska naturalnego potrzebom technologii stały się głównymi czynnikami zagrożeń dla świata przyrody i żyjącego w ekosystemie człowieka. Próby przeciwstawienia się tym niekorzystnym tendencjom skutkowały powstaniem ruchów antyglobalizmu i alterglobalizmu. Idea zrównoważonego rozwoju często przedstawiana jest również jako alternatywa wobec narastających procesów globalizacyjnych<sup>5</sup>.

Potrzebę przeciwdziałania kryzysowi ekologicznemu, będącemu w znaczącej części wynikiem ekonomicznej globalizacji, mocno zaakcentowano w 1992 roku na odbywającej się pod patronatem ONZ konferencji, określanej „Szczytem Ziemi”, w Rio de Janeiro. W zaakceptowanym tam Globalnym Programie Działań (*Agenda 21*) znalazły się wytyczne dotyczące potrzeby rozwiązania globalnych problemów społecznych i ekonomicznych<sup>6</sup>. Wynegocjowany w 1997 roku, na jednej z wielu kolejnych konferencji, protokół z Kioto, uzupełnił przyjętą wcześniej w Rio de Janeiro „Ramową konwencję Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu”. Natomiast na konferencji w 2002 roku, która odbyła się w Johannesburgu, poruszono tematy związane z wpływami globalizacji, takie jak: równomierny podział korzyści, ograniczenie ubóstwa, nadmierna konsumpcja, zarządzanie zasobami międzynarodowymi oraz promocja zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji.

Pomimo że liczne międzynarodowe środowiskowe traktaty zostały zawarte, obowiązujące umowy pozostają trudne do osiągnięcia z różnych powodów. Globalizacja spowodowała powstanie nowego, skomplikowanego układu relacji między państwami, ich obywatelami, narodami i ponadnarodowymi korporacjami, przekraczającego granice polityczne. Podobnie

---

<sup>5</sup> Gawor L.: Antyglobalizm, alterglobalizm i filozofia zrównoważonego rozwoju jako globalizacyjne alternatywy. „Problemy Ekorozwoju”, Vol. 1, No. 1, 2006, s. 41-48.

<sup>6</sup> Globalny Program Działań Agenda 21, „Dokumenty końcowe Konferencji Narodów Zjednoczonych Środowisko i Rozwój”, Warszawa 1993.

problemy ekologiczne zwykle nie zamykają się w obszarach wyznaczonych przez granice polityczne. Traktaty i umowy międzynarodowe mogą być adresowane i skupiać się na współpracy licznych rządów, wśród których istnieje spora różnica zdań na temat ważnych celów polityki ochrony środowiska. Ponieważ podejmowane działania mające na celu rozwiązanie problemów ekologicznych zwykle powodują w krótkim okresie społeczne i gospodarcze napięcia lub wręcz przejściowe trudności gospodarcze, wiele krajów, szczególnie tzw. krajów rozwijających się, nie chce zawrzeć traktatów środowiskowych. Zastosowanie takich środków jak transfer technologii, współpraca finansowa, zróżnicowane harmonogramy wdrażania i zróżnicowane obowiązki ma na celu ominięcie tych barier. Należy przy tym zwrócić uwagę, że nawet po uzyskaniu konsensusu skuteczność działania rządów we wdrażaniu ustaleń, poparcie społeczne dla ich inicjatyw, konsekwencja w egzekwowaniu sankcji wobec dużych międzynarodowych korporacji zwykle są niewystarczające. Nacisk opinii publicznej, pomoc finansowa i udostępnienie nowoczesnych, efektywnych technologii może działać o wiele skuteczniej niż ewentualne zawarte w traktatach sankcje. Dlatego niezwykle ważne są programy edukacyjne, popularyzatorskie i wszelka działalność promocyjna. W 2002 roku Zgromadzenie Ogólne NZ ustanowiło lata 2005-2014 Dekadą Edukacji dla Zrównoważonego Rozwoju, nazywaną później także Dekadą Zmiany, której głównym celem było edukacyjne upowszechnienie idei zrównoważonego rozwoju ekologicznego, ekonomicznego i społecznego. Przemiany społeczne muszą uwzględniać jednak długoterminowy charakter działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i jako takie utrwalić się w społecznej świadomości oraz uzyskać trwałą społeczną akceptację. Powszechnie znane jest powiedzenie aktywisty ekologicznego, jednego z autorów „Program działań Agenda 21” Daniela Sitarza<sup>7</sup>: „Skuteczna realizacja Agendy 21 wymagać będzie głębokich przemian w społeczeństwie, jakich świat do tej pory nie doświadczył...”<sup>8</sup>.

## 2. Specyfika mediów społecznościowych

Jedną z najbardziej charakterystycznych cech mediów społecznościowych jest to, że dominującą rolę w ich tworzeniu odgrywają uczestnicy wykorzystujący nowe technologie teleinformatyczne, w wyniku czego powstaje specyficzna interakcja społeczna. Są one stosunkowo niedrogie i łatwo dostępne, przez co obszar ich oddziaływania jest bardzo rozległy.

---

<sup>7</sup> <http://gcrcep.com/uploads/3/8/6/9/3869231/agenda21.pdf>, 21.01.2017.

<sup>8</sup> Wersja oryginalna (ang.): Agenda 21 proposes an array of actions which are intended to be implemented by every person on Earth. Effective execution of Agenda 21 will require a profound reorientation of all human society, unlike anything the world has ever experienced – a major shift in the priorities of both governments and individuals and an unprecedented redeployment of human and financial resources.

Protoplastą współczesnych popularnych sieci społecznościowych jest zapoczątkowana w 1980 roku, pierwsza rozproszona sieć ARPANET<sup>9</sup>, usługa pozwalająca organizować grupy dyskusyjne Usenet<sup>10</sup>. Do liczącej zaledwie kilkadziesiąt węzłów sieci mogły stopniowo dołączać placówki edukacyjne, jeśli uzyskały odpowiednie rządowe fundusze. W tym czasie sieć oferowała niewielki zakres usług, a podstawowymi była poczta elektroniczna (*e-mail*), wymiana plików z użyciem protokołu FTP<sup>11</sup>, aplikacja Telnet, pozwalająca na zdalną pracę na odległych komputerach, oraz zorganizowane w hierarchiczną strukturę, tekstowe grupy dyskusyjne Usenet. Wydaje się, że to właśnie wtedy usługa Usenet i powstały nieco wcześniej modemy system BBS<sup>12</sup> oraz listy dyskusyjne zmieniły zasadniczo charakter sieci. Dzięki tym usługom „zwykli użytkownicy” o podobnych poglądach, skupieni na rozwiązaniu pokrewnych problemów, niekoniecznie połączonych z ich profesją, mogli wymieniać się informacjami i dzielić doświadczeniami.

Mimo spadku znaczenia, spowodowanego pojawieniem się wielu nowych narzędzi pełniących podobne funkcje, z usługą Usenet korzysta się również współcześnie, głównie dzięki cechom odróżniającym je od innych tego rodzaju usług. W usłudze tej mianowicie użytkownicy po zapisaniu się do interesującej ich grupy dyskusyjnej wysyłają do serwerów wiadomości nazywane postami. Serwery tej usługi (zwane hostami) spięte są w sieć P2P<sup>13</sup> i automatycznie wymieniają posty między sobą. W sieciach P2P wszystkie hosty pełnią równorzędną rolę w procesie wymiany danych i mogą jednocześnie pełnić rolę serwera i klienta usługi. Tym samym znaczenie instytucji i przedsiębiorstw w dystrybucji tej usługi nie jest tak duże, jak w sieciach o architekturze zcentralizowanej, typu klient-serwer. Usługa Usenet jest własnością publiczną, a jej powszechność zapewnia zasada, że każdy użytkownik może uczestniczyć w dowolnej grupie dyskusyjnej. Po zobowiązaniu się na przestrzeganie elementarnych zasad i spełnieniu niewygórowanych wymogów technicznych można dołączyć własny serwer usługi Usenet. Zakładanie i kasowanie grup w określonym miejscu hierarchii odbywa się drogą głosowania i zależnie od tego miejsca wymaga akceptacji określonej liczby aktywnych uczestników. Zasady przyzwoitego zachowania się uczestników grup dyskusyjnych zostały zebrane w formie niedoprecyzowanego i nieskodyfikowanego, ale intuicyjnego i powszechnie akceptowanego zbioru, zwanego netykietą. Grupy znajdujące się wysoko w hierarchii lub dbające o rzetelność są zwykle moderowane. Zasadniczo moderowanie polega na sprawdzaniu przed publikacją, czy zamieszczane posty mieszczą się w interesującym grupę zakresie tematycznym i są zgodne z netykietą. Jak się okazuje, w praktyce rozwiązania te wystarczają kompetentnym administratorom lub moderatorom do jednoczesnego zachowania swobody wypowiedzi oraz kultury i merytorycznej dyscypliny.

---

<sup>9</sup> ARPANET – ang. *Advanced Research Projects Agency Network*.

<sup>10</sup> USENET – ang. *User Network*.

<sup>11</sup> FTP – ang. *File Transfer Protocol*.

<sup>12</sup> BBS – ang. *Bulletin Board System*.

<sup>13</sup> P2P – ang. *Peer-to-Peer* – to model komunikacji w sieci komputerowej zapewniający wszystkim hostom te same uprawnienia, w odróżnieniu od np. architektury zcentralizowanej klient-serwer.

Nie można tego powiedzieć o bardziej liberalnych tzw. hierarchiach alternatywnych tej usługi (np. *free.\**), gdzie powstaje sporo problemów funkcjonalnych. Zresztą, jak powszechnie wiadomo, próby stosowania netykiety w innych usługach sieci Internet nie należą do udanych.

Pojawienie się i upowszechnienie po 2004 roku urządzeń przenośnych, takich jak PDA, tablety, smartfony, spowodowało poszerzenie dotychczasowego oprogramowania sieciowego<sup>14</sup> o nowe funkcje i powstanie wielu nowych koncepcji ich wykorzystania. Rozpropagowana przez T. O'Reilly<sup>15</sup> propozycja wykorzystania aplikacji sieci Internet do stworzenia interakcji pomiędzy właścicielami serwisu a ich użytkownikami określana została terminem Web 2.0, w celu podkreślenia jej przełomowego znaczenia w stosunku do dotychczasowych usług – nazwanych dla rozróżnienia jako Web 1.0, gdzie większość użytkowników była jedynie konsumentami treści. Nowe media społecznościowe SNS<sup>16</sup> oprócz treści generowanych przez użytkowników posiadają wspólne cechy<sup>17</sup>, a mianowicie:

1. opierają się na aplikacjach internetowych w kanonie Web 2.0,
2. użytkownicy samodzielnie tworzą profile usługi specyficzne dla aplikacji, które są zaprojektowane i utrzymywane przez organizację zarządzającą SNS,
3. serwisy społecznościowe umożliwiają rozbudowę sieci społecznych online przez łącznie profili użytkownika z profilami innych osób lub grup.

Media społecznościowe są realizowane w różnorodnych formach. Przykładowo, większość portali informacyjnych prowadzi forum dyskusyjne, czyli formę grupy dyskusyjnej przeniesionej do struktury witryny internetowej WWW<sup>18</sup>. Zupełnie odmienną formę, dziennika sieciowego, posiada blog, zawierający chronologiczne, obszernie, często ilustrowane wpisy o określonej tematyce oraz, mikroblog, zbudowany z krótkich wiadomości tekstowych (tweets). Zakładka społecznościowa gromadzi znaczniki (tagi) porządkujące informacje na określony temat okazjonalnej grupy ludzi. Usługi te zwykle są łączone i oferowane jako ogólnodostępne serwisy na platformach programowych zarządzanych przez międzynarodowe korporacje. Na przykład najpopularniejsze z nich: Facebook jest korporacją pro-profit notowaną<sup>19</sup> od maja 2012 roku na nowojorskiej giełdzie NASDAQ, serwis Twitter notowany<sup>20</sup> także od listopada 2016 roku, a serwis LinkedIn w czerwcu 2016 został przejęty<sup>21</sup> przez korporację Microsoft.

<sup>14</sup> Na przykład takiego jak: XHTML, SOAP, AJAX, RDF, XUL.

<sup>15</sup> O'Reilly T.: What Is Web 2.0., Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, 02.03.2017.

<sup>16</sup> SNS – ang. *Social Networking Service*.

<sup>17</sup> Obar J.A.; Wildman S.: Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. "Telecommunications Policy", No. 39(9), 2015, p. 745-750.

<sup>18</sup> WWW – ang. *World Wide Web*.

<sup>19</sup> <http://money.cnn.com/2012/05/18/technology/facebook-ipo-trading/>, 04.03.2017.

<sup>20</sup> <http://www.bbc.com/news/business-24851054>, 4.02.2017.

<sup>21</sup> <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Microsoft-kupuje-serwis-LinkedIn-za-26-2-mld-dolarow-7412273.html>, 21.01.17.

### 3. Edukacyjne i promocyjne cechy mediów społecznościowych

Według badań przeprowadzonych przez Megapanel PBI/Gemius<sup>22</sup> w lutym 2017 roku liczba internautów wyniosła ok. 27,5 mln osób, z czego 20,5 mln łączyło się również na urządzeniach mobilnych. Oficjalne statystyki Facebooka<sup>23</sup> publikowane w roku 2016 podają, że serwis ten ma w Polsce ponad 14 mln użytkowników, z czego 79% korzysta z serwisu każdego dnia. Duża liczba uczestników i szybkość odbioru informacji, stosunkowo niska cena i dostępność publikowanych treści w porównaniu z innymi rodzajami mediów, możliwość dotarcia do grup społecznych o określonym profilu, możliwość zbierania, a następnie analizowania dużych zbiorów danych o uczestnikach, a wreszcie możliwość kreowania postaw społecznych zgodnych z własnymi celami sprawiają, że media społecznościowe zostały szybko zauważone jako doskonałe narzędzie w marketingu i promocji<sup>24</sup>. Powstały szkoły wykorzystywania narzędzi teleinformatycznych do budowania i utrzymywania więzi z klientami w rodzaju *permission marketing*<sup>25</sup> S. Godina. Można nawet spotkać opinie<sup>26</sup>, że sama koncepcja Web 2.0 jest swoistym „chwytem marketingowym”.

Niezwykła skuteczność promocji i marketingu w SNS wynika nie tylko z szerokiego zasięgu oraz szybkości publikacji informacji (np. Twitter), ale również faktu, że generując samodzielnie treści, użytkownicy skuteczniej dobierają formę i są dla siebie bardziej wiarygodni. Efekt ten może być wzmocniony wykorzystaniem *folksonomi*, czyli sposobu kategoryzacji treści stosującego słowa kluczowe związane z *tagowaniem*, który lepiej oddaje praktykę porządkowania informacji w niezhierarchizowanych, często spontanicznie tworzonych grupach. Subskrybowanie tematycznych kanałów RSS i Atom pozwala błyskawicznie otrzymywać dedykowaną informację. Selekcji dokonuje zazwyczaj użytkownik, co pozwala mu zapanować nad natłokiem nowych informacji, ale równocześnie on sam ogranicza ich wachlarz. Ponieważ tworzenie treści w SNS opiera się na intuicyjnych interfejsach, a dostęp do nich jest łatwy i niekosztowny, to efekt lawinowego rozprzestrzeniania się informacji w sieci może uzyskać każdy, kto stosuje się do pewnych zasad. Może to być obserwacja „wartościowych profili”, aktywne przekazywanie treści dalej (np. *retweeting*), dodawanie modnych tagów (np. *hashtagi* w Twitterze) i konsekwentne stosowanie się do przyjętych kanonów technicznych usługi. Skutecznie prowadzone kampanie promocyjne bazują na wielu usługach sieciowych, czyli, jak to się określa, na wielu kanałach społecznościowych jednocześnie. Niektóre serwisy specjalizują się w promowaniu ściśle określonych treści, np. w serwisie LinkedIn można prezentować swój profil zawodowy,

<sup>22</sup> <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly/category/dane.html> , 21.03.17.

<sup>23</sup> <http://www.infosocialmedia.pl/statystyki-facebook-w-polsce-2q-2016/>, 14.03.2017.

<sup>24</sup> Evens D., McKee J.: Social media marketing: the next generation of business engagement. Wiley Publishing Inc., 2010.

<sup>25</sup> [http://sethgodin.typepad.com/seths\\_blog/2008/01/permission-mark.html](http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2008/01/permission-mark.html) , 12.02.2017.

<sup>26</sup> Shaw R.: Web 2.0? It doesn't exist, <http://blogs.zdnet.com/ip-telephony/?p=805> , 12.11.2006

poszukiwać pracy, ale również skutecznie budować markę osobistą. Obecnie tematyka promocji i marketingu w SNS jest niezwykle popularna<sup>27</sup> i doczekała się wielu opracowań.

W ogólnie rozumianym procesie kształcenia edukacja pozainstytucjonalna istotnie zyskała na znaczeniu. Czas poświęcony mediom elektronicznym w 2009 roku niemal dwukrotnie przewyższał ten spędzony w szkole<sup>28</sup>. W tej przybierającej otwartą formę przestrzeni edukacyjnej media interaktywne przestają pełnić funkcje środka dydaktycznego, a stają się środkiem-metodą nauczania<sup>29</sup>. Cechy SNS sprzyjające efektywnej promocji idei niekoniecznie muszą się dobrze sprawdzać w działalności edukacyjnej. Na przykład „natychmiastowość” treści nie wydaje się priorytetem, a „nie trwałość” polegająca na tym, że mogą one być aktualizowane lub korygowane niemal w tym samym momencie, w którym zostały opublikowane, raczej będzie wadą. Z drugiej strony tradycyjnie rozumiana działalność edukacyjna jest obecnie połączona z nadmiernie obciążającymi ją czynnościami planowania dydaktycznego, co w procesie edukacji przebiegającym w SNS ma charakter marginalny. Ze względu na strukturę większości usług oraz sposób zarządzania nimi w nowych, opartych na założeniach Web 2.0 mediach społecznościowych nauczyciel może brać w nich udział na równych z innymi uczestnikami prawach. Proces nauczania jest tam formą pracy grupowej. Oparta o komunikację wielokierunkową wiedza jest współtworzona i podlega ocenie grupy, sposób argumentowania zależy często bardziej od nastawienia emocjonalnego lub szybkości reakcji niż faktów. Zwykle brak jest dobrze sprawdzającej się w usłudze Usenet, porządkującej roli moderatora i netykiety albo ról znanych z usługi Chat – mentora/ właściciela i moderatora. Jednym ze skutków jest to, że cel wychowawczy kształcenia może być za pomocą tych środków realizowany jedynie w ograniczony sposób. Z tych samych przyczyn, wytworzona tam wiedza grupowa może co prawda twórczo inspirować i wykorzystywać zalety tzw. kolektywnej inteligencji<sup>30</sup>, ale niekoniecznie musi być oparta na paradygmatach. Z uwagi na wpływową rolę korporacji zarządzających dużymi serwisami w rozpowszechnianiu informacji czynności takie, jak: usuwanie postów, blokowanie wpisów niezgodnych z polityką prowadzoną przez operatora itd., spotykają się z powszechną krytyką i protestami<sup>31</sup>. Powierzchność, związana z nią bezrefleksyjność i fragmentacja publikowanych treści mogą stanowić podstawę do przekłamań lub manipulacji.

---

<sup>27</sup> Kaplan A.M., Haenlein M.: Social media: back to the roots and back to the future. „Journal of Systems and Information Technology”, vol. 14, Iss. 2, 2012, p. 101-104.

<sup>28</sup> Spitzer M.: Cyfrowa demencja. Dobra Literatura, Słupsk 2015, s. 15.

<sup>29</sup> Bednarek J., Lubina E.: Kształcenie na odległość. Podstawy dydaktyki. PWN, Warszawa 2008, s. 26.

<sup>30</sup> Levy P.: Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace. Perseus, Cambridge 1997.

<sup>31</sup> <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Kontrowersyjne-blokowanie-tresci-przez-Facebook-3608746.html>, 21.02.2017.



#### 4. Promocja i edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju w mediach społecznościowych

Edukacja to ogół procesów i oddziaływań, których celem jest zmienianie ludzi, przede wszystkim dzieci i młodzieży – stosownie do panujących w danym społeczeństwie ideałów i celów wychowawczych<sup>32</sup>. W procesie kształcenia następuje przekazywanie i nabywanie wiedzy oraz umiejętności, ale też wartości etycznych, estetycznych, emocjonalnych, poznawczych i innych. Kształtowana jest więc tożsamość człowieka, a przy tym rozwijana jego sprawność umysłowa. Jak podkreśla na swoim blogu B. Śliwerski<sup>33</sup>: „Edukacja spełnia zatem dwie główne funkcje: socjalizacyjną i wyzwalającą, z których pierwsza polega na uspołecznianiu jednostki ludzkiej, [...] druga zaś sprowadza się do wyzwalania osób od dominacji społecznej, środowiskowej, do wykraczania poza status quo, [...] by umożliwić im twórcze rozwijanie własnego sprawstwa oraz zwrócenie się ku nowym jakościowo praktykom i formom życia społecznego oraz indywidualnego, ku jakościowo nowym sposobom istnienia ludzkiego”. Dążenie do osiągnięcia równowagi pomiędzy społecznymi i ekonomicznymi celami a ochroną zasobów naturalnych Ziemi, kultura i tradycja sprzyjająca ich realizacji doskonale wpisują się w pierwszą z wymienionych funkcji. Przekazana wiedza o metodach, skutkach i regułach realizacji tych celów, oparta na racjonalnych przesłankach, stanowić będzie relatywnie trwałą, trudną do zanegowania składową. Budowanie tożsamości, w tym samoświadomości jednostki, stopnia akceptacji zmieniających się warunków otoczenia przyrodniczego, wyobrażeń o życiu w zgodzie z naturą oraz zdolność kreowania na tej płaszczyźnie relacji interpersonalnych będzie zawierać się w drugiej z wymienionych funkcji i będzie miało charakter emocjonalny, a zatem subiektywny, niewymierny i zmienny.

Współczesne systemy oświatowe wyznaczają cele edukacyjne opierając się na koncepcji kompetencji i umiejętności. Właściwe połączenie wiedzy, umiejętności i postaw<sup>34</sup> określa się jako kompetencje kluczowe, a za niezwykle istotne obecnie uznawane są kompetencje w tzw. kształceniu ustawicznym<sup>35</sup>. Wszystkie te aplikacje, które umownie można określić jako Web 1.0, a więc hipertekstowe encyklopedie, interaktywne programy dydaktyczne dostępne w sieci Internet za pośrednictwem usługi WWW, poczta elektroniczna i grupy dyskusyjne, pokoje chat itd., stanowiły i stanowią potencjalnie doskonałe narzędzie do realizacji kształcenia ustawicznego i samokształcenia. Tym niemniej odnosi się wrażenie, że w wielu dziedzinach ich potencjał dydaktyczny nie jest w pełni wykorzystywany. W opinii wielu, dotyczy to również tematyki zrównoważonego rozwoju, że – zacytujmy – „Obecnie na

<sup>32</sup> Okoń W.: Nowy słownik pedagogiczny. Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001, s. 87.

<sup>33</sup> <http://sliwerski-pedagog.blogspot.com/2013/04/czy-edukacja-to-to-samo-co-oswiata.html>, 21.02.2017.

<sup>34</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/education\\_training\\_youth/lifelong\\_learning/c11090\\_pl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_pl.htm), 21.02.2017.

<sup>35</sup> Oznacza „uczenie się przez całe życie” – ang. *lifelong learning*.

stronach internetowych znajdziemy wiele informacji o zrównoważonym rozwoju, nie znaczy to jednak, że spełniają one zadanie kształtowania świadomości zrównoważonego rozwoju<sup>36</sup>.

Liczba witryn internetowych odnoszących się do pojęcia „sustainable development” wyświetlana w wyszukiwarce Google w lutym 2017 sięgała 60 mln. O dostępie do tych informacji decydują mechanizmy pozycjonowania witryn internetowych wraz z algorytmami tworzącymi i interpretującymi profil internetowej tożsamości użytkownika. Pozycjonowanie serwisów internetowych opiera się na ciągłym poznawaniu mechanizmów rządzących wyszukiwarkami i dostosowywaniu kodów tych serwisów do aktualnych algorytmów wyszukiwarek. Oznacza to na przykład, że użytkownik może otrzymać różne odpowiedzi na to samo pytanie zadane w odmiennych warunkach, bo liczy się jego „historia” w serwisie, a nie jego własna wiedza, sprawność umysłowa i rzeczywiste doświadczenie. Od pewnego czasu wyszukiwarki (np. Google, Yahoo) nie pozwalają przeciętnemu użytkownikowi na formułowanie kwerend według własnych kryteriów. Budząca zastrzeżenia zawartość witryn internetowych, które „w znacznej mierze odnosiły się bądź jedynie do problematyki ochrony środowiska, [...] znacznie rzadziej [do] wielowymiarowej oceny całej koncepcji<sup>37</sup>”, staje się w tym kontekście problemem wtórnym. Jest to zarazem przykład, że popularność i sukces medialny jakiejś idei nie musi iść w parze z właściwym rozumieniem jej przesłania lub praktycznymi umiejętnościami w jej wdrażaniu.

Działania promocyjne od edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju różnią się horyzontem czasowym i dynamiką. Wiedza na temat promowanej idei niekoniecznie musi być pogłębiona w takim stopniu, jak powinno to mieć miejsce w procesie edukacyjnym. Ma spowodować, że jej odbiorca wybierze spośród wielu możliwości tę właśnie ideę, będzie się z nią utożsamiał, zaakceptuje i będzie stosował lansowane przez nią zachowania.

Długość przeciętnej kampanii promocyjnej w internetowych mediach społecznościowych liczona jest na dni lub co najwyżej na miesiące, natomiast proces edukacyjny trwa obecnie wiele lat, a w zasadzie – jak już wspomniano wcześniej – „całe życie”. Skutecznie prowadzona w SNS kampania marketingowa musi być aktywna i wymaga harmonogramu. Przykładowo, zaplanowana przy pomocy aplikacji Buffer kampania marketingowa<sup>38</sup> obsługuje równolegle 6 profili (Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Pinterest, Instagram), składa się z 17 postów i jest przewidziana na rok. Zalecana forma oraz liczba postów, a także planowanych przerw uzależniona jest od kanału. Skuteczne dotarcie do klienta, w celu zwiększenia sprzedaży lub liczby odbiorców zamieszczonych na witrynach WWW treści, uzyskiwane jest pośrednio, za pomocą dołączonych do tych witryn kanałów SNS. Aktywne uczestnictwo w tych mediach powoduje istotne zwiększenie ruchu na stronie. Jeśli, na przykład, spojrzeć na polskie strony dwóch ważnych organizacji związanych z edukacją na

<sup>36</sup> Kuzior A.: Internet jako narzędzie budowania świadomości dla zrównoważonego rozwoju. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 2, No. 2, 2007, s. 97.

<sup>37</sup> Pawłowski A.: Bariery..., op.cit., s. 60.

<sup>38</sup> <http://lewandowicz.net/5-najwazniejszych-dzialan-by-skutecznie-i-efektywnie-zarzadzac-social-media/>, 21.02.2017.

rzecz zrównoważonego rozwoju, to ten mechanizm jest bądź pominięty, bądź działa rachitycznie. Na witrynie Polskiego Komitetu ds. UNESCO<sup>39</sup> znajduje się wiele interesujących linków, ale brak jest bezpośredniego dostępu do kanałów mediów społecznościowych (nie licząc e-mail), natomiast na witrynie Ośrodka Informacji ONZ w Warszawie, UNIC WARSAW<sup>40</sup>, obok bardzo ogólnej informacji dotyczącej edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju znajduje się pięć kanałów, niestety martwych, bo udostępniono jedynie trzy nowe posty (Facebook). Nie wydaje się również, aby publikowanie (nawet najlepiej opracowanych) dokumentów sprzyjało pozyskaniu młodzieży bardziej niż np. ciekawa gra dydaktyczną o tematyce proekologicznej.

„Zamulenie” nadmiarem nieistotnych informacji jest generalną bolączką witryn internetowych wielu tzw. szacownych organizacji. Natłok informacji, jednoczesny udział w zbyt wielu serwisach informacyjnych, wspomniana już wcześniej powierzchowność argumentacji spowodowana lakonicznością wielu sprzecznych komunikatów (np. Twitter) powodują zespół przeciążenia informacyjnego<sup>41</sup>. Przeciążenie informacyjne w połączeniu ze strategią confirmacyjną<sup>42</sup> powoduje z kolei efekt polaryzacji przekonań<sup>43</sup> i związany z tym podział na zantagonizowane grupy. Biorąc pod uwagę, że zarządzający lub prowadzący SNS mogą te efekty istotnie wzmacniać (np. poprzez regulamin, powielanie lub blokowanie postów itp.), to zaufanie do nich zaczyna mieć dla uczestników fundamentalne znaczenie.

Uwzględniając publikacje zamieszczane w sieci Internet, nie można kategorycznie twierdzić, że „trudno jest znaleźć prace zdecydowanie krytykujące ideę zrównoważonego rozwoju”<sup>44</sup>. W sieci następuje swoista licytacja na szlachetne deklaracje, w której „wolność jednostki i swoboda gospodarcza” przeciwstawiane są „idei ochrony środowiska”, „życie w harmonii ze środowiskiem” przeciwstawia się „ochronie wartości rodzinnych” czy wreszcie „solidarność międzynarodowa w ochronie zasobów dla przyszłych pokoleń” łączona jest z „odbieraniem suwerenności narodów”<sup>45</sup>. W opiniach pojawiają się uwagi o rozbieżności pomiędzy założeniami koncepcji zrównoważonego rozwoju a faktem, że „stan środowiska naturalnego niekoniecznie uległ poprawie”. Argumentacja bywa bardzo emocjonalna i oczywiście nie opiera się na paradygmatach, lecz jest efektem różnicowania ocen i pojęć, wskutek dominującej w SNS folksonomi. Można zgodzić się ze stwierdzeniem, że „Być może sukces medialny [...] spowodował wytworzenie czegoś w rodzaju poprawności politycznej”<sup>46</sup>, ale aktualnie w mediach społecznościowych tzw. poprawność polityczna ma

<sup>39</sup> <http://www.unesco.pl/edukacja/neste/2/>, 23.02.2017.

<sup>40</sup> [http://www.unic.un.org.pl/edukacja\\_rozwoj/](http://www.unic.un.org.pl/edukacja_rozwoj/), 23.02.2017.

<sup>41</sup> przeciążenie informacyjne – ang. *information overload*.

<sup>42</sup> Inaczej – efekt potwierdzenia, polegający na preferowaniu informacji, które potwierdzają wcześniejsze oczekiwania, niezależnie od ich prawdziwości.

<sup>43</sup> Risen J. et al.: *Critical Thinking in Psychology*. Cambridge University Press, Cambridge 2007, p. 110.

<sup>44</sup> Pawłowski A.: *Bariery...*, op.cit., s. 60.

<sup>45</sup> <http://zmiany.naziami.pl/wiadomosc/agenda-21-planowa-destrukcja-narodow>, 16.02.2017.

<sup>46</sup> Pawłowski A.: *Bariery...*, op.cit., s. 61.

zabarwienie pejoratywne. Obszerne, wielowymiarowe definicje pojęcia zrównoważonego rozwoju sprzyjają zwykle rozbiciu internetowych polemik na wiele nieprzystających wątków.

Przyjęcie stanowiska wynikającego z systemowej filozofii zrównoważonego rozwoju<sup>47</sup> opierającej się na założeniu, że „człowiekowi nie przysługuje żadna uprzywilejowana czy wyróżniona pozycja we wszechświecie”<sup>48</sup>, spotyka się z kontestacją wynikającą z przekonań religijnych. Duże kontrowersje wywołuje lansowana przez niektóre środowiska proekologiczne tzw. zasada ostrożności, mówiąca, że należy planować presję na środowisko na poziomie niższym niż dopuszczalny ze względu na istnienie ekologicznego ryzyka. Na blogach prezentowane są skrajne opinie, np. że jako społeczeństwo „jesteśmy winni, dopóki nasza niewinność nie zostanie udowodniona” albo „Zasada ostrożności [...] oznacza rezygnację z wielu korzyści i akceptację tragedii, które rodzi sytuacja obecna”<sup>49</sup>. Nie można oprzeć się również wrażeniu, że w SNS stanowisko holistyczne w pełni rozumieją i akceptują jedynie pojedyncze jednostki. Jednocześnie konferencje, kongresy, manifestacje proekologiczne mobilizują dużą liczbę zwolenników idei zrównoważonego rozwoju, a przy okazji zdecydowanie zwiększa się ruch na internetowym forum<sup>50</sup>.

## 5. Podsumowanie

Entuzjazm i brak krytycyzmu, jaki towarzyszy obecnie propozycjom wykorzystania SNS w edukacji, przypomina ten, jaki łączono na początku lat 90. z wykorzystaniem multimediiów w edukacji<sup>51</sup>. Stosując pewne uproszczenie, można nawet stwierdzić, że entuzjazm ten był w dużej mierze uzasadniony, tylko ze względów komercyjnych energia została skierowana w znaczącej części na niewłaściwe cele<sup>52</sup>, a ich potencjał niewykorzystany w pełni. Podobnie media społecznościowe wymagają stałej obecności, a zamieszczanych tam treści nie da się zautomatyzować. Jak każda działalność edukacyjna wymaga dobrze skonstruowanego systemu gratyfikacji. Jedną z niedocenianych (w interesującym nas obszarze) form są atrakcyjne gry dydaktyczne.

Cechy SNS sprawiają, że bardziej nadają się one do działań strictly promocyjnych niż edukacyjnych. Jednak popularność i zasięg sprawiają, że nie można oddzielić doraźnych promocji idei zrównoważonego rozwoju od długotrwałych procesów edukacyjnych na jej

<sup>47</sup> Na forum internetowym takiej terminologii się nie używa.

<sup>48</sup> Papuziński A.: *Filozoficzne...*, op.cit., s. 29.

<sup>49</sup> <http://biblioteka.netgenes.pl/zasada-ostroznosci-czyli-strzezonego-pan-bog-strzeze.html>, 16.02.2017.

<sup>50</sup> Na przykład <http://little-greenfinity.com/blog/2016/12/18/konferencja-dom-bez-odpadow-udowodnila-ze-zrownowazony-rozwoj-to-temat-jednoczacy-ludzi/>, 18.02.2017.

<sup>51</sup> Morbitzer J.: *O niektórych mitach komputerowej edukacji*, [w:] Sokołowski M. (red.): *Media i edukacja w globalizującym się świecie*. Olsztyn 2003.

<sup>52</sup> Na przykład wg badań M. Bednarskiej wśród przebadanych 60 polskich dzieci w wieku 15-16 lat 61% chłopców grało „w strzelaniny”, 67% dziewcząt w gry symulacyjne, nikt z badanej grupy nie grał w gry logiczne i dydaktyczne.

rzecz. W promocji należy aktywnie wykorzystać potencjał SNS – do pewnego stopnia wzorując się na komercyjnych kampaniach promocyjnych. Stworzenie i spopularyzowanie przez dużą, dojrzałą organizację dedykowanej platformy SNS, z własną społecznością, mogłoby w dużym stopniu uniezależnić jej działania od polityki serwisów, takich jak Facebook czy Google+, oraz od specyfiki zachowań użytkowników tych serwisów. Takie rozwiązanie wymaga sporego budżetu, ale za to pozwoliłoby na stosowanie własnej polityki edukacyjnej i twórczego wykorzystania sprawdzonych doświadczeń, np. na wzór tych dotyczących moderowania treści i głosowań stosowanych w sieci Usenet. Efekt synergii powodowałby również, że kontynuowanie działalności promocyjnej w statycznej formie (jak ma to np. miejsce na platformie organizacji UNIC WARSAW<sup>53</sup>) zyskałoby dodatkową dynamikę. Próby budowania własnej społeczności dla wsparcia idei zrównoważonego rozwoju zostały już podjęte, np. przez Richarda Bransona i grupę Virgin<sup>54</sup> – w ramach inicjatywy #TellEveryone.

## Bibliografia

1. Bednarek J., Lubina E.: *Kształcenie na odległość. Podstawy dydaktyki*. PWN, Warszawa 2008.
2. Evens D., McKee J.: *Social media marketing: the next generation of business engagement*. Willey Publishing, 2010.
3. Gawor L.: Antyglobalizm, alterglobalizm i filozofia zrównoważonego rozwoju jako antyglobalizacyjne alternatywy. „Problemy Ekorozwoju”, vol.1, No. 1, 2006.
4. Globalny Program Działań Agenda 21, Dokumenty końcowe Konferencji Narodów Zjednoczonych *Środowisko i Rozwój*. Warszawa 1993.
5. Kaplan A.M., Haenlein M.: Social media: back to the roots and back to the future. “Journal of Systems and Information Technology”, vol. 14, Iss. 2, 2012.
6. Kuzior A.: Internet jako narzędzie budowania świadomości dla zrównoważonego rozwoju. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 2, No. 2, 2006.
7. Levy P.: *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Perseus, Cambridge 1997.
8. Morbitzer J.: O niektórych mitach komputerowej edukacji, [w:] Sokołowski M. (red.): *Media i edukacja w globalizującym się świecie*. Olsztyn 2003.
9. Obar J.A., Wildman S.: Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. “Telecommunications Policy”, No. 39(9), 2015.

---

<sup>53</sup> <http://www.un.org.pl/cele-zrownowazonego-rozwoju-ratowanie-swiata-przewodnik-dla-leniwych>, 21.02.2017.

<sup>54</sup> <https://www.virgin.com/richard-branson/join-the-global-goals-alliance>, 21.02.2017.

10. Okoń W.: Nowy słownik pedagogiczny. Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001.
11. Papuziński A.: Filozoficzne aspekty zrównoważonego rozwoju – wprowadzenie. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 1, No. 2, 2006.
12. Papuziński A.: Aksjologia zrównoważonego rozwoju: próba typologizacji. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 8, No. 1, 2013.
13. Pawłowski A.: Bariery we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego – spojrzenie ekofilozofa. „Problemy Ekorozwoju”, vol. 2, No. 1, 2007.
14. Pawłowski A.: Rozwój zrównoważony – idea, filozofia, praktyka. Komitet Inżynierii Środowiska PAN, Lublin 2008.
15. Risen J. et al.: Critical Thinking in Psychology. Cambridge University Press, Cambridge 2007.
16. Spitzer M.: Cyfrowa demencja. Dobra Literatura, Słupsk 2015.
17. Walczak-Duraj D.: Podstawy współczesnej socjologii. Omega-Praxis, Pabianice 2006.