

Internet jako narzędzie budowania świadomości dla zrównoważonego rozwoju

The Internet as a tool for building awareness for sustainable development

Aleksandra Kuzior

*Politechnika Śląska, Katedra Stosowanych Nauk Społecznych, ul. Roosevelta 26,
41-800 Zabrze*

Streszczenie

Artykuł zawiera rozważania wyrastające z filozoficzno-socjologicznych przesłanek dotyczących relacji człowiek-technika-środowisko, ujętych w paradygmat odpowiedzialności. Tak zdefiniowana odpowiedzialność ogniskuje się w koncepcji zrównoważonego rozwoju, która oceniana jest jako jedyna koncepcja dająca perspektywę przetrwania człowieka na Ziemi. W artykule zwraca się także uwagę na konieczność poszerzenia pola świadomości społecznej o świadomość zrównoważonego rozwoju, aby postulaty zawarte w koncepcji mogły być skutecznie realizowane. Temu celowi ma służyć m.in. najnowsze medium informacyjne – Internet. Wykorzystanie reklamy internetowej (bannery, GIF-y, pop-up, pop-under, sky-scraper, interstitials) może przyczynić się do spopularyzowania wiedzy na temat koncepcji zrównoważonego rozwoju i skłonić indywidualnych mieszkańców Ziemi do przejęcia części odpowiedzialności za teraźniejszość i przyszłość.

Słowa kluczowe: Internet, zrównoważony rozwój, świadomość zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialność, reklama internetowa

Abstract

The article considers philosophical and sociological premises referring to the relationship of people within their technical and natural environment, enclosed in a paradigm of responsibility. "Responsibility", in this context, bears in mind the concept of sustainable development, which is valued by experts from different fields as the only concept that provides the possibility of humans' survival on the Earth while ensuring a good way of life for both present and future generations. This article also points out the need for society to encompass sustainable development thinking in order for it to be successfully realized. This purpose is served *inter alia* by the newest informative medium – the Internet. Internet advertisements (such as banners, pop-ups, pop-under, sky-scrapers, and interstitials) may help to spread knowledge about the concept of sustainable development and inspire the individual occupants of the planet to take some responsibility for the present and future.

Key words: Internet, the concept of sustainable development, awareness of sustainable development, responsibility, internet advertisement

Wprowadzenie

Niniejsze rozważania wyrastają z filozoficzno-socjologicznych przesłanek dotyczących relacji człowiek – technika – środowisko, ujętych w paradygmat odpowiedzialności. Zagadnieniami rozwoju i wpływu techniki na życie człowieka i jego funkcjonowanie w środowisku przyrodniczym i społecznym zajmowało się wielu naukowców:

filozofów techniki, ekofilozofów, etyków środowiskowych, ekologów, zoologów i socjologów. Większość z nich zgodnie podkreśla, iż rozwój techniki niesie ze sobą zarówno skutki pozytywne, jak i negatywne. Zadaniem wartościowania i prognozowania skutków rozwoju techniki jest zminimalizowanie jej negatywnego oddziaływania (określenie i zminimalizowanie czynnika ryzyka) i rozwijanie tych dziedzin, które służyć będą podwyższaniu jako-

ści życia człowieka, jednak nie kosztem degradacji środowiska naturalnego. Nie jest to zadanie łatwe, m.in. ze względu na problem nieprzejrzystości intencjonalności działań związanych z rozwojem techniki i brakiem możliwości całkowitego przewidzenia skutków tych działań (Kiepas, 2000, s. 408). Tak jest w przypadku Internetu, jednego z podstawowych mediów społeczeństwa informacyjnego, które z jednej strony jest pomocne w wyszukiwaniu i szybkim przekazywaniu informacji, a z drugiej implikuje niebezpieczeństwo uzależnienia, dezintegrację osobowości, zachwianie tożsamości, niemożność oddzielenia realnej rzeczywistości od wirtualnej, promocję patologii, np. pedofilii, itp. Konieczna jest zatem właściwa edukacja w zakresie umiejętności korzystania z zasobów Internetu, wyszukiwania i selekcjonowania informacji oraz przetwarzania danych, by stał się on pomocnym narzędziem w kształtowaniu odpowiedzialnych postaw użytkowników i kształtowaniu nowego typu świadomości – świadomości zrównoważonego rozwoju.

Powstanie Internetu

INTERNET jako światowa sieć informacyjna powstał w wyniku przeobrażeń wewnętrznych sieci ARPANET (ang. Advanced Research Project Agency Network) w latach 80. XX wieku. Wówczas to ARPANET podzielił się na dwie części: wojskową oraz publiczną, łączącą najważniejsze uniwersytety w USA. Z biegiem czasu sieć zaczęła się rozrastać i obejmować swoim zasięgiem coraz większe obszary globu. Znacznie rozszerzył się także zakres proponowanych usług. Obecnie poprzez Internet można przesłać prawie każdy rodzaj informacji, wykorzystując do tego celu wiadomości tekstowe, grafikę, animację i dźwięk. Szybkość transmisji danych zależy od zdolności przepustowych łączy internetowych (Juszczak, 1998, s. 211-257).

XXI wiek to już wiek Internetu, sieci łączącej komputery na całym świecie. To wiek, który rozwinął i udoskonalił nowe sposoby komunikowania się społeczeństw. Sprawił, że bariery związane z odległością między nadawcą i odbiorcą przestały się liczyć. Dzięki elektronicznej poczcie, forum dyskusyjnym oraz informacyjnym zasobom Internetu można zdobyć informacje i przekazać wiadomości do niemal każdego zakątka globu, nie ruszając się z miejsca. Powszechna stała się „edukacja na odległość”, w której stosowane są różne techniki kształcenia: synchronicznego, asynchronicznego i on-line (Juszczak 2002).

Usługi internetowe są bardzo rozbudowane. Oprócz wymienionych Internet oferuje także: elektroniczne wiadomości (newsy) – odpowiedniki tradycyjnej tablicy ogłoszeń, FTP (File Transfer Protocol) – przesyłanie plików, SFTP (Secure File Transfer Protocol) – rozszerzenie FTP, ICQ – program ułatwiający kontakt internautom, Telnet – możliwość zdalnej pracy w trybie tekstowym, SSH (Secu-

re Shell) - zdalne logowanie do innych komputerów, WAIS (Wide Area Information Service) – wyszukiwanie informacji, IRC (Internet Realy Chat) – komunikowanie się przez Internet, Gopher – sieć informacyjna, poprzednik www., Hyper G – system hipermedialny, np. do prezentacji filmów (Kłopotek, 2001, s. 5-6).

Najpopularniejszą usługą Internetu i bardzo zasobnym źródłem informacji są strony www (World Wide Web). Owa pajęczyna oplatająca świat, mimo że coraz bardziej się rozprzestrzenia, gęsto spleciona w Ameryce i Europie, pozostawia jednak jeszcze puste miejsca na mapie globu, głównie w Afryce i Azji (choć obserwując gwałtowny rozwój technik komputerowych w ostatnim pięćdziesięcioleciu można prognozować, że taki stan rzeczy nie będzie utrzymywał się zbyt długo). Reasumując wstępne rozważania na temat Internetu można stwierdzić, że w wysoko i średnio rozwiniętych państwach świata stał się on podstawą szybkiego wyszukiwania, przekazywania i przetwarzania informacji, ułatwiając człowiekowi jego codzienną egzystencję. Jak pisze S. Juszczak, Internet *wszystkich fascynuje swym zasięgiem, lawinowo rosnącą liczbą użytkowników oraz potencjalnymi możliwościami. Z sondażu diagnostycznego(...), wynika, że Internet stał się (...) źródłem wielu ciekawych i pożytecznych informacji oraz źródłem przyjemności, jaką daje poznanie nowych ludzi. Dzięki sieci można nawiązywać kontakty na całym świecie, wypowiadać swoje sądy, brać udział w dyskusjach, spędzać aktywnie czas wolny. Zmniejsza się dystans między ludźmi i kulturami* (Juszczak, 1998, s. 121).

Negatywne strony rozwoju Internetu

Niech powyższe stwierdzenia, w gruncie rzeczy trochę apologetyczne, staną się podstawą kolejnych rozważań, mniej łaskawych dla komputerów i Internetu. Stwierdzenie, że dzięki Internetowi można aktywnie spędzać czas jest lekko przesadzone - co to bowiem znaczy aktywnie? Nie chodzi tu o fizyczną stronę aktywności człowieka, lecz o aktywność intelektualną. Ale jest ona możliwa tylko wówczas, kiedy otwiera się strony z odpowiednio pod względem merytorycznym przygotowanymi informacjami i prowadzi się dyskusje z odpowiednimi partnerami. Jednak Internet zawiera niezliczoną ilość pseudoinformacji, które, między innymi ze względu na anonimowość twórców, stanowią zwykłe intelektualne śmietnisko i nie mogą stać się podłożem aktywności intelektualnej. Jeszcze groźniejsze staje się zjawisko wyobcowania człowieka ze świata realnego i zagłębienie się w rzeczywistości wirtualnej¹. „Computerman” w gruncie rzeczy staje

¹ Dla rzeczywistości wirtualnej (virtual reality) istnieje wiele innych określeń używanych zamiennie, jak: sztuczna rzeczywistość (artificial reality), sztuczne środowiska (virtual environments), światy wirtualne (virtual worlds).

się wyizolowany, oderwany od świata realnego i kontaktów interpersonalnych, zamknięty w swoim komputerowym świecie (Kuzior, 1998, s. 140-141). Nie poznaje przecież żadnych nowych ludzi, tylko anonimowych użytkowników sieci, internautów, którzy nawet jeśli przedstawiają się w Internecie, niekoniecznie podają prawdziwe dane osobowe, a jeśli dyskutują - niekoniecznie przedstawiają własne poglądy, często nawet przekazują treści negatywne z moralnego punktu widzenia. „Computer-man” skazany na obcowanie z komputerem podlega symbiotycznemu związkowi uzależnienia, które może prowadzić do nieodwracalnych zmian w sferze psychicznej człowieka.

Na fakt negatywnego wpływu rozwoju techniki na psychikę człowieka przed laty zwracał uwagę Józef Bańka, proponując terapię cywilizacyjną zwaną eutyfonią, która w założeniach powinna wnieść w życie człowieka jedno-pojawieniowego odpowiednie wartości. Jak pisze J. Bańka: *Eutyfonia prowadzi do zagadnienia rozdźwięku (nanofonii) między bytem pro nano człowieka przebiegłego (czyli phronesis łże-człowieka) a powinnością sfery thymos człowieka prostomyślnego. Napięcie wirtualne między phronesis (wartościami realizowanymi pro nano) a thymos (wartościami, które emituje a recentiori intuicja) wyraża sprzeczność między prostomyślnością wartości a nieprostomyślnością życia* (Bańka, 1997, s. 110). Rozdźwięk między sferą thymos i phronesis człowieka doprowadza do jego degradacji osobowościowej oraz atrofii uczuć i zaniku więzi międzyludzkich. Zjawisko, na które zwraca uwagę J. Bańka, jest szczególnie niebezpieczne w erze mikroelektronicznej rewolucji naukowo-technicznej, budującej rzeczywistość wirtualną, w której człowiek przestaje być sobą i staje się aktorem w teatrze wirtualnego życia. Wirtualny świat, dzięki rozwojowi elektronicznych mediów, staje się dostępny dla każdego, kto posiada komputer i łącze internetowe. Wirtualną rzeczywistość (virtual reality) można określić jako obraz, zjawisko, sytuację, która wygląda realistycznie, ale realistyczną nie jest. Użytkownik komputera uczestniczy w wirtualnych sytuacjach, wykorzystując do tego celu swoje wirtualne wcielenie tj. „awatara”, który porusza się w wirtualnej przestrzeni i może się komunikować z innymi wirtualnymi postaciami, w zależności od upodobań użytkownika sieci. Dla wzmocnienia doznań wirtualnych użytkownik może zastosować specjalnie skonstruowane hełmy - ich zaletą jest to, że można w każdej chwili przerwać wirtualną podróż i inaczej zaprogramować virtual reality.

Świata rzeczywistego nie można zaprogramować tak, jak rzeczywistości wirtualnej więc poru-

szanie się w realnym świecie wymaga od człowieka dużo więcej odwagi i liczenia się z konsekwencjami własnych decyzji i wyborów. Jednak rezygnacja ze świata rzeczywistego i naturalnych kontaktów interpersonalnych może doprowadzić do poważnych konsekwencji psychologicznych („autyzm z wyboru”² Kuzior, 1998, s. 140-141) i wyprodukować chore społeczeństwo² - niestety na negatywne efekty tego zjawiska nie trzeba będzie długo czekać, tym bardziej, że pierwsze symptomy już są obserwowalne, a psychologowie biją na alarm. Z wagi prezentowanego problemu zdają sobie sprawę także filozofowie techniki, którzy wcześniej skłonni byli absolutyzować negatywne bądź pozytywne strony rozwoju techniki (stanowiska katastroficzne i triumfalistyczne), co w gruncie rzeczy czyniło technikę aksjologicznie i etycznie neutralną. A. Kiepas w swoich rozważaniach dotyczących rozwoju i wartościowania techniki zwraca uwagę na zwrot normatywny w pojmowaniu techniki, który nastąpił w latach 60. XX wieku. Sygnalizuje także konieczność wartościowania nauki i techniki w obliczu negatywnych następstw i globalnego zagrożenia, spowodowanego gwałtownym, często niekontrolowanym rozwojem naukowo-technicznym (Kiepas, 1987, s. 70-83; Kiepas, 1990, s. 113). Aksjologiczna ocena potrzebna jest przede wszystkim przy rozwoju mikroelektroniki. Wydaje się, że to właśnie ten kierunek rozwoju naukowo-technicznego może przynieść zarówno wielkie dobrodziejstwa dla ludzkości, jak i wielkie szkody. Ponieważ mikroelektronika ogarnęła niemal wszystkie dziedziny życia społecznego, począwszy od ekonomii i polityki, a skończywszy na medycynie i przemianach kulturowych, dyskusje na temat wartościowania nauki i techniki, i to nie tylko w aspekcie filozoficznym, powinny stanowić priorytet dla naukowców. Internet mieści się w obszarze rozwoju mikroelektroniki i wobec niego także powinny być zastosowane odpowiednie kryteria etyczne. Nie można oczywiście arbitralnie stwierdzić, że Internet jest dobry lub zły. Można natomiast z całą stanowczością powiedzieć, że wywiera ogromne piętno na kształtowanie się nowego typu społeczeństwa zwanego społeczeństwem informacyjnym czy infospołeczeństwem i stanowi jeden z zasadniczych czynników wpływających na globalizację kultury. Stwierdzenie Marshalla McLuhana, że świat staje się „globalną wioską” (Sztompka, 2003, s. 582) w dobie rozwoju i ekspansji czwartego z mass mediów, jakim jest Internet, staje się coraz bardziej powszechne w społecznej recepcji.

Powróćmy jeszcze do rozważań aksjologicznych dotyczących Internetu i jego wpływu na kształtowanie nowego typu kultury globalnej. Waldemar Kuligowski w artykule o dość przewrotnym

Czasem także zamiennie używane są określenia rzeczywistość wirtualna i cyberprzestrzeń, co nie jest prawidłowe. Por. Sitarski P., *Rozmowa z cyfrowym cieniem, Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Rabid, Kraków 2002, s. 11.

² Termin „chore społeczeństwo” został użyty przez Ericha Fromma dla określenia cech charakterystycznych społeczeństwa technologicznego. Patrz. Fromm E., *Rewolucja nadziei. Ku ucłowieczonej technologii*, Rebis, Poznań 1996.

tytule: *Internet: Ziemia obiecana czy post coitum triste* stwierdza, że *Internet jest (...) centralną przestrzenią najistotniejszych zmian, które dotyczą naszą teraźniejszość* (Kuligowski, 2002, s. 91). Fenomen Internetu, jak twierdzi autor, wymaga wielostronnej, wieloaspektowej analizy, która ukaże zarówno pozytyw, jak i negatyw tego zjawiska.

Powszechnie uważa się, że Internet jest źródłem demokratyzacji stosunków społecznych i sprawia, że to, co dotychczas było elitarnie, staje się egalitarne. W. Kuligowski wymienia 10 aspektów owej demokratyzacji (przestrzeń, czas, wiedza, informacje, sztuka, seks, pleć oryginał, autorstwo, naród), jednocześnie podkreślając, że użytkownicy sieci tylko w sposób iluzoryczny powiększają zakres wolności obywatelskich, mają fałszywe wyobrażenie o pogłębianiu relacji międzyludzkich i bliskości internautów, która w rzeczywistości nie istnieje (Kuligowski, 2002, s. 91). Chodzi tutaj nie tylko o bliskość czysto fizyczną, ale także więź emocjonalną, która nie może być nawiązana w atmosferze powszechnej anonimowości. Tak więc, używając metaforycznego sformułowania autora, *jasna strona Internetu - na podobieństwo Księżycy - jest nierozdzielnie zrosnięta ze stroną ciemną* (Kuligowski, 2002, s. 101)³. Nie sposób zastosować tutaj skrajnych, antonimowych kryteriów aksjologicznych przy ocenie tego fenomenu współczesności. Nie należy zatem zastanawiać się nad tym czy Internet jest dobry czy zły (jest taki i taki), ale podjąć problem minimalizacji lub wręcz eliminacji negatywnych skutków oddziaływania Internetu, takich jak: izolacja osobowościowa, ucieczka od realnej rzeczywistości, przekazywanie zafałszowanych, nieprawdziwych informacji, brak rzetelności opracowań, używanie cudzych sformułowań bez powoływania się na źródło i autora, przekazywanie treści nieetycznych, itp. Należy się także skupić na rzetelnym przygotowaniu młodych użytkowników sieci do umiejętnego, selektywnego i krytycznego odbioru treści przekazywanych przez Internet. Właściwa edukacja w tym zakresie sprawi, że Internet stanie się źródłem najistotniejszych dla współczesnego człowieka informacji, które dzięki szybkości transmisji i atrakcyjności przekazu mogą kształtować odpowiednie postawy i być pomocne w rozumieniu zależności wynikających z różnych płaszczyzn funkcjonowania człowieka w świecie.

Zrównoważony rozwój w Internecie

Duża dostępność w krajach wysoko i średnio rozwiniętych do tego popularnego medium informacyjnego pozwala przypuszczać, że Internet może i powinien stać się podstawowym narzędziem

kształtowania nowej świadomości społecznej, poszerzonej o świadomość zrównoważonego rozwoju.⁴ Może być pomocny w kształtowaniu nowego społeczeństwa humanistycznego, które jakość życia wiązać będzie nie tylko z pomnażaniem dóbr materialnych i skrajnym konsumpcjonizmem, ale zrozumie konieczność równoważenia rozwoju ekonomicznego (postawa „mieć”) i społecznego (postawa „być” – odpowiedzialność i sprawiedliwość pokoleniowa i międzypokoleniowa, budowanie relacji społecznych opartych na tolerancji i wzajemnym poszanowaniu, postawa pomocniczości i dostępności) przy jednoczesnym dbaniu o środowisko naturalne, które wydaje się być najważniejszym czynnikiem wpływającym na podnoszenie jakości życia mieszkańców globu, stanowi bowiem podstawę budowania ładu ekonomicznego i społecznego. Obecnie na stronach internetowych znajdziemy wiele informacji o zrównoważonym rozwoju, nie znaczy to jednak, że spełniają one zadanie kształtowania świadomości zrównoważonego rozwoju. A. Pawłowski, analizując sukces medialny tej koncepcji, zwraca uwagę, że miliony stron internetowych poświęconych temu zagadnieniu w większości nie dają całościowej analizy i oceny tej idei, skupiając się jedynie na wybranych aspektach, najczęściej ekonomicznych bądź ekologicznych (Pawłowski, 2007, s. 60)⁵. By Internet w znaczący sposób wpłynął na kształtowanie się nowego typu świadomości – świadomości zrównoważonego rozwoju - konieczne jest rzetelne i odpowiedzialne przekazywanie informacji, uwzględniających i korelujących wszystkie aspekty tej koncepcji, a więc ekonomiczny, społeczny i ekologiczny.

Internet może stać się jednym z narzędzi wspomagających wielokierunkowe działania, zmierzające do budowania społeczeństwa zrównoważo-

⁴ Świadomość społeczna to *zbiór szeroko rozpowszechnionych i akceptowanych w danej zbiorowości poglądów, idei i przekonań, które stają się wzorcami czy schematami myślenia wpajanych jej członkom i egzekwowanych przez społeczny nacisk* (Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2003, s. 307). Myślenie i postępowanie zgodne z założeniami koncepcji zrównoważonego rozwoju będzie poszerzeniem pola świadomości społecznej (por. Kuzior A., *Zrównoważony rozwój w edukacji ekologicznej*, w: *Zrównoważony rozwój. Od utopii do praw człowieka.*, red. Papuziński A., Branta, Bydgoszcz 2005, s.279-293; Kuzior A., 2006, *Człowiek jako racjonalny podmiot działań w świetle założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju*, w: *Problemy Ekorozwoju. Studia socjologiczno-filozoficzne*, vol. 1, no 2, s. 67-72.

⁵ Obecnie korzystając z popularnej przeglądarki Google w przeciągu kilku setnych sekundy można znaleźć 992 tys. stron z hasłem *zrównoważony rozwój* w katalogu stron polskich, a dla hasła *rozwój zrównoważony* jeszcze więcej - 1mln. 20 tys. W sieci globalnej dla zapytania *sustainable development* 79 ml. 600 tys. – stan na dzień 29.04.2007 (trzeba pamiętać, że w zależności od dnia i godziny wyszukiwań ilość stron z żądanym hasłem może się zmieniać. Poza tym czasem zawartość niektórych stron jest wątpliwej jakości).

³ Ciekawe spostrzeżenia na temat Internetu i budowania wirtualnych światów zawiera artykuł I. Fiuta, por. Fiut I., 2006, *Zrównoważony rozwój – aspekt filozoficzny i medialny*, w: *Problemy Ekorozwoju* vol. 1, no 2, s. 34-45.

nego rozwoju. Jakie działania należy podjąć, by zbudować cywilizację zrównoważonego rozwoju, w swoich rozważaniach konkretyzuje Z. Hull wyszczególniając:

- zmianę kierunku rozwoju cywilizacyjnego,
- rezygnację z konsumpcyjnego modelu życia opartego na racjonalności instrumentalnej na rzecz racjonalności społecznej i ekohumanistycznej, opierającej się na wartościach etycznych, ekologicznych i społecznych
- zmianę wzorców zachowań, poprzez przekształcenie sposobu ludzkiego myślenia i postępowania wobec przyrody i społeczeństwa,
- wypracowanie teorii zrównoważonego rozwoju, która we właściwych proporcjach uwzględniałaby wszystkie płaszczyzny działań ludzkich: ekonomiczną, społeczną i ekologiczną
- wypracowanie kompleksowych instrumentów prawnych, ułatwiających realizację zadań wynikających z koncepcji,
- zapewnienie prymatu wartości ekologicznych nad ekonomicznymi,
- w planach działań na poziomie mikro i makro uwzględnianie priorytetu dobra wspólnego (Hull, 2003, s. 23-24).

Szereg z tych działań już zostało podjętych, jednak w dalszym ciągu brak kompleksowego, systemowego podejścia do realizacji założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju. Jak dotąd koncepcja ta nie znalazła społecznego ugruntowania. Wielu naukowców z różnych dziedzin (Z. Piątek, S. Kozłowski, W. Tyburski, J. M. Dołęga, A. Papuziński, A. Kiepas, F. Piontek i in.) wskazuje, że jest to jedyna na obecną chwilę koncepcja, która wdrożona i właściwie realizowana może zahamować postępującą degradację środowiska naturalnego, nie pogarszając w zasadniczy sposób jakości życia ludzi. Niestety, społeczeństwo jej nie zna więc nie ma drogowskazu, w którym kierunku podążać.

Reklama internetowa

Początek reklamy internetowej przypada na rok 1994. Wówczas to na stronach serwisu HotWired pojawił się banner firmy AT&T, który sprawił, że reklamodawcy zaczęli widzieć w reklamie internetowej większe możliwości niż w innych mediach. Z biegiem czasu powstały specjalistyczne sieci reklamowe, oferujące usługi w zakresie tworzenia i obsługi reklamy internetowej. W Polsce początek reklamy internetowej przypada na rok 1999 (Czajkowski, 2002, s. 524).

Reklama internetowa przybiera różne formy. Na stronach www najczęściej pojawiają się tzw. „bannery” (okna umieszczone w widocznej części strony). Oferta reklamowa w tym zakresie ciągle się poszerza. Pierwsze bannery miały postać statycz-

nych okien, pojawiających się zazwyczaj u góry strony. Bardziej efektywną formą stały się animowane GIF-y, które skutecznością znacznie przewyższały swoich protoplastów. Obecnie dostępne są m.in. reklamy typu pop-up, pop-under, sky-scraffer, interstitials.

Reklama internetowa może mieć istotne znaczenie dla budowania świadomości zrównoważonego rozwoju. Spoty reklamowe promujące zrównoważony styl życia, zachowania proekologiczne i wiedzę na temat zrównoważonego rozwoju powinny stać się integralną częścią reklamy internetowej. Komercyjne przejść część odpowiedzialności za kształtowanie „społeczeństwa jutra”, wszak leży to w interesie nas wszystkich.

Skuteczność reklamy społecznej online została potwierdzona badaniami. Dzięki staraniom firm Genius S.A., stat.pl oraz spółki Polskie Badania Internetu od 02.02.2005 do 22.01.2006. zrealizowano bezpłatnie 22 kampanie społeczne, z których każda dotarła do ok. 1,2 mln odbiorców („cookies”). Nie wiadomo jak przełożyły się na zmianę postaw i podjęcie konkretnych działań prospołecznych odbiorców reklam, ale wiadomo, że bardzo wielu użytkowników Internetu reklamę odebrało. Najważniejsze jest to, że dzięki reklamie internetowej zwrócono uwagę na istnienie pewnych problemów społecznych, np. depresji, ucieczek z domu, itp. (Korczyński, 2003). Podobne kampanie i spoty reklamowe mogłyby przybliżyć społeczeństwu koncepcję zrównoważonego rozwoju. Degradacja środowiska naturalnego⁶, nierówności społeczne i patologie, recesja niektórych gałęzi gospodarki i związane z tym bezrobocie, to palące problemy społeczne. Koncepcja zrównoważonego rozwoju wytycza kierunki rozwiązywania tych problemów. Szkoda tylko, że jest tak mało powszechna w społeczeństwie. Badania pilotażowe z 2004 roku wykazały nikłą wiedzę na ten temat wśród różnych grup wiekowych młodzieży szkolnej i studenckiej (Kuzior, 2005, s. 279-293), a przecież są to ludzie, którzy będą tworzyć przyszłość. Sondaż diagnostyczny⁷ przeprowadzony na początku 2007 roku potwierdził wyniki badań pilotażowych.

Nie można realizować postulatów na siłę, wprowadzać koncepcji, która nie zdobyła społecznej

⁶ Degradację środowiska naturalnego można uznać nie tylko za problem ekologiczny, ale także i problem społeczny. Obszernie na ten temat pisze A. Papuziński. Por. Papuziński A., Zrównoważony rozwój a współczesny problem ekologiczny: ontologia polityki ochrony środowiska, w: *Zrównoważony rozwój. Od utopii do praw człowieka*, red. Papuziński A., Branta, Bydgoszcz 2005, s. 30-51.

⁷ Pytania w formie kwestionariusza ankiety zostały skierowane do przypadkowo spotkanych młodych ludzi (od 15-28 lat) w dwóch miastach Górnego Śląska (Katowice, Gliwice). Respondenci mieli odpowiedzieć na pytanie czy znają koncepcję zrównoważonego rozwoju, i jeśli tak – to w kilku zdaniach wyjaśnić, jakie są jej założenia.

aprobaty, a nie zdobyła jej, ponieważ wiedza na ten temat w społeczeństwie jest bardzo niska. Sukces można uzyskać tylko wówczas, gdy całe społeczeństwo, przejmując część odpowiedzialności za Ziemię i drugiego człowieka włączy się w działanie. Nawet drobne czynności typu segregowanie śmieci, racjonalna konsumpcja, oszczędzanie wody i energii⁸ przyczynią się do sukcesu.

Aby koncepcja zrównoważonego rozwoju zakorzeniła się w świadomości społecznej, konieczne jest wielokierunkowe działanie: edukacja szkolna, szkolenia pracownicze, reklama społeczna w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet), audycje i filmy edukacyjne, programy publicystyczne. Wiele akcji podejmuje się już obecnie, ale brak kompleksowego, systemowego działania w celu zrównoważenia różnych płaszczyzn życia człowieka i jego współistnienia z przyrodą. Ważne jest, by kampania uwzględniała wszystkie aspekty zrównoważonego rozwoju: ekonomiczny, społeczny i ekologiczny. Najskuteczniejszą formą mogłaby się okazać reklama internetowa w formie GIF-ów czy Fleshy oraz SPAM. Wprawdzie w internetowej etykiecie (netykiecie) e-mailing uznaje się za poważne wykroczenie, jednak powszechność SPAM-u pozwala przypuszczać, że mógłby się stać ważnym elementem budowania nowego typu świadomości. Codziennie na skrzynki e-mailowe przychodzi co najmniej kilka reklam, w zależności od tego z jakiego portalu korzystamy. Są to głównie reklamy komercyjne. Mimo obwarowań prawnych i programów filtrujących, SPAM wkrada się na naszą pocztę internetową różnymi drogami (Korczyński, 2003). Istnieje zatem prawdopodobieństwo, że zostanie przeczytany i zwróci uwagę odbiorcy. Badania wykazują, że korzystanie z poczty elektronicznej ma największy udział (prawie osiemdziesięcioprocentowy) spośród wszystkich zastosowań Internetu. Na pozostałe usługi internetowe (np. korzystanie ze stron www, czy chatu) przypada tylko dwadzieścia procent (Castells, 2003, s. 137). Dlatego można przypuszczać, że spoty reklamowe przekazywane e-mailingiem w znaczący sposób wpłynęłyby na kształtowanie świadomości zrównoważonego rozwoju.

Skuteczność reklamy internetowej w budowaniu świadomości zrównoważonego rozwoju może być nieoceniona. Jeśli zainteresuje swoją oryginalnością, być może wzbudzi także potrzebę poszukania szerszych informacji. Koncepcja zrównoważonego rozwoju zakorzeniona w świadomości społecznej może pomóc w rozwiązaniu ważkiego

problemu kryzysu wartości i braku wizji przyszłości, może stać się podstawą budowania lepszego jutra. Z badań wynika, że 37% użytkowników Internetu to ludzie młodzi w przedziale wiekowym od 15-24 lat (Korczyński, 2003). Właściwe ukształtowanie ich postaw to przepustka do przyszłości zbudowanej na paradygmacie odpowiedzialności za siebie, za drugiego człowieka i za przyrodę.

Podsumowanie

Postulatywny charakter tych rozważań eksponuje troskę o przyszłość naszej planety i gatunku *homo sapiens*. Budowanie świadomości zrównoważonego rozwoju wydaje się być jedynym właściwym kierunkiem działań, by upowszechnić koncepcję, która daje człowiekowi nadzieję na dalsze bytowanie na Ziemi. Poziom świadomości będzie zależał od jakości i ilości dostępnych informacji. Czwarte, najbardziej popularne współcześnie (szczególnie wśród młodych ludzi) medium informacyjne mogłoby w zasadniczy sposób wpłynąć na poszerzenie pola świadomości społecznej i umieszczenie w nim koncepcji zrównoważonego rozwoju. Internet ma przewagę nad innymi mediami ze względu na funkcję interaktywności, dlatego też jego atrakcyjność jest większa. To stanowi podstawowy atut, który może być wykorzystany w promowaniu nowego stylu życia wynikającego z omawianej koncepcji.

Edukacja, dostęp do informacji, budowanie świadomości zrównoważonego rozwoju powinny być także pogłębione refleksją filozoficzną. Filozofia w gruncie rzeczy stanowi podstawę rozumienia świata i zachodzących w nim procesów. Z. Piątek uważa, że filozoficzną podstawą zrównoważonego rozwoju powinna być nowa filozofia środowiskowa i nowa filozofia moralności. Za przykład podaje biocentryzm, który jednak jest koncepcją jeszcze nie do końca ukształtowaną (Piątek, 2007, s. 5-8). Z kolei Z. Hull mówiąc o filozofii(ach) zrównoważonego rozwoju, określa je jako pewien sposób myślenia o rzeczywistości nazwany przez autora *Filozofii zrównoważonego rozwoju* myśleniem integralnym, które cechuje się m.in. holistycznym i systemowym podejściem do wzajemnych interakcji biosfery i antroposfery. Podobnie jak Z. Piątek, Z. Hull uważa, że rozważania dotyczące społeczeństwa zrównoważonego rozwoju powinny uwzględniać przede wszystkim problematykę aksjologiczną i etyczną (Hull, 2003, s. 19-21). Jedynie na takich podstawach można budować „społeczeństwo jutra”. W związku z powyższym Internet powinien także stać się forum upowszechniania filozofii zrównoważonego rozwoju, która wyjaśni młodym ludziom na czym polega odpowiedzialność i za kogo lub co człowiek tę odpowiedzialność musi przejąć.

⁸ Niektóre zachowania instytucji i indywidualnych użytkowników wymuszane są aktami legislacyjnymi. Na Szczycie UE (9.03.2007) ustalono, że Komisja Europejska, przygotowuje projekty legislacyjne, regulujące kwestie wymiany żarówek na energooszczędne. Regulacje dla instytucji i oświetlenia ulicznego powinny być opracowane i przyjęte do 2008 roku, a do 2009 roku dla prywatnych domostw. Por. serwis <http://www.money.pl> [stan z 1 VI 2007 r.].

Literatura

1. BAŃKA J., *Metafizyka wirtualna. Traktat o strukturach chwilowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1997.
2. CASTELLS M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Rebis, Poznań 2003.
3. CZAJKOWSKI M., *Wielka encyklopedia Internetu*, Edition 2000, Kraków 2002.
4. FIUT I., 2006, Zrównoważony rozwój – aspekt filozoficzny i medialny, w: *Problemy Ekorozwoju. Studia filozoficzno-socjologiczne*, vol. 1, no. 2, s. 34-45.
5. FROMM E., *Rewolucja nadziei. Ku uczłowieczonej technologii*, Rebis, Poznań 1996.
6. HULL Z., *Filozofia zrównoważonego rozwoju*, w: *Filozoficzne i społeczne uwarunkowania zrównoważonego rozwoju*, red. Pawłowski A., Politechnika Lubelska, Lublin 2003, s. 15-25.
7. JUSZCZYK S., *Komunikacja człowieka z mediami*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1998.
8. JUSZCZYK S., *Edukacja na odległość*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2002.
9. KIEPAS A., 1990, Problem neutralności techniki, w: *Folia Philosophica* nr 7.
10. KIEPAS A., Technika a idea zrównoważonego rozwoju, w: *Polityka ekologiczna III Rzeczypospolitej*, red. Papuziński A., Akademia Bydgoska, Bydgoszcz 2000, s. 403-418.
11. KIEPAS A., *Wprowadzenie do filozofii techniki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1987.
12. KORCZYŃSKI A., 2003, Prawne aspekty walki ze spamem. W: *Chip* nr 4.
13. KŁOPOTEK M. A., *Inteligentne wyszukiwarki internetowe*, Exit, Warszawa 2001.
14. KULIGOWSKI, 2002, Internet: Ziemia obiecana czy post *coitum triste*, w: *Kultura i Społeczeństwo* nr 1.
15. KUZIOR A., 2006, Człowiek jako racjonalny podmiot działań w świetle założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju, w: *Problemy Ekorozwoju* vol. 1. nr 2, s. 67-72.
16. KUZIOR A., Kategoria nadziei we współczesnej antropologii filozoficznej, w: *Aporie sensu. Emotywizm i racjonalizm*, red. Bańka J., Kiepas A., Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1998, s. 137-145.
17. KUZIOR A., Zrównoważony rozwój w edukacji ekologicznej, w: *Zrównoważony rozwój. Od utopii do praw człowieka*, red. Papuziński A., Branta, Bydgoszcz 2005, s.279-293.
18. PAPUZIŃSKI A., Zrównoważony rozwój a współczesny problem ekologiczny: ontologia polityki ochrony środowiska, w: *Zrównoważony rozwój. Od utopii do praw człowieka*, red. Papuziński A., Branta, Bydgoszcz 2005, s. 30-51.
19. PAWŁOWSKI A., 2007, Bariery we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego – spojrzenie ekofilozofa, w: *Problemy Ekorozwoju. Studia filozoficzno-socjologiczne*, vol. 2, no 1, s. 59-65.
20. PIĄTEK Z, 2007, Filozoficzne podłoże zrównoważonego rozwoju, w: *Problemy Ekorozwoju. Studia filozoficzno-socjologiczne*, vol. 2, no 1, s. 5-18.
21. SITARSKI P., *Rozmowa z cyfrowym cieniem, Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Rabid, Kraków 2002.
22. SZTOMPKA P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2003.
23. http://newsroom.chip.pl/nb_167195.html [stan na 1 VI 2007 r.].
24. <http://www.money.pl> [stan na 1 VI 2007 r.].