

Maja Biernacka 

Uniwersytet w Białymstoku



O REWOLUCJI INTERNETOWEJ I METODACH BADANIA PRZESTRZENI WIRTUALNEJ

Recenzja z: Dariusz Jemielniak, *Socjologia Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2019, 232 strony.

Książka Dariusza Jemielniaka pod tytułem *Socjologia Internetu* ukazała się nakładem Wydawnictwa Naukowego Scholar w 2019 roku. Podejmując rekonstrukcję logiczną treści można wyodrębnić w niej trzy zasadnicze zakresy przedmiotowe. Pierwszym z nich jest tematyka rewolucji internetowej, drugim – sposoby badania zjawisk społecznych istniejących w przestrzeni wirtualnej, a trzecim – etyka badawcza.

Jemielniak łączy rewolucję internetową z dewaluacją wiedzy eksperckiej oraz zjawiskiem określanym jako gospodarka dzielenia się. Szuka związków rewolucji internetowej z globalnym kryzysem uniwersytetu i wiary w naukę, a także kwestionowaniem wagi elit intelektualnych w życiu społecznym. Gdy mowa o kryzysie wiedzy eksperckiej, odnosi się do procesów makdonaldyzacji uczelni, to jest proceduralizacji i kontroli pracy naukowej poprzez wyznaczenie celów „produkcyjnych”. Mają być one realizowane w krótkim horyzoncie czasowym, a ich efekty podlegają ścisłemu pomiarowi według kryteriów wyznaczonych w zburokratyzowanym trybie. Warunki budowy takiego systemu stały się możliwe dzięki rozwojowi systemów informatycznych oraz Internetu. Nie bez znaczenia dla załamania się wiary w naukę oraz zmniejszenia zakresu polegania na kompetencjach elit intelektualnych jest obniżenie kosztu dostępu do wiedzy właśnie dzięki rozwojowi sieci internetowej. W wielu przypadkach spadają one do zera, jak ma to miejsce w przypadku źródeł istniejących w wolnym dostępie. Choć wzrósł koszt sortowania i filtrowania wiedzy – niekoniecznie, co warto podkreślić, wymierny w kategoriach monetarnych – fakt ten traci na znaczeniu wobec preferowania szybkości i wygody dostępu do informacji względem jej jakości, wiarygodności czy weryfikowalności. Autor odwołuje się w szczególności do przykładów z branży medycznej, zwłaszcza że Internet stał się podstawowym źródłem informacji na temat chorób i ochrony zdrowia, w tym w zakresie terapii uzupełniających i alternatywnych.

Internet przyczynił się ponadto do zmiany znaczenia tradycyjnych grup odniesienia, których funkcję w dużej mierze przejmuje obserwacja znajomych w mediach społecznościowych, a także doprowadził do zwiększenia zaangażowania w kultywowanie tak zwanych w socjologii za Markiem Granovetterem (1973) słabych więzi czy też powiązań (ang. *weak ties*). Dostarczył narzędzi do budowania bliskości pośredniczonej on-line, która jest efektem przedefiniowania przez media społecznościowe sposobu kształtowania relacji prywatnych, a w konsekwencji budowania więzi towarzyskich oraz intymnych poprzez internetowe serwisy randkowe, zarówno w środowiskach heteronormatywnych, jak i nieheteronormatywnych.

Ważną kwestią, która poruszana jest w książce, jest tak zwana gospodarka dzielenia się¹. Sprowadza się ona do możliwości uzyskiwania dostępu do dóbr i dzielenia się nimi bez konieczności ich posiadania, co stało się możliwe właśnie wskutek rewolucji internetowej. Jemielniak poddaje pod dyskusję wczesne konceptualizacje tego pojęcia jako dotyczącego wytwarzania lub powielania dóbr przy zerowym koszcie, co dotyczyć może zwłaszcza tych, które oparte są na zapisie cyfrowym. Wskazuje też na inne właściwości gospodarki dzielenia się, jak jej – w wielu przypadkach – nierywalizujący charakter (por. Romer 1990; Chełkowski 2015). Przyczyniać może się ona do rozwoju ekonomicznego oraz szybkiego przyrostu dóbr wspólnych, co ma miejsce dzięki otwartej licencji. Dzieje się tak choćby w przypadku Wikipedii, z której uzyskana korzyść społeczna szacowana jest na setki miliardów dolarów rocznie (por. Band, Gerafi 2013). Autor podejmuje też krytyczną refleksję, wzmiankując w ślad za innymi badaczami (w tym: Juza 2016; Azzellini 2018; Mikołajewska-Zajac, Rodak 2016; Schor, Attwood-Charles 2017) o negatywnych konsekwencjach gospodarki dzielenia się. Są wśród nich: postępująca atomizacja odbiorców, możliwość stosowania algorytmów do eksploatacji pracowników i klientów, wykorzystywanie asymetrii organizacyjnej i władzy w celu zwiększania zysków, a w rezultacie zwiększanie się nierówności społecznych (s. 33–34).

Drugim spektrum zainteresowań autora są metody badania społeczności internetowych. W książce podjęta jest dyskusja na temat zasadności łączenia metod ilościowych i jakościowych, wiążących się z tym korzyści oraz utrudnień oraz interpretacji wyników. Gdy mowa o pierwszych z nich, autor przedstawia tematykę Big Data, jak przyjęło się nazywać obszerne i zróżnicowane zbiory danych. Pisze o analizie sieciowej, znanej również pod skrótem SNA (ang. *social network analysis*), której jednym z wczesnych zastosowań były badania siły słabych więzi prowadzone przez Granovettera (1973). Podejmuje też problematykę

¹ Zwana jest też w polskim przekładzie gospodarką współdzielenia [się], względnie gospodarką współdzieloną (ang. *sharing economy*) patrz np. Mikołajewska-Zajac, Rodak 2016; Sztokfisz 2017; Hałasik 2017.

sondaży on-line, prowadzonej zarówno z wykorzystaniem danych zastanych, które nie są ingerujące, jak i tych, które polegają na aktywnym uczestnictwie badanych. Zasadniczą zaletą książki jest przedstawienie wybranych, nowatorskich metod badań społecznych on-line, takich jak kulturomika (ang. *culturomics*). Jest to pojęcie zaproponowane w 2010 roku przez zespół autorów (Michel et al. 2011²), którzy stworzyli autorską metodę, będącą odmianą obliczeniowej leksykografii i wykorzystali ją – jak opisuje Jemielniak (s. 74) – w badaniu korpusu milionów książek istniejących w postaci cyfrowej, a stanowiących ok. 4% książek, jakie kiedykolwiek ukazały się w języku angielskim. Kulturomika stosowana może być w analizie zachowań ludzkich, w tym trendów społecznych, kulturowych, a także zmian w zakresie języka. Wśród przykładów jej zastosowania podaje on badania trajektorii ludzkiej sławy, orientacji publikacji książkowych na przeszłość *versus* teraźniejszość, a gdy mowa o języku – np. zmian w gramatyce, choćby pojawiania się regularnej odmiany czasowników, które uprzednio były wyłącznie nieregularne³. Inną metodą jest scraping (3.2.5), jak określa się zbieranie prostych, powtarzalnych danych, które wprawdzie dostępne są na serwisie internetowym, ale niekoniecznie za pomocą interfejsu programowania aplikacji (API, ang. *Application Programming Interface*). Termin ten, oznaczający literalnie zdrapywanie, dotyczy uzyskiwania danych za pomocą dostępnych narzędzi lub skryptów pisanych specjalnie na ten użytek. Jemielniak pisze również o innych narzędziach, w tym wybranych programach, aplikacjach, serwisach i stronach, które użyteczne są w badaniach zjawisk społecznych w Internecie, takich jak: ScrapingHub, OctoParse, COSMOS, DiscoverText, Spotify Artist Network, NetVizz, Chorus, Webometric Analyst, Netlytic, DigitalMethods.Net, WikiChron.

W książce pojawia się pewien kłopot terminologiczny. Choć tytuł książki określa jej tematykę jako *s o c j o l o g i ę* Internetu, przechodząc do badań jakościowych autor niepostrzeżenie przechodzi do *e t n o g r a f i i* jako punktu

² Dla porządku wzmiankuję, że Jemielniak umieszcza przy tej pozycji 2010 jako rok publikacji, co dotyczy zarówno przypisu w tekście oraz danych bibliograficznych pod koniec książki. W pracy nad recenzją posługuję się tymże artykułem z czasopisma *Science*, na którym widnieje rok 2011 i taką datę umieszczam konsekwentnie w tekście.

³ Rozszerzając informacje na temat podanych przez autora przykładów: zespół Michel et al. (2011) podjął analizę zastępowania w języku angielskim nieregularnej odmiany czasownika uczyć się (ang. *learn*), tj. *learn-learnt-learned* poprzez jego regularną odmianę: *learn-learned*. Innym obiektem badań był wzrost częstotliwości pojawiania się w badanym piśmiennictwie wyrazu ‘kobiety’ (ang. *women*) względem wyrazu ‘mężczyźni’ (ang. *men*), co traktowane jest jako świadectwo wzrostu kulturowego i społecznego znaczenia kobiet. Badacze ustalili, że wyraz ‘kobiety’ aż do wczesnych lat siedemdziesiątych XX wieku pojawiał się jedynie sporadycznie, zanim na dobre do głosu doszedł feminizm. Jako symboliczny punkt przemian w zakresie pozycji kobiet wskazywany jest mniej więcej rok 1968, łączony z rewolucją obyczajową w społeczeństwie amerykańskim (na ten temat por. też Biernacka 2009: 125 i nast.)

wyjścia swych rozważań, bez odniesienia do zasadniczych różnic, ani też punktów styecznych między tymi dziedzinami czy na przykład argumentacji na rzecz interdyscyplinarnego charakteru kwestii metodologicznych, które podejmuje w książce. Trudno powiedzieć, w jaki sposób pojawiła się ta wolta w tekście książki. Może jest to po prostu wynik wykształcenia się terminu *netnografia*, który od etnografii na poziomie słowotwórczym odróżnia prefiks, a ponadto bywa ona w literaturze przedmiotu utożsamiana z etnografią wizualną.

Jemielniak odwołuje się wprawdzie do pojęcia ‘badania netnograficzne’, dystansuje je od etnografii twierdząc, że mają one z sobą niewiele wspólnego (s. 95). We wcześniejszej publikacji stawiał natomiast znak równości między netnografią a etnografią wirtualną (Jemielniak 2013). W rzeczy samej, istnieją różne definicje netnografii (por. Kozinets 2002, 2019; Costello, McDermott Wallace 2017; Fujita, Harrigan, Soutar 2017, 2018; Heinonen, Medberg 2018; Lugosi, Quinton 2018), które sprowadzają się do dwóch sposobów rozumienia. Pierwszym z nich jest traktowanie netnografii jako synonimicznej do etnografii wirtualnej, drugim – jako odnoszącej się do badań marketingowych, które czerpią z instrumentarium etnografii i/lub dotyczą jej przedmiotu, w tym symboli, znaczeń, wzorów konsumpcji itd. Są one szybsze i prostsze od etnograficznych, natomiast – jak zwraca uwagę Jemielniak (s. 95) – „nie opierają się na zanurzeniu w badanej kulturze w stopniu, który umożliwiłby dogłębne zrozumienie jej logiki”.

Kolejne zagadnienia omawiane w książce to etnografia sieciowa (*connective ethnography*), stanowiąca połączenie analizy on-line i off-line, stosowana w badaniach terenowych, a także cyberetnografia, etnografia internetowa, etnografia przestrzeni wirtualnych czy etnografia on-line, po których przedstawieniu autor wraca do socjologii, tj. pokrótce odnosi się do tej dyscypliny w warunkach istnienia Internetu i zestawia związane z nią pojęcia w formie tabelarycznej (s. 97). Następnie znów kieruje się w swych rozważaniach do etnologii podejmując zadanie przedstawienia jej specyfiki oraz adaptacji, jaką narzuca istnienie przestrzeni wirtualnej w zakresie istoty, perspektywy poznawczej, przedmiotu, celu i trybu prowadzenia badań, dostępnych narzędzi itd., a także praktycznych problemów związanych z ich zastosowaniem. Mowa też jest o analizie przypadku w świecie wirtualnym, z koncentracją na przykładach badań dotyczących Wikipedii oraz wywiadach on-line. Według sposobów ich realizowania można wśród nich wyodrębnić wywiady przeprowadzane przez tekstowy czat internetowy, za pośrednictwem komunikatorów głosowych, z wykorzystaniem wideokonferencji, prowadzone twarzą w twarz podczas spotkania na żywo z członkami społeczności internetowych, a także asynchroniczne przez e-mail lub forum.

Czytelnik znajdzie też w książce informacje na temat analizy narracyjnej (ang. *narrative analysis* lub *narrative inquiry*), która stosowana jest do badania tekstów, a także ustnych opowieści (patrz też Kaźmierska 2004; Urbańska

2015). Jej przedmiotem mogą być różne ich formy, w tym: dzienniki, zapiski rodzinnych historii, listy, biografie lub autobiografie, rozmowy, wywiady (por. Kohler Riessman 2008; Bamberg 2012). Zasadniczym celem analizy narracyjnej jest badanie subiektywnych czy intersubiektywnych znaczeń, jakie ludzie nadają działaniu swojemu oraz innych, a także zjawiskom obserwowanym w różnych sferach życia społecznego. Jemielniak wskazuje na nowe możliwości wykorzystania tej metody, jakie przyniósł rozwój technologii cyfrowych oraz Internetu. Tworzą one warunki do badania ‘trwałych konwersacji’ (ang. *persistent conversations*), a taką właśnie właściwość mają wypowiedzi internetowe (por. np. Smith, Fiore 2001; Stephens et al. 2017). Choć mogą przebiegać dynamicznie, synchronicznie lub niemal synchronicznie, przybierając formę ‘wielu-do-wielu’ (ang. *many-to-many*), czyli konwersacji, w której uczestniczy wielu aktorów społecznych, jak ma to miejsce np. w mediach społecznościowych (patrz np. Jensen, Helles 2016)⁴, podlegają archiwizacji, dzięki czemu możliwa jest ich analiza po latach bez uszczerbku dla treści oryginalnego przekazu (s. 122). Fakt równoczesnego uczestnictwa sprawia, że wiele dyskusji internetowych kwalifikuje się na użytek badań jako formy dyskursu publicznego, czego przykładem są choćby otwarte dyskusje na Twitterze. Specyfiką konwersacji internetowych jest to, że podlegają tzw. zjawisku komory rezonansowej (ang. *echo chamber*), czyli polaryzacji opinii w wyniku częstszego obcowania z osobami o zbliżonych poglądach. W związku z ich paraanonimowym charakterem ulegać mogą radykalizacji oraz przesuwaniu się ideowego centrum, czemu sprzyja zwłaszcza trolling jako narzędzie propagandowe (s. 125).

Autor odnosi się też do badań wytworów kultury w Internecie, między innymi w kontekście przekształceń, których efektem jest przemiana osób konsumujących w jej dystrybutorów, a zarazem współtwórców. Osoby, które równocześnie spełniają funkcje w zakresie korzystania i użytkowania kultury określane bywają w języku angielskim neologizmem *producers*. Termin ten, popularyzowany przez Axela Brunsa (2008), stanowi portmanteau wyrazów producenci (ang. *producers*) i użytkownicy (ang. *users*). Samo zjawisko Bruns określa pochodnym terminem *produsage*, będącym – analogicznie – zbitką wyrazów produkcja (ang. *production*) i użycie (ang. *usage*).

Jemielniak podkreśla, że współkształtowanie kultury przez dotychczasowych jej użytkowników, czemu towarzyszy częściowa lub pełna anonimowość części dzieł sztuki zaangażowanej oraz nieustanna zmienność cyberprzestrzeni, mają przełożenie na życie polityczne. Zapewniają mianowicie sprzyjające warunki dla konstituowania się oddolnych ruchów społecznych w przestrzeni wirtualnej.

⁴ Termin ten pojawił się jeszcze przed pojawieniem się Internetu wraz z rozwojem technologii informatycznych (patrz np. Stevens 1981), natomiast dopiero z czasem zaczął być zyskiwać popularność w opisie tej właściwości komunikacji.

Jest tak, ponieważ Internet stanowi znakomitą platformę budowania sieci kontaktów, kreowania oraz dystrybucji przekazu, prowadzenia debaty publicznej itd. Autor podkreśla znaczenie humoru jako przedmiotu badań i argumentuje (s. 132), że rozumienie żartów w obrębie danej kultury stanowi w oczach uprawiających etnografię ostateczny wyznacznik jej rozumienia, a zarazem posiadania zbliżonego kapitału kulturowego do jej przedstawicieli. Analogicznie sytuacja przedstawia się w odniesieniu do znajomości języka, tj. rozumienie ironii uznawane jest za jedną z najtrudniejszych kompetencji językowych. W kontekście badań Internetu tematyka ta jest warta podjęcia zważywszy, że stał się on – tak jak i inne masowe środki przekazu – katalizatorem tekstowej oraz wizualnej satyry politycznej. Masowe media, dzięki szerokiej i szybkiej cyrkulacji treści, pozwalają kwestionować porządek symboliczny między innymi dzięki dowcipom, mającym funkcję krytyczną oraz kontrolną (s. 133). Dotyczy to zarówno reżimów politycznych, jak i funkcjonowania w organizacjach biurokratyzowanych, które cechują poważne nierówności władzy. Jemielniak słusznie zauważa (tamże), że ironia służy dekonstrukcji oraz rozbrajaniu oficjalnej propagandy, stając się bronią defensywną najsłabszych oraz narzędziem dystansowania od poślednich pozycji, jakie zajmują w systemie. Pomaga też w budowaniu opozycji względem struktur władzy, jak na przykład kontroli menedżerskiej w korporacjach, a także nadawaniu alternatywnego sensu własnej roli w organizacji. Posługuje się on porównaniem do form karnawałowych, o których pisał Michaił Bachtin (1982), jako pozwalającym na czasowe zawieszenie dominującego porządku społecznego, wraz z jego hierarchią, normami, konwenansami itd. Twierdzi, że humor, w tym dotyczący życia politycznego, ma szczególne znaczenie jako przedmiot analizy w badaniach nowych, nieutralonych jeszcze form kulturowych, co ma miejsce na przykład w odniesieniu do społeczności internetowych.

Jemielniak wskazuje nadto na znaczenie memów, które jako element kultury masowej stanowią narzędzie komentowania rzeczywistości społecznej. Pisze o ‘memetycznym aktywizmie’, określanym też w języku angielskim jako *snark-tivism* (por. Rintel 2013), a sprowadzającym się do ich rozpowszechniania jako specyficznej formy wyrażania krytyki, a zarazem taktyki oporu między innymi wobec działań polityków oraz korporacji transnarodowych. Pojęciem, które pojawia się w tekście obok niego w odniesieniu do kultury memu, jest – niewyjaśniony w książce – *slacktivism*⁵. Jest to zbiorcze, pejoratywne, względnie

⁵ Stanowi on zbitkę wyrazów *activism*, czyli aktywizm oraz wyrazu *slacker*, który oznacza w języku angielskim osobę leniwą, wygodnicką itp., względnie *slack*, który jako czasownik oznacza zaniedbywać lub rozluźniać, a w formie przymiotnikowej: leniwy, powolny, luźny itd. Istnieje też w język angielskim rzeczownik w tym samym brzmieniu, który oznaczać może zastój, martwy sezon lub okres w pracy, działaniu itd., a także zwisającą czy luźną część (np. liny, krawata itd.).

ironiczne określenie form aktywności, które nie wymagają szczególnego wysiłku ani nakładów. Nie musi ograniczać się do działalności w Internecie i może odnosić się do innych form życia społeczno-politycznego. Jednak to właśnie specyfika przestrzeni wirtualnej, w tym mediów społecznościowych zachęca do łatwych form aktywizmu. Dostarczają one narzędzi takich jak udostępnianie treści i lajkowanie, które są jednymi z najbardziej powszechnych i niewymagających wysiłku form działania w sieci, a jako takie kwalifikują się jako przejawy *slacktivismu*.

Trzeci obszar, jaki podejmowany jest w książce, to etyka badawcza. Jest on ważny w kontekście zagadnień omawianych wcześniej, zwłaszcza że badania prowadzone w Internecie przynoszą nowe rodzaje ryzyka i są źródłem dylematów etycznych, między innymi w zakresie identyfikacji respondentów oraz zakresu udostępniania danych osobowych. Wymykając się z ram tematycznych nadanych rozdziałowi, pierwszy z umieszczonych w nim podrozdziałów nie dotyczy jednak etyki badawczej, a faktu, że Internet zapewnia użytkownikom instrumenty do wyrażania i propagowania infamii, ale również karania jej sprawców, z kilkoma przykładami tego rodzaju zdarzeń. Brak jest tu natomiast odniesienia do kwestii etycznych, z jakimi borykać mogą się badacze działający w przestrzeni wirtualnej, a także propozycji zalecanego postępowania. W zasadzie problem braku zgodności treści tego podrozdziału z tytułem rozdziału można byłoby wyeliminować poprzez umieszczenie jego zawartości w innym miejscu książki, czy to we wprowadzeniu czy na pierwszych stronach tego rozdziału jako uwagi dotyczące uwarunkowań funkcjonowania w Internecie, których konsekwencją są dylematy etyczne, przed którymi stoją badacze.

Jemieliński prezentuje jedynie krótkie omówienia dotyczące, kolejno: anonimowości, prywatności, świadomej zgody, własności danych, a także poufności danych w przestrzeni wirtualnej. Nie podejmuje natomiast dogłębnej analizy problemów etycznych związanych z prowadzeniem badań społecznych w Internecie, próby ich klasyfikacji oraz proponowanych rozwiązań. Warto byłoby w książce odnieść się do istniejących kodeksów etyki socjologa, zwłaszcza Kodeksu etyki socjologa (2012), uchwalonego przez Walne Zgromadzenie Delegatów Polskiego Towarzystwa Socjologicznego, a również Kodeksu Etyki Amerykańskiego Towarzystwa Socjologicznego, oryg. *Code of Ethics, American Sociological Association* (2018), zwłaszcza że stanowią one punkt odniesienia w zakresie problemów etycznych badań prowadzonych w Internecie.

Ogólnie rzecz biorąc, recenzowana książka Jemielińskiego wypełnia lukę na polskim rynku wydawniczym w zakresie syntezy problematyki związanej z badaniami społecznymi, dla których przedmiotem badań i/lub środowiskiem jest Internet. Szkoda, że nie jest umieszczony pod jej koniec indeks rzeczowy, w którym czytelnik mógłby odnaleźć wybór kluczowych pojęć. Chodzi zwłaszcza o terminy specyficzne dla badań z zakresu nauk społecznych, których

przedmiotem są zjawiska internetowe lub prowadzonych on-line, w tym dotyczące instrumentarium tego rodzaju badań. Pozycja ta ma charakter przeglądu w zakresie metodologii badań w Internecie, natomiast nie obejmuje szczegółowych wskazówek dotyczących prowadzenia tego rodzaju badań, w tym ich trybu, przedmiotu itp. Cennym wkładem jest omówienie przemian w zakresie życia społecznego związanych z pojawieniem się Internetu oraz wybranych możliwości badawczych, jakie zapewnia rozwój technologii cyfrowych.

Bibliografia

- Azzellini, Dario. 2018. Labour as a Commons: The example of worker-recuperated companies. *Critical Sociology*, 44, 4–5: 763–776. DOI: 10.1177/0896920516661856.
- Bachtin, Michaił. 1982. *Problemy literatury i estetyki*. Przekład Wincenty Cesluk-Grąjewski. Warszawa: Czytelnik.
- Bamberg, Michael. 2012. Narrative analysis. In: H. Cooper, P. M. Camic, D.L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, K. J. Sher, eds. *APA handbook of research methods in psychology*, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological. Washington, DC, US: American Psychological Association, 85–102. DOI: 10.1037/13620-006.
- Band Jonathan, Jonathan Gerafi. 2013. *Wikipedia's Economic Value*. SSRN working paper. DOI: 10.2139/ssm.2338563.
- Biernacka, Maja. 2009. *Człowiek korporacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producersage*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Chelkowski, Tadeusz. 2015. Czy otwarte i wolne oprogramowanie może przyczyniać się do wzrostu gospodarczego? *e-mentor*, 2, 59: 69–76. DOI: 10.15219/em59.1173.
- Costello, Leesa, Marie-Looise McDermott, Ruth Wallace. 2017. Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1: 1–12. DOI: 10.1177/1609406917700647.
- Granovetter, Mark S. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 6: 1360–1380.
- Fujita, Momoko, Paul Harrigan, Geoffrey Soutar. 2017. A netnography of a university's social media brand community: Exploring collaborative co-creation tactics. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 27, 2: 148–164. DOI: 10.1080/21639159.2017.1283798.
- Fujita, Momoko, Paul Harrigan, Geoffrey Soutar, N. 2018. Capturing and co-creating student experiences in social media: A social identity theory perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26, 2: 55–71. DOI: 10.1080/10696679.2017.1389245.
- Hałasik, Małgorzata Gabriela. 2017. Sharing economy wyzwaniem współczesnych przedsiębiorstw. *Acta Universitatis Nicolai Copernici, Zarządzanie XLIV nr 2*, 135–145. DOI: 10.12775/AUNC_ZARZ.2017.025.

- Heinonen, Kristina, Gustav Medberg. 2018. Netnography as a tool for understanding customers: implications for service research and practice. *Journal of Services Marketing*, 32, 6: 657–679. DOI: 10.1108/JSM-08-2017-0294.
- Jemieliński, Dariusz. 2013. Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych. *Prakseologia*, 154: 97–116.
- Jensen, Klaus Bruhn, Rasmus Helles. 2016. Speaking into the system: Social media and many-to-one communication. *European Journal of Communication*, 32, 1: 16–25. DOI: 10.1177/0267323116682805.
- Juza, Marta. 2016. Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka. *Studia Socjologiczne*, 1, 220: 199–221.
- Kaźmierska, Kaja. 2004. Wywiad narracyjny jako jedna z metod w badaniach biograficznych. *Przegląd Socjologiczny*, 53, 1: 71–96.
- Kohler Riessman, Catherine. 2008. *Narrative Methods for the Human Sciences*. London: Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Kozinets, Robert. 2002. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39: 61–72. DOI: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935.
- Kozinets, Robert V. 2019. *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA/ London.
- Lugosi, Peter, Sarah Quinton. 2018. More-than-human netnography. *Journal of Marketing Management*, 34: 287–313. DOI: 10.1080/0267257X.2018.1431303.
- Michel, Jean-Baptiste, Yuan Kui Shen, Aviva Aiden, Adrian Veres, Matthew K. Gray, Joseph P. Pickett, Dale Hoiberg, Dan Clancy, Peter Norvig, Jon Orwant. 2011. Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science*, 14, 331, 6014: 176–182. DOI: doi.org/10.1126/science.1199644.
- Mikołajewska-Zajac, Karolina, Olga Rodak. 2016. Platformy spółdzielcze jako próba rewizji korporacyjnego modelu gospodarki współdzielonej. *e-mentor*, 4, 66: 67–73.
- Rintel, Sean. 2013. ‘Slacktivism’ vs ‘snarktivism’: how do you take your online activism? April 10, The Conversation.
- Romer, Paul M. 1990. Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98, 5 part 2: 71–102.
- Schor, Juliet B., William Attwood-Charles. 2017. The ‘sharing’ economy: Labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11, 8: e12493. DOI: doi.org/10.1111/soc4.12493.
- Smith, Marc A., Andrew T. Fiore. 2001. *Visualization Components for Persistent Conversations*. Technical Report MSR-TR-2000-98, Collaboration & Multimedia Group Microsoft Research, Redmont, WA 1-8. DOI: 10.1145/365024.365073.
- Stevens, Chandler Harrison. 1981. *Many-to many communication*. Center for Information Systems Research, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Stevens, Keri K., Ignacio Cruz, Eric D. Waters, Yaguang Zhu. 2017. Meetings as Persistent Conversations that use ICTs and Face-to-Face to Build Social Capi-

tal. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences, 2175-2184. DOI: 10.24251/HICSS.2017.263.

Sztokfisz, Barbara. 2017. *Gospodarka współdzielenia – pojęcie, źródła, potencjał*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, 6(966), 89–103. DOI: 10.15678/ZNUEK.2017.0966.0606.

Urbańska, Sylwia. 2015. *Matka Polka na odległość. Z doświadczeń migracyjnych robotnic 1989–2010*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Inne źródła:

Code of Ethics, 2018, American Sociological Association, https://www.asanet.org/sites/default/files/asa_code_of_ethics-june2018.pdf. Dostęp: 15.10.2019>

Kodeks etyki socjologa, 2012, Uchwalony przez Walne Zgromadzenie Delegatów Polskiego Towarzystwa Socjologicznego dnia 25 marca 2012 r., <http://pts.org.pl/wp-content/uploads/2016/04/kodeks.pdf>. Dostęp: 15.10.2019.