

Barbara Koc-Kozłowiec

Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie

TOŻSAMOŚĆ W KOMUNIKOWANIU ZAPOŚREDNICZONYM PRZEZ KOMPUTER



Wstęp

Globalna sieć – Internet – nie ma granic. Każdy użytkownik korzysta z sieci na różne sposoby i występuje w wielu jej miejscach. Stąd też liczne są sytuacje, w których dochodzi do ekspresji jego tożsamości. Tożsamość sieciowa użytkownika może być powtarzalna (to znaczy wszędzie jest taka sama i podobna do tej realnej) lub też nie. Brak powtarzalności niesie za sobą niespójność tożsamości w sieci. Do ekspresji tożsamości w komunikacji online potrzebne są określone kompetencje. Kompetencja (z łac. *competentia*) to zakres czyjejś wiedzy czy umiejętności¹.

Podstawą dla sieci internetowej jest wolność: dostępu i tworzenia. Z niej wynikają inne wartości, które determinują komunikację, kompetencje komunikujących się osób, w tym ich wiedzę. Również objęcie pojęciem kompetencji zdolności do osobistej samorealizacji pozwala na uwzględnienie w analizie kompetencji komunikowania zapośredniczonego przez komputer charakterystycznego systemu wartości oraz wynikającej z tego satysfakcji².

Użytkownicy Internetu stanowią fundament społeczeństwa informacyjnego i określani są mianem *Net-generation* lub *Digital-Native*³. Cechami charakteryzującymi osoby zaliczane do tej grupy są: emocjonalne otwarcie na sieć internetową i wszelkie nowości technologii informacyjnej, z którymi obcują od najwcześniejszego okresu życia, poczucie niezależności i zaufania we własne siły z jednoczesnym silnym przekonaniem, że jednym z podstawowych praw jest prawo do swobodnego wyrażania własnej opinii i nieograniczonego przepływu informacji⁴.

¹ E. Sobol, *Słownik wyrazów obcych*, Warszawa 1996, s. 575.

² M. Sokołowski, *Edukacja medialna*, Olsztyn 2004, s. 95.

³ Pew Internet & American Life Project (2006), *Internet Usage Trends – Through the Demographic Lens*, http://www.pewinternet.org/PPF/t/74/presentation_display.asp [12.04.2012].

⁴ D. Tappscott, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York 1998, s. 52.

Tożsamość i komunikowanie bezpośrednie

Słowo tożsamość łączy się z podmiotowością człowieka i oznacza autoidentyfikację, czyli to, za kogo dana osoba się uważa. Osoba, próbując odpowiedzieć na pytanie, kim jest, jakie uznaje wartości, co jest dla niej ważne, odpowiada na pytanie o własną tożsamość⁵. Odczuwanie realności własnego myślenia potwierdza poczucie własnej tożsamości przez człowieka, jak to dobitnie wyrażał Kartezjusz: *Cogito, ergo sum*⁶. A zatem własne istnienie wydaje się rzeczą oczywistą, wręcz niedyskusyjną, dlatego że to, a nie inne myślenie jest moje, a te, a nie inne uczucia są moje, co oznacza, że Ja jestem podmiotem własnych doznań i przemyśleń. Innymi słowy, istnieje tożsamość obiektywna, polegająca na odrębności i rozpoznawalności jednostki jako przedmiotu poznania innych ludzi, oraz tożsamość subiektywna, związana ze świadomością własnego działania, doznań i doświadczeń jako podmiotu poznania⁷.

Tożsamość człowieka kształtuje się poprzez wszystkie stadia rozwojowe, poczynając od okresu niemowlęcego, i podzielona jest na kilka faz. W pierwszej fazie życia osoba dostaje swoje imię i wtedy mały człowiek staje się Kims⁸. Następuje potem pozytywna faza pogłębiania własnej tożsamości poprzez identyfikowanie się (utożsamianie się) z tym kimś, kim jestem i kim chcę się stać. Istnieje także negatywna identyfikacja, która składa się z tego, czego się wstydzę w sobie, co chciałoby się ukryć przed innymi ludźmi, za co człowiek czuje się winny. Na tę negatywną ocenę swojej tożsamości składają się także błędy kompetencji, ograniczenia oraz błędy w byciu dobrym. Na identyfikację w okresie adolescencji składa się integracja wszystkich poprzednich identyfikacji, obrazu siebie, a także negatywna identyfikacja⁹.

Obiektywnie tożsamość człowieka ustala akt urodzenia, dowód osobisty, paszport, legitymacja. Dokumenty te udowadniają dla celów prawnych, że określona osoba jest podmiotem prawa, posiadaczem osobowości prawnej i związanym z nią zbiorem obowiązków i uprawnień. Podmiotowość, będąc podstawą poczucia tożsamości, ma dwa aspekty¹⁰: poznawczy (gdyż istnienie percypującego podmiotu, który jest odbiorcą wrażeń zmysłowych dostarczanych przez narządy zmysłowe, jest warunkiem koniecznym wszystkich procesów percepcyjnych, a te z kolei leżą u podstaw pozostałych procesów poznawczych) i emocjonalny (gdyż wszystkie logiczne i obiektywne dowody podmiotowości niewiele znaczą, jeżeli brak jest poczucia własności naszych uczuć; Ja myślące istnieje i funkcjonuje na podstawie Ja odczuwającego). Ekspresja tożsamości

⁵ Z. Kroplewski, *Człowiek w kryzysie tożsamości*, „W Drodze” 1993, nr 3, s. 45.

⁶ W. Tatarkiewicz, *Historia filozofii*, t. 2, Warszawa 2005, s. 54.

⁷ B. Grochmal-Bach, M. Puchalska, *Tożsamość człowieka a teoria mikrogenetyczna*, Kraków 2004, s. 97.

⁸ Z. Płużek, A. Jacyniak, *Świat ludzkich kryzysów*, Kraków 2006, s. 73.

⁹ D. Boyd, H. Bee, *Psychologia rozwoju człowieka*, Poznań 2007, s. 366.

¹⁰ M. Pąchalska, B. Grochmal-Bach, B. Macqueen, *Tożsamość człowieka z perspektywy interdyscyplinarnej*, Kraków 2007, s. 16.

widoczna jest w komunikacji językowej (mówionej i pisemnej) i komunikacji niejęzykowej (parajęzykowej i pozajęzykowej)¹¹.

Kompetencje w komunikowaniu bezpośrednim

Kompetencje mają charakter podmiotowy, czyli są własnością określonej osoby¹². Czesław Nosal definiuje kompetencje następująco:

kompetencje są nowymi, funkcjonalnymi strukturami czynności intelektualnych, które kształtują się pod wpływem wymagań stawianych w toku socjalizacji, edukacji, pracy zawodowej, uczestnictwa w kulturze itp. [...] Lakonicznie rzecz ujmując kompetencje łączą architekturę umysłu (np. podstawowe dyspozycje umysłowe) z określonymi standardami społecznymi, zawodowymi i kulturowymi. [...] Kompetencje jako funkcjonalne jednostki umysłowe obejmują cztery główne składniki: składnik warunkujący tworzenie reprezentacji poznawczych (wiedza, systemy pojęciowe), składnik ewaluacyjny (kryteria ocen, wartości), składnik programujący (zadania, problemy, motywy, cele, ideały) i składnik metapoznawczy (myślenie krytyczne, refleksyjne, twórcze)¹³.

W komunikowaniu bezpośrednim istotną rolę odgrywają kompetencje językowe i kompetencje komunikacyjne. Termin kompetencja językowa wprowadził Noam Chomsky, posługując się również terminem wiedza językowa utajona¹⁴. Kompetencja językowa to zdolność (umiejętność) posługiwania się językiem, a kompetencja komunikacyjna to zdolność posługiwania się językiem odpowiednio do sytuacji i do słuchaczy¹⁵.

Komunikacja zapośredniczona przez komputer (CMC)

Komunikacja zapośredniczona przez komputer obejmuje swoim zasięgiem niezliczoną liczbę form, narzędzi, środków komunikacji (od gier komputerowych przez wczesne gatunki literackie, po najnowocześniejsze rozwiązania Web 2.0, których wyróżnikiem jest tworzenie i umieszczanie serwisów oraz ich zawartości przez użytkowników)¹⁶.

W komunikacji zapośredniczonej przez komputer zwraca się uwagę na jej kreatywność. Kreatywność ta opiera się głównie na motywacji do dalszego rozwoju komunikacyjnego, czyli ustawicznego kształtowania kompetencji, oraz wykorzystaniu posiadanej wiedzy i umiejętności komunikacyjnych, obejmujących szerokie spektrum zagadnień, w szczególności świadome korzystanie z wielorakich wymiarów interaktywności (two-

¹¹ B. Kaczmarek, *Rodzaje kodów komunikacyjnych*, Lublin 2003, s. 12.

¹² W. Skrzydlewski, W. Strykowski, *Media a edukacja: kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, Poznań 2008, s. 154.

¹³ Cz. Nosal, *Psychologia decyzji kadrowych*, Warszawa 1998, s. 37.

¹⁴ I. Kurcz, *Język a psychologia*, Warszawa 1992, s. 250.

¹⁵ Eadem, *Język i komunikacja*, Gdańsk 2007, s. 246.

¹⁶ B. Auoil, *Internet w psychologii – psychologia w Internecie*, Toruń 2011, s. 87.

rzenie i modyfikowanie gier komputerowych, tzw. *mody*, czy tworzenie własnych stron internetowych, jak np. blogi, w tym videoblogi czy photoblogi)¹⁷. By komunikacja zapośredniczona przez komputer była kreatywna, nie musi mieć charakteru artystycznego. W zależności od kontekstu może mieć na przykład wymiar terapeutyczny czy edukacyjny. Obok przedmiotu komunikacji ważne są również jej formy i efekty, czyli to, co niesie za sobą akt komunikacyjny pojedynczego użytkownika i całej społeczności serwisu. Komunikującego się kreatywnie internauty nie można jednoznacznie określić jako użytkownika profesjonalnego czy amatora. Rozwiązania typu: informacja generowana przez użytkownika (*user-generated information*), produkcja generowana przez użytkownika (*user-generated production*) czy innowacja wprowadzona przez użytkownika (*user-led innovation*) stają się coraz bardziej powszechne i „wymuszają” rozwój posiadanych kompetencji.

W komunikacji zapośredniczonej przez komputer wyróżnia się komunikację tekstową oraz komunikację wizualną i dźwiękową¹⁸. Komunikacja tekstowa (CMC) jest komunikacją o następujących właściwościach, takich jak: dialogowość, spontaniczność, kolokwialność, sytuacyjność, multimedialność, hipertekstowość, hierarchiczność, automatyzacja, dynamiczność, zasięg, trwałość¹⁹. Komunikacja wizualna zachodząca poprzez kamery internetowe i mikrofony zbliża się do komunikacji twarzą w twarz.

Kompetencje w komunikowaniu zapośredniczonym przez komputer

Umiejętność korzystania z nowych mediów elektronicznych i technologii informacyjno-komunikacyjnych jest określana jako kompetencje medialne, tak zwane ujęcie wąskie²⁰. W znaczeniu szerszym na kompetencję medialną składają się wiedza, zdolności i biegłość w zakresie nowych mediów i technologii informacyjnych²¹. Można zatem powiedzieć, że kompetencje medialne to uświadomione umiejętności odbioru komunikatów, ich tworzenia oraz wykorzystania urządzeń medialnych do realizacji różnych zadań poznawczych, jakie podejmuje człowiek²². Zatem obok wiedzy i umiejętności kompetencje medialne to świadomość charakteru, zawartości, systemu mediów (a w przypadku komunikacji za pośrednictwem komputera warto również dodać: przebiegu procesu komunikacji), czyli rozumienie i wartościowanie. Komunikacja za

¹⁷ B. Siemieniecki, *Technologia informacyjna w polskiej szkole*, Toruń 2002, s. 19.

¹⁸ J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków 2012, s. 27.

¹⁹ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2007, s. 63.

²⁰ S. Juszczyk, *Komunikacja człowieka z mediami*, Katowice 1998, s. 82.

²¹ Idem, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2001, s. 149.

²² M. Furmanek, *Społeczne aspekty oddziaływania technologii informacyjnych*, Toruń 2002, s. 95.

pośrednictwem komputera wykracza poza zadania *stricte* poznawcze, wchodząc na pole interakcji i kreatywności.

Komponenty kompetencji komunikacji zapośredniczonej przez komputer (wiedza, motywacja i umiejętności) są wzajemnie zależne. Wiążą się z wymogiem nieustannego rozwoju, zaprzestanie bowiem kształtowania kompetencji oznacza jej dezaktualizację.

Kompetencje w zakresie komunikowania zapośredniczonego przez komputer zakładają alfabetyzm w trzech wymiarach: informacyjnym, cyfrowym i medialnym. Daje się wyróżnić cztery komponenty alfabetyzmu medialnego: alfabetyzm technologii (użycie nowych mediów), alfabetyzm informacyjny, kompetencje w tworzeniu komunikatów w mediach oraz kompetencje społeczne i odpowiedzialność²³. Alfabetyzm technologii można porównać z alfabetyzmem cyfrowym. Alfabetyzm medialny i cyfrowy warunkują aktywność i odpowiedzialność w wykorzystaniu nowych technologii²⁴. Natomiast alfabetyzm informacyjny to inaczej świadomość informacyjna bądź po prostu kompetencje informacyjne²⁵.

Tożsamość użytkowników sieci

Po upowszechnieniu się Internetu ugruntował się pogląd na temat cech tożsamości jego użytkowników²⁶. Najbardziej oczywistą i właściwie niekwestionowaną spośród tych cech była anonimowość. Uważano bowiem, że tożsamość sieciowa jest jedynie kreacją użytkownika i nie musi mieć nic wspólnego z jego tożsamością w świecie realnym. Sądzono także, że użytkownicy sieci „zakładają” swego rodzaju maski, które stają się ich reprezentacją w komunikacji z innymi użytkownikami. Tak rozumiana tożsamość była pewnym anonimowym konstruktem, który pozwalał na przesuwanie granic²⁷. Stąd na przykład w sieci panowała większa swoboda językowa, ale także rozszerzyło się pojęcie prawa do krytyki, które nie zostałyby społecznie zaakceptowane w realnym świecie.

Tożsamość użytkownika Internetu to rodzaj tożsamości społecznej i jest ona budowana przez użytkownika w sieci. Ekspresja tożsamości internetowej może się odbywać za pomocą różnych usług oferowanych przez Internet, jak na przykład profil użytkownika, czyli kompleksowa jego prezentacja z wykorzystaniem wielu elementów (zdjęcia profilowe, wiek, płeć, preferencje muzyczne, poglądy polityczne i religijne). Innym narzędziem umożliwiającym eksponowanie tożsamości są blogi. Kreację tożsamości umożliwiają także loginy (nazwy wykorzystywane przez uczestników sieciowej komu-

²³ W. Skrzydlewski, W. Strykowski, *op. cit.*, s. 149.

²⁴ B. Maj, *Media elektroniczne jako środowisko komunikacyjne współczesnego człowieka*, Toruń 2011, s. 121.

²⁵ K. Kopecka-Piech, *Koncepcje kompetencji a CMC*, Toruń 2011, s. 296.

²⁶ P. Wallace, *Psychologia Internetu*, Warszawa 1999, s. 85.

²⁷ A. Całek, *Media społecznościowe: narzędzia autoprezentacji użytkowników oraz nowoczesnego marketingu*, Tarnów 2012, s. 283.

nikacji), awatary (identyfikatory wizualne użytkowników Internetu), opisy (opcja częsta na forach, gdzie uczestnik może zaproponować swój profil tak, by pod każdym względem jego postem znajdowało się jakieś zdanie o nim czy ulubiony cytat)²⁸.

Powyższa charakterystyka użytkowników Internetu wpisuje się w typologię tak zwanego modelu „gotowości do innowacji” Carla Rogersa²⁹. Model opisany przez Rogera zakłada, że ludzie różnią się od siebie nastawieniem do zmian zachodzących w ich środowisku, akceptacją i wykorzystaniem nowych idei, sposobów działania, a także nowych technologii. Nastawienie to może być oceniane ilościowo i jakościowo. Ilościowo, czyli poprzez czas mierzony od pojawienia się nowej technologii do jej zaakceptowania przez użytkownika, jakościowo, czyli przez treść postawy przejawianej w stosunku do nowej technologii. Dlatego też można wyróżnić grupę innowatorów (osoby najwcześniej wdrażające nowe technologie), grupę wcześniej adaptujących się (osoby te mają pogłębioną wiedzę dotyczącą nowych technologii), grupę późnej większości (są to osoby sceptycznie nastawione do nowych technologii) oraz maruderów (osoby z postawą lękową wobec nowych technologii)³⁰. Przedstawiony model uwzględnia treści postaw przejawianych w stosunku do nowych technologii. Treści postaw związane są z normami i wartościami, według których jednostka należąca do określonej grupy warunkuje swoje działania.

Inny model użytkowników Internetu zaproponował Manuel Castells³¹. Zostały w nim wyodrębnione cztery grupy użytkowników: technoelity (osoby o dużej wiedzy technicznej związanej z technologiami informacyjnymi mającymi na celu usprawnianie systemu sieci), hakerzy (osoby z dużą wiedzą informatyczną, ale nastawione na autonomię jednostek z jednoczesnym podważaniem komercyjnego wykorzystania sieci), wirtualni komunitarianie (osoby wykorzystujące sieciowe możliwości komunikowania i uważające, że każdy ma prawo wyrażać swoje opinie oraz rozgłaszać je przez Internet) oraz przedsiębiorcy (osoby takie traktują Internet jako siłę sprawczą nowej gospodarki).

Procedura badań

Przedmiotem badań w niniejszej pracy są kompetencje w komunikowaniu zapośredniczonym przez komputer. Celem przeprowadzonych badań była próba oceny kompetencji wykorzystywanych w komunikowaniu zapośredniczonym przez komputer. Główny problem badawczy brzmi więc następująco:

²⁸ A. Całek, „Ja” na Facebooku, czyli rzecz o tożsamości i potrzebach użytkownika sieci społecznościowej, Tarnów 2012, s. 271.

²⁹ E. Rogers, *Diffusion of innovations*, New York 1995, s. 82.

³⁰ K. Stankiewicz, *Spoleczno-kulturowe zróżnicowanie użytkowników Internetu*, Elbląg 2007, s. 263.

³¹ M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003, s. 175.

PG: Jakie kompetencje wykorzystują osoby badane do ekspresji tożsamości w komunikowaniu zapośredniczonym przez komputer?

Problemy szczegółowe postawione w prowadzonych badaniach są następujące:

P1: Ile czasu przeznaczają osoby badane na komunikowanie zapośredniczone przez komputer?

P2: W jakim celu osoby badane wykorzystują komunikację zapośredniczoną w sieci?

P3: Czy płeć wpływa na kompetencje w komunikowaniu zapośredniczonym przez komputer?

Badanie zostało przeprowadzone we wrześniu 2012 roku w Lublinie. Osoby badane to uczniowie trzeciej klasy Gimnazjum nr 10 w Lublinie. Badaniem objęto 100 osób (50 dziewcząt i 50 chłopców) w przedziale wieku od 15 do 16 lat.

W prowadzonych badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z techniką ankiety. W kwestionariuszu ankiety umieszczono dwadzieścia pytań. W większości były to pytania zamknięte z możliwością jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru z listą rozwijaną, czyli możliwością dopisania swojej odpowiedzi.

Analiza uzyskanych wyników badań

Powyższe badania pozwoliły stwierdzić, że wszystkie badane osoby wykorzystują komunikowanie zapośredniczone przez komputer i zapośredniczone w sieci. Zdecydowana większość badanych korzysta z Internetu codziennie w domu. Jedynie 5% badanych dziewcząt i 3% badanych chłopców korzysta z Internetu poza domem (szkoła). Prawie 73% badanych osób spędza w Internecie powyżej czterech godzin dziennie, 21% trzy godziny i tylko 6% ponad godzinę. Płeć w znikomym stopniu wpłynęła na wyniki badań dotyczące ilości czasu spędzonego w sieci przez osoby badane. Badani są zatem osobami, które wcześniej zaadoptowały się do komputera i tożsamościowo to wirtualni komunitarianie.

Ponad połowa respondentów – 62% – wykorzystuje Internet do nauki, 33% do kontaktu ze znajomymi. Badani, 40% (niezależnie od płci), wskazywali sieć jako medium, za pomocą którego przyjemnie spędza się czas, wykorzystując internetowe aplikacje. Według badanych znajomość obsługi komputera i jego możliwości komunikacyjnych jest przedmiotem prestiżu, szacunku w grupie rówieśniczej, a „znawcy” są indagowani, aby wyjaśniali złożoność technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Badane osoby dostrzegają także duże możliwości usług internetowych oraz możliwość dotarcia do informacji zawartych na stronach serwisów informacyjnych. Cenią sobie także możliwość szybkiej i coraz tańszej komunikacji ze znajomymi z różnych krajów, podkreślając jednak istnienie tak zwanych wąskich gardeł w procesie komunikacji w zależności od przeciążenia sieci czy też słabego pokrycia obszaru, w którym się znajdują, korzystając z Internetu.

Badani zwrócili także uwagę na to, że poznawali i poznają coraz lepiej zasady interakcji z komputerem (i Internetem) w trakcie korzystania z gier komputerowych. Korzystają oni również z oprogramowania edukacyjnego. Nowoczesne oprogramowanie komputerowe umożliwia badanym wirtualną komunikację, która wprowadziła nową jakość do ich świata stosunków społecznych, nie zmuszając ich do realizacji interakcji typu *face-to-face*. Poczta elektroniczna jest uzupełnieniem rozmowy bezpośredniej, szczególnie w przypadku omawiania problemów trudnych i drażliwych. Wspomniane wcześniej gry komputerowe i czat rooms wpływają na codzienne funkcjonowanie respondentów, a także pozwalają testować nowe sposoby komunikowania. Komunikacja wirtualna ośmiela badanych do zawierania znajomości. Wiele badanych osób przyznaje, że nie przełamałyby bariery w komunikacji bezpośredniej z rówieśnikami, często płci przeciwnej, bez możliwości komunikacji wirtualnej. Wszyscy badani zamieszczają także własne zdjęcia na portalach społecznościowych, piszą, czytają, komentują wpisy w pamiętnikach wirtualnych.

Podsumowanie

Powyższe wyniki badań prowadzą do konkluzji, że osoby badane – w okresie adolescencji – w pełni zaakceptowały komunikowanie zapośredniczone przez komputer. Komputer, a w rzeczywistości sieć komputerów, został implementowany w strukturę codziennego życia badanych, wpływając na jego zawartość, wykorzystanie czasu wolnego oraz kształtowanie umiejętności posługiwania się nowymi technologiami zarówno w czasie wolnym czy w edukacji, jak i później w pracy. Poziom i zróżnicowanie wykorzystania komunikacji zapośredniczonej przez komputer wymaga coraz większej wiedzy i umiejętności, czyli kompetencji medialnych i kompetencji twórczych (kreatywnych). Komputer (a właściwie nowe media) zmienia społeczne środowisko funkcjonowania człowieka, a więc zmieniają się granice między prywatnością a sferą publiczną (zamieszczanie zdjęć, filmów, zwierzeń na portalach społecznościowych czy blogach). Zmienia się także, a właściwe staje się „płynna”, granica między informacją, edukacją i rozrywką. Komunikacja zapośredniczona przez komputer wzmacnia także integrację jednostki z grupą i wpływa na kształtowanie kompetencji społecznych, w tym komunikacyjnych i językowych.

Naturalnym efektem zbliżania się do siebie tożsamości realnej i sieciowej jest odejście od anonimowości. Anonimowość długo była traktowana jako naczelną cechę użytkownika sieci i dzięki niej Internet zyskiwał zwolenników. Tożsamość w sieci nie jest już ani bezosobowa, ani anonimowa, ani też – jak wskazują różne przypadki z wokandy – bezkarna. Tożsamość w komunikowaniu za pośrednictwem komputera budowana jest zgodnie z kompetencjami językowymi, kompetencjami komunikacyjnymi, kompetencjami medialnymi oraz kompetencjami twórczymi.

Bibliografia

- Auail B., *Internet w psychologii – psychologia w Internecie*, Toruń 2011.
- Boyd D., Bee H., *Psychologia rozwoju człowieka*, Poznań 2007.
- Brown J., *Self and process*, New York 1991.
- Całek A., *Media społecznościowe: narzędzia autoprezentacji użytkowników oraz nowoczesnego marketingu*, [w:] *Wartość mediów – od wyzwania do szans*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
- Erikson E., *Tożsamość a cykl życia*, Poznań 2004.
- Furmanek M., *Spoleczne aspekty oddziaływania technologii informacyjnych*, [w:] *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, red. S. Juszczyk, Toruń 2002.
- Grochmal-Bach B., Pąchalska M., *Tożsamość człowieka a teoria mikrogenetyczna*, Kraków 2004.
- Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2007.
- Howard P., Rainie L., Jones S., *Days and Nights on the Internet. The Impact of Diffusing Technology*, „American Behavioral Technology” 2001, 45(3), s. 382-404.
- Juszczyk S., *Rola komunikacji pośredniej w interakcjach społecznych młodzieży*, [w:] *Komunikacja wobec wyzwań współczesności*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, I. Jagoszewska, Toruń 2011, s. 30-55.
- Kaczmarek B., *Rodzaje kodów komunikacyjnych*, [w:] *Komunikowanie się we współczesnym świecie*, red. B. Kaczmarek, K. Markiewicz, Lublin 2003, s. 11-26.
- Kopecka-Piech K., *Koncepcje kompetencji a CMC*, [w:] *Internet w psychologii – psychologia w Internecie*, red. B. Auail, Toruń 2011, s. 290-301.
- Kropiewski Z., *Człowiek w kryzysie tożsamości*, „W Drodze” 1993, nr 3, s. 42-50.
- Kurcz I., *Język a psychologia*, Warszawa 1992.
- , *Język i komunikacja*, [w:] *Psychologia ogólna*, red. J. Strelau, Gdańsk 2007, s. 231-274.
- Maj B., *Media elektroniczne jako środowisko komunikacyjne współczesnego człowieka*, [w:] *Komunikacja wobec wyzwań współczesności*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, I. Jagoszyńska, Toruń 2011, s. 118-137.
- Nosal Cz., *Psychologia decyzji kadrowych*, Warszawa 1998.
- Pew Internet & American Life Project (2006), *Internet Usage Trends – Through the Demographic Lens*, http://www.pewinternet.org/PPF/t/74/presentation_display.asp [12.04.2012].
- Płużek Z., Jacyniak A., *Świat ludzkich kryzysów*, Kraków 2006.
- Pyżalski J., *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków 2012.
- Rogers E., *Diffusion of innovations*, New York 1995.
- Siemieniecki B., *Technologia informacyjna w polskiej szkole*, Toruń 2002.
- Skrzydlewski W., Strykowski W., *Media a edukacja: kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, Poznań 2008.
- Sobol E., *Słownik wyrazów obcych*, Warszawa 1996.
- Sokołowski M., *Edukacja medialna*, Olsztyn 2004.
- , *Media a społeczeństwo*, Toruń 2008.
- Stankiewicz K., *Spoleczno-kulturowe zróżnicowanie użytkowników Internetu*, [w:] *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2007, s. 263-268.
- Tappscott D., *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York 1998.
- Tatarkiewicz W., *Historia filozofii*, t. 2, Warszawa 2005.
- Wallace P., *Psychologia Internetu*, Warszawa 1999.

Barbara Koc-Kozłowiec

Identity in computer mediated communication (CMC)

Summary

This paper concerns the issue of the online forum users' identity in the context of changing nicknames. Forum users mostly don't meet "outside the net" and identity of other users receive only through the prism of posts signed with a nickname, so the nickname identifies the forum user in a very distinct way (it's like a trademark). People using one nickname for years are seen as credible, but users' doubts are raised in such situations as creating "one-time" nicks, changing regular nicks, using few nicks at the same time. Games with identity result in lower trust to other forum users and have impact on the communication process.