

Jacek Ladorucki

Uniwersytet Łódzki

ORCID 0000-0001-6970-7619

Wanda Matras-Mastalerz

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Blog, bloger, blogging. O strategiach komunikacyjnych blogosfery po przełomie cyfrowym

Wprowadzenie

Przypatrując się współczesnej kulturze rozumianej jako wolny rynek idei i informacji¹, natrafiamy na zjawisko tzw. blogosfery, gdzie wszyscy jednocześnie mogą być autorami i czytelnikami. Blogosfera stała się nieoficjalnym kanałem wymiany opinii, w którym kreuje się otwartą przestrzeń dla zjawisk i zachowań, z różnych powodów niemieszczących się w tradycyjnych mediach (od książki po telewizję). Możliwość szybkiej wymiany opinii, dzielenia się spostrzeżeniami oraz natychmiastowa interakcja między różnymi grupami autorów-czytelników wytwarzają nowe, nieznane wcześniej sytuacje komunikacyjne, które przyczyniają się do przemian społecznych, zachowań i norm lekturowych. Blogging w *krótkim czasie* stał się ważnym elementem systemu mediów społecznościowych, a jej konstytutywne cechy: interaktywność, otwartość i kreowanie kultury partycypacji trafnie charakteryzują współczesną *cywilizację*. Moda na aktywność w blogosferze coraz częściej prowokuje także pytania o pozycjonowanie się w łańcuchu medialnym produktów tradycyjnej działalności wydawniczo-poligraficznej, o miejsce książek i czasopism jako środków

1 Terminy „wolny rynek opinii i informacji”, „wolność słowa” i „swoboda wypowiedzi”, „wolność ekspresji” (itp.) należy traktować jako synonimiczne. Jest to zgodne z praktyką utrwaloną m.in. orzecnictwem amerykańskiego Sądu Najwyższego oraz takich organów jak Europejski Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu oraz Komitet Praw Człowieka w Genewie. O doktrynie wolnego rynku idei zobacz: A. Bigorański, *Doktryna „wolnego rynku idei”: geneza, ewolucja oraz praktyczne zastosowanie*, „Z Dziejów Prawa” 2011, t. 4 (12), „Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego” 2011, nr 2868, s. 111–134; E. Łętowska, *Wolność wypowiedzi*, Materiały edukacyjne przygotowane w ramach programu Socrates Grundtvig Action 1, „Law trough Experience”, s. 4, [on-line:] http://www.psep.pl/grundtvig/8/dostep_do_informacji.pdf – 20.12. 2022.

kontaktu między ludźmi i narzędzi masowej informacji wśród systemów wymiany myśli. W tle tych tradycyjnych już rozważań nad przyszłością galaktyki Gutenberga wkradają się pytania o nowoczesne formy obyczajowości i prawo do prywatności jako jednych z wyznaczników współczesnych standardów społecznych. Są to także pytania o kierunki ekspansji współczesnej kultury masowej. Perspektywa bibliologiczna, bliska autorom niniejszego artykułu, nakazuje spoglądać na zjawisko blogosfery w kontekście ewolucji procesów komunikacyjnych i środków używanych do utrwalania i przekazywania treści².

Bibliologiczne rozważania nad kulturą od początku charakteryzowały się nastawieniem społecznym, które wynikało z przekonania o doniosłości medium książki w procesach komunikacyjnych. Już pierwsi teoretycy dyscypliny opisywali kulturę poprzez jej materialne wytwory i kierowali swą uwagę w stronę społecznej funkcji książki. Dzisiejsza kultura oferuje w coraz większej liczbie przedmioty, które są mniej materialne niż bywało to dawniej (na przykład e-booki, e-gazety, e-muzea sztuki). Internet jako archiwum tekstów upodobił się do biblioteki, choć z jej tradycją gromadzenia i uporządkowania niewiele ma wspólnego.

Charakterystyka blogosfery

Blog od początku był rodzajem pamiętnika internetowego, który od swojego papierowego pierwowzoru różnił się tym, że nie był przeznaczony „do szuflady”, ale dostępny dla wszystkich użytkowników Internetu, którym dodatkowo oferowano możliwość komentowania wpisów autora. Charakterystykę blogu uzupełnia atrybut anonimowości, która zapewnia ochronę zarówno autora, jak i samego czytelnika wprowadzającego komentarze. Fenomen blogu coraz częściej wykorzystywany jest w public relations, marketingu czy polityce, aby kreować wizerunki, budować pozycję marki lub prestiż jakiegoś tematu. Blogi współcześnie coraz wyraźniej i częściej ujawniają nowe funkcje w życiu autorów i czytelników; służą wielu celom naraz, przełamując granice prywatnego internetowego zapisu. Za ich sprawą po raz pierwszy w historii na tak wielką skalę upubliczniono sferę prywatną przeciętnego użytkownika Internetu, o ile on sam sobie tego życzy. Obecnie definiowanie blogu jako internetowego pamiętnika nie oddaje w pełni fenomenu blogowania. W pierwszych latach XXI stulecia, kiedy zjawisko blogów dopiero się rodziło, pierwsi badacze zjawiska refleksyjnie je charakteryzowali:

2 Autor nawiązuje do definicji nauki o książce, która „za przedmiot ma książkę oraz procesy związane z jej podstawowymi funkcjami: utrwalaniem i przekazywaniem myśli ludzkiej [...] bada ten zespół zagadnień w trzech stadiach: produkcji, upowszechniania i czytelnictwa książek, które mogą być także badane historycznie. Ewolucja środków używanych do utrwalania i przekazywania treści sprawiła, że nauka o książce zajmuje się dziś książką w jej typowej postaci, tj. dokumentami z tekstem słownym, rękopiśmiennym lub powielanymi różnymi technikami [...] – także w różnych postaciach; materiałami audiowizualnymi [...]”. Cytat za: *Encyklopedia Nauki o książce*, red. A. Birkenmajer, B. Kocowski, J. Trzynadłowski, Wrocław 1971, szp. 1588.

[...] czym jest owa idea bloga, tego nikt nie potrafił wyjaśnić. Jedni podchodzą do bloga jako do gatunku literackiego, stwierdzając, że jest to pamiętnik pisany w sieci [...]. Inni próbują opisać bloga w kategoriach komunikacji. Jeszcze inni pytani o to, czym jest blog, zaczynają opowiadać o ekshibicjonizmie i kreowaniu sieciowego Ja³.

Dawne i współczesne charakterystyki blogosfery opisują to zjawisko w różnych kontekstach, ale autorom niniejszego artykułu najbliższa jest kategoria zjawiska komunikacyjnego. Termin „blog”, jak wiadomo, jest skrótem angielskiego słowa „weblog”, które z kolei powstało z połączenia wyrazów „web” („sieć”, czyli Internet) i „log” („dziennik”, „raport”); w brzmieniu „weblog” został użyty po raz pierwszy w 1997 r. przez Johna Bargerę, pracownika Instytutu Pedagogicznego Northwestern University, twórcę jednego z pierwszych interaktywnych dzienników (Robot Wisdom). W 1999 r. Peter Merholz zastosował bezpośrednio wyraz „blog”, rozbijając termin stworzony przez Bargerę na „we blog” („my blogujemy”). Blogi od strony technicznej stanowią połączenie stron WWW, forum i poczty elektronicznej, jest to więc kombinacja opinii, obrazów, dźwięków, linków i komentarzy⁴. W zależności od przyjętych kryteriów formalnych prezentacji treści pojawiają się kolejne typy, odmiany i formy blogów⁵. Istotną cechą blogosfery wydaje się częstotliwość publikacji⁶. Ze względu na to kryterium możemy je podzielić na dynamiczne – takie, w których posty pojawiają się stosunkowo często (np. raz dziennie), a także zawierające pokaźną liczbę komentarzy, oraz blogi niedynamiczne, czyli uzupełniane okazjonalnie. Charakterystyczne jest to, iż blogging współcześnie zdominował myślenie o zapisie internetowym, dlatego też – wbrew etymologii i nieodległym historycznym uwarunkowaniom – blogiem nazywane jest niemal wszystko, co ma cechy ciągłości, uporządkowanie chronologiczne i powoduje

3 *Liternet : Literatura i internet*, red. P. Marecki, Kraków 2003, s. 158

4 Ze względu na rodzaj treści i powody prowadzenia blogów możemy wyróżnić przynajmniej pięć ich rodzajów: 1. blogi osobiste – pisane w celu przekazania doświadczeń, pomysłów oraz wyrażenia uczuć; ich treści dotyczą życia prywatnego autora; 2. blogi zawodowe – pisane w celach zawodowych lub naukowych oraz opisujące tematy zawodowe; 3. blogi opisujące świat – pisane w celu wyrażania opinii, związane z zainteresowaniami autora; opisują bieżące tematy ważne dla lokalnego środowiska, kraju lub świata; 4. blogi związane z hobby – pisane z pobudek hobbistycznych; ich treści zawierają np. własną twórczość ich autorów; 5. blogi relacyjne – pisane w celu podtrzymywania kontaktu z ludźmi lub w celu nawiązania nowych znajomości.

5 Np. ze względu na ilość autorów rozróżniamy: blogi indywidualne, tzn. redagowane przez jedną osobę, lub blogi kolektywne, mające kilku autorów (np. serwisy: Slashdot, Ohmynews, iThnik.pl). Te ostatnie pełnią często rolę mediów, na łamach których swoje prace publikują dziennikarze obywatelscy.

6 Ze względu na rodzaj treści rozróżniamy: 1. blog tekstowy (newsowy, poradnikowy, pamiętnikowy, książkowy); 2. videoblog (inaczej vlog), zawierający materiał wideo; 3. photoblog, zawierający zdjęcia; 4. audioblog, składający się z nagrań dźwiękowych (np. podcastów); 5. linklog, zawierający odnośniki. Ze względu na rodzaj urządzenia służącego do blogowania; 6. blog tradycyjny, redagowany przy użyciu komputera; 7. moblog, uzupełniany za pomocą urządzeń przenośnych: telefonów komórkowych i palm topów, [w:] Wikipedia, hasło „blog”, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Blog> – 20.11.2022.

interakcje odbiorcze. W związku z tym jako blogi można traktować miniserwisy albo portale z newsami, takie jak „Spider’s Web”, „Antyweb” lub „Niebezpiecznik”, Facebook, Instagram, Tik-Tok i inne. Strategia komunikacyjna blogosfery zdominowała kulturę Internetu i okazała się niezwykle produktywna, a jej znaczenie wykracza daleko poza wirtualną rzeczywistość. „Jak trwoga to do bloga”, stwierdził w tytule swojej książki Andrzej Poniedziałki, wskazując pośrednio na zanurzenie współczesnych ludzi w mediach elektronicznych⁷.

Metody badania blogosfery

Moderatorzy amerykańskiej wyszukiwarki Technorati, stworzonej z myślą o eksploracji blogosfery, informowali, iż liczba blogów na świecie podwaja się co pięć i pół miesiąca. Już w 2005 r., kiedy porównywano wyniki w przedziale 6 miesięcy, ustalono, że nowy blog na świecie powstaje mniej więcej co sekundę, a blogosfera powiększa się codziennie o 80 tys. nowych blogów. Większość (55 proc.) z nich jest po założeniu stale uzupełniana, a w 13 proc. blogów nowy wpis pojawia się przynajmniej raz w tygodniu. Witryna Technorati w ogłoszonym raporcie *State of Blogosphere 2008* ujawniła, że monitoruje 133 miliony blogów, w których codziennie publikowanych jest 900 tys. wpisów⁸.

Rzetelne statystyki w węższym zasięgu terytorialnym możliwe są współcześnie tylko dzięki technice SEO (Search Engine Optimization), która oblicza proces ruchu w wyszukiwarkach stron internetowych. Efektem narzędzi SEO jest wskazanie pozycji w organicznych wynikach wyszukiwania dla konkretnych zapytań wpisywanych przez użytkowników w wyszukiwarkach internetowych, takich jak np. Google. Listy rankingowe polskich blogów SEO wspomagają narzędzia Ahrefs używane do analizy profilu linków witryny konkurencji, rankingu słów kluczowych, keyword gap i audytu SEO. Oprócz tego popularność blogów opisywana jest poprzez algorytm Alexa traffic (ang: Alexa Rank), który pokazuje ruch na stronach internetowych, liczony jako popularność strony. Jego twórcą jest amerykański serwis alexa.com. Parametr Alexa odróżnia się tym od innych podobnych wskaźników (np. Compete.com), że podczas obliczeń uwzględnia odbiorców na całym świecie (a nie tylko w USA). Unikalne wyświetlenia strony są obliczane podczas tej samej sesji, podobnie – unikalne widoki strony dotyczą tylko poszczególnych użytkowników. Jednostką opisu jest tutaj „Unikalny Użytkownik” (unikalny adres IP), tzn. osoba, która odwiedziła witrynę jednorazowo przez pewien czas, kiedy ponownie się pojawia, nie jest ujmowana w algorytmie. Dzienna liczba unikalnych wyświetleń pochodzi z plików cookie, które jednocześnie wprowadzają rozróżnienie zwykłych odsłon stron i unikalnych odsłon stron. Zarówno zwykłe odsłony strony, jak i unikalne widoki strony odgrywają kluczową rolę w definiowaniu statystyk strony

7 Zob. A. Poniedziałki, M. Umer, *Jak trwoga to do bloga*, Warszawa 2009, ss. 204.

8 Obecnie dostępna jest jedynie zarchiwizowana wersja raportu: *Technorati*, [on-line:] <http://technorati.com/blogging/feature/state-of-the-blogosphere-2008> – 10.01 2010.

internetowej. Odwiedzający jest liczony tylko raz, dlatego liczba odwiedzających jest, co do zasady, mniejsza niż łączna liczba odsłon strony⁹. Jeśli w tym samym okresie ponownie odwiedzi zasób, nie będzie uważany za wyjątkowy.

Słabości metody

Dość powszechną trudność stanowi oszacowanie, jaki procent z wymienionej liczby blogów to blogi nieaktywne, porzucone, założone tylko po to, by nie pojawił się na nich ani jeden wpis, albo też od dawna nieaktualizowane, zapomniane tak przez właścicieli, jak i ich czytelników oraz komentatorów. Pewne jest jednak, że blogosfera jest zjawiskiem masowym. Niektóre z platform blogowych wykazują dbałość o porządek blogosfery, starając się usuwać tzw. martwe blogi, choć tego typu działanie ma charakter permanentny, biorąc pod uwagę liczbę nowo otwieranych dzienników internetowych. Można zakładać, że skrupulatne „czyszczenie” blogosfery na komercyjnych portalach jest nieopłacalne, gdyż imponujące wyliczenia, ile blogów jest zakładanych na poszczególnych witrynach, dodaje popularnym portalom „prestżu” i może świadczyć o powierzonym im zaufaniu przez internetową społeczność. Z badań zrealizowanych w listopadzie 2008 roku na zlecenie Polskiej Biblioteki Internetowej oraz portalu Gazeta.pl na reprezentatywnej próbie 1376 dzieci w wieku 7–14 lat wynika, że ponad 300 tys. polskich dzieci czyta blogi, 180 tys. zajmuje się bądź zajmowało ich pisanie. Komentujących blogi jest niewiele mniej niż piszących, swoje opinie na temat przeczytanych treści upublicznia ponad 160 tys. osób w wieku 7–14 lat. Z badania wynika, że z sieci korzysta ponad 56 proc. populacji w wieku od 7 do 14 lat. Wśród tej grupy codziennie z Internetem łączy się 55 proc., 26 proc. robi to kilka razy w tygodniu, 13,5 proc. – kilka razy na miesiąc, a 4,5 proc. – raz w miesiącu¹⁰. Z innych badań pt. *Motywacje, zachowania i poglądy autorów i czytelników blogów*, przeprowadzonych przez firmę Gemius i serwis Blox.pl, wynika, że wśród badanych blogerów znalazło się bardzo dużo osób w wieku powyżej 30 lat, osób pracujących zawodowo, mających wyższe wykształcenie i zadowolonych ze swojej sytuacji materialnej¹¹.

Od lat media prześcigają się w ogłaszaniu list rankingowych i zestawień najlepszych produktów popkultury. Dotyczy to także blogosfery. W 2021 r. najwyższej oceniane blogi to:

- 1) uratujmnie,
- 2) melodiamoichmysli,
- 3) bycie-niewidomym-bez-tajemnic,

⁹ Szczegółowe dane oraz egzemplifikacje opisów znajdują się na stronie: <https://codepre.com/pl/los-20-blogs-mas-populares-del-mundo-para-leer-en-2022.html#:~:text=Lista%20najlepszych%20blog%C3%B3w%20na%20%C5%9Bwiecie%202022%201%201.,8%208.%20Pan%20Pieni%C4%85dze%20W%C4%85sy%20...%20Wi%C4%99cej%20pozycji>.

¹⁰ *Badanie blogosfery*, [on-line:] <http://badanieblogosfery.blox.pl/html> – 10.01.2010.

¹¹ [On-line:] <https://fdocuments.net/document/motywacje-zachowania-i-poglady-autorow-i-czytelnikow-blogow.html> – 10.01.2010.

- 4) sekretwiary,
- 5) basowypan,
- 6) koziorowska-katarzyna,
- 7) dziejejackasoplicy,
- 8) halina-gasiorek-gacek,
- 9) komodaduszy,
- 10) biologiaiochronaprzyrody,
- 11) audio¹².

Warto przy tej okazji odwołać się, przynajmniej wyrywkowo, do zestawienia popularności w obrębie ostatniej dekady. Z porównania wynika, że rynek blogów i pozycje rankingowe blogerów są, jak wszystko w popkulturze, niezwykle dynamiczne. Na potwierdzenie przywołajmy przeprowadzone w 2013 roku przez ogólnopolski panel badawczy Ariadna oraz Newspoint badania, z których wynika, że najpopularniejszymi polskimi blogerami są Martyna Wojciechowska, Kotlet.tv, Pani Basia, Janusz Palikot, Maria Czubaszek i Anna Mucha. Regularnie blog Martyny Wojciechowskiej odwiedza 26 proc. internautów czytających blogi, a Kotlet.tv – 21 proc. Dla bloga Barbary Kwarac ten wskaźnik wynosi 18 proc., a dla blogów Janusza Palikota i Marii Czubaszek – po 16 proc.¹³ Z tych samych badań wynika, że połowa polskich internautów czyta blogi, 82 proc. polskich internautów zna określenie bloger, a 69 proc. kiedykolwiek czytało jakiś blog. Wśród czytających blogi regularnie (minimum raz w miesiącu) robi to 73 proc., co w przeliczeniu na wszystkich internautów daje dokładnie 50 proc. Najbardziej znani blogerzy to gwiazdy show-biznesu (Martyna Wojciechowska, Anna Mucha czy Maja Sablewska), dziennikarze (Maria Czubaszek i Artur Andrus), polityk Janusz Palikot oraz piosenkarki Honorata Skarbek i Sara May. Najpopularniejszą blogerką, która zdobyła swoją pozycję tylko dzięki działaniom w Internecie, jest Barbara Kwarac, znana ze swojego humorystycznego videobloga.

Najlepiej rozpoznawane nazwy blogów to kulinarne Kotlet.tv i Kwestia Smaku, które wyprzedzają m.in. Niebezpiecznika (prowadzonego przez Piotra Koniecznego, a poświęconego wirusom i innym zagrożeniom w Internecie) oraz Kominka (to nazwa bloga i zarazem pseudonim Tomasza Tomczyka). Tylko co trzeci internauta kojarzący Martynę Wojciechowską jako blogerkę regularnie czyta jej blog. Tymczasem Kotlet.tv odwiedza regularnie 64 proc. użytkowników znających tę markę, Moje Wypieki – aż 84 proc., a Ubóstwiam Modę – 82 proc. Z kolei w przypadku bloga Mai Sablewskiej ten współczynnik wynosi 17 proc., a przy blogu Sary May – zaledwie 8 proc. Dla 36 proc. internautów czytających blogi regularnie są one ważnym źródłem informacji, a 48 proc. żałowałoby, gdyby zniknęły. 34 proc. tych użytkowników zdarzyło się kupić produkt lub usługę pod wpływem pozytywnych informacji o nim na blogu, a 39 proc. zrezygnowało z tego z powodu negatywnego wpisu blogera. 18 proc. internautów czytających blogi deklaruje, że prowadzi własne blogi.

12 [On-line:] <https://www.blogi.pl/ranking.html> – 20.11.2022.

13 *Top polskich blogów: na czele Wojciechowska, Kotlet.tv, Pani Basia, Palikot, Czubaszek i Mucha*, [on-line:] <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/top-polskich-blogow-na-czele-wojciechowska-kotlet-tv-pani-basia-palikot-czubaszek-i-mucha> – 20.11.2022.

Wnioski

Patrząc na blogosferę jako zjawisko społeczne, należy podkreślić, że popularność tego typu środka komunikacji sprawia, że w krajach autorytarnych anonimowość blogosfery chroni autorów, a w dojrzałych demokracjach zachęca polityków do prowadzenia internetowych zapisów. Blogi polityczne od kilku lat stanowią już codzienność, a blogosfera oraz świat tradycyjnej polityki nawzajem się przenikają¹⁴.

Wśród blogów prezentujących tematy polityczne można zastosować podział na blogi polityczne i blogi polityków. Blogi polityczne piszą najczęściej niezależni publicyści (np. blog Azraela Kubackiego) albo tzw. zwykli ludzie, ale podobnie jak sama polityka tak i blogosfera zdominowana jest przez zawodowych polityków. Nawet dobre blogi pisane przez prywatne osoby czy niezależnych komentatorów nie przebiły się do polskiego mainstreamu. Blogi polityków stanowią źródło wiedzy o tym, co dzieje się w szeregach danej partii lub u jej oponentów, a przy okazji wyznaczają nowe zasady uczestnictwa w dyskursie publicznym w Polsce. Coraz częściej informacje medialne zaczynają istnieć właśnie na blogu jakiegoś polityka – dzięki blogom postowie mogą docierać do szerokiego grona odbiorców, a jeszcze do niedawna możliwość inicjowania nowych tematów zarezerwowana była tylko dla mediów. W Polsce najlepiej rozpoznawanymi w ostatniej dekadzie newsbreakerami blogosfery byli: Janusz Palikot, Ryszard Czarnecki, Lech Wałęsa, Stefan Niesiołowski i Janusz Korwin-Mikke. Ich opinie często trafiały do popularnych telewizyjnych programów informacyjnych lub do gazet¹⁵.

Wątpliwości może budzić obiektywność informacji zamieszczanych na tego typu stronach, bo trudno niejednokrotnie oprzeć się wrażeniu, że głównym celem, dla którego zakładane są blogi polityków, jest chęć poprawy wizerunku, zwiększenia popularności lub zwykła prowokacja (np. pytania o stan zdrowia Prezydenta RP formułowane kilka lat temu przez posła Palikota). W świecie po raz pierwszy w 2007 r. amerykańscy kandydaci na prezydenta zaczęli zatrudniać nie tylko doradców od polityki międzynarodowej, gospodarki, edukacji czy opieki zdrowotnej, ale także profesjonalnych blogerów. To właśnie oni nie tylko wyszukują i komentują, ale nagłaśniają istotne treści, są potrzebni, by docierać do młodych, aktywnych politycznie ludzi, którzy trzymają się z dala od gazet, radia czy telewizyjnych wiadomości, ale czytają popularne blogi. To blogerzy tworzą w sieci tzw. buzz, czyli pozytywny szum, rozgłos, bez którego politykowi trudno jest dziś wygrać wybory, filmowi odnieść kasowy sukces, a muzykowi sprzedać swą płytę. Dla sztabów wyborczych Internet i blogosfera okazały się też nieocenionym narzędziem mobilizowania setek tysięcy wolontariuszy oraz zbierania datków na kampanię. Blogerów na czas kampanii zatrudniają już dziś w Ameryce nie tylko kandydaci na prezydenta, ale także kandydaci na senatorów, kongresmanów, a nawet niższych rangą stanowych urzędników.

14 Zob. [on-line:] <https://classic.wyborcza.pl/archiwumGW/5288041/Co-moze-zrobic-obywatel-Bloger> – 20.12. 2022.

15 [On-line:] <https://wyborcza.pl/7,75398,11550595,oni-rzadza-polskim-twitterem.html> – 20.12.2022.

W wielu wypadkach blogosfera odślania ograniczenia, a nawet hipokryzję realiów, w których funkcjonują tradycyjne media. Najślawniejszy arabski blogger, Wael Abbas, stwierdził jakiś czas temu, iż w Egipcie „dziennikarze dobrowolnie narzucają sobie sami cenzurę, by nie zamknięto ich gazety”¹⁶. I dodawał, iż przedstawiciele rządu zazwyczaj wprost domagają się przyjęcia określonej linii w relacjonowaniu zdarzeń. Wmuszają zwalnianie politycznie zaangażowanych pracowników. Ponieważ media zagraniczne potrzebują dobrych kontaktów z władzami, żeby mieć dostęp do najświeższych informacji, godzą się nie pisać o wszystkim. „Jedynie miejsce, gdzie można ujawnić całą prawdę, to Internet – wyznaje Abbas – pozwala dotrzeć do ogromnej rzeszy czytelników i pisać na każdy temat”¹⁷. Abbas zdobył rozgłos, bo pisał o wojsku, policji, mniejszościach seksualnych czy molestowaniu seksualnym i religii, a zatem o tym wszystkim, o czym nie dyskutuje się w konserwatywnym społeczeństwie.

W tym kontekście zaskakująco brzmi wyznanie posła Palikota, który na łamach „Gazety Wyborczej” stwierdził, że „dziś w Polsce trzeba stosować autocenzurę. Gdybym tego nie robił, byłbym w więzieniu. Zacząłem pisać blog, kiedy Platforma była jeszcze w opozycji. To wtedy, na wiosnę 2007 r., zadałem pytanie, czy Kaczyński nadużywa alkoholu, które tak rozślawiło mój blog”¹⁸. Właściwe przyczyny prowadzenia blogu Palikot wyjaśnia w sposób następujący:

Ja często występuję w mediach, a mimo to miewam kłopoty, by powiedzieć to, co chcę. Cały program jest tak ustawiony, żeby, po pierwsze, było zwanie. Prowadzący przerywają wypowiedzi, nie pozwalają rozwinąć się analitycznie. Nie ma debaty w mediach. Są małe bijatyki. Dłużej i swobodniej można wypowiedzieć się tylko w blogu. Tam nie ma reżysera prowadzącego spotkanie. Sam decyduję, czy tekst jest długi, czy krótki. Czy publikuję go rano, czy wieczorem.

W innym miejscu dodaje:

Jedni się modlą, inni robią rachunek sumienia, a ja codziennie piszę blog [...]. Dla mnie to forma codziennej medytacji¹⁹.

Łatwo ulec wrażeniu, że otwarcie blogosfery niesie same korzyści. Inny punkt widzenia pojawia się wówczas, kiedy zaglądamy do blogów poświęconych paranauce, medycynie naturalnej lub alternatywnej oraz wątpliwym teoriom naukowym. Zwraca się uwagę, że wraz z zamianą tradycyjnych mediów na Internet, jako źródła codziennej instrumentalnej informacji, zanika rodzaj instytucji popularyzującej w kontrolowany sposób wiedzę naukową. Uważnie śledzący pod tym kątem blogosferę dziennikarz Wojciech Orliński napisał: „pasjami lubię czytać wypociny psycholi, którym się wydaje, że odkryli nową cząstkę elementarną, proroków przepowiadających nadejście «plagi

16 Zob. [on-line:] <https://classic.wyborcza.pl/archiwumGW/7002728/Blogiem-w-cenzure-20.12.2022>.

17 Tamże.

18 Tamże.

19 Tamże.

piwa» [...] albo straszących złowrogą planetą Nibiru, której istnienie NASA ukrywa przed resztą ludzkości”²⁰.

Zjawisko to jest doskonale widoczne w całej tzw. kulturze Internetu, gdzie to, co sensacyjne, nieprawdopodobne i zaskakujące, jest brane z nadzwyczajną ufnością. Na stronie <http://www.igya.pl/>, poświęconej paramedycynie można znaleźć porady George’a Ashkara, który opracował metodę skutecznego radzenia sobie z tzw. nieuleczalnymi chorobami, typu rak, AIDS, reumatoidalne zapalenie stawów, astma, zaburzenia systemu odpornościowego itp. Autor twierdzi, że wyleczył się dzięki niej z nowotworu trzustki. Ashkar zupełnie szczerze oświadcza: „Miałem 6 lat, kiedy obiecałem, że znajdę lek na raka. W wieku 12 lat znalazłem lek na raka, opracowałem metodę Wchłaniania Neutralnej Infekcji”. „Nie umieraj na raka człowieku! – [kup] Film na płycie kompaktowej (George Ashkar) – 11.50 PLN”²¹.

Przykłady tego typu stron pokazują charakterystyczne zjawisko. W nowoczesnych społeczeństwach konsumpcyjnych, które, jak przewidywali pedagogzy, miały stawać się w wyniku rozwoju nauki społeczeństwami edukacyjnymi, chętnie przyjmuje się pozbawione racjonalnych podstaw i niemożliwe do weryfikacji przekonania i poszukuje rozwiązań łamiących tradycję eksperckiej wiedzy oraz jej stosowalności zgodnie z przeznaczeniem.

Zakończenie

Czytanie to forma uczestnictwa w kulturze, a blogosfera stanowi w tym kontekście nieoficjalny kanał wymiany treści, w którym kreuje się przestrzeń dla zjawisk i zachowań, niemieszczących się w tradycyjnych mediach. Blogerzy stali się głównymi dostawcami i moderatorami treści dostępnymi w wirtualnej rzeczywistości, choć ich popularność wynika zazwyczaj z działań autopromocyjnych i kreatywności agencji PR. Rewolucja w sposobach i środkach komunikacji – jak zauważa Alvin Toffler – powoduje, że każdy z nas wynosi coraz bardziej złożony obraz siebie samego, a to w coraz większym stopniu różnicuje ludzi; „przyspiesza proces, który pozwala nam «przymierzać» rozmaite wyobrażenia siebie, i w rzeczywistości zwiększa tempo przechodzenia przez kolejno dopasowywane wizerunki własnego «ja». Rewolucja ta umożliwiła elektroniczne projekcje tych wizerunków w świat. I nikt w pełni nie pojmuje, co z tego wszystkiego wyniknie dla ludzkiej osobowości. Nigdy bowiem w poprzednich cywilizacjach nie mieliśmy takich potężnych narzędzi”²². Immersja w elektronicznej rzeczywistości nie wynika tylko z coraz bardziej zaawansowanych technicznych możliwości urządzeń elektronicznych, ale z chęci użytkowników do uznawania symulowanego środowiska za rzeczywistość. „Światy wirtualne nie istnieją tylko dzięki technice, użytej do ich reprezentacji, ani nie wyłącznie w umyśle użytkownika,

20 W. Orliński, *Wylegarnia szarlatanerii*, [on-line:] http://wyborcza.pl/duzyformat/1,127291,7116198,Wylegarnia_szarlatanerii.html – 20.12. 2022.

21 Zob. [on-line:] <https://www.igya.pl/schorzenia-choroby/35-rak/523-terapia-raka-metoda-nia-dr-ashkar-film> – 20.12. 2022.

22 A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Wołyński, Warszawa 1986, s. 28.

ale w relacji pomiędzy wewnętrznymi konstrukcjami umysłowymi a wytworzonymi technicznie reprezentacjami tych konstrukcji. Iluzja rzeczywistości nie spoczywa w samej aparaturze, ale w chęci użytkowników, by wytwory ich wyobraźni traktować tak jakby były rzeczywiste²³. Blogosfera wymusza koncentrację na specjalnej osobie, jaką jest blogger, ale zostać nim może każdy.

Zaletą blogosfery jest konsekwentne rozszerzanie zasięgu dyskursu publicznego. Sytuacja blogowego dialogu oznacza natychmiastowe poddanie się krytyce i większą niż w mediach tradycyjnych konfrontacyjność opinii. Jednakże brak instancji oceniającej i kwalifikującej w blogosferze oznacza, iż często w blogach sprawdzone fakty i plotki (np. mity o leczeniu chorób) funkcjonują obok siebie na równych prawach. Anonimowość tekstu powinna być dla czytelnika/odbiorcy sygnałem, żeby kontrolersyjne treści traktować z dystansem. Dotyczy to także zjawiska mianowanych autorytetów, których z anonimowości nie wydobywa przecież niewiele mówiące, a ujawnione nazwisko, np. George Ashkar.

Funkcja anonimowości jest ważnym czynnikiem ochrony wolności słowa. Jednak w rzeczywistości internetowej jej natura jest dwojaka. Z jednej strony bowiem umożliwia udział w dyskursie publicznym ludziom, którzy nie odważyliby się w nim uczestniczyć, gdyby musieli swą tożsamość ujawnić. Z drugiej strony anonimowość nie sprzyja odpowiedzialności za słowo. Kryjąc się pod maską anonimowości, można wypowiadać wszelkie oskarżenia pod adresem innych (np. blog Kataryny). Blogosfera wymusza kategoryczność ocen i wyrazistość postaw autora, jak gdyby w myśl zasady, że autor powinien opowiadać historię, ale i sam powinien historię stanowić. Poglądy zabarwione intelektualną elokwencją nie mają większych szans na zaistnienie w Internecie, tzn. na czytelnicze zainteresowanie potencjalnych odbiorców. Ważną cechą blogowego języka jest skrótowość wyrażania myśli, często idąca w parze z beczereimonialnością lub nawet wulgaryzmem.

Blogosfera posiada zalety, których nie mają tradycyjne media, a w szczególności tradycyjna prasa. Blogosfera jest znacznie bardziej „gorąca” – opinie pojawiają się natychmiast, są spontaniczne, bardziej osadzone w „tu i teraz”, kontekstualne i nastawione na strategię „wszystko – albo nic”. „Wszystko”, gdy temat jest aktualny, lub „nic”, gdy ustaje zainteresowanie tematem, plotką (np. koniec romansu pisarza Michała Witkowskiego i stylisty Tomasza Jacykówna).

Blogging to zjawisko z pogranicza praktyk komunikacyjnych i kreatywnych, rozmywające granice tożsamości jednostki. Możliwość szybkiej wymiany opinii, dzielenia się spostrzeżeniami oraz natychmiastowa interakcja między różnymi grupami autorów-czytelników pozwala sądzić, iż blogi wytwarzają nowe, nieznane dotychczas sytuacje komunikacyjne, które poprzez swą substytutywność lekturową przyczyniają się do przemian społecznych norm dialogu. Poziomy aktywności czytelniczej uczestników blogosfery – intensywność zaangażowania w dialog, zamieszczanie własnych komentarzy, uzupełnianie treści o informacji lub odsyłacze do nich, pogłębianie poziomu wymiany informacji poprzez korzystanie z dodatkowych linków blogera – zmieniają

23 K. Prajzner, *Tekst jako świat i gra. Modele narracyjności w kulturze współczesnej*, Łódź 2009, s. 22.

bibliologiczną perspektywę na znaczenie lektury i wymiany informacji w życiu jednostki. Blogosfera w większym stopniu, niż miało to miejsce w tradycyjnych mediach, udziela dobrze słyszalnego głosu publiczności.

Bibliografia

- Antyweb*, [on-line:] <http://antyweb.pl/> – 20.11.2022.
- Azrael – po stronie prawdy*, [on-line:] <http://www.azraelk.eu/> – 20.11.2022.
- Badanie blogosfery*, [on-line:] <http://badanieblogosfery.blox.pl/html> – 10.01.2010.
- Biłgorajski A., *Doktryna „wolnego rynku idei”: geneza, ewolucja oraz praktyczne zastosowanie*, „Z Dziejów Prawa” 2011, t. 4 (12), „Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego” 2011, nr 2868, s. 111–134.
- Blogi.pl*, [on-line:] <https://www.blogi.pl> – 20.11.2022.
- Encyklopedia nauki o książce*, red. A. Birkenmajer, B. Kocowski, J. Trzynadłowski, Wrocław 1971, szp. 1588.
- <http://anna-mucha.blog.pl/> – 20.11.2022.
- <http://arturandrus.blog.pl/> – 20.11.2022.
- <http://barbarakwarc.blogspot.com/> – 20.11.2022.
- <http://blog.majasablewska.com/> – 20.11.2022.
- <http://dorn.blog.onet.pl/> – 20.11.2022.
- <http://kataryna.blox.pl/html> – 20.11.2022.
- <http://kominiek.es/> – 20.11.2022.
- <http://korwin-mikke.pl/blog> – 20.11.2022.
- <http://lechwalesa.blog.pl/> – 20.11.2022.
- <http://mariaczubaszek.blog.pl/?smoybbtticaid=6137db> – 20.11.2022.
- <http://palikot.blog.onet.pl/> – 20.11.2022.
- <http://ryszardczarnecki.blog.onet.pl/> – 20.11.2022.
- <http://www.honorata-skarbek.com/> – 20.11.2022.
- <http://www.migalski.eu/> – 20.11.2022.
- <http://www.molekulka.blog.onet.pl> – 20.11.2022.
- http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html – 20.11.2022.
- <http://www.saramay.pl/blog.html> – 20.11.2022.
- <http://www.stefan-niesiolowski.pl/blog> – 20.11.2022.
- <https://twitter.com/waelabbas> – 20.11.2022.
- <https://www.niedoczytania.pl> – 20.11.2022.
- Kotlet. tv. Blog kulinarny Pauliny Stępień*, [on-line:] <http://kotlet.tv/> – 20.11.2022.
- Kwestia smaku*, [on-line:] <http://www.kwestiasmaku.com/blog-kulinarny/> – 20.11.2022.
- Liternet.pl*, red. P. Marecki Kraków 2003, s. 158.

- Łętowska E., *Wolność wypowiedzi*. Materiały edukacyjne przygotowane w ramach programu Socrates Grundtvig Action 1, „*Law trough Experience*”, s. 4, [on-line:] http://www.psep.pl/grundtvig/8/dostep_do_informacji.pdf – 20.11.2022.
- Martyna Wojciechowska, [on-line:] <http://martyna.pl/?lang=pl> – 20.11.2022.
- Moje wypieki*, [on-line:] <http://www.mojewypieki.com/> – 20.11.2022.
- Niebezpiecznik*, [on-line:] <http://niebezpiecznik.pl/> – 20.11.2022.
- Orliński W., *Wylęgarnia szarlatanerii*, [on-line:] http://wyborcza.pl/duzyformat/1,127291,7116198,Wylegarnia_szarlatanerii.html – 20.11.2022.
- Palikot J. *Blogiem w cenzurę* (Fragmenty debaty „Obywatel blogger” z 31 marca).
- Poniedziałki A, Umer M., *Jak trwoga, to do bloga*, Warszawa 2008.
- Poniedziałki, [on-line:] <http://www.poniedzialski.art.pl/> – 20.11.2022.
- Prajzner K., *Tekst jako świat i gra. Modele narracyjności w kulturze współczesnej*, Łódź 2009.
- Spider’sweb*, [on-line:] <http://www.spidersweb.pl/> – 20.11.2022.
- Technorati*, [on-line:] <http://technorati.com/blogging/feature/state-of-the-blogosphere-2008> – 10.01 2010.
- Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyło, Warszawa 1986, s. 28.
- Top polskich blogów: na czele Wojciechowska, Kotlet.tv, Pani Basia, Palikot, Czubaszek i Mucha*, [on-line:] <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/top-polskich-blogow-na-czele-wojciechowska-kotlet-tv-pani-basia-palikot-czubaszek-i-mucha> – 20.11.2022.

Blog, Blogger, Blogging: On Communication Strategies in the Blogosphere after the Digital Breakthrough

Abstract

In this article, the author made the characterization of the free market of ideas and information. He analyzes the phenomenon of blogosphere where contributors are at the same time the authors and the readers. The blogosphere has become an unofficial channel for the exchange of opinions that do not fall within the traditional media of television or books. The blogosphere offers an open space that is easily created; however, this open space also offers the possibilities of the rapid exchange of opinions, shared insights, and immediate interactions between different groups of authors and readers. In the blogosphere, these contributors produce new and previously unknown situations, which contribute to social behavioral changes and reading standards, especially among young people.

Keywords: bibliology, readership, book market, book typology, book history, and book science methods.