

Agata Szendzikowska

Blog i jego odmiany - internetowy ekshibicjonizm? : przyczyny rozwoju i żywotności tej formy komunikacji

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica 12, 431-450

2009

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Agata Szendzikowska

**BLOG I JEGO ODMIANY – INTERNETOWY EKSHIBICJONIZM?
PRZYCZYNY ROZWOJU I ŻYWOTNOŚCI
TEJ FORMY KOMUNIKACJI**

Pragnienie sławy nie jest czymś różnym od wrodzonego instynktu zachowawczego. Zdaje się nam, że pomnażamy naszą istotę, kiedy ją możemy wrazić w pamięć drugich: zyskujemy tym rodzaj nowego życia, które staje się nam równie cenne jak to, które otrzymaliśmy od niebios¹.

Ludzie zawsze byli żądni sławy, gdyż w pewnym stopniu jest ona synonimem społecznego podziwu. Bieg czasu nie tylko nie zatarł w ludzkich istotach tego pragnienia, ale jeszcze wzmógł jego siłę. Dzięki osiągnięciom techniki droga do sławy staje się coraz krótsza i łatwiejsza. Media we wszystkich swych różnorodnych formach docierają w obecnych czasach do prawie każdego zakątka świata. Każdy, kto pragnie, by o nim usłyszano, może zaistnieć w Internecie i w sposób wolny przedstawiać swoje poglądy.

Po kilkunastu latach błyskawicznego rozwoju Internetu okazuje się, że może on pełnić funkcję, o jakich zapewne nie mieli pojęcia jego twórcy. Nie jest jedynie siecią pełną informacji, z których skorzystać można za pomocą maszyny, jaką jest komputer, który w dzisiejszych czasach nie jest już luksusem dostępnym wyłącznie dla elit społecznych. Stał się jednym z elementów codziennego życia wielu ludzi. Psychologowie, psychiatrzy i socjologowie dostrzegli jednak, że Internet może mieć bardzo duży wpływ na nasze życie – niekoniecznie jednak pozytywny.

Socjologiczne pojęcie tożsamości zwraca uwagę na to, jak ludzie sami siebie postrzegają i co dla nich liczy się najbardziej. Najważniejszymi

¹ M. Łojek, *Teksty filozoficzne dla uczniów szkół średnich*, Warszawa 1987, s. 155.

źródłami tożsamości według socjologów są płeć, orientacja seksualna, narodowość i klasa społeczna².

Jednostka nie poddaje się biernie wpływowi otoczenia – świadomie i aktywnie kształtuje samą siebie. Każdy z nas sam interpretuje swoją biografię, przypisuje wydarzenia z przeszłości do teraźniejszej wizji siebie. Zmiana tożsamości sprawia, że poszczególne wydarzenia wyolbrzymiamy, a wartość innych zostaje przez nas umniejszona³. Współczesny świat oferuje bardzo wiele możliwości kreowania siebie i tworzenia swojej tożsamości, a tylko od nas zależy odpowiedź, kim jesteśmy i dokąd zmierzamy⁴.

Wszelkie kontakty, jakie zawieramy za pośrednictwem sieci komputerowej, różnią się zdecydowanie od tych, które znamy z codziennego życia. W związku z tym, że w większości przypadków uczestnicy Internetu nie widzą się nawzajem, poznając kogoś możemy wyobrażać sobie jego wygląd jedynie na podstawie jego własnego opisu. To zachęca do przejawiania i naginania faktów dotyczących wyglądu, wieku, wykształcenia. Słowem, często staramy się, by otoczenie zaakceptowało nas za wszelką cenę. Jednak zabawy w kreowanie tożsamości mogą okazać się niebezpieczne, szczególnie kiedy tracimy kontrolę nad naszymi sieciowymi *alter ego*. Nasze wirtualne osobowości mogą stać się poważnym zagrożeniem dla tych realnych, pojawia się też groźba multiplikacji osobowości⁵.

Według teorii tożsamości Sheldona Strykera ludzie posiadają świadomość oczekiwań tego, jak należy przedstawić siebie na forum grupy i co można w sobie zmienić, by ta prezentacja wypadła jak najkorzystniej. Przybieranie nowych tożsamości jest przejawem kompleksów, braków, niedoskonałości czy ukrytych pragnień. Dlatego urzędnik wcieli się w postać świetnie zarabiającego biznesmena, nauczycielka chce być modelką, a taksówkarz kierowcą rajdowym. Każde z nich chce zobaczyć, jak to jest po tej „drugiej stronie”⁶.

Czym jest blog?

Dawniej większość pamiętników powstawała w odosobnieniu i ich treść zazwyczaj pozostawała okryta tajemnicą. Tylko niewiele z nich doczekało się publikacji. Obecnie ta forma twórczości przeżywa prawdziwą rewolucję. Dzięki Internetowi każdy może bezpośrednio i zarazem subiektywnie udo-

² A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2005, s. 192–200.

³ P. Berger, *Zaproszenie do socjologii*, Warszawa 1995, s. 61–72.

⁴ A. Giddens, *Socjologia*, Warszawa 2004, s. 53.

⁵ M. Szpunar, *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*, [w:] E. Hałas, *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa*, Warszawa 2005, s. 378–382.

⁶ J. H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, Warszawa 2004, s. 435–439.

stąpić świata swoje aktualne przemyślenia, zakładając własny blog. Słowo *Weblog* jest połączeniem dwóch angielskich słów: *web* – sieć i *log* – dziennik. *Weblog* (w skrócie *blog*) jest to rodzaj strony internetowej, na której autor umieszcza datowane wpisy, wyświetlane kolejno, zaczynając od najnowszego. Blogi posiadają system archiwizacji wpisów, możliwość komentowania tych tekstów przez czytelników, a także zestaw linków (tradycyjnie umieszczany w bocznej kolumnie): do blogów polecanych przez autora (tzw. *blogroll*) i innego rodzaju stron WWW⁷.

Według danych umieszczonych na witrynie *Merriam Webster OnLine* w roku 2004 wyrazem, którego definicja była najczęściej wyszukiwana przez użytkowników, na pewno skądś znanym, ale nie zawsze do końca rozumianym, był „blog”. W słowniku *online* zdefiniowano blog jako witrynę sieci Web, która zawiera osobisty dziennik z refleksjami, komentarzami, a często również hiperłączami wstawianymi przez autora. Blog pozwala przechowywać informacje, którymi autor chce się dzielić z innymi – słowa, obrazy, a nawet muzykę. Za pomysłodawcę słowa „weblog” uważa się Jorna Bargerę, twórcę wczesnego bloga *RobotWisdom*⁸. Pierwszy raz użył on tego sformułowania w 1997 r.

Początkowo blogging sprowadzał się do umieszczania na stronie WWW linków prowadzących do ciekawych – z punktu widzenia autora – miejsc w Internecie. Autorstwo skróconej wersji tego słowa, czyli „blog”, należy do Petera Merholza, który w 1999 roku na łamach swojej witryny podzielił wyraz „weblog” na dwa odrębne słowa „we blog”. Począwszy od 1999 roku liczba blogów zaczęła gwałtownie rosnać. Pierwsze listy blogów, tworzone przez pionierów bloggingu, m.in. Jesse Jamesa Garretta czy Camerona Barnetta, poszerzały się o kolejne pozycje w takim tempie, że wreszcie autorzy zestawień zaczęli umieszczać na nich tylko wybrane blogi⁹. Termin „blog” popularyzował się z czasem, głównie dzięki pojawieniu się w Internecie narzędzi ułatwiających publikację dzienników *online*. Pierwszym tego typu narzędziem były witryny Pitas i Blogger (którą w 2004 r. wykupił koncern Google). W Polsce również powstały witryny umożliwiające blogowanie. Są to między innymi: <http://blog.pl/>, <http://blog.onet.pl/>, <http://www.mylog.pl/>.

Blogi swoją popularność zawdzięczają częstym aktualizacjom (raz, a nawet kilka razy dziennie), subiektywnemu podejściu autora do informacji oraz możliwości wyrażenia swojego zdania i komentowania wydarzeń przez internautów. Autorzy blogów korzystają najczęściej ze specjalistycznych serwisów udostępniających wygodne mechanizmy prowadzenia dzienników

⁷ K. Jarymowicz, *Co krok, to blog*, źródło: internetowe archiwum „Gazety Wyborczej”; A. Szczepan-Wojnarowska, *Blogi jako forma literacka*, „Pamiętnik Literacki” 2006, z. 4.

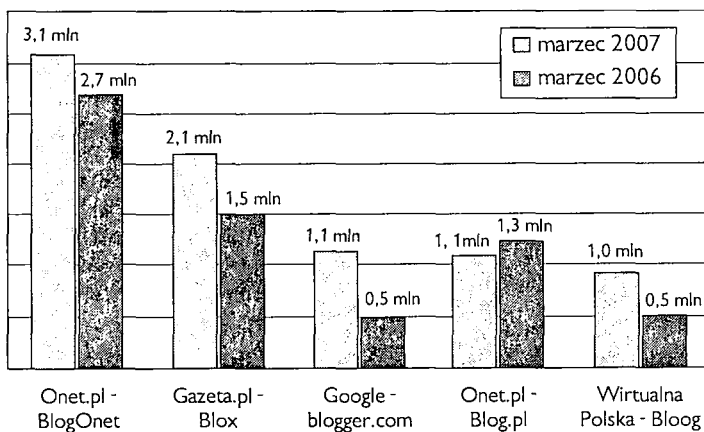
⁸ L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 34–66.

⁹ *Ibidem*.

(proste systemy zarządzania treścią), łatwego dodawania nowych tekstów, archiwizacji starszych oraz komentowania zapisów przez odwiedzających. Moderatorem każdego bloga jest sam prowadzący i, jeżeli chce, może na nim umieścić licznik wejść na jego stronę oraz licznik komentarzy, będący swoistego rodzaju miernikiem jego popularności.

Blogi w liczbach

Najnowsze wyniki badania przeprowadzonego przez Megapanel PBI/Gemius potwierdzają ciągle rosnącą popularność blogów w Polsce. Miesięczny zasięg blogów na początku 2007 roku przekroczył 40% widowni internetowej, a w marcu wyniósł ponad 42%. Oznacza to, że już prawie 6 mln osób w Polsce wchodzi na strony blogów. Czytelnictwo blogów w ciągu ostatniego roku, czyli od marca 2006 do marca 2007, wzrosło o ponad milion osób. Dwie trzecie osób czytających blogi ma poniżej 30 lat, natomiast co piąty czytelnik blogów ma 40 lat lub więcej. Najwięcej odsłon wykonują na blogach osoby młode: na pięć odsłon średnio cztery wykonane są przez osoby poniżej trzydziestego roku życia. Co czwarty czytelnik blogów mieszka na wsi¹⁰.



Rys. 1. Liczba użytkowników najpopularniejszych platform blogowych w Polsce

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, dane miesięczne za marzec 2006 i marzec 2007.

¹⁰ *Blogi rosną w Polsce*, źródło: archiwum online „Gazety Wyborczej”.

Internetowy ekshibicjonizm

Popularyzacja internetowych pamiętników i rosnąca rzesza ich stałych czytelników sprawiają, że istnieje wielka grupa ludzi, która czuje się emocjonalnie mocno związana ze swoimi wirtualnymi rozmówcami. W Internecie bliskość przekłada się na częstotliwość sieciowych spotkań z konkretnymi osobami. Im częściej gawędzimy z nimi, tym lepiej ich znamy i czujemy się mocniej z nimi związani. Jednak najsilniejszym przywiązaniem darzymy tych rozmówców, których poglądy pokrywają się z naszymi. To zjawisko, zwane prawem przyciągania, sprawia, że bardzo często jesteśmy zawiedzeni naszym internetowym rozmówcą, gdyż dopiero po którejś rozmowie okazuje się, że ktoś, kto jak się nam wydawało, miał bardzo podobne do naszych poglądy, wyznaje wartości dla nas nie do przyjęcia¹¹.

Wykazywana przez ludzi większa skłonność do otwartości gdy rozmawiają przez Internet jest ważnym składnikiem rzeczywistości internetowej. Siedząc przed monitorem, mamy bardzo często poczucie, że jesteśmy anonimowi, a komputer zapewnia utrzymanie bezpiecznej odległości pomiędzy nami a resztą świata. To poczucie sprawia, że osoby po drugiej stronie ekranu wydają nam się bliższe niż siedzące w pokoju obok. Warto zauważyć, że choć w medialnej komunikacji nacisk położony jest na dialog lub intymną rozmowę, to w istocie uczestnikom internetowych interakcji chodzi nie o rozwiązywanie własnych problemów, lecz o ich publiczne ujawnianie. Tym samym problem sam w sobie nie jest źródłem zła czy cierpienia psychicznego, ale pretekstem do nawiązania kontaktu społecznego. Z tego przede wszystkim powodu uczestnicy programów telewizyjnych i użytkownicy Internetu nie zwracają się o poradę do fachowców. Ujawnianie w mediach własnych przeżyć i doświadczeń stanowi swego rodzaju nagrodę dla ich posiadacza. Ekshibicjonizm psychiczny jest promowany i nagradzany przez środki masowego przekazu, zwłaszcza w sytuacji, gdy pokazywanie nagiego ciała już przestało być czymś szokującym. Tym bardziej że nie tylko obraz może oddziaływać na sferę ludzkich wyobrażeń, lecz również słowo czy historia opowiedziana przy użyciu umiejętnie dobranych słów. Wyznanie może wtórnie ewokować w odbiorcy przyjemne odczucia¹².

Z drugiej strony, *talk-show*, *reality show* oraz blogi w Internecie wywołują mieszane odczucia społeczne. Większa część społeczeństwa ocenia je pejoratywnie lub deklaruje brak zainteresowania nimi, choć jednocześnie ogląda te programy i śledzi blogi w zaciszu domowym. Skąd biorą się te nieprawdziwe deklaracje? Z przeświadczenia, że nie wypada poświęcać czasu występom

¹¹ K. Micukiewicz, *Negocjowanie tożsamości i konstruowanie wspólnoty na czacie internetowym*, [w:] E. Hałas, *Konstruowanie jaźni...*, s. 404–422.

¹² P. Wallace, *Psychologia Internetu*, Poznań 2005, s. 177–200.

ekshibicjonistów, choć zwykle ciekawość i potrzeba podglądactwa zwycięża nad tymi przekonaniem. Warto pamiętać, że ekshibicjoniści zawsze potrzebują widowni, a właściciele mediów – odbiorców tego typu przedstawicieli. Ci ostatni pełnią więc rolę pośredników w taki oto sposób, że znajdują widownię dla ekshibicjonistów¹³.

Typologia blogów

Pierwsze blogi składały się przede wszystkim z autorskich zapisków twórców oraz linków do podobnych wartościowych blogów. Wiele dziś istniejących wypowiedzi tego gatunku tworzonych jest w podobny sposób, przy czym linki do innych stron opatrzone są zwykle komentarzem autora, w którym zgadza się on lub nie z ich zawartością, wskazuje na nowe fakty lub prezentuje inne poglądy na omawiane tam kwestie¹⁴.

Najpopularniejszą obecnie formą blogowania jest pisanie dziennika bądź pamiętnika, czyli opisywanie swojego codziennego życia. Jest tak zapewne dlatego, że taka „pisanina” nie wymaga szczególnej wiedzy ani błyskotliwości. Jednak by zdobyć wielu czytelników, trzeba czymś zabłysnąć. W związku z tym, że blogowicze ciągle szukają nowych sposobów wyrażania siebie – coraz częściej powstają więc blogi „ekspertów”, poświęcone radom w określonej dziedzinie. Możemy więc trafić na blog mówiący o gotowaniu, wyrobieniu domowych win, ozdabianiu paznokci, odchudzaniu, pomagający w rozwiązywaniu problemów z komputerem. Takie blogi cieszą się coraz większą popularnością, gdyż stanowią formę wzajemnej pomocy.

Zbierając informacje o blogowaniu i blogach, utworzyłam następującą klasyfikację zjawiska. Mianowicie, blogi można podzielić:

1. Ze względu na sposób formatowania bloga.

Są serwisy oferujące blogi, przy których prowadzeniu znajomość języka html jest niezbędna, jeżeli chcemy sami rzeczywiście mieć wpływ na jego wygląd. Jeżeli korzystamy z takiego serwisu, a nie znamy języka html, jesteśmy skazani na używanie szablonów, czyli swoistego rodzaju gotowych interface'ów. Dlatego, jeżeli chcemy bez znajomości html kształtować wygląd naszego bloga, powinniśmy wybrać serwis, który nam to umożliwi (np. onet.pl).

2. Ze względu na tematykę (na podstawie serwisu onet.pl).

To bardzo szeroki podział, zawierający wiele podkategorii. Na jego ostateczny kształt mają wpływ użytkownicy. Trzy główne działy tematyczne to:

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ L. Olszański, *op. cit.*, s. 34–66.

- OnetBlog (ogólny),
- TeenBlog (dla nastolatków),
- Blog Dla Dorosłych.

W ramach każdego z tych trzech działów mamy odpowiednio dobrane katalogi blogów. Podział taki ma na celu ułatwienie piszącym dotarcie do wybranej grupy czytelników. Sądzę też, że jest próbą uchronienia nieletnich przed treściami dla nich nieodpowiednimi.

3. Ze względu na formę wyrazu.

Serwis onet.pl oferuje możliwość prowadzenia bloga klasycznego (mogącego zawierać teksty oraz ilustracje), ale warto również zwrócić uwagę na zdobywające coraz większą popularność fotoblogi, blogi w formie audycji radiowej (podcast) czy formacie wideo (podcast wideo, vlog).

4. Ze względu na liczbę autorów.

Nie musimy pisać naszego pamiętnika sami. Jako właściciele bloga możemy zaprosić do współpracy dowolną liczbę autorów. Jest to przydatne, gdy blog służy jako klasowe forum, gazetka polityczna lub obyczajowa albo miejsce publikacji artykułów naukowych. To oczywiście przykłady – jest wiele form ludzkiej współpracy. Autorów zaprasza właściciel bloga. Gdy stosunki się popsują, właściciel może wyprosić autora.

Idea pamiętników internetowych

Ideą pamiętników internetowych jest zaprezentowanie zapisków autora zgodne z chronologią. Mogą one być komentowane przez czytelników. Starsze notatki, które nie mieszczą się na stronie głównej, przenoszone są do archiwum.

Niezbędnym elementem blogów są linki do polecanych przez autora stron. Mogą to być odnośniki do czytanych przez autora blogów oraz do stron, które autor uznał po prostu za warte polecenia. Wyróżniki typu kolor czcionki, podkreślenia czy znaki graficzne jak rysunki, awatary do niedawna nie były mile widziane na blogach, gdyż były uważane za wyznacznik strony mniej profesjonalnej. Zapewne było tak dlatego, że początkowo pożądaną estetyką bloga był minimalizm formy i maksymalizm treści. Zmieniło się to jednak diametralnie wraz z popularyzacją blogów. Obecnie każdemu autorowi bloga zależy, by interfejs jego pamiętnika był „ładny” i podobał się odwiedzającym.

W pamiętnikach internetowych można znaleźć wszystko: opisy dnia, wrażenia, oceny wydarzeń politycznych, wiersze, dowcipy, złote myśli, fantazje erotyczne, a czasem nawet i reklamy – niektóre blogi bowiem, powstają tylko po to, by reklamować odnośnik do innego bloga (blog

<http://ggggggggggggggffiffiffhfhf.blog.onet.pl/> jest jedynie reklamą pamiętnika <http://jasmine-gothic.blog.onet.pl/>).

W tym sensie blogi przypominać mogą tzw. sylwy (łac. *silva rerum* – las rzeczy), czyli popularne zwłaszcza w XVI i XVII w. pamiętniki domowe, w których opisy zdarzeń z życia publicznego funkcjonowały na równych prawach z informacjami o gospodarstwie autora. W sylwach brakowało jakiegokolwiek selekcji materiału¹⁵. Bardzo podobnie bywa z blogami, na których takiego doboru tematów również nie ma.

W odróżnieniu od pamiętników publikowanych w formie książek, blogi nie są redagowane wyłącznie przez autora lub autorów bloga. Jedyne wpływy na treść notek może mieć (oprócz autora) administrator serwisu, jednak tylko wtedy, gdy treść bloga narusza jakieś przepisy.

W związku z tym, że nikt nie panuje nad tym, co wypisują autorzy blogów, w Internecie aż roi się od bezmyślnie pozakładanych stron, nieprzedstawiających sobą żadnej wartości. Dzięki temu, że „pisać każdy może” – każdy pisze jak chce. Błędy ortograficzne popełniane przez autorów we wprowadzanych do sieci tekstach nie rażą nawet tak bardzo jak nowa blogomowa. Polega ona na łączeniu słów angielskich z polskimi (nie zawsze), zmiękczeniu i infantylizowaniu ich. Tak powstają słowa/słówka typu koffany, komcie, blogusie, blogaski, coolowe, ziomalofki, zajefajniusie... (pisownia oryginalna). Jednak blogi nie mogą być zamykane tylko dlatego, że ich poziom jest rażąco niski. Blog może zostać zamknięty wtedy, gdy jego treści naruszają punkty regulaminu obowiązującego na danym serwerze.

Osoby, które wśród śmieciowiska bezwartościowych blogów i cmentarzyska tych porzuconych (ale nie skasowanych, bo po co po sobie sprzątać?) starają się odszukać jakieś wartościowe treści, mogą mieć jedynie nadzieję, że być może zasady obowiązujące w blogowych serwisach ulegną kiedyś zmianie na dyscyplinujące autorów¹⁶.

Klasyczne blogi wypełnione są przede wszystkim tekstem. Coraz większą popularnością cieszą się jednak fotoblogi i vlogi, czyli blogi, których główną treścią są zdjęcia lub krótkie filmy wideo. Istnieją fotoblogi zawodowych fotografów i amatorów-hobbystów, ale zdarzają się nawet wypełnione zdjęciami robionymi aparatem telefonu komórkowego. Prowadzenie fotobloga praktycznie niczym się nie różni od pisania zwykłego internetowego pamiętnika. Fotoblogi stają się coraz popularniejsze, między innymi dzięki upowszechnieniu się aparatów cyfrowych. Co trzeci telefon komórkowy ma wbudowany aparat lub kamerę, a fotoblogi czy vlogi są idealnym miejscem,

¹⁵ T. Kostkiewiczowa, *Silva rerum*, [w:] *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 2002, s. 509.

¹⁶ M. Kowalski, *RooShoffe slit blogaski, czyli czego nie powinno być w sieci*, źródło: internetowe archiwum serwisu Widomosci24.pl

w którym można zaprezentować swoją twórczość¹⁷. Zwykle w fotoblogach zdjęcia zastępują notki pisane, choć zdarza się, że autorzy wykorzystują obie formy wyrazu. Tematyka fotoblogów jest bardzo szeroka i obejmuje wszystkie dziedziny życia, reszta wygląda podobnie jak w przypadku bloga wypełnionego tekstem. Odbiorcy oglądają zdjęcia ułożone w porządku chronologicznym i zostawiają komentarze. Zdarza się, że zrażeni nieprzychylnymi opiniami autorzy blogów wyłączają opcję komentarzy. W związku z tym, że prowadzący bloga nie ma wpływu na to, kto go ogląda lub czyta, tylko niewielka część blogowiczów i fotoblogowiczów decyduje się na umieszczenie swoich zdjęć na stronie. W większości są to zdjęcia tak przerobione, by identyfikacja znajdującej się na nim postaci była bardzo utrudniona lub niemożliwa. Samo prowadzenie fotobloga nie jest zajęciem trudnym czy wyczerpującym. Przenosimy zdjęcie z aparatu do komputera i, jeśli chcemy, dokonujemy odpowiedniej korekty lub obróbki graficznej. Następnie umieszczamy je na stronie internetowej, opatrując komentarzem¹⁸.

Oczywiste jest, że blogi mają swoje korzenie w pamiętnikach i dziennikach tradycyjnych – papierowych. A pamiętniki tradycyjne mógł pisać każdy, zaś dla szerokiej publiczności dostępne były jedynie wspomnienia ludzi sławnych. Dzięki Internetowi swoje pamiętniki lub dzienniki udostępnić szerokiej publiczności może każdy autor bloga. Dzięki Internetowi każdy może być pisarzem i dziennikarzem. Trzeba jednak rozważyć kwestię, czy idea dziennika z definicji nie kłóci się z ideą bloga? Przecież są to osobiste zapiski, czyli takie, które nie są przeznaczone dla oczu każdego. Tak przynajmniej może się wydawać... Tematyka pamiętników publikowanych na stronach WWW dotyczy wielu płaszczyzn, zwykle zainteresowań, pracy, szkoły, uczuć itd. Bloggerzy nie tylko opisują własne doświadczenia i spostrzeżenia, lecz także starają się poddać je ocenie. Oceniać i wypowiadać się mogą zresztą nie tylko autorzy pamiętników. To właśnie komentarze pozwalają na dialog autora z odbiorcami, umożliwiają nawet rozwinięcie się ciekawej dyskusji i są swoistego rodzaju zapłatą i nagrodą dla piszącego. Są dowodem jego popularności¹⁹.

Blogowy marketing

Na blogach pieniądze może zarobić nie tylko właściciel płatnego serwisu, który umożliwia nam blogowanie, ale i internauta będący użytkownikiem bloga. Co prawda realne szanse na zarabianie na swoim blogu mają raczej

¹⁷ A. Kowalska, *Fotograficzne blogi jeszcze istnieją*, źródło: internetowe archiwum „Gazety Wyborczej”.

¹⁸ K. Olechnicki, *Fotoblog: Pamiętnik z opcją przekazu*, [w:] *Odwaga patrzenia. Eseje o fotografii*, red. T. Ferene, Łódź 2006, s. 148–167.

¹⁹ P. Wallace, *op. cit.*, s. 177.

gwiazdy, bądź np. pierwsi założyciele blogów, ale... jeśli twój blog odwiedza kilkanaście tysięcy osób miesięcznie, możesz pomyśleć o zarabianiu na reklamach. O naprawdę dużych dochodach mogą myśleć ci bloggerzy, którzy mogą pochwalić się oglądalnością na poziomie kilkunastu tysięcy odsłon dziennie. Umieszczanie reklam w blogach nie jest jednakże jedynym sposobem na zarabianie pieniędzy. Nick Denton, magnat medialny, którego witryna Gadget-blog poświęcona jest nowinkom technicznym, czerpie zyski z płatnych odnośników prowadzących do takich gigantów jak Amazon.com. Blogi są także pomocne w sprzedaży książek i muzyki, czego przykładem jest pisarka Claire Berliński, która zamieszczała na stronach bloga rozdziały swojej książki *Loose Lips*. Nie należy pomijać znaczenia blogów w prowadzeniu kampanii politycznych – Howard Dean, amerykański polityk, wspomagał swoją kampanię wyborczą korzystając właśnie z blogów. W Stanach Zjednoczonych tradycja korzystania z blogów przy okazji znaczących wydarzeń politycznych jest zresztą dość powszechna²⁰. Jeśli chodzi o emisję reklam – obecnie na polskim rynku blogi wykorzystywane są raczej w standardowy sposób; przy sprzedaży reklam istotna jest liczba odwiedzających internautów, liczba odsłon i profil użytkowników. Na rynkach zachodnich blogi stają się odrębnym nurtem reklamowym. Tworzone są blogi reklamowe, które podporządkowane są konkretnym kampaniom. Sieciowe pamiętniki dostarczają koncernom nieocenionych informacji na temat zachowań konkretnych grup docelowych, aspiracji, trendów itp. Kampanie reklamowe za pośrednictwem blogów wydają się mieć duże perspektywy rozwoju. Zauważmy, po pierwsze, że firmy mają okazję, aby trafić z reklamą do niedostępnych wcześniej rzesz ludzi. Po drugie, w środowisku, którego członków charakteryzuje podobny zasób wiedzy (a takim jest właśnie blogosfera), idee rozprzestrzeniają się szybciej i efektywniej. Może to znacząco wpłynąć na sukces kampanii reklamowej – popularyzując marki i utrwalenie jej w świadomości potencjalnych klientów²¹.

Jednak, czy taki właśnie ma być cel pamiętnika? Wiadomo, że nieodłączną częścią naszego życia są przedmioty, a co za tym idzie marki. Krypto-reklama występuje na blogach często i wierzę, że wielu użytkowników wpłata ją do swoich notek nieświadomie. Jednak zdecydowany sprzeciw budzi we mnie nakłanianie bloggerów (i zgoda z ich strony) do reklamowania jakichś produktów za odpowiednią gratyfikację.

Anna Zasada, ekspert firmy doradztwa internetowego FirsteArts i blogerka, twierdzi, że sukces osiągają tylko blogi naprawdę dobre, merytoryczne i pisane dobrym stylem – jednym słowem takie, które wymagają nakładu

²⁰ H. Salik, *Koniec niewinności*, źródło: archiwum online tygodnika „Ozon”.

²¹ M. Maj, *Polscy blogerzy regulują współpracę z reklamodawcami*, źródło: archiwum online serwisu „Dziennik Internautów”.

pracy. Jej zdaniem nie ma nic złego w tym, że ktoś płaci za czas włożony w pisanie internetowego pamiętnika. Niestety, nie mogę się zgodzić z tym stanowiskiem. Przede wszystkim nieprawdą jest, że sukces osiągają tylko blogi „dobre”. Sukces osiągają blogi, które przyciągają uwagę, a to co przyciąga uwagę nie musi być wcale „merytoryczne i pisane dobrym stylem”. Przykładowo – dużą poczytnością cieszą się blogi, których tematyka łączy się z erotyką, ocierając się bardzo często o pornografię. Ich twórcom chodzi o zaistnienie w bogosferze, a nie o doskonalenie sztuki literackiego, nie mówiąc już o dobrym smaku czy choćby elementarnej znajomości ortografii i poprawnej polszczyzny. Przeglądając blogi o tej tematyce odkryłam, że nawet te nowo powstałe cieszą się niezwykłą popularnością. Dlaczego? Może dlatego, że sieć pełna jest frustratów, a takie erotyczne blogi w jakiś sposób zaspokajają potrzeby tych ludzi. Według klasyfikacji Cywińskiej-Milonas blogi będące miejscem bardzo intymnych wynurzeń, na których autor prezentuje własne zdjęcia czy opisuje przeżycia emocjonalne i(lub) seksualne, zaliczyć należy do blogów ekshibicjonistycznych²². Uważam, że są trzy dopuszczalne formy nagrodzenia autora bloga za jego twórczość: pierwszą są z pewnością komentarze i statystyki odwiedzin, które dla wielu bloggerów pragnących zdobyć popularność są miernikiem ich sławy w blogowym świecie. Drugą formą jest wydanie bloga w postaci książki, ze sprzedaży której autor czerpałby zyski. Ostatnią formą jest omówione już wcześniej umieszczanie bannerów na stronach bloga.

Czy blogi to nowy gatunek literacki, czy tylko eksplozja grafomanii? Todd Napolitano, doktorant z Uniwersytetu Temple, napisał o tym esej *Kicz internetowych dzienników*. Powołując się na autorytet Milana Kundery, dowodził, że grafomania to dążność do eksponowania za wszelką cenę swojego ja, zwłaszcza jeśli nie ma co eksponować. – Dlatego większość blogów przeraża grafomaństwem. Każdy, kogo stać na komputer i podłączenie do sieci, uważa, że to dość, by zostać pisarzem – twierdzi Napolitano. Jeśli piszesz cztery listy miłosne dziennie, jeszcze nie jesteś grafomanem. Ale jeśli robisz kopie tych listów, licząc, że być może zostaną one opublikowane, albo umieszczasz je na blogu, to przekroczyłeś granicę²³.

Oczywiście wiele osób, zwłaszcza piszących blogi, nie zgadza się z tym osądem. Czy brak im samokrytyki? Myślę, że tak. Niestety, większość blogów nie reprezentuje sobą nic ciekawego. Co więc zrobić powinna osoba, która uwielbia pisać o sobie i koniecznie chce mieć wysokie statystyki? Odpowiedzi są dwie: reklamować się i zapłacić.

Ludzie piszą po to, by ich czytano. Chcą być akceptowani, popularni w środowisku, w którym się obracają. A blogosfera jest swego rodzaju

²² M. Cywińska-Milonas, *Blogi*, źródło: archiwum online.kiosk.onet.pl

²³ L. Talko, *Smutek blogacza*, źródło: archiwum [online „Gazety Wyborczej”](http://online.„Gazety Wyborczej”).

środowiskiem, w którym każdy bez wyjątku może walczyć o popularność. Jaka będzie jakość tej popularności, to już inna sprawa. Jeżeli nie zależy nam na jakości, będziemy reklamować się za wszelką cenę i oferować zapłatę za komentarze. Oczywiście również w postaci komentarzy. W ten sposób blogerzy nabijają sobie nawzajem statystyki.

Komentarze o treści reklamowej nasiliły się ostatnimi czasy tak bardzo, że blogowicze rozpoczęli własną akcję przeciw „blogowemu spamowaniu”, uznając wpisy typu „cześć, fajna notka, wpadnij do mnie” lub „dam ci 3 komcie za dwa komentarze” za bezwartościowe i wciągają osoby piszące takie komentarze na listy spamerów. Umieszczają również stosowne powiadomienia na głównych stronach swoich blogów. Czy przynosi to efekty? Zwykle nie, bo spamerzy nie czytają blogów, na które wchodzi. Zależy im tylko na wypromowaniu swojego bloga. Wydaje się więc, że walka zarówno ze spamem blogowym jak i mailowym jest walką z wiatrakami. „Kupczenie” komentarzami jest, niestety, w środowisku blogowych grafomanów na porządku dziennym. Bloggerzy oferują za skomentowanie notki po kilka komentarzy „zwrotnych”. Łatwo poznać, który blogowicz „kupił” komentarze. Jeżeli znajdziemy kilkanaście wpisów o identycznej treści: „ładny blog, fajna notka” wklejonych jeden pod drugim, to nie powinniśmy mieć złudzeń co do aspiracji właściciela bloga. Kolejnym sposobem na zdobycie jak największej liczby komentarzy jest zdobycie władzy w środowisku bloggerów. Można zostać na przykład jurorem i urządzać własne konkursy na „naj-blogi” lub sprzedawać porady czy animowane gify.

Konkursy na większości blogów wyglądają tak samo. Internauta zakłada bloga, którego wystrój jest dostosowany do potrzeb konkursu (charakterystyczny układ ramek, jaskrawa kolorystyka, brak linków). Następnie reklamuje swoją stronę wszędzie, gdzie tylko się da. Jednak większość blogowiczów-jurorów nie uważa takiej reklamy za spam, gdyż nie reklamują oni bloga, a jedynie „zapraszają internautów do wzięcia udziału w konkursie”. Zwykle warunkiem wzięcia udziału w konkursie jest wklejenie banera reklamującego stronę blogowicza-jurora. Następnie wszyscy odwiedzający bloga, na którym rozpisany jest konkurs, głosują w komentarzach na wybrany przez siebie pamiętnik. Zwycięzca blog, który otrzyma największą liczbę głosów. Nagrodami są zwykle komentarze lub „dyplomy”, czyli rysunki wykonane w formacie jpg, które zwycięzca może wstawić sobie na stronę internetową.

Z przedstawionych uwag jasno wynika, że rozpisanie konkursu na „naj-bloga” jest idealnym wyjściem, jeżeli chcemy mieć darmową reklamę na cudzych blogach i wiele komentarzy. Należy dodać, że zwykle poza rozpisywaniem konkursów, blogowicze-jurorzy nie piszą żadnych notek, prowadzenia takiego bloga nie jest więc szczególnie pracochłonne.

„Blog o podanym adresie nie istnieje”

Używając wyszukiwarki blogów bardzo trudno jest oddzielić wartościowe od komercyjnych. Dzieje się tak z wielu powodów, przede wszystkim dlatego, że na stronach serwisów promowane są najpopularniejsze blogi – czyli najczęściej odwiedzane i komentowane (co, jak widać, nie znaczy automatycznie, że są one „na poziomie”). Poza tym w Internecie istnieją tysiące blogów porzuconych zaraz po ich utworzeniu, czy też po jakimś czasie prowadzenia. Porzucanie blogów jest zjawiskiem nagminnym. Tylko niewielki procent ludzi mających blogi ma czas i cierpliwość, by je aktualizować. Poza tym blogi to tylko moda, która nudzi się i przemija jak wszystkie inne. Problem stanowi jednak fakt, że serwisy blogowe nie dają sobie rady z usuwaniem porzuconych blogów w terminie. Dlatego na poszukiwanie „dobrych blogów” najlepiej wybrać się do linków umieszczonych na blogach „niekomercyjnych”. Wtedy możemy mieć chociaż nadzieję, że autor bloga nie umieścił tych linków dla zysku, ale dla przyjemności²⁴. Nikt nie zna dokładnej liczby pamiętników internetowych. Spośród polskich serwisów blogowych prym wiedzie istniejący od marca 2001 roku Blog.pl, gdzie obecnie prowadzonych jest ponad 86 tys. pamiętników internetowych²⁵. Ale moda na tworzenie pamiętników w sieci nie ustaje. Jako że w większości serwisów zakładanie i prowadzenie bloga jest bezpłatne, należy spodziewać się, że ich liczba będzie rosła.

Moda na podglądanie i śledzenie z ukrycia cudzego życia została wykreowana przez telewizyjne programy typu Big Brother, których ideą jest wystawienie uczestników show na widok publiczny. Bohaterowie byli pod czujnym okiem kamer przez 24 godziny na dobę. Wystarczyło włączyć telewizor lub odwiedzić stronę programu w Internecie, by móc stać się częścią tego *reality show*. Jednak w tego typu programach więcej jest *show* niż *reality*. Program był reżyserowany i cenzurowany, więc *reality* i „bez cenzury” był tylko z nazwy. Blogi są w pewnym stopniu pochodną *reality show*. Autor bloga tworzy na nim swoją własną rzeczywistość, w której sam siebie umieszcza. Jest główną gwiazdą programu, reżyserem i pierwszym cenzorem. Miarą satysfakcji (niezdrowej, jak sądzę) jest statystyka odwiedzin i liczba komentarzy pozostawionych na stronie. Liczą się komentarze i coraz wyższe cyferki w tych dwu oknach²⁶.

Dawny, tradycyjny pamiętnik zwykłego człowieka pisany był dla niego samego (choć są tacy, którzy twierdzą, że jeżeli ktoś już zaczyna spisywać

²⁴ M. Spieczynski, *Bloga cisza w Internecie...*, źródło: archiwum online serwisu „Twoje PC”.

²⁵ Źródło: <http://www.blog.pl/> [16.05.2004]

²⁶ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004, s. 101–105.

swoje myśli czy wspomnienia, to po to, żeby ktoś inny kiedyś to przeczytał). Inaczej jest z blogiem. Posty pisane są z myślą o tym, że zostaną przeczytane, dostrzeżone i w efekcie skomentowane. Są więc wyzwaniem dla czytelnika i mają nakłaniać go do określonego działania. Czytelnicy bloga mają wrażenie uczestnictwa w życiu autora. Czytając jego zapiski, niejako automatycznie i bezwiednie wchodzą w rolę przyjaciela, „cioci dobrej rady” i nawiązują dialog z autorem. Zwykle prowadzi to do obopólnych zwierzeń na forum. Bardzo często też spotyka się blogi powstałe z myślą o konkretnych osobach. Chodzi mi o takie pamiętniki, które założone są z nadzieją na to, że opisywane na ich łamach osoby kiedyś przeczytają notki ich dotyczące. W takich wypadkach blog staje się narzędziem pomagającym w dialogu. Brak fizycznego kontaktu „piszącego z czytającym” ułatwia swobodę wypowiedzi. Trudno powiedzieć, czy jest to zjawisko korzystne. Jestem zdania, że kontaktu twarzą w twarz nic nie jest w stanie zastąpić, a wyznania i deklaracje składane za pośrednictwem Internetu padają zbyt szybko i zbyt łatwo, by można je było uznać za przemyślane, trwałe i prawdziwe, choć z pewnością Internet może dialog ułatwić i być wstępem do jego nawiązania.

(nie)Znani blogują

Dziś każdy chce prowadzić swój pamiętnik w Internecie. Wśród autorów blogów są znani pisarze, dziennikarze, aktorzy, naukowcy, a nawet głowy państw. Pamiętnik uruchomił George W. Bush, by prowadzić na nim swoją kampanię prezydencką. Swój blog ma Krystyna Janda, Michał Wiśniewski i Igor Janke. W Polsce jeden z najsłynniejszych i najpopularniejszych pamiętników internetowych prowadzi właśnie Janda. Jej blog www.krystynajanda.net to ponad 1,3 mln wejść miesięcznie. O ile jednak jej dziennik z pewnością nie jest pisany z myślą o przysporzeniu jego autorce popularności, to wiele nieznanymi wschodzących gwiazd i gwiazdeczek zaczęło podbój rynku od bloga, wychodząc z założenia, że może on być dla nich świetną formą promocji w Internecie²⁷. Czytając blogi mamy wrażenie, że ich autorzy „jak na spowiedzi” opowiadają nam perypetie ze swojego życia. Wydaje nam się, że mówią prawdę i tylko prawdę dzieląc się z ogółem swoimi poglądami i przemyśleniami. Jednak szczerze w to wątpię. Bloggerzy konfabulują, kreują swoje życie choćby przez to, że zdradzają zbyt wiele szczegółów bądź zbyt wiele przemilczają. Czytelnik, który zna bloggera wyłącznie z jego zapisków internetowych, może być nieświadomy mistyfikacji. Może się jedynie domyślać, a swoje wątpliwości wyrazić w komentarzu. Tyle że takie przypuszczenia

²⁷ Ł. Szewczyk, *Kolejni znani blogują*, źródło: archiwum online serwisu „Media2.pl”.

wyrażane są stosunkowo rzadko. Panuje bowiem niczym nieuzasadnione przekonanie, że na blogu mówi się prawdę. Ale wiele blogów pisanych jest z myślą o kreacji artystycznej. Krystyna Janda publicznie przyznaje się do tego, że zdaje sobie sprawę z jego popularności i między innymi dlatego nie pisze w nim o wszystkim²⁸. Spośród wielu blogów, w większości źle napisanych, nudnych czy nieciekawych można wynaleźć także interesujące i pasjonujące. I właśnie takie pozycje mają szansę na zdobycie jeszcze większych rzeszy wielbicieli, dzięki wydaniu ich w formie książkowej. Tak właśnie stało się z jednym z najśłynniejszych polskich blogów, na którym autor Jacek Pałka przedstawiał perypetie swojego kilkuletniego syna. Zostały one opublikowane pod tytułem *Przygody Pana Bazylka*²⁹. Podobnie było z blogowymi zapiskami Weroniki R (www.cichodajka.blog.pl), ujętymi później w książkę pod tytułem *Cichodajka.pl*. Jest to autentyczny zapis notatek i dyskusji prowadzonych na blogu założonym przez 17-letnią dziewczynę. Mieszkanka stolicy, uczennica dobrego liceum, wychowująca się w zamożnej i szczęśliwej rodzinie świadczy usługi seksualne, osiągając przy tym znaczne korzyści. Jednocześnie dokonuje prowokacyjnego wpisu na założonej przez siebie stronie internetowej i czeka na reakcje internautów. Ich wypowiedzi są najczęściej bardzo krytyczne, co skłania Weronikę do ostrych komentarzy. Jest to okazja do wyrażania przez nią poglądów m.in. na temat polskiej mentalności, moralności, religijności. Co jakiś czas dziewczyna opowiada coś nowego o sobie, o kolejnych przygodach, o sytuacjach w szkole, planach wyjazdowych. Blog systematycznie się rozrasta, aż wreszcie liczba odwiedzin sięga prawie 300 tys. Emocje i komentarze odwiedzających są bardzo zróżnicowane: jedni nazywają ją prostytutką, inni – nimfomanką, jeszcze inni składają jej propozycje seksualne, wielu chwali za odwagę i styl, niektórzy dzielą się swoimi doświadczeniami. W związku z tym, że Weronika wie, jak zarobić, archiwum jej bloga jest zablokowane hasłem. Jest to dość logiczne, bo kto kupiłby jej książkę, kiedy mógłby czytać za darmo w Internecie. Cichodajka na jakiś czas zaprzestała opisywania swoich erotycznych eskapad na blogu. W związku z tym że jego popularność spadła, wraca do starego, sprawdzonego stylu³⁰.

Z kolei książka *Blog z Bagdadu* okrzyknięta została najbardziej sugestywną relacją z konfliktu w Iraku. W odróżnieniu od innych relacji, będących dziełem zagranicznych korespondentów przebywających w Iraku, przedstawia obraz upadku dyktatury, chaosu i wojny widziany oczami zwykłego mieszkańca Bagdadu. Salam Pax to pseudonim, pod którym od września 2002

²⁸ M. Głaz, *Recenzja książkowa „www.malpa2.pl”*, Krystyna Janda, źródło: archiwum online serwisu „Kafeteria.pl”.

²⁹ J. Pałka, *Przygody pana Bazylka*, źródło archiwum online serwisu „onet.pl Czytelnia”.

³⁰ Weronika R, *Cichodajka.pl*, Chorzów 2005.

roku ukrywa się najbardziej tajemniczy blogger świata. Wiadomo jedynie, że jest mieszkającym w Bagdadzie 30-letnim Irakijczykiem, architektem, zafascynowanym Internetem i – jak sam pisze – uzależnionym od blogów. Prowadzony przez niego przed, w czasie i po amerykańskiej inwazji internetowy dziennik ma ogromną rzeszę czytelników, którym wydaje się o wiele bardziej interesujący niż relacje zagranicznych korespondentów. Stronę <http://dearraed.blogspot.com> (na którą obecnie nie można wejść) każdego dnia odwiedza tysiące ludzi, z zapartym tchem śledzących losy Salama Paxa. Tętniący życiem blog w połączeniu z tajemniczą postacią autora wywołał olbrzymie zainteresowanie mediów. Mówili o nim m.in. dziennikarze CNN, pisał „The New Yorker”, „Guardian” i „Village Voice”. Setki komentarzy pojawiły się w Internecie³¹.

Czarne blogi – jak się zabić w asyście tłumów?

W 2005 r. 91 osób popełniło w Japonii zbiorowe samobójstwa po uprzednim umówieniu się przez Internet. To o 65% więcej niż w roku poprzednim – poinformowała japońska policja. Dla porównania w roku 2004 odnotowano 55 takich samobójstw, a w 2003 r. – 34. Według danych policji około 40% ubiegłorocznych samobójców, którzy planowali w sieci swą śmierć razem z innymi, to dwudziestolatkowie. W celu eliminacji tego zjawiska, zaczęto w Japonii propagować system ostrzegania, pozwalający dostawcom usług internetowych informować policję o ludziach, którzy deklarują w Internecie zamiar popełnienia samobójstwa³². Jeżeli czegoś nie wiemy, potrzebujemy jakichś informacji, a mamy Internet, to tak naprawdę mamy dostęp do każdej wiedzy, gdyż Internet nie zna tematów tabu. Jeśli przyjdzie nam ochota na poznanie przepisu na koktajl Mołotowa, to z pewnością go znajdziemy, co jednak jeśli zapagniemy dotrzeć do przepisu na skuteczną śmierć? Wystarczy wpisać w wyszukiwarkę odpowiednie hasło, a zostaniemy wprost zalani informacjami i poradami „jak skutecznie odebrać sobie życie”.

W Polsce rośnie liczba osób odwiedzających strony z instrukcjami dla samobójców. W sieci pojawiają się wypowiedzi namawiające do wspólnej śmierci. Przybywa pamiętników opisujących stany samobójcze. Ich autorami są najczęściej nastolatki. Wysyp stron o samobójstwie w polskim Internecie nastąpił po śmierci 15-letniej Magdy z Gliwic, która wyskoczyła z dziesiątego

³¹ Źródło – Internet www.merlin.pl

³² Źródło – Internet <http://www.samobojstwo.website.pl/>

piętra jednego z wieżowców. Nie zrobiła tego pod wpływem lektury internetowego poradnika. Ale pozostawiła po sobie ślad w sieci – mroczny blog internetowy. Ostatni wpis zatytułowany „Odejdziemy... razem... przepraszam” w dość jasny sposób mówi o samobójstwie. Od tamtej pory jej blog był jednym z najczęściej czytanych w Internecie. W kilka tygodni odwiedziły go setki osób, zostawiając swoje wpisy. Dwa miesiące później z tego samego wieżowca rzuciła się koleżanka Magdy, Ola. To spowodowało, że Gliwice zaczęły huczeć od plotek o sekcje, a nauczyciele domagali się zablokowania strony Magdy, ze względu na jej prowokujący wpływ. W końcu blog został wykasowany. Powstał jego klon, na którym znowu pojawia się mnóstwo wpisów³³. Socjologowie twierdzą, że młodych ludzi ogarnęła fascynacja spektakularnym odbieraniem sobie życia. Spektakularnym, czyli takim, o którym dowie się jak najwięcej osób. W rodzaju tego, jakie w 1997 r. zaplanował 24-letni Daniel V. z Oslo razem z 17-letnią Evą D. z austriackiego miasteczka Steyr. Chłopak szukał przez internetowe listy dyskusyjne współniczek samobójstwa. I znalazł. W ferie zimowe pojechali razem na wycieczkę. Kilka dni później ich ciała odnaleziono w fiordach – na podstawie tej historii powstał dramat *Norway.today*. Podobne historie rozgrywają się w polskiej rzeczywistości, na razie tylko wirtualnej. „Zrobmy to razem – wspólne samobójstwo. Ja już odpadam z tego świata, ale samemu zabić się jest trudniej niż razem” – napisał jeden z internautów na jednej z polskich stron internetowych. Po pół godzinie pod tą deklaracją zamieszczone było już kilkadziesiąt wpisów od innych „chętnych” samobójców. Strony z instrukcjami i ofertami samobójców można bez problemu znaleźć w Internecie. Na ile zamieszczone na nich „ogłoszenia” są wygłupem, a na ile faktycznymi deklaracjami, trudno powiedzieć, gdyż Internet stwarza ogromne pole do manipulacji. Nie sposób stwierdzić, ile osób wchodzi na strony z wątkami o samobójstwie, ani tego, czy mówią prawdę³⁴.

Bardzo często „czarne blogi” mylone są z blogami fanów muzyki metalowej czy gotyckiej. Pomylić się nie trudno, zwłaszcza że w obu przypadkach zazwyczaj wystrój bloga jest utrzymany w podobnej tonacji. Przykładem takiego „wyglądającego jak czarny blog” pamiętnika może być: <http://jasmine-gothic.blog.onet.pl/>. Właścicielka bloga o nicku Jasmine bynajmniej nie zamierza się zabijać. W ramce „o mnie” opisuje swoje muzyczne fascynacje i zainteresowania (magia, stare kościoły i cmentarze). Na jej blogu możemy przeczytać pisane przez nią wiersze i opowiadania.

³³ K. Romanowska, *Samobójstwa.pl*, źródło: archiwum online tygodnika „Newsweek Polska”.

³⁴ *Ibidem*.

Porcelanowe motyle

Jednak prawdziwe zagrożenie niosą ze sobą tak zwane blogi „porcelanowych Motylków”, szerzące treści *pro-anorexia* (w skrócie *pro-ana*). Przykładem takie bloga jest <http://pro-ana-ja.blog.onet.pl/>. Dowiadujemy się z niego, że *pro-ana* jest stylem życia i żywienia się polegającym na ciągłym dążeniu do tracenia na wadze. Osoby, które wybierają tę drogę, nazywają się „Motylkami” i świadomie dążą do zapadnięcia na chorobę, jaką jest anoreksja. Ich hasłem jest łacińska maksyma: *Quod me nutrit, me destruit*. Blogi nastoletnich „motylków” to przerażający zapis powolnego samobójstwa, jakiego dokonują na sobie te dziewczyny. Autorki blogów o tej treści wspierają się w dążeniu do perfekcjonizmu. Ich pamiętniki utrzymane są w pastelowych i różowych kolorach. Można w nich znaleźć między innymi „alfabet anorektyczki”, „dekalog *pro-ana*”, „40 powodów, dla których warto być chudą” czy nawet „hymn Motylków”³⁵.

Naukowcy z Zakładu Żywienia Człowieka Instytutu Zdrowia Publicznego Collegium Medicum Uniwersytetu Jagiellońskiego przeprowadzili badania dotyczące możliwości wykorzystania blogów do diagnostyki zaburzeń odżywiania. W ich badaniach analizowane były pamiętniki prowadzone przez odchudzające się młode kobiety. Badaniami objęto blogi 30 młodych kobiet umieszczone na polskich stronach internetowych. Przez rok badaczki śledziły internetowe zapiski. W sumie przeczytały ponad 1300 stron. Posługując się specjalnie przygotowanymi autorskimi arkuszami obserwacyjnymi i ankietami prowadziły systematyczną obserwację opisanych zachowań żywieniowych. Badania dotyczyły oceny zachowań dziewcząt odchudzających się. Wiele z nich ujawniło nieprawidłowości i zaburzenia odżywiania. Większość autorek badanych blogów, ponad 60%, rozpoczęła odchudzania mając prawidłową masę ciała. Ponad 20% autorek rozpoczęło kurację mając niedowagę. Większość autorek blogów ujawniła cechy zachowania anorektycznego³⁶.

Dlaczego tego typu blogi nie są zamykane? Odpowiedź jest prosta – co dwie sekundy powstaje nowy blog. Na świecie jest ich już co najmniej 70 mln, w Polsce – kilkaset tysięcy. Nie ma sprawdzonego sposobu na efektywne monitorowanie sieci i wyłapywanie tego typu treści, by następnie je eliminować. Jeżeli ktoś natknie się na taki pamiętnik i zgłosi jego adres do administratora serwisu, w najlepszym razie autor będzie zobowiązany do założenia „blokady wieku”. Przy próbie wejścia na stronę powita nas komunikat, że blog przeznaczony jest tylko dla osób dorosłych. Niezależnie od tego, ile mamy lat, możemy spokojnie kliknąć „ok.” i bez problemów przeglądać zawartość witryny.

³⁵ K. Łazowska, *Jak „Motylki” w Internecie promują anoreksję. I to w zgodzie z prawem...*, źródło: archiwum online serwisu „Wiadomości24.pl”.

³⁶ Serwis PAP, *Blogowa terapia odchudzająca*, źródło: archiwum online serwisu „Interia.pl”.

Co dalej?

Od kilku lat przeżywamy prawdziwy wysyp blogów. Można sądzić, że kiedy minie moda na ich prowadzenie, zajmować się nimi będą wyłącznie ci, którzy mają coś istotnego do przekazania. Przeważać będą blogi tematyczne, choćby poświęcone ekonomii, nauce, sportom. Autorzy pamiętników internetowych chętniej będą zamieszczać odsyłacze do stron o podobnej tematyce, łatwiej więc będzie można znaleźć ciekawe informacje o jakimś zagadnieniu i zapoznać się z głosami innych. Wraz z rozwojem techniki i możliwości sieci bloggerzy chętniej korzystać będą z bardziej skomplikowanych środków wyrazu. Przypuszczalnie już niedługo audioblogi, moblogi (blogi pisane przy użyciu telefonów komórkowych) czy wideoblogi staną się równie popularne jak pamiętniki pisane. Nie zmienią się jednak przyczyny pisania blogów. Oto ważniejsze z nich:

1. „Samotność” jest jeszcze silniej odczuwalna w czasach ciągle rozwijającego się postępu technicznego. Wirtualna przestrzeń stwarza pozory rodzinnej wspólnoty, daje złudne poczucie bezpieczeństwa. Daje też pewność, że w razie kłopotów na blogu znajdziemy wiernego słuchacza i prędzej czy później ktoś wysłucha naszych żalów, może nawet pomoże. Jest to jednak tylko doraźne rozwiązanie. Lęk przed samotnością, chwilowo uspiiony wysokim czytelnictwem, sprawi, że nawiązywanie więzi poza Internetem może przestać być atrakcyjne.

2. „Pragnienie sławy” jest połączone z „samotnością”. Oba te uczucia łączy prośba „wysłuchaj mnie”. Każdy z nas pragnie być zauważany, szanowany, podziwiany. I zdecydowana większość z nas pragnie zdobyć to bez większego wysiłku. Rzecz tyczy się zarówno podziwu (na który trzeba zasłużyć), jak i przyjaźni (na którą trzeba zapracować i zasłużyć). Problem zaczyna się wtedy, gdy nasze dobre samopoczucie uzależniamy od intensywności reakcji na swój dziennik. Utożsamiamy ją z akceptacją, której brakuje nam w realnym świecie. Utrzymanie czytelnictwa bloga na wysokim poziomie nie jest wcale zadaniem łatwym. Ale sam fakt, że organizowane są konkursy i rankingi popularności blogów utwierdza mnie w przekonaniu, że ludzie w większości nie piszą dla siebie, a „dla sławy”. Przykładem takiego konkursu może być zakończony już plebiscyt na Najlepszy Blog 2007 urządzony przez onet.pl³⁷. By mieć swoje blogowe pięć minut, trzeba eskalować atrakcyjność wpisów, wciąż mieć nowe pomysły na nową formę i nową treść. Bardzo często zdesperowani bloggerzy, pragnący utrzymać się w rankingu na wysokim miejscu, zaczynają koloryzować. W swoich historiach kładą nacisk na to, co ożywi publiczność, dodają więc opowieściom pikanterii,

³⁷ Źródło – Internet <http://www.blogroku.pl/>

kolorytu i zaczynają kreować fikcję. W końcu dochodzi do tego, że wirtualny dziennik w niczym nie przypomina już życia autora, ale staje się książką przygodową. Ekscytowanie innych treścią bloga jest formą ucieczki od rzeczywistości i odskocznią od własnych problemów. Jednak jak długo jesteśmy w stanie oszukiwać siebie? Psychologowie twierdzą, że długo – na tyle długo, by mieć później problem z powrotem do rzeczywistości. Szczególnie, kiedy zdążymy już zapomnieć, że gwiazdą jesteśmy tylko w wirtualnym świecie.

Myślę, że każdy kto uzależniony jest od emocji związanych z blogową sławą powinien na jakiś czas zawiesić swoją stronę i zastanowić się, czy takie działanie niesie ze sobą jakiegokolwiek widoki na przyszłość? W końcu blog to tylko wirtualny pamiętnik. I w większości przypadków blogowa sława też jest tylko sławą wirtualną. I dla niej chyba nie warto rezygnować z tej, która być może czeka na nas w prawdziwym, realnym świecie.

Agata Szendzikowska

**Blog and its sorts – an exhibitionism through internet?
The reasons for development and vitality of such a form
of communication**

(S u m m a r y)

Blog is a frequent, chronological publication of personal thoughts and Web links. Web journal is often a mixture of what is happening in a person's life and what is happening on the Web, a kind of hybrid diary/guide site, although there are as many unique types of blogs as there are people. People maintained blogs long before the term was coined, but the trend gained momentum with the introduction of automated published systems. Thousands of people use services such as OnetBlog to simplify and accelerate the publishing process. Starting a new blog is quite difficult and take some time. So this can put many people off, there are then other people who have blogs with no comments or visits. Most of people want to stand out from this crowd of millions of bloggers, and they really want to be one of the few hundred thousand blogs that are actually visited. Desire of become a blog star is very strong, so owners of Web diaries are determined to promote their sites. How far they can go to be world – famous?