

## **Między czwartą a piątą władzą – dziennikarze a blogerzy. Doświadczenia amerykańskie i polskie**

*Paweł Przywara  
Barbara Przywara*

Wiele się mówi na temat „rewolucji” oraz „punktów zwrotnych” w dziejach współczesnych mediów oraz dziennikarstwa, jednak to, co najistotniejsze w tychże dziejach, wciąż uchodzi uwadze zarówno teoretykom komunikowania, jak i przedstawicielom środowiska dziennikarskiego. Chcielibyśmy najpierw więc zwrócić uwagę na te najistotniejsze sprawy, czyli takie o charakterze fundamentalnym i zarazem ogólnym, potem zaś przejść do kwestii mniej istotnych, choć także wpływających na obraz mediów i dziennikarstwa na przełomie XX i XXI w.

Jeszcze za czasów M. McLuhana, J. Mandera czy N. Postmana telewizja oraz dziennikarstwo telewizyjne jawiły się jako najbardziej ekspansywne i zarazem całkowicie wyznaczające kształt medialnego przekazu. Widziano media audiowizualne zarazem jako – jak choćby mówił McLuhan – retribalizujące (tj. wtórnie analfabetyzujące), a więc cofające nas do kultury obrazkowej i do języka obrazkowego, czyli wypierające kulturę druku, tekstu, refleksji, dyskusji, i nie sądzono, by mógł się pojawić środek przekazu (i komunikowania), który nie tylko pozbawi hegemonii media audiowizualne, ale który właśnie dzięki swojej tekstualności (a także hipertekstualności) doprowadzi do totalnego odwrócenia porządku w świecie komunikowania i informowania, wypierając tradycyjne media, z prasą drukowaną włącznie. Co ciekawsze, pojawienie się internetu owe tradycyjne środki przekazu, a z nimi ich przedstawiciele (więc i dziennikarze) potraktowali z zaskakującym lekceważeniem i pobłażliwością, sądząc, że to nowe, „egzotyczne” medium nie będzie miało żadnego poważnego wpływu na medialne *status quo*, a już na pewno nie na rynek środków przekazu.

Dziś, gdy funkcjonowanie dziennikarstwa obywatelskiego i blogosfery (nie należy ich mylić) jest faktem, gdy sieć jest dla wielu użytkowników mediów pierwszym (a często jedynym) źródłem informacji oraz opinii, gdy systematycznie spada liczba nakładów prasy, gdy niemożliwe jest istnienie jakiegokolwiek poważnej gazety czy czasopisma bez wersji elektronicznej, gdy radio i telewizja weszły do internetu, warto przyjrzeć się paru istotnym procesom, które zaszły podczas ewolucji tradycyjnych środków przekazu oraz związanego z nimi środowiska ludzi mediów.

Przywołane przez nas określenie „dziennikarstwa obywatelskiego”, mimo że dziś ma swój określony kontekst zastosowania oraz specyficzne znaczenie, można by jeszcze kilkadziesiąt lat temu traktować jako pleonazm albo kalambur. To przecież etos dziennikarski wiązał się z tym, że osoba pracująca w mediach stanowiła przedstawiciela obywateli, pełniąc służbę na zasadzie strażnika pewnych podstawowych wartości związanych z porządkiem demokratycznym, strażnika patrzącego na ręce politykom, strażnika ostrzegającego społeczeństwo przed rozmaitymi zagrożeniami, strażnika, który oprócz informowania

poczuwa się też do dbania o kulturę danego narodu oraz o dobro ogółu. Z czasem jednak, wraz z ewolucją mediów (postępująca komercjalizacja, tabloidyżacja – sensacjonalizm, *infotainment*, *emotainment*, *confrotainment* – globalizacja oraz polityzacja) doszło do tego, że – jak to ujął R. Murdoch w swoim głośnym przemówieniu z 13 kwietnia 2005 r. – „zbyt wielu redaktorów i reporterów straciło kontakt z odbiorcą”. Innymi słowy, **nastąpiła emancypacja środowiska dziennikarzy ze społeczeństwa, powstanie swego rodzaju korporacji (odpornej na jakąkolwiek krytykę), a ponadto włączenie się jej do sfery establishmentu politycznego (polityzacja), wejście w obszar showbiznesu (dziennikarze jako celebryci) oraz skoncentrowanie się tego środowiska na sobie samym (narcyzm)**. Czujny strażnik opuścił więc swoją budkę i przeniósł się po prostu na salony, by uczestniczyć w marketingu politycznym (socjotechnice) i luksusowej zabawie z innymi gwiazdami. **Procesy te, pragniemy podkreślić, nie mogły pozostać bez skutku społecznego i dopiero na ich tle można zrozumieć spektakularny (i szokujący ludzi mediów do dziś) sukces dziennikarstwa obywatelskiego i blogosfery**. Niewykluczone jednak, że dziennikarze czuli się tak pewni swojej uprzywilejowanej pozycji w hierarchii społecznej, że nawet przez myśl im nie przeszło, iż cokolwiek może się zmienić.

Co do tej emancypacji warto zresztą przytoczyć wyliczenia dotyczące kampanii prezydenckich w USA: **w 1968 r. – przeznaczano 42 sekundy na wypowiedź polityka w serwisie informacyjnym, 1988 r. – 10 sekund, 1992 r. – ok. 10 sekund, 1996 r. – ok. 8,2 sekundy**. Obecnie pewnie jeszcze mniej. Przez kogo został wypchnięty z anteny głos polityka? Oczywiście, przez głos dziennikarza. W kampanii wyborczej z 2000 r. w USA 74% czasu antenowego (w wiadomościach) zajmowały wypowiedzi dziennikarzy, zaś 12% wypowiedzi polityków. Innymi słowy, na każdą minutę wypowiedzi polityka przypadało aż 6 minut wypowiedzi dziennikarza. Najwyraźniej dziennikarze zaczęli uznawać, że ich głos jest równie ważny, co głos polityków, i należy go eksponować.

Wspomnieliśmy o szoku, gdyż to jest określenie wyjątkowo pasujące do opisu reakcji środowiska dziennikarskiego na ekspansję ludzi związanych z nowymi mediami. Dziennikarze zostali przecież w pewnej mierze wyparci zarówno z obszaru informacji (tudzież reportażu), jak i opinii (a więc publicystyki). Fenomen ten jest o tyle zaskakujący również z medioznawczego punktu widzenia, że ewolucja mediów tradycyjnych związana była także z ewolucją samego pojęcia i kształtu newsa. Ten ostatni proces rozpoczął się (na Zachodzie, oczywiście, nie mówimy o mediach komunistycznych) w latach 80. i obejmował m.in. stałe informowanie o nowościach technologicznych, wobec tego **dziennikarze wiedzieli i widzieli (zwłaszcza w latach 90.), jakiego rodzaju rewolucja w mediach nadchodzi**. Pojawienie się internetu sprawiło to, że – jak ujął to P. Levinson – (po spełnieniu odpowiednich technicznych warunków typu sprzęt i oprogramowanie) „każdy może być nadawcą”, a zatem z dnia na dzień obaliło monopol mediów mainstreamowych. Na tym jednak nie koniec – **dziennikarstwo online oraz blogosfera wywróciły dotychczasowy model komunikowania masowego do góry nogami, wprowadzając formułę debaty, dialogu, dyskursu, nie zaś jednokierunkowego przesyłania komunikatów czy też przemawiania *ex cathedra***. Mówi się czasem (D. de Kerckhove), iż internet wprowadził coś w rodzaju „inteligencji zbiorowej”. To metaforyczne określenie można odnieść z powodzeniem do wspólnot komunikacyjnych skupionych wokół portali informacyjnych i blogerskich. M. Deuze dziennikarstwo obywatelskie uważa za czwarty typ dziennikarstwa po prasie, radiu i telewizji. Wyróżnił on cztery główne nurty tego rodzaju dziennikarstwa:

- **głównonurtowe serwisy newsowe** – zamieszczone treści tworzone od początku, a następnie wraz z innymi treściami łączone są w większą całość,
- **witryny indeksujące i kategoryzujące** – niepowiązane bezpośrednio z głównym nurtem medialnym: publikowane informacje pochodzą serwisów istniejących w sieci,
- **metamedia** i inne witryny komentatorskie – ich głównym celem jest kontrola tradycyjnych mediów oraz wydawanie opinii na temat wydarzeń medialnych; do tej grupy zalicza się również serwisy komentujące wydarzenia, które nie są dostrzegane przez media głównego nurtu,
- **witryny dzielenia się i dyskusji** – redagowane zespołowo, ich głównym celem jest realizacja potrzeby łączenia się i wymiany informacji z innymi internautami<sup>1</sup>.

Pierwszym wydarzeniem, które sygnalizowało możliwe, rewolucyjne zmiany w sferze mediów, było **całodobowe transmitowanie przez CNN I wojny w Zatoce Perskiej** (ekipy telewizyjne czekające na brzegu na desant wojsk amerykańskich – początek lat 90.), okazało się bowiem wtedy, że **odbiorców można „przykuć do środka przekazu”** (jakie to ma skutki komercyjne, możemy się łatwo domyślić), byleby zapewnić im możliwie atrakcyjny, trzymający w napięciu i łatwy do przyswojenia przekaz. Tę bitwę o odbiorców telewizja wygrała jeszcze w trakcie zamachów na WTC we wrześniu 2001 r., ale już wtedy pojawiło się **zjawisko udziału ludzi spoza mediów w tworzeniu przekazu medialnego, w dostarczaniu materiałów reporterskich, zdjęć oraz relacji naocznych świadków** (zwycięstwo telewizji brało się m.in. stąd, że bijące rekordy oglądalności (i zawieszające się) strony serwerów opróżniano, odciażano ze zdjęć po to, by można było zamieszczać najświeższe doniesienia uczestników wydarzeń).

Gdy parę lat później doszło do katastrofy humanitarnej związanej z przejściem tsunami w Indonezji, pojawiło się określenie znakomicie ilustrujące dystans między światem mediów a zwykłymi obywatelami – „dziennikarstwo helikopterowe” (termin D. Schechtera): „zagraniczny korespondent przylatuje do strefy konfliktu na jedno popołudnie i najwięcej informacji zdobywa od taksówkarza”<sup>2</sup>. Nagle więc **ludzie odpowiadający za informowanie i komentowanie wydarzeń stali się niejako biernymi obserwatorami, podczas gdy rolę dziennikarzy i publicystów zaczęli przejmować obywatele korzystający z dobrodziejstw nowego, elektronicznego i interaktywnego medium**. Ze szczególną jaskrawością ujawniło się to w czasie terrorystycznych zamachów w Londynie rok później – w sytuacji bowiem, gdy dziennikarze nie mogli osobiście dotrzeć ze swoim sprzętem na miejsca tragedii (kordony policji oraz służb ratunkowych), relacjonowali o niej (głównie za pomocą telefonów komórkowych) bezpośrednio jej uczestnicy.

Kamienie milowe rozwoju dziennikarstwa i publicystyki online zdaniem rozmaitych autorów (M. Salwen, S. Allan i in.) to następujące wydarzenia:

- **całodobowe relacje z I wojny w Zatoce Perskiej (1990-1991),**
- **pojawienie się amerykańskich zinów online** typu „Salon”, „Slate”, „Drudge Report” (połowa lat 90.),

<sup>1</sup> M.P. Pręgowski, *Blogosfera, dziennikarstwo obywatelskie*, [w:] *Media – między władzą, a społeczeństwem*, red. M. Szpunar, Wyd. WSliZ, Rzeszów 2007, s. 125.

<sup>2</sup> S. Allan, *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, Wyd. UJ, Kraków 2008, s. 14.

- **zamach bombowy w Oklahoma City w 1995 r.** (pierwsza poważna fala informowania, komentowania i debatowania w sieci wokół jakiegoś wydarzenia, konkurencyjna wobec relacji mediów tradycyjnych),
- **start BBC News Online** (4 listopada 1997 r.),
- **opublikowanie online przez niezależnego amerykańskiego dziennikarza Matta Drudge'a** (na stronie „Drudge Report”, połowa stycznia 1998 r.) wykradzonego reporterowi „Newsweeka” (w trakcie dziennikarskiego śledztwa) **newsa dotyczącego obyczajowego skandalu Billa Clintona** ze stażystką w Białym Domu; news zrobił wprost furorę w świecie mediów, nie mówiąc o burzy, jaką wywołał w świecie polityki (*Zippergate*),
- **końcówka lat 90.** (zwłaszcza rok 1999) – **pojawienie się blogosfery w USA** (wedle niektórych pierwociny blogów pojawiają się już w I poł. lat 90., nie są to jednak blogi publicystyczne ani polityczne, a więc wpływowe publicznie i medialnie); w 1999 r. zaczyna swoje blogowanie brytyjski dziennikarz konserwatywny Andrew Sullivan (zamieszkały obecnie w USA), jedna z czołowych postaci współczesnej amerykańskiej blogosfery (Sullivan, będąc zdeklarowanym homoseksualistą, uważa się za katolika i liberalnego konserwatystę; należy też do ostrych krytyków mediów mainstreamowych),
- **zamachy terrorystyczne na WTC** (11 września 2001 r.): relacje, materiały i komentarze naocznych świadków zamieszczane w sieci i publikowane przez *mainstream* (to właśnie te materiały stanowią wtedy o atrakcyjności stron mainstreamowych i rekordowej ich oglądalności, jak np. w przypadku stron CNN czy BBC),
- II wojna w Iraku: zwłaszcza **blog Irakijczyka ukrywającego się pod pseudonimem Salam Pax** ([http://dear\\_raed.blogspot.com/](http://dear_raed.blogspot.com/), <http://salampax.wordpress.com/>) zapoczątkowany w 2002 r.,
- **zamieszczenie online** (14 kwietnia 2004 r.) **przez amerykańskiego adwokata i publicystę Russa Kicka zdjęć z trumnami amerykańskich żołnierzy** (materiałów tych Pentagon zalecał nie publikować w mediach mainstreamowych – chronologia tej sprawy na <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB152/index.htm>)
- **tsunami w Indonezji (2004/2005)**: relacje i komentarze naocznych świadków, amatorskie materiały audiowizualne,
- **zamachy w Londynie**: relacje i komentarze naocznych świadków, koordynowanie pomocy humanitarnej przez dziennikarzy obywatelskich i blogerów (7 lipca 2005 r.),
- **huragan Katrina w USA**: relacje i komentarze naocznych świadków, koordynowanie pomocy humanitarnej przez dziennikarzy obywatelskich i blogerów (II połowa sierpnia 2005 r.).

Jednak wraz z wtargnięciem do sfery medialnej dziennikarstwa i publicystyki online pojawiły się zjawiska ewidentnie negatywne:

- **dezinformowanie** (*cyberhoaxes*; cyberoszustwa), np. wymyślony przez studenta dziennikarstwa Mad Bomber (już po zamachu w Oklahoma City); „news” dotyczący strącenia amerykańskiego samolotu pasażerskiego (który uległ katastrofie) przez armię USA w ramach „friendly fire”,



- świadome (lub nieświadome) **wprowadzanie w błąd**<sup>3</sup>,
- **rozpowszechnianie plotek, pogłosek, miejskich legend,**
- **sianie paniki**, straszenie,
- **rozpowszechnianie teorii spiskowych**<sup>4</sup>,
- **żerowanie na ludzkiej tragedii** (*snapparazzi*) – ujawniło się szczególnie w czasie zamachów londyńskich, kiedy to niektóre osoby zamiast udzielać pomocy, filmowały (za pomocą komórek) rannych tylko po to, by zamieścić swoje materiały w mediach mainstreamowych,

które to zjawiska wykorzystywano w ataku na dziennikarzy obywatelskich i blogerów. Twierdzono, że łatwość w zamieszczaniu materiałów i szybkość w ich rozpowszechnianiu powodują, iż **nie sposób poddać tychże materiałów rutynowej dziennikarskiej weryfikacji**, stąd zaczynają one żyć swoim własnym medialnym życiem, powodując społeczny zamęt. Zarzucano przy okazji **amatorszczyznę, grafomanię, gadulstwo, brak stylu i doświadczenia, przypadkowość, pasożytowanie na przekazie mainstreamowym** osobom spoza mainstreamu, które zajmowały się publikowaniem w sieci, i przedstawiano je jako kogoś pokroju hakerów, piratów etc., a więc przedstawicieli subkultury. Jednak w amerykańskiej (nierównej) walce mainstreamu z niezależnymi dziennikarzami i publicystami doszło do zwycięstwa tej drugiej strony, o czym zdecydowała niezwykła i szokująca dziennikarzy popularność stron blogerskich. Publiczność dokonała jednoznacznego wyboru. *Mainstream* z czasem uznał więc, chcąc nie chcąc, siłę ludzi mediów niezależnych i zaakceptował ich status w sferze komunikowania i informowania. **W wielu przypadkach doszło nawet do symbiozy mainstreamu z dziennikarzami obywatelskimi i blogerami** (wspólne portale, wzajemne linkowanie się, cytowanie blogerów, udostępnianie im kolumn na felietony, uznanie blogów za cenne źródła informacji etc.), sama zaś blogosfera uległa stopniowej profesjonalizacji, stając się faktycznie czymś w rodzaju V władzy przez to, że nie tylko komentuje się w blogosferze to, co się dzieje na świecie i o czym donoszą media (szczególnie sferę polityki), **lecz dokonuje się także gruntownej krytyki mediów oraz języka dziennikarstwa**. Ta krytyka była widoczna choćby w dyskusji blogerów wokół wydarzenia medialnego, jakim było obalenie pomnika Husseina po wejściu wojsk amerykańskich do Bagdadu – zastanawiano się, czy była to spontaniczna akcja z udziałem ludności, czy też starannie przygotowany spektakl przeznaczony dla telewizji.

Pozytywne skutki pojawienia się dziennikarstwa obywatelskiego i blogosfery to:

- **zaangażowanie się obywateli w komunikowanie i informowanie,**
- **dostarczanie unikalnych materiałów mediom mainstreamowym,**
- **ożywienie debaty publicznej,**
- **zmiana modelu dziennikarstwa na dyskursywny, interaktywny,**
- **przelamanie monopolu mediów tradycyjnych,**
- **zachwianie siłą establishmentu (ponowne odkrycie siły mediów po „zmierzczeniu telewizji”),**

<sup>3</sup> Taka sytuacja pojawiła się po przejściu huraganu Katrina, kiedy to część dziennikarzy obywatelskich i blogerów pisała o „gangach”, które terroryzują osoby zamieszkałe na terenach dotkniętych klęską żywiołową, co z kolei spowodowało opóźnienie w dostarczeniu pomocy humanitarnej (czekano na oddziały amerykańskiej Gwardii Narodowej). Jak się potem okazało, żadnych gangów nie było.

<sup>4</sup> Klasycznym przykładem mogą być filmy dotyczące „prawdziwego przebiegu” wydarzeń związanych z atakami na World Trade Center, „dowodzące”, że za zamachami terrorystycznymi stały amerykańskie służby specjalne.

- poszerzenie obszaru wolności słowa (walka z korporacjonizmem dziennikarskim, cenzurą, polityczną poprawnością i „polityką redakcyjną” – autocenzurą),
- koordynowanie pomocy humanitarnej w trakcie katastrof żywiołowych lub zamachów terrorystycznych.

Zwycięskie bitwy blogerów z mainstreamem to:

- **afery z kontrowersyjną wypowiedzią amerykańskiego senatora Trenta Lotta** (grudzień 2002 r.), której media mainstreamowe nie chciały upublicznić<sup>5</sup>; Lott na przyjęciu z okazji 100. urodzin sędziwego senatora Stroma Thurmonda (zwolennika segregacjonizmu kandydującego w 1948 r. na stanowisko prezydenta), a słynącego z rasistowskich poglądów, zachwalał głosowanie na Thurmonda i popierał jego podejście do kwestii rasowych; blogerzy, upubliczniając tę sprawę, doprowadzili do rezygnacji Lotta ze stanowiska przywódcy większości w senacie,
- **afery „Rathergate”** (wrzesień-listopad 2004 r.) **nazywana też „memogate”** (od *memo* = notatka): afery z fałszywą notatką dotyczącą przeszłości G.W. Busha, a upublicznią na antenie telewizyjnej przez słynnego amerykańskiego dziennikarza telewizyjnego Dana RATHERA na zlecenie sztabu J. Kerry’ego; dzięki demaskatorskiej akcji blogerów (i komentatorów) wykazującej fałszywość dokumentu zakończona odejściem 73-letniego RATHERA z CBS oraz zwolnieniem kilku osób odpowiadających za program, który prowadził<sup>6</sup>,
- **afery z kontrowersyjną wypowiedzią Easona Jordana**, dyrektora informacyjnego CNN (styczeń 2005 r.), który na konferencji w Davos stwierdził, że reporterzy w Iraku giną z rąk amerykańskiej armii (blogerzy, nagłaśniając ją, doprowadzili do jego dymisji po 23 latach pracy w CNN).

To tylko kilka głośnych przykładów pokazujących siłę amerykańskiej blogosfery. Siła ta została dowiedziona i w stosunku do świata polityki, jak i świata mediów.

Można jeszcze wspomnieć o alternatywnych pomysłach środowiska „dziennikarzy obywatelskich” w stosunku do mainstreamu i dziennikarstwa korporacyjnego:

- **INDEPENDENT MEDIA CENTER (IMC)** indymedia.org,
- **OHMYNEWS.COM**,
- **WIKINEWS**,

wymagałoby to jednak osobnego referatu.

Rebecca Blood śledząca amerykańską blogosferę od wielu lat wyróżnia weblogi<sup>7</sup> pisane przez:

- samych dziennikarzy,
- branżowców o własnej branży,
- naocznych świadków,

<sup>5</sup> Wypowiedź Lotta została wyemitowana przez kanał C-SPAN, ale nie chciano do niej wracać w mediach mainstreamowych i dalej jej nagłaśniać. Dopiero po rozpetaniu dyskusji przez blogerów media ponownie zajęły się tą sprawą, a po nich politycy z prezydentem Bushem włącznie.

<sup>6</sup> Komentarz Sullivana do tej sprawy: „rebelianci w piżamach przypuścili udany atak na kolejny bastion dominujących mediów – CBS News. Jeden z największych i najgorszych gwiazdorów medialnych, Dan Rather trzyma się teraz kurczowo swego stołka. Nie najgorzej jak na bandę obiboków w szlafrokach”, cyt. za: S. Allan, *op.cit.*, s. 104.

<sup>7</sup> Por. *Newman Reports*, „The Newman Foundation for Journalism at Harvard University” 2003, vol. 57, no. 3, s. 61.

- komentatorów tego, co się dzieje w mediach (linkujące się z poszczególnymi newsami czy artykułami)

i twierdzi, według nas całkiem zasadnie, że **blogi nie są formą dziennikarstwa, gdyż nie spełniają pewnych standardów, które z dziennikarstwem się wiążą, takich choćby jak praca śledcza czy doświadczenie związane z zawodem dziennikarskim**. Wydaje się jednak, że blogerom wcale by to rozgraniczenie nie przeszkadzało. Nie uważają się za dziennikarzy i chyba nie chcą, by ich za dziennikarzy uważać. Tak jak tradycyjni dziennikarze patrzyli kiedyś na ręce politykom, blogerzy – wykorzystując możliwości, jakie stwarza nowe medium – zaczęli patrzeć na ręce dziennikarzom i uruchomili poważną, krytyczną debatę na temat stanu środków masowego komunikowania oraz ewolucji dziennikarstwa.

Dziennikarstwo „amatorskie” w Polsce nie jest jeszcze tak rozwinięte jak na Zachodzie. Istnieje kilka serwisów tego typu, np. Alert24.pl, eioba.pl, iThink.pl, Interia360.pl, kontakt24.tvn.pl, salon24.pl, PC Centre.pl, progress.pl, poto.pl, wiadomości24.pl. **Polska blogosfera** natomiast po okresie swoistego boomu, zwłaszcza na blogi o tematyce obyczajowej (2006-2008 r.), od 3-4 lat zaczyna się stabilizować<sup>8</sup>. Wynika to m.in. z porzucania z czasem prowadzenia blogów (z różnych powodów), a także z polityki samych serwisów blogowych, które likwidują „martwe”, nieaktywne blogi. Ponadto, okres ten jest czasem rozwoju publicystyki blogerskiej (zdecydowana większość blogów to blogi osobiste, zawodowe, opisujące świat, związane z hobby i relacyjne<sup>9</sup>), rosnącej liczby blogów prowadzonych przez publicystów i dziennikarzy z mediów tradycyjnych, a także zaangażowania w blogosferę polityków. To ostatnie zjawisko nasiliło się szczególnie po wyborach prezydenckich w USA w 2008 r., gdy łączono spektakularną wygraną Baracka Obamy z wykorzystaniem przez niego internetu w kampanii prezydenckiej.

Wzrasta rola blogów w przekazywaniu informacji i komentarzy na tematy aktualnych wydarzeń, a co za tym idzie – w oddziaływaniu na opinię publiczną. Siła internetu leży tu przede wszystkim w tym, że obieg informacji w sieci jest dwustronny – internauci na blogach dyskutują, komentują, polemizują. Blogi polityczno-publicystyczne, mimo że często są prowadzone przez osoby niezwiązane zawodowo z dziennikarstwem i polityką, skupiają wokół siebie społeczności, są często punktem wyjścia dla wielu inicjatyw społecznych, miejscem wymiany myśli i ważnych dyskusji. Coraz częściej na opinie i analizy blogerów powołują się media, zarówno te tradycyjne, jak i interaktywne. Internet staje ważnym źródłem informacji o polityce – z badań prowadzonych w 2008 r. w Stanach Zjednoczonych wynika, że dla 46% dorosłych obywateli USA internet jest narzędziem komunikacji politycznej<sup>10</sup>. Badania CBOS-u z połowy 2009 r. wskazują, że 21% dorosłych Polaków czyta blogi

---

<sup>8</sup> Pierwszy polskojęzyczny serwis blogowy udostępniony został w 2001 r. – ww.blog.pl. Por. K.D. Trammell, A. Tarkowski, J. Hofmokl, A.M. Sapp, *Rzeczpospolita blogów [Republic of blog]: Examining Polish Bloggers through Content Analysis*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2006, 11(3), <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/trammell.html>.

<sup>9</sup> J.M. Zając, A. Kustra, P.S.M. Janczewski, T. Wierzbowska, *Motywacje, zachowania i poglądy autorów i czytelników blogów, raport z badania ankietowego przeprowadzonego przez Blox i Gemius*, <http://badania.gazeta.pl/pkf/1625/114670/badanieblogosferypl.pdf>.

<sup>10</sup> L. Raine, A. Smith, *The Internet and the 2008 Election*, <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-and-the-2008-Election.aspx>.

polityczne<sup>11</sup>. Wśród platform blogowych oferujących usługi w języku polskim, na których najczęściej zakładane są blogi o tematyce polityczno-publicystycznej, znajdują się:

- blog.onet.pl – 1 433 260 blogów<sup>12</sup>,
- blog.pl – 3299 blogów (prowadzony przez: onet.pl),
- blox.pl – 166 867 blogów (prowadzony przez: gazeta.pl),
- blogger.com – brak danych,
- pl.wordpress.com – 302 335 zarejestrowanych blogerów,
- bloog.pl – 627 290 blogów (prowadzony przez: wp.pl),
- blog.interia.pl – 318 367 blogów,
- Salon24.pl – 240 601 osób korzystających z serwisu (tzw. *real users*), a zatem zarówno blogerów, jak i komentatorów nieposiadających swoich własnych blogów.

Gdyby zsumować te dane, okazałyby się, że w Polsce istnieje blisko 3 mln blogów (bez serwisów przeznaczonych głównie dla nastolatków typu MyLOG.pl). Należy jednak brać pod uwagę to, że spora część blogów jest nieaktywna, zatem ich realna liczba jest dużo mniejsza (być może nawet o połowę), stąd też i ich znaczenie oraz wpływ na debatę publiczną pozostają na poziomie, w którym zaczynała się „przygoda” z blogosferą w USA<sup>13</sup>.

Jedną z platform blogowych o wyraźnej specyfice publicystycznej jest **Salon24.pl**. Serwis przeznaczony jest wyłącznie do zakładania i prowadzenia blogów (lub umieszczania komentarzy do nich). Właściciele platformy (początkowo Igor Janek i Radosław Krawczyk, a obecnie spółka Media Obywatelskie) deklarują, że Salon24.pl „nie jest związany z żadną partią ani grupą interesów. To platforma hostingowa, na której przy pomocy blogów i komentarzy dochodzi do wymiany myśli i debaty na ważne tematy. Pisać i komentować może każdy<sup>14</sup>. Od października 2011 r. Salon24.pl S.A. pozyskał 0,5 mln PLN w wyniku emisji 142 000 akcji zwykłych serii C w cenie 3,5 PLN za akcję. Akcje serii C dają 9% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Stanowią one 12% wartości spółki przy waluacji 4 mln PLN<sup>15</sup>. Platforma istnieje od pięciu lat. Odwiedza ją według danych właścicieli pół miliona użytkowników (*real users*), notuje ona 12-13 mln odsłon miesięcznie. Spółka uruchamia coraz to nowe portale społecznościowe, m.in. Sportifo24.pl (sportowy) i Tek24.pl (poświęcony nowym technologiom). Salon24.pl zamierza rozwijać multimedialne serwisy społecznościowe, w tym tworzenie telewizji obywatelskiej. Platforma umożliwia prowadzenie blogów i tzw. *lubczasopism*<sup>16</sup>.

Znajdujące się tam blogi można sklasyfikować według różnych kryteriów. Pierwszego podziału można dokonać na blogi dziennikarskie i nie-dziennikarskie:

- blogi dziennikarzy i publicystów publikujących w tytułach drukowanych czy pracujących w innych mediach, tzw. profesjonalne („czerwone” od koloru czcionki, którą jest zapisane nazwisko autora),

<sup>11</sup> M. Wencel, *Korzystanie z Internetu*. Komunikat z badań BS/96/2009, Warszawa 2009, [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K\\_096\\_09.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K_096_09.PDF).

<sup>12</sup> Dane oficjalne podawane na stronach głównych serwisów blogowych.

<sup>13</sup> Por. <http://ols.blox.pl/2007/05/Wyprzedamy-sie-pustymi-liczbami.html>.

<sup>14</sup> <http://www.salon24.pl/static/about>.

<sup>15</sup> I. Janke, *Salon24.pl pozyskał inwestora*, <http://jankepost.tek24.pl/323,salon24-pl-pozyskal-inwestora>.

<sup>16</sup> *Lubczasopismo to blogerska gazeta*, w której mogą być publikowane notki różnych blogerów, które łączy tematyka, forma lub inne elementy. Ustalenie kryteriów doboru tekstów do *lubczasopisma* należy do jego twórcy. Stanowi to rodzaj prywatnej, spersonalizowanej „strony głównej” Salonu24.



- blogi instytucji i pism („zielone”),
- blogi „amatorów”, nie-dziennikarzy („niebieskie”).

Cudzysłów został tu użyty celowo z uwagi na to, że:

- dość umowną kwestią jest uznanie czyjegoś postu za profesjonalny bądź nie – o takiej klasyfikacji decyduje właśnie to, czy dany bloger jest zawodowo związany z mediami czy też nie,
- często teksty zawodowych dziennikarzy są jakościowo gorsze od tekstów osób niepracujących w mediach,
- tematyka postów jest dość zróżnicowana – nie wszystkie dotyczą nawet szeroko rozumianej polityki, ponadto i „profesjoniści” piszą czasami o spawach niezwiązanych z życiem politycznym (np. dziennikarz Krzysztof Leski często pisze o swoich kotach).

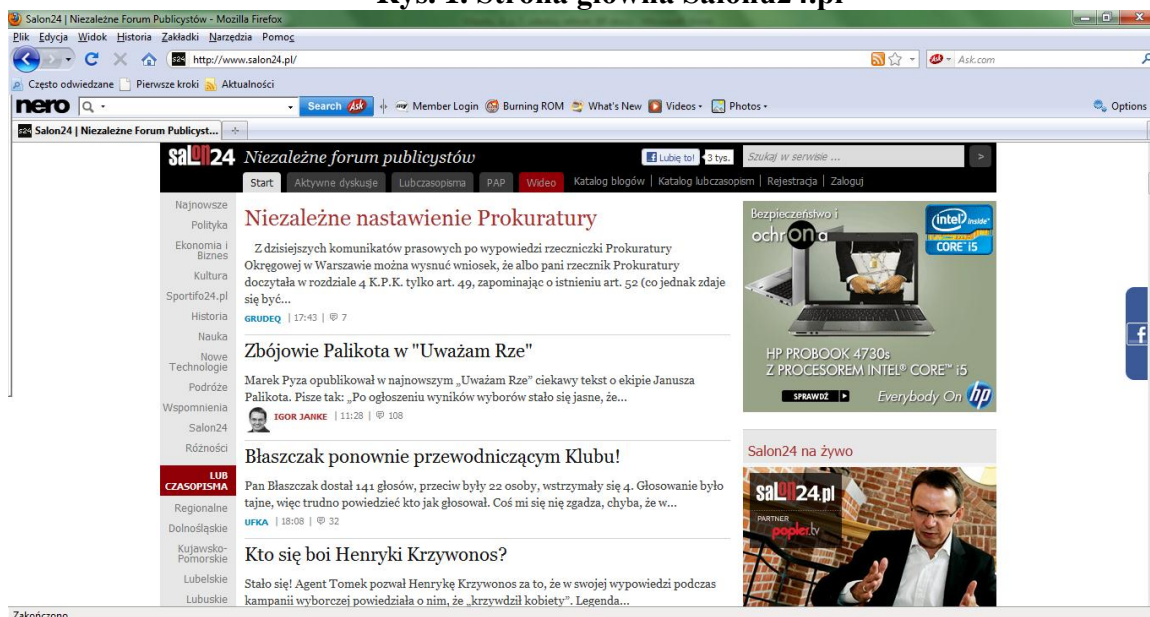
Podział z uwagi na tematykę najogólniej można ująć w dwie kategorie: blogi polityczne i niepolityczne. Jednak właściciele serwisu ułożyli blogi w grupy tematyczne stałe:

- „Najnowsze”,
- „Polityka”,
- „Ekonomia i Biznes”,
- „Kultura”,
- „Salonik Kameralny”,
- „Boisko24.pl”,
- „Historia”,
- „Nauka”,
- „Nowe technologie”,
- „Podróże”,
- „Wspomnienia”,
- „Salon24”,
- „Różności”

oraz okazjonalne, związane z aktualnymi wydarzeniami, np.:

- „Afera hazardowa”,
- „Wieczór wyborczy”
- „Katastrofa smoleńska”.

**Rys. 1. Strona główna Salonu24.pl**



*Źródło: [www.salon24.pl](http://www.salon24.pl).*

Platforma Salon24.pl o tyle wyróżnia się na tle pozostałych serwisów blogowych, że **generuje jednocześnie swoistą społeczność wirtualną**. Jak zauważa sam właściciel – Janke: „tworzymy precyzyjnie sprofilowany serwis ze sporą grupą dobrze zorientowanych w sprawach społeczno-politycznych blogerów. Ta rosnąca każdego tygodnia grupa wytworzyła prawdziwą, nieustannie komunikującą się ze sobą społeczność. Kiedy wybuchły konflikty między blogerami, natychmiast pojawili się autorzy, którzy w sieci moderowali i łagodzący spory”<sup>17</sup>. Kreowanie społeczności, prowadzenie debaty oraz dokładne przyglądanie się mediom i politykom daje w rezultacie podobnie jak blogosfera w USA nową siłę mogącą wpływać na opinię publiczną.

Pierwszym kamieniem milowym świadczącym o roli blogosfery była tzw. afera Michalik. Eliza Michalik – dziennikarka kilku tytułów prasowych – opublikowała w 2007 r. post na Salonie24.pl pt. *PP, czyli kuźnia totalitaryzmu*, w którym popełniła plagiat (jak się potem okazało niejedną), a który został wykryty przez jednego z anonimowych blogerów o nicku „do bani”<sup>18</sup>. Dziś na Salonie24.pl nie ma już bloga Michalik. Warto w tym miejscu zauważyć, że od samego początku rozwoju publicystycznej blogosfery ujawnia się konflikt między dziennikarzami zawodowymi a blogerami-„amatorami” (nigdy zresztą nie ma pewności, czy pod pseudonimem nie ukrywa się zawodowy dziennikarz). Niejednokrotnie przez „łamy” Salonu24.pl przetaczała się dyskusja o poziomie dziennikarstwa czy o wyższości wielu tekstów „amatorskich” nad dziennikarskimi („profesjonalnymi”). W końcu istnieje duży opór środowisk dziennikarskich przed uznaniem blogosfery za równoważną siłę w debacie publicznej. Ważnym punktem w tej dyskusji o roli blogosfery było „wprowadzanie” blogerów do mediów mainstreamowych: zapraszanie ich do telewizyjnego

<sup>17</sup> [http://www.internetstandard.pl/news/110133\\_2/Polskojezyczna.blogosfera.staje.sie.coraz.prezniejsza.html](http://www.internetstandard.pl/news/110133_2/Polskojezyczna.blogosfera.staje.sie.coraz.prezniejsza.html).

<sup>18</sup> Por. m.in. <http://elizawatch.blogspot.com/>, <http://kultura20.blog.polityka.pl/?p=147>, <http://amyniechcemy.salon24.pl/28049,plagiaty-elizy-michalik>.

programu J. Pospieszalskiego „Warto rozmawiać”, publikowanie fragmentów lub całych postów w czasopiśmie drukowanym („Wprost”, „Gazeta Polska”), zamawianie tekstów u blogerów do czasopisma („Zeszyty Karmelitańskie”, „Gazeta Polska”, „Nowe Państwo”), przeprowadzanie wywiadów z blogerami (najbardziej znany z **kataryną**<sup>19</sup>) lub debaty z nimi (np. między publicystą Cezarym Michalskim z ówczesnego „Dziennika” a blogerem z Salonu24.pl Galopującym Majorem<sup>20</sup>).

Kolejnym ważnym wydarzeniem w polskiej blogosferze było opublikowanie przez redaktora naczelnego „Gazety Polskiej” Tomasza Sakiewicza na swoim blogu na Salonie24.pl informacji o dokumentach na temat współpracy arcybiskupa Stanisława Wielgusa – informacja ta najpierw pojawiła się właśnie w blogosferze, a dopiero później w wydaniu drukowanym<sup>21</sup>. Sprawę tę można by poniekąd porównać do historii **Matta Drudge’a**, który online opublikował news o aferze obyczajowej B. Clintona i ów news zatrzęsł całym światem (nie tylko amerykańskiej) polityki, gdyż wiadomość dotycząca Wielgusa wywołała olbrzymi skandal w polskich sferach politycznych i kościelnych w związku z planowanym ingresem, stając się zarazem w polskich mediach wiadomością nr 1 przez wiele dni (trafiła ona też do mediów zagranicznych).

Najprawdopodobniej jednak tzw. afera Rywina była takim punktem zwrotnym w dziejach polskiej blogosfery politycznej, wiązała się bowiem z próbą kartelizacji, jeśli nie monopolizacji rynku medialnego, a w związku z tym wywołała szeroki rezonans w opinii publicznej (tej wyrażanej online w szczególności). Wtedy to dzięki swoim wnikliwym analizom przekazów medialnych odnoszących się do tej sprawy popularność zyskała wspomniana blogerka **kataryna** (prowadząca dwa blogi: [www.kataryna.blox.pl](http://www.kataryna.blox.pl) i <http://kataryna.salon24.pl>). Parę lat później, po ujawnieniu przez „Dziennik” tożsamości **kataryny** przez wszystkie niemal ważniejsze środki przekazu przetoczyła się trwająca kilka miesięcy dyskusja o anonimowości w sieci, roli blogosfery, relacji między dziennikarzami a blogerami, wolności słowa i odpowiedzialności za słowo<sup>22</sup>. Jednocześnie sprawa ta stała się przyczynkiem do nieustającej debaty na temat roli blogerów i ich niezależności<sup>23</sup> (co miało swoje odniesienie także do blogów niezwiązanych z polityką i publicystyką, np. zajmujących się nowoczesnymi technologiami).

Ważnym wydarzeniem była również bezprecedensowa sprawa **wywiadu z Barackiem Obamą** udzielonego Igorowi Janke jako jednemu europejskiemu dziennikarzowi podczas pobytu prezydenta USA w Europie w maju 2011 r.<sup>24</sup>. Sprawa była bezprecedensowa z uwagi na to, że Janke reprezentował media społecznościowe. Zdaniem Obamy tego typu media mogą być narzędziem „dla obywateli do ponownego angażowania w sprawy publiczne i do tego, by mogli kontrolować rządzących, by mogli rozliczać ich z tego, co mówią”<sup>25</sup>. Czy polska blogosfera jest w stanie przenieść się na wzór amerykańskiej w V władzę w państwie? Wydaje, że (przynajmniej na razie) nie jest to możliwe z paru powodów. Po

<sup>19</sup> [http://dziennik.pl/opinie/article178614/Kataryna\\_Nie\\_jestem\\_Rokita\\_ani\\_Kolenda\\_Zaleska.html](http://dziennik.pl/opinie/article178614/Kataryna_Nie_jestem_Rokita_ani_Kolenda_Zaleska.html).

<sup>20</sup> <http://wiadomosci.onet.pl/5072011,1,relacjetv.html>.

<sup>21</sup> <http://tomaszsakiewicz.salon24.pl/9043,pilne-dokumenty-w-sprawie-wielgusa>.

<sup>22</sup> [http://bistro.edu.pl/artukul,Jak\\_wkrecono\\_Kataryne.html](http://bistro.edu.pl/artukul,Jak_wkrecono_Kataryne.html).

<sup>23</sup> Por. sprawę blogera z Mosiny, który został skazany przez sąd za zniesławienie burmistrza: <http://www.tvn24.pl/-1,1694883,0,1,bloger-sie-odwoluje-to-knebel-na-media,wiadomosc.html>.

<sup>24</sup> <http://jankepost.salon24.pl/312129,jak-zdobylem-wywiad-z-obama>.

<sup>25</sup> I. Janke, *Obama dla Salon24.pl: Polska może być światowym liderem*, <http://jankepost.salon24.pl/310730,obama-dla-salon24-pl-polska-moze-byc-swiatowym-liderem>.

pierwsze, **Polska jest jednak w stosunku do USA krajem o zdecydowanie mniejszym potencjale technologicznym** (np. dostęp do internetu w Stanach Zjednoczonych ma ponad 73% populacji, podczas, gdy w Polsce – 52%). Po drugie, **zbyt krótka historia demokratyzacji w Polsce i zbyt ulotne tradycje związane z ochroną wolności słowa** (w przeciwieństwie do niemal nabożnego podejścia do tychże kwestii w USA) **utrudniają swobodną debatę publiczną**. Po trzecie, część internautów, którzy pamiętają system medialny przed 1989 r., ma zupełnie inne doświadczenia medialne niż młodsze pokolenie (zwane „dziećmi neostrady”). W okresie PRL-u do powszechnych należało przeświadczenie o braku wiarygodności mediów państwowych (zmonopolizowanych) i postawa zdystansowania (jeśli nie wrogości) wobec tychże środków przekazu. Stąd też „starsi” internauci są szczególnie przywiązani do idei wolności słowa. Młodszemu pokoleniu (wyrosłemu w Polsce po 1989 r.) swoboda wypowiedzi wiąże się raczej z „przełamywaniem językowych tabu”, z możliwością deliberowania bez ograniczeń na tematy seksualno-używkowe, ale już niekoniecznie ze sferą debaty politycznej i obywatelskiej, która to debata nie leży w centrum zainteresowań „dzieci neostrady”.

Konfrontując doświadczenia amerykański i polskie w dziedzinie ekspansji blogosfery, należy też mieć na uwadze to, iż brakuje w naszym kraju pluralizmu medialnego z prawdziwego zdarzenia – koncesjonowanie mediów i ich silne spolityzowanie zrodziło oligopol, czyli taki system medialny, w którym tak naprawdę liczą się największe koncerny medialne. Na domiar złego podejmowane są coraz śmielsze próby kontrolowania treści w internecie (np. propozycja rejestracji blogów jak tytułów prasowych, propozycja min. Schetyny „profilaktycznego” inwigilowania obywateli przez internet, czy w końcu debata premiera Tuska z internautami na temat cenzury w sieci)<sup>26</sup>. Dochodzi nawet do takich sytuacji, że odbywają się debaty o przyszłości mediów w Polsce *de facto* bez udziału przedstawicieli internetu<sup>27</sup>.

## Literatura

- Allan S., *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, Wyd. UJ, Kraków 2008.
- Mander J., *Four Arguments for the Elimination of Television*, Morrow Quill Paperbacks, New York 1978.
- Mikułowski Pomorski J., *Zmieniający się świat mediów*, Universitas, Kraków 2008.
- McLuhan M., *Wybór tekstów*, Zysk i S-ka, Poznań 2001.
- Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*, red. B. Dobek-Ostrowska Wyd. UW, Wrocław 2007.
- Newman Reports*, „The Newman Foundation for Journalism at Harvard University” 2003, vol. 57, no. 3.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć*, Muza, Warszawa 2002.
- Przywara P., *McLuhanowska retribalizacja na przykładzie Internetu*, <http://portal.wsiz.rzeszow.pl/strona.aspx?id=12623>.
- Raine L., Smith A., *The Internet and the 2008 Election*,

<sup>26</sup> <http://media2.pl/internet/60853-cenzura-internetu-protesty,-manifestacje-wideo.html>,  
<http://stopcenzurze.wikidot.com/>, <http://kaznowski.blox.pl/2009/12/Ratujmy-stolki-za-cene-wolnosci-w-Polsce.html>.

<sup>27</sup> <http://kaznowski.blox.pl/2009/09/Debata-publiczna-o-przyszlosci-mediow-bez.html>.



<http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Internet-and-the-2008-Election.aspx>.  
Wencel M., *Korzystanie z Internetu*. Komunikat z badań BS/96/2009, Warszawa 2009,  
[http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K\\_096\\_09.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K_096_09.PDF).