

Piotr Siuda

BLOGI KULTURALNE Z PERSPEKTYWY ICH TWÓRCÓW – SPRAWOZDANIE Z BADAŃ¹

Wprowadzenie

Niniejszy artykuł prezentuje fragment projektu badawczego zatytułowanego „Dwa zero czy zero? Blogi o tematyce kulturalnej a przemiany kultury uczestnictwa”². Zadanie to realizowane było od lutego do grudnia 2015 roku przez Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku, a finansowane z grantu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (program „Obserwatorium kultury”). Autorami badania byli: dr Grzegorz D. Stunża (Uniwersytet Gdański), dr Piotr Siuda (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy), dr Krzysztof Stachura (Uniwersytet Gdański) i dr Radosław Bomba (Uniwersytet Marii-Curie Skłodowskiej w Lublinie).

Omawiany projekt wiązał się z empirycznym, systematycznym zbadaniem określonego wycinka polskiej blogosfery kulturalnej, a więc zjawiska prowadzenia blogów o tematyce kulturalnej.

¹ W przedstawionym tekście znajdują się fragmenty z następującego raportu badawczego: G. D. Stunża, R. Bomba, P. Siuda, K. Stachura, *Dwa zero czy zero? Blogi o tematyce kulturalnej a przemiany kultury uczestnictwa*, Gdańsk: Instytut Kultury Miejskiej 2015.

² Tamże.

Dodatkowo członkowie zespołu badawczego podjęli się odpowiedzi na pytanie: czy współpraca z autorami wskazanych blogów umożliwiła instytucjom kultury dotarcie do nowych grup odbiorców i zainteresowanie ich swoimi inicjatywami? Analizowano blogi, na których pojawiały się takie treści, jak recenzje filmów, książek, gier, seriali czy wydarzeń kulturalnych. Całość badania osadzona była w kontekście pojmowania blogów jako powstających w opozycji do tak zwanych mediów mainstreamowych.

O ile zadanie podchodziło do tematu blogosfery kulturalnej bardzo szeroko, a badacze starali się pokazać omawiane zjawisko jako uzupełnienie tradycyjnego obiegu informacji na temat kultury, o tyle prezentowany artykuł zajmuje się bardzo konkretnym zagadnieniem będącym jedynie elementem omawianego projektu, a także związanym z użyciem konkretnej metody badawczej.

Chodzi o zrealizowaną serię 12 indywidualnych wywiadów pogłębionych z blogerami kulturalnymi. Wywiady zostały przeprowadzone drogą telefoniczną, a do udziału w nich zapraszano osoby prowadzące rozpoznawalne blogi kulturalne (wybrane do przebadania na podstawie kategorii wygenerowanych na innych etapach projektu – opis pełnej metodologii – w tym próby badawczej – znaleźć można w raporcie z badania³). Rozmawiano z osobami tworzącymi i zarządzającymi blogami o tematyce literackiej, filmowej, plastyczno-wizualnej, muzycznej czy szerzej: popkulturowej. Jak wspomniano już wcześniej – bardzo częstym elementem badanych serwisów były recenzje różnych tekstów kultury.

Celem prowadzonych wywiadów był opis blogowania z perspektywy twórców samych blogów. Chodziło zatem o rozpoznanie znaczeń, jakie blogerzy nadają swojej działalności, w tym przede

³ Empiryczne części raportu opierały się na trzech głównych metodach: analizie sieciowej, analizie treści oraz indywidualnych wywiadach pogłębionych omawianych w prezentowanym artykule.

wszystkim wiążących się z kwestiami genezy blogów oraz motywacjami i inspiracjami do prowadzenia tego rodzaju działalności. Podjęto próbę opisu, w jaki sposób blogerzy postrzegają zakres tematyczny swoich blogów oraz przedstawiają typy treści na nich się pojawiające. Dociekania te pozwoliły na wyciągnięcie wniosków pokazujących, jak blogi ewoluują na przestrzeni czasu, zarówno jeśli chodzi o treści, jak i narzędzia wykorzystywane w celu ich prezentowania. Scharakteryzowano także wykorzystywanie przez blogerów nowych (dodatkowych) kanałów komunikowania i strategie zarządzania wykorzystywanymi mediami społecznościowymi.

W następnych dwóch częściach artykułu omówiono wspomniane zagadnienia, całość zamyka krótkie słowo końcowe. Przedstawieniu poszczególnych tematów towarzyszy cytowanie fragmentów wypowiedzi blogerów – przy każdym cytacie podaje się – w celach porządkowych – numer wywiadu (od W01 do W12).

Niedostatek jako źródło blogów kulturalnych – geneza blogów oraz motywacje i inspiracje blogerów

Analizowane blogi bardzo często powstały jako wynik frustracji, przy czym jej źródła mogły być bardzo różne. Najczęściej było to niezadowolenie z czegoś, co nazwać można przekazem mainstreamowym. Dla każdego sfrustrowanego nim blogera był on czymś innym, a dany autor definiował go przez pryzmat własnych zainteresowań. Blogger literacki mógł więc założyć bloga, bo uważał, że w prasie pisze się mało profesjonalnie, np. pojawiają się w niej nic niemówiące czytelnikom recenzje. Gracz mógł stwierdzić, że założy w sieci miejsce traktujące o przedmiocie jego pasji, bowiem w mediach patrzy się nań w kategoriach „gorszego” elementu kultury i „gloryfikuje” inne formy rozrywki, chociażby teatr. Mogło zatem chodzić o „sprawienie, żeby słowa kultura i kulturalny używane po polsku [...] obejmowały również gry wideo” (W02). Ten, kto

interesuje się kulturą popularną (lub sztuką) w ogóle, mógł po prostu narzekać na niepojawiające się w „głównym nurcie” wątki czy tematy popkulturowe, obecne np. w krajach takich jak USA; mógł też podkreślać, że nawet wówczas, gdy tematy te się pojawiają, są one traktowane bez głębszego namysłu – ludzie „oficjalnych” mediów mogą nie rozumieć pewnych niuansów popkultury, bezmyślnie powielając przekazy płynące z Zachodu. Blogerom nie podobać się mogło to, że w mainstreamie pisze się „bez wchodzenia w szczegóły, bardzo często korzystając z ogólników, ze schematów” (W01):

[...] [M]oże ja podam [...] przykład, bo wydaje mi się, że to jest najlepszy przykład. Właśnie w tym 2009 roku na rozdaniu Oskarów był taki segment, w czasie którego amerykański aktor Brian Stiller zachował się bardzo dziwnie, naśladując tym samym zachowanie innego amerykańskiego aktora Joaquina Phoenixa w programie Lettermana. Odbiło się dużym echem w Stanach Zjednoczonych to zachowanie. I jakby, kiedy przejrzałam polskie czasopisma, to zauważyłam, że nikt jakby nie zrozumiał tego dowcipu, bo nikt nie znał Lettermana, nikt nie kojarzył tego zachowania, nikt nie kojarzył jakby całej tej historii. I jakby to było dla mnie frustrujące, to że bardzo mało osób posiada wystarczająco dużo wiedzy i takiego insightu, że się tak wyrażę brzydkim słowem, żeby umieć odczytać te wszystkie nawiązania, które, no przynajmniej dla mnie, były oczywiste (W01).

[...] [W]spólnie doszliśmy do wniosku, że to, co się dzieje w mediach w tamtym czasie, jakby nie pokazuje, nie mówi tym językiem, jakiego byśmy oczekiwali jako wizjonerzy sztuki. Artykuły w prasie czy w internecie wskazywały na to, że ludzie piszący o sztuce czy o funkcjonowaniu sztuki niewiele na ten temat wiedzą. To było powtarzanie partii komunałów. O sprzedaży czy kupnie obrazu pisało się, gdy osiągały one zawrotne ceny na aukcjach. Wtedy pojawiła się wzmianka

w prasie czy telewizji. To nie było to, co my chcieliśmy czytać. Szukaliśmy informacji o artystach naszego pokolenia i tego nie było wtedy. Pojawiła się możliwość techniczna czy technologiczna pisania blogów. Wtedy powstały blogi [...]. Technika bardzo pomogła i stwierdziliśmy, żeby pisać bloga językiem, jakim sami chcielibyśmy pisać. I tak właśnie powstała NN [...]. Na początku też mieliśmy duży problem z tym, że temat, który poruszaliśmy, był tematem niechętnie poruszonym w świecie sztuki. Pisaliśmy o pieniądzach, ile kosztują obrazy itd. To było takie nie halo. Dużo osób nie chciało na ten temat mówić. Uważało, że sztuka jest na tyle piękna, istotna i ważna, że o pieniądzach nie powinno się mówić. Było to uważane za gorszą stronę świata sztuki. Trudno pisać o kolekcjonowaniu sztuki, nie mówiąc, ile co kosztuje i jakie są w związku z tym wybory. To było absurdalne, że tego typu rzeczy są chowane albo uważane za tabu (W12).

Druga z przywołanych wyżej wypowiedzi pokazuje – obok niezadowolenia z mainstreamowych przekazów – kolejne źródło frustracji, jakim był „konflikt” blogerów z przedstawicielami środowisk, w których funkcjonowali jako osoby interesujące się danym zagadnieniem. Mowa oczywiście o „zgrzytach” zaistniałych jeszcze przed założeniem bloga i powodujących, że dany autor go zakładał. Chodziło albo o niezgodę blogera wobec ogólnych poglądów środowiskowych (np. przytaczana wyżej kwestia unikania pewnego tematu), albo niesnaski między autorem i innymi członkami jakiejś grupy. Np. jeden z rozmówców – bloger literacki – w kilku gorzkich zdaniach podsumował praktyki osób ze znanego portalu literackiego, który pomagał budować jako wolontariusz: „poprawiali mnie, jak powinno się recenzje pisać [...] i wtedy bolało mnie to i postanowiłem poszukać jakiegoś własnego miejsca w sieci” (W03). Inny bloger stwierdził: „portale literackie, na których można było zamieszczać recenzje, no jakoś nie żyły ze mną w zgodzie” (W04).

Co ciekawe opisywana wyżej sytuacja zakładania bloga w wyniku odczuwania niezadowolenia z własnych środowiskowych relacji dotyczy blogerów z dłuższym stażem, działających już co najmniej kilka lat i mogących być uznanymi za weteranów blogosfery. Zupełnie inaczej sprawa wygląda w wypadku blogerów „młodych”, których blogi powstały dopiero po 2010 roku. Ci autorzy – decydując się na założenie bloga – również odczuwali „środowiskową frustrację”, ale było to niezadowolenie zupełnie innego typu niż u pionierów. Chodziło o frustrację wynikającą z niebycia w niezwykle nasyconym różnymi inicjatywami blogerskim świecie. Prowadzenie sieciowego miejsca miało wynikać z chęci nawiązania – nieistniejących na etapie zakładania bloga – kontaktów z innymi przedstawicielami blogerskiej niszy piszącej na temat danego kulturowego gatunku, ale też z chęci poznania ludzi w ogóle się nim „interesujących”: „chciałyśmy [...] nabrać kontaktów, jakoś trafić do większej grupy ludzi, w pewien sposób poznać ludzi zainteresowanych muzyką [...] poznać ludzi, wejść w kręgi zainteresowanych i nawiązać jakieś kontakty z organizatorami koncertów” (W10).

Paradoksalnie moment założenia bloga jawi się jako moment pewnego niedostatku. Blog ma być nań odpowiedzią, responsem danej osoby na brak różnie pojmowanego dobrostanu. Potwierdzają to również wypowiedzi rozmówców, pokazujące, że motywacją do założenia bloga była chęć „konsumowania” większej liczby przekazów kulturowych (na zasadzie: chciałbym więcej „pochłoniąć”, muszę zatem założyć bloga, aby to opisywać i w ten sposób się motywować; chodziło o własny kulturowy rozwój). Niektórzy badani stwierdzili, że pragnęli znaleźć w sieci „własne miejsce”, gdzie umieszczać mogliby swoją twórczość. Niesatysfakcjonujące było dla nich „pisanie do szuflady” i to właśnie ten negatywny stan chcieli zażegnać przez założenie bloga. Co ważne ów stan pozwalało sobie zwykle uzmysłwić najbliższe otoczenie danej

osoby (rodzina, przyjaciele, znajomi interesujący się tym samym zjawiskiem kulturowym i znani poza siecią). Część respondentów zaznaczyła jednak, że owo uzmysłowienie było wynikiem swoistej introspekcji – w pewnym momencie pojawiał się po prostu namysł, że warto pokazać „swoją pisaninę” szerszej publiczności. W wypadku przedstawianych badań rzadkie były wskazania świadczące o tym, że inicjatorem założenia przez daną osobę bloga była jakaś grupa zajmująca się danym przekazem kulturowym – nawet jeśli tak się działo, powstanie elektronicznego „dziennika” również wiązało się z jakimś deficytem:

Siedziałem wtedy w serwisie poświęconym fantastyce NN; on dalej działa. Zmienialiśmy tam silnik, ale nie pamiętam roku – 2004, 2005 – jakoś tak. Stwierdziliśmy, że wprowadzimy wtedy blogi – najpierw dla redakcji, a potem dla użytkowników, skoro to taki hicior. Skoro inni ludzie piszą na blogach, to niech fani fantastyki też coś napiszą. I w ramach redakcji testowaliśmy, zanim to wypuściliśmy do ludzi i mi się spodobało. Najpierw to było dla mnie narzędzie wewnątrzredakcyjne do pisania o fantastyce, a po drodze stwierdziłem, że sam sobie założę bloga w innym miejscu bardziej prywatnego [...]. To jest dobre narzędzie, żeby się pokazać w społeczeństwie fanowskim, żeby pokazać, jak się to robi (W09).

Założenie bloga było zatem chwilą niezwykle ważną i krytyczną, pozwalającą – w pewnym sensie – zmieniać zastaną rzeczywistość. Nie należy tego jednak rozumieć w sposób górnolotny – ma to być bowiem zmiana jednostkowa, a jej skutki odczuwane przede wszystkim przez daną osobę. Potwierdzeniem tego są wypowiedzi blogerów; mówiące o tym, że wreszcie otrzymali oni własne miejsce, gdzie mogą zaprezentować swoją twórczość, a także poznać inne osoby dzielące ich pasję, jednocześnie twierdzili o niezwykle osobistym charakterze blogów. Wspominając o powstaniu

wokół swoich sieciowych miejsc społeczności czytelników lub różnych okazjach biznesowych pojawiających się w wyniku blogowania, twierdzili, że „ja dla fejmu tego nie robię, tylko tak dla siebie” (W03).

Niezależnie od tego, jaki był powód założenia bloga, jego prowadzenie nie jest sprawą prostą z tego względu, że wymaga systematycznej pracy – z punktu widzenia budowania społeczności najlepiej byłoby, gdyby wpisy pojawiały się często. Dlatego właśnie należy zadbać o inspiracje do pisania, przy czym dobrze jest w tym kontekście pogłębiać swoją wiedzę na temat gatunku czy zjawiska kulturowego, którym dany bloger się interesuje. Większość rozmówców wskazywała to jako warunek konieczny swojej działalności. Można powiedzieć, że posiadanie bloga wymaga sporych pokładów swoistego kapitału kulturowego budowanego zgodnie z jednym z wariantów socjologicznej koncepcji wszystkożerności kulturowej⁴. Pokazuje ona, że wysoki status „kulturowy” osiągają tak zwani wszystkożercy, czyli osoby szczególnie mocno obeznane w różnych elementach kultury i wyrabiające sobie o niej krytyczny osąd. Te „składniki” kultury pochodzą nie tylko z tradycyjnie pojmowanej sfery kultury wysokiej oraz niskiej, ale również wiążą się ze stylem życia (np. specyficzny sposób uprawiania turystyki, uwielbienie różnorodności polegające na smakowaniu kuchni z różnych regionów świata itd.). Nie jest to jednak warunkiem wystarczającym do bycia „idealnym” wszystkożercą – konieczna jest także selektywność kulturowa, tj. wyróżnianie z oferty tego, co się uznaje za godne uwagi, i tego, co się odrzuca. Tacy właśnie są badani blogerzy, umieszczający na swoich blogach recenzje tekstów kulturowych czy przedstawiający swoje własne refleksje na tematy kulturalne:

⁴ Warde A., Wright D., Gayo-Cal M., *Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore*, „Cultural Sociology” 2007, No. 1 (2), s. 143–164.

A inspiracje z bardzo wielu rzeczy potem czerpaliśmy. Czy gra, w którą się zagrało, którą jakoś tam zafascynowała, jakieś wspominki kulturalne, w których się uczestniczyło. Pamiętam jak jeden z takich moich wpisów, z których jestem najbardziej dumny, to jest fragment z *Traktatu o manekinach* Schulza zilustrowany obrazkami z gier komputerowych, które, jak się okazało, świetnie pasują do tego Schulza. A wszystko to w kontrze do okropnego przedstawienia właśnie na bazie Schulza przygotowanego przez Teatr Wierszalin w reżyserii Piotra Tomaszuka. I jak to zobaczyłem na festiwalu teatralnym, nie mogłem tego zdzierżyć i stwierdziłem, że gry wideo czytają taką problematykę, jaką on próbował poruszać. Tak że te inspiracje bywały bardzo różne. Podróże autorów też czasami i zetknięcie z czymś. Na przykład Olaf, który pojechał do Nepalu i tropił tam ślady gier wideo. Oczywiście mało kto w Nepalu był w stanie w te gry grać, bo nie było sprzętu, ale wszystkie dzieciaki chodziły w koszulkach z Angry Birdsami (W02).

Nawet jak tak z Panem rozmawiam, to patrzę na ten stos z dwóch ostatnich tygodni. Mam przed sobą 50, 60, 70 książek... Jakoś tak. No i teraz z tego muszę dokonać selekcji. I jak robię selekcję? No np. mam Ingę Iwasiów, z którą się znam i którą chcę na pewno przeczytać. Mam co... Mam Klimko-Do-brzanieckiego; też ma autorytet. Mam czasami takie książki bardzo mocno promowane, że taka *Dziewczyna z pociągu*, no jestem ciekaw, co to takiego wielkiego jest, bestseller. Zwykle taki wielki bestseller jest przeze mnie krytykowany, no ale sięgam (W04).

Nie, nie, zdecydowanie nie recenzuję wszystkich filmów i seriali. To jest absolutnie niemożliwe. Ja oglądam bardzo dużo. Staram się być na bieżąco z wszystkim, co powstaje, znaczy z prawie wszystkim. To jest normalne, że nie jest się w stanie obejrzeć wszystkiego, tym bardziej że nie pracuję zawodowo jako dziennikarz filmowy powiedzmy, czy osoba, która

zajmuje się tym zawodowo. Czy jakiś proces selekcji? Wie Pan, staram się być na bieżąco z wszystkimi polskimi filmami. Polska kinematografia to jest coś, co bardzo mnie interesuje, intryguje i z wielkim zainteresowaniem śledzę zmiany tej polskiej kinematografii. Obserwuję to, jak ona się właśnie podnosi, bardzo wielu młodych, nowych aktorów, którzy dopiero zaczynają swoją właśnie ścieżkę w filmie. Tak więc polskie filmy na pewno. Nie jestem fanem blockbustów, to nie jest tak, że wszystkie te wspaniałe filmy z cudownymi efektami specjalnymi zachęcają, że muszę je obejrzeć. Co jeszcze, co jeszcze? Zdecydowanie mam grono swoich ulubionych reżyserów, aktorów (W05).

Konieczność poznawania różnych tekstów kulturowych sama w sobie motywuje do pisania bloga, choć motywacje blogerów bywają również „zewnętrzne”. Niektórzy z nich twierdzili, że prowadzenie bloga jest wynikiem chęci informowania innych o ciekawych zjawiskach kulturowych. Wiąże się to z kolejnym ważnym impulsem skłaniającym do pisania: chęcią zdobycia czytelników. Wówczas gdy autor obserwuje, że ich liczba zaczyna wzrastać, rośnie jego motywacja, i odwrotnie: spadek odbiorców może spowodować utratę chęci do prowadzenia bloga. Ci spośród respondentów, którzy zbudowali wokół swojego dziennika prężnie działającą społeczność, zwykle blogują niezwykle intensywnie – wpisy mogą się pojawiać nawet codziennie czy w dwudniowych lub trzydniowych odstępach. Ten swoisty sukces okupiony jest jednak ciężką pracą, wymagającą wielu wyrzeczeń oraz bardzo dobrej organizacji, narzucania sobie przy tym rozmaitych reżimów czasowych, które należy wypełnić, aby nie zaniedbać bloga:

[P]oza tym jakby też staram się planować do przodu, jeżeli wiem, że np. danego dnia wieczorem mnie nie będzie, to poprzedniego dnia piszę taki bardzo wstępny szkic wpisu, żebym

jeszcze następnego dnia mogła go poprawić i mieć mniej czasu poświęconego pisaniu. Dzisiaj np. idę do pracy na trochę później, w związku z tym często wstaję wcześniej i piszę go przed pracą (W01).

Taka konsekwentność i systematyczność – pokazywana czasami jako sposób na „regulację życia”, „harmonizowanie czasu” (W04) czy „porządkowanie rzeczywistości” (W03) – nie cechuje jednak wszystkich rozmówców. Właściwie są oni w mniejszości, a znaczna część badanych wskazała na coraz częstsze zaniedbywanie swoich „blogowych obowiązków” wynikające z innych obciążeń, związanych chociażby z pracą zawodową, koniecznością podjęcia nauki (szkoła/studia), życiem rodzinnym.

Respondentom zadano pytanie o to, czy są jakieś osoby w blogosferze, na których się wzorują. Zaskakujące jest to, że pytanie to sprawiło badanym pewnego rodzaju trudność. Niektóre osoby faktycznie bez wahania wskazały na polskich czy zagranicznych blogerów, inne zdecydowanie odrzękły, że nie ma takich wzorców, a blog to od początku do końca ich własny projekt. Niemniej jednak, w toku całego wywiadu, nawet ci rozmówcy, którzy stwierdzali brak tego rodzaju inspiracji, czasami wymieniali różne miejsca sieciowe – blogi lub serwisy agregujące kilka blogów – które im się podobają. Imponują bardzo różne rzeczy: wiedza internautów prowadzących jakiś blog; przedstawiane w nim opinie; systematyczność danego blogera i duża liczba wpisów przez niego generowanych; podejście do czytelnika (za wzór podawana jest sytuacja, kiedy bloger reaguje na każdy komentarz pojawiający się ze strony społeczności). Patrząc na całokształt analizowanego materiału, należy zaznaczyć, że wskazania na temat wzorców wydają się odosobnione, pojawiają się rzadko i są wybiórcze, to znaczy podawany jest jakiś jeden aspekt, dlaczego dane miejsce online się podoba. Dodatkowo wskazania te są – tak jak zostało ukazane wyżej – „ukryte”, to znaczy rozmówcy nie przyznawali się

do swoich inspiracji, kiedy zostali o nie zapytani wprost. Wynika to przede wszystkim ze specyficznego sposobu traktowania swojego bloga jako własnego miejsca w sieci, własnego zakątka, który prowadzić można zgodnie ze swoimi upodobaniami. Blog – w tym sensie ważny element życia danej osoby – ma być uosobieniem własnej indywidualności; własnego „ja” – nic dziwnego, że tak trudno przyznać się do wzorowania się na kimś innym.

Miejsca „własnego pisania” – tematyka blogów

Ogólnie mówiąc, blogerzy piszą o swoich zainteresowaniach, a prowadzenie bloga to wynik bycia wspomnianym już wcześniej wszystkożercą kulturowym. Pasje kulturowe bywają różne, najczęściej z repertuaru „standardowych”, takich jak książki, filmy, seriale, gry. Niektórzy respondenci blogują też o muzyce czy sztuce. Niezależnie jednak od tego, czym się interesują, definiują swój blog w kategoriach „mojego pisania” (W03), co oznacza, że we wpisach nie trzymają się form czy schematów uznanych za powszechne i obowiązujące. Jeśli coś publikują, to co prawda wychodzą od przyjętego formatu, jakim jest chociażby recenzja, felieton czy relacja z wydarzenia kulturowego, ale modyfikują go w sposób, który uznają za stosowny, nie trzymając się sztywnych ram. Takie posty zwykle „wzbogacają” utarte sposoby pisania, bowiem zawierają nowe, niecodzienne elementy:

To nie są recenzje wtłoczone w jakiś tam reżim, tak... Natomiast to są tylko i wyłącznie opinie na temat książek, moje opinie subiektywne, jak najbardziej. Tak że zarzucanie mi, że tak powiem, że np. spotkałem się też z tym w komentarzach, że ktoś mi napisał, że więcej w tych tekstach jest o mnie niż o samej książce, zgadza się i są czasem takie teksty, są takie wpisy, że rzeczywiście o mnie jest więcej niż o książce, ale to jest takie moje pisanie (W03).

Generalnie nie nazwałabym tego recenzjami. Są to wpisy, w których chcę zatrzymać atmosferę... No nie wiem... Jak się czyta książkę i ona ma atmosferę, swój styl, to chciałabym to zapamiętać, bo tak naprawdę teraz jest bardzo dużo książek. Jak chcę wrócić do książek z tamtego czasu, nie pamiętam wszystkich tytułów, jakie przeczytałam, ale gdy spojrzę na wpis, to przypominam sobie wszystkie emocje, cały ten świat, nawet jak patrzę na zapisane imiona, to wszystko się przypomina. [...] Później się łapie na tym, jak w notce próbuję, jakoś wychodzi tak samo, wchodzę w ten styl, który był, np. książka jest w stylu baśniowym – ostatnio takie czytam – to potem, jak czytam cały gotowy wpis, to czuję, że powielam pewne struktury składniowe i jakoś tak to jest. Jakoś próbuje to odtworzyć. Ciężko jest ominąć wejście w świat książki, jego autora... Oddanie tego wszystkiego, tego niepowtarzalnego, tego śladu w tej książce (W07).

Trudno jest rozstrzygnąć, czy nietrzymanie się standardowych form to wynik braków w kompetencjach pisarskich, niezajomości tych form lub trudności w ich zastosowaniu, czy też faktycznie jest to kwestia traktowania swojego bloga niczym miejsca, gdzie „wszystko przejdzie”. To, że mamy do czynienia z drugą sytuacją, potwierdzają przypadki tych rozmówców, których twórczość powiązana jest z ich pracą zawodową. Jeden z badanych – blogujący o kulturze popularnej – stwierdził, że pisze pracę doktorską z nią związaną; inny jest wydawcą gier i bloguje właśnie o tego typu rozrywce. Mimo takiego „zawodowego” osadzenia respondenci podkreślali mniej formalny charakter swoich blogów. Ma być na nich przedstawiany własny punkt widzenia, niekoniecznie zgodny z tym profesjonalnym. Dobrze obrazuje to zdanie wypowiedziane przez wspomnianego gracza-blogera: „Staram się mocno oddzielać to, co wychodzi do czytelników, a co wychodzi do klientów, [...] od tego, co ja mogę sobie opisać na blogu. To będzie bardziej osobiste niż to na oficjalnej stronie” (W09).

Potwierdzeniem tego, że blog ujmuje się w kategoriach miejsc „własnego pisania”, są okazjonalnie pojawiające się u niektórych blogerów wpisy osobiste niepasujące do ogólnego wydźwięku całego bloga. Obok recenzji, felietonów i sprawozdań różnego typu respondenci wspominali o osobistych postach dotyczących przede wszystkim ich życia rodzinnego czy „postach motywacyjnych”. Te drugie pisze się po to, aby zapytać społeczność czytelników, czy chce jeszcze czytać to, co dana osoba ma do przekazania. Duża liczba pozytywnych – zachęcających blogera do tworzenia – komentarzy pojawiająca się pod tego typu wpisami ma oczywiście zapewnić konkretnej osobie zastrzyk energii twórczej i tak zwaną wenę. Trudno o posty o bardziej osobistym charakterze niż te związane z własną rodziną czy przyznawaniem się do utraty motywacji do pisania.

Respondentom zadano pytanie: „Czym jest, Twoim zdaniem, blog?”. Otrzymane odpowiedzi przyniosły potwierdzenie opisywanego wyżej postrzegania blogów jako „czegoś” własnego, gdzie prezentuje się „coś” własnego. Badani zdefiniowali blog w kategoriach dowolności i swobodny, często bardzo różnie rozumianej. Blog ma być zatem prywatnym miejscem w sieci, gdzie „każdy może robić to, co chce”, np. uprawiać preferowaną formę twórczości, „dzielić się własnymi refleksjami” (W05) lub przedstawiać listę tekstów, które „w jakiś tam sposób [...] dotknęły” (W03).

W tym sensie mamy do czynienia z zobrazowaniem wszelkich koncepcji komunikowania masowego podkreślających, że internet obniża rangę tradycyjnych/profesjonalnych „strażników” czuwających nad tym, co wchodzi do sfery publicznej i co staje się przekazem masowym⁵. Nikt nie ma prawa – żaden dziennikarz,

⁵ Y. Benkler, *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne 2008.

producent kulturowy czy profesjonalny krytyk – narzucić blogerowi kształtu, jaki ma przyjąć jego tekst – tego, o czym ma traktować, czy ma on być krótki czy długi, śmieszny czy poważny, odnoszący się do konkretnych standardów czy nieodnoszący. Respondenci chwalili sobie także uwolnienie się od komercyjności rozumianej w kategoriach usilnego dbania o publiczność, konieczności dostosowywania się do jej gustów, w tym śledzenia statystyk blogowych i odczuwania presji, aby były one jak najlepsze. Obok „wolności od gatekeeperów” mamy również do czynienia ze specyficznie rozumianą „wolnością od czytelników”:

[K]oledzy, którzy pisali w serwisach, oni musieli się przejmować klikalnością i tak powiem, tego, co robią, musieli na bieżąco śledzić czytelnika. Nas tak naprawdę, oczywiście obchodziło nas to, czy ktoś nas będzie czytał, ale nie mieliśmy nad sobą żadnego księgowego, nie było żadnego rygoru i ta kompletna swoboda była dla nas główną zaletą, że mamy właśnie bloga, a nie np. że jesteśmy częścią jakiegoś serwisu, bo takie propozycje też mieliśmy, żeby się dołączyć do jakichś. Zrezygnowaliśmy, żeby zachować sobie właśnie... [...] Zasadniczo tak i też kompletna taka, brak żadnego ustalonego standardu, co robimy, to znaczy te nasze wpisy są takie wielokształtne, to czasami są jakieś poważniejsze teksty, czasami kompletne wygłupy. Czasami są to po prostu obrazy, zestawione z jakimiś króciutkimi fragmentami tekstu. Tak że bardzo, bardzo różne formy to przybierało. Nie musieliśmy sobie żadnych takich standardów odgórnych wyznaczać, które w bardziej zorganizowanych formach pisania o grach byłyby konieczne (W02).

[T]o nie jest tak, że wydawcy narzucają mi tytuły do recenzowania, bo od wielu już lat już jest tak, że to ja decyduję o tym, co przyjmuję do recenzowania. Co prawda otrzymuję tego mnóstwo, bo i tak mi wysyłają, i tak mi wysyłają. Mam całkowitą dowolność wyboru, nikt np. nie wysyła mi maili

ponagających, że nie wiem, „przesłaliśmy fajną książkę, kiedy będzie recenzja”. No to się może zdarzać u młodych wydawców, którzy w przeciągu dwóch ostatnich lat nawiązali ze mną współpracę. Tak że może jeszcze nie wiedzą dokładnie, na czym to polega. Polega to na tym, że po prostu można mi wysłać książkę, natomiast nikt nie narzuca mi ani terminowości, ani kształtu tej recenzji. Tak że to ja o wszystkim decyduję (W04).

Pojmowanie bloga w kategoriach swobody widoczne było także w pojedynczych głosach, na które warto zwrócić uwagę. Respondenci nie mówili w nich o dowolności bezpośrednio, ale ich wypowiedzi mogą być ujmowane przez jej pryzmat. Jeden z blogerów stwierdził, że tak naprawdę jego blog nie jest blogiem, tylko stroną „krytyczno-literacką”, a blogiem można ją nazywać tylko ze względu na to, że wykorzystuje znaną platformę do blogowania. Inny rozmówca zauważył z kolei, że definiując bloga, nie warto zwracać uwagi na tradycyjne elementy takich platform (np. etykiety, archiwum wpisów, blogroll – spis czytanych blogów) i że dzisiaj nie ma reguł i wytycznych związanych z ich wykorzystywaniem.

Na koniec tego podrozdziału warto dodać, że badani określali siebie mianem „blogerów kulturalnych”, no bo przecież ich blogi traktują o filmach, serialach, książkach, grach czy sztuce:

[N]ie jestem absolutnie wykształcony w kierunku kulturalnym, natomiast nie uważam, żeby temat kultury.. Nie sądzę, aby na temat kultury mogły wypowiadać się wyłącznie osoby wykształcone w tym kierunku. Ta kultura jest wszędzie wokół nas, prawda? To są właśnie książki, które czytamy, filmy, które oglądamy, seriale, również różnego rodzaju programy telewizyjne, wydarzenia kulturalne, spektakle teatralne. Wszyscy w tym uczestniczymy, i myślę, że jest wskazane, aby o tym dyskutować (W05).

Poglądu takiego nie podzielali jednak wszyscy rozmówcy, bowiem część z nich dystansowała się właśnie od profesjonalistów, np. zawodowych krytyków. „Niekulturalność” bloga była w ich oczach wynikiem jego amatorskości, co oczywiście kłóci się z przyjętą w projekcie definicją kultury i blogów kulturowych. Warto jeszcze pokazać dwa odosobnione głosy – jeden z blogerów stwierdził, że blogi o tekstach takich jak książki czy filmy nie są blogami kulturalnymi, ponieważ ich autorzy „łamają wszelkie możliwe zasady ortografii, interpunkcji i stylistyki” (W06). Inny respondent przyjął za punkt wyjścia swoich wywodów tradycyjny podział na kulturę wysoką i niską. Zaznaczył, że jego własny blog leży „gdzieś pośrodku”, jeśli chodzi o bycie „kulturalnym” i „niekulturalnym”. Traktuje o grach (to czyni go niekulturalnym), ale często robi to przez pryzmat np. teatru (to czyni go kulturalnym). „Definicje” kultury przyjęte przez tych dwóch rozmówców znów nie odpowiadają definicji przyjętej w projekcie. Nie zmienia to faktu, że takie „oddolne” określanie swojego bloga jako kulturalnego bądź niekulturalnego, jest przejawem sporej refleksyjności badanych. Ta natomiast stanowi o kolejnym argumencie potwierdzającym, że traktują oni bloga niczym coś „swojego” – jako wspomniane miejsce „mojego pisania”.

Jakość kontra ilość – ewolucja blogów kulturalnych i wykorzystanie kanałów komunikacyjnych w mediach społecznościowych

Blogi ewoluują w tym sensie, że blogerzy rozwijają się zarówno pod względem sposobu pisania oraz podejmowanej tematyki, ale też wprowadzania nowych rozwiązań estetycznych czy technicznych. Rozmówcy wielokrotnie podkreślali, że w toku prowadzenia bloga wiele się nauczyli – zajmowanie się swoim sieciowym miejscem można uznać za swoisty warsztat pisarski oraz informatyczny.

Wpisy stają się lepsze językowo, poprawia się styl autorów, a sam blog jest coraz ciekawszy albo ze względu na poruszanie szerszej problematyki (np. „od filmu do popkultury”), albo wręcz odwrotnie – skoncentrowanie się blogera na jakimś jednym konkretnym zagadnieniu. Owa specjalizacja świadczy często o kształtowaniu się gustów danej osoby i osiągnięciu przez nią dojrzałości; osoby, która kiedyś (na początku swojej „blogowej przygody”) nie mogła się zdecydować, co jest ważne z perspektywy bloga, a obecnie dokonuje trafnych wyborów, o czym pisać: „Stwierdziłam, że nie warto pisać o książkach, które mi się zupełnie nie podobają, choć wiem, że dużo osób tak robi. Teraz odkładam książki, które uważam za bardzo kiepskie” (W07).

Rozwój ma jeszcze inne oblicza: posty stają się dłuższe, mają lepszą strukturę, poprawia się ogólna estetyka bloga dzięki nowym elementom graficznym, ale też związanym z układem danej strony (np. możliwość segregowania treści, etykietyzacja itp.). Rozmówcy twierdzili, że wiele zmian zachodzących na blogu jest wynikiem powstania wokół niego społeczności czytelników oraz składanych przez różne zewnętrzne podmioty propozycji współpracy. Pojawiające się po jakimś czasie od rozpoczęcia blogowania oferty wpływają na to, o czym i w jaki sposób się pisze, np. mogą doprowadzić do wdrożenia nowego typu wpisów (choćby wywiady z autorami na blogach literackich).

Uogólniając, można stwierdzić, że jeśli chodzi o jakość blogowania, mamy do czynienia ze zdecydowanym progresem – zarówno wpisy, jak i wygląd bloga są coraz lepsze. Ewolucja ma tutaj charakter pozytywny, ale jest to tylko jedna strona medalu. O ile bowiem twórczość jest coraz ciekawsza, a blogi „cieszą oczy” czytelników, o tyle zaobserwować można regres ilościowy, co należy rozumieć po prostu jako stałe zmniejszanie się liczby pojawiających się na blogach postów. Blogerzy z czasem piszą coraz mniej, a wynikać to może z konkurencji, bowiem „pojawił się inni i dostarczają

informację w sposób lepszy i bardziej systematyczny” (W12), ale też z ogólnego zniechęcenia i braku motywacji. Podstawowym jednak i zdecydowanie najczęściej podawanym przez badanych powodem „zaniku pisania” był wspominany już wcześniej brak czasu wynikający z różnych pozablogowych obciążeń życia rodzinnego czy zawodowego:

[A]le jakby przyjrzeć się temu ostatniemu 2015, temu obszarowi ostatniego roku, to tych wpisów w porównaniu do poprzednich lat jest o wiele, wiele mniej. [...] [D]zieci dorastają i coraz więcej czasu trzeba poświęcać na inne rzeczy, na inne aktywności. Ale no staram się, ograniczam liczbę takich (wpisów – przyp. P. S.), o których naprawdę chcę napisać (W03).

Ale życie jest życiem, w ostatnim czasie praca kompletnie mnie pochłonęła, w związku z czym da się to zauważyć, że w ostatnim czasie na blogu pojawia się coraz mniej notek [...]. Natomiast na pewno nie zamierzam zrezygnować z pisania i kiedy tylko sytuacja moja zawodowa się ustabilizuje, że będę troszkę wolniejszy, luźniejszy na pewno będę kontynuował pisanie i postaram się zmieścić w tych swoich ustalonych ramach. Na samym początku, zakładając bloga, postanowiłem sobie, że przynajmniej tych osiem notek w miesiącu, osiem wpisów, postów się pojawi. Przynajmniej osiem, prawda? Czyli to było to minimum. No jak widać, w ostatnich miesiącach nie udało mi się tego upilnować (W05).

Brak czasu pociąga za sobą „przenoszenie się” aktywności blogera na funkcjonujące obok bloga kanały komunikacji w mediach społecznościowych. Większość respondentów – chociaż nie wszyscy – używa takich kanałów, przy czym najczęściej podawanym był fanpage w serwisie Facebook (rzadziej wskazywano Twittera, Instagram, Google+ czy inne *social media*). Umieszczanie wpisów właśnie tam, a nie na „podstawowej” platformie blogowania, jest

atrakcyjne dla wielu osób ze względu na obniżone wymagania co do kształtu postów. Na Facebooku nie muszą one być tak długie, jak na „zasadniczym” blogu, często mogą to być tylko zdjęcia czy odnośniki do innych miejsc w sieci okraszone zdawkowymi komentarzami:

Skąd taka decyzja? Po prostu, no wiesz, z braku czasu [...]. [M]ożna powiedzieć, że natłok jakiś tam innych interesów, które przynoszą mi pieniądze, to są moją *nota bene* pracą, odciągają mnie automatycznie od Facebooka. No bo im więcej piszę, tym mniej mam ochotę pisać jeszcze... Przepraszam, od bloga oczywiście. Im więcej piszę tak normalnie, standartowo, to tym mniej mam ochotę jeszcze później pisać coś na blogu. Inaczej to było ok 4–5 lat temu, kiedy go zakładałem. Wtedy czułem potrzebę serca, żeby od czasu do czasu o jakieś premie-rze coś „ztrasać” [...]. Ja pracuję w domu, więc potrzebuję czasem spojrzeć na inny ekran niż skrzynka e-mailowa albo otwarty dokument w Wordzie i wtedy Facebook przychodzi mi z pomocą. Mogę się 5–10 minut czymś zająć i na bieżąco podzielić się jakąś notką. Wiadomo [...] notki długości 300 znaków muszę wrzucać jak najbardziej. Są bardziej mile widziane niż jakiś elaborat (W08).

Mamy zatem do czynienia z fundamentalną zmianą dotyczącą blogowania, sygnalizowaną już przez Jill Walker Rettberg⁶. Zmiana ta polega właśnie na coraz intensywniejszym wykorzystywaniu mediów społecznościowych jako platformy blogowania. Wspomniana badaczka uważa, że wynika to z samej mechaniki *social media*, czyli cyklicznego umieszczania tam przez daną osobę kolejnych postów traktujących o jej życiu bądź zainteresowaniach. Rettberg nie pisze

⁶ J. W. Rettberg, *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.

jednak o innych powodach obserwowanej zmiany – chociażby wskazanym braku czasu blogerów – ale też jej konsekwencjach. Chodzi tutaj o niską jakość „społecznościowych” wpisów. Odnotowano interesującą sytuację, polegającą na tym, że o ile jakość postów na blogu zasadniczym z czasem wzrasta, o tyle rozwój ten jest „niwelowany” przez „słabsze” wpisy w *social media*. Można powiedzieć, że ewolucja blogowania polega na tym, że mamy mało wpisów dobrej jakości na blogu „głównym” i coraz więcej wpisów „nijakich” w serwisach typu Facebook. „Rzeczywiście, na Facebooku pojawiają się znacznie krótsze wpisy” (W05), ale są one „gorsze” jeszcze z innych względów, np. niepodejmowania głównej problematyki blogowej – jeśli np. na blogu „zasadniczym” bloger skupia się na recenzjach filmowych, to na fanpage’u umieszcza tylko odnośniki do wydarzeń kulturalnych związanych z kinem, zdjęcia aktorów bądź planów filmowych. Pogorszenie jakości wynika również z tego, że przy pomocy mediów społecznościowych do bloga dociera zupełnie inny typ odbiorców niż normalnie. Czytelnicy ci oczekują – zgodnie z „wymogami” komunikacji w *social media* – że notki będą miały charakter mniej poważny i że będą to „spontaniczne wpisy” (W06) o luźnym, rozrywkowym lub osobistym charakterze:

Wydaje mi się, np. w oparciu o doświadczenia z Facebooka, one pokazują, że często informacje bardziej poważne, np. tekst omawiający jakiś problem nie znajduje żadnych lajków, nie spotyka się z komentarzami, z jakąś reakcją czytelników. Natomiast te trywialne czy głupi tekst typu „pije kawę przy najnowszym numerze jakiegoś czasopisma” lub „jakiś artysta spadł z krzesła” dostaje dziesiątki albo setki lajków. To jakby mnie zawsze zastanawiało i pokazuje, że ten odbiorca dziwnie reaguje. Dlaczego teksty poważne czy istotne nie znajdują odzwierciedlenia, a wpisy takie trywialne bardzo cieszą się dużą popularnością. To świadczy chyba o tym, że ten odbiorca w jakiś sposób się zmienia. I chyba zmienia się na nie korzyść (W12).

Oczywiście blogerzy chętnie podejmują z tymi „nowymi” odbiorcami „grę” w obniżenie poziomu wpisów w mediach społecznościowych, ponieważ chcą zdobywać czytelników i budować wokół swoich miejsc społeczności. Promocja bloga to kolejny najczęściej podawany przez rozmówców powód aktywności w omawianych mediach. „[G]dzieś tam (w *social media* – przyp. P. S.) trzeba być” (W04), żeby pozyskiwać coraz to młodszych – a więc bardziej „obytych” w sieci – odbiorców. Trzeba „tam” być, bo przecież „większość ludzi siedzi codziennie na Facebooku i przez jakiegoś linka, który może zainteresować, może w łatwy sposób dotrzeć do bloga” (W10). Gdy się „tam” nie jest, to można się poczuć niczym osoba „wyeliminowana z jakiejś wielkiej [...] społeczności” (W01), przy czym owo wyrugowanie ma polegać przede wszystkim na niemożności utrzymania „starych” i zdobycia „nowych” czytelników, czyli *de facto* zachowania swojej popularności oraz „sławy” (W01). Świetną ilustracją promocyjnego wykorzystania *social media* jest przyjmowany przez część respondentów sposób zarządzania kanałami, mający ułatwić obecność na wielu z nich oraz dotarcie ze swoim przekazem do możliwie jak największej liczby użytkowników jak najmniejszym kosztem. Chodzi o „połączenie” kanałów w taki sposób, że np. wpis umieszczany na Facebooku pojawia się automatycznie na Google+ czy na Twitterze.

Należy zaznaczyć, że opisana wyżej ewolucja blogów, polegająca na malejącej liczbie postów „dobrych” na blogu zasadniczym oraz wzrastającej licznie wpisów „złych” w mediach społecznościowych, dotyczy blogerów działających już od jakiegoś czasu – takimi byli rozmówcy. Trudno wnioskować tutaj na temat kształtu nowego typu blogowania wynikającego z coraz powszechniejszego użycia *social media*. Czy nowo powstające blogi obecne będą już tylko na serwisach takich jak Facebook? Czy nowi blogerzy stawiać będą wyłącznie na krótsze i uboższe treściowo posty? Być może tak, chociaż warto odnotować fakt, że blogowanie „tradycyjne”, to jest

wykluczające wykorzystanie innych kanałów komunikowania poza głównym, dalej jest obecne. Czterech badanych (a więc mniejszość) stwierdziło, że w ogóle nie korzysta z mediów społecznościowych. Powody tego są bardzo różne, np. brak czasu, a więc czynnik popychający innych do korzystania z *social media*, bowiem blogerzy są za „leniwi” (W01), by używać dodatkowych kanałów (co ważne nie pociąga to za sobą jakiegś wzmożonej aktywności na blogu zasadniczym). Część rozmówców uważa media społecznościowe za problematyczne, ponieważ wymagają one ciągłego moderowania komentarzy czytelników, którzy chcą tylko „pokozaczyć” (W03); inni są niechętni, aby zakładać osobiste profile (wymóg przy prowadzeniu chociażby facebook’owego fanpage’a). Jeszcze inni zakładają, że zupełnie niepotrzebny im jest rozgłos, który zapewnić mogłyby dodatkowe kanały – nie są oni zainteresowani jego zdobywaniem. Czy blogerów niekorzystających z *social media* należy traktować niczym relikty starych czasów? Pytanie pozostawiamy bez odpowiedzi, licząc na to, że przyniesie ją najbliższa przyszłość.

Słowo końcowe

Przedstawiany artykuł pokazał fragment projektu badawczego „Dwa zero czy zero? Blogi o tematyce kulturalnej a przemiany kultury uczestnictwa” dotyczący blogów kulturalnych w oczach ich twórców. Jako taki tekst nie ma na celu wyciągnięcia daleko idących interpretacji oraz wniosków teoretycznych. Jest to jedynie empiryczne sprawozdanie z badań na temat znaczeń, jakie blogerzy kulturalni nadają swojej działalności. Mając to na uwadze, warto podkreślić, że świat społeczny blogerów jest relatywnie słabo rozpoznany badawczo, jeszcze mniej wiemy o osobach piszących o treściach kulturalnych. Właśnie dlatego konieczne jest zdecydowanie bogatsze pokazanie tego, jak funkcjonuje opisywane środowisko,

a także czy może ono być uznane za swoiste internetowe „centrum kulturowe” pełniące ważne funkcje dla polskich internautów zainteresowanych tematyką kulturalną.

Bibliografia:

- Benkler Y., *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne 2008.
- Rettberg J. W., *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.
- Stunża G. D, Bomba R., Siuda P., Stachura K., *Dwa zero czy zero? Błogi o tematyce kulturalnej a przemiany kultury uczestnictwa*, Gdańsk: Instytut Kultury Miejskiej 2015.
- Warde A., Wright D., Gayo-Cal M., *Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore*, „Cultural Sociology” 2007, No. 1 (2).