DOI: 10.19195/2082-8322.8.8

Karina Stasiuk-Krajewska
SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny
Wrocław

Bloger a dziennikarz. O dziennikarstwie, blogowaniu i ich wzajemnych relacjach*

Sytuacja tożsamościowa, a co za tym idzie — także wizerunkowa, współczesnego dziennikarstwa jest złożona. Wynika to z pewnością ze specyficznych procesów zmian politycznych, ekonomicznych i społecznych, zarówno w skali makro[1], jak i mikro — aktualnych, mniej lub bardziej chwilowych i lokalnych koniunktur systemu medialnego w Polsce (i innych krajach świata). Owa zewnętrzna, w jakimś zakresie zobiektywizowana, sytuacja społeczna skutkuje złożoną i zwielokrotnioną wewnętrzną sprzecznością konstruowania fenomenu dziennikarstwa. Lynette Sheridan Burns za podstawową z owych sprzeczności uznaje „podwójną retorykę imperatywów: komercyjnego i dziennikarskiego idealizmu"[2].

Wiele mówi się dziś o kryzysie tożsamościowym współczesnego dziennikarstwa, trudnościach w wyznaczaniu granic dziennikarstwa profesjonalnego oraz dysfunkcjach dziennikarskiej profesji i systemów medialnych. W niniejszym tekście wychodzę z założenia, że wskazane problemy, choć podatne na czynniki zewnątrzsystemowe (pozamedialne czy też pozadziennikarskie, jak np. polityka), wynikają w dużym

* Badania finansowane ze środków projektu BST/Wroc/2016/A/08: „Bloger czy dziennikarz — rekonstrukcja granic dziennikarskiej profesji" w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

[1] Por. np. *Habermas and the Public Sphere*, red. C.J. Calhoun, Cambridge 1992.

[2] L.S. Burns, *Understanding Journalism*, London 2004, s. 9.

© for this edition by CNS

stopniu również z trudności w utrzymaniu spójności dziennikarskiego samoopisu[3], dziennikarskiej dystynkcji[4].

Refleksja naukowa lokująca się mniej więcej w tym polu zdecydowanie częściej koncentruje się na mediach (instytucjonalizacja, wpływ, zawartość itp.) niż na dziennikarstwie czy dziennikarzach. Kevin Barnhurst i John Nerone[5] zwracają uwagę, że większość historii dziennikarstwa powstaje w kontekście czy to historii państwa i prawa (zwłaszcza wokół pojęcia wolności słowa), czy to mediów (technologii), czy wreszcie indywidualnych biografii znanych osób związanych z mediami.

Tymczasem współcześnie niewątpliwie mamy do czynienia z zasadniczymi trudnościami w zakresie precyzyjnego określenia tożsamości dziennikarskiej *sensu stricto*. Trudności te nie tylko pozostają problemem współczesnego medioznawstwa, lecz także mają konsekwencje społeczne. Dziennikarstwu bowiem przypisuje się, jak widomo, zasadniczą dla oczekiwanego funkcjonowania systemów demokratycznych, rolę. Abstrahując w tej chwili od słusznych skądinąd refleksji wskazujących na to, że korelacja ta jest w istocie elementem samoopisu dziennikarskiej profesji, a wizja dziennikarstwa jako niezależnego systemu obserwacji i kontroli społecznej jest jedynie (bądź przede wszystkim) pewnego rodzaju utopią, której podstawową funkcją pozostaje budowanie statusu dziennikarskiego i medialnego, trzeba stwierdzić, że dysfunkcje w polu dziennikarstwa i mediów skutkują dysfunkcjami w polach innych systemów społecznych.

Wychodząc od kategorii samoopisu, zakładam, że jedną z zasadniczych dysfunkcji w polu dziennikarstwa jest trudność polegająca na zdefiniowaniu profesji i wyznaczeniu jej granic. Samoopis to bowiem m.in. strategia „wypracowywania granic" (ang. *boundary work*). Pojęcie to, pierwotnie odnoszące się do delimitowania poszczególnych dyscyplin wiedzy naukowej, zostało zaadaptowane przez Barbie Zelizer na grunt rozważań dotyczących dziennikarstwa. Jeśli uzna się dziennikarzy za samointerpretującą się społeczność (ang. *interpretive community*), trzeba w konsekwencji przyjąć, że podstawowym składnikiem jej tożsamości jest odróżnianie tego, co jest elementem profesji, od tego, co tym elementem nie jest. Dziennikarze budują więc „autorytatywną wspólnotę komunikacyjną", używając narracji, która jednocześnie podtrzymuje ich „pozycję mówienia prawdy" i odróżnia tę pozycję od innych, wzmacniając tym samym koherencję grupy[6].

---

[3] Kategoria samoopisu pochodzi od Anthony'ego Giddensa. W tym kontekście interpretuję dziennikarstwo jako jeden z systemów eksperckich późnej nowoczesności. Por. np. *idem*, *Nowoczesność i tożsamość*, Warszawa 2010.

[4] Por. P. Bourdieu, *Dystynkcja: społeczna krytyka władzy sądzenia*, przeł. P. Biłos, Warszawa 2005.

[5] Por. K.G. Barnhurst, J. Nerone, *Journalism history*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, red. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, New York-London 2009, s. 17–18.

[6] A. Schudson, *Objectitivity, professionalism, and truth seeking in journalism*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, s. 96.

© for this edition by CNS

W wypadku polskiego dyskursu dziennikarskiego strategia ta przejawia się szczególnie wyraźnie w delimitowaniu pola samego dziennikarstwa — odróżnianiu dziennikarzy „prawdziwych" od „nieprawdziwych" (np. dziennikarz–mediaworker, dziennikarz-architekt–dziennikarz-sprzedawca nieruchomości[7]; czy też dziennikarstwo: czyste–realistyczne[8], twarde–miękkie[9], komunistyczne–demokratyczne[10], dziennikarstwo władzy–dziennikarstwo odbiorców[11], piewców–zbawców[12] itd.). Jak widać, strategia negatywnej relacyjności jest w tych opozycjach bardzo wyraźna. Przy czym dyskurs dziennikarski rozumiem tutaj jako korpus tekstów „o dziennikarstwie i mediach", zwłaszcza zaś:

— publikacji komunikowanych jako mające charakter teoretycznego wprowadzenia do zagadnień dziennikarstwa, typu *Biblia dziennikarstwa*[13];

— publikacji w mediach branżowych, np. „Press";

— wypowiedzi osób postrzeganych jako autorytety w zakresie dziennikarstwa;

— deklaracji, kodeksów, wypowiedzi programowych funkcjonujących w środowisku dziennikarskim.

Jeśli więc mówimy o kryzysie tożsamościowym współczesnego dziennikarstwa (powtórzmy — abstrahując od czynników pozasystemowych), warto analizować go przede wszystkim jako kryzys delimitacji. Tradycyjne granice dziennikarskiej profesji atakowane są bowiem z rozmaitych stron — nie jest jasna granica między dziennikarstwem a rozrywką (ang. *infotaimnent*), dziennikarstwem a branżami komunikacji wizerunkowej (public relations), a nawet dziennikarstwem a polityką (czy media stają się aktorami na scenie politycznej?). To jednak, co będzie interesowało mnie tutaj najbardziej, to kwestia relacji między dziennikarstwem tradycyjnym (mainstreamowym?) a tzw. dziennikarstwem internetowym. Oba pojęcia są bardzo wieloznaczne i nieprecyzyjne. W kontekście proponowanego tekstu chciałabym problem tej relacji znacząco zawęzić, koncentrując się na problematyce blogów i blogosfery jako aktywności o domniemanym charakterze dziennikarskim.

W literaturze przedmiotu dostępnej w języku polskim blogowanie jako aktywność medialna bywa rozpatrywane zazwyczaj w kontekście dziennikarstwa internetowego. Jak się wydaje, ten sposób mówienia o blogach i blogowaniu został wyznaczony

---

[7] L.S. Burns, *op. cit*., s. 34.

[8] S. Michalczyk, *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 123.

[9] *Przyszłość dziennikarstwa w dojrzałych demokracjach*, red. P.J. Anderson, G. Ward, przeł. A. Piwnicka, Warszawa 2010, s. 24–25.

[10] M. Miller, *Dziennikarstwo jako narzędzie poznania*, [w:] *Dziennikarstwo — media — społeczeństwo*, red. S. Mocek, Warszawa 2005, s. 31.

[11] W. Furman, *Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations*, Rzeszów 2009, s. 92.

[12] S. Bortnowski, *Warsztaty dziennikarskie*, Warszawa 1999, s. 13.

[13] A. Skworz, A. Niziołek, *Biblia dziennikarstwa*, Warszawa 2010.

© for this edition by CNS

przez klasyczną już pracę Leszka Olszańskiego *Dziennikarstwo internetowe*[14], która wciąż jest uznawana za aktualne wprowadzenie do aktywności dziennikarskiej w sieci, a której autor omawia blogi i blogowanie jako „interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie". Takie usytuowanie blogów i blogowania — jako formy dziennikarskiej właśnie — upowszechniło się także w źródłach o charakterze popularnym, m.in. na portalach poradnikowych dotyczących dziennikarstwa[15]. W takiej też postaci weszło do programów studiów dziennikarskich, gdzie zajęcia poświęcone blogom i blogowaniu występują powszechnie, najczęściej w kontekście dziennikarstwa online czy też dziennikarstwa internetowego. Konsekwencją ujmowania aktywności blogerów w kontekście dziennikarstwa był również rozbudowany swego czasu spór o etykę blogów i blogerów. Taki sposób myślenia o blogach i blogowaniu doskonale oddaje fragment tekstu Zbigniewa Brzezińskiego pod znamiennym zresztą tytułem *O etyce blogerów i wymieraniu sztuki komunikacji*:

> Pod względem sztuki komunikacji medialnej polska ryba psuje się jednocześnie z dwóch stron. Co stanowi zresztą wyczyn sam w sobie… Z jednej strony mamy prasę tradycyjną i koszmar senny w postaci portali ogólnoinformacyjnych, z drugiej zaś brak przygotowania u chwytających za blogerskie czy socialmediowe pióro[16].

Blogowanie jest więc w tym ujęciu niewątpliwe elementem dziennikarstwa, ściślej zaś — dziennikarstwa internetowego, i jako takie powinno spełniać kryteria (zwłaszcza te etyczne i profesjonalne), których spełnienia od dziennikarstwa się oczekuje (tutaj szczególne zainteresowanie budziło to, czy i ile blogerzy zarabiają na rozmaitych formach promocji na swoich blogach[17]). Jednocześnie blogowanie i inna aktywność

---

[14] Por. L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006. Zob. też *Dziennikarstwo internetowe: teoria i praktyka*, red. G. Habrajska, J. Mikosz, Łódź 2010; S. Allan, *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, przeł. A. Sadza, Kraków 2008. Na szczególną uwagę zasługuje w tym kontekście M. Kawka, *Blog jako gatunek dziennikarski*, [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Warszawa 2010, s. 61–69. Oczywiście blogowanie ma w literaturze przedmiotu także inne konteksty, głównie marketingowe i poradnikowe, czasami też autoprezentacyjne — por. np. J. Bocheński, *Blog*, Warszawa 2016; K. Burno, *Blog jako nowa forma komunikowania politycznego (na przykładzie blogów polityków Platformy Obywatelskiej 2004–2010)*, Toruń 2013; T. Tomczyk, *Blog — pisz, kreuj, zarabiaj*, Warszawa 2013; J. Wright, *Blogowanie w biznesie: rewolucyjny sposób na zwiększenie sprzedaży, zbudowanie marki i osiągnięcie spektakularnych sukcesów*, przeł. K. Robson, Warszawa 2007. Krótkie wprowadzenie dotyczące historii blogowania oraz klasycznej klasyfikacji blogów por. M. Bulaszewska, *Blog to… blog. Analiza pojęcia w kilku wybranych perspektywach badawczych. Próba charakterystyki blogów pisanych przez dziennikarzy głównego nurtu*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 125–154.

[15] Por. np. tekst na portalu poświęconym dziennikarstwu internetowemu: *Definicja i rodzaje blogów*, http://eredaktor.pl/teoria/definicja-i-rodzaje-blogow/ (dostęp: 10.07.2017).

[16] Z. Brzeziński, *O etyce blogerów i wymieraniu sztuki komunikacji*, http://blog.wirtualnemedia.pl/zbigniew-brzezinski/post/o-etyce-blogerow-i-wymieraniu-sztuki-komunikacji-na-marginesie-tekstow-agnieszki-ciereszko-i-przemyslawa-staroszczyka (dostęp: 10.07.2017).

[17] Co jednak interesujące, spory dotyczące tych właśnie zagadnień oraz wysiłki stworzenia blogerskiego kodeksu etyki kulminują w okolicach 2010 r., potem zaś stopniowo wymierają, co w perspektywie moich dalszych rozważań trzeba uznać za wysoce symptomatyczne.

© for this edition by CNS

„socialmediowa", jak pisze cytowany autor, rozumiana jako nowe dziennikarstwo, postawiło badaczy i komentatorów przed koniecznością zdefiniowana na nowo „granic dziennikarskiej profesji" (o czym pisałam wcześniej). Czy jednak rzeczywiście? Czy blogowanie jest formą dziennikarstwa, a bloger nowoczesnym dziennikarzem?

Na tle wielokrotnie poruszanych[18] zagadnień odnośnie do tego, w jaki sposób budowana jest tożsamość dziennikarskiej profesji oraz jak delimituje się „profesjonalne dziennikarstwo", chciałabym skoncentrować się na następujących kwestiach:

1. W jaki sposób blogerzy i blogerki konstruują swoją tożsamość (określają sami siebie)?

2. W jakiej relacji samoopis blogerów/blogerek (i generowany przez nich samych opis ich działalności) pozostaje do społecznej konstrukcji (samoopisu) dziennikarstwa?

Zakładam przy tym, że dziennikarski samoopis konstruowany jest przez dyskursywne odniesienie do systemu wartości (etyki) oraz społecznej funkcji dziennikarzy, brakuje natomiast innych wyznaczników profesjonalizacji w dziennikarstwie (ściślej — inne możliwe wyznaczniki, jak np. sprawność w pisaniu/mówieniu czy wiedza o czymś, nie stanowią tego, co definiuje dziennikarza jako profesjonalistę). W związku z tym delimitacje i dystynkcje (dziennikarze prawdziwi–nieprawdziwi) konstruowane są także w odniesieniu do zmiennych mających charakter aksjologiczny i funkcjonalny. Profesjonalizm w tym kontekście to więc realizacja norm etycznych połączona z pełnieniem określonych (ważnych) funkcji społecznych.

Jak powszechnie wiadomo, do podstawowych etycznych wyznaczników profesjonalizacji w dziennikarstwie należą: prawda, niezależność, odpowiedzialność społeczna; a za podstawowe funkcje społeczne konstytuujące dziennikarstwo uznaje się: informowanie, kontrolę oraz kształtowanie świadomości społecznej[19].

Zasadnicze pytanie brzmi zatem: czy blogerzy/blogerki konstruują swój samoopis wokół analogicznych kategorii (konstruują się jako dziennikarze)? I czy w ogóle w owym samoopisie do dziennikarstwa jakkolwiek się odnoszą (czy konstruują sami siebie w relacji do dziennikarskiej profesji)?

Zaprezentowana w dalszej części pracy rekonstrukcja samoopisu środowiska blogierskiego oparta jest na analizie ok. 70 blogów, pochodzących z rozmaitych kategorii tematycznych (prawne, modowe, lifestylowe, parentingowe, kulturalne, kulinarne, medyczne, naukowe itp.)[20]. Kryterium wyboru była popularność bloga, wyznacza-

---

[18] Na ten temat pisałam w K. Stasiuk-Krajewska, *Tożsamościowe problemy współczesnego dziennikarstwa*, [w:] *Dziennikarstwo i literatura w XX i XXI. Dziennikarstwo i literatura XX i XXI wieku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Warszawa 2011, s. 44–60.

[19] Do takich wniosków prowadzi zdecydowana większość literatury poświęconej etyce dziennikarskiej i deontologii mediów. Tutaj warto przywołać zwłaszcza J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007; C.J. Bertrand, *Deontologia mediów*, przeł. T. Szymański, Warszawa 2007.

[20] Za *research* dziękuję swoim studentkom: Aleksandrze Bilińskiej, Patrycji Nawrockiej, Natalii Semczuk, Joannie Baran i Hannie Schwengler.

© for this edition by CNS

na przede wszystkim przez liczbę odbiorców (tzw. followersów) oraz środowiskową rozpoznawalność bloga. Samoopis blogerów/blogerek konstruowany jest przede wszystkim przez teksty umieszczone w zakładce „O mnie". Ta formuła zdecydowanie przeważa nad formułą „O nas" czy też „O blogu", co dla rekonstruowanego tu samoopisu ma zasadnicze znaczenie. Tym bowiem, co zasadniczo ów opis determinuje, jest odniesienie się do „ja" — do swojej indywidualności oraz — w tym kontekście — wyjątkowości. Owa koncentracja na sobie, na prezentacji własnego życia i osobistych doświadczeń często prowadzi do wkraczania w obszar prywatności czy wręcz intymności blogera/blogerki.

Czemu, w opinii ich autorów, służą blogi? Przede wszystkim dzieleniu się swoim doświadczeniem, „dzieleniu się swoim życiem" — jak pisze raaadzka[21]. „Aśka / Ryfka / Sztywniara — jak wolicie"[22] — przedstawia się na swym blogu szafasztywniary autorka. Styledigger pisze zaś „o życiu w zgodzie ze sobą"[23]. Owa narracja „ja" jest czymś dla blogów wysoce charakterystycznym. „Cześć, nazywam się Agnieszka i jestem autorką tej strony" — przedstawia się autorka bloga jagadesign. I zaraz potem dodaje:

> Lubię → Lubię [kolejność przypadkowa — K.S.K.]: moją rodzinę i przyjaciół + czytanie do późna + książki + muzykę + albumy ze sztuką + buty, buty, buty + ubrania marki COS + esy-floresy od Emilio Pucci + to, co proste i gładkie, ale nie nudne + detale (nie tylko w modzie, nie tylko na obrazach) + perfumy Calvina Kleina i Creed + blogowanie na świeżym powietrzu latem + widoki zapierające dech w piersiach + podróżowanie + Włochy + włoską kuchnię + filmy Felliniego + filmy Barei + Star Wars + Indianę Jonesa + Brudnego Harry'ego + plakaty filmowe + „suchary" i abstrakcyjny humor + gotować dla kogoś + spać i się wysypiać + stukać głośno w klawiaturę + „dłubać" w Photoshopie + poznawać tajniki HTML-a + uczyć się i poznawać nowe rzeczy + kolory: czarny, szary i biały + skórzane torby + niezapisane notatniki + mądre słowa[24].

W bardzo podobnym tonie rozpoczyna się blog szczesliva.pl: „Cześć. Jestem Magda. Matka, żona, blogerka. Optymistka. Pedantka. Choleryczka. Wojowniczka. Mam cudownego Męża, genialnych synów [3 latka i 1 rok — K.S.K.] i w głowie mnóstwo planów"[25].

To tylko kilka z bardzo charakterystycznych i wysoce zestandaryzowanych autoprezentacji blogerów i blogerek. Cytuję je tu tak obszernie także po to, by zwrócić uwagę na pewne językowe i stylistyczne wyznaczniki tego typu tekstów.

Co ciekawe, styl komunikacji nie jest tu uzależniony ani od tematyki bloga, ani od płci. Również autorzy blogów „poważnych" (dotyczących nauki, prawa lub kultury)

---

[21] www.youtube.com/user/raaadzka (dostęp: 17.07.2017). „Witaj w Internecie, w janinowym świecie" — rozpoczyna narrację autorka bloga janinadaily — http://janinadaily.com/ (dostęp: 17.07.2017).

[22] http://szafasztywniary.blogspot.com/p/o-mnie.html (dostęp: 17.07.2017).

[23] http://styledigger.com/o-mnie (dostęp: 17.07.2017).

[24] http://jagadesign.com/about/ (dostęp: 17.07.2017).

[25] https://www.szczesliva.pl/ (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

przedstawiają się w sposób bezpośredni: „Ja mam na imię Andrzej. Mieszkam w Warszawie. Jestem dyplomowanym menedżerem i magistrem psychologii biznesu”[26].

Ów dominujący scenariusz komunikacyjny wymusza zastosowanie określonych środków językowej ekspresji. Zdecydowanie dominują więc nieoficjalne powitania (najczęściej po prostu „cześć”) i skracające dystans pożegnania (od powszechnego „pozdrawiam” po „Słońca Ci życzę, mój Przyjacielu” na blogu pamiętnikadwokata[27]), bezwyjątkowo w zasadzie występuje też bezpośredni zwrot do adresata. W żadnej mierze nie jest to relacja autorytetu, ale skracanie dystansu i budowanie relacji bliskości. Zupełnie inaczej niż w dyskursie tradycyjnego dziennikarstwa, bloger nie jest autorytetem (a jeśli już, to w całkowicie odmiennym sensie, o czym za chwilę), nie przekazuje pewnej i zobiektywizowanej wiedzy o świecie, jego/jej pisanie nie reprezentuje jakiegoś uogólnionego rozumienia rzeczywistości. Bloger/blogerka „jest sobą” i reprezentuje samego/samą siebie.

Bardzo ważnym narzędziem uzyskiwania owej relacji symetryczności komunikacyjnej (opozycyjnej do występowania w roli autorytetu!) jest opowiadanie swojej historii.

> Pewnego dnia w jedenastopiętrowym bloku na osiedlu w Warszawie została podjęta decyzja, która zmieniła losy całej naszej rodziny. Miesiąc później byliśmy już na Mazurach, w środku Puszczy Piskiej, szukając sposobu na urządzenie się w całkiem nowej rzeczywistości. Ten blog to blog o zmianach, o tym, że są dobre, i o tym, że czasem konieczne[28]

— pisze np. autorka bloga matkatylkojedna.

Jest rzeczą szczególnie charakterystyczną, że są to historie prywatne, by nie powiedzieć intymne. Nawet jeśli pojawiają się wskazania na formalne wykształcenie lub też profesjonalne doświadczenie autora powiązane z tematyką bloga, są one niejako deprecjonowane, usuwane na dalszy plan poprzez narrację prywatną.

Bardzo charakterystyczna jest tu prezentacja Jarka Góry, utrzymująca napięcie pomiędzy tym, co definiuje autora jako profesjonalistę (wiedza), a tym, co konstytuuje go jako blogera (emocje). Zacytujmy:

> Od początku mojej przygody w prawem **fascynowały** [wyróżnienia — K.S.K.] mnie kwestie związane z twórczością oraz nowymi technologiami. **Studia skończyłem na UJ**, a pracę magisterską napisałem w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej […]. Właśnie takich ludzi **lubię**, kreatywnych, zdolnych, twórczych, nowoczesnych, angażujących się w rozwój kultury i nauki […]. **W pracy zawodowej**, rozwijając specjalizację IP, skierowałem się również na nowoczesne technologie […]. Tematyka IP i IT od lat jest **moją pasją**, stąd pojawił się pomysł na niniejszego bloga. Zakres szeroki, ale **fascynujący**, a zarazem niezwykle **istotny** dla każdego, zarówno w życiu prywatnym, jak i biznesie[29].

---

[26] http://andrzejtucholski.pl/blog/ (dostęp: 17.07.2017).
[27] http://pamietnikadwokata.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[28] https://matkatylkojedna.pl/o-mnie/ (dostęp: 17.07.2017).
[29] http://www.ipblog.pl/o-nas/ (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

Można więc zasadnie stwierdzić, że relacja komunikacyjna, jaką buduje bloger/blogerka ze swoim odbiorcą, jest relacją symetryczną i prywatną, by nie powiedzieć — intymną. Jest to główna różnica wobec relacji dziennikarz–odbiorca budowanej w dyskursie dziennikarskim. W tym wypadku dziennikarz-profesjonalista pozostaje autorytetem (co najmniej poprzez fakt, że ma dostęp do wiedzy/informacji, którego odbiorca nie posiada). W tym sensie relacja komunikacyjna nie jest tu symetryczna, a kompleks władzy-wiedzy jest po stronie dziennikarza/medium. Blogerzy, jak się wydaje, dokładają wszelkich starań komunikacyjnych, aby ową relację uczynić symetryczną.

Widać to zarówno w swoistej prywatyzacji komunikacji, w „odkrywaniu się" przed czytelnikiem bloga, jak i w wyraźnym emocjonalizowaniu języka komunikacji. Emocje przejawiają się nie tylko w powitaniach i pożegnaniach, w dużej liczbie wykrzykników, pytajników czy w krótkich zdaniach (lub równoważnikach zdań). Emocje są także komunikowane wprost. Wielu blogerów i wiele blogerek swoją prezentację zaczyna od: „lubię", a Agnieszka pisze o swoim blogu: „dedykowany jest wszystkiemu, w czym mogę zakochać się od pierwszego wejrzenia"[30]. Ciekawe jest, że emocjonalizacja nie omija też tych blogów, co do których moglibyśmy — dyskursywnie — mieć inne oczekiwania, w tym zwłaszcza blogów naukowych. „Kochamy to, co robimy"[31] — piszą Aleksandra i Piotr Stanisławscy, autorzy bloga crazynauka (poza tym również dziennikarze naukowi). Właśnie — dziennikarze, ale nie na blogu.

Emocjonalność jest kolejnym ważnym elementem samoopisu, który pozostaje w wyraźnej sprzeczności z dyskursem „poważnego dziennikarstwa" (co zresztą widać już w samej nazwie tego ostatniego). Nie ma tu miejsca na emocje, ponieważ nie ma miejsca na oceny i opinie (pomijając oczywiście gatunki publicystyczne, które jednak, jak się wydaje, pozostają nieco na marginesie tego, co dyskursywnie uznaje się za „sól dziennikarstwa"). Dziennikarskie „ja", dziennikarskie emocje powinny pozostać ukryte — taki wszak jest warunek obiektywizmu oraz zasadniczy wyznacznik paktu faktograficznego, w ramach którego postrzega się dziennikarza jako tego, który przekazuje obiektywne informacje o świecie. Tymczasem blogerzy i blogerki powszechnie eksponują swoje emocje i swoją indywidualność, co prowadzi do nagminnego wręcz aktywowania dwóch obszarów semantycznych, które stanowią istotne elementy samopisu charakteryzowanej grupy. Chodzi tu o pasję i autentyzm: „Jesteśmy jako autorzy i rodzice AUTENTYCZNI, tworzymy go [bloga — K.S.K.] wspólnie, przedstawiamy punkt widzenia i Mamy, i Taty"[32] — piszą autorzy bloga oczekując.pl.

Ciekawym przykładem odejścia od charakteryzowanego standardu jest narracja na blogu zwierzpopkulturalny[33]. Jest ona mianowicie prowadzona w trzeciej oso-

[30] http://jagadesign.com/about/ (dostęp: 17.07.2017).
[31] https://www.crazynauka.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[32] https://oczekujac.pl/o-nas (dostęp: 17.07.2017).
[33] http://zpopk.pl/oblogu#axzz4nMypcZ8K (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

bie, co mogłoby sugerować dystans autorki wobec tego, co pisze na blogu. Jednak wszelkie inne sygnały komunikacyjne, które się tu pojawiają, przeczą temu założeniu. Autorka nie jest w stanie utrzymać przyjętej konwencji, prawdopodobnie dlatego właśnie, że owa konwencja jest zasadniczo sprzeczna z dominującym sposobem prowadzenia narracji blogowej, a co za tym idzie — budowania samoopisu blogerów/blogerek. „Pisanie w trzeciej osobie — podwędzone od Juliusza Cezara — nie jest tylko przejawem megalomanii. Otóż na blogu istotnie wypowiada się Zwierz" — tak zaczyna się prezentacja. Zaraz jednak pojawiają się znane nam elementy indywidualizacji i prywatyzacji:

> Obok Zwierza jestem jednak jeszcze ja — Kasia Czajka. Absolwentka historii i socjologii, dzielnie obsługująca klej i nożyczki w dziale dokumentacji Tygodnika Polityka. […] Kiedy nie piszę bloga, nie oglądam filmów i nie pracuję zajmuję się hodowaniem dwóch świnek morskich — Rózi i Józi (jedna ma włos dłuższy, druga nieco krótszy) i czekaniem aż mój narzeczony zrobi mi curry albo inne dobre jedzenie[34].

Emocjonalność i wyrażanie siebie kulminuje w kategorii pasji, powszechnej w samoopisach blogerów i blogerek. Tak przedstawia się np. raaadzka, ale — co znacznie ciekawsze — tak piszą o sobie także autorzy blogów, które można by zakwalifikować do kategorii blogów profesjonalnych, poświęconych tematom konstruowanym społecznie jako „poważne". „Pasjonat i komentator nowych mediów"[35] — pisze o sobie Maciek Budzich, autor bloga mediafun. O połączeniu pasji i wiedzy mówi większość autorów blogów prawniczych[36]. To bardzo charakterystyczne zjawisko. O ile bowiem kategorie emocji i pasji bez trudu współistnieją w dominującym dyskursie z kategoriami rodzicielstwa, podróży czy mody (w tym ostatnim wypadku dlatego, że korelują ze społecznym konstruowaniem kobiecości), o tyle profesjonalizm bywa od emocji najczęściej separowany. Tu jednak jest inaczej — pasja jest tym, co dyskursywnie uzasadnia blogowanie również tych, którzy w obszarze, o którym blogują, są — w tradycyjnym rozumieniu tego słowa — specjalistami i profesjonalistami (a więc, powiedzmy, zawodowo zajmują się mediami, prawem, reklamą, nauką itp.). „Leki są moją pasją"[37] — pisze na swoim blogu dyplomowana farmaceutka.

Jak widać, blogerzy wyraźnie unikają konstruowania się na swych blogach jako osoby profesjonalnie zajmujące się danym zagadnieniem, parające się tym z racji wykształcenia lub wykonywanego zawodu, jakkolwiek predysponowani do pisania blogów na dany temat. Ten rodzaj budowania wiarygodności i autorytetu w zasadzie na blogach się nie pojawia lub też, jeśli już się o nim wspomina, traktowany jest jako stosunkowo mało istotny.

---

[34] http://zpopk.pl/oblogu#axzz5BaiPk1L0 (dostęp: 17.07.2017).

[35] http://www.mediafun.pl/about/ (dostęp: 17.07.2017).

[36] Por. http://www.ipblog.pl/ (dostęp: 17.07.2017); https://www.cyberlaw.pl/blog/ (dostęp: 17.07.2017); https://prakreacja.pl/ (dostęp: 17.07.2017).

[37] http://pogromcyreklam.blogspot.com/ (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

Ciekawy zabieg formalny stosuje autorka bloga zwierzpopkulturalny, która od czasu do czasu „skrobie jakiś naukowy tekst". Ale by wyraźnie odseparować owe dwie aktywności — naukową (profesjonalną) i blogerską — na blogu autorka deklaruje, że nie stosuje znaków przestankowych (choć deklarację tę realizuje tylko w pewnym zakresie). Ów gest separujący ma bardzo charakterystyczne uzasadnienie, odwołujące się do prezentowanych już elementów samopisu (bycia sobą, autoprezentacji przekraczającej granice prywatności, zdradzania swoich tajemnic):

> Zapewne intryguje was jak osoba która tyle pisze może nie wstawiać przecinków. To proste mam dysortografię. Ponieważ kilkanaście lat reedukacji nie przyniosło wielkich sukcesów zwierz postanowił **być sobą** [wyróżnienia — K.S.K.]. Dla wszystkich potencjalnie przerażonych — **wszystkie teksty Zwierza poza blogiem posiadają redakcję i przecinki**. Ale blog to miejsce w którym **jestem sobą**[38].

„Nazywam się Dagmara Sobczak, ale mów mi Daga [wyróżnienie — K.S.K.]. Od 4 lat jestem szczęśliwym **socjologiem**, którego pasją jest społeczeństwo i jego obserwacja"[39] — rozpoczyna swą prezentację autorka bloga socjopatka. W tej wypowiedzi jest wszystko — i symetryczność komunikacji, i bezpośredniość relacji, i emocje, i wreszcie dystans do formalnego wykształcenia, które mogłoby konstytuować autorkę jako profesjonalną specjalistkę w obszarze, w którym porusza się na swoim blogu.

Jak widać, samoopis blogerów zdecydowanie różni się od samoopisu dziennikarskiego. Wyraźna jest jeszcze jedna, bardzo istotna, rozbieżność. Jest to wielokrotnie podkreślane nastawienie na to, co pozytywne. Abstrahując od znanego i niepotrzebnie wykorzystywanego w krytyce mediów powiedzenia, iż *bad news is good news*, trzeba stwierdzić, że mechanizmy medializacji preferują informacje, które stanowią odstępstwo od wartościowanego pozytywnie „porządku społecznego", od tego, „jak powinno być", czy też tego, jak „jest normalnie". Tymczasem blogerzy piszą o sobie jako o ludziach szczęśliwych i o „rzeczach, które ich cieszą"[40]. Nie tylko blogerka parentingowa przedstawia się jako „optymistka, totalnie zakręcona na punkcie pozytywnego myślenia"[41], także autor bloga prawnego pisze o sobie: „jestem szczęśliwym człowiekiem"[42], inny zaś „chce się dzielić swoją radością"[43] z czytelnikami. Oczywiście na blogach zdarzają się wpisy krytyczne wobec rzeczywistości, zazwyczaj jednak wymagają one dyskursywnego usprawiedliwienia[44].

Dopełnieniem charakteryzowanych wcześniej semantyk, wokół których koncentruje się samoopis blogerów, jest kategoria lifestyle'u „Slow Life, Slow Food & Slow Family Living — to nasze hasła przewodnie"[45] — pisze autorka bloga szczesliva.pl.

---

[38] http://zpopk.pl/oblogu#axzz4nMypcZ8K (dostęp: 17.07.2017).
[39] http://www.socjopatka.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[40] https://prakreacja.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[41] http://www.flowmummy.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[42] https://prakreacja.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[43] https://www.cyberlaw.pl/blog/ (dostęp: 17.07.2017).
[44] Por. np. http://www.socjopatka.pl/ (dostęp: 17.07.2017); http://zpopk.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[45] https://www.szczesliva.pl/ (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

Do kategorii lifestyle'u odwołują się autorzy i autorki m.in. takich blogów, jak blackdresses, secondhanddandy czy mrvintage[46]. Jeśli przyjmiemy, idąc za Maurycym Graszewiczem i Michałem Ulidisem, że „styl życia jest wyborem z repertuaru ofert komunikacyjnych, spoiwem, które łączy grupy o podobnych wartościach i światach przeżyć"[47], trzeba uznać, że lifestyle jako taki jest elementem konstruującym tożsamość jednostek funkcjonujących we współczesnych społeczeństwach, zaś uwypuklenie tej kategorii w odniesieniu do siebie oraz swojej aktywności komunikacyjnej stanowi jeden z elementów podkreślania indywidualizmu, odrębności oraz jednostkowości.

Powróćmy jednak do dziennikarskiego samoopisu. Jeśli przyjmiemy, że — według tego samoopisu oczywiście — zasadniczą rolą dziennikarza jest prezentowanie informacji o świecie (z czego wynikają dalsze, wspomniane wcześniej, zobowiązania), dziennikarz i jego/jej lifestyle (a więc suma indywidualnych wyborów z ofert komunikacyjnych) nie powinny być tu istotne. Co więcej, jeśli dziennikarz ma być obiektywny, jego/jej lifestyle stanowi potencjalnie jeden z biasów zakłócających właściwie realizowanie wymogów profesjonalnych. Nie oznacza to oczywiście, że dziennikarze stanowią grupę zawodową „bez lifestyle'u". Znaczy tylko tyle, że w dyskursie dziennikarskim lifestyle dziennikarza (dziennikarski) nie przejawia się w sposób bezpośredni jako istotny dla profesjonalnej komunikacji, nie jest deklarowany jako coś, co dla komunikującego podmiotu jest ważne. Nie chodzi tu bowiem o prezentowanie sposobu życia lub wartości, do których się odwołuję, lecz przekazywanie prawdy o świecie, pełnienie roli wspomnianego „okna na świat". Okno natomiast, ze swej istoty, powinno być przezroczyste. W wypadku blogerek i blogerów zdecydowanie jest przeciwnie.

Są więc blogerzy, w swej własnej rekonstrukcji, „sobą" — pozytywnie nastawionymi do świata pasjonatami spraw, o których blogują. Co zaś, w ich własnej ocenie, stanowi o wartości ich bloga? Inaczej rzecz ujmując, o czym piszą, dążąc do spozycjonowania swojego bloga jako wartego lektury? Wobec zrekonstruowanych elementów samopisu trudno im oczywiście powoływać się na ten rodzaj legitymizacji, do którego odnoszą się media i dziennikarstwo tradycyjne (społeczna odpowiedzialność, przekazywanie obiektywnej wiedzy o rzeczywistości czy budowanie samoświadomości społecznej). Legitymizację zapewnia jednak inny zespół wartości — mianowicie popularność bloga, ujmowana dyskursywnie wprost (blackdresses, mrvintage, crazynauka, tucholski) lub też poprzez kategorie społeczności/czytelników zgromadzonych wokół bloga: „Jednym z największych osiągnięć Zwierza jest zgromadzenie wokół bloga grupy ciekawych, kulturalnych i sympatycznych czytelników"[48] — pisze

[46] Por. http://secondhanddandy.pl/o-mnie (dostęp: 17.07.2017); http://mrvintage.pl/o-mnie-i-o-blogu (dostęp: 17.07.2017); http://blackdresses.pl/o-blogu/ (dostęp: 17.07.2017).

[47] M. Graszewicz, M. Ulidis, *Style życia. Zarys systemowej teorii i koncepcji badawczej*, „Dziennikarstwo i Media" 2, 2011, s. 26.

[48] http://zpopk.pl/oblogu#axzz4nMypcZ8K (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

autorka bloga zwierzpopkulturalny; „Do tej pory udało nam się zgromadzić wokół bloga bardzo mądrą, ciepłą i zaangażowaną społeczność"[49] — deklarują autorki mataja.pl. Legitymizacja, społeczne uzasadnienie istnienia bloga nie leży więc zdecydowanie w jego abstrakcyjnie rozumianej społecznej przydatności (jak w wypadku tradycyjnych mediów), konstytuuje się natomiast poprzez doraźną przydatność dla swych czytelników, a także — oczywiście — dla autorów.

Stosując kategorie Anthony'ego Giddensa, można wykazać, że klasyczne dziennikarstwo stanowi swoisty system ekspercki późnej nowoczesności[50]. W związku z tym podstawowym elementem dziennikarskiego samoopisu jest właśnie owa eksperckość. Inaczej jednak niż w przypadku np. medycyny, nie można eksperckości dziennikarskiej definiować poprzez zakres konkretnych umiejętności, które nie są dostępne innym uczestnikom życia społecznego. W związku z tym ciężar przenosi się na eksperckość w obszarze aksjologii i wiedzy o świecie — dziennikarz jest ekspertem o tyle, o ile spełnia wymogi dziennikarskiej etyki i realizuje swe społeczne zobowiązania. W przeciwnym razie staje się „jedynie media workerem". Dziennikarz jest ekspertem także w innym znaczeniu — ma dostęp do pewnych zasobów (informacji), do których dostęp nie jest powszechny, oraz ma pewne profesjonalne kompetencje, umożliwiające mu interpretację owych informacji (tu wyłącznie w znaczeniu umieszczenia ich w szerszym kontekście informacyjnym czy komunikacyjnym). W ten sposób, wobec braku innych narzędzi (którymi dysponują np. branże medyczne czy prawnicze), samoopis branży dziennikarskiej konstytuuje dystynkcję dziennikarstwa jako pola eksperckiego. Zauważmy jednak, że eksperckość ta (jak każda zresztą) w sposób niezbywalny wymaga swoistego dystansu komunikacyjnego — konstruowania siebie jako takiego uczestnika procesów komunikacyjnych, którego dostęp do zasobów jest większy niż „przeciętnych" uczestników życia społecznego. Eksperckość jest więc oczywiście swego rodzaju dominacją symboliczną.

Czy blogerzy komunikują symboliczną dominację nad swymi czytelnikami? Jak wynika z zaprezentowanych analiz — zdecydowanie nie. Pokusić można by się nawet o stwierdzenie, że komunikowanie owej dominacji byłoby dla popularności bloga i blogera zdecydowanie szkodliwe. Czy jednak blogerzy/blogerki komunikują siebie jako ekspertów? I tutaj odpowiedź może wydawać się zaskakująca — przeprowadzona analiza wykazuje bowiem istnieje owej kategorii w blogerskim samoopisie. Trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że eksperckość blogerów/blogerek konstytuowana jest przez zasadniczo odmienne semantyki niż eksperckość dziennikarzy. Bloger/blogerka jest bowiem ekspertem codzienności, doradcą w obszarze codziennych, prywatnych decyzji i wyborów. Dzieli się on/ona swą „wiedzą i doświadczeniem"[51], podpowiada

[49] https://mataja.pl/ (dostęp: 17.07.2017).

[50] Analogicznie jak w wypadku innych branż lokujących się w obszarze komunikacji profesjonalnej — por. np. K. Stasiuk-Krajewska, *Public Relations jako system ekspercki późnej nowoczesności*, „Teorie Komunikacji i Mediów" 5, 2012, s. 94–117.

[51] http://granos.pl/ (dostęp: 17.07.2017).

© for this edition by CNS

„jak zorganizować codzienność w serię właściwych wyborów i decyzji"[52]. Blogi zawsze dotyczą praktyk codzienności w jakimś sensie (także blogi specjalistyczne), prezentują „w prosty i przystępny sposób"[53] kwestie, które w dominującym dyskursie konstruowane są właśnie jako eksperckie. „Profesjonalizm bez garsonki, aktówki i sztywnej gadki"[54] — piszą o sobie autorzy jednego z blogów prawniczych. Bloger/blogerka doradzają — i w tym sensie są ekspertami. Doradzają jednak w sprawach codziennych i nie roszczą sobie dyskursywnych praw do odnoszenia się do jakkolwiek rozumianych prawd powszechnych. Udzielają rad na podstawie własnego doświadczenia, dystansując się często otwarcie wobec zewnętrznie konstruowanych systemów eksperckich, nawet jeśli w istocie są ich reprezentantami. Blog to tryumf wiedzy praktycznej, codziennej, gotowej do zastosowania i efektywnej. Nawet jeśli gdzieś w tle pojawia się nauka/medycyna/prawo lub jakakolwiek inna społecznie usankcjonowana „wiedza", zostaje ona zapośredniczona przez codzienność: „[w]ierzymy, że wyniki badań [naukowych — K.S.K.] mogą być pomocne w podejmowaniu świadomych decyzji związanych z ciążą, porodem i rodzicielstwem" — piszą autorki jednego z blogów. Ale: „[w]yniki te staramy się przełożyć na język zrozumiały dla każdego rodzica, okraszamy je specyficznym poczuciem humoru i odnosimy do własnych doświadczeń rodzicielskich"[55].

Rekonstruując cechy nadawcy w kontekście bloga jako gatunku multimedialnego, Marta Więckiewicz wskazuje cztery elementy: autoprezentację, egocentryzm, autoekspresję oraz ekshibicjonizm[56]. Przeprowadzona rekonstrukcja i analiza podstawowych elementów blogerskiego samoopisu również wykazuje istnienie takich semantyk dominujących — bloger/blogerka zasadniczo lokuje się w dyskursywnym centrum swojego blogowania. Oprócz indywidualizacji i intymności (ekshibicjonizmu) szczególnie istotne w kontekście moich rozważań wydaje się to, że prowadzona przez blogerów/blogerki narracja likwiduje dystans między nadawcą a odbiorcą, tym samym niwelując relację autorytetu (czy też znacząco ją modyfikując — wiodąc do kategorii autorytetu budowanego na kontestacji tego, co w dominującym dyskursie za autorytet się uznaje).

Obserwacje zamieszczone w tym artykule prowadzą do zasadniczego wniosku. Blogerzy i blogerki, w swej większości, nie tylko nie pozycjonują się w odniesieniu do kategorii dziennikarstwa (która to kategoria w analizowanych blogach w zasadzie się nie pojawia), co jeszcze istotniejsze — konstruują siebie i swoją aktywność medialną w odniesieniu do semantyk, które są zasadniczo odmienne, a wręcz przeciwne wobec tych, do których w swoim samoopisie odnoszą się dziennikarze. W samoopisie blogerów nie ma mowy o tym, co konstytuuje (auto)konstrukcję tradycyjnego dziennikarstwa jako profesji: prawdzie, społecznej odpowiedzialności, obiektywności czy nieza-

[52] http://blackdresses.pl/o-blogu/ (dostęp: 17.07.2017).
[53] http://www.ipblog.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[54] https://soinlaw.com/blog/ (dostęp: 17.07.2017).
[55] https://mataja.pl/ (dostęp: 17.07.2017).
[56] Por. M. Więckiewicz, *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*, Toruń 2012.

© for this edition by CNS

leżności. Blogerzy po prostu się do tych kategorii nie odnoszą. Jeśli więc przyjmiemy prezentowane na początku niniejszego tekstu założenie, zgodnie z którym w wypadku branż z obszaru komunikacji profesjonalnej zasadnicze dla ich definiowania jest zrekonstruowanie ich samoopisu (tego, jak przedstawiciele tych branż mówią sami o sobie), trzeba uznać, że blogerzy, którzy — co jednoznacznie wynika z prezentowanych analiz — konstruują sami siebie w odniesieniu do wartości zasadniczo odmiennych od tych, w odniesieniu do których konstruują się profesjonalni dziennikarze — po prostu więc za dziennikarzy uznawani być nie powinni[57]. Konstatacja ta dotyczy także blogów pisanych przez dziennikarzy, albowiem — jak wyraźnie wynika z tutejszych rozważań — istotna jest nie tyle tematyka bloga, ile raczej dyskursywna konstrukcja blogera/blogerki, wymuszana przez narracyjne i tekstowe schematy blogowania, poprzez scenariusz komunikacyjny, który jest tu aktualizowany.

Spojrzenie na zrekonstruowane dominujące semantyki samoopisu blogerów nasuwa jednak jeszcze jedno, zasadniczo odmienne w swej istocie, podejrzenie. Należałoby je oczywiście poddać dalszej weryfikacji badawczej. Nie sposób jednak nie dostrzec, że obszary dyskursywne, do których w swym samoopisie odnoszą się blogerzy/blogerki (indywidualizm, prywatność, codzienność, emocje), są bardzo bliskie tym, które aktualizuje się, analizując współczesne media i dziennikarstwo w krytycznym kontekście zmian, którym podlegają. Widać to wyraźnie, kiedy mówi się o *infotainment*, przekraczaniu granic prywatności, dziennikarstwie codziennego życia, pokazującym „zwykłych bohaterów". Jednocześnie w kontekst ten świetnie wpisuje się również traktowanie dziennikarzy (także przez nich samych) jako influencerów czy wręcz celebrytów. Być może jest więc tak, że korelacja między blogowaniem a dziennikarstwem istnieje. Jednak jej wektor jest zasadniczo inny od tego, który zakładano w klasycznym medioznawstwie — to nie bowiem blogerzy chcą lub mogą być dziennikarzami, to branża dziennikarska adaptuje pola semantyczne aktualizowane przez blogerski samoopis. Tendencja ta może — w perspektywie — doprowadzić do zasadniczych przesunięć też w dziennikarskim samoopisie, co za tym idzie — w dziennikarskiej tożsamości, wreszcie zaś — w funkcjach i rolach społecznych przypisywanych dziennikarzom.

[57] Jak się wydaje, ewolucja blogosfery podążyła raczej w kierunku zmarginalizowania tego typu aktywności blogerskiej, którą można było uznać za stosunkowo najbliższą dziennikarstwu — coraz mniej jest już (czy też precyzyjniej — nie cieszą się już wielkim powodzeniem) blogi typu „relacje z pierwszej ręki" lub „relacje przygodnego świadka", blogi obserwujących źródła. Zdaniem Jill Walker Redberg są to kategorie blogów najbliższe dziennikarstwu — por. *eadem*, *Blogowanie*, przeł. M. Szczubiałka, Warszawa 2012.

© for this edition by CNS

Bloggers and journalists. On journalism, blogging and relations between them

Summary

The paper is an attempt to reconstruct the identity and self-description of bloggers on the basis of an analysis of their presentations in tabs like "About me" on their blogs. The reconstruction is carried out in the context of the identity and self-description of the journalistic profession. Its basic goal is to answer the question about the relations between journalism and blogging, especially in the context of the ethical framework of the journalistic profession and its social functions. The author concludes that these identities — of the blogger and the journalist — are fundamentally separate.

© for this edition by CNS