

**Rafał Sidorowicz, *Teleobecne „ja”*.  
*Językowa autoprezentacja nadawcy w blogu*,  
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu  
Szczecińskiego, Szczecin 2013, ss. 222**

Rafał Sidorowicz napisał książkę, w której zgłębił interesujący problem jasno sprecyzowany w samym tytule, a dokładnie wyłożony we *Wprowadzeniu*: „[...] analiza autoprezentacji nadawcy w niniejszej pracy nie służy weryfikacji tożsamości i wizerunków autorów internetowych dzienników. Nie jest bowiem moim celem określenie, KIM są nadawcy, oraz wartościowanie, które miałyby prowadzić do odpowiedzi na pytanie, JACY są nadawcy. Biorąc pod uwagę niemożność naukowego rozstrzygnięcia prawdziwości treści blogów i językowego obrazu ich autorów, przyjąłem inny cel swoich badań. Chcę mianowicie zanalizować mechanizmy ujawniania się nadawcy w tak specyficznej, sprzyjającej autoprezentacji formie, jaką jest blog. Są to działania na płaszczyźnie języka, a precyzyjniej należy je określić działaniami «w przestrzeni hipertekstu», ponieważ właśnie hipertekst jest swoistym wizualnym przedstawieniem języka w Internecie” (s. 39). Równie jasno formułuje autor przyjętą przez niego metodę opisu: „Moja metoda polega więc nie na opisie blogu jako całości i zbioru tekstów, lecz na wyodrębnieniu pól hipertekstowych wspólnych dla wszystkich blogów, czyli określonych przestrzeni na stronach internetowych, którym ściśle przyporządkowane są funkcje komunikacyjne” (s. 42). Za przestrzenie te uznaje pola: adresu, katalogu, nagłówka, odnośników, wizytówki i notatki. Podstawą interpretacji są wpisy pochodzące ze stu najbardziej reprezentatywnych (spośród pięciuset obserwowanych przez autora) polskich dzienników elektronicznych dostępnych w internecie w latach 2006–2009 na trzech głównych platformach informacyjnych (Onet, Gazeta Wyborcza i Wirtualna Polska).

We *Wprowadzeniu* autor twórczo wykorzystuje bogatą literaturę przedmiotu (są to, przynajmniej w odniesieniu do polskiej lingwistyki, artykuły – monografii

dotąd brakowało, a lukę tę znakomicie wypełnia recenzowana książka), nie stroniąc od polemiki. Przykładowo, stanowisko Grażyny Stachyry<sup>1</sup>, iż quasi-dialog blogowy jest grą kreacyjną, słusznie uznaje za zbyt rygorystyczne, gdyż, jego zdaniem, analiza nicków prowadzi do wniosku, że są to formy wiele mówiące o nadawcach, stwierdza zatem, iż mianem gry kreacyjnej określić można „jedynie te blogi, których autorzy tworzą literacką fikcję (często informując o tym), jednak znakomita większość blogów to opisy życia codziennego z olbrzymim ładunkiem autentyczności faktów i emocji” (s. 12); za Marią Cywińską-Milonas<sup>2</sup> podkreśla, że: „Blog nie jest wyłącznie pamiętnikiem, ponieważ powstaje w wyniku interakcji społecznej i w tym sensie jego twórcami są wszyscy, którzy w tej interakcji uczestniczą” (s. 16), ale polemizuje z autorką w sprawie klasyfikacji blogów na blogi-monologi, blogi-dialogi i blogowspólnoty, zaś za ważny uznaje drugi zaproponowany przez badaczkę podział blogów – teliczny – według kategorii potrzeb nadawców (gratyfikacji ego, antydepersonalizacji, przynależności, władzy, samorealizacji) zaspokajanych przez prowadzenie blogu; jako wieloletni uważny czytelnik blogów ma podstawy, by nie zgodzić się z opinią Barbary Bonieckiej<sup>3</sup>, że ekspresja, uczuciowość i inteligencja cechują blogi pisane przez kobiety, gdyż – jego zdaniem – cechy te można przypisać wielu blogom niezależnie od płci nadawcy, a zatem „przyjęta przez autorkę metoda wybiórczego opisu notek nie do końca przybliżyła kwestię zaakcentowaną w tytule artykułu” (s. 32).

Rozdział I, *Historia i rozwój blogów*, to bardzo interesująca część książki, w której autor opisuje, jak od pierwszych sieciowych dzienników z 1991 roku rozwijała się forma, którą w 1997 roku zaczęto nazywać weblogiem, a w 2004 – blogiem. Pisze zatem o zjawisku stosunkowo młodym, ale rozwijającym się w niesłychanym tempie. Czytelnik dowiaduje się, że obecnie istnieją rozmaite odmiany e-dzienników, takie jak: blogi rysunkowe (sketchblogi), komiksowe, foto-, wideo- i audioblogi, blogoidy (ich nadawcami są firmy i instytucje), a ze względu na sposób przekazu – moblogi (umieszczane w internecie za pomocą palmtopów i telefonów komórkowych). Na podstawie książki Jaya Davida Boltera i Richarda Grusina<sup>4</sup> opisuje zjawisko remediacji – procesu, w którym nowe cyfrowe media przekształcają i „remediują” starsze formy werbalne i wizu-

<sup>1</sup> G. Stachyra, *Blog – tekst elektroniczny*, w: *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. I, pod red. J. Mazura i M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006.

<sup>2</sup> M. Cywińska-Milonas, *Blogi (ujęcie psychologiczne)*, w: *Liternet. Literatura i Internet*, pod red. P. Mareckiego, Kraków 2002.

<sup>3</sup> B. Boniecka, *Językowa prezentacja (płci) nadawcy w blogu*, w: *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, pod red. M. Filiciaka i G. Ptaszka, Warszawa 2009.

<sup>4</sup> J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, London 2000.

alne. I tak oto blogi oddziałują np. na telewizję, która wykorzystuje „oddolne dziennikarstwo” internautów; formą remediacji są również blogi literackie. W ich kontekście Sidorowicz dostrzega inne zjawisko, które nazywa „zamykaniem koła remediacji”, polegające na tym, że: „Blogi postrzegane jako formy pochodne od tradycyjnych form pisanych (dziennika, pamiętnika) przechodzą drogę ewolucji technicznej i medialnej, a następnie wracają do postaci pierwotnej – są bowiem często publikowane w wersji papierowej, klasycznej książki” (s. 65–66). Dodaje, że w języku angielskim funkcjonuje już nowe słowo *blook*, nazywające taką właśnie książkę i że pierwszą polską książką tego typu jest *Krótką historia Iwony Tramp* Krystyny Kofty (Warszawa 2001).

W rozdziale II, *Wokół definicji blogu*, Rafał Sidorowicz rozwija sygnalizowany już wcześniej problem metodologicznej niespójności funkcjonujących w literaturze przedmiotu definicji analizowanego gatunku i wykazuje niefrasobliwość terminologiczną autorów piszących o komunikacji w internecie. Przekonująco polemizuje z uproszczoną definicją bloga jako tekstu zorganizowanego na wzór form już istniejących (dziennika, pamiętnika), ale osadzonego w specyficznym środowisku strony internetowej. W takim ujęciu pozostają bowiem poza tym obszarem np. blogi poetyckie czy fotoblogi. Autor podkreśla, że najistotniejsze dla blogów jest wykorzystywanie w nich właściwości hiper tekstu, dzięki którym „blogi stały się formą mającą powtarzalne wyróżniki: odwróconą chronologię przekazu [...], nieograniczoną różnorodność treściową i formalną oraz multimedialność i interaktywność” (s. 77). Dwie ostatnie cechy znacznie oddalają blog od tradycyjnych gatunków literackich. Badacz odwołuje się do rozmaitych ujęć tego problemu. Przytacza przykładowo koncepcję Antoniny Szybowskiej i Kamilli Terminińskiej<sup>5</sup>, według których blog jest hipertekstową formą listu – listu otwartego, jak dodaje. Warto podkreślić bardzo trafny dobór blogowych cytatów ilustrujących zawarte w tym rozdziale dociekania genologiczne. Pod koniec swych rozważań Rafał Sidorowicz przytacza znaną definicję bloga sformułowaną przez Wojciecha Kajtocha<sup>6</sup>, ale – co jest godne uznania – nie poprzestaje na niej i podejmuje próbę stworzenia nowej definicji, pisząc: „Blog postrzegam więc jako rodzaj aktualizowanej strony internetowej o charakterze dziennika, która służy do zamieszczania różnorodnych komunikatów w odwróconym porządku chronologicznym (co umożliwia prezentowanie i eksponowanie treści najbardziej aktualnych) oraz do wymiany informacji między internautami. W moim rozumieniu blog jest więc swego rodzaju platformą komunikacyjną (organizowaną i zarządzaną przez nadawcę),

<sup>5</sup> A. Szybowska, K. Terminińska, *Blog – zapiski z sieci. Narodziny gatunku*, w: *Język a komunikacja 8. Język trzeciego tysiąclecia III*, t. I, pod red. G. Szpili, Kraków 2005.

<sup>6</sup> W. Kajtoch, hasło: blog, w: *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

której formalna cecha, jaką jest multimedialność, sprzyja wieloaspektowej autoprezentacji jej twórcy. Ponadto, dzięki właściwościom hipertekstu, owa platforma jest interaktywna, umożliwia bowiem nawiązanie i budowanie relacji nadawczo-odbiorczych” (s. 99).

W rozdziale *Autoprezentacja w ramie hipertekstowej* autor skupia się na istotnej dla funkcjonowania blogów roli technologii. Powołując się na opinię Jana Grzeni<sup>7</sup>, uznaje przeglądarkę internetową za ramę tekstową czy hipertekstową. Podkreśla, że „[...] komputerowy interfejs i substancja hipertekstowa warunkują cały akt komunikacyjny” (s. 106), przy czym interfejs rozumie jako „[...] program, panel komunikacyjny (formalnie wyobrażony graficznie i tekstowo), który umożliwia komunikację komputerową i internetową” (s. 105). Warto w tym miejscu dodać, że wybitny uczyony Lev Manovich, w nieuwzględnionej przez autora w bibliografii książce *Język nowych mediów*, wydanej w Stanach Zjednoczonych w 2001 roku, zaś w Polsce w 2006 roku, wprowadza termin interfejs kulturowy „do opisania interfejsu człowiek-komputer-kultura, czyli sposobu, w jaki komputer udostępnia dane kulturowe i pozwala nam na interakcję z nimi”<sup>8</sup>. Tenże autor zajmuje też odmienne od wyrażonego w recenzowanej książce stanowisko w sprawie układu treści w hipertekście – zaprzecza bowiem ich hierarchiczności. Manovich pisze: „W przypadku hiperłączy wykorzystywanych w HTML-u [...] nie ma żadnej struktury hierarchicznej [podkr. A.P.]. Dwa źródła połączone hiperłączem mają tę samą wagę, żadne nie jest ważniejsze od drugiego. Tak więc rozpowszechnienie się hiperłączy w latach 80. może być łączone z podejrzliwym stosunkiem kultury do wszelkich hierarchii i upodobaniem do estetyki kolażu [...]. Hipertekst internetu prowadzi czytelnika od jednego tekstu do drugiego, w nieskończoność. Wbrew popularnym wyobrażeniom mediów komputerowych wrzucających cały dorobek kulturowy ludzkości do jednej gigantycznej biblioteki (co zakładałoby istnienie jakiegoś systemu porządkującego) lub jednej gigantycznej książki (co sugerowałoby progresję narracyjną), najbardziej właściwym obrazem kultury nowych mediów wydaje się nieskończenie płaska powierzchnia, na której – bez żadnego porządku – rozłożone są teksty [...]”<sup>9</sup>. Może to stanowić ciekawy wątek w dalszej dyskusji nad hipertekstem. W omawianym rozdziale Rafał Sidorowicz, za Magdaleną Buczek<sup>10</sup>, opisuje blog jako przekaz ergodyczny (od *ergos* + *hodos*), w którym twórca bloga, niczym kapitan, żegluje w przestrzeni wirtualnej, wyznaczając szlak dla odbiorcy-czytelnika, który, nawigując, może

<sup>7</sup> J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.

<sup>8</sup> L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypriański, Warszawa 2006, s. 148.

<sup>9</sup> Ibidem, s. 156–157.

<sup>10</sup> M. Buczek, *Linearność a hipertekstowe struktury w Internecie*, „Polonica” 2005, XXIV-XXV.

tworzyć unikatowe sekwencje semiotyczne. Następnie wyodrębnia on pola charakterystyczne dla struktury bloga i pokazuje, w jaki sposób prezentuje się w nich nadawca. Są to zatem:

1. Pole adresu i nagłówka – tu: wstępna prezentacja (imię, wiek, tematyka bloga, motto itp.).

2. Pole wizytówki – tu: rozmaite dane o nadawcy, np. cechy charakteru, wygląd, zainteresowania, dane osobowe. Wizytówki mogą też wprowadzać w treść bloga, a także zawierać „usprawiedliwienie” zajęcia miejsca w cyberprzestrzeni (motywacja istnienia autora w sieci).

3. Pole odnośników (tzw. *blogroll*) – pole w bocznej części bloga zawierające hipertekstowe odsyłacze do interesujących, zdaniem nadawcy, miejsc w sieci, służące też budowaniu blogosfery.

4. Pole notatki – centralne miejsce, wpisy tworzące oś fabularną bloga. Rafał Sidorowicz zaznacza, że „Banalność owych opisów jest czasem tylko pozorna. W rozwinięciu tekstu autorzy często przechodzą do opisu ciekawych przemyśleń dotyczących sytuacji, ocen swoich reakcji lub komponują tekst zakończony pointą” (s. 122).

Autor zastrzega, że pomija pole komentarzy, choć zdaje sobie sprawę, iż „pełna analiza konkretnego blogu musiałaby obejmować także treści przekazywane za pomocą tego specyficznego kanału komunikacyjnego” (s. 124, przyp. 34).

Właściwa analiza zgromadzonego materiału badawczego następuje w rozdziale IV – *Katalog i nazwa jako pola autoprezentacji* i V – *Pola autoprezentacji na stronie głównej*. Przejrzystość kompozycyjną uzyskał tu Sidorowicz przez wydzielenie odpowiednich podrozdziałów. W rozdziale IV są to np.: *Rodzaje bloginów wskazujących na nadawcę*, *Bloginy wskazujące na blog* (w obu podrozdziałach szczegółowe omówienie strategii nazewniczych). Należy docenić rzetelność semantycznych dociekań i interpretacji, precyzję terminologiczną, refleksje psychologiczne, liczne odwołania do literatury przedmiotu, w tym, podobnie jak w rozdziałach teoretyczno-genologicznych, merytorycznie uzasadnione, wyważone polemiki, jak np. etymologiczne reinterpretacje loginów z artykułu Wandy Krzemińskiej<sup>11</sup>. Autor trafnie nawiązuje do Goffmanowskich kategorii relacji międzyludzkich, stworzonych przecież w połowie ubiegłego stulecia, gdy internetu nie było sobie można nawet wyobrazić. W analizach uwzględnia wielomedialność blogowego przekazu – kod werbalny oraz ikoniczny, zwraca uwagę na nieograniczone wprost możliwości wizualizacji tekstu. Przykłady ilustruje świetnie dobranymi, czytelnymi zdjęciami stron WWW.

---

<sup>11</sup> W. Krzemińska, *Tworzenie loginów w adresach elektronicznych*, w: *Przestrzenie informacji*, pod red. W. Krzemińskiej i P. Nowaka, Poznań 2002.

W *Zakończeniu* badacz podkreśla, że „Wszyscy nadawcy w blogach są reprezentowani nie przez pozajęzykową rzeczywistość, ale przez szeroko pojęty znak [podkr. A.P.]” (s. 204), a autoprezentacja zależy nie tylko od ich kompetencji językowej, ale także od kompetencji technicznej, przekładającej się na umiejętność wykorzystania poszczególnych pól hipertekstowych. Bibliografia liczy około 110 pozycji, a istotnym dopełnieniem całości jest *Aneks* ze zdjęciami blogowych wpisów.

Książka Rafała Sidorowicza ma charakter interdyscyplinarny – jest publikacją z zakresu językoznawstwa, medioznawstwa i komunikologii, wykorzystana została w niej również wiedza psychologiczna i socjologiczna. Z pewnością zainteresuje ona specjalistów z tych dziedzin, ale także osoby, które piszą blogi i chciałyby udoskonalić swój warsztat. Jest to praca będąca wynikiem dojrzałych przemyśleń autora, który, poza przygotowaniem merytorycznym, ujawnił w niej także niewątpliwy talent dydaktyczny, gdyż prowadzi czytelnika krok po kroku do jasno sprecyzowanego celu, zaś wnioski formułuje z rozwagą, twórczo rozwijając dorobek naukowy z interesującego go kręgu zagadnień.

*Anna Piotrowicz*