

Marzanna Uździcka, Mateusz Póttorak

Uniwersytet Zielonogórski

WPŁYW NADAWCY NA KSZTAŁTOWANIE SIĘ RELACJI NADAWCZO-ODBIORCZYCH W BLOGU (NA PODSTAWIE BLOGÓW TEMATYCZNYCH O LITERATURZE KRYMINALNEJ)



Przedmiotem niniejszego artykułu jest próba określenia, na ile i w jaki sposób autor blogu, jednej z najbardziej dynamicznie rozwijających się współcześnie form komunikowania się w przestrzeni internetowej, kreuje relacje nadawczo-odbiorcze. Podstawą przeprowadzonych analiz będą konstatacje zawarte w pierwszej części artykułu, które określą zmiany tych relacji, które zachodzą w ogóle w komunikacji medialnej, i ich wpływ na warstwę komunikacyjną blogu.

Pragniemy przy tym zaznaczyć, że ze względu na zawężony materiał (cztery typy blogów tematycznych), który został poddany oglądowi, niniejsze rozważania będą miały charakter rekonesansu badawczego.

Dynamika przemian społeczno-kulturowych wpłynęła na przeobrażenia w obrębie komunikacji, w której nową sferą kontaktów językowych stała się komunikacja masowa. Szczególnego wyrazu nabrała ona w przestrzeni internetowej, gdzie charakterystyczne dla niej gatunki wypowiedzi i narzędzia, jakie daje Internet, w sposób znaczny zmieniły jakość relacji nadawczo-odbiorczych. W tradycyjnym medialnym dyskursie przepływ informacji miał z reguły charakter jednokanałowy i jednostronny, gdzie „absolutną władzę informacyjną” posiadał nadawca, a odbiorca był w zasadzie biernym uczestnikiem procesu komunikacji. W przestrzeni internetowej jego ranga wzrosła, co odzwierciedla się przede wszystkim w aktywności odbiorcy, która przybierać może najróżniejsze formy: od weryfikacji otrzymywanych przez niego informacji, ich uzupełniania, waloryzowania, komentowania, poprzez uczestniczenie w wymianie różnych wiadomości, a nawet wpływie odbiorcy na kierunek rozwoju komunikowanych treści. Wynika to z jakości i tempa kształtowanych w komunikacji internetowej interakcji oraz zmiany intencji nadawcy, który niejednokrotnie zachęca odbiorcę i oczekuje od niego konkretnej reakcji na otrzymywane informacje. Istotne

jest również to, że bogactwo metod i technik komunikacyjnych, jakie oferuje Internet, wpływa decydująco na jakość kontaktu nadawcy z odbiorcą. Kontakt ten, oprócz tego, że staje się żywy, dynamiczny i bezpośredni, jest zdecydowanie bliższy bez względu na takie chociażby bariery komunikacyjne, jak: dystans, język, kultura itp.

Ten właśnie nowy wymiar relacji nadawczo-odbiorczych przyczynił się w znacznej mierze do niezwyklej popularności sieciowej formy publikacji, jaką jest blog¹. Szczególne znaczenie ma tu w miarę stały kontakt między nadawcą a odbiorcą/ odbiorcami, co wynika z regularności wprowadzanych przez autora wpisów i równie częstych reakcji na nie. Dochodzi w nich niejednokrotnie do bezpośredniej wymiany poglądów – opinie i pytania mogą pojawić się jeszcze tego samego dnia w formie kolejnego wpisu czy odcinka. Blog staje się więc wygodnym narzędziem rozmowy, co prawda niewymagającym równoczesnej obecności wszystkich jej uczestników, ale dającym możliwość dwu- lub wielostronnego kontaktu. Można powiedzieć, że w ten sposób manifestuje się w nim potrzeba dialogu i wymiana poglądów między nadawcą a odbiorcą/ odbiorcami lub między odbiorcami. Każdy z nich, znajdując się w podobnej sytuacji, ma możliwość repliki. Towarzyszy temu określona integracja uczestników interakcji, a nadawca często, oczywiście z różnym nasileniem, kreuje stosunki zażyłości. Tworząca się bliskość obu stron i dynamiczność przekazu sprawiają, że wokół blogu buduje się pewnego rodzaju społeczność,

specyficzna wspólnota kreacyjna, na którą składa się: autor, jego aktywni czytelnicy oraz interfejsy, którymi może wzbogacać (ozdabiać np. fotografią, animacją) własne utwory zarówno autor, ale także taką inicjatywę mogą podejmować sami czytelnicy. Społeczność ta przybiera charakter interakcyjny i komunikacyjny, ma również wymiar estetyczny, artystyczny i socjotwórczy².

Trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że w dalszym ciągu rola nadawcy jest tu kluczowa. To on bowiem głównie „modeluje” blog, tworzy określony obraz rzeczywistości,

¹ W istniejącej literaturze przedmiotu *blog* definiowany jest różnorodnie, a jego cechy gatunkowe wyznaczone są z perspektywy wybieranej w danym opisie metodologii. Wszystkie propozycje definiowania tego terminu są nam znane, ale ze względu na przyjęty cel artykułu odwołam się do *Słownika terminologii medialnej*, gdzie *blog* definiowany jest jako „dziennik (pamiętnik) prowadzony w Internecie, rodzaj osobistej strony WWW, na której autor umieszcza zapiski swoich bieżących przeżyć i przemyśleń oraz różne, jego zdaniem, interesujące informacje” (W. Kajtoch, *Blog*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 18). Ważna jest dla nas także opinia wyrażona w artykule *Blog to...blog. Blogi oczyma blogerów...*, w którym podkreśla się, że „autor [blogu – M.P. i M.U.] umieszcza datowane wpisy, wyświetla je kolejno, od najnowszych począwszy”, a przy notatce „zwykle pojawia się data [...] i tytuł”, czytelnicy zaś mają „możliwość zamieszczania swoich komentarzy pod wpisami” (A. Gumowska, M. Maryl, P. Toczyński, *Blog to...blog. Blogi oczyma blogerów. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, [w:] *Tekst (w) sieci. Tekst – język – gatunki*, red. D. Ulicka, Warszawa 2009, s. 285). Inne, istotne dla nas definicje *blogu*, pojawiają się w przywołanej poniżej *Bibliografii*.

² I.S. Fiut, M. Matuzik, *Blogi – literatura interaktywna w sieci*, „Estetyka i Krytyka” 2002, nr 3, s. 41.

niejednokrotnie go waloryzuje (wyraża o nim opinie, poddaje ekspresji), wprowadza (zaprasza) do niego odbiorcę. Odbiorca (odbiorcy) zaś nie pozostaje bierny. Dzięki temu, że ma możliwość szeroko rozumianego komentowania wpisów, a jego aktywność jest konieczna dla istnienia blogu (w przypadku braku reakcji czytelników konkretna strona może być „zdjęta” przez administratora portalu) wpływa w znacznym stopniu nie tylko na kształt, ale i często na kierunek rozwoju komunikatu. Natomiast dla nadawcy-blogera komentarze stanowią wyraźną informację o jakości podejmowanych przez niego działań.

Blog jako gatunek wypowiedzi internetowej jest współcześnie niezwykle zróżnicowany. Dotyczy to także relacji nadawczo-odbiorczych i roli obu stron w procesie komunikacji. Z punktu widzenia procesu komunikacji można za Marią Cywińską-Milonas wyróżnić trzy rodzaje blogów: blog-monolog, blog-dialog i blogowspólnotę³.

Blog-monolog charakteryzuje się w zasadzie jednokierunkowością przekazu, w którym autor upublicznianych w sieci wpisów-notatek pełni w swojej świadomości wyłącznie rolę nadawcy (nie decyduje się na przyjęcie roli odbiorcy) i nie odpowiada na pojawiające się pod jego postami komentarze, których autorami są tzw. potencjalni odbiorcy umieszczanych w sieci komunikatów⁴.

Blog-dialog jest przykładem kontaktu dwustronnego, autor wchodzi tu w interakcję ze swoimi czytelnikami, którzy komentując lub oceniając wpisy, przybierają także rolę nadawcy. Natomiast bloger, odpowiadając na komentarze, zmienia się w odbiorcę. Dużo większa ilość przekazywanych treści przez blogera i ich znaczenie dla kształtowania warstwy informacyjnej blogu powoduje jednak, że relacja nadawczo-odbiorcza mimo wszystko nie jest tu symetryczna.

Najbardziej rozbudowaną pod względem komunikacyjnym jest blogowspólnota, gdzie kontakt ma charakter wielostronny, a granica między nadawcą a odbiorcą jest mało widoczna. Nadawca-bloger pełni głównie funkcję moderatora dyskusji-rozмовy, będąc przede wszystkim autorem wpisów o charakterze przyczynkowym, często tylko wprowadzającym. Bywa, że dyskusje te przyjmują formę asynchronicznych czatów o kilkuset komentarzach, które odbywają się wokół różnych moderatorów⁵.

W dalszej części rozważań odniesiemy się do relacji nadawczo-odbiorczych w blogach, które można określić jako tematyczne⁶, to znaczy takie, które intencjonalnie

³ M. Cywińska-Milonas, *Blogi (ujęcie psychologiczne)*, [w:] *Liternet. Literatura i internet*, red. P. Marecki, Kraków 2002, s. 99-101.

⁴ Ignorowanie uwag i pytań jest zachowaniem uważanym w blogosferze za nietaktowne.

⁵ Tzw. gwiazd blogowych, czyli u blogowiczów, którzy są w centrum stosunkowo gęstej siatki socjometrycznej.

⁶ Jak dotąd, nie ma jednoznacznej definicji blogu tematycznego. Obserwując różne formy tego typu komunikowania, można wyróżnić dwie grupy: blogi tematyczne o funkcji reklamowej (np. określonej marki produktu) oraz blogi poświęcone zainteresowaniom nadawcy.

skupiają się na jednym, głównym temacie lub dotyczą jednej dziedziny. Intencja ta jest związana z zainteresowaniami nadawcy (nie ma charakteru marketingowego czy reklamowego), a odbiorców i nadawcę łączy, integrują podobieństwo tych zainteresowań i potrzeba samorealizacji łączona z ich rozwijaniem poprzez różne formy aktywności w sieci. Stąd większość takich blogów cechuje posiadanie stałej grupy odbiorców – społeczności o przewidywalnych cechach. Można więc zakładać, że społeczność ta, mniej lub bardziej doraźna, ma pewne cechy wspólnoty ścisłej, chociażby w kształtowaniu i realizacji takich samych wzorów językowych zachowań w mówieniu o przedmiocie zainteresowań (np. poprzez leksykę skupioną wokół określonych pól semantycznych odpowiadających tematowi, zbliżone lub identyczne konteksty, wspólne kolokacje itp.).

W obrębie naszych zainteresowań znalazły się blogi związane z szeroko rozumianą literaturą kryminalną. Powieść kryminalna jest tym gatunkiem tekstu literackiego, który współcześnie przeżywa renesans czytelniczy, a przy tym niezwykle intensywnie ewoluuje pod wpływem kształtujących się prądów kulturalnych. To duże zainteresowanie kryminałem przekłada się na liczbę różnego typu (instytucjonalnych i indywidualnych) publikatorów internetowych oraz niezwykle aktywność i żywiołowość reakcji ich odbiorców. Do jednych z najbardziej popularnych form komunikowania o kryminałach zaliczyć należy blogi autorów oraz miłośników tej twórczości⁷.

Z komunikacyjnego punktu widzenia istniejące w sieci blogi poświęcone twórczości kryminalnej prezentują głównie dwa ze wskazanych wyżej typów. Charakteryzując kształtowane w ich obrębie relacje nadawczo-odbiorcze, odwoływać się będziemy do:

- a) blogu wortalowego⁸ *Kryminalna Piła*⁹, gdzie autor umieszcza recenzje kryminałów, wywiady z autorami i pasjonatami powieści detektywistycznych, relacje z imprez i spotkań organizowanych wokół kryminału; blog ten można określić jako blog-dialog, chociaż relacje nadawczo-odbiorcze kształtują się na płaszczyźnie oficjalnej;
- b) blogu recenzenckiego *W świecie słów*¹⁰, na którym autorka publikuje recenzje przeczytanych przez siebie powieści detektywistycznych; blog ten spełnia wszystkie kryteria blogu-dialogu, a relacje nadawczo-odbiorcze kształtowane są na

⁷ Biorąc pod uwagę kryterium frekwencyjności, do najpopularniejszych form komunikowania o kryminałach, w których jednocześnie kładzie się nacisk na interakcję z odbiorcą komunikatu, zaliczyć można oprócz blogów autorów oraz miłośników ich twórczości, internetowe tematyczne fora dyskusyjne, wortale informacyjne dostarczające wiadomości o konkretnej tematyce, portale społecznościowe.

⁸ Wortal (inaczej portal tematyczny) dotyczy jednej dziedziny, ale za to dostarcza wielu szczegółowych informacji, umożliwia pogłębienie wiadomości oraz integruje osoby zainteresowane daną tematyką.

⁹ blog.kryminalnapila.pl/ [dostęp: styczeń 2014-wrzesień 2015 r.].

¹⁰ wswiecieslow.blogspot.com/ [dostęp: styczeń 2014-wrzesień 2015 r.].

plaszczyźnie lokalnej o dużej bliskości pomiędzy autorką a czytelnikami i samymi użytkownikami; relacje te w wielu przypadkach mają charakter kontaktu indywidualnego (np. autorka poleca książki konkretnym odbiorcom); kształtowana tam społeczność ma cechy „stałych bywalców”, można nawet odnaleźć w niej cechy blogowspólnoty, ponieważ niekiedy staje się ona swoistym forum dyskusyjnym, którego problematyka wybiega zdecydowanie poza temat konkretnego wpisu, a blogerka jest jedynie moderatorką dyskusji;

- c) blogu konkursowego Mariusza Czubaja¹¹ (pisarza kryminałów, profesora antropologii) *Żywi i umarli*, na którym pisarz propagował literaturę kryminalną i przeprowadzał swój autorski konkurs *Lato z kryminałem* na napisanie opowiadania kryminalnego; blog prowadzony był tylko przez miesiąc (czas trwania konkursu: od 11 sierpnia 2014 roku do 15 września 2014 roku), ale zdołał zgromadzić dużą liczbę odbiorców, którzy od początku byli identyfikowani jako grupa osób o ambicjach i predyspozycji do pisania tekstów o wątkach kryminalnych, która chciała rywalizować w ogłoszonym konkursie¹²;
- d) blogu typu *fan fiction* (niezwykle dynamicznie rozwijający się rodzaj wypowiedzi internetowych prezentujących twórczość blogera)¹³ Pauliny Klecz pod tytułem *Cień*¹⁴, na którym autorka publikuje własną powieść w odcinkach, inspirowaną literackimi pierwowzorami; kształtowana w obrębie blogu społeczność to głównie ludzie młodzi – w wieku szkolnym (wskazują na to treści komentarzy), a ze statystyki czytelnicznej wynika, iż twórczość blogerki śledzi regularnie kilkadziesiąt tysięcy odbiorców, którzy tworzą swoistego rodzaju blogowspólnotę¹⁵; *Cień* bowiem dynamicznie funkcjonuje także w mediach społecznościowych, w których czytelnicy dzielą się między sobą odczuciami dotyczącymi treści kolejnych fragmentów książki bądź przewidywanym przez siebie rozwojem fabuły; dzięki temu zasięg odbiorczy powieści nieustannie rośnie, a relacje między odbiorcami zacieśniają się.

¹¹ czubaj.blog.polityka.pl/ [dostęp: styczeń 2014-wrzesień 2015 r.].

¹² Dokładna charakterystyka tych relacji przedstawiona została w artykule: M. Półtorak, *Komunikowanie o literaturze kryminalnej w Internecie (na podstawie blogu Żywi i umarli Mariusza Czubaja)* [w druku].

¹³ Nurt publikacji *fan fiction* to bardzo dynamicznie rozwijająca się dziedzina blogów internetowych. Autorzy blogów publikują na swoich platformach fragmenty pisanych przez siebie powieści i opowiadań. Treści często oparte są na faktycznej powieści, będącej inspiracją dla autora. Tym samym rozwijają historię pierwowzoru w oparciu o świat przedstawiony i bohaterów znanych z książki. Zdarza się jednak, iż blogerzy budują własny świat literacki, postaci i wątki, nie korzystają przy tym z zamkniętej już literackiej historii. Blogi tego typu cieszą się dużym zainteresowaniem także w Polsce, co widać, analizując prezentowany przykład.

¹⁴ cienfanfic.blogspot.com/ [dostęp: styczeń 2014-wrzesień 2015 r.].

¹⁵ W konfrontacji ze średnimi nakładami wydawanych w Polsce książek wynik ten wydaje się imponujący.

Kształtowanie relacji nadawczo-odbiorczych poprzez uobecnianie się nadawcy

Budowanie relacji nadawczo-odbiorczych rozpoczyna się już we wstępnej części struktury blogu w tzw. polu wizytówki¹⁶. Znajdują się tu nie tylko różne dane o nadawcy (np. dane osobowe, zainteresowania, cechy charakteru, wygląd itd.), ale ważne z punktu widzenia niniejszych rozważań motywacje istnienia autora w sieci oraz intencje i cel tworzenia blogu. Przeważnie ma to charakter autoprezentacji w postaci dłuższej wypowiedzi, która odzwierciedla kompetencję językową i komunikacyjną blogera, czasami ujawniana jest jego sprawność genologiczna (choć znaczenie mają także umiejętności techniczne)¹⁷. Często forma tego komunikatu sugeruje typ kodu, jaki będzie preferowany przez nadawcę.

Autorka blogu *W sieci słów*, pisząc o sobie:

Z wykształcenia jestem leśnikiem, z pasji entomologiem, ale przede wszystkim jestem wielbicielem literatury i niespełnionym artystą. [...] Ten blog to jest **mój kawałek podłogi**. Nie jestem profesjonalnym recenzentem, tylko czytelnikiem. Moje recenzje NIE są obiektywne. Czasami nie są nawet recenzjami... I wiecie, co? Mam to gdzieś, bo piszę tutaj po to, aby podzielić się wrażeniami z lektury, a te zawsze są subiektywne. [...] Zaręczam, że w żadnej recenzji nie dopatrzycie się spoilerów...¹⁸,

sugeruje kontakt na płaszczyźnie lokalnej, jak widać mieszany pod względem językowym, wprowadza bowiem do swojej wypowiedzi elementy nacechowane emocjonalnie i stylistycznie (typowe dla kontaktu indywidualnego).

Inaczej przedstawia się autoprezentacja autora blogu *Kryminalna Piła*, który pisze:

Polonista z wykształcenia, policjant z zawodu, wykładowca kryminalistyki z pasji i etatu, miłośnik literatury i muzyki klasycznej. Dzielę się swoimi wrażeniami z lektur, w których objawia się ciemna i jasna strona ludzkiej natury – zło pod postacią zbrodni i dobro pod postacią dążenia do prawdy i sprawiedliwości.

Wpis ten sugeruje kontakt na płaszczyźnie oficjalnej, co realizowane jest także w kolejnych tekstach, gdzie bloger posługuje się zunifikowanym kodem, ujednoliconym w warstwie leksykalnej i składniowej.

¹⁶ R. Sidorowicz wyróżnił w strukturze blogu tzw. pole hipertekstowe, wspólne dla wszystkich rodzajów blogów, oznaczające określone przestrzenie na stronach internetowych, którym ściśle przyporządkowane są funkcje komunikacyjne. Są to: pole adresu, pole katalogowe, pole nagłówka, pole odnośników, pole wizytówki, pole notatki. (*Teleobecne „ja”. Językowa autoprezentacja nadawcy w blogu*, Szczecin 2013, s. 47).

¹⁷ Por. „Wszyscy nadawcy w blogach są reprezentowani nie przez pozajęzykową rzeczywistość, ale przez szeroko pojęty znak” (*ibidem*, s. 204).

¹⁸ Wszystkie cytacje pochodzą z okresu, który jest podany w przypisach blogów w sekwencji: *dostęp* oraz zgodnie z oryginalną pisownią.

Niekiedy dodatkowe informacje o nadawcy umieszczane są jakby przy okazji wpisów już tematycznych, np. z recenzji książki *Okularnik* Katarzyny Bondy można dowiedzieć się czegoś o autorce:

mieszkam pod Hajnówką już piąty rok, znam jej uliczki, knajpki, znam też ludzi, których nazwiska pojawiają się w powieści, mimo to nie jestem „swoja” [...]. Nie znam tutejszej gwary, religii, kultury [...].

Inaczej natomiast wygląda uobecnianie się nadawcy w blogu *Cień*. W „polu wizytówki” blogerka przedstawia siebie jako autorkę drukowanej w odcinkach książki o małym doświadczeniu literackim – nazywa siebie „amatorką”. Ma to jednak charakter gry z potencjalnym odbiorcą, ponieważ w specjalnej zakładce wymienia wszystkie swoje osiągnięcia: między innymi nominację do nagrody BLOGU ROKU 2014 na portalu Onet.pl, informację o wydaniu pisanej w sieci książki w formie opowiadania jako *e-book* i w wersji papierowej. Prowadzi też intensywną reklamę, zachęcającą do nabycia wersji wydawniczej.

Jest i tak, że forma uobecniania się nadawcy, może tylko pozornie sugerować typ kontaktu. Mariusz Czubał w swoim blogu już od początku dopuszczał pewien rodzaj intymności z odbiorcą, „zapraszając” go do swojej prywatności, np.:

Pozwólcie na krótkie wyznanie z cyklu: „Jak zostałem pisarzem”. Właściwie spowiedzi takie należy czynić [...]. Ponieważ żadna z tych rzeczy mi nie grozi, pozwólcie więc, że opowiem teraz.

I chociaż w samych wpisach uwidacznia się bardzo żywa interakcja między nim a czytelnikami (np. uczestnicy konkursu odnosili się czasami krytycznie do wpisów Czubała, a on sam nie stronił od polemiki, starając się reagować na każdy, nawet najbardziej krytyczny głos), to jego rola nauczyciela, mistrza, profesjonalisty wyznacza relacje nadawczo-odbiorcze na poziomie oficjalnym:

Szanowny Panie Andrzeju. [...] Warsztat jest bazą. I od podstaw trzeba zacząć. Oczywiście, każdy pisarz chce stworzyć coś, co będzie miało autorską sygnaturę, podpis, ale – szczególnie w przypadku literatury o silnie zarysowanych regułach gatunkowych – jeśli rzecz sprowadzi się do samego podpisu, to wychodzi zwykle bełkot.

Profilowanie typu kontaktu z odbiorcą

Istotnym aspektem komunikacyjnego funkcjonowania omawianych blogów jest typowa dla kontaktu bezpośredniego zamiana ról – z nadawcy w odbiorcę i odwrotnie. Wynika to oczywiście z gatunkowego kształtu tej formy komunikatu, ale warto podkreślić, że aktywność czytelników jest często prowokowana, a nawet projektowana

przez autorów blogu. Przybiera to różną formę, a uwarunkowane jest, z jednej strony, intencją, celem wpisów, z drugiej, indywidualnymi cechami i wyborami nadawcy co do sposobu kontaktowania się z czytelnikami. Porównajmy dla przykładu dwa blogi *Cień* i *W sieci słów*.

Paulina Klecz ma zwyczaj umieszczania pod wpisem, którego treścią jest kolejny odcinek powieści *Cień*, czasowników o funkcji apelu zachęcającego do aktywności:

Czytasz? **Skomentuj i zaobserwuj.**

Jeśli czytasz **skomentuj i zaobserwuj** – DZIĘKUJĘ

Jeśli przeczytałeś/łaś rozdział – **dadaj** proszę komentarz itp. [pogrubienia M.U.]

Często zwroty motywujące czytelnika do działania mają charakter bardzo emocjonalny:

Jest mi przykro... widząc jak z rozdziału na rozdział pojawia się coraz mniej komentarzy. Czy to opowiadanie was nudzi? Przestaliście tu wchodzić? [...] Proszę komentujecie. [...] Nie chodzi o to, że chcę sobie nabić komentarzy. [...] Piszę dla was, a wasze odpisywanie to dla mnie motywacja i satysfakcja z dobrze wykonanej roboty.

Inną rzeczą jest, na ile ta wypowiedź jest szczerą, ponieważ autorka na blogu umieszcza wiele reklam, do których odwiedzania zachęca specjalnie skonstruowanym postem.

Autorka w rzeczywistości komunikuje się z odbiorcami tylko w „polu notatki”, tj. centralnym miejscu, gdzie wpisy tworzą oś fabularną blogu¹⁹. Odpowiada na pytania, wątpliwości, reakcje dotyczące kolejnych rozdziałów książki kompleksowo, tzn. ustosunkowuje się jednocześnie do wielu komentarzy:

Liczyłam, że skończą się pytania: Kiedy rozdział, kiedy next, ale to chyba nieuniknione. Nie wyrobiłam się [...].

Stara się przy tym cały czas utrzymać zainteresowanie swoim blogiem i pisaną powieścią, często jej wpisy brzmią jak spoty reklamowe:

(1) „Bry! Jeszcze jeden rozdział i kończymy dział. Jak myślicie, świeczka dla Caitlin zgasła? A może to kolejna groźba rzucona na wiatr? Czyżby Michael wpadł do domu? [...] Dowiedcie się w następnym rozdziale Pułapki! [...]

(2) Pierwszy rozdział w styczniu, na razie jest prolog. Mam nadzieję, że Wam się spodoba. Jest trochę w klimatach Cienia, ale lżejsze. Dużo humoru, bohaterowie mają po części zbliżone charaktery [...].

(3) Co do sprawy związanej z Wattlepadem Jestem zmuszona milczeć...// poczekajcie jeszcze trochę? Już niedługo, obiecuję!

¹⁹ R. Sidorowicz, *op. cit.*, s. 47.

Natomiast autorka blogu *W sieci słów* konwersuje z odbiorcą głównie w „polu komentarzowym”, co jest charakterystyczne dla większości blogów i realizuje konstytutywną dla nich cechę interaktywności, rozumianą tu jako potrzebę kontaktu, podjęcia dialogu z odbiorcą, który w ten sposób staje się aktywnym uczestnikiem, a nie tylko biernym obserwatorem. Blogerka prowadzi tam dialog z czytelnikami swoich recenzji, odnosząc się bezpośrednio do wpisów konkretnych osób: komentuje je, odpowiada na pytania lub sama je zadaje:

A co powiesz na to, co zrobiła Prus?; No to ciekawa jestem, jak ci się spodoba, bo lektura to zdecydowanie pokręcona; Zobaczymy, czy skojarzenie masz słuszne [...] itp.

Analizując poszczególne wpisy, zauważyć można dużą bliskość relacji pomiędzy czytelnikami blogu, do czego motywuje sama autorka. Jej otwartość przekłada się wyraźnie na odwagę odbiorców, a każdy wpis cieszy się dużą liczbą komentarzy. Odbiorcy świadomi zainteresowania autorki blogu, w sposób swobodny włączają się do dyskusji bądź dzielą przemyśleniami. Dzięki temu blog żyje nie tylko w odniesieniu do publikowanych przez autorkę treści.

Inną, ciekawą formą kształtowania relacji z odbiorcą jest uruchomienie „zakładki” *Spamownik*, gdzie blogerka, wbrew znaczeniu podstawy słowotwórczej tej nazwy (spam – niechciane lub niepotrzebne wiadomości elektroniczne), oczekuje i zachęca swoich odbiorców do dzielenia się najróżniejszymi informacjami, chociaż niezwiązanymi tematycznie z samym blogiem, por.:

A tu strona dla Was. Nazywajcie ją, jak chcecie – *Księgą Gości*, *Spamownikiem*, *Księgą Skarg*, *Zażaleń* i *Romansów*. Macie coś do mnie? Jakiś problem? A może chcecie mi pokadzić? Zostawić swój adres? Wysłać mi książkę albo pieniądze? Naubliżyć mi? Tu możecie spuścić nieco pary;

Tym razem, chyba wbrew oczekiwaniom nadawcy, czytelnicy z reguły traktują to miejsce jako dobrą okazję, aby zareklamować własne blogi czy twórczość.

Zaznaczyć warto, że autorka blogu *W sieci słów* podkreśla jednak swoją nadrzędną rolę, opatrując własne wpisy nikiem *Szefowa*. Ma też świadomość swojej roli jako moderatorki. Pisze:

Kopiujcie, rozpowszechniajcie, drukujcie! To nasze wspólne dobro, stworzone przy pocie czoła wielu bloggerów. Mam nadzieję, że poniższa lista będzie nie tylko motywacją, ale i inspiracją do czytania, pisania i dzielenia się tym, co najlepsze.

Profilowanie kontaktu z odbiorcą może także odbywać się poprzez samą formę prowadzenia blogu. Dobrym tego przykładem jest *Kryminalna Piła*. Blog ma bardzo przyjazną i intuicyjną szatę graficzną. Treści rozmieszczone są przejrzysto, pokatalogowane i opatrzone prostymi tytułami, niepozostawiającymi wątpliwości co do

treści publikacji. Te z kolei redagowane są w fachowy sposób. W treści wyraźnie widać kompetencje nadawcy dotyczące znajomości literatury kryminalnej, a także realnej przestrzeni kryminalnej. W recenzjach książek bloger stosuje kilkustopniową skalę oceny wobec pięciu walorów powieści: fabuła, intryga, postacie, czasoprzestrzeń i „przeżywalność”. I chociaż sam autor nie stroni od dialogu z czytelnikami (stara się odpowiadać na zadawane pytania i rozwiewać wątpliwości), to uderza niewielka liczba komentarzy pod wpisami w stosunku do samego zainteresowania blogiem (poczytność poszczególnych wpisów jest bardzo duża, co dokumentuje autor, przywołując statystyki). Jak można sądzić, wynika to zapewne z tego, że publikowane treści są w swej formie kompletne, recenzje, jak i wywiady realizowane są z niezwykłą fachowością i dbałością o szczegóły, co podkreślają sami odbiorcy. Relacja nadawczo-odbiorcza jest w tym przypadku zdecydowanie bardziej oficjalna niż w pozostałych analizowanych blogach, a same wpisy są z reguły wywarzone, z zachowaniem szczególnej dbałości o poprawność językową:

Ostatnio słyszałam o tej książce, chyba się skuszę;

Psy gończe to jedna z moich ulubionych pozycji, mam nadzieję, że nie zawiodę się również sięgając po tę książkę;

Autor szczególnie dobrze realizuje przenikanie się wydarzeń i fabuł. Tej pozycji jeszcze nie czytałam, ale po opisie z pewnością znajdzie się na mojej liście książek do przeczytania;

Czytałam! Jest genialna, jak większość dzieł tego autora. Polecam ją wszystkim znajomym, którzy tak jak ja kochają kryminały, oraz tym, którzy dopiero rozpoczynają z nimi swoją przygodę. Niedawno sięgnęłam po książkę *Zawróć*, choć nie był to najlepszy kryminał jaki czytałam, znasz?

Wpływ zachowań językowych nadawcy na relacje nadawczo-odbiorcze

Wyróżnione typy kontaktów w omawianych blogach mają charakter dwukierunkowy, ale, jak podkreślaliśmy, układ ról nadawczo-odbiorczych nie jest symetryczny i rola nadawcy jest tu mimo wszystko nadrzędna. Daje to możliwość nadawcy kształtowania określonych zachowań językowych i propagowanie preferowanych przez niego wzorów wypowiedzi, które, jak pokazują obserwacje badanego materiału, uwarunkowane są kompetencją komunikacyjną²⁰ blogera.

Dla przykładu odnieśmy się do jednego z elementów zachowań językowych, jakim jest społecznie ukształtowana etykieta językowa. W badanych blogach stopień jej realizacji przez nadawcę przenosi się na zachowania odbiorców nie tylko w stosunku

²⁰ Kompetencję komunikacyjną rozumiemy jako umiejętność używania języka odpowiednio do odbiorcy oraz okoliczności towarzyszących procesowi komunikacyjnemu (cel, intencja komunikatu, forma wypowiedzi itp.) – w tym pojęciu mieści się też znaczenie kompetencji językowej.

do niego, ale także do współuczestników dyskusji. W blogu *Żywi i umarli* autor zachowywał wszelkie zasady etykiety językowej obowiązujące w relacji na Pan, Pani między partnerami komunikacji językowej, w której wyraźnie zakreśla się obszar prywatności. Zwracał się do czytelników, na przykład: „Szanowny Panie; Drodzy Państwo; Szanowni Państwo”. Narzucona przez niego zasada przełożyła się także na styl form adresatywnych stosowanych przez odbiorców blogu, zarówno do pisarza, por. „Szanowny Panie Mariuszu; Drogi Panie; Panie Mariuszu; Szanowny panie Jurorze”, jak i współdyskutantów, por. „Panie Andrzeju, skąd pewność, że pan Mariusz jest typem pustelnika i nie chce się podzielić chociaż częścią swoich wrażeń z czytania?”; „Szanowni Państwo, bardzo bym prosił o uważne zapoznanie się z moimi uwagami” itp.

Można również przypuszczać, że ten typ zachowań uwarunkowany był budowaną od początku relacją: nadawca: mistrz (nauczyciel)-odbiorca: uczeń, adept sztuki pisarskiej, uczestnik konkursu.

Inaczej wygląda to na przykład w blogu *W sieci słów*, gdzie realizowana jest przez nadawcę relacja na ty, która daje poczucie pragmatycznej równorzędności, czyli „mogę zapytać i mówić o wszystkim bez względu na wiek”. Tę formę stosują także czytelnicy blogu w stosunku do jego autorki. Piszą na przykład:

Dziękuję ci za te recenzje; Możesz spokojnie usunąć mój komentarz; Nieco zgasiłaś mój entuzjazm, jaki wybuchł na wieść o tej premierze itp.

Co ciekawe, autorka, i tylko ona, przyjmuje niekiedy bardzo familiarną postawę, na granicy intymności, i na przykład zwraca się do czytelniczki:

Oj Kochana, przecież ja nie jestem żadną wyrocznią Aniu, wszystko jest orajt! Jest. Dziękuję mój konsultancie do spraw wszystkich.

Wskazana bliskość, nietypowa dla naszych tradycyjnych zachowań, wynika także ze zmian w zachowaniach językowych we współczesnej polszczyźnie preferowanych szczególnie w komunikacji medialnej.

Dla kształtowania relacji nadawczo-odbiorczych w badanych blogach bardzo istotne znaczenie mają poszczególne wpisy, które, chociaż dotyczą w zasadzie tej samej tematyki, są różne jak ich autorzy. I nie chodzi tu o elementy formalne, jak strona graficzna czy miejsce publikacji, ale kształt i poziom preferowanych przez nich zachowań językowych takich, jak styl, dobór środków językowych itp. Chociaż wspólna tematyka blogu w sposób naturalny wpływa na nasycenie zachowań językowych wszystkich interlokutorów wspólną leksyką z takich pól semantycznych, jak na przykład: sprawca, zbrodnia, tajemnica, zagadka, sensacja itp., to w obrębie pozostałych poziomów ich kompetencje językowe znacznie się różnią (analiza tego zjawiska wymagałaby osobnego artykułu).

Zakończenie

Blog jest tą formą wypowiedzi, gdzie nakładają się różne typy kontaktów językowych. Jest swoistego rodzaju platformą komunikacyjną, organizowaną i zarządzaną przez nadawcę, platformą, która pozwala mu na wieloaspektową autoprezentację jej twórcy. Konstytutywna cecha blogu, jaką jest interaktywność, umożliwia nawiązanie i budowanie różnego rodzaju relacji nadawczo-odbiorczych, które uaktywniają odbiorcę. Badane teksty pokazały jednak, że blog funkcjonuje jako przekaz ergodyczny (od *ergos* + *hodos*), w którym twórca „blogu, niczym kapitan, żegluje w przestrzeni wirtualnej, wyznaczając szlak dla odbiorcy-czytelnika, który, nawigując, może tworzyć unikatowe sekwencje semiotyczne”²¹.

W artykule pokazaliśmy rolę nadawców w budowaniu relacji z odbiorcą, odnosząc się tylko kodu werbalnego, ale kształtowaniu tych relacji służy także cała pozawerbalna sfera. Niebagatelne znaczenia ma kompetencja techniczna blogera, przekładająca się na umiejętność wykorzystania poszczególnych pól hipertekstowych blogu.

Poza tym uwzględnienie w przyszłości większej reprezentacji blogów tematycznych pozwoli pokazać bardziej szczegółowo mechanizmy i specyfikę budowania relacji nadawczo-odbiorczych. Zdajemy sobie sprawę, że ważne będzie także zakotwiczenie prowadzonych analiz w kontekście mediolingwistycznym.

Bibliografia

- Buczek M., *Linearność a hipertekstowe struktury w Internecie*, „Polonica” 2005, t. XXIVXXXV, s. 85-92.
- Cywińska-Milonas M., *Blogi (ujęcie psychologiczne)*, [w:] *Liternet. Literatura i internet*, red. P. Marecki, Kraków 2002, s. 99-101.
- Fiut I.S., Matuzik M., *Blogi – literatura interaktywna w sieci*, „Estetyka i Krytyka” 2002, nr 3, s. 41-52.
- Gumowska A., Maryl M., Toczyński P., *Blog to...blog. Blogi oczyma blogerów. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, [w:] *Tekst (w) sieci. Tekst – język – gatunki*, red. D. Ulicka, Warszawa 2009, s. 275-294.
- Kajtoch W., *Blog*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 18.
- Póltorak M., *Komunikowanie o literaturze kryminalnej w Internecie (na podstawie blogu Żywi i umarli Mariusza Czubaja)* [w druku].
- Sajna R., *Europa multimedialna. Od Acta Diurna do Europa*, Bydgoszcz 2011.
- Sidorowicz R., *Teleobecne „ja”. Językowa autoprezentacja nadawcy w blogu*, Szczecin 2013.
- Krzemińska W., *Tworzenie loginów w adresach elektronicznych*, [w:] *Przestrzenie informacji*, red. W. Krzemińska i P. Nowak, Poznań 2002, s. 67-79.

²¹ M. Buczek, *Linearność a hipertekstowe struktury w Internecie*, „Polonica” 2005, t. XXI-VXXXV, s. 91.

Starek-Wróbel A., *Blogi jako środek przekazu informacji*, [w:] *Media między przeszłością a teraźniejszością*, red. M. Zdulski, Jelenia Góra 2012, s. 212-223.

Wrycza J., *Blog – internetowy dziennik czy gatunek hybrydalny?*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, s. 267-278.

Zajac J.M., Rakocy K., Nowak A., *Interaktywne, choć osobiste blogi i blogowanie a komunikacja z otoczeniem*, [w:] *Tekst (w) sieci. Tekst, język, gatunki*, red. D. Ulicka, Warszawa 2009, s. 219-229.

Wpływ nadawcy na kształtowanie się relacji nadawczo-odbiorczych w blogu (na podstawie blogów tematycznych o literaturze kryminalnej)

Streszczenie: Artykuł jest próbą określenia, na ile i w jaki sposób autor blogu, jednej z najbardziej dynamicznie rozwijających się współcześnie form komunikowania się w przestrzeni internetowej, kreuje relacje nadawczo-odbiorcze. Podstawą analiz były blogi tematyczne, czyli takie, które intencjonalnie skupiają się na jednym, głównym temacie lub dotyczą jednej dziedziny (nie mają przy tym charakteru marketingowego czy reklamowego). Odbiorców i nadawcę łączy i integruje podobieństwo zainteresowań i potrzeba samorealizacji łączona z ich rozwijaniem poprzez różne formy aktywności w sieci. Dla przeprowadzonych analiz podstawą były zmiany relacji nadawczo-odbiorczych w ogóle w komunikacji medialnej i ich wpływ na warstwę komunikacyjną blogu. Opisowi poddano następujące zagadnienia: kształtowanie relacji nadawczo-odbiorczych poprzez uobecnianie się nadawcy, sposoby profilowania typu kontaktu przez blogera, wpływ zachowań językowych nadawcy na obraz tych relacji. Poza szczegółowymi analizami pozostało zagadnienie kształtowania relacji nadawczo-odbiorczych poprzez działania pozawerbalne blogera, które świadczą o kompetencji technicznej, przekładającej się na umiejętność wykorzystania poszczególnych pól hipertekstowych blogu.

Słowa kluczowe: blog, blog tematyczny, nadawca, odbiorca, komunikacja internetowa

Sender's impact on the development of sender-receiver relations in a blog (based on thematic blogs about criminal literature)

Summary: The article is an attempt to determine to what extent and in what way the author of a blog, one of the most dynamically developing modern forms of communication in the Internet space, creates sender-receiver relations. The basis for the analysis were thematic blogs which intentionally focus on one main topic or concern one area (but are not of marketing or advertising nature). Receivers and the sender are connected and integrated by similarity of interests and the need for self-actualization linked with their development through various forms of activity on the net. The analyses were based on changes in sender-receiver relations in media communication in general and their impact on communication on a blog. The following issues were subjected to examination: the development of sender-receiver relations by making the sender present, the methods of profiling the character of contact by a blogger, the influence of the sender's language behaviour on the image of these relations. The question of shaping sender-receiver relations through blogger's non-verbal actions that attest to his/her technical competence (which translates into a skillful use of individual hypertext fields of a blog) did not come within the scope of the present study.

Key words: blog, thematic blog, sender, receiver, Internet communication