



## media cyfrowe

to pierwsza na polskim rynku seria wydawnicza na temat wpływu mediów cyfrowych na społeczeństwo. Każdy z tomów zajmuje się jednym z fenomenów związanych z rozwojem technologii cyfrowych. Autorów nie zadowalają uogólnienia, komunały i fantastyczne wizje przyszłości. „media cyfrowe” są wyważonym połączeniem najnowszej wiedzy technicznej i rzetelnych badań społecznych prowadzonych przez specjalistów, napisanych dla wszystkich zainteresowanych tematyką, a niebędących specjalistami.

Blogowanie – mimo że uprawiane jest dopiero od około 10 lat – ma głęboki wpływ na współczesny Internet. Książka pozwala dokładnie przyjrzeć się temu zjawisku. Autorka, jednocześnie bloger i badacz, analizuje ciekawe przykłady, które pokazują, jak blogi i pokrewne im gatunki zmieniają współczesne media i komunikację. Blogi polityczne, dziennikarstwo obywatelskie, blogi-dzienniki czy blogi konsumenckie umożliwiają prezentację treści i ekspresję emocji autorom, ale również ich czytelnicy stają się współtwórcami.

*Blogi mają zarówno potencjał emancypacyjny, czego wymownym przykładem jest dynamizm irańskiej i chińskiej blogosfery pomimo wysiłków władz na rzecz ograniczania wolności słowa, jak i niebezpieczny potencjał ułatwiania inwigilacji i nadzoru. Blogu, podobnie jak noża lub wszelkiego innego narzędzia, można używać w dobrym albo w złym celu. Jeżeli wiemy, jak go używać i jak jest na ogół używany, możemy pomóc w kształtowaniu przyszłości.*

[fragment tekstu]

**Jill Walker Rettberg** jest profesorem na Uniwersytecie w Bergen (Norwegia).

# Spis treści

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Blogi – manufaktury kapitalizmu semantycznego <i>Edwin Bendyk</i> ..... | 7  |
| Podziękowania .....                                                     | 15 |
| Wprowadzenie .....                                                      | 17 |
| <b>1. Co to jest blog?</b> .....                                        | 21 |
| Jak blogować .....                                                      | 22 |
| Trzy blogi .....                                                        | 26 |
| Definiowanie blogów .....                                               | 35 |
| Krótka historia blogów .....                                            | 41 |
| <b>2. Od bardów do blogów</b> .....                                     | 50 |
| Kultura ustna i pisana .....                                            | 52 |
| Wprowadzenie druku .....                                                | 56 |
| Druk, blogowanie a czytanie .....                                       | 59 |
| Drukowane pierwowzory blogów .....                                      | 60 |
| Późna epoka druku .....                                                 | 62 |
| Nowoczesna sfera publiczna? .....                                       | 66 |
| Hipertekst i biblioteka komputerowa .....                               | 69 |
| Determinizm techniczny czy kulturowe kształtowanie techniki? .....      | 73 |
| <b>3. Blogi, społeczności i sieci</b> .....                             | 78 |
| Teoria sieci społecznych .....                                          | 80 |
| Rozmowy rozproszone .....                                               | 83 |
| Technika na użytek społeczności rozproszonych .....                     | 86 |
| Inne sieci społecznościowe .....                                        | 90 |

## SPIS TREŚCI

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| Węzi wyrażane publicznie .....                                        | 98         |
| Sieci kolizyjne .....                                                 | 100        |
| Rodzące się sieci społecznościowe .....                               | 103        |
| <b>4. Dziennikarstwo obywatelskie? .....</b>                          | <b>107</b> |
| Wizerunek własny blogerów .....                                       | 110        |
| Kiedy znaczenie ma to, że bloger jest dziennikarzem .....             | 112        |
| Obiektywizm, autorytet i wiarygodność .....                           | 115        |
| Z pierwszej ręki: blogowanie z pola walki .....                       | 119        |
| Z pierwszej ręki: przygodny świadek .....                             | 122        |
| Bloggerzy jako niezależni dziennikarze i autorzy opiniiotwórczy ..... | 125        |
| Obserwacja źródeł .....                                               | 127        |
| Symbioza .....                                                        | 133        |
| <b>5. Blogi jako opowieści .....</b>                                  | <b>136</b> |
| Opowieści fragmentaryczne .....                                       | 136        |
| Opowieść celowa .....                                                 | 138        |
| Opowieść w toku .....                                                 | 140        |
| Blog jako odkrywanie siebie .....                                     | 145        |
| Fikcja czy oszustwo? Kaycee Nicole i <i>lonelygirl15</i> .....        | 147        |
| <b>6. Blogujące marki .....</b>                                       | <b>153</b> |
| Ludzki głos .....                                                     | 154        |
| Reklama w blogach .....                                               | 157        |
| Mikropatronat .....                                                   | 162        |
| Wpisy sponsorowane i płatne .....                                     | 164        |
| Blogi korporacyjne .....                                              | 168        |
| Inspirowanie blogerów .....                                           | 174        |
| Blogowanie korporacyjne na złej drodze .....                          | 178        |
| <b>7. Przyszłość blogowania .....</b>                                 | <b>183</b> |
| Uczestnictwo utajone .....                                            | 184        |
| Niebezpieczeństwa mediów spersonalizowanych .....                     | 186        |
| Bibliografia .....                                                    | 191        |
| Blogi cytowane .....                                                  | 199        |