

MAŁGORZATA GAJDA-ŁASZEWSKA

MILBLOGI

BLOGI AMERYKAŃSKICH ŻOŁNIERZY, CZYLI ALTERNATYWNY GŁOS
W WOJENNEJ OPOWIEŚCI**MAŁGORZATA
GAJDA-ŁASZEWSKA**

Doktor nauk humanistycznych, adiunkt w Ośrodku Studiów Amerykańskich Uniwersytetu Warszawskiego. Napisała pracę doktorską o obrazie wojny w Zatoce Perskiej (1991) w mediach i literaturze jako odbiciu kultury głównego nurtu w Ameryce. Zajmuje się badaniem relacji media – wojna w kulturze amerykańskiej. Jej drugi obszar badawczy to reklama i komunikowanie w kulturze konsumpcyjnej.

Choć na przestrzeni wieków technologia zmieniała kształt wojennego przekazu, narracje żołnierskie mają swoją bogatą tradycję. Przez pokolenia żołnierze próbowali połączyć za pomocą słowa oddalone światy, zbliżyć się na chwilę do domu, normalności, przekazać swoje doświadczenie, wzbudzić sympatię, zrozumienie i otrzymać wsparcie. Czasami musieli wykrzyczeć swój gniew, oswoić strach czy zracjonalizować traumatyczne doświadczenia. W tym względzie elektroniczne dzienniki żołnierzy to nic nowego. Stanowią podgrupę wśród szeroko rozumianych blogów militarnych, czyli milblogów, które obejmują także blogi weteranów, blogi rodzin żołnierzy (głównie żon i matek), blogi prowadzone przez dowództwo armii oraz blogi fundacji i stowarzyszeń działających na rzecz żołnierzy i ich rodzin¹.

Choć żołnierskie blogi wykorzystują inne narzędzia niż tradycyjne listy czy dzienniki, spełniają podobne funkcje, odnoszą się do tego samego zbioru żołnierskich doświadczeń i tym samym wpisują się w długą tradycję komunikowania wojennego. A jednak tak bardzo ją odmieniają. Milblogi zupełnie inaczej definiują rolę komunikacyjną ich autorów i otwierają przed nimi możliwość bezpośredniego i natychmiastowego przekazu. W tym kontekście współdziałanie lub ścieranie się wszystkich podmiotów komunikacji siłą rzeczy jest o wiele bardziej widoczne. Blogi aktywizują nie tylko indywidualnych żołnierzy, ale także tradycyjne media oraz dowództwo armii, i sprawiają,

¹ Z. Johnson, *Milblogging – in the trenches with military blogging*, Blogging Tips, 27 kwietnia 2011, www.bloggingtips.com/2011/04/27/milblogging-in-the-trenches-with-military-blogging (30 czerwca 2017).

że wszystkie te podmioty muszą na nowo negocjować swoje stanowiska, aby zadbać o swoje interesy i zrealizować swoje cele. Co prawda, z jednej strony blogi umożliwiają bezpośredni wgląd w codzienne zadania i życie żołnierzy, z drugiej jednak – często niepostrzeżenie dla nich samych – czynią z nich niezwykle skuteczne narzędzia PR w rękach armii i/lub mediów tradycyjnych. Artykuł ten jest próbą spojrzenia na milblogi z tej właśnie perspektywy. Nie umniejszając ich zasług w pokazywaniu frontowego życia cywilom, postaram się pokazać, jak zmiany technologiczne, które umożliwiły bezpośredni i natychmiastowy kontakt ze światem, uwikłały żołnierza w szereg zależności i nie tylko bezpowrotnie zmieniły jego rolę, ale też odmieniły reguły tworzenia obrazu wojny we współczesnym świecie. Otwartym pozostaje pytanie, czy wiąże się to z pożytkiem dla odbiorców, czyli nas wszystkich, i naszego zrozumienia konfliktów.

MILBLOGI – FENOMEN WSPÓŁCZESNEJ WOJNY

Sam fenomen blogów nie potrzebuje głębszych wyjaśnień². Pojawiły się one pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku dzięki upowszechnieniu dostępu do szybkiego internetu i uproszczeniu programów do ich tworzenia. Brak znajomości zaawansowanego języka programowania nie stanowił już przeszkody w prowadzeniu własnego dziennika w wirtualnej rzeczywistości. Bo tym właśnie blogi w swej naturze były i pozostają do dziś – wirtualnymi pamiętnikami/dziennikami, które z czasem poszerzyły swe możliwości techniczne i zakres tematyczny³. Uległy również specjalizacji. Jedno jest pewne: dzięki blogom wielu zwykłych ludzi znalazło dostęp do medium, otrzymało możliwość zabrania głosu i przedstawienia swojej historii innym. Ponadto otwarte komentarze odbiorców przyjęły formę dialogu, wymiany, a w konsekwencji zyskały potencjał tworzenia wspólnot ludzi skupionych wokół tematów, które są dla nich ważne. Kontynuacja, stały kontakt przez uaktualnianie oraz możliwość przekazu zwrotnego to główne cechy blogów.

Jeżeli chodzi o środki wyrazu, to w dużej mierze zależą one od inwencji i umiejętności autorów. Blogi oparte są głównie na tekście, ale zawierają również zdjęcia, filmy, linki do innych stron internetowych, artykuły i komentarze z innych mediów. Przez lata uległy one znacznej komercjalizacji, co zaowocowało pojawieniem się na blogach reklam będących dodatkowym źródłem dochodu blogerów. Paradoksalnie, blogi uważane za bardzo osobisty środek komunikacji szybko znalazły zastosowanie instytucjonalne i okazały się skutecznym narzędziem PR lub propagandy. Jak postaram się pokazać w dalszej części artykułu, ten element nie umknął również uwagi specjalistów od tworzenia właściwego wizerunku sił zbrojnych. Tym bardziej że uaktualniane dzienniki szybko zadomowiły się w armii i zdobyły sympatię społeczności z nią związanej.

W artykule zajmuję się blogami amerykańskimi, ze szczególnym uwzględnieniem tych prowadzonych przez żołnierzy służby czynnej, stacjonujących w Iraku

² Por. M. Więckiewicz, *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.

³ D. Bennett, *Digital media and reporting conflict. Blogging and the BBC's coverage of war and terrorism*, Routledge, London 2013, s. 17; S. Shapiro, L. Humphreys, *Exploring old and new media. Comparing military blogs to Civil War letters*, „New Media and Society” 15(7)/2013, s. 1153.

w czasie operacji Iracka Wolność (2003–2010). Cztery blogi, którym poświęcę szczególną uwagę, to: Just Another Soldier, którego autorem jest Jason Christopher Hartley, żołnierz Gwardii Narodowej; CBFTW⁴ (później przemianowany na My War⁵) Colby’ego Buzzella, żołnierza piechoty; Dadmanly Jeffa Nudinga, członka Gwardii Narodowej pracującego w strukturach wywiadu; oraz BlackFive⁶ Matthew Currier Burdena, byłego spadochroniarza i oficera wojsk lądowych. Podczas gdy dwa pierwsze to blogi wyraźnie krytyczne, dwa kolejne są nastawione o wiele bardziej przychylnie do wojny, armii i administracji w ogóle. Nie można o nich mówić jako o blogach anty- czy prowojennych, gdyż w przypadku zawodowej, dobrowolnej armii sam fakt zaciągnięcia się do wojska zakłada, że być może trzeba będzie „odwalić swoją robotę” na froncie, jak niejednokrotnie mówi Colby Buzzell⁷, a Jason Christopher Hartley dodaje, że armia „nie jest tym, kim jestem, nie jest częścią mojej osobowości. To po prostu coś, co robię”⁸. Z kolei Dadmanly twierdzi, że woli myśleć o sobie, iż jest „pro-victory”⁹, co widać w jego opisie przyjazdu do Iraku:

*Bezpiecznie dotarłem do Iraku okrężnymi drogami, o których nie powinienem opowiadać. [...] Podróż nie przyniosła żadnej szkody, obrażeń, zniszczeń czy niebezpiecznych sytuacji dla któregośkolwiek z naszych żołnierzy. [...] Już doświadczyliśmy pierwszych ataków moździerzowych, ale były one śmiesznie nieskuteczne, no i jesteśmy w miejscu uważanym za najbezpieczniejsze w całym Iraku*¹⁰.

Trudno się dziwić, że taki blog nie był zagrożony cenzurą czy groźbą zamknięcia.

Wracając do uzasadnienia wyboru milblogów, należy dodać, że głównym argumentem była aktywność ich autorów we wczesnym okresie konfliktu w Iraku, w latach 2003–2005. Ten pionierski okres jest szczególnie ciekawy, ponieważ pierwsi milbloggerzy nie mieli żadnych wzorców tworzenia blogów. Ich pisanie było intuicyjne i instynktowne, głęboko emocjonalne i zazwyczaj do bólu szczere. Poniższa praca z konieczności obejmie jeszcze kilka kolejnych lat (do 2008–2009), aby pokazać dynamikę zmian i formowanie się postaw i polityki wobec milblogów relacjonujących wydarzenia w Iraku.

4 Akronim oznacza: *Colby Buzzell Fuck the War* lub *Colby Buzzell Fights the War*, w zależności od tego, kto pyta. Zob. C. Buzzell, *My war: Killing time in Iraq*, Corgi Books, London 2006, s. 138.

5 Taki tytuł nosi książka wydana przez autora na podstawie pisanego przez niego bloga. Niestety, nie przedstawia go w całości. Jednak gdziekolwiek to możliwe, dla ułatwienia, cytaty pochodzą z książki.

6 Ten blog nie jest pisany przez żołnierza służby czynnej. Powstał po śmierci przyjaciela autora, majora piechoty USA Mathew Earla Schrama, który zginął w zasadzce w Iraku. Ponadto, autor w swoim blogu (*blogroll*) często odwołuje się do innych blogów żołnierzy w Iraku. Prezentuje ich też wiele w swojej książce: M.C. Burden, *The blog of war. Front-line dispatches from soldiers in Iraq and Afghanistan*, Simon & Schuster, New York 2006.

7 C. Buzzell, *My war*, dz. cyt., s. 241. Jeżeli nie podano inaczej, wszystkie cytaty z angielskiego w tłumaczeniu autorki.

8 J.Ch. Hartley, *Only slaves are happy (precursor)*, 29 listopada 2003, <http://www.justanothersoldier.com/?p=7> (30 czerwca 2017). Niestety, istnieją spore rozbieżności pomiędzy blogiem a książką. Niektóre posty nie są w niej zamieszczone. Te, które są, dla ułatwienia cytuję za polską wersją książki: J.Ch. Hartley, *Po prostu żołnierz. Rok służby w Iraku*, tłum. M. Roszkowski, Red Horse, Warszawa 2006.

9 Dadmanly, *I am pro-victory*, 28 września 2005, http://dadmanly.blogspot.com/2005_09_01_archive.html (30 czerwca 2017).

10 Dadmanly, *Arrival in Iraq*, 23 stycznia 2005, http://dadmanly.blogspot.com/2005_01_01_archive.html (30 czerwca 2017).

BLOG – PRZYJACIEL ŻOŁNIERZA

Zaskakująca liczba blogów i ich lawinowy przyrost z roku na rok świadczą o wielkiej popularności tej formy, a w związku z tym o tym, że stanowi ona trafną odpowiedź na potrzeby autopromocji, dzielenia się doświadczeniem itd., w warunkach komunikacji XXI wieku. Z blogami militarnymi rzecz miała się podobnie. Agregator blogów militarnych (wszystkich, nie tylko żołnierskich) Milblogging.com, powstały w 2005 roku, śledził ich rozwój na przestrzeni dekady. W styczniu 2006 roku skupiał 1175 blogów z 24 krajów, w tym 777 blogów amerykańskich. W listopadzie 2010 roku liczba blogów na Milblogging.com sięgała 2878, prowadzono je w 45 krajach, w tym 2041 w USA. Ostatnie dostępne dane na agregatorze pochodzą z lutego 2014 roku i notują 3959 blogów w 55 krajach, w tym 2994 w Stanach Zjednoczonych¹¹. Liczba blogów wzrastała z roku na rok mimo różnych kolei losu ich twórców oraz ograniczeń i obostrzeń wprowadzanych przez dowództwo sił zbrojnych.

Milblogi okazały się tworem jednocześnie niepożądanym i mile widzianym w militarnym uniwersum. Z jednej strony, stanowiły zagrożenie dla wizerunku armii, którego ścisłe kontrolowanie wymykało się z rąk dowódców, z drugiej jednak – spełniały wiele istotnych funkcji wspierających efektywne funkcjonowanie żołnierza w sytuacjach skrajnych. Colby Buzzell mówi, że pisał dla siebie, nie wiedząc nawet, że są ludzie, którzy go czytają. I dodaje: „Bo to był jakby rodzaj terapii. Wychodziliśmy na misję, a potem wracaliśmy, a potem siadałem do komputera i pisałem o tym, co przeżywam. W pewnym sensie było mi łatwiej, pisząc o tym”¹². Ponadto blogi dawały żołnierzom poczucie kontaktu z najbliższymi pozostawionymi w domu. Był to ważki powód dla wielu z nich, aby zaangażować się w prowadzenie elektronicznego dziennika. Tęsknota za rodziną (żonami, matkami, dziećmi) i znajomymi, a także poczucie obowiązku wobec nich sprawia, że pisząc, w miarę możliwości i umiejętności żołnierze dają znać o sobie i o warunkach, w jakich się znajdują. Jako elektroniczny odpowiednik listów blogi zawierają bezpośrednie zwroty do bliskich osób, zapewnienia o pamięci i uczuciach. I tak na przykład Dadmanly kieruje słowa bezpośrednio do swoich dzieci, wyraża wielką dumę z syna, który wygrał kampanię na gospodarza czwartej klasy¹³, a Jason Christopher Hartley w swoim blogu dba o to, by jego matka czuła, że o niej pamięta¹⁴.

Blog w pewien sposób odkrywa żołnierza w tym, co najbardziej prywatne i intymne, w jego relacji do najbliższych. Pokazuje go jako męża, ojca, syna znajdującego się z dala od domu w sytuacji przymusowej rozłąki. Cała gama ujawnionych emocji niejednokrotnie sprawia, że w czytelnikach swojego bloga żołnierz odnajduje nową „rodzinę”: ludzi, dla których staje się bliski, którzy się o niego martwią.

11 Milblogging, *Internet archive wayback machine*, https://web.archive.org/web/*/milblogging.com.

12 *War memoirs offer ground view of Iraq*, Colby Buzzell w wywiadzie dla National Public Radio, Talk of the nation, 6 października 2005, transkrypt, <http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId=4947851&ft=npr-ml&f=4947851> (30 czerwca 2017).

13 Dadmanly, *Little Manly's First Campaign*, 28 września 2005, http://dadmanly.blogspot.com/2005_09_01_archive.html?m=0 (30 czerwca 2017).

14 J.Ch. Hartley, *Fort Drum is cold*, 10 grudnia 2003, <http://www.justanotherSoldier.com/?p=9> (30 czerwca 2017).

Staje się archetypicznym ojcem, mężem, synem, skupiającym na sobie tęsknotę i zatroskanie wszystkich żon i matek. Liczne komentarze pozostawione na blogach, zwłaszcza młodszych żołnierzy, świadczą o takich właśnie relacjach. Drugą postawą widoczną w komentarzach jest postawa dumy z blogera i wdzięczności za jego zaangażowanie¹⁵. Konsekwencją potraktowania obcego żołnierza jak członka własnej rodziny/kogoś bliskiego jest tolerancja i powstrzymanie krytyki wobec jego czynów i zachowań. Większość czytelników bloga dodaje otuchy autorowi i obiecuje modlitwę o jego bezpieczny powrót do domu. To nie tylko forma terapii, ulżenia w samotności, ale także coś więcej: walidacja i zapewnienie, że po powrocie do domu nie grozi mu los weteranów wietnamskich.

ARMIA POD LUPĄ MILBLOGA

Jednak żołnierskie milblogi nie tylko „odkrywały” jednostkowego żołnierza, ale także otwierały armię na widok publiczny w stopniu dotąd niepraktykowanym. Gdy Jason Christopher Hartley dostał polecenie zamknięcia swojego bloga, poza poważnymi zarzutami łamania zasad bezpieczeństwa i konwencji genewskich dowódca nie mógł mu darować zamieszczenia na blogu zdjęcia z wojskowej toalety opatrzonego podpisem: „Ja i Willy w trakcie zsynchronizowanych ruchów jelit. Wstalibyśmy, ale przymarzliśmy do siedzeń”¹⁶. Dowódca pytał: „Po coś to zamieścić? Zdjęcie twojego gołego tyłka w całym internecie? Co na to twoja mama? Jak wytłumaczysz to swoim dzieciom?”¹⁷.

Nie tylko pod względem wizerunku, ale również w kwestii bezpieczeństwa i dyscypliny milblogi niejednokrotnie stanowiły wyzwanie dla dowódców. Takie stanowisko armii potwierdza Daniel Bennett: „W praktyce armia amerykańska balansowała między aktywnym zachęcaniem żołnierzy do opowiadania swoich historii na blogach a zdecydowaną cenzurą”¹⁸. Wyjaśnia, że blog miał potencjał „kwestionowania przyjętego przez armię i media «ideologicznego modelu wojny przez podkreślanie nieracjonalności i bezkrytyczności w odniesieniu do konfliktu»”¹⁹. I tutaj znowu Jason Christopher Hartley wystawiał dowództwo na wielką próbę wytrzymałości. Pisał bowiem o broni, która się zacina, bałaganie na poligonie, omyłkowych ofiarach wśród cywilów. I stawiał pytania o zasadność przedsięwzięcia:

Kiedy próbuję zrozumieć, co może czuć wybiedzona ośmioletnia dziewczynka, której cała rodzina została nagle i niespodziewanie w straszliwy sposób zabita, zadaję sobie pytanie: „Co ja tutaj, do cholery, robię?”. Wiem, że na wojnie takie rzeczy się zdarzają [...], ale, na

15 Wystarczy choćby przejrzeć liczne komentarze na blogu Colby’ego Buzzella pod wspomnianym wpisem o walkach w Mosulu: CBFTW, *Men in black*, 5 sierpnia 2004, <http://cbftw.blogspot.com/2004/08/men-in-black.html#comment-form> (30 czerwca 2017).

16 Zdjęcie do obejrzenia na blogu Hartleya *Fort Drum is cold*, dz. cyt.

17 J.Ch. Hartley, *A soldier-blogger in Iraq*, Big Think, wideo, <http://bigthink.com/videos/a-soldier-blogger-in-iraq> (30 czerwca 2017).

18 D. Bennett, *Digital media...*, dz. cyt., s. 28.

19 *Reclaiming the media. Communication rights and media’s ideological model of war*, red. B. Cammaerts, N. Carpentier, Intellectual Books, the University of Chicago Press, Chicago 2007, s. 52, cyt. za: D. Bennet, *Digital media...*, dz. cyt., s. 29.

rany Chrystusa, sprawy przybrały tragiczny obrót. Odkąd przyjechałem do Iraku, w trakcie działań mojego plutonu zginęło trzech bandziorów. Jednocześnie dwoje cywilów zostało rannych [...], a siedmioro, w tym cztery kobiety, jedna trzyletnia dziewczynka oraz homoseksualista z zaburzeniami osobowości, poniosło śmierć. Jeżeli doliczyć do tego samobójstwo kochanka tego ostatniego [...] oraz ojca zabitej rodziny, któremu urwało jaja i nawet jeśli przeżyje, będzie błagał Allacha o szybką śmierć, to daje nam trzech zabitych drabów na ośmiu niewinnych ludzi. Czyli na jednego zabitego rebelianta przypada prawie trzech nieprawdopodobnie biednych Irakijczyków, którzy nie dbają o to, kto jest u władzy, dopóki mają czym wykarmić swoje rodziny. [...] W sumie statystyki przemawiają na naszą korzyść, ale w dalszym ciągu nie mogę pogodzić się z tymi wszystkimi ofiarami pośród cywilów. Wypadki zdarzają się stanowczo zbyt często²⁰.

Co więcej, bloger opatrywał swoje posty przerażającymi zdjęciami zabitych lub rannych cywili. Takie relacje ze strony żołnierza nie miały prawa pojawiać się w mediach. Pracowali nad tym specjaliści od wizerunku armii zatrudnieni po klęsce w Wietnamie.

Colby Buzzell nie pozostawał w tyle. Jego post *Men in black* z 4 sierpnia 2004 roku, który przyniósł mu sławę i problemy, opisuje niezwykle szczegółowo i dynamicznie walki w Mosulu. Tyle że jego wersja inaczej rozkłada akcenty i nie do końca zgadza się z wersją oficjalną przekazaną mediom. W wywiadzie dla National Public Radio Buzzell komentuje:

Tak, trochę się zdenerwowali [dowódcy]. No, bo jest taki żołnierz w strefie walki, który pisze, co się dzieje. I jest armia, która mówi, że w tej walce przypadła nam rola pomocnicza, a Narodowa Gwardia Iraku zrobiła całą robotę, i takie tam. Dokładnie odwrotnie od tego, co widziałem²¹.

Zwyczajni żołnierze opowiadają zwyczajnie o swoich codziennych doświadczeniach. Piszą, że ich zamiarem jest odidealizowanie armii i pokazanie prawdziwego życia na froncie: wszechogarniającej nudy, zmagania z klimatem, braku wielu podstawowych udogodnień, zmęczenia, braku prywatności. Przez pisanie młodzi ludzie dają również ujście skrajnym emocjom, które niejednokrotnie przeżywają po raz pierwszy – jak strach i presja w warunkach ciągłego narażania życia czy widok ofiar, krwi i śmierci. Mówią o potrzebie „wykrzyczenia” jak jest naprawdę i zweryfikowania, ich zdaniem nieprawdziwego, obrazu wojny funkcjonującego w mediach. Niejednokrotnie pisanie jest dla nich również aktem samopoznania. Porządkuje myśli, pozwala pojąć wiele spraw i znaleźć uzasadnienie dla swoich wyborów i decyzji, w tym samego udziału w wojnie. Bliższe studia nad warstwą językową milblogów pokazałyby jasno liczne odwołania do tzw. wyższej konieczności, specjalnej misji, niejednokrotnie mającej swoje źródło w atakach z 11 września 2001 roku. Niektóre blogi mówią wprost o chęci zemsty na terrorystach. Większość jednak odnosi się do wartości pozytywnych, takich jak: obrona i ochrona, konieczność uczynienia świata bezpieczniejszym, pomoc

20 J.Ch. Hartley, *Po prostu żołnierz*, dz. cyt., s. 114–115.

21 *War memoirs offer ground view of Iraq*, dz. cyt.

cierpiącym ofiarom reżimu. W ten sposób pośrednio żołnierze ujawniają swą potrzebę uznania, docenienia i poparcia. Tym bardziej, że duża część z nich nie postrzega swojego udziału w wojnie w kategoriach kariery. Owszem, są tacy żołnierze zawodowi, którzy wiedzą, jak ważny dla ich awansu jest właściwy wizerunek, ale ich blogi zazwyczaj różnią się zasadniczo od tych, których autorzy zaciągnęli się do wojska, aby dostać pieniądze na studia lub by uniknąć bezrobocia²². Dlatego niejednokrotnie zarzuca się im cynizm i zupełny brak heroicznego spojrzenia na wojnę. Stacey Lyn Peebles tak wyjaśnia ich postawę:

W Wietnamie większość żołnierzy to byli poborowi, ale ich oczekiwania wobec wojny były często romantyczne, ukształtowane przez powieści i filmy o II wojnie światowej. A wynikiłe rozczarowanie miało naturę polityczną – Ameryka nie była tym, czym myśleli, że jest. Jak na ironię, armia w Iraku, w całości ochotnicza, już na starcie jest cyniczna, odporna na idealistyczny patriotyzm ze względu na swą wiedzę na takie tematy jak Watergate czy Iran-Contra. Dla wielu z nich pierwsze polityczne wspomnienie to wizerunek Moniki Lewinsky, poplamiona sukienka i pełne oburzenia wyparcie się prezydenta. A ich wiedzę o wojnie kształtują filmy o Wietnamie, których tak wiele w kółko oglądają. [...] Są cyniczni politycznie, ale idealistyczni personalnie²³.

To wyjaśnienie doskonale pozwala pogodzić pozorną dwoistość i niespójność treści milblogów, o której pisałam powyżej.

„INNOWATORZY” W NATARCIU – DROGA MILBLOGÓW DO SERCA MEDIÓW

Cechą wspólną większości blogów jest niechęć do mediów głównego nurtu. Żołnierze motywują swą aktywność w blogosferze chęcią uzupełnienia niekompletnego obrazu wojny tworzonego przez media. W niektórych przypadkach idą dalej – zarzucają mediom fałszowanie prawdy i powielanie propagandowej wizji Departamentu Obrony i biorą na siebie zadanie pokazania realnych warunków wojennych. Tak właśnie powstał post Colby’ego Buzzella *Men in black* o walkach w Mosulu. Autor przeczytał notatkę o tym wydarzeniu na portalu CNN i w odpowiedzi napisał, co się wydarzyło naprawdę. Nawet oficerskie, całkowicie niekontrolersyjne blogi stały po tej samej stronie co Buzzell. Dadmanly tytułuje swój wpis z 4 sierpnia 2006 r. *Więcej o manipulacji w mediach* i objaśnia:

Często ostro krytykuję media głównego nurtu za ich zniekształcenia informacji na temat Iraku [...], nie dlatego, że odrzucam ich obraz rzeczywistości na rzecz rzeczywistości alternatywnej, która bardziej mi pasuje. Raczej sprzeciwiam się świadomym przeinaczeniom faktów i rozmyślnej niewiedzy o dodatkowych sposobach weryfikacji naszego odbioru. Nie nawidzę fałszywych założeń, intelektualnego lenistwa i brania za pewnik tych punktów widzenia, które nie bazują na niczym więcej niż uprzedzenia, polityka, a nawet personalne upodobania²⁴.

²² Wystarczy porównać blogi: CBFTW Colby’ego Buzzella i A Line in the Sand Chrisa Missicka.

²³ S.L. Peebles, *Welcome to the suck: narrating the American soldier's experience in Iraq*, Cornell University Press, Ithaca 2011, s. 3–4.

²⁴ Dadmanly, *More on media manipulation*, 4 sierpnia 2006, <http://dadmanly.blogspot.com/2006/08/more-on-media-manipulation.html> (30 czerwca 2017).

BlackFive idzie jeszcze dalej: „Milblogi były idealne w wypełnianiu pustych miejsc, które media i armia usunęły z wojny”²⁵. Szczególnie w pierwszych latach wojny milbloggerzy wierzyli, że mogą mówić prawdę. BlackFive zachwycał się takim potencjałem nowego medium:

*Oferują nieskrępowany dostęp do Wojny z Terroryzmem ich własnymi słowami. Odbiorcy [...] nie muszą się godzić na zaakceptowane przez rząd informacje. Nic takiego nie miało miejsca nigdy wcześniej: prawdziwe doświadczenia płynące nieskrępowanie do każdego, kto ma połączenie internetowe i ciekawość. Oto siła militarnego bloga*²⁶.

Jednakże już przy publikacji pierwszych blogów okazało się, że w armii istnieją nadal siły uciszania i nacisku. Dzięki nowym technologiom milbloggerzy stają się pełnoprawnymi twórcami w mediach. Różnie definiują swoje zadanie. Jedni twierdzą, że chcą tylko pokazać własną rzeczywistość. Jason Christopher Hartley mówi: „Nie uważałem siebie za źródło informacji. Nie interesowało mnie relacjonowanie typu «co się naprawdę dzieje». [...] Ja chciałem wiedzieć, co się wtedy czuje”²⁷. Wielu z nich ma świadomość, że są zbyt blisko, aby móc zachować właściwą perspektywę. Przyznają, że sami wiedzą o wojnie mniej niż ludzie czytający czy oglądający wiadomości. Jason Christopher Hartley stwierdza:

*W wielu momentach nie wiemy aż tak dobrze, co się dzieje. [...] To jak z tym lasem i drzewami. Możemy powiedzieć sporo o konkretnych akcjach lub czymś podobnym na poziomie taktycznym, ale jeśli chodzi o ogólny, szerszy obraz [...], wy w Ameryce oglądacie wiadomości i prawdopodobnie macie lepsze pojęcie o tym, co się dzieje ogólnie, niż my byśmy mieli. Tak, zdecydowanie tak*²⁸.

Jednak inni, jak Dadmanly, uważają siebie za nowy typ korespondenta wojennego²⁹.

Bez względu na to, co o sobie sądzą i jak określają swoją rolę, milbloggerzy pozwalają odbiorcom lepiej zrozumieć życie i doświadczenia żołnierza. Mogą mieć dowolną liczbę odbiorców, ale już przez sam fakt podjęcia się pisania bloga stają się bohaterami, bardziej aktorami we własnej sztuce niż trybami wojennej maszyny. Bywa, że bloger przyjmuje rolę celebryty, dotychczas mu obcą, co przy braku dziennikarskiego warsztatu skutkuje szczególną postawą i zdradza symptomy moralizatorstwa lub po prostu pozornego znawstwa. Nic dziwnego, że media początkowo niechętnie reagują na blogerów ze względu na ich amatorstwo (niekiedy nieporadność narracyjną), brak obiektywności, mieszanie faktów z opiniami, pomijanie procedury zbierania informacji.

Żołnierskie blogi dają głos dotychczas słabo słyszalnym, choć aktywnym uczestnikom działań wojennych. Czynią z nich nowych korespondentów przekazujących

25 M.C. Burden, *The blog of war*, dz. cyt., s. 3.

26 Tamże, s. 4.

27 J.Ch. Hartley, *A soldier blogger in Iraq*, dz. cyt.

28 Tenże, *Big Think interview with Jason Christopher Hartley*, Big Think, wideo <http://bigthink.com/videos/big-think-interview-with-jason-christopher-hartley> (30 czerwca 2017).

29 Dadmanly, *Conclusion: The new war correspondent*, 25 października 2005, <http://dadmanly.blogspot.de/2005/10/conclusion-new-war-correspondent.html> (30 czerwca 2017).

swoje doświadczenia i jednostkową wizję wojny. Przez osobiste historie budują wokół nich „współ-czujące” społeczności, które nadają im status autorytetów, a pośrednio również bohaterów dostarczających relacje z pierwszej ręki. Co ciekawe, odwrócona zostaje zwyczajna kolejność zdarzeń. Zazwyczaj relacje żołnierzy z frontu, poza niewielkimi wycinkami wywiadów czy reportaży w mediach, przychodziły jako ostatnie. Publikowane listy, pamiętniki czy wspomnienia przypieczętowały całą wcześniejszą publiczną wiedzę o wojnie i wzbogacały ją o doświadczenie indywidualne. Teraz te historie stanowią punkt wyjścia. Od nich zaczyna się tworzenie obrazu konfliktu. Relacje trafiają do adresatów niemalże w czasie rzeczywistym. Stacey Lyn Peebles nazywa blogerów „innovatorami, ponieważ historie, które wybierają do opowiadania, uwarunkują kolejne reprezentacje”³⁰.

Co więcej, prywatne posty zyskują status newsów³¹. Dzieje się tak z dwóch powodów. Po pierwsze, odbiorcy, podobnie jak blogerzy, nie ufają mass mediom i poszukują w internecie alternatywnych źródeł informacji. Wynika to w dużej mierze z ich oceny mediów w ostatnich konfliktach zbrojnych, zwłaszcza w Iraku, w których zostały one zdominowane przez armię i jej aparat promocyjny/propagandowy. Zarówno w 1991, jak i 2003 roku media relacjonowały głównie to, co odpowiadało celom amerykańskiej administracji³². Po drugie, same media, z jednej strony dwukrotnie poddane ostrej krytyce, a z drugiej świadome nastrojów publicznych i sympatii wobec nowych form komunikacji, zabiegają o obecność milbloggerów. Rozumieją, że to właśnie oni są źródłem *breaking news*, bo są przeciwieństwem *most embedded*³³. Mało tego, pochodzące od nich informacje praktycznie nic nie kosztują. Media jako korporacje mają pełną świadomość dynamiki przepływu informacji (z dołu do góry³⁴) w tym konflikcie ery elektronicznej. Wiedzą, że milblogi skupiają wokół siebie niezwykle cenny i całkiem pokaźny segment odbiorców, nie można więc ich ignorować. Nie mając innego wyjścia, jak zauważa Melissa Wall, media informacyjne głównego nurtu uznają autorytet milbloggerów, nadając im rangę nowych, silnych i uprawnionych autorów informacji z frontu. Co więcej, pośrednio przyznają, że „oficjalne relacje są mniej ważne, a nawet mniej uprawnione” (*legitimate*)³⁵. Dla przykładu blog Colby’ego Buzzella tak został scharakteryzowany przez CNN: „Jego pełne ekspresji relacje stanowiły antidotum

30 S.L. Peebles, *Welcome to the suck...*, dz. cyt., s. 4.

31 Tamże, s. 9.

32 S.A. Nohrstedt, *Ruling by pooling*, [w:] *Triumph of the image. The media's war in the Persian Gulf – a global perspective*, red. H. Mowlana, G. Gerbner, H.I. Schiller, Westview Press, Boudler 1992; K. Hafez, *The Iraq War 2003 in Western media and public opinion. A case study of the effects of military (non) involvement in conflict perception*, https://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/philfak/kommunikationswissenschaft/files_publicationen/hafez/Hafez-Irak.pdf (30 czerwca 2017).

33 *The blogs of war*, 5 listopada 2005, <http://www.capitolhillblue.com/node/23542> (30 czerwca 2017).

34 D. Bennett, *The evolution of military blogging in the mediasphere*, 11 maja 2009, http://www.frontlineclub.com/the_evolution_of_military_blogging_in_the_mediasphere/ (30 czerwca 2017).

35 M. Wall, *In the battle(field): the US military, blogging and the struggle for authority*, „Media, Culture and Society” 32(5)/2010, s. 865.

dla suchych wiadomości i bezkrwawych notatek prasowych Pentagonu”³⁶. „W ten sposób – pisze Mary Wall – media głównego nurtu wprowadzają rozróżnienie pomiędzy niezależnymi blogami żołnierzy i informacjami podawanymi oficjalnymi kanałami Departamentu Obrony... Zdają się omijać protokół Departamentu Obrony w ustanawianiu, kto jest miarodajnym źródłem wiedzy o wojnie”³⁷. Próbuje w ten sposób zdystansować się od niewygodnego mariażu z Pentagonem, który kosztował ich zaufanie odbiorców. Zaczynają śledzić blogi, piszą o nich, umacniając ich autorytet, a także promują kariery blogerów. Wielu z nich po powrocie do domu znajdzie swoje miejsce w mediach, choćby w roli autorów artykułów, np. Colby Buzzell piszący dla „Esquire”. Na niektórych czekają kontrakty wydawnicze na druk blogów w formie książkowej³⁸. Inni spróbują sił, zakładając własne firmy o profilu komunikacyjnym³⁹.

UCISZANIE I OSWAJANIE – DOWÓDZTWO ARMII WOBEC MILBLOGÓW

W opisywanej rozgrywce o prawdę na temat wojny pozostaje jeszcze jeden gracz, bodaj najważniejszy, a mianowicie dowództwo armii. W momencie, w którym przekonuje się o zasięgu i sile oddziaływania milblogów, uznaje, nie bez racji, że niezbędna jest interwencja z jego strony. Podejmuje się ją dwutorowo: stosując metodę kary i nagrody. Z jednej strony polega to na wprowadzeniu szeregu instytucjonalnych obostrzeń i coraz bardziej restrykcyjnych zasad blogowania. Głównym motywem takiego działania jest odpowiedzialność za bezpieczeństwo operacyjne, czyli za życie żołnierzy i powodzenie misji, które mogą zostać narażone przez nieodpowiedzialne relacje, zdradzające tajne informacje lub po prostu przekazujące zbyt liczne szczegóły z frontu. Aby zapobiec „zabójczym kliknięciom”, dowództwo powoli wprowadza coraz ostrzejszy system monitorowania blogów, poczynawszy od konieczności ich rejestracji u bezpośrednich przełożonych w 2005 roku, aż do wprowadzenia w kwietniu 2007 roku przepisu 530-1 (Army Regulation 530-1 OPSEC) o bardzo szerokim zasięgu. Obejmuje on nie tylko żołnierzy, kontrahentów i cywili pracujących dla Departamentu Obrony, ale także ich rodziny. Inspekcja komunikacji „dotyczy, ale nie ogranicza się do listów, życiorysów, artykułów do publikacji, maili, postów na stronach internetowych, postów na blogach, dyskusji na forach i komunikatorach oraz innych form rozpowszechniania lub dokumentowania informacji”⁴⁰. Powyższy przepis ma za zadanie zajęcie się nietajną (*unclassified*) informacją, która niewłaściwie rozprowadzana może doprowadzić do problemów na froncie. A to dlatego, że

36 B. Griggs, *Soldier finds his voice blogging from Iraq*, CNN, 23 stycznia 2009, http://edition.cnn.com/2008/TECH/11/13/soldier.blogger/index.html?_s=PM:TECH (30 czerwca 2017), cyt. za: M. Wall, *In the battlefield*, dz. cyt., s. 866.

37 Tamże.

38 J.Ch. Hartley, *Po prostu żołnierz*, dz. cyt.; C. Buzzell, *My war...*, dz. cyt.; M.C. Burden, *The blog of war*, dz. cyt.

39 Np. M.C. Burden, „BlackFive”, założył firmę SOGmedia; zob. D. Bennett, *The evolution of military blogging*, dz. cyt.

40 K. Laskowski, *Blogging tensions: security and support*, „Communication Currents” 1 czerwca 2007, <https://www.natcom.org/communication-currents/blogging-tensions-security-and-support> (30 czerwca 2017).

*internet, prywatne strony internetowe, blogi (weblogi) są przykładem miejsc, gdzie nasi wrogowie szukają ogólnodostępnych informacji o nas. Czyli informacji nietajnych, które mogą się wydawać nieszkodliwymi fragmentami przekazu, pojawiającymi się tu i ówdzie, jak fragmenty układanki. Jednak gdy złożą się wystarczająco dużo kawałków razem, to zaczyna się dostrzegać większy obraz, na którym coś się dzieje*⁴¹.

Zgodna z interesami publicznymi, ogólnie zrozumiała zasada zniechęciła wielu żołnierzy do podjęcia się pisania i sprawiła, że kilku aktywnych zarzuciło swoją działalność. Matthew Burden, autor bloga BlackFive, tak skomentował wprowadzane regulacje: „Koniec z milblogami ze strefy wojennej. Przecież to najlepszy PR, jaki ma armia – najbardziej uczciwy głos ze strefy walki, i to jego się ucisza”⁴². Znane są także przykłady ocenzurowanych blogów, które zostały zamknięte, a ich twórcy ukarani. Zarówno Jason Christopher Hartley, jak i Colby Buzzell byli zmuszeni do zaprzestania blogowania. Polityka armii zakłada jednak coś jeszcze: promowanie milblogów jej przychylnych oraz wzięcie pod swe skrzydła całego środowiska blogerów. Gdy autorzy milblogów wyodrębniają się jako osobna, widoczna i rozpoznawalna grupa, zaczynają się organizować. W 2005 roku rusza agregator blogów Milblogging.com, założony przez Jeana-Paula Borde, jednego z pierwszych blogerów w Afganistanie. Od 2006 roku Milblogging.com organizuje coroczne konferencje milblogerów, a już od 2007 roku Departament Obrony zaczyna odgrywać na nich kluczową rolę i występować jako jej główny organizator. Podobnie jest z nagrodą dla najlepszego bloga roku nadawaną w czasie wspomnianej konferencji. Melissa White mówi o zjawisku „oswajania blogerów”⁴³. Specjaliści od nowych mediów w armii (skupieni w strukturze New Media Operations powstałej w październiku 2006 roku) śledzą blogi, biorą udział we wszystkich ważnych konferencjach im poświęconych w kraju. Idą nawet dalej, organizując własne programy, na przykład tzw. Okrągły Stół Blogerów (*Blogger Roundtable*), czyli spotkania, a właściwie telefoniczne rozmowy konferencyjne zaproszonych blogerów z różnymi przedstawicielami sił zbrojnych, zazwyczaj znanymi i zasłużonymi. Ken Silverstein, przyglądając się tym spotkaniom w 2007 roku, skomentował, że

dotychczas służyły Pentagonowi jako narzędzie komunikacji głównie z przyjaznymi odbiorcami. [...] Rozmowy telefoniczne z blogerami są częścią większego programu kierowanego głównie przez ludzi z politycznego mianowania administracji. Jedna z notatek służbowych [...] mówiła, że program będzie „zsynchronizowany... z celami armii i polityki”⁴⁴.

Tak więc starannie dobierano zapraszanych blogerów, wierząc, że ich posty będą odzwierciedlać politykę Pentagonu i w żaden sposób nie zakwestionują dobrego

41 J.D. Leipold, *Army releases new OPSEC regulation*, 19 kwietnia 2007, <https://www.army.mil/article/2758/2> (30 czerwca 2017).

42 N. Shachtman, *Army squeezes soldier blogs, maybe to death*, „Wired” 2 lutego 2007, <http://www.wired.com/2007/05/army-bloggers/> (30 czerwca 2017).

43 M. White, *The timing of the war blogs. Citizen journalism and the war in Iraq*, [w:] *Citizen journalism: global perspectives*, red. S. Allan, E. Thorsen, Peter Lang, New York 2009, s. 33.

44 K. Silverstein, *Not out of the Danger Room yet*, „Harper’s Magazine” 27 lipca 2007, <http://harpers.org/blog/2007/07/not-out-of-the-danger-room-yet/> (30 czerwca 2017).

imienia armii. Ken Silverstein dodaje: „Zapraszano kilku blogerów o umiarkowanych poglądach, jednak lista uczestników przechylała się zdecydowanie na prawo”⁴⁵. Na przykład autor milbloga BlackFive, który prowadził otwartą krytykę mediów liberalnych, był jednym z uczestników Okrągłego Stołu Blogerów. On również odpowiedział na zarzuty Silversteina, mówiąc, że „nie rozmawiamy z przedstawicielami administracji, ale z zawodowymi wojskowymi. To dziennikarz jest w błędzie, jeżeli traktuje zawodowych wojskowych jakby byli wpływowymi politykami”⁴⁶. Kontakty ze specjalistami od mediów z Departamentu Obrony miały wiele zalet. Umożliwiały spotkania z zasłużonymi dowódcami, stwarzały możliwość pokazania się, co dla zawodowych wojskowych mogło być trampoliną do dalszej kariery. Ale miały też znaczenie praktyczne. Pentagon zapewniał milbloggerom dostęp do informacji, dostarczał im wszelkiego rodzaju materiały: notatki prasowe, transkrypty, życiorysy, zdjęcia czy klipy wideo ułatwiające im tworzenie treści⁴⁷. Tak więc armia zrewidowała swoją długoletnią taktykę dotyczącą kontaktów z mediami i podjęła starania, aby „włączyć blogerów w system informacyjny Pentagonu”⁴⁸.

WNIOSKI

Milblogi to bez wątpienia rewolucyjne medium, jeżeli chodzi o transmisję informacji w kontekście konfliktu wojennego. Zmieniły uświęcony porządek przepływu informacji oparty na zasadzie *shut up and go up*, czyli siedź cicho i raportuj wyżej. W praktyce oznaczało to, że nie tylko zwykli żołnierze, ale nawet oficerowie mieli unikać mediów, odsuwać od siebie ich pytania i kierować je do osób postawionych wyżej na drabinie służbowej, tak wysoko, jak to tylko było możliwe⁴⁹. Milblogi nie tylko dały głos tym, którzy nie mieli prawa go publicznie zabrać, ale uczyniły to niemal w czasie rzeczywistym. Żołnierskie relacje zaczęły pojawiać się prawie natychmiast i wywołały ogromne poruszenie oraz zainteresowanie wśród odbiorców, użytkowników internetu. Milblogi dały piszącym je żołnierzom poczucie niezależności i wolności, którym jednak nie mogli cieszyć się długo, stały się one bowiem obiektem zainteresowania i rywalizacji dwóch tradycyjnych filarów komunikacji wojennej: mediów głównego nurtu i sił zbrojnych. Każde z nich dostrzegło ogromny potencjał milblogów do wykorzystania dla swoich celów.

Dla mediów blogi okazały się cenne, bo przynosiły zupełnie nowe, wyraziste spojrzenie. W niespotykany dotąd sposób mówiły o armii i wojnie jeszcze w czasie jej trwania. Im stawały się bardziej kontrowersyjne i krytyczne, tym były

45 Tenze, *How the Pentagon's „Surrogates Operation” feeds stories to administration-friendly media and pundits*, „Harper's Magazine” 19 lipca 2007, <http://harpers.org/blog/2007/07/how-the-pentagons-surrogates-operation-feeds-stories-to-administration-friendly-media-and-pundits/> (30 czerwca 2017).

46 Tenze, *Not „terribly compelling”. Pentagon surrogates reply to criticism*, „Harper's Magazine” 24 lipca 2007, <http://harpers.org/blog/2007/07/not-terribly-compelling-pentagon-surrogates-reply-to-criticism/> (30 czerwca 2017).

47 M. White, *The timing of the war blogs*, dz. cyt., s. 37–38.

48 Tamże, s. 37.

49 N. Pflaum, *At Fort Leavenworth, officers are marching on a new target: the blogosphere*, „The Pitch” 5 lutego 2009, <http://www.pitch.com/news/article/20599593/at-fort-leavenworth-officers-are-marching-on-a-new-target-the-blogosphere> (30 czerwca 2017).

ciekawsze, bo bardziej widoczne i wzbudzające gorętsze emocje, czyli inicjujące dyskusję publiczną. Ponadto mogły być użyte przeciwko dyktatowi armii w dziedzinie dystrybucji informacji. I do tego prawie nic nie kosztowało przejście ich przez instytucjonalne media, które również finansowo nie mogły pozwolić sobie na dogłębne relacjonowanie konfliktu z pola walki. Media głównego nurtu były atrakcyjnym partnerem dla milbloggerów, bo oferowały im rozpoznawalność, rozgłos i możliwość rozwinięcia kariery, na przykład przez kontrakty wydawnicze. Co to oznaczało dla wartości blogów poddanych procesowi edytorskiemu, pozbawionych komentarzy, wyjętych z kontekstu, to już inna kwestia.

Dla dowództwa armii sprawa wydawała się bardziej skomplikowana. Oficerowie wiedzieli, że coś nowego, dotychczas niespotykanego dzieje się na polu komunikacji, ale niejednokrotnie o istnieniu i zawartości blogów dowiadywali się ostatni, od rodzin i znajomych z domu. Pierwszą reakcją na krytyczne i obrazoburcze, a czasami też ignorujące reguły bezpieczeństwa blogi była oczywiście chęć cenzury. Jednak taka polityka była nieskuteczna, bo milbloggerzy nadal przesyłali swe relacje, tyle że do mniejszej grupy odbiorców drogą mailową. Antagonizowała też duży segment obywateli, którzy nauczyli się polegać na blogach w kwestii informacji wojennych, i stawiała armię w opozycji do mediów z implikacją, że jednak jest coś do ukrycia. W takiej sytuacji Pentagon zmienił strategię i postanowił „oswoić” blogi, nadając przywileje tym, którzy okazywali się karni i wspierali jego linię działania i cele. Nie oznacza to, że zrezygnował z cenzury, jednak wprowadził ją na wcześniejszym etapie poprzez konieczność rejestracji i aprobaty treści postów przez dowódców przed ich zamieszczeniem. Autocenzura, osłodzona przez zaproszenie do udziału w Okrągłym Stole Bloggerów, kontakty z dowódcami i innymi zasłużonymi członkami armii, dostarczane materiały czy wreszcie widoki na dalszą karierę w armii, była o wiele skuteczniejsza. Takich „oswojonych” blogerów z czasem pojawiało się coraz więcej.

Po krótkim okresie wolności i niezależności milblogi poddają się wpływowi instytucjonalnym i pozwalają się dopasować do ich wymogów. Media wyjmują ich informacje z kontekstu i poddają obróbce edytorskiej oraz wymogom marketingowym, czyniąc z nich towar na sprzedaż. Armia zaś poprzez cenzurę stara się wmontować w żołnierskie narracje także swój przekaz, by milblog prezentował się ładnie w pozytywnym propagandowym kontekście Pentagonu. Jedni szukają sensacji, drudzy stawiają na wierną służbę, wspólnie niszcząc autentyczność nowego medium. Oczywiście nie wszystkie blogi są jednakowo podatne na interwencję z zewnątrz i nie oznacza to, że po roku 2008 nie warto już brać pod uwagę tego źródła informacji. Niemniej jednak pierwsza epoka milblogów, tych najbardziej osobistych, szczerych, naturalnych, prawdziwych, a co za tym idzie – wiarygodnych, jest już za nami. Tym, którzy chcieli założyć swój własny blog, Paul Boutin dawał w 2008 roku taką przyjacielską radę: „Nie. Po prostu, nie. A jeżeli już zacząłeś, wyciągnij wtyczkę”⁵⁰.

50 P. Boutin, *Twitter, Flickr, Facebook make blogs look so 2004*, „Wired” 20 października 2008, <https://www.wired.com/2008/10/st-essay-19/> (30 czerwca 2017).

MILBLOGS: BLOGS OF AMERICAN SOLDIERS – THE ALTERNATIVE VOICE IN THE WAR REPORTING

Milblogs, war blogs, which started appearing at the beginning of the twenty first century, transformed the image of warfare in the modern world. The blogs of soldiers in active service during the Iraq War, which was known as Operation Iraqi Freedom, are the best example of this. On the one hand, they enable a direct insight into the everyday life of military personnel, whilst, on the other side, unbeknownst to the soldiers themselves, they can become a very efficient PR tool in hands of the army and traditional media. As a result, this independent voice from the frontline becomes the subject of rivalry between traditional war communication channels as each recognises the huge potential of milblogs used for their own ends.