



## Rozwój mediów obywatelskich w Polsce

**Małgorzata Łosiewicz**

*Citation:* Łosiewicz, M. (2015). Rozwój mediów obywatelskich w Polsce. W: B. Brodzińska, M. Jeziński, M. Mateja (red.), *Zawód dziennikarz: między misją a profesją* (s. 230–250). Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. ISBN 978-83-231-3461-9.

*© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie wymaga uzyskania zgody uprawnionego.*

Małgorzata Łosiewicz .....

## **Rozwój mediów obywatelskich w Polsce**

•

**A**rtykuł stanowi próbę opisu powstawania i funkcjonowania mediów obywatelskich w Polsce. Zmieniająca się rola odbiorcy, który może stać się aktywnym nadawcą i dzięki Internetowi tworzyć i kolportować swój przekaz w rzeczywistym czasie, to cecha wykorzystywana przez media obywatelskie. Odbiorca, będąc równocześnie nadawcą, przygotowuje i publikuje materiały dziennikarskie, decyduje o tym, co się ukaże w mediach, o ich kształcie i funkcjonowaniu.

Pierwsze portale obywatelskie w Polsce rozpoczęły działalność w 2006 roku. Były to iThink.pl i Wiadomości24.pl. Obecnie mówi się o czterech istotnych serwisach obywatelskich. W Lublinie i Elblągu działa telewizja obywatelska.

### **Rozwój dziennikarstwa obywatelskiego i mediów obywatelskich**

Przedstawianie najistotniejszych aspektów dotyczących mediów obywatelskich warto rozpocząć od istoty pojęcia „komunikowanie”. Termin ten jest powszechnie znany i używany. Słowo „komunikowanie” pochodzi z łacińskiego *communicare* (być w relacji, w związku, uczestniczyć w czymś) [Goban-Klas 2004: 41]. Komunikacja społeczna obejmująca aktywność nadawcy i odbiorcy różni się w sposób zasadniczy

od prostego przekazu informacji. Jej nieodłącznym elementem jest interakcja odbiorcy, jego odpowiedź zwana sprzężeniem zwrotnym.

Można zatem mówić o trzech modelach komunikacji:

- tradycyjnym,
- symetrycznym,
- społecznościowym.

W modelu tradycyjnej komunikacji masowej odbiorcy komunikatu mogą jedynie dokonywać wyboru co do zakresu odbieranych treści, jednak nie mają możliwości czynnego uczestnictwa w ich tworzeniu czy wyborze pożądanej treści. Rola odbiorcy ogranicza się do biernej percepcji komunikatu.

Komunikacja symetryczna pomiędzy nadawcą i odbiorcą stała się możliwa dzięki użyciu Internetu, który jest medium interaktywnym. Symetryczność oznacza „dwukierunkowość” komunikacji. Polega ona na tym, że zanika tradycyjny podział na nadawcę i odbiorcę komunikatu. W przypadku nowoczesnych, interaktywnych narzędzi internetowych możliwe jest pozyskiwanie informacji od odbiorców oraz prowadzenie z nimi bezpośredniego dialogu. Ta dwukierunkowość komunikacji nie jest jednak modelem powszechnym i często spotykanym w wirtualnej przestrzeni. Według symetrycznego modelu komunikacji przekaz płynie od wielu nadawców do wielu odbiorców, przy czym rola jednych i drugich nie jest z góry zdeterminowana i może ulegać dynamicznym zmianom. Podstawowa relacja zachodzi pomiędzy internautą oraz medium, a nie bezpośrednio pomiędzy użytkownikami sieci. Tym samym dzięki nowym technologiom media mogą prowadzić dialog z odbiorcą, a wyrazem tego jest stosowanie na platformach internetowych aplikacji transakcyjnych, przy czym transakcja jest tutaj utożsamiana z szeroko rozumianą wymianą (np. informacji) pomiędzy stronami [Mazurek 2009: 3].

Specyficzną odmianą modelu komunikacji symetrycznej jest model społecznościowy, którego funkcjonowanie polega na zaniku tradycyjnego podziału na nadawców i odbiorców komunikatu oraz na przeniesieniu ciężaru komunikacji na samych użytkowników – pierwotnych odbiorców treści, którzy mają możliwość prowadzenia dialogu pomiędzy sobą. W ten sposób tworzy się charakterystyczna wartość, wyrażona zarówno zakresem podawanych informacji, jak i budowaniem

więzi między uczestnikami wymiany, konstytuujących powstanie wirtualnych grup. Model społecznościowy jest rozwiązaniem innowacyjnym i nowatorskim, a jego egzemplifikacją są wszelkie platformy internetowe określane mianem wirtualnych społeczności. Tworzenie się takich społeczności jest możliwe za sprawą aplikacji i narzędzi bezpośredniego kontaktu on-line nie tylko pomiędzy właścicielem – administratorem platformy a odbiorcą, ale przede wszystkim pomiędzy samymi odbiorcami. Co więcej, wartość i potencjał takiej platformy wynika wprost z zaangażowania w jej tworzenie samych użytkowników [Mazurek 2009: 5].

W odniesieniu do mediów tradycyjnych należy stwierdzić, iż bazują one przede wszystkim na prostym przekazie informacji, z reguły jednostronnym, przez co odpowiedź, a zatem i aktywność ze strony odbiorcy, jest bardzo ograniczona, a czasem po prostu jej nie ma. Z kolei media obywatelskie, dzięki użyciu nowoczesnych technik przekazu, dają możliwość komunikacji dwustronnej, sprawiają, że odbiorca jest aktywny i może reagować na przekazywane treści. Wszechobecność i interaktywność Internetu spowodowały ogromne zmiany w dostępie do informacji i tworzeniu przekazu medialnego dla publiczności. Istotną cechą przygotowywanych serwisów stała się aktualność podawanych treści. Jak zatem zdefiniować pojęcie informacji aktualnej? W obecnych czasach, charakteryzujących się łącznością internetową oraz przy pomocy telefonii komórkowej, należy kategorię aktualności sprowadzić niemalże do momentu trwania jeszcze wydarzenia lub natychmiast po jego zakończeniu. Często mówi się o czasie rzeczywistym czy przekazie on-line.

Kryterium czasu eliminuje więc media tradycyjne, w szczególności prasę codzienną, z konkurowania o odbiorcę zainteresowanego najnowszymi wydarzeniami. Wydłużony cykl wydawniczy sprawia, że każdy news stanie się już znany dzięki pozostałym mediom mającym możliwość nadawania na żywo. Radio i telewizja wydają się więc spełniać te warunki. Nie jest to jednak do końca prawdą. Dziennikarze zatrudnieni w redakcjach nie są bowiem w stanie dotrzeć w każde miejsce, w którym aktualnie dzieje się coś ciekawego. Dlatego też zmienia się sposób działania wielu redakcji. Najtrafniej zdają się opisywać te zmiany słowa Franka Patalonga opublikowane przez „Der Spiegel”:

Coraz więcej dziennikarzy, określanych mianem *mojos* (*mobile journalists*), pracuje bezpośrednio w terenie, przemierza swoje rewiry z laptopem, kamerą cyfrową oraz kartą przesyłu danych. Są oni w ciągłym kontakcie z ludźmi – odbiorcami wiadomości, mogą zgłębiać ich świat, poznawać ich życie, problemy, a co najważniejsze, mają szansę uczestniczyć w bieżących wydarzeniach i przekazywać relację bezpośrednio z miejsca, w którym dzieje się coś interesującego. Dzięki temu już po kilku minutach, informacja przekazana w formie transmisji na żywo, może dotrzeć do nieograniczonej liczby użytkowników i być na bieżąco uzupełniana o nowe fakty<sup>1</sup>.

Kryterium czasu stawia więc redakcje przed trudnym zadaniem posiadania najnowszych wiadomości w czasie rzeczywistym. Jak zatem wykorzystać zasoby kadrowe redakcji, aby dziennikarze znaleźli się w pobliżu wydarzeń mających znaczenie dla odbiorców? Przy powszechnym dostępie do telefonów komórkowych wyposażonych w kamery i/lub aparaty cyfrowe, laptopów czy Internetu bezpośredni uczestnicy zdarzeń, niebędący pracownikami redakcji, dokumentują fakty, które następnie prezentują w prowadzonych przez siebie blogach czy wysyłają do redakcji. W ten sposób wchodzi w rolę reporterów, których relacje z miejsca wydarzenia wyprzedzają przekazy profesjonalnych dziennikarzy. Można zatem stwierdzić, że ulega zmianie dotychczasowy charakter dziennikarstwa. Strefa zarezerwowana dla profesjonalistów stała się dostępna dla tych wszystkich, którzy chcą podzielić się swoimi wrażeniami i obserwacjami czy wyrazić opinie.

Exemplifikacją tego typu aktywności społecznej jest dziennikarstwo obywatelskie (ang. *citizen journalism*). Dziennikarstwo obywatelskie jako nowe zjawisko nie ma jednej precyzyjnej definicji. Najczęściej spotykaną definicją jest podana przez Wikipedię:

Dziennikarstwo obywatelskie to rodzaj dziennikarstwa uprawianego przez nieprofesjonalnych dziennikarzy w interesie społecznym. Jego powstanie i rozwój wiąże się z Internetem, bo to medium – w przeciwieństwie do prasy, radia czy telewizji – umożliwia

---

<sup>1</sup> Więcej na ten temat: <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,52981,3850960.html>.

każdemu interaktywne współtworzenie swojej zawartości i jej masowy kolportaż. Internet pozwala na tworzenie i publikację artykułów w czasie rzeczywistym oraz wspólną pracę dziennikarzy z całego świata w sposób wirtualny<sup>2</sup>.

W terminologii anglojęzycznej spotkamy dwie propozycje na określenie tego rodzaju aktywności obywateli w sferze nowych mediów: *citizen journalism* i *civic journalism*. *Civic journalism*<sup>3</sup> zostało zdefiniowane jako angażowanie zwykłych obywateli w proces publikowania gazety, poprzez włączanie ich w proces tworzenia informacji. *Citizen journalism*<sup>4</sup> należy z kolei rozumieć jako „sytuacje, w których czytelnicy angażują się wraz z profesjonalistami w tworzenie dziennikarstwa”. Taka współpraca między amatorami i profesjonalistami w sferze produkcji i dystrybucji informacji staje się coraz bardziej popularna i przybiera coraz bardziej różnorodne formy<sup>5</sup>.

Inną propozycję opisaną dziennikarstwa obywatelskiego sformułowali Shayne Bowman i Chris Willis (ujmowanego jako *participatory journalism* – w dosłownym tłumaczeniu „dziennikarstwo uczestniczące”). Twierdzą oni, że dziennikarstwo partycypacyjne jest aktem obywatela lub grupy obywateli, którzy odgrywają aktywną rolę w procesie zbierania, analizowania i rozpowszechniania informacji. Celem tej partycypacji jest dostarczenie niezależnego, wiarygodnego, dokładnego i wszechstronnego przekazu, którego wymaga porządek demokratyczny<sup>6</sup>. Przedstawione definicje obrazują problematykę dzienni-

---

<sup>2</sup> Więcej Wikipedia, [http://pl.wikipedia.org/wiki/Dziennikarstwo\\_obywatelskie](http://pl.wikipedia.org/wiki/Dziennikarstwo_obywatelskie).

<sup>3</sup> Określenie zaproponowane przez Pew Center for Civic Journalism w raporcie *Measuring civic journalism's progress*, we wrześniu 2002 roku. Więcej na ten temat *Media obywatelskie a organizacje pozarządowe*, kwartalnik „Trzeci Sektor” 2008, nr 14.

<sup>4</sup> Podobna kwestia była przedmiotem zainteresowania autorów raportu *Frontiers of innovation in community engagement* napisanego dla Center for Citizen Media.

<sup>5</sup> W Polsce najbardziej znanym przykładem takiej strategii jest należący do Agory serwis Alert24.pl, który umożliwia każdej osobie przesłanie za pomocą SMS-a, MMS-a, e-maila lub formularza na stronie internetowej dowolnej informacji lub zdjęcia, które po zatwierdzeniu przez redaktora portalu trafiają na stronę Alert24.pl. Podobny serwis uruchomił TVN24, który (za pomocą usługi Kontakt) umożliwia przesłanie na stronę TVN24.pl nagręconego przez siebie filmu lub zdjęcia z krótkim opisem.

<sup>6</sup> Szerzej na ten temat Anna Stokowska, *Bardziej dziennikarz, czy bardziej oby-*

karstwa obywatelskiego, nie wyczerpując jej, a jedynie zarysowując zagadnienie.

Dziennikarze obywatelscy są skupieni przy mediach obywatelskich. Czym zatem są media obywatelskie? Są to media, które są tworzone przez odbiorców. Odbiorca jest równocześnie nadawcą, który przygotowuje i publikuje materiały dziennikarskie, decyduje o tym, co się ukaże w mediach, o ich kształcie i funkcjonowaniu. To Internet jako pierwsze medium interaktywne jest coraz częściej wykorzystywany do tego, aby społeczność wirtualna mogła brać udział w debacie publicznej, uzupełniać wiadomości pojawiające się w mediach standardowych oraz tworzyć alternatywny sposób przekazywania informacji, interpretacji tego, co się dzieje w kraju i na świecie. Stwierdzenie, iż Internet uczynił każdego dziennikarzem, zawiera w sobie dużo prawdy. Media obywatelskie, mając wielu nadawców i wielu odbiorców, różnią się od mediów tradycyjnych cechujących się jednym centrum nadawczym, które kieruje swoje treści do wielu odbiorców. Media obywatelskie spełniają w społeczeństwie wiele funkcji. Przede wszystkim są traktowane przez swoich twórców jako media alternatywne do głównego nurtu mediów: alternatywne ze względu na sposób zorganizowania, na treść w nich przekazywaną, na uczestników. Dziennikarze obywatelscy śmiało wchodzą w kompetencje zarezerwowane do tej pory tylko dla osób po szkole dziennikarskiej lub długoletnich praktyków zawodu. Komentują, opiniują, uczestniczą w dyskusji, uzupełniają informacje znane już z nurtu głównego [Reszka 2009: 6], konkurują z mediami dominującymi oraz są źródłem informacji dla tych mediów [Dahlgren, Sparks 2007: 26]. Ponadto media obywatelskie pełnią ważne role [Reszka 2009: 7]:

- integrującą, dzięki wykorzystaniu Internetu zawarte treści mają zasięg w zasadzie nieograniczony, mają możliwość oddziaływania na ogromną rzeszę odbiorców i przekazywanie im tych samych treści. Dokonuje się unifikacja, ale jednocześnie także integracja, polegająca na tym, że różnorodni odbiorcy z heterogenicznych kultur dokonują wymiany znaczeń, co ułatwia dyfuzję kulturową.

- demokratyzującą, media obywatelskie sprzyjają swobodnej wymianie poglądów, a oprócz tego wymianie informacji często pomijanych przez główny nurt mediów, a rzetelna informacja jest podstawą dobrze funkcjonującej demokracji.
- aktywizującą obywatela, który bierze udział w szerokim dialogu społecznym, wyraża swoje opinie polityczne i kulturalne, podnosi swoje kompetencje medialne. Dzięki temu uczy się, jak owocnie korzystać z mediów i nie dać się zmanipulować. Rodzi to także aktywność w poszukiwaniu źródeł informacji.

Media obywatelskie sprzyjają pluralizmowi. Nie ma w nich podziału na lepszych i gorszych. Każde zagadnienie jest traktowane z taką samą powagą. Dają także poczucie niezależności od władzy, koneksji politycznych, poglądów, przekonań czy stereotypów.

Są dialogiczne, tzn. budują przez jednostkę względnie trwałe relacje z drugim człowiekiem, polegające na wzajemnym zrozumieniu i prowadzące do podejmowania wspólnych inicjatyw. Dialogiczność mediów obywatelskich przejawia się dodatkowo w tym, że skłaniają one odbiorcę do zaangażowania i aktywności, dzięki czemu nie jest on biernym odbiorcą komunikatu, lecz staje się partnerem dialogu, obywatelem, który ma coś do powiedzenia w ważnych kwestiach politycznych, społecznych i kulturalnych [Podolski 2005: 141]. Media obywatelskie stanowią swoistą platformę społeczeństwa obywatelskiego<sup>7</sup>, która umożliwi otwartą komunikację<sup>8</sup>. W obrębie dziennikarstwa

<sup>7</sup> Według Wikipedii jest to społeczeństwo charakteryzujące się aktywnością i zdolnością do samoorganizacji oraz określenia i osiągnięcia wyznaczonych celów bez impulsu ze strony władzy państwowej. Społeczeństwo obywatelskie potrafi działać niezależnie od instytucji państwowych. Niezależność nie musi oznaczać rywalizacji społeczeństwa z władzą, która występuje zazwyczaj w państwach, gdzie ustrój polityczny jest sprzeczny z wolą większości obywateli. Podstawową cechą społeczeństwa obywatelskiego jest świadomość jego członków w zakresie potrzeb wspólnoty oraz dążenie do ich zaspokajania, czyli zainteresowanie sprawami społeczeństwa oraz poczucie odpowiedzialności za jego dobro. Koncepcja społeczeństwa obywatelskiego po raz pierwszy pojawiła się u Arystotelesa, a rozwinięta została przez J.J. Rousseau, który wprowadził pojęcie samostanowienia i umowy społecznej, a następnie przez Locke'a. Często społeczeństwo obywatelskie utożsamia się z dobrze zorganizowaną i działającą sferą trzeciego sektora. Szerzej na ten temat A. Hupa, *World Wide Web i społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Media obywatelskie a organizacje samorządowe*, „Trzeci Sektor” 2008, nr 14, s. 16–27.

<sup>8</sup> Takim przykładem jest Centrum Mediów Obywatelskich w Lublinie, które po-



obywatelskiego Mark Deuze wyróżnia następujące nurty [Pręgowski, 2007: 124]:

- główne nurtowe serwisy newsowe: oferujące treści tworzone od podstaw i poddane procesowi agregacji,
- witryny indeksujące i kategoryzujące: usytuowane poza głównym nurtem medialnym, koncentrujące się na publikowaniu informacji z innych serwisów w sieci,
- metamedia i inne witryny komentatorskie: tworzone w celu kontrolowania tradycyjnych mediów i możliwości komentowania wydarzeń medialnych; tutaj również znajdują się serwisy, które omawiają wydarzenia niedostrzegane przez media głównego nurtu,
- witryny dzielenia się i dyskusji: współredagowane zespołowo, zaspokajające potrzebę łączenia się i wymiany informacji z innymi internautami.

Początków tego rodzaju mediów można upatrywać w serwisie Independent Media Center, zwanym Indymedia, który powstał w 1999 roku przed szczytem Światowej Organizacji Handlu w Seattle. Jego celem było dostarczanie informacji antyglobalistom i utworzenie przekazu medialnego alternatywnego do nurtu mediów komercyjnych. Indymedia stały się na tyle popularne na całym świecie, że obecnie funkcjonują w Internecie, nadają w radiostacjach offowych, wydają gazetki, tworzą lokalne redakcje, mają programy telewizyjne w kabłówkach. Każdy może załączyć tekst, zdjęcie lub plik multimedialny, nie ma żadnego ograniczenia, wszystkie materiały są automatycznie publikowane (zasada „open publishing”). Jedyna ingerencja ze strony wydawcy polega na graficznym wyeksponowaniu co ciekawszych tekstów [Olszański 2006: 57]. Brak cenzury, nakazów i zakazów dotyczących przekazywanych tekstów czyni Indymedia nośnikiem najbliższym idei mediów obywatelskich.

Asumptem do tworzenia mediów obywatelskich stał się południowokoreański portal OhmyNews.com, założony w 2000 roku w Korei Południowej, który zatrudnia 90 osób, w tym 60 zawodowych dziennikarzy, którzy tworzą ok. 20% zawartości strony. Resztę informacji

---

stanowiło wspierać rozwój mediów obywatelskich w środowisku organizacji pozarządowych. Więcej na ten temat na stronie <http://www.ngotv.pl>.

dostarcza ok. 60 tysięcy obywateli-reporterów z całego świata współpracujących z redakcją<sup>9</sup>.

## Rynek mediów obywatelskich w Polsce

W Polsce media obywatelskie są stosunkowo nowym zjawiskiem. Badania przeprowadzone przez Megapanel PBI/Gemius pokazały, że ze stron dziennikarstwa obywatelskiego korzystało w lutym 2008 roku 1,7 mln internautów. Oznacza to, że co ósmy polski internauta (11,89%) odwiedzał witryny tego typu. Najbardziej popularnym serwisem dziennikarstwa obywatelskiego są Wiadomosci24.pl (ponad 550 tys. internautów), Interia360.pl (547 tys. użytkowników) i iThink.pl (250 tys. użytkowników)<sup>10</sup>.

Obserwuje się wzrost zainteresowania serwisami dziennikarstwa obywatelskiego. W okresie od lutego 2007 do lutego 2008 roku zasięg najpopularniejszych serwisów dziennikarstwa obywatelskiego wzrósł trzykrotnie – z poziomu 4,24% do 11,89%.

W cytowanym badaniu ustalono, kim są przeciętni użytkownicy serwisów dziennikarstwa obywatelskiego. Co czwarty z nich mieszka na obszarze wiejskim, a co szósty w mieście do 20 tysięcy mieszkańców, co siódmy zaś pochodzi z miasta od 20–50 tys. mieszkańców. Największym zainteresowaniem serwisy te cieszą się wśród mieszkańców województwa opolskiego (zasięg 17,44%), śląskiego (14,58%) oraz wielkopolskiego (14,35%). Najczęstszymi gośćmi są emeryci i renciści, specjaliści i osoby uprawiające wolny zawód oraz urzędnicy i pracownicy administracji. Niewielkie zainteresowanie stronami tego typu wyrażają właściciele przedsiębiorstw, kierownicy zakładów i prezesi oraz pracownicy usług i handlu.

Jednym z najbardziej popularnych i dynamicznych w działaniu portali dziennikarstwa obywatelskiego, należącym do Grupy Wydaw-

---

<sup>9</sup> Wielki potencjał i ogromną siłę oddziaływania OhnyNews pokazało przed wyborami prezydenckimi w 2002 roku, kiedy to udało się zmobilizować młodych ludzi i doprowadzić do wyboru promowanego przez siebie kandydata – Roh Moo Hyuna.

<sup>10</sup> Pełny ranking najpopularniejszych serwisów dziennikarstwa obywatelskiego w Polsce prezentuje raport *Dziennikarstwo obywatelskie w Internecie*, <http://audyt.gemius.pl/archiwum/20080528/pl/index.html> [dostęp: 7.04.2009].

niczej Polskapresse, są Wiadomości24.pl. Portal powstał w czerwcu 2006 roku. W samym tylko kwietniu 2008 roku odwiedziły go 562 tysiące użytkowników. Wiadomości24.pl mogą się pochwalić ponad 10 tysiącami zarejestrowanych osób, z których ponad półtora tysiąca zamieściło przynajmniej jeden artykuł. Redakcja opracowała czytelne zasady działania dotyczące warunków akceptacji tekstu do publikacji, co jest gwarantem wysokiego poziomu prezentowanych materiałów. Funkcjonowanie portalu określa regulamin serwisu.

Użytkowników portalu można podzielić na dwie grupy: czynnych, którzy po dokonaniu rejestracji mają prawo zgłaszać swoje materiały, a także oceniać i komentować teksty innych, oraz biernych. Pierwsza grupa przy rejestracji musi podać swoje dane, a także zaakceptować regulamin, który określa szczegółowe warunki uczestnictwa w dziennikarskiej społeczności. Kryterium koniecznym do spełnienia jest pełnoletność. W przypadku osób niepełnoletnich wymagana jest zgoda rodziców bądź opiekunów. Drugą grupę stanowią użytkownicy bierni, którzy mogą tylko czytać informacje, nie mają prawa dodawać własnych tekstów ani komentować innych. Nie wpływają na kształt serwisów, pełnią rolę obserwatorów.

Rejestracja jest równoważna z akceptacją regulaminu, upoważnieniem do zamieszczania materiałów oraz korzystaniem z zamieszczonych materiałów. Osoby biorące czynny udział w kształtowaniu portalu nie mogą czerpać z tego korzyści materialnych ani umieszczać materiałów promocyjnych i reklamowych. Są one także zobowiązane do przekazywania takich informacji, które nie naruszają praw osób trzecich i są zgodne z prawem.

Na czele portalu stoi rada redakcyjna, którą tworzą założyciele portalu o statusie redaktora seniora. Są to w większości profesjonalni dziennikarze związani w przeszłości z największymi polskimi redakcjami. W redakcji pracuje sześć osób, które są odpowiedzialne za całość funkcjonowania serwisu, czuwają nad jakością nadsyłanych artykułów – jeśli tekst wymaga poprawek, autor jest o tym informowany i jeżeli nie odniesie się do uwag redaktora, to artykuł nie ukazuje się na stronie. Redaktor naczelny sprawdza także źródło pochodzenia materiału oraz pochodzenie zdjęć. Decyzję o publikacji podejmuje redaktor dyżurny odpowiedzialny danego dnia za wydanie wiadomości. Staty-

stycznie ukazuje się między 50–60% nadsyłanych materiałów. Dodatkowo w serwisie funkcjonują osoby nazywane ekspertami, które specjalizują się w określonej dziedzinie, i których opinii można zasięgnąć, pisząc określony tekst.

Operatorem serwisu jest spółka Polskapresse Sp. z o.o. Z tą funkcją związane są pewne decyzje, które operator może podjąć bez wcześniejszego konsultowania z użytkownikami. Do kompetencji operatora należy przede wszystkim udostępnianie przestrzeni do publikowania materiałów przez użytkowników portalu. W związku z tym operator musi czuwać nad tym, aby treść zamieszczanych materiałów spełniała standardy dobrych obyczajów, była zgodna z prawem, a zwłaszcza z prawem autorskim i prawami pokrewnymi oraz nie naruszała dóbr osobistych osób trzecich. W związku z tym operator może usuwać teksty niespełniające wymienionych standardów, cofnąć pozwolenie na publikację bądź jej odmówić bez podania przyczyny. Może także zablokować możliwość publikacji materiałów, które nie spełniają standardów i co do których jest podejrzenie, że mogą łamać prawo lub naruszać dobra osób trzecich. Operator ma prawo pozbawić osobę możliwości przekazywania materiałów i komentarzy, jeśli podała ona nieprawdziwe dane przy rejestracji [Reszka 2008: 10]. Materiały podlegają korekcie.

Zarejestrowane osoby są klasyfikowane w zależności od ich stopnia wtajemniczenia według następujących stopni zaawansowania:

- początkujący,
- stażysta,
- reporter,
- dziennikarz,
- redaktor,
- redaktor senior.

Osoba początkująca ma podstawowe uprawnienia, tzn. może zgłaszać artykuły do opublikowania i komentować je. Po okresie próbnym i opublikowaniu minimum pięciu prac zatwierdzonych przez redakcję serwisu, która opiniuje każdy nowo nadesłany artykuł, redaktor senior będący na szczycie portalowej hierarchii może nadać danej osobie status stażysty, co wyraża się graficznym symbolem jednego pióra. Pozycję wyższą od stażysty posiadają: reporter (dwa pióra), który ma prawo publikować po akceptacji redaktora seniora; dziennikarz (trzy pióra);

redaktor (cztery pióra), który może samodzielnie, bez niczyjej akceptacji, dodawać artykuły z dziedziny, w której się specjalizuje. Ostatnim poziomem zaawansowania jest redaktor senior (pięć piór), który ma nieograniczone możliwości dodawania artykułów ze wszystkich dziedzin, a także prawo uczenia innych, mniej zaawansowanych użytkowników.

Wszystkich zarejestrowanych jest obecnie około 8 tysięcy, a spośród nich prawie 2 tysiące zamieściło do tej pory jakiś materiał. Zdecydowaną większość stanowią osoby ze statusem „początkujący”, które nie mają żadnej publikacji lub tylko pojedyncze materiały. Najmniej jest oczywiście dziennikarzy, redaktorów i redaktorów seniorów, ale można przypuszczać, że wraz z rozwojem portalu ich liczba będzie rosnąć [Podgórski 2007: 28]. Warto zwrócić uwagę, że w serwisie dostępne są także różnorodne, szczegółowe statystyki określające najbardziej aktywnych użytkowników: posiadających największą liczbę piór, punktów przyznanych przez użytkowników, najwięcej publikujących i komentujących.

Redakcja prowadzi akcję nagradzania autorów najlepszych tekstów. Oprócz nagród rzeczowych można dostać również wynagrodzenie pieniężne w wysokości 150 zł. Nagrody przyznawane są w trzech kategoriach: najlepszy tekst, najlepszy autor oraz materiał najczęściej komentowany. Każdy zarejestrowany uczestnik portalu ma możliwość oddania głosu na tekst według niego najciekawszy. W ten sposób redakcja chce zachęcić użytkowników do ciągłego podnoszenia kwalifikacji oraz do szukania unikalnych informacji.

Portal składa się z trzech głównych działów:

- Obywatelskiej Gazety Internetowej,
- Komentarzy,
- części Moje Trzy Grosze.

Obywatelska Gazeta Internetowa zajmuje większość przestrzeni portalu i spełnia kryteria prasy wskazane przez Prawo prasowe z dnia 26 stycznia 1984 roku. Komentarz jest każdym rodzajem materiału dodanym według specjalnej procedury elektronicznej poza Gazetą, odnoszącym się do danego tekstu i umieszczonym pod nim. Moje Trzy Grosze to część specjalnie wydzielona na wszelkie materiały, które dodawane są według specjalnej procedury elektronicznej poza Gazetą i umieszczane są automatycznie w tej rubryce.

Serwis stwarza także możliwość odbycia praktyk dziennikarskich – zarówno we własnej redakcji, jak i w profesjonalnych tytułach prasowych.

Nowością w serwisie Wiadomosci24 jest fotograficzne dziennikarstwo obywatelskie. Stworzony został bank fotografii, z którego mogą korzystać wszyscy piszący dla Wiadomosci24. W24 fotobank jest grupą hermetyczną. Osoby piszące dla iThink czy Interia360 nie mogą urozmaicić artykułu, korzystając z jego zasobów. Fotografie podpisane nazwiskiem autora mają prawo być publikowane jedynie w portalu Wiadomości24. Inicjatywa ta tworzy silną więź pomiędzy piszącymi i fotografującymi skupionymi wokół tego miejsca.

Nowością, która została zainicjowana przez Wiadomości24 w 2006 roku, jest konkurs na „Dziennikarza Obywatelskiego Roku” oraz na „Blogera Roku”. To pierwsze takie konkursy w Polsce. Według pomysłodawców Konkurs „Dziennikarz Obywatelski Roku” to wyraz uznania dla rodzącego się w Polsce fenomenu służenia innym poprzez upowszechnianie informacji. Dlatego chcą krzewić ideę dziennikarstwa obywatelskiego. Konkurs ma wyłonić osoby, które, publikując w Internecie i nie pobierając z tego tytułu wynagrodzenia, przestrzegają praw autorskich, ich materiały są rzetelne i służą społeczeństwu. Poza wskazaniami samych internautów, zwycięzców wyłania Kapituła<sup>11</sup> złożona z profesjonalnych dziennikarzy i medioznawców.

Konkurencją dla Wiadomosci24.pl stanowi portal iThink.pl, który jest własnością PRV.PL Sp. z o.o. Zaoferował on swoim użytkownikom inne zasady współpracy, dające szersze możliwości wpływania na kształt portalu i jego rozwój. Jego główne hasło brzmi: „Wyraź się!”. Portal kładzie nacisk przede wszystkim na niezależność. Serwis dziennikarstwa obywatelskiego iThink, będący częścią portalu społecznościowego Pino.pl, wprowadził dla swoich użytkowników możliwość odsłuchiwania wszystkich zamieszczonych w serwisie artykułów. Dzięki zastosowaniu technologii konwersji tekstu na dźwięk, wszyst-

---

<sup>11</sup> W skład Kapituły w poszczególnych latach weszli: Kazimiera Szczuka, Edwin Benedyk, Paweł Fąfara, Piotr Najsztab, Bernard Margueritte, Paweł Nowacki, Małgorzata Domagalik, Janina Paradowska, Stefan Bratkowski, Jinseok Seo, Koreańczyk, dziennikarz OhmyNews, największego serwisu dziennikarstwa obywatelskiego, Barbara Mietkowska, Beata Pawlikowska, prof. Wiesław Godzic (medioznawca), Tomasz Lis.

kie publikacje udostępniane są w formie podcastów. W ramach projektu Pino.pl serwis iThink został już także zintegrowany z serwisem wymiany plików wideo Patrz.pl, co umożliwi bezpośrednią publikację materiałów filmowych przy artykułach, dzięki technologii Patrz.pl. osoby publikujące mogą więc nie tylko opisać wydarzenie, ale również opatrzeć je zdjęciami i materiałami video.

Główne cele iThink:

- budować więzi między użytkownikami w oparciu o zainteresowanie konkretną tematyką. Celem nadrzędnym jest wdrożenie w serwisie idei „networkingu”, która pozwoliłaby zarówno rozwijać się pojedynczym autorom, jak i łączyć się w grupy w celu wspólnego publikowania materiałów;
- wdrożyć system „randomkracji”, czyli demokracji losowej. System zakłada, że po przygotowaniu publikacji losowana jest grupa 10 osób, która ma prawo zadecydować o publikacji materiału na stronach iThink. Spośród wylosowanych osób co najmniej 3 muszą zaakceptować publikację, aby pojawiła się ona na stronach kategorii iThink;
- wdrożyć moduł CMS, czyli panel administracyjny, w którym w zależności od przydzielonych uprawnień można redagować, publikować artykuły, wydawać o nich opinie, dodawać nowe działy czy wpływać na treści zamieszczone na głównej stronie serwisu;
- wdrożyć moduł na wzór systemu CRM pozwalający głównemu administratorowi na nadawanie uprawnień i zarządzanie kontami administratorów, moderatorów i autorów;
- zaprogramować automatycznego newslettera wysyłającego raz w tygodniu do użytkowników, a raczej do współautorów serwisu, informacje o nowych artykułach publikowanych na łamach iThink.

Bardzo ważnym elementem platformy opartej na zasadach *social publishing* jest integracja użytkowników, dlatego mogą oni dzięki specjalnie zaprogramowanemu środowisku wewnątrz iThink kontaktować się między sobą, zakładać swoje profile i wysyłać do siebie wiadomości.

Decyzję o tym, czy materiał jest wartościowy i czy zostanie opublikowany, podejmują zarejestrowani użytkownicy. Każdy nadesłany

artykuł podlega randomkracji. Użytkownicy korzystający z serwisu muszą być osobami pełnoletnimi, w przypadku osób niepełnoletnich, które ukończyły 13 rok życia, aktywność w serwisie jest możliwa na podstawie zgody rodziców albo prawnych opiekunów.

W odróżnieniu od portalu Wiadomosci24.pl, materiały publikowane na stronach są autorstwa wyłącznie dziennikarzy obywatelskich. Sprawia to, że iThink.pl jest serwisem bardziej zbliżonym do idei mediów obywatelskich, otwartym na użytkownika i jego sugestie. iThink.pl kładzie większy nacisk na refleksje i ocenę minionych wydarzeń niż na newsy. Serwis proponuje następujące działy:

- Kultura,
- Biznes,
- Technologia i Nauka,
- Styl życia,
- Multimedia,
- Społeczeństwo,
- Felietony,
- Komiks.

W porównaniu z serwisem Wiadomosci24.pl iThink.pl oferuje więcej rozwiązań technologicznych, m.in. możliwość wydruku interesującego artykułu w formacie pdf, a także opcję odsłuchu artykułu przy wykorzystaniu syntezatora mowy.

Redaktorzy serwisu zadbali także o precyzyjne zasady wykorzystania materiałów opublikowanych na stronach iThink.pl. Media niekomercyjne są zobowiązane do przestrzegania zasad *Creative Commons*<sup>12</sup>, natomiast komercyjne muszą mieć zgodę autora na przedruk i odpowiednio go wynagrodzić. To wszystko sprawia, że iThink.pl jest platformą przyjazną użytkownikowi i bardzo dynamicznie rozwijającą

---

<sup>12</sup> *Creative Commons* oferuje twórcom licencje, które pozwalają im zachować własne prawa i jednocześnie dzielić się swoją twórczością z innymi. Jest to alternatywa dla istniejącego systemu prawa autorskiego, które ogranicza możliwość tworzenia i korzystania z dóbr kultury. Licencje *Creative Commons* działają na zasadzie „pewne prawa zastrzeżone” – granice dozwolonego użytku są szersze i wyraźniejsze niż te wytyczone na zasadzie „wszelkie prawa zastrzeżone”. *Creative Commons* szanuje prawo twórców do określenia stopnia, w jakim chcą się dzielić swoją twórczością z innymi. Jednocześnie zachęca do tworzenia wspólnej kultury, której elementy mogą być swobodnie wymieniane i zmieniane.



się. Na początku maja 2008 roku było zarejestrowanych ponad 3500 użytkowników.

W marcu 2009 roku został uruchomiony serwis do.org.pl. Jego twórcami są byli użytkownicy portalu Wiadomości24.pl, którzy mieli inną wizję dziennikarstwa obywatelskiego niż osoby kierujące serwisem należącym do medialnego potentata Polskapresse. Większość z założycieli była wcześniej zaangażowana w rozwijanie idei dziennikarstwa obywatelskiego właśnie w portalu Wiadomości24. Ich odejście nastąpiło w momencie zmiany polityki serwisu, polegającej na uwiarygodnianiu autora poprzez konieczność zamieszczenia jego zdjęcia. Wówczas jeden z użytkowników podmienił zdjęcie na awatar<sup>13</sup>, co doprowadziło do niemożności publikowania przez niego tekstów. Wymóg ten został w końcu zniesiony na prośbę użytkowników, aczkolwiek osoby, które publikują pod pseudonimem lub bez zdjęcia, mogą obecnie liczyć jedynie na publikację w dziale Moje Trzy Grosze oraz nie otrzymują żadnych przywilejów i nagród.

Główne cele do.org.pl to współpraca z osobami, które, mając na uwadze dobro odbiorcy, w najwyższym stopniu przyczyniają się do rozwoju nieskrępowanego przepływu informacji. Założyciele nie chcą z nikim (ani z niczym) rywalizować, nie chcą ścigać się ani konkurować.

Osoby piszące mogą uzyskać pomoc w dziale ABC serwisu, **gdzie znajdują m.in. rysunkowy poradnik o tym, jak opublikować swój materiał**. Serwis jest moderowany w celu zapewnienia wysokiego poziomu (językowego i merytorycznego) ukazujących się materiałów, wyeliminowania ewentualnych prób publikacji plagiatów oraz dbałości o rzetelność i uczciwość dziennikarską. Twórcy podkreślają, iż moderacji nie należy w żadnym razie kojarzyć z cenzurą. Zawartość serwisu podzielona jest na kilka tematycznych działów: wydarzenia, mikroświat, cywilizacja, kultura, krytycznie, felietony, sport, technologie.

W serwisie do.org.pl użytkownik sam może decydować o kwestii licencji *Creative Commons*, czyli w pełni dysponuje własnymi prawa-

---

<sup>13</sup> Awatar (także *avatar*) – reprezentacja uczestników światów wirtualnych. Dotyczy zarówno rzeczywistych ludzi uczestniczących za ich pomocą w tych światach, jak i postaci generowanych przez samo oprogramowanie. Awatary są używane głównie na forach dyskusyjnych, a także w grach komputerowych oraz rzeczywistości wirtualnej.

mi autorskimi, mogąc także pozwolić innym na wykorzystanie tekstu w sposób komercyjny (co np. nie było możliwe w serwisie Wiadomości24.pl).

Inne serwisy dziennikarstwa obywatelskiego w Polsce to:

- EIOBA.pl (maj 2006 roku),
- Kierunek Europa (jesień 2007 roku),
- Interia360.pl (lipiec 2007 roku),
- MM Moje Miasto (marzec 2008 roku),
- InfoTuba, (kwiecień 2008 roku).

Kolejnym ciekawym przykładem na obszarze polskiego dziennikarstwa obywatelskiego jest Centrum Mediów Obywatelskich w Lublinie, które powstało w 2005 roku i od tamtej pory rozwija ideę mediów obywatelskich w Polsce. Centrum charakteryzuje się z jednej strony działaniami szkoleniowymi, a z drugiej produkcją i emisją programów telewizyjnych. Jest to inicjatywa, która służy rozwojowi społeczeństwa obywatelskiego oraz zachęca obywateli do dialogu i do wyrażania swoich własnych poglądów. Program Centrum Mediów Obywatelskich wykorzystuje doświadczenia płynące z realizacji analogicznych projektów w Niemczech, Szwecji i Norwegii, gdzie istnieją szkoleniowe centra mediów obywatelskich wraz z lokalnymi i niekomercyjnymi otwartymi kanałami telewizji. Mieszkańcy Berlina, Göteborga czy Münster mogą nie tylko brać udział w kursach filmowych i internetowych, ale także kształtować program telewizyjny i produkować własne audycje. Wszystko to, co łączy treść obywatelską z niekonwencjonalną, ale dobrą jakościowo formą, może zostać wyemitowane w telewizji. Dzięki temu każdy obywatel ma zapewniony wolny dostęp do mediów.

W 2006 roku rozpoczęły się prace nad stworzeniem internetowego kanału telewizji organizacji pozarządowych [www.ngotv.eu](http://www.ngotv.eu) oraz międzynarodowego zespołu NGOTV team wyspecjalizowanego w obsłudze medialnej międzynarodowych konferencji, seminariów oraz realizacji wideokonferencji. Od 2007 roku produkowany jest wspólnie z partnerami z Białorusi, Francji, Gruzji, Niemiec i Ukrainy europejski magazyn telewizyjny *Prioritaire!*, który poświęcony jest tematom i problemom młodzieży. Magazyn naświetla sprawy europejskie widzom w Europie Wschodniej, a mieszkańcom Unii Europejskiej przy-

bliża kulturę i tradycje Białorusi, Gruzji i Ukrainy. W 2008 roku rozpoczęto produkcję polsko-ukraińskiego magazynu telewizyjnego Plac L, o kulturze w dwóch miastach partnerskich Lublinie i Łucku.

Trudno w tym miejscu przytoczyć wszystkie interesujące inicjatywy z zakresu mediów obywatelskich, ta gałąź rozwija się w naszych warunkach coraz intensywniej. Możliwe jest już zarysowanie niektórych głównych cech i funkcji, które owe media spełniają. Mimo powstawania wciąż nowych mediów obywatelskich można postawić tezę, iż poziom rozwoju mediów obywatelskich w Polsce nie jest satysfakcjonujący. Wiąże się to głównie z problemem kompetencji medialnych – zarówno po stronie nadawców, jak i odbiorców.

Po pierwsze, dziennikarze obywatelscy zazwyczaj nie mają profesjonalnego przygotowania dziennikarskiego, a z pewnością nie są zatrudnieni przez profesjonalne media. To amatorzy, którzy dobrowolnie szukają, zbierają i dystrybuują informacje, które wydają im się istotne z punktu widzenia ich lokalnej społeczności lub interesują ich z innego powodu.

Po drugie, media obywatelskie często stoją w opozycji do oficjalnych źródeł informacji. Oferują one odmienne punkty widzenia i tworzą bezpośrednie oddolne struktury gromadzenia i dystrybucji informacji.

Po trzecie, istotna jest owa obywatelskość dziennikarstwa uprawianego przez amatorów, które powinno być działalnością nastawioną na realizację dobra wspólnego.

Aby różnicę między zawodowcami a amatorami zatrzeć, należy zadbać o edukację i profesjonalizację tych drugich. Powstają już inicjatywy wsparcia w zakresie warsztatu ze strony portali, na których są zarejestrowani reporterzy-obywatele. Mogą oni uczestniczyć w praktykach zawodowych, a także korzystać ze specjalnie dla nich przygotowanych kursów. Powstają poradniki z instrukcjami dla dziennikarzy obywatelskich, książki, przewodniki z instruktażem czy Szkoły Dziennikarstwa Obywatelskiego.

W 2005 roku podczas konferencji zorganizowanej przez Centrum Monitoringu Wolności Prasy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich odnotowano próbę podjęcia kroków zmierzających do instytucjonalizacji (być może w formie stowarzyszenia) dziennikarstwa obywa-

telskiego. Pomysł zrealizowano w 2007 roku, kiedy to utworzono<sup>14</sup> Stowarzyszenie Dziennikarzy Obywatelskich. Główne cele Stowarzyszenia to<sup>15</sup>:

1. Promowanie i rozwój dziennikarstwa obywatelskiego.
2. Szerzenie idei rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i promowanie różnorodnych form aktywności społecznej.
3. Podejmowanie starań o jak najszerszy dostęp do informacji:
  - a) wspieranie obywateli w ich dążeniu do uzyskania pełnej informacji o działalności organów samorządowych i organów władzy;
  - b) organizowanie i wspieranie inicjatyw służących poszerzaniu wiedzy obywateli na temat ich uprawnień i obowiązków wobec struktur administracji państwowej i samorządu.
4. Rozwijanie oraz propagowanie inicjatyw i postaw sprzyjających rozwojowi sieci Internet:
  - a) dążenie do upowszechniania bezpłatnego dostępu do Internetu.
5. Wspieranie i utrzymywanie poczucia tożsamości środowiskowej i kulturowej.
6. Opiniowanie aktów prawnych, dotyczących ważnych kwestii społecznych.

Stowarzyszenie powstało z myślą o wszystkich ludziach, którzy w Polsce zajmują się lub zajmą w przyszłości dziennikarstwem obywatelskim. Członkowie Stowarzyszenia dzielą się na:

- członków zwyczajnych,
- członków wspierających,
- członków honorowych.

Członkiem zwyczajnym zostaje osoba mająca pełną zdolność do czynności prawnych, pragnąca realizować cele Stowarzyszenia. Członkiem wspierającym może zostać osoba prawna lub fizyczna uznająca cele Stowarzyszenia, która chce wspomagać jego działalność statutową. Członkiem honorowym może zostać osoba szczególnie zasłużona

---

<sup>14</sup> Przez grupę pasjonatów dziennikarstwa obywatelskiego, zjednoczonych wspólnym pisaniem i redagowaniem tekstów na portalu Wiadomości24.pl.

<sup>15</sup> Statut Stowarzyszenia Dziennikarzy Obywatelskich ze strony Stowarzyszenia <http://sdo.org.pl/statut/> [dostęp: 30.05.09]

dla rozwoju informacyjnego społeczeństwa obywatelskiego, co do której Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę o przyznaniu tytułu Honorowego Członka Stowarzyszenia Dziennikarzy Obywatelskich i która wyraziła na to zgodę. Uchwałę tę podejmuje Walne Zebranie na wniosek Zarządu Stowarzyszenia lub grupy 15 członków Stowarzyszenia.

Założyciele SDO wiedzą, że siła dziennikarstwa obywatelskiego wynika z jedności. Głos pojedynczego człowieka, a nawet grupki osób niewiele znaczy wobec administracji lokalnej czy centralnej. Głos legalnie działającej organizacji nabiera mocy. Wspólna walka o łatwiejszy dostęp do informacji, do Internetu, promowanie dziennikarstwa obywatelskiego i idei społeczeństwa obywatelskiego mogą przynieść oczekiwane efekty.

Do pierwszych rezultatów działań Stowarzyszenia można zaliczyć sympozjum na temat „Dziennikarstwo obywatelskie. Moda czy szansa na kształtowanie postaw prospołecznych” zorganizowane wraz z Instytutem Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Kolejnym jest prowadzenie zajęć z dziennikarstwa obywatelskiego w klasie dziennikarskiej Liceum Ogólnokształcącego im. Roberta Schumana na warszawskiej Sadybie. Zorganizowano także konkurs „Szkolne kadry” dla uczniów szkół ponadpodstawowych z całej Polski na film wideo<sup>16</sup>.

## Podsumowanie

Omawiając inicjatywy dotyczące mediów obywatelskich nie sposób pominąć pojawiających się wątpliwości. Dotyczą one sensu istnienia mediów obywatelskich. Czy to moda, która zdezaktualizuje się szybko? Czy media obywatelskie będą funkcjonować obok tradycyjnych mediów, w opozycji do nich? Jaka będzie ich rola? Czy media obywatelskie są panaceum na dolegliwości mediów profesjonalnych?

Dotychczasowe działania mediów obywatelskich pokazują, że skupiają one tych wszystkich, którzy widzą dalej, wnikliwiej i nie chcą przyjmować zastanej rzeczywistości. Media obywatelskie gromadzą

---

<sup>16</sup> Był to eksperyment mający wykazać, czy kamera w ręku ucznia może uchwycić jedynie drastyczne sceny. Okazało się, że nie. Zwycięska klasa z białostockiego liceum w nagrodę odbyła jednodniowe praktyki w siedzibie TVP przy ul. Woronicza.

ludzi, którzy mają wiele do powiedzenia, ale ograniczał ich dotąd brak świadomości, że pisząc, mogą coś pokazać i coś zmienić. Media obywatelskie spełniają funkcję edukacyjną, a autorzy, współpracując z redaktorem nad swoim tekstem czy uczestnicząc w szkoleniach dotyczących doskonalenia warsztatu dziennikarskiego, pokonują kolejne bariery. Lokalność jako kolejna cecha mediów obywatelskich przyczynia się do tworzenia „małych ojczyzn”, w których funkcjonują na co dzień dziennikarze obywatelscy. Rzetelność w przekazie informacji i odporność na manipulacje zyskują zwolenników tej odmiany dziennikarstwa.

Media obywatelskie, umożliwiając sprzężenie zwrotne między nadawcą a odbiorcą, dają możliwość właściwie pojętej komunikacji, dzięki czemu odbiorca jest aktywnym, a nie biernym jej uczestnikiem. Termin „media obywatelskie” oznacza transmitowanie treści od obywatela dla obywatela. To szeroko pojęte współtworzenie, a nie tylko konsumowanie przekazu informacyjnego.

Można zatem wyrazić opinię, że dziennikarstwo obywatelskie jest formą przejściową od dziennikarstwa wyspecjalizowanego (dominującego) do społeczeństwa w pełni informacyjnego i obywatelskiego, które rozwija się i trwa dzięki wzajemnej komunikacji międzyludzkiej.