



Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców

Beata Czechowska-Derkacz

Citation: Czechowska-Derkacz, B. (2015). Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców. W: M. Łosiewicz, A. Rytko-Kurpiewska (red.), *Media, business, culture*. T. 1, *Social and Political Role of the Media*. (s. 545-562). Kinvara Co. Galway: TrueSign; Gdynia: Novae Res. ISBN 978-83-7942-495-5.

© 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.

Beata Czechowska-Derkacz

Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa
Uniwersytet Gdański

Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców
Citizen journalism – media in audience hands

ABSTRACT

Convergence in contemporary media and its social effects, for example culture of active creation the media by audience, let us better understand nowadays mechanisms of creating information. Henry Jenkins, the author of the book entitled *Convergence culture*, indicates that when the audience creating media, the effects can be extraordinary, but it means the troubles for all participants. One of the researchers, as Dan Tapscott, author of the book entitled *Grown up digital: how the net generation is changing your world*, sees in citizen journalism a chance for the new era of political relations – democracy 2.0. The others, as Andrew Keen – the main destruction force which destroy the traditional culture and media. The citizen journalism, understanding as an active participation in the media, has very wide meaning. The article is an attempt of systematise that phenomenon (also in the law aspect) and looking for the answers for main questions – about chances and threats of citizen journalism and who is called the citizen journalist.

Key words: citizen journalism, convergence culture, social media, digital generation, democracy 2.0

STRESZCZENIE

Konwergencja we współczesnych mediach i wynikające z tego konsekwencje społeczne, na przykład kultura aktywnego ich współtworzenia przez odbiorców, pozwalają lepiej rozumieć współczesne mechanizmy funkcjonowania i przekazywania informacji. Jednak, jak zauważa Henry Jenkins, autor *Kultury konwergencji...*, kiedy odbiorcy biorą media we własne ręce, efekty mogą być fantastycznie kreatywne, ale jednocześnie oznaczają kłopoty dla wszystkich zaangażowanych. Jedni badacze, jak Don Tapscott, widzą w dziennikarstwie obywatelskim szansę na nową jakość stosunków politycznych, nazywanych demokracją 2.0. Inni, jak Andrew Keen, dostrzegają główną destrukcyjną siłę, która niszczy tradycyjną kulturę i media. Dziennikarstwo obywatelskie, szeroko rozumiane jako aktywne uczestnictwo w mediach, stało się terminem niezwykle pojemnym. Niniejszy tekst jest próbą usystematyzowania tego zjawiska (także w aspekcie prawnym) oraz poszukiwania odpowiedzi na stawiane w tym zakresie pytania – kogo możemy nazywać dziennikarzem obywatelskim oraz jakie szanse i niebezpieczeństwa niosą media w rękach odbiorców.

Słowa kluczowe: dziennikarstwo obywatelskie, kultura konwergencji, media społecznościowe, cyfrowe pokolenie, demokracja 2.0

Konwergencja we współczesnych mediach i wynikające z tego konsekwencje społeczne, na przykład kultura aktywnego ich współtworzenia przez odbiorców, pozwalają lepiej rozumieć aktualne mechanizmy funkcjonowania i przekazywania informacji. Jak zauważa Henry Jenkins, autor *Kultury konwergencji...*, książki, której nie sposób pominąć przy rozważaniach dotyczących kwestii dziennikarstwa obywatelskiego, gdy odbiorcy biorą media we własne ręce, efekty mogą być fantastycznie kreatywne, ale jednocześnie oznaczają kłopoty dla wszystkich zaangażowanych. Odbiorcy różnego rodzaju medialnych przekazów, którzy stali się jednocześnie ich nadawcami, wpisują się w nurt prosumentów. Zyskali wpływ na kształt mediów XXI wieku. Taki udział w mediach stał się możliwy dzięki internetowi i coraz szybszym zmianom technologicznym. Cyfrowy świat otworzył nowe możliwości. Coraz łatwiej jest być aktywnym uczestnikiem mediów.

Za twórcę określenia „dziennikarstwo oddolne” – rozumianego jako udział użytkowników internetu w tworzeniu informacji – uważa się Dana Gillmora, autora książki uznawanej za blogową biblię *We the Media. Grassroots Journalism. By the People, For the People*. Wydaje się, choć Gillmor nie mówi o tym wprost, że tytuł celowo nawiązuje do preambuły Konstytucji Stanów Zjednoczonych, zaczynającej się od słów „We the People” („My, Naród”) – ma wskazywać,

kto powinien rządzić mediami, a przede wszystkim – kto je stanowi. Zjawisko tworzenia mediów w internecie przez amatorów, reagujących na różne wydarzenia (zwłaszcza polityczne), nazywa *grassroots journalism* („dziennikarstwo oddolne”). Jak pisze Gillmor:

„Ekonomiczne warunki przygotowania wydań gazet, emisji programów telewizyjnych i radiowych wykreowały duże, aroganckie instytucje – Big Media. [...] W świecie dużych mediów przekazywanie informacji przypomina akademicki wykład. My mówimy, co się wydarzyło, wy możecie najwyżej to kupić lub nie. Napiszcie do nas list – wydrukujemy, jak nam będzie się chciało. [...] Dziennikarstwo jutra będzie bardziej niż wykład przypominać rozmowę lub seminarium. Linia podziału między producentami i konsumentami informacji zostanie zatarta, zmieniając role obydwu stron w sposób, który trudno nam obecnie przewidzieć. W każdym razie sieć będzie medium, w którym da się usłyszeć głos każdego z nas. Nie tylko tych, których stać na budowę drukarni, wystrzeliwanie satelitów telekomunikacyjnych i start w państwowych przetargach na wygrywanie radiowych częstotliwości”¹.

Podobnie entuzjastycznie o możliwościach aktywnego uczestnictwa w mediach piszą Aleksander Bard i Jan Söderqvist, autorzy *Netokracji...*:

„[...] Internet jest czymś zupełnie nowym – to medium, w którym każdy, wydając stosunkowo niewielką kwotę na środki techniczne i wykonując kilka prostych czynności, może stać się zarówno producentem, jak i konsumentem tekstu, obrazu, dźwięku. Trudno wyobrazić sobie coś bardziej inspirującego – w sieci wszyscy jesteśmy autorami, wydawcami i producentami, nasza wolność ekspresji nie ma ograniczeń, a potencjalna widownia jest nieograniczona. Oceany wszystkich możliwych

1 D. Gillmor, *We the Media*, <http://www.authorama.com>; [za:] L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 51.

informacji dostępne są za pomocą jednego kliknięcia myszy. Rozwoju tego nowego medium nie da się porównać z niczym innym”².

Tak szeroko rozumiane dziennikarstwo obywatelskie sprawia wiele kłopotów – prawnych, terminologicznych czy związanych z jakością uprawiania zawodu.

Nie ma prawnej definicji dziennikarza obywatelskiego. Status prasowej działalności wydawniczej i dziennikarskiej reguluje obowiązująca ustawa Prawo prasowe z 1984 roku: „Dziennikarzem jest osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”³, redakcją zaś – „jednostka organizująca proces przygotowania (zbierania, oceniania, opracowania) materiałów do publikacji w prasie”⁴. Prawo prasowe nakłada na dziennikarzy określone obowiązki, na przykład zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu oraz wykorzystaniu materiałów prasowych, ochrony informatorów, dbałości o poprawność językową, autoryzacji czy zakazu prowadzenia ukrytej działalności reklamowej. Daje także przywileje, na przykład: uzyskiwanie informacji, która nie jest informacją publiczną, od podmiotów prywatnych, możliwość zachowania tajemnicy dziennikarskiej. Jeśli zatem internauta pisze na rzecz i w imieniu redakcji, zyskuje prawny status dziennikarza i obwiązuje go Prawo prasowe, ze wszystkimi obowiązkami i przywilejami. W innym przypadku może je omijać (na przykład obowiązek autoryzacji). Nie oznacza to jednak bezkarności. Dziennikarz obywatelski musi przestrzegać norm ogólnych – podlega uregulowaniom kodeksu karnego i cywilnego, chociażby w przypadku

2 A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2006, s. 34.

3 Ustawa Prawo prasowe z 7 lutego 1984 roku, Dz.U. 1984, nr 5, poz. 24, z późn. zm.

4 *Ibidem*.

naruszenia dóbr osobistych. Nie ma jak dotąd prób prawnego uregulowania zjawiska nazywanego dziennikarstwem obywatelskim, oprócz ogólnych prawnych rozwiązań dotyczących internetowej aktywności w ogóle. Wiele internetowych serwisów, zamieszczających materiały nadsyłane przez dziennikarzy-amatorów, publikuje natomiast zestawy norm etycznych, których powinni przestrzegać autorzy tekstów. Najczęściej także te materiały, zwłaszcza gdy budzą wątpliwości prawne, są sprawdzane przez zawodowych redaktorów.

Kolejny aspekt to próba usystematyzowania sposobu realizowania się mediach aktywności nazywanej dziennikarstwem obywatelskim. Jak stwierdza Henry Jenkins, istotą zrozumienia mediów funkcjonujących w nowy sposób jest rola „starych, pasywnych” konsumentów mediów i „nowych, aktywnych”: „Dawniej byli przewidywalni i zostawali tam, gdzie kazano im zostać, teraz migrują, nie zachowując lojalności wobec stacji czy mediów. Starzy konsumenci byli odizolowanymi jednostkami – nowi nawiązują silniejsze związki społeczne. Jeśli praca konsumentów była kiedyś cicha i niewidzialna, dziś są hałaśliwi i wszechobecni”⁵. Ta wszechobecność właśnie sprawia, że pojęcie dziennikarstwa obywatelskiego stało się niezwykle pojemne. Rozumiane jest szeroko – jako kultura aktywnego uczestnictwa w mediach, ich współtworzenia. Najaktywniej realizuje się na czterech płaszczyznach:

- w sferze internetowych blogów, tworzonych i zazwyczaj prowadzonych przez pojedyncze osoby;
- na blogach grupowych, które tworzą internetowe społeczności;
- na platformach internetowych udostępnianych przez media głównego nurtu;
- w internetowych dziennikach, gdzie realizowany jest model współtworzenia treści przez redaktorów zatrudnionych w redakcji oraz dziennikarzy obywatelskich.

5 H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 23-24.

Dziennikarzami obywatelskimi nazywani są wszyscy autorzy-amatorzy, którzy w różny sposób realizują swoją aktywność w internecie – począwszy od blogerów, a skończywszy na autorach filmów zamieszczanych na popularnym portalu You Tube. Określenie „dziennikarz obywatelski” odnosi się nie tylko do autorów-społeczników, którzy najpierw działają społecznie, a później opisują swoje działania, ale do każdego użytkownika internetu, który prześle relację, zdjęcie lub film z wydarzeń widzianych na żywo. Tak najczęściej rozumiana jest idea uprawiania dziennikarstwa obywatelskiego przez twórców serwisów internetowych, gdzie jest realizowany model współtworzenia treści przez redaktorów zatrudnionych w redakcji oraz dziennikarzy obywatelskich. Główna wartość ma się zawierać w zmianie sposobu tworzenia i korzystania z informacji. To jednak jeden tylko wymiar. Pisane przez dziennikarzy obywatelskich teksty, ich filmy i zdjęcia, powinny także nieść pozytywne zmiany dla obywateli, zwłaszcza lokalnych społeczności. Powinny wpływać na podnoszenie jakości życia społeczeństwa, stać się – jak chciał Gillmor – słyszalnym donośnym głosem, płynącym „pod prąd” zachowawczym tradycyjnym mediom. Jeden ciekawszych dzienników internetowych, który tworzą internauci – południowokoreański OhmyNews (ma swoją wersję japońską a także międzynarodową w języku angielskim), zamieszcza na swoich stronach poradnik, gdzie w słowie wstępnym podkreślone są oba opisane wyżej aspekty uprawiania dziennikarstwa obywatelskiego: „Join the movement! You can be a citizen journalist and change the way people get their news. [...] Be a part of the world-changing force of citizen journalism. [...] You will be surprised how citizen journalists make a difference in their communities. Then you will see how you too can make an impact”⁶. Chodzi zatem nie tylko o to, że każdy może się przyłączyć do wielkiego ruchu dziennikarstwa obywatelskiego i wpływać na zmianę sposobu docierania informacji do opinii publicznej, ale

6 <http://international.ohmynews.com/> [dostęp: 29.11.2013].

także, iż wszyscy mogą zmieniać życie społeczności. Jak zaznaczają autorzy, poradnik przeznaczony jest dla osób, które aspirują do bycia dziennikarzem obywatelskim, dla tych, którzy już nimi są, oraz dla dziennikarzy zawodowych. Twórca serwisu, Oh Yeon-ho, uważany jest za jednego z pierwszych propagatorów tego rodzaju dziennikarstwa.

Co jednak wynika z tak tworzonych treści? W czasach ekonomicznych problemów właściciele mediów dziennikarstwo obywatelskie jest darmowym źródłem informacji – autorzy w większości nie otrzymują wynagrodzenia za publikowane materiały lub są wynagradzani niewielkimi kwotami albo też otrzymują firmowe prezenty. Jest też elementem lojalnościowym, gdyż umożliwia tworzenie wokół tytułu społeczności, co wzmacnia markę. To także źródło kadr – pozwala pozyskiwać świadków wydarzeń, ekspertów, którzy uzupełniają relacje oraz przyszłych dziennikarzy zawodowych. Specjalne platformy, uruchamiane przez tradycyjne media dla swoich odbiorców, mają niemal wszystkie stacje telewizyjne i radiowe oraz internetowe wydania dzienników i tygodników. W Polsce to między innymi: Kontakt TVN 24 (Grupa ITI), Alert 24 związany z portalem Gazeta.pl (portal Agory), Cynk (Grupa Onet), Wiadomości 24 (Grupa Wydawnicza Polskapresse), (iThink (PRV.PL) czy mutowany projekt Mediów Regionalnych Mmwarzawa i inne. W kwietniu 2008 roku TVN uruchomił pierwszy interaktywny talk show, Publiczna.tv, w którym internauci rozmawiają na żywo na antenie na temat dziesięciu wybranych przez siebie najciekawszych tematów (program prowadzi dziennikarz TVN, reporter „Faktów”, Maciej Mazur).

Wszystkie tego rodzaju serwisy zachęcają internautów do nadsyłania własnych materiałów. Bez trudu jednak można znaleźć sporo tego rodzaju ogłoszeń także w prasie tradycyjnej: „Jeżeli chcesz, by twój artykuł ukazał się na łamach «Polski Dziennika Bałtyckiego», zostań dziennikarzem obywatelskim, załoguj się na stronie internetowej www.wiadomosci24.pl i napisz tekst. [...] Zróbcie zdjęcia,

porozmawiajcie z wolontariuszami i opiszcie wielki finał [Orkiestry Świątecznej Pomocy – przyp. aut.]. Czekamy na wszelkiego typu «naj»: największy sztab, najciekawsza impreza, najciekawszy pomysł, najdziwniejsze miejsce kwestowania, najbardziej oryginalne gadżety na licytacji... Gotowy materiał opublikujcie w serwisie Wiadomości24.pl. [...] To dopiero początek naszej akcji. Najciekawsze materiały dotyczące Pomorza chcemy co tydzień publikować na łamach naszych tygodników⁷ – ogłaszał „Polska. Dziennik Bałtycki”. Podobnie zachęcał „Newsweek”: „Chciałbyś coś powiedzieć światu, ale nie masz gdzie? Dołącz do blogosfery «Newsweeka». Zarejestruj swój blog na www.redakcja.newsweek.pl⁸. I piszą wszyscy – ludzie najróżniejszych profesji i bezrobotni, biznesmeni i bezdomni (jeden z nich zamieścił na portalu Wiadomości 24 relacje z aresztu), rodzice i studenci, emeryci i licealiści. Jak dotąd jednak w polskich serwisach obywatelskich znaleziono niewiele materiałów, które stały się newsami. To zazwyczaj relacje z wypadków, pokazywanie dziur w jezdniach, niewielkich lokalnych pożarów, podtopień, gwałtownych zjawisk atmosferycznych, relacje z koncertów itp. Zdania na temat ich wartości i pożytku są podzielone, zwłaszcza z powodu często złej jakości tego rodzaju materiałów medialnych. Dla jednych jest to świadectwo ich autentyczności: „Takie filmiki pokazują rzeczywistość nielukrowaną, tylko prawdziwą, taką, jaka ona jest”⁹ – uważa Andrzej Brzuszkiewicz, dyrektor platformy Kontakt TVN 24. Dla innych doszukiwaniem się wartości tam, gdzie jej nie ma: „Będą nam teraz wmawiali, że prawda jest wtedy, gdy nic nie widać”¹⁰ – sceptycznie zauważa Wiesław Godzic, medioznawca. Z kolei Bertold Kittel, znany dziennikarz śledczy, uważa, że chociaż dziennikarze obywatelscy docierają na miejsce zdarzeń wcześniej, to

7 *Sprawdź się jako dziennikarz*, „Polska Dziennik Bałtycki”, 7.01.2009, s. 2.

8 „Newsweek” 2010, nr 28, s. 19.

9 Za: M. Kowalczyk, *Obywatele zawodzą*, „Press” 2009, nr 9, s. 42.

10 *Ibidem*.

tylko ci zawodowi potrafią pokazać kontekst wydarzenia, dotrzeć do źródeł, zapytać o zadanie ekspertów¹¹. Krytycznie podsumował ten sposób relacjonowania zdarzeń Tomasz Lachowicz („Polska Gazeta Krakowska”): „Proste dokumentowanie wydarzeń, których jest się przypadkowym świadkiem, ma tyle wspólnego z dziennikarstwem, ile korzystanie z bankomatu z bankowością”¹².

Dzięki amatorskim zdjęciom można było jednak zobaczyć awaryjne lądowanie samolotu na rzece Hudson, kiedy to doświadczony pilot uratował życie ponad 100 osobom, usłyszeć histeryczne krzyki Jana Rokity, byłego pilota PO, który najpierw wdał się w awanturę w samolocie niemieckich linii lotniczych, a później, prosząc o pomoc współpasażerów, krzyczał, że „Niemcy go biją”, a także ujrzeć miejsce katastrofy polskiego samolotu pod Smoleńskiem tuż po wypadku. Tropem materiałów zamieszczanych, na przykład, na platformie Kontakt TVN 24 często idą zawodowi dziennikarze, czego efektem są tak zwane interwencyjne reportaże, które wielokrotnie były prezentowane w codziennym programie „Prosto z Polski”. Od 2010 roku na platformę Kontakt 24 można nie tylko wysyłać zdjęcia i informacje, ale także w ramach portalu tworzyć własne dziennikarskie strony internetowe i blogi. Zdarza się, że amatorski materiał staje się głównym newsem – na przykład, informacja od internautki na temat syropu zawierającego teflon była newsem powtarzanym w serwisach TVN 24, „Dzień na żywo” i w programie „Prosto z Polski”. Zdarzają się jednak także takie przypadki, jak ten doświadczonego dziennikarza Jacka Pałasińskiego, który w czerwcu 2006 roku w TVN 24 pokazał zdjęcia rozpadającego się kokpitu samolotu w czasie rzekomej lotniczej katastrofy nad Puszcza Amazońską. Miał je zrobić przypadkowo jeden z pasażerów, który zginął, ale uratował się jego aparat fotograficzny. W rzeczywistości był to żart jednego z blogerów.

11 *Ibidem.*

12 *Ibidem.*

Ciekawy model dziennikarstwa obywatelskiego realizuje niemiecki „Giessener Zeitung”. Gazeta opiera się na stale aktualizowanym portalu internetowym Giessener-zeitung.de, w którym dziennikarze obywatelscy publikują własne zdjęcia komentarze i artykuły. Najciekawsze i najczęściej czytane teksty ukazują się drukiem dwa razy w tygodniu (wydanie jest darmowe). Pisać może każdy, a pracą kieruje kilku zawodowych dziennikarzy i tak zwani freelancerzy – moderują portal, sprawdzają fakty, wybierają artykuły do wydania drukowanego (w tekstach poprawiają niewiele, starając się zachować oryginalny styl piszącego)¹³.

Ze względu na dużą liczbę użytkowników, formułę i naśladowców, warto bliżej się przyjrzeć wspomnianemu internetowemu dziennikowi OhmyNews, który upowszechnił dziennikarstwo obywatelskie (hasło portalu brzmi: *Every citizen is a reporter* – „Każdy obywatel jest dziennikarzem/reporterem”). Stworzył go południowokoreański dziennikarz Oh Yeon-ho. W latach 80. pisał do podziemnych pism walczących z wojskową dyktaturą w Korei Południowej. Po jej obaleniu został zawodowym dziennikarzem. Pracował jako korespondent w Waszyngtonie i zafascynowany rozwojem dziennikarstwa obywatelskiego w Stanach Zjednoczonych, postanowił przenieść tę ideę do Korei Południowej. Serwis OhmyNews został uruchomiony w 2000 roku (zatrudniał wówczas czteroosobową redakcję, a współpracowało z nim ponad 700 ochotników). Teksty od amatorów przyjmowali i poprawiali zawodowi redaktorzy, było także kilku zawodowych dziennikarzy, którzy pisali najważniejsze dla dziennika artykuły. Obecnie OhmyNews tworzy około 300 tys. zarejestrowanych użytkowników, ponad 60 tys. dziennikarzy obywatelskich i 14 tys. blogerów; stały personel to około 50 osób, z czego 80% stanowią dawni dziennikarze obywatelscy¹⁴. Aby stać się dziennikarzem obywatelskim piszącym dla OhmyNews, trzeba zdać egzamin

13 <http://www.giessener-zeitung.de> [dostęp: 12.10.2013].

14 Za: K. Godlewski, *Ofiara kłęski urodzaju*, „Press”, luty 2012, s. 60-62.

i przejść rozmowę kwalifikacyjną. Można pisać wyłącznie pod własnym imieniem i nazwiskiem. Autorzy tekstów publikowanych na głównej stronie otrzymują niewielkie wynagrodzenie; opracowano także system donacji – teksty wspierają dobrowolnymi datkami sami czytelnicy. Dziennikarze obywatelscy skupieni wokół OhmyNews mają swój kodeks etyczny. Zobowiązują się między innymi do publikowania prawdziwych informacji, legalnego gromadzenia informacji; nie wolno im godzić w cudzą reputację, poprzez naruszanie prywatności, używać wulgarnego i obelżywego języka, zniekształcać faktów dla własnej korzyści oraz wykorzystywać swojej pozycji. Na swojej witrynie OhmyNews poleca dzienniki internetowe działające w podobnej formule; każdy z nich promuje się krótkim hasłem, podkreślającym obywatelski wymiar zamieszczanych treści: Now Public – *Crowd powered media*; The Latest.com – *Citizen journalism for all*; Agora Vox – *Le media citoyen*; All Voices – *Mainstream News Contributor Reports*¹⁵.

Współtworzenie treści przez dziennikarzy obywatelskich i zawodowych zakłada jednak znaczącą rolę tych drugich, którzy stają się gatekeeperami – to oni decydują, jaki tekst zostanie opublikowany w serwisie. A zatem wciąż obowiązuje zasada, którą Gillmor odrzucał w dziennikarstwie oddolnym: „Napiszcie do nas list – wydrukujemy, jak nam będzie się chciało”. Spełnienie postulatu o słyszalności głosu każdego z użytkowników sieci, którzy chcą się dzielić informacjami i opiniami, zapewnia dopiero blogosfera. Sam Gillmor jest autorem bardzo popularnego bloga internetowego, gdzie komentuje przede wszystkim wydarzenia polityczne¹⁶. W zakresie indywidualnych witryn i blogów przykładów jest tak wiele, że nie sposób przytoczyć najmniejszej nawet ich części. Jednak uwzględniając skutki, jakie mogą wywołać, warto przywołać Matta Drudge’a, autora słynnej

15 <http://international.ohmynews.com/> [dostęp: 25.10.2013].

16 Adres strony: <http://citmedia.org/blog/>.

witryny Drudge Report¹⁷, który w 1998 roku, po opublikowaniu informacji na temat romansu Billa Clintona z Moniką Lewinsky, rozpętał w Stanach Zjednoczonych tak zwaną „aferę rozporkową”. Matt Drudge jest uważany za jednego z newsowych władców internetu – jego witryna w 2008 roku była siódma na liście najpopularniejszych stron w USA, popularniejsza od stron internetowych „New York Timesa” czy „The Washington Post”. Tygodnik „Time” w 2006 roku wciągnął Drudge’a na listę 100 najpotężniejszych osób świata¹⁸. To także Drudge pierwszy opublikował zdjęcie Baracka Obamy w turbanie, w czasie ostatniej prezydenckiej kampanii wyborczej w Stanach Zjednoczonych. Zdjęcie wraz z informacją nagłośniły dzień później wszystkie duże stacje telewizyjne, radiowe i opiniotwórcze dzienniki.

Olbrzymia liczba blogów w internecie zyskała miano blogomanii. Dzięki coraz to nowym narzędziom, tworzenie i prowadzenie blogów jest bardzo proste. Trudniej jest je zapewnić wysokiej jakości treścią i wypromować. Ta właśnie liczba wywołała zaniepokojenie części środowiska dziennikarskiego i pytania o to, kogo możemy nazywać dziennikarzem. Zarzewiem konfliktu jest profesjonalizm. Tradycyjne media jednak, które próbują obecnie dogonić tempo powstawania i nadawania internetowego newsa, także mają coraz mniej wspólnego z profesjonalizmem rozumianym jako dostrzeganie i rozumienie kontekstu zjawisk, pogłębiona analiza oraz rzetelność.

Dziennikarstwo obywatelskie w wymiarze społeczno-politycznym najaktywniej realizuje się jednak poprzez organizowanie się społeczności internetowych wokół różnorodnych blogów i portali. Taką społeczność udało się stworzyć wokół strony internetowej Baracka Obamy w czasie jego pierwszej kampanii prezydenckiej. Dyrektor internetowych przedsięwzięć w sztabie wyborczym Obamy, Chris Hughes (współtwórca Facebooka), dał wszystkim członkom tej

17 Adres strony: <http://drudgereport.com/>.

18 R. Korzycki, *Newsowy władca Internetu*, „Dziennik Polska Europa Świat”, 8-9.03.2008.

społeczności dostęp do cyfrowych instrumentów, pozwalających na wymianę informacji, planowanie spotkań wyborczych i zbieranie funduszy dla kandydata. Sztab wyborczy Obamy oddał jego przemówienia i swoją strategię marketingową w ręce internautów i zachęcał: „bierzcie i róbcie z tym, co chcecie”¹⁹. Internauci zakładali blogi, zamieszczali informacje, zdjęcia, filmy, organizowali różne akcje, dyskutowali między sobą, prowadząc szeroką debatę medialną. Stali się współtwórcami strony internetowej kandydata na prezydenta. Kanadyjski badacz internetu, Don Tapscott, autor *Digital Growing up* (o tak zwanym pokoleniu sieci) oraz *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*²⁰, uważa, że ta społeczność była przejawem narodzin demokracji 2.0, w której podstawowym czynnikiem jest pokolenie sieci wykorzystujące internet do politycznej aktywności i uczestnictwa w życiu społecznym. Organizują się wokół internetowych blogów i portali oraz wykorzystują media społecznościowe, by stać się orędownikami określonych idei. Autorzy – amatorzy i zaangażowani w społeczne przemiany obywatele – dostarczają tradycyjnym mediom i bezpośrednim użytkownikom internetu zdjęcia, filmy i opisy krwawych konfliktów oraz pokojowych protestów na świecie.

Coraz szerszy zasięg mają portale internetowe, wokół których organizują się lokalne społeczności, starające się przebić ze swoim głosem do władz samorządowych. Zazwyczaj są to społeczności zorganizowane wokół konkretnego problemu – likwidacji szkoły, niekorzystnych zapisów planu zagospodarowania przestrzeni i podobnych. Wiele spośród nich prowadzi jednak systematyczną działalność, starając się wpływać na decyzje gminnych samorządów. Na gruncie trójmiejskim przykładem może być portal Wrzeszcz.info.pl,

19 B. Czechowska-Derkacz, *Magia politycznych wizerunków. Aleksander Kwaśniewski, Andrzej Lepper. Studium przypadków*, Gdańsk 2012, s. 61.

20 D. Tapscott, *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2010, s. 38-59.

gdzie można znaleźć zapowiedź takich właśnie działań: „Z inicjatywy mieszkańców Gdańsk staje się miastem obywatelskim. 13 stycznia 2011 r. powstała Gdańska Inicjatywa Obywatelska, czyli ruch społeczny, który chce sprawić, by władza w mieście bardziej zależała od jego obywateli i obywaterek. To porozumienie mieszkańców różnych dzielnic Gdańska, od lat aktywnych w wielu stowarzyszeniach, radach osiedli i na innych obywatelskich płaszczyznach. Różnią ich poglądy, upodobania i zamiłowania, łączy – idea zwiększenia roli demokracji bezpośredniej i partycypacyjnej w mieście”²¹. Portal współtworzą internauci, którzy piszą na temat swojej dzielnicy.

Przykładem podobnej obywatelskiej aktywności internetowej, ale w szerszym zakresie, jest protest kilkuset tysięcy rodziców przeciw rządowemu projektowi obowiązkowego obniżenia wieku szkolnego dla dzieci do sześciu lat. Powstało kilka portali internetowych – dwa najaktywniejsze to: Ratuj Maluchy i Prawa Rodziców²². Rodzicom udało się zebrać kilkaset tysięcy podpisów i wysłać list do Rzecznika Praw Obywatelskich. W rezultacie nowelizacja ustawy o systemie oświaty na początku została odłożona w czasie, a tuż przed wyborami parlamentarnymi 2011 roku – zaniechana. Ostatnim akordem batalii o sześciolatki w szkole stała się realna możliwość referendum i wystąpienie w tej sprawie w Sejmie twórcy portalu Ratuj Maluchy Tomasza Elbanowskiego. To rodzice z całej Polski stali się współtwórcami tych witryn, przysyłając zdjęcia, informacje i prowadząc gorące dyskusje.

Organizujące się na portalach społecznościowych i wokół internetowych witryn grupy nie tworzą sformalizowanej siły politycznej zdolnej przejąć władzę. Realizują swoją aktywność poprzez udział w społeczno-politycznej debacie, także w wymiarze dziennikarstwa obywatelskiego – zamieszczają materiały publicystyczne, reportaże, informacje, zdjęcia, filmy, wywiady z lokalnymi decydentami.

21 <http://wrzeszcz.info.pl/> [dostęp: 10.10.2013].

22 Adresy: <http://www.ratujmaluchy.pl/>; <http://www.prawarodzicow.pl>.

Pokazują, że z ich głosem trzeba się liczyć. Pokolenie sieci, poprzez obywatelską działalność w internecie, domaga się udziału we władzy: „Ci, którzy dorastali w epoce cyfrowej, spodziewają się współpracy z politykami, a nie wysłuchiwanie ich oratorskich popisów. Chcą być bezpośrednio zaangażowani – prowadzić dialog, przedstawiać własne pomysły, patrzeć im na ręce, wspierać inicjatywy, nie tylko podczas wyborów – także wtedy, gdy oni obejmą już władzę”²³.

To, co w możliwości współtworzenia mediów przez wszystkich zachwyca Gillmora czy Tapscotta, dla Andrew Keena, autora *Kultu amatora...*, jest główną siłą destrukcyjną, która niszczy tradycyjną kulturę i media. Demokratyzacja w internecie, objawiająca się równym traktowaniem przez odbiorców informacji, opinii i witryn tworzonych przez ekspertów podpisanych z imienia i nazwiska oraz treści nadsyłanych przez amatorów, podpisujących się internetowym pseudonimem, jest według Keena najgorszym skutkiem rewolucji Web 2.0, czyli interaktywnego wykorzystywania internetu i nowoczesnych technologii, w których każdy może stać się każdym, napisać dowolną treść i tak ją spozycjonować, by stała się w danym czasie najbardziej popularną opinią:

„Rewolucja Web 2.0 rozpowszechniła obietnicę dotycząca pokazania prawdy większej liczbie ludzi – miało być więcej istotnych informacji, globalna perspektywa, więcej obiektywnych, a nie emocjonalnych opinii obserwatorów. Ale to tylko zasłona dymna. To, czego naprawdę dostarcza nam rewolucja Web 2.0, to powierzchowne obserwacje otaczającego nas świata zamiast głębokiej analizy, głośne opinie zamiast rozważnej oceny. Biznes z informacjami zamienia się dzięki internetowi w kakofonię setek milionów blogerów, którzy jednocześnie mówią o sobie samych”²⁴.

23 D. Tapscott, *op. cit.*, s. 405.

24 A. Keen, *op. cit.*, s. 36.

Niezmiernie trudno jest analizować zjawisko dziennikarstwa obywatelskiego na dwóch tak skrajnych biegunach. To perspektywa, która nie oddaje jego złożoności. Trzeba zaakceptować fakt, że kierunek rozwoju mediów, w których każdy może stać się ich twórcą, będzie przybierał na sile, wraz z dynamicznym rozwojem technologicznym i jego ekonomicznymi konsekwencjami dla mediów tradycyjnych. Dziennikarstwo i dziennikarze, a wraz z nimi – odbiorcy mediów, coraz szybciej i szerzej będą się przenosić w internetową przestrzeń. A tam i mogą, i będą realizować swoje twórcze pasje, także ambicje dziennikarskie i społecznikowskie. Będą razem z zawodowymi dziennikarzami tworzyć ciekawe internetowe serwisy, ale będą też sprowadzać ich do roli „poprawiaczy” tekstów i „weryfikatorów” informacji. Wiele zależy od kondycji i woli twórców profesjonalnych mediów. Dziennikarstwo obywatelskie – w najszerszym znaczeniu aktywnego uczestnictwa w mediach – może być bowiem wykorzystywane w dobrej sprawie, pozytywnych działań na rzecz innych, lub też do dostarczania sensacyjnych i mało istotnych informacji.

BIBLIOGRAFIA

Literatura naukowa i fachowa – media oraz filozofia mediów

- Bard A., Söderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2006.
- Czechowska-Derkacz B., *Magia politycznych wizerunków w mediach. Aleksander Kwaśniewski i Andrzej Lepper. Studium przypadków*, Gdańsk 2012.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
- Keen A., *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2010.

Olszański L., *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006.

Tapscott D., *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2010.

Leksykografia

Quirk L. red., *Dictionary of Contemporary English*, Londyn 2003.

Źródła prawne

Ustawa Prawo prasowe z 7 lutego 1984 roku (Dz.U. 1984, nr 5, poz. 24, z późn. zm.).

Wykaz tytułów prasowych

„Newsweek”

„Polska. Dziennik Bałtycki”

„Press”

Źródła internetowe

<http://citmedia.org/blog/>

<http://drudgereport.com/>

<http://international.ohmynews.com/>

<http://wrzeszcz.info.pl/>

<http://www.authorama.com>

<http://www.giessener-zeitung.de>

<http://www.ohmynews.com/>

<http://www.prawarodzicow.pl>

<http://www.ratujmaluchy.pl>