

RAFAŁ DROZDOWSKI

DZIENNIKARSTWO OBYWATELSKIE – PRÓBA SOCJOLOGICZNEGO OPISU

I. UWAGI WSTĘPNE

Tekst niniejszy jest próbą poddania socjologicznej refleksji i socjologicznej interpretacji stosunkowo nowego zjawiska, jakim jest dziennikarstwo obywatelskie. Każdy kto zdecyduje się patrzeć na dziennikarstwo obywatelskie „przez socjologiczne okulary”, natychmiast zorientuje się, że zjawisko to jest usytuowane w punkcie przecinania się zakresów zainteresowań przynajmniej kilku „socjologii szczegółowych” (socjologii mediów, socjologii Internetu, socjologii społeczeństwa obywatelskiego, socjologii podmiotowości, socjologii kultury itd.). Sytuacja ta – na pierwszy rzut oka kłopotliwa – wydaje się jednak raczej szansą niż zagrożeniem. Różnorodność socjologicznych perspektyw, z jakich można (a pewnie i trzeba) przypatrywać się dziennikarstwu obywatelskiemu, pozwala bowiem mieć nadzieję, że uda się opisać je możliwie jak najpełniej, w możliwie wielu aspektach i wymiarach.

W artykule tym chciałbym przyrzeć się dziennikarstwu obywatelskiemu z różnych punktów widzenia, ale z drugiej strony zależy mi także na tym, aby poniższe rozważania podporządkować jednemu nadrzędnemu problemowi, a ich analityczną warstwę możliwie ściśle ukierunkować. Wydaje się, że dziennikarstwo obywatelskie – niezależnie od tego, że samo w sobie jest interesującym i wartym uwagi zjawiskiem (choćby przez wspomnianą już względną nowość) – jest również znakomitym wskaźnikiem szeregu ogólniejszych i względnie trwałych tendencji znamionujących całe dzisiejsze społeczeństwo obywatelskie. Wydaje się również, że uważna, rzetelna analiza dziennikarstwa obywatelskiego pozwala, a przynajmniej pomaga uzmysłwić sobie cały szereg kluczowych dylematów, w obliczu których znalazła się idea (i ideologia) społeczeństwa obywatelskiego.

Spróbuję zatem pokusić się tutaj o dwie rzeczy na raz. Po pierwsze – o rekonstrukcję najważniejszych i najbardziej charakterystycznych rysów dziennikarstwa obywatelskiego, po drugie (i przede wszystkim) – będę się starał traktować dziennikarstwo obywatelskie jako swoisty poligon, na którym sprawdzane są i weryfikowane nowe strategie działań obywatelskich. Interesować mnie będą zwłaszcza te wszystkie przejawy dziennikarstwa obywatelskiego i te wplecione w nie zjawiska, które odsyłają do napięć na poziomie samej idei społeczeństwa obywatelskiego i które pozwalają powiedzieć coś nowego na temat jego kondycji oraz na temat stojących przed nim wyzwań i wyborów.

II. CZYM JEST DZIENNIKARSTWO OBYWATELSKIE?

Najkrócej mówiąc, dziennikarstwo obywatelskie (*citizen journalism*) to rodzaj dziennikarstwa uprawianego przez nieprofesjonalnych dziennikarzy w interesie społecznym¹. Określenie to może przywołać na myśl dziennikarstwo uprawiane przez dziennikarzy małych lokalnych mediów (zwłaszcza niskonakładowych gazet i mikrorozgłośni o niewielkim zasięgu słyszalności). Nie będzie to skojarzenie do końca bezpodstawne², jednak w czasie kilku ostatnich lat przyjęło się nazywać tym terminem przede wszystkim dziennikarstwo korzystające z Internetu, w tym zwłaszcza z serwisów internetowych typu Web 2.0., w przypadku których – w przeciwieństwie do portali poprzedniej generacji – większość informacji dostarczają i współredagują sami internauci-użytkownicy.

Do popularności dziennikarstwa obywatelskiego przyczynił się utworzony w 2000 r. południowokoreański serwis „Ohmynews”³. Jego sukces (niespodziewanie wysokie i gwałtownie rosnące z roku na rok dochody z reklam, z których portal zaczął wkrótce po swoim powstaniu wypłacać dostawcom informacji i autorom tekstów niewielkie honoraria) zachęcił szereg koncernów medialnych do tworzenia na całym świecie podobnych stron⁴. Ich misja jest zawsze bardzo podobna: podkreśla się w niej wolę stworzenia „internetowej społeczności”, która zajmować się będzie informowaniem o wydarzeniach pomijanych przez media głównego nurtu (m.in. z uwagi na ich regionalny charakter, ale niekiedy także z powodów czysto politycznych) i która będzie przedstawiać te wydarzenia z „perspektywy oddolnej”, z punktu widzenia „zwykłych jednostek”.

Na miano dziennikarstwa obywatelskiego zasługują też bez wątpienia te wszystkie inicjatywy międzynarodowej społeczności internetowej, które oparte są na dążeniu do samodzielnego stworzenia (i utrzymania – bez żadnego wsparcia ze strony koncernów medialnych) portali pomyślanych jako niezależne, obywatelskie agencje informacyjne, mające z założenia stanowić przeciwwagę zarówno dla agencji rządowych (narodowych?), jak i komercyjnych. Chyba sztandarowym przykładem takiej inicjatywy pozostają po dziś dzień „Indymedia” (IMC – Independent Media Center)⁵.

¹ Zob. hasło „dziennikarstwo obywatelskie” na stronie internetowej Wikipedii: http://pl.wikipedia.org/wiki/Dziennikarstwo_obywatelskie (8.05.2007).

² Magdalena Żelaszczyk, jedna z najbardziej konsekwentnych popularyzatorek dziennikarstwa obywatelskiego, zwraca uwagę, że w wielu swoich założeniach przypomina ono stary (np. młodopolski) program prasy lokalnej (zob. eadem, *Media przeciw przemocy*, <http://www.epr.pl/czytelniarzy.php?id=65&itemcat=1> (7.06.2006).

³ Adres internetowy angielskojęzycznej wersji „Ohmynews”: <http://english.ohmynews.com>.

⁴ W Polsce w kwietniu 2006 r. Thinkmedia otworzyła serwis „iThink.pl” (<http://www.ithink.pl>), a Polskapresse uruchomiła serwis „Wiadomości24.pl” (<http://www.wiadomosci24.pl>). W 2007 r. rozpoczął działalność – uruchomiony przez koncern medialny Agora – portal o nazwie „Alert24.pl” (www.alert24.pl). Portal przeznaczony jest dla dziennikarzy amatorów, jednak nadsyłane przez nich materiały (najczęściej zdjęcia i filmy przedstawiające katastrofy, wypadki, anomalie pogodowe, ale także najrozmaitsze humorystyczne scenki rodzajowe) mogą liczyć nawet na publikację w wydaniach internetowych „Gazety Wyborczej”.

⁵ Adres internetowy „Indymedia”: <http://www.indymedia.org>.

Istnieje także znacznie bardziej restrykcyjna (i zarazem na wskroś funkcjonalistyczna) definicja dziennikarstwa obywatelskiego, zgodnie z którą za dziennikarstwo obywatelskie uznaje się – w zasadzie – tylko te inicjatywy dziennikarskie, które służą monitorowaniu poczynań rządzących, które patrzą władzy na ręce⁶. Większość podobnych inicjatyw pomyślana jest jako bieżące, systematyczne konfrontowanie obietnic wyborczych z praktyką sprawowania władzy⁷. Dziennikarstwo obywatelskie jednak, przyjmujące formułę działań „strażniczych”, coraz bardziej upodabnia się do typowego dziennikarstwa śledczego. Coraz częściej przybiera też postać oddolnego mikro-ruchu społecznego, który jest pomyślany jako forma obywatelskiej presji na władzę w celu wymuszania na niej większej transparentności rządzenia i przyczynienia się do większej jawności życia publicznego⁸.

Czy za dziennikarstwo obywatelskie uznać można również takie platformy internetowe, jak np. „YouTube”⁹? Z jednej strony wydaje się, że (jednak) nie – z względu na ich głębokie preferencje dla czysto anegdotycznych i sensacyjnych treści, postępującą komercjalizację, coraz częstsze ciche łamanie przez nie reguł i społecznego kodeksu portali typu Web 2.0.¹⁰,

⁶ Wpisują się dziś one w szersze zjawisko, jakim jest działalność tzw. organizacji strażniczych (określanych też mianem organizacji typu *watch-dog*). Organizacje takie stawiają sobie za cel systematyczny nadzór obywatelski nad poszczególnymi ośrodkami i instytucjami władzy politycznej i nad biznesem (więcej na ten temat zob. np. na: www.watchdog.org.pl).

⁷ Ciekawym polskim przykładem inicjatywy mającej służyć monitorowaniu władzy jest blog „HGW Watch”. Blog jest – jak pisze jego pomysłodawca – „archiwum dedykowanym Pani Prezydent Hannie Gronkiewicz-Waltz i warszawskim władzom samorządowym” (źródło: HGW Watch, <http://hgw-watch.pl>; 16.03.2008). Można na nim znaleźć szczegółowy wykaz obietnic wyborczych z kampanii prezydenckiej Hanny Gronkiewicz-Waltz skonfrontowanych z medialnymi doniesieniami o stanie ich realizacji oraz z opiniami mieszkańców Warszawy.

⁸ Np. założona w Wielkiej Brytanii organizacja Article 19 (<http://www.article19.org>) działa na rzecz wdrażania najwyższych standardów wypowiedzi, zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym. Article 19 realizuje również kampanie na rzecz dostępu do informacji publicznej. W pewnym stopniu polskim odpowiednikiem tej organizacji jest Stowarzyszenie Artykuł 61, które stawia sobie za cel budowanie przejrzystego i ogólnodostępnego systemu informacji o osobach pełniących wybieralne funkcje publiczne. Informacje gromadzone przez członków stowarzyszenia znaleźć można na specjalnie utworzonym portalu (www.mamprawowiedziec.pl). Podobnie działa założona w Słowacji organizacja Aliancia Fair-Play (<http://www.fair-play.sk/index.php>). Wspomniana organizacja realizuje swoje cele ujawniając informacje o osobach publicznych i sposobach wydatkowania środków państwowych. Z kolei założona w Rumunii organizacja pod nazwą Asociatia Pro Democratia (<http://www.apd.ro>) działa na rzecz wzmocnienia partycypacji społecznej i uczestniczącej kultury politycznej (m.in. poprzez budowanie ścisłych relacji między wyborcami a ich reprezentantami i przez kontrolę procesu wyborczego).

⁹ Adres internetowy portalu „YouTube”: <http://www.youtube.com>.

¹⁰ W 2006 r. tygodnik „Time” uznał „YouTube” (wspólnie z „Wikipedią” oraz „MySpace”) za wzorową społeczność internetową. Operator portalu podkreśla na każdym kroku jego otwarty charakter i fakt, że władzę sprawuje w nim wspólnota użytkowników. Jednak „YouTube” to także – w dalszym ciągu silna, choć często dobrze ukryta – władza operatora. System specjalnych filtrów uniemożliwia np. umieszczenie na portalu filmów i wideoklipów zawierających sceny z nagością, a o ingerencjach cenzorskich operatora (nie zaś „społeczności internetowej”), i taka jest na „YouTube” możliwa) powiadamiany jest jedynie nadawca niezakceptowanego materiału. W ten sposób „władza operatora” objawia się jako swoista odwrotność Foucaultowskiej władzy panoptycznej. Władza nie stara się tu już wzbudzać posłuchu i przypominać o sobie, uciekając się do upodobniania aktów wymierzania kary indywidualnej do publicznych, masowych spektakli (tym bardziej opłacalnych z punktu widzenia jej ekonomii, im bardziej tłumnie oglądanych). Jej nową strategią staje się raczej karanie, które jest skrajnie „odpubliczne”. Ci,

a zwłaszcza z powodu wątpliwości, czy i w jakim stopniu można je uznać za inicjatywy wynikające z prawdziwej troski o interes społeczny i wspólne dobro. Z drugiej strony (mimo wszystko) tak, albowiem odzwierciedlają one mapę rzeczywistych preferencji i hierarchii społecznych oraz dlatego że u ich podstaw tkwi potrzeba autonomizacji komunikacji społecznej i chęć nadania jej bardziej poziomego, a mniej pionowego charakteru.

Przykład „YouTube” pokazuje, że dziennikarstwo obywatelskie – paradoksalnie i pewnie nie całkiem zgodnie z intencjami ortodoksów tej idei – może mieć (i ma!) także swoją „wersję pop”. A skoro tak, to być może należałoby zacząć mówić nie tylko o społeczeństwie obywatelskim, ale również o „społeczeństwie pop-obywatelskim”, które oczywiście łączy z tym pierwszym wiele podobieństw, lecz które – tak naprawdę – co do swojej zasady, co do swojej „logiki” (bądź „logik”) i co do swoich funkcji jest zupełnie odrębnym zjawiskiem. Idąc dalej: może jako socjologowie powinniśmy – nie rezygnując z badania społeczeństwa obywatelskiego w jego tradycyjnym rozumieniu i w jego tradycyjnych, choć chyba coraz bardziej schematycznych i skostniałych wyrazach – zacząć badać również „społeczeństwo pop-obywatelskie”? I to nie tylko dlatego, że objawia się ono jako nowe, nie dość rozpoznane przez nas spektrum faktów i tendencji, lecz także dlatego, że być może dopiero analiza społeczeństwa pop-obywatelskiego umożliwi nam lepsze rozpoznanie i lepszą diagnozę stanu, w jakim znalazło się „stare” społeczeństwo obywatelskie.

III. DZIENNIKARSTWO OBYWATELSKIE – (PRAWIE) WSZYSCY SĄ ZA

Nietrudno się domyślić, że ze zjawiskiem dziennikarstwa obywatelskiego wiąże się dzisiaj (zarówno wśród socjologów zajmujących się teorią i praktyką społeczeństwa obywatelskiego, jak i wśród kibiców i entuzjastów społeczeństwa sieci) rozliczne nadzieje oraz że fenomen *citizen journalism* liczyć może obecnie w obu tych kręgach na więcej niż życzliwe zainteresowanie.

Z punktu widzenia socjologów, dziennikarstwo obywatelskie jawić się może jako niepowtarzalna szansa na restytucję starej Habermasowskiej idei agory (choć już w cyber-postaci). Łatwo też wyobrazić sobie, że dziennikarstwo obywatelskie może być odczytywane jako pomost pomiędzy coraz bardziej rozproszonymi, coraz bardziej odizolowanymi od siebie i w związku z tym od dawna już „niewidzącymi się nawzajem” grupami zaangażowania obywatelskiego oraz że może ono przyczynić się do podniesienia poziomu i jakości kapitału społecznego w rozumieniu, jakie temu pojęciu nadaje np.

którzy zostają poddani restrykcjom władzy, zostają poddani im bez rozgłosu. W efekcie ani ofiary władzy, ani ci wszyscy, którzy mieliby ochotę patrzeć jej na ręce, nie są już w stanie ustalić, czy w ogóle (a jeśli tak, to jak intensywnie, jak stanowczo i jak bardzo pozaprawnie) działa ona wobec swoich rzeczywistych bądź domniemyanych przeciwników. Problem ten w interesujący sposób porusza film *YouTube nie ma / nieme zarządzania (e) widzialnością*, zrealizowany w Pracowni Socjologii Wizualnej Instytutu Socjologii UAM przez M. Frackowiaka i P. Luczysa (pliku do podglądu na: <http://www.youtube.com/watch?v=1Wg-Pipmqr8>; pliku do pobrania na: <http://www.3made.eu/youtube/05-06.AVI>).

J. Coleman¹¹ lub autorzy identyfikujący się z teoretyczną perspektywą nowej analizy instytucjonalnej¹². Prawdopodobnie jednak największym (i najbardziej oczywistym) zyskiem społecznym wiązonym przez dzisiejszą socjologię z dziennikarstwem obywatelskim są jego aktywizujące i upodmiotowiające implikacje. Dziennikarstwo obywatelskie przywraca nadzieję na odrodzenie się wizji społeczeństwa, które jest zaangażowane w swoje własne sprawy i które jest złożone z jednostek „chcących grać w kręgle (na szczęście znowu) razem”¹³.

Równie atrakcyjnie i obiecująco prezentuje się dzisiejsze dziennikarstwo obywatelskie zwolennikom i obrońcom utopii „społeczeństwa sieci”¹⁴. Jest ono dla nich zarówno potwierdzeniem społecznej przydatności Internetu, jak i przekonującym dowodem na to, że Internet jest w stanie nie tylko reorganizować, lecz także reintegrować dzisiejsze późnonowoczesne społeczeństwa.

Fakt, że dziennikarstwo obywatelskie wydaje się bardzo dobrze spełniać nadzieje i oczekiwania, które związane są zarówno z utopią społeczeństwa obywatelskiego, jak i z utopią społeczeństwa sieci, jest dziś dlań tyleż korzystny (przyczynia się bowiem do wspomnianego tu już życzliwego nim zainteresowania czy gwarantuje mu odpowiednio długi kredyt społecznego zaufania itd.), co niebezpieczny (może – choć oczywiście nie musi – nadmiernie je idealizować i zbyt ideologicznie doń nastawiać). Co więcej, to, że dziennikarstwo obywatelskie jest dzisiaj w stanie przekonywać do siebie tak szybko i tak łatwo (i tak wielu), można interpretować jako pośrednie świadectwo głębokiego, strukturalnego kryzysu społeczeństwa obywatelskiego, który objawia się (również, a może przede wszystkim) wzrastającą anachronicznością jego najważniejszych form i przejawów instytucjonalnych.

IV. DZIENNIKARSTWO OBYWATELSKIE JAKO ODBICIE NOWYCH DYLEMATÓW SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

Chciałbym teraz spróbować spojrzeć na dziennikarstwo obywatelskie nieco bardziej krytycznie, próbując przekonać się, czy i w jakim stopniu można rzeczywiście traktować je jako wskaźnik kondycji dzisiejszego społeczeństwa obywatelskiego oraz jako swoisty „link” do najważniejszych dylematów, z jakimi musi się ono prędzej czy później zmierzyć.

1. Czy społeczeństwo obywatelskie ma (i czy może) funkcjonować nadal w samodzielnie tworzonych ramach instytucjonalnych, czy

¹¹ Zob. np. J. Coleman, *Perspektywa racjonalnego wyboru w socjologii ekonomicznej*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania, L. M. Fijałkowski, J. Szacki, M. Ziółkowski, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”, Warszawa 2006.

¹² Zob. np. P. Chmielewski, *Nowa analiza instytucjonalna. Logika i podstawowe zasady*, „Studia Socjologiczne” 1994, nr 3-4.

¹³ Zob. R. Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon&Schuster, New York 2000.

¹⁴ Zob. np. M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2003.

też ma (może) ono odważnie wchodzić w przestrzenie instytucjonalne przygotowane dla niego przez biznes lub przez państwo?

Przykład dziennikarstwa obywatelskiego uzmysławia ten dylemat z całą ostrością. Z jednej strony, wcześniejsze odmiany *citizen journalism* (np. „Indymedia”) opierają się na pryncypialnym (ale czy realistycznym?) założeniu, że tylko własna, oddolnie konstruowana struktura organizacyjna gwarantuje wystarczającą autonomię. Z drugiej, licznie powstające na całym świecie i wzorowane na „Ohmynews” obywatelskie portale informacyjne są tak naprawdę próbą *zagospodarowania* przez rynek określonych form społecznej aktywności i określonego typu (nowych) potrzeb społecznych. Próby te można odbierać jako szczere dążenie do zharmonizowania i zestrojenia interesów biznesu z interesem społecznym. Lecz można je również traktować jako przykład megamanipulacji, w której dąży się do zarabiania na zaangażowaniu obywatelskim, do jego swoistego utowarowienia¹⁵ i jednocześnie – do skanalizowania jego popyту.

Nie trzeba być specjalnie przenikliwym, aby stwierdzić, że strategia obrona np. przez „Indymedia” i liczne wzorujące się na nich inicjatywy znacznie lepiej odzwierciedla tradycyjne, powszechne wyobrażenia na temat tego, czym jest i czym powinno być społeczeństwo obywatelskie oraz że wydaje się dla niego znacznie bezpieczniejsza. Jednak strukturalna i organizacyjna słabość dzisiejszego społeczeństwa obywatelskiego każe zadać pytanie, czy ów drugi scenariusz – zgodnie z którym mniej lub bardziej typowe przejawy obywatelskiej aktywności wpisane zostają (i koniec końców same się wpisują) w jakieś gotowe i wymyślone specjalnie dla nich ramy organizacyjne – nie jest dlań przysłowiową ostatnią deską ratunku.

2. Czy Web 2.0. jest nową formułą i nową przestrzenią dla obywatelskiej autonomii czy też raczej nowym wehikulem społecznego samonadzoru i powolnej komercjalizacji?

Wielu badaczy interpretuje Web 2.0. jako rezultat spektakularnego ugięcia się systemu władzy polityczno-ekonomicznej pod naporem podmiotowościowych aspiracji społeczeństwa. Web 2.0. może się jawić jako prawdziwy przełom

¹⁵ Regulaminy portali pomyślanych jako fora dziennikarstwa obywatelskiego pełne są „wspólnotowej frazeologii” Web 2.0. Ale uważnie się w nie wczytując, można odnaleźć w nich mnóstwo szokujących zapisów, które świadczą o tym, że nie chodzi tylko o budowanie „społeczności sieciowej”, lecz i o interes. I tak np. w regulaminie „Serwisu Internetowego iThink.pl” można przeczytać, że „z momentem umieszczenia utworów w serwisie Użytkownik udziela Firmie PRV.PL licencji na okres obowiązywania umowy i 10 następujących lat” (zob.: <http://www.ithink.pl/tekst/regulamin/>; 17.06.2007); z kolei w regulaminie serwisu „Wiadomości24.pl” czytamy, że użytkownicy serwisu udzielają operatorowi licencji na swoje zamieszczone w nim materiały „na czas nieokreślony [...] i nieodpłatnie”. Czytamy tam również, że „operator może zablokować Użytkownikowi możliwość przekazywania do serwisu materiałów, komentarzy, jeżeli uzna, że choćby niektóre materiały lub komentarze przekazywane przez tego Użytkownika są tego rodzaju, że ich rozpowszechnianie w Internecie może być niezgodne z prawem lub naruszać prawa osób trzecich, a w szczególności prawa autorskie lub prawa osobiste”, oraz że „zastosowanie blokady nie wymaga uzasadnienia” (zob.: http://www.wiadomosci24.pl/arttykul/regulamin_serwisu_www_wiadomosci24_pl; 18.06.2007).

w sposobie wyznaczania relacji między nadawcami a odbiorcami wszelkich tekstów kultury, w rezultacie którego dochodzi nie tylko do niespotykanej dotąd demokratyzacji i egalitaryzacji autorstwa, lecz także do całkowitej zmiany mechanizmu wytwarzania i autoryzowania zasobów internetowych. Kluczową kategorią staje się tutaj kategoria wspólnoty, która nie tylko współtworzy/współredaguje określone treści udostępniane następnie przez Internet każdemu, kto zachce po nie sięgnąć, ale która również stoi na straży ich merytorycznej poprawności, a także hierarchizuje je¹⁶, a niekiedy poddaje je społecznej cenzurze¹⁷.

Mniej idealistyczna i bardziej podejrzliwa ocena Web 2.0. każde dostrzegać w nim przede wszystkim przejaw biznesowego sprytu. Działalność Web 2.0. może być również odbierana jako cyniczny i wyrachowany sposób zapewniania sobie przez właścicieli i operatorów portali praktycznie darmowych materiałów (które udostępniają im – w dodatku w poczuciu pewnego rodzaju misji społecznej – internauci zdefiniowani jako „społeczność” czy też „wspólnota internetowa”). Patrząc na tę sytuację w optyce racjonalności czysto biznesowej można powiedzieć, że z punktu widzenia operatorów platform internetowych jest ona niemal wymarzona. Co prawda, nie tak wymarzona, jak sytuacja operatorów telefonicznych, którzy muszą się martwić wyłącznie o system łącz, o sam kanał komunikacji (ich klienci permanentnie zapełniają go treściami, które sami wytwarzają), i nie tak wymarzona, jak np. sytuacja wzorujących się na CNN stacji telewizyjnych, które prezentując się jako kanały informacyjne mogą być spokojne, że nigdy nie zabraknie im tzw. newsów.

Zasadniczo jednak koncept organizacyjno-biznesowy portali typu Web 2.0. oraz firm telekomunikacyjnych i typowych komercyjnych kanałów telewizji informacyjnej zawiera w sobie więcej podobieństw niż różnic. Nie tylko dlatego, że we wszystkich trzech przypadkach w praktyce odpada kwestia odpowiedzialności za produkcję kontentu, lecz także dlatego, że we wszystkich trzech przypadkach operatorzy nie muszą przejmować się ani etycznymi okolicznościami towarzyszącymi powstaniu społecznie „uwidzialnianych” przez nich treści, ani też ich etycznymi implikacjami. Jednak najważniejsze

¹⁶ Owa hierarchizacja nazywana jest dziś coraz częściej folksonomią. Według „Wikipedii” (<http://pl.wikipedia.org/wiki/Folksonomia>; 12.06.2007) „folksonomia [to] neologizm oznaczający praktykę kategoryzacji treści z wykorzystaniem dowolnie dobranych słów kluczowych. W znaczeniu potocznym termin ten odnosi się do grupy ludzi współpracujących spontanicznie w celu uporządkowania informacji w kategoriach. W przeciwieństwie do formalnych metod klasyfikacji, z fenomenem tym spotkać się można raczej w niehierarchizowanych wspólnotach, takich jak publicznie dostępne strony WWW”.

¹⁷ Znowu dobrym przykładem może tutaj być „YouTube”. Użytkownikom portalu przysługuje prawo do oflagowywania materiałów filmowych, które – ich zdaniem – zawierają np. sceny przemocy, są wulgarnie lub przeznaczone są wyłącznie dla widzów dorosłych, choć pierwotnie nie zawierały takiego ostrzeżenia. Takie oflagowane materiały rzeczywiście bardzo szybko są usuwane z portalu. Paradoksalnie, można mieć jednak wątpliwości, czy nie za szybko i czy nie zdecydowano się tutaj na zasadę swoistego *liberum veto*, które stwarza jedynie pozór „demokratyzmu kontroli obywatelskiej”, gdyż w gruncie rzeczy – uzależniając zdjęcie z portalu mniej lub bardziej kontrowersyjnego materiału od jednostkowej o nim opinii – trywializuje akt ingerencji cenzorskiej i pozbawia go jakiegokolwiek społecznego znaczenia. W ten sposób udaje się uciec od rzetelnej (otwartej) debaty na temat mechanizmów cenzury i na temat stosowanych przez nią kryteriów. Jest to z pewnością wygodne dla każdego operatora platformy typu Web 2.0., albowiem poszerza to jego władzę, nie obarczając go przy tym żadną dodatkową odpowiedzialnością i nie wymuszając na nim konieczności podejmowania żadnych „kontrowersyjnych decyzji”.

i najgłębsze podobieństwo, jakie łączy z jednej strony portale Web 2.0., a z drugiej – operatorów telekomunikacyjnych oraz telewizyjne kanały informacyjne, polega na tym, że wszystkie te przedsięwzięcia w całościowy sposób lojalizują swoich użytkowników. Konsekwentnie traktują ich nie jak biernych odbiorców i nawet nie jak świadków, lecz nazywają ich współtwórcami rzeczywistości, która następnie zostaje przekształcona w temat, wpędzają ich w swoisty imperatyw aktywizmu i zarazem w imperatyw przyglądania się – na bieżąco – jego skutkom¹⁸. Paradoks tkwi w tym, że operator stwarza zupełnie nowy typ uzależnienia polegającego na utwierdzeniu w przekonaniu, że aby być jego klientem, trzeba najpierw dać coś od siebie i że tylko dając od siebie coraz więcej (np. coraz więcej rozmawiając przez telefon komórkowy, coraz bardziej spektakularnie ujawniając swoje polityczne sympatie i antypatie, coraz głębiej angażując się w toczony na portalu obywatelskim dyskusje), można liczyć na specjalne traktowanie z jego strony (np. na darmowe minuty, wypowiedź do reporterskiej kamery czy status „specjalnego użytkownika”¹⁹).

Opisywany tu mechanizm „interesownego wikłania we współpracę” (i zarazem we współodpowiedzialność oraz ewentualnie w poczucie współwiny – jeśli sprawy źle się układają) wydaje nie podlegać dyskusji w przypadku portali definiujących się jako platformy dziennikarstwa obywatelskiego. Można by jednak pójść o krok dalej i zaryzykować opinię, że mechanizm ten można już zauważyć również w wielu działających w tradycyjny sposób organizacjach pozarządowych. Duża ich część bardzo dobrze wpisuje się w kategorię „fabryk fabrykowanej aktywności”, z drugiej zaś strony, równie dużo (bardzo podobnie, jak portale typu Web 2.0.) funkcjonuje obecnie raczej na zasadzie prowokowania, niż stara się zagospodarowywać aktywność obywatelską. Nie jest to samo w sobie niczym złym i można oczywiście powiedzieć, że do zadań organizacji pozarządowych należy w równym stopniu „wywoływanie” aktywności, jak i jej odpowiednie „zagospodarowywanie”. Trzeba mieć jednak świadomość wszystkich potencjalnych pułapek związanych z obydwoma tymi strategiami (zwłaszcza z pierwszą z nich). Jeśli wolno tu potraktować portale (platformy dziennikarstwa obywatelskiego) jako swoisty poligon doświadczalny, należałoby zwrócić uwagę na następujące trzy zagrożenia, w obliczu których stoi dziś praktycznie cały poziom instytucjonalny społeczeństwa obywatelskiego. Zagraża mu – po pierwsze – radykalna komercjalizacja motywów uczestnictwa, po drugie – wzrastający prywatyzm motywów uczestnictwa, po trzecie – poddanie się pokusie budowania swojej siły na bazie lojalizowanego, nie zaś lojalnego wolontariatu.

¹⁸ Można tę uwagę odnieść nawet do publiczności takiej stacji, jak TVN24. Wydaje się bowiem, że wysoka oglądalność podobnych kanałów bierze się nie tylko z tego, że pokazują one *political world* (najchętniej od strony jego kulisów), lecz przede wszystkim z tego, iż pokazują makropolityczne i makroekonomiczne rezultaty rozproszonych i nieskoordynowanych ze sobą mikropraktyk społecznych, które może sobie przypisać i z którymi może się identyfikować praktycznie każdy.

¹⁹ W regulaminie „Wiadomości24.pl” czytamy: „Operator zastrzega sobie prawo uprzywilejowania niektórych Użytkowników zarejestrowanych poprzez np. przyznanie im w pewnym zakresie swobody w redagowaniu i zamieszczaniu Materiałów w Serwisie, czy też przyznaniu im legitymacji prasowych” (zob.: http://www.wiadomosci24.pl/artukul/regulamin_serwisu_www_wiadomosci24_pl; 20.06.2007).

3. Czy społeczeństwo obywatelskie przekształca się na naszych oczach w „towarzystwo wzajemnej adoracji”?

Dziennikarstwo obywatelskie – w obecnej postaci i na dzisiejszym etapie jego rozwoju – nie wywołuje jeszcze zbyt dużego oddźwięku społecznego. Łatwo mu czynić z tego powodu zarzuty (że jest nie dość ofensywne, że nie potrafi dopasować się do wymogów nowej ekonomii uwagi itd.). W moim przekonaniu, znacznie istotniejsza jest tu jednak zupełnie inna kwestia: dziennikarstwo obywatelskie – na razie – funkcjonuje w dużej mierze jako rodzaj specyficznej sieci społecznej, w której krąg odbiorców i krąg nadawców w wielu wypadkach niemalże się ze sobą pokrywają. Inaczej mówiąc, publiczność tworzą tu w znacznym stopniu sami autorzy.

Można powiedzieć, że sytuacja taka stanowi spełnienie pewnej pozytywnej utopii komunikacyjnej, zgodnie z którą we wspólnocie komunikacyjnej zaciera się granica między odbiorcami a nadawcami – wszyscy komunikują się ze wszystkimi. Ale z drugiej strony trudno oprzeć się wrażeniu, że owe nachodzenie na siebie kręgu odbiorców i kręgu nadawców świadczy również o wybitnie „klubowym” charakterze dziennikarstwa obywatelskiego. Może się ono objawiać jego postronnym obserwatorom – a nawet jego sympatykom – jako trochę groteskowy „klub autorów”, w którym wąskie grono klubowiczów tworzy wyłącznie z myślą o sobie i w zasadzie wyłącznie dla siebie.

Nasuwa się pytanie: czy ta tendencja dotyczy tylko dziennikarstwa obywatelskiego i wynika z jego specyfiki, czy też jest ona (lub mówiąc ostrożniej: staje się ona) cechą i znamieniem całego społeczeństwa obywatelskiego? A może na naszych oczach wykształca się zupełnie nowy wzór społeczeństwa obywatelskiego, w którym rola animatora zaczyna niebezpiecznie pokrywać się z rolą widza/adresata (a nawet beneficjanta) i które oparte jest na działaniach „samozwrotnych”, na swoistej autostymulacji? Można by to podejrzenie jeszcze bardziej sprecyzować i zapytać, czy współczesne społeczeństwo obywatelskie nie staje się – tak naprawdę – luźną konfederacją względnie odizolowanych od siebie (i od reszty społeczeństwa) mikrowspólnot komunikujących się przede wszystkim do wewnątrz i opartych na założeniu, że strategia samozamknięcia jest obecnie jedyną dającą się w ogóle pomyśleć i jedyną dającą się skutecznie zrealizować strategią wybijania się na satysfakcjonujący poziom autonomii.

4. Czy zaangażowanie obywatelskie staje się rodzajem aktywności zastępczej i przestrzenią aktywności podejmowanej przez wyrzuconych z rynku?

Zdaniem E. Wnuka-Lipińskiego, globalizujący się świat coraz mniej potrzebuje obywateli, coraz bardziej zaś konsumentów²⁰. To niewątpliwie prawda, choć sytuacja jest przypuszczalnie bardziej złożona. W miarę postępów globalizacji wzrasta liczba jednostek, dla których nie ma już miejsca na rynku

²⁰ Zob. E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki. Globalizacja – demokracja – państwo narodowe*, Wydawnictwo Znak, Instytut Studiów Politycznych PAN, Kraków 2004.

pracy²¹ i które z punktu widzenia potrzeb systemu ekonomicznego są – jakkolwiek szorstko by to zabrzmiało – zbędne.

Nietrudno powziąć podejrzenie, że w miarę jak wzrasta liczebność jednostek, których nie jest w stanie, nie umie lub nie chce wchłonąć oparty na logice efektywnościowej rynek pracy, wzrasta również gotowość systemu do poszukiwania (a nawet do finansowania) wszelkich rozwiązań, które umożliwiają absorpcję owej wzrastającej masy „ludzi na przemiał”²² i jakiegoś zagospodarowanie (obłaskawienie, skanalizowanie) drzemiącego w nich potencjału aktywności. W takich okolicznościach aktywność obywatelska jawić się może jako rodzaj pracy zastępczej i jako forma substytutowego zaangażowania, które jednak mimo wszystko wiąże z porządkiem społecznym i przyczynia się do reprodukcji jego reguł. Trzeci sektor (rozumiany jako suma organizacji pozarządowych) wydaje się tu idealnym wręcz rozwiązaniem. Jednak jeszcze lepszym rozwiązaniem – z punktu widzenia konieczności wkomponowania w system i „zatrzymania w systemie” jednostek, które przestały być mu już potrzebne (przynajmniej w roli wytwórców) – jest wypchnięcie trzeciego sektora do Internetu. Wprawdzie staje się on wówczas globalnie widzialny, lecz jednocześnie ulega swoistej dematerializacji i rozproszeniu.

Wydaje się, że już dzisiaj jakaś część trzeciego sektora (szczególnie tego wrośniętego w Internet) może być uznana za przestrzeń aktywności nowego rodzaju outsiderów, których z jednej strony w dalszym ciągu cechuje wysoki poziom obywatelskiej refleksyjności oraz silna orientacja na autonomię i na polityczne uczestnictwo, lecz którzy jednocześnie szczególnie mocno narażeni są na statusową degradację i którym szczególnie mocno zagraża społeczne „uniewidzialnienie”. Owi outsiderzy nowego typu raczej sami znajdują dla siebie jakieś „obywatelskie zajęcia”, niż odpowiadają swoimi działaniami na realne zapotrzebowanie społeczne. Niewielu czeka na nich „w realu”, ale też niewielu czeka na nich w Internecie. Oczywiście, Internet toleruje wszelkie samonarzucające się obecności, stwarza pozór hiperdemokratycznej i pozbawionej barier dostępu agory, zarazem jednak wytwarza on – subtelnie i niepostrzeżenie – swoje własne hierarchie prestiżu i zaufania społecznego.

Odważę się zaryzykować stwierdzenie, że znaczna część internautów, którzy chcą wzbudzić zainteresowanie sobą, wypowiadać się w Internecie w imieniu stosunkowo niewielkich grup nacisku i/lub chcą posługiwać się Internetem w celach obywatelskich, staje się dziś specyficzną kategorią użytkowników sieci i można by ją określić mianem „cyberproletariatu”. W moim rozumieniu, ów cyberproletariat byłby tu rosnącą z roku na rok masą aktywnych (współ)twórców zasobów internetowych, którzy jednak – po pierwsze – mają coraz mniejszy wpływ na warunki, na jakich są on udostępniane szerokiej publiczności; po drugie – zmuszeni są traktować swoją obecność w Internecie jako substytucję

²¹ Zob. J. Rifkin, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postronkowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001.

²² Określenie Zygmunta Baumana; zob. idem, *Życie na przemiał*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2004.

innych, bardziej efektywnych form obecności; a po trzecie – są, jakkolwiek paradoksalnie by to zabrzmiało, ofiarami umasowienia Internetu. Castellsowska prognoza podziału cyfrowego okazała się prognozą samounicestwiającą się (choć oczywiście nie wszędzie i nie we wszystkich zakątkach świata z równą mocą). Problem w tym, że błyskawiczna egalitaryzacja Internetu pociągnęła za sobą również jego błyskawiczne przeistoczenie się w cyberśmietnik²³. Sama obecność w Internecie już niewiele znaczy. Liczy się natomiast – i to z roku na rok, z miesiąca na miesiąc coraz bardziej – umiejętność wywalczenia dla siebie takiego miejsca w sieci, które nie tylko gwarantuje wystarczającą widzialność, lecz które umożliwi także realny udział w głównym nurcie toczących się debat społeczno-politycznych i realny wpływ na ich kierunek. Oba te zadania stają się jednak dla większości sympatyków i fanów Internetu niemal niewykonalne²⁴. W rezultacie Internet zaczyna być dla nich swoistą pułapką: z jednej strony wymusza na nich coraz większe angażowanie się w walkę o widzialność w sieci (prowokując nawet do manipulacji obliczonych na „przechytrzenie” wyszukiwarek²⁵), z drugiej zaś stygmatyzuje ich jako jednostki coraz bardziej bezradne i coraz bardziej utopijne w swoich społeczno-politycznych kalkulacjach.

5. Dostarczać fakty czy interpretacje?

Dziennikarstwo obywatelskie może się jawić jako obiecująca i wręcz przełomowa w swoim radykalizmie propozycja zmierzająca w stronę zakwestionowania dotychczasowego podziału pracy na rynku medialnym, zgodnie z którym to wielkie koncerny medialne dostarczają faktów, zatrudniane przez nie „opiniotwórcze autorytety” komentują je oraz poddają je interpretacji, natomiast szerokie kręgi odbiorców jedynie przyjmują do wiadomości – zarówno podane im fakty, jak i ich eksperckie wyjaśnienia.

Przychylna dziennikarstwu obywatelskiemu interpretacja każe postrzegać je jako nową przestrzeń komunikacyjnej i medialnej autonomii, w której nie chodzi już jedynie o to, aby samemu, w poczuciu niezależności, szukać i śledzić fakty, lecz również (a właściwie przede wszystkim) o to, aby te samodzielnie wyszukane i wyśledzone fakty pozostawiać bez żadnych stroniczych komentarzy, by je podawać do opinii publicznej w możliwie „suchy” sposób, przyczyniając się tym samym do demokratyzacji przywileju interpretacji. Praktyka dziennikarstwa obywatelskiego jest jednak inna. Poczynając od „Indymedia”, a na „Ohmynews” i jego naśladowcach kończąc, wyraźnie widać,

²³ Zob. np. P. Virilio, *Bomba informacyjna*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2006.

²⁴ Zob. np. A. Bard, J. Soderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

²⁵ W pewnym sensie za przykład takich manipulacji uznać można niektóre programy i serwisy konstruowane na potrzeby folksonomii, np. serwis „del.icio.us”. Umożliwia on gromadzenie i kategoryzowanie linków do ulubionych stron WWW. Jak podaje „Wikipedia”: „Serwis *del.icio.us* stosuje niezhierarchizowany system kategoryzacji oparty na słowach kluczowych. Każdy użytkownik może oznaczyć każdy z linków wieloma, dowolnie dobranymi słowami kluczowymi [...]. Możliwe jest też przeglądanie linków wszystkich użytkowników oznaczonych zadaniem słowem kluczowym” (więcej na temat wspomnianego serwisu zob. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Del.icio.us>; 12.07.2007).

że dziennikarze obywatelscy mają duże trudności z dostarczaniem (nieznanych szerszej opinii) faktów, za to znacznie częściej (i chętniej) podejmują się interpretowania czy komentowania informacji ujawnionych i zakomunikowanych przez media głównego nurtu²⁶. Trudno się temu dziwić. „Ustalanie rzeczywistości” jest drogie i staje się z roku na rok coraz droższe: wymaga posiadania globalnej sieci korespondentów i informatorów (na co mogą sobie pozwolić tylko największe agencje informacyjne), dostępu do hipermożliwości logistycznych (gwarantujących np. błyskawiczne wysłanie reporterów w potencjalnie zapalne miejsca w dowolnym zakątku kuli ziemskiej) oraz urynkowania dziennikarskiego ryzyka (dzięki czemu możliwe staje się wysyłanie dziennikarzy w rejony skrajnie niebezpieczne, gdyż podejmowane tam przez nich ryzyko można po prostu przeliczyć na pieniądze lub na prestiżowe nagrody środowiskowe, co koniec końców wychodzi na jedno²⁷).

Fakt, że dziennikarstwo obywatelskie woli dzisiaj uciekać się do definiowania sytuacji i że nie jest ono w stanie wystarczająco przekonująco wywiązywać się z zadania dostarczania informacji, można oczywiście traktować jako nieunikniony rezultat jego specyfiki (można by w tym miejscu powiedzieć, że dziennikarstwo obywatelskie jest w po trosze w podobnej sytuacji, jak niskobudżetowe produkcje filmowe, które starają się rywalizować z produkcjami z Hollywood). Niemniej jednak jego sytuacja chyba jeszcze bardziej uzmysławia pewną ogólniejszą tendencję dotyczącą dziś praktycznie wszystkich instytucji społeczeństwa obywatelskiego. Krótko mówiąc, są one coraz bardziej reaktywne, ponieważ coraz częściej mogą sobie one pozwolić jedynie na odnoszenie się i na ustosunkowywanie się, nie zaś na ujawnianie i na podawanie do wiadomości.

6. Pilnować władzy i recenzować władzę czy „robić swoje”?

Dziennikarstwo obywatelskie zdaje się dziś wyraźnie i szybko ewoluować w kierunku działalności strażniczej. Przysłowiowe patrzenie władzy na ręce, konsekwentne rozliczanie ze złożonych obietnic wyborczych, uważne przyglądanie się procesom podejmowania decyzji (zwłaszcza tych neuralgicznych i niosących ze sobą określone koszty społeczne), wymuszanie maksymalnej jawności życia publicznego – wszystko to wydaje się oczywistym i samonarzucającym się katalogiem zadań dziennikarzy obywatelskich. Nie kwestionując ich prawa do podjęcia się roli „watchdogów” ani nie poddając w wątpliwość potrzeby i społecznej przydatności wszelkiego typu działań strażniczych, warto jednak postawić pytanie, czy fakt, iż tak wiele organizacji obywatelskich decyduje się funkcjonować obecnie właśnie jako z założenia

²⁶ Np. regulamin portalu „Wiadomości24.pl” wprowadził kategorię „Moje Trzy Grosze”, określając ją jako „wydzieloną część serwisu, nie stanowiącą części *Gazety*”. Ale owe „Moje Trzy Grosze” stają się z wolna jego dominującą częścią i swoistą osią.

²⁷ Od 1997 r. organizacja pod nazwą World Association of Newspapers (<http://www.wan-press.org>) prowadzi statystykę dziennikarzy zabitych podczas wykonywania obowiązków zawodowych. Jak dotąd, rekordowy był pod tym względem 2006 r., w którym to roku w różnych krajach świata życie straciło 110 dziennikarzy (najwięcej w Iraku).

krytyczni i nieufni obserwatorzy władzy, świadczy wyłącznie o słabościach systemu politycznego (z czym pewnie nietrudno przyjdzie się nam zgodzić), czy też może – paradoksalnie – również o słabości współczesnego społeczeństwa obywatelskiego. Jakkolwiek prowokacyjnie by to zabrzmiało, „aktywność recenzencka” może być sposobem maskowania braku własnego programu działań pozytywnych. Wbrew pozorom, może być ona nawet zawołanym populizmem, strategią zjednywania sobie poparcia (lub przynajmniej społecznej sympatii) dzięki uciekaniu się do łatwej krytyki, na którą wszyscy czekają i która w związku z tym niesie ze sobą niewielką dozę ryzyka.

IV. ZAKOŃCZENIE

Chciałbym na koniec zastanowić się już nie nad tym, czy, gdzie i w jakiej mierze dziennikarstwo obywatelskie zmienia dzisiejszy kształt społeczeństwa obywatelskiego, ale nad tym, czy i jak przyczynia się ono do modyfikacji (lub może odwrotnie – do utrwalenia?) zastanej ramy porządku medialnego. Ograniczę się tu do trzech uwag, które jednak dotyczą – jak sądzę – kluczowych kwestii.

Po pierwsze – wydaje się, że zjawisko dziennikarstwa obywatelskiego petryfikuje pewien, i tak silnie już utrwalony w społeczeństwie, obraz mediów, zgodnie z którym wszystkie ich potencjalne i rzeczywiste społeczno-kulturowe dysfunkcje mają swoje źródło w ich nafaszerowaniu złymi treściami (złymi, gdyż stronniczymi politycznie bądź nachalnie przyuczającymi do wzorów dominującego porządku). W ten sposób jednak ugruntowuje się liryczna, ale fałszywa wiara w to, że media nie są same w sobie ani złe, ani dobre, lecz co najwyżej mogą się one znaleźć w złych i nieodpowiedzialnych, a na dodatek mniej lub bardziej „chciwych” rękach. Wiara taka zagrzewa do walki o „dobre media” (o media bez przemocy, nieskomercjalizowane i prawdziwie obywatelskie). Zarazem jednak znieczula ona na wszelkie pułapki i zagrożenia, których źródło nie tkwi w „złym wykorzystywaniu” mediów, lecz w samej ich ontologii²⁸. W ten sposób traci się też z pola widzenia najbardziej dziś obiecujący (i chyba też najbardziej inspirujący) nurt refleksji medioznawczej zainicjowanej klasycznymi już tekstami J. Baudrillarda²⁹ i P. Virilio³⁰ zostaje niejako zgubiony z oczu. W efekcie „obywatelski pomysł na media” ogranicza się do programu naprawiania mediów głównego nurtu³¹ i oczywiście do programu

²⁸ Więcej na temat głównych osi dzisiejszych sporów o „dobre media” zob. R. Drozdowski, *Obrazy na obrazach. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2006, s. 207-214.

²⁹ Zob. J. Baudrillard, *The Implosion of Meaning in the Media and the Implosion of the Social in the Masses*, w: *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*, red. K. Woodward, „Theories of Contemporary Culture”, 2. Coda Press. Madison, Wisconsin; Routledge, London 1980; zob. też J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005.

³⁰ Zob. P. Virilio, *Maszyna widzenia*, w: *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów*, red. A. Gwóźdź, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2001.

³¹ W Polsce przykładem takiej „naprawczej inicjatywy” może być działający od 2001 r. Ruch Obywatelski Dobre Media – Media Bez Przemocy. Więcej na temat tego ruchu zob. www.dobre-media.org.pl.

tworzenia „społecznych środków masowego przekazu”. Brak w nim natomiast programu edukowania do takiego modusu obcowania z przekazami medialnymi, który S. Hall nazwał negocjacyjnym³² (choć to właśnie „uzbrojenie” społeczeństwa w Hallowski kod negocjacyjny wydawać by się mogło najbardziej samonarzucającą się, a jednocześnie najbardziej wyrafinowaną i przewrotną reakcją obywatelską na opresyjność mediów).

Po drugie – dziennikarstwo obywatelskie, zwłaszcza ten jego nurt, który jednoznacznie i bardzo głęboko identyfikuje się z „etyką Web 2.0.”, próbuje zakwestionować i rozsadzić zarówno zdroworozsądkową, jak i formalno-prawną definicję praw autorskich. Inicjatywa *Creative Commons*³³ zmierzając do tego, by zastąpić formułę wszystkie prawa zastrzeżone formułą tylko niektóre prawa zastrzeżone, i zabiegając o to, aby w Internecie przynajmniej niektóre treści były podwójnie wolne (tzn. dostępne za darmo i niechronione restrykcyjnymi prawami autorskimi, gdyż tak naprawdę są one własnością współtworzącej je społeczności internatów), uderza w sam rdzeń utowarowionych stosunków społecznych i kapitalistycznej kultury opartej na dominacji wartości wymiennej nad wszystkimi innymi *wartościami*³⁴. W rzeczywistości jednak postulaty spod znaku *Creative Commons* są na razie raczej rodzajem intensywnie dyskutowanej utopii niż nową praktyką w Internecie. Nie stosują się do nich alterglobalistyczne, a chwilami antykapitalistyczne „Indymedia”. Nie stosuje się do nich także portal „Ohmynews”. Z kolei polskie portale dziennikarstwa obywatelskiego nie tylko nie starają się nawiązywać do zasad projektu *Creative Commons*, lecz wręcz na odwrót – dążą do przejmowania praktycznie absolutnej i często bezterminowej kontroli nad publikowanymi treściami.

Po trzecie – dziennikarstwo obywatelskie, przeciwstawiając figurę zaangażowanego i wiarygodnego amatora figurze dyspozycyjnego (przynajmniej wobec wymogów rynku) zawodowca, chcąc nie chcąc wymusza na mediach głównego nurtu następujące dwie reakcje. Pierwsza z nich to znacznie większe otwarcie się mediów głównego nurtu na wszelkiego rodzaju materiały dostarczane przez nieprofesjonalistów połączone z akceptowaniem i nawet z celowym dążeniem do antyestetyzacji przekazu medialnego (mającej symbolizować jego większą wiarygodność i autentyczność)³⁵. Druga reakcja to ucieczka w autoironiczność. W ten sposób jednak obywatelom odebrany zostaje przywilej pierwszeństwa w krytyce i poniekąd także wszelka możliwa satysfakcja symboliczna, jakiej mogłyby dostarczyć ewentualne wszczęte i zakończone sukcesem akcje obywatelskiej presji na media. Samokrytyczne

³² Zob. S. Hall, *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 1-2.

³³ *Creative Commons* to powszechnie przyjęta wśród internautów nazwa projektu określanego też mianem *iCommons* stworzonego przez amerykańską organizację pozarządową Creative Commons. Na oficjalnej stronie „Creative Commons Polska” (<http://creativecommons.pl>) można przeczytać, że „celem [projektu] jest stworzenie alternatywy dla istniejącego systemu prawa autorskiego, który ogranicza możliwość tworzenia i korzystania z dóbr kultury”, w innym zaś miejscu, iż „Creative Commons oferuje twórcom licencje, które pozwalają im zachować własne prawa i jednocześnie dzielić się swoją twórczością z innymi”. Creative Commons zachęca twórców do określenia stopnia, w jakim chcą oni dzielić się swoją twórczością z innymi. Równocześnie promuje tworzenie przez społeczność internetową wspólnej kultury, której elementy mogą być swobodnie wymieniane i zmieniane.

³⁴ Zob. M. Krajewski, *POPamiętane*, Wydawnictwo Słowo / Obraz Terytoria, Gdańsk 2006, s. 5.

³⁵ Kwintesencją takiej strategii wydaje się dzisiaj „YouTube”.

i autoironiczne media głównego nurtu (identycznie jak autoironiczna reklama oraz autoironiczna polityka) uprzedzają i neutralizują każde dające się pomyśleć szyderstwo i każdą dającą się zaplanować strategię odwetu.

*Dr hab. Rafał Drozdowski jest profesorem
Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu.*

CITIZEN JOURNALISM: AN ATTEMPT OF A SOCIOLOGICAL DESCRIPTION

Summary

The paper touches upon a new, at least in Poland, phenomenon known as citizen journalism. It is also treated as a pretext to carry out more general deliberations on the completely new challenges and dilemmas facing the contemporary citizen society.

Citizen journalism is developing dynamically and seems to confirm the thesis about the vitality of citizen society. At the same time, however, the phenomenon of citizen journalism prompts one to pose a number of new questions including such as: isn't today's citizen society being deliberately pushed to the Internet with the result that although its initiatives are conveyed globally, they also become merely niche ones; or is the Web 2.0 formula (on which most of the examples of citizen journalism are based) a chance to increase citizens autonomy, or is it rather a vehicle of social self-supervision, and to what extent is citizen journalism an alternative to the existing, established media order.