

Dziennikarstwo w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej – stan dyskusji

Alicja Jaskiernia

Dziennikarstwo w Stanach Zjednoczonych znajduje się w przełomowym momencie, który stanowi koniec epoki dominacji prasy oraz wpływowych sieci telewizyjnych, a rozpoczyna okres budowy bardziej rozproszonego systemu zbierania i rozpowszechniania informacji – twierdzą autorzy raportu z 2009 r. na temat kondycji amerykańskiego dziennikarstwa Leonard Downie Jr. i Michael Schudson. Pytanie o to, co się stanie z tradycyjnym dziennikarstwem i co powinno zostać zrobione już teraz, aby ocalić jego fundamentalne zasady i wartości, postawione w raporcie, stało się osią dyskusji na temat kondycji dziennikarstwa w Stanach Zjednoczonych¹. Aktualne problemy dziennikarstwa amerykańskiego przedstawia też Raport Federalnej Komisji Komunikacji (Federal Communications Commission – FCC)² z 2011 r. Jego autorzy rozważają kwestie, jak w świecie cyfrowym i sieciowym XXI w., w którym jest coraz więcej informacji i coraz więcej „nowego dziennikarstwa”, głównie darmowego w sieci, można utrzymać jakość powszechnie dostępnej zawartości oraz zachować

tradycyjne funkcje dziennikarstwa³. Jeśli większość treści będzie bowiem nadal dostępna za darmo, kto zapłaci reporterom, korespondentom zagranicznym i dziennikarzom śledczym? Co będzie stanowiło modelowe dziennikarstwo: agregatory sieciowe, jak Google czy raczej BBC? Kto lub co obecnie nadaje znaczenie faktom i kogo obdarzać mają zaufaniem odbiorcy? – pytają autorzy Raportu FCC.

Powyższe kwestie są kluczowe dla dziennikarstwa w nowym krajobrazie medialnym w USA, w rzeczywistości, w której kryzys prasy obniża zarówno liczbę redakcji, jak i dziennikarzy, tym samym wpływając na jakość dziennikarstwa. Obecne trendy jedni oceniają jako destrukcyjne dla przyszłości dziennikarstwa i jego tradycyjnych wartości, inni zaś niezwykle surowo komentują jego obecny stan⁴, a tęsknotę za tym, co było, nazywają „opłakiwaniem przeszłości i zapomnianych tradycji niegdyś zaszczytnego zawodu”⁵. Z różnych opinii wyziera jednak wspólna obawa, że ambitne dziennikarstwo wyparte zostanie przez „kiczowate relacje”, zaspokajające prostą ciekawość

¹ L. Downie Jr., M. Schudson, *The Reconstruction of American Journalism*, www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php [dostęp: 4.09.2012].

² Więcej na temat Federal Communications Commission zob. S.L. Vaughn, *Encyclopedia of American Journalism*, New York 2008, s. 164.

³ S. Waldman [and the Working Group on Information Needs Communities], *The Information Needs of Communities. The changing media landscape in a broadband age*, June 2011, http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The_Information_Needs_of_Communities.pdf [dostęp: 4.09.2012].

⁴ V. Mosco, *The future of journalism*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 350.

⁵ S. Allen, *Kultura newsów*, Kraków 2006, s. 177.

i „niewyszukane gusta”⁶. Carl Bernstein, ikona dziennikarstwa śledczego od czasu afery Watergate, utrzymuje, że dziennikarze przyczyniają się do kształtowania „kultury idiotów”, zaśmieconej „dziwactwami, ordynarnością i głupotą”, a Stany Zjednoczone stają się narodem zdominowanym przez płytkie *talk shows*, w którym „dyskurs publiczny sprowadza się do zachwyków, obelg i całej gamy póż”⁷. Na dodatek informacja w mediach niebezpiecznie się różnicuje w zależności od audytorium, do którego jest kierowana. Z jednej strony – zarówno w mediach tradycyjnych, jak i sieciowych – „nastał czas fast newsów, informacji fast-food”, a na drugim biegunie znajduje się ekskluzywna oferta bogatej informacji dla bogatych, jak np. „terminal Bloomberga”, serwis ekonomiczny wzbogacony o informacje z dziedziny kultury i innych ważkich tematów⁸.

Debata dotycząca zagrożeń dla współczesnego amerykańskiego dziennikarstwa, jaka toczy się obecnie w środowiskach medialnych oraz akademickich w USA, skupiona jest wokół kilku zasadniczych kwestii: załamania się dotychczasowych podstaw egzystencji mediów tradycyjnych, w tym głównie prasy, bezprzykładnej ekspansji i sukcesów mediów sieciowych, rozszerzania się zjawiska tabloidyzacji oraz *infotainment*⁹ w mediach oraz polaryzacji politycznej audytoriów mediów¹⁰. Ekonomiczne podstawy egzystencji większości tytułów prasy papierowej kruszą się, ponieważ internet wysysa miliony dolarów z reklamy, podczas gdy to „papierowe dziennikarstwo” nadal jest

zasadniczym twórcą tzw. *contentu*, czyli wartości mediów. W raporcie Columbia Journalism School z 2009 r. znajdujemy konkluzję o szczególnym zagrożeniu niezależnego dziennikarstwa dostarczającego informacji, reportażu śledczego, dotyczącego zwłaszcza istotnych spraw dla wielu lokalnych społeczności¹¹. Wielu obserwatorów ze świata akademickiego twierdzi, że erozja dotychczasowego znaczenia gazet codziennych oraz rosnąca potęga internetu, powodujące kurczenie się redakcji tradycyjnych mediów, nie są jedynymi czynnikami negatywnych trendów w dziennikarstwie. Powodem jest także rosnąca presja na całodobową aktualizację newsów, mniej czasu dla dziennikarzy na sprawdzanie faktów oraz reporterskie drażnienie tematu, a w konsekwencji mniej reportażu śledczego i materiałów analitycznych¹². Dobrze udokumentowaną tendencją stanowi spadek ważnych społecznie kwestii podejmowanych przez gazety, stacje telewizyjne i radiowe¹³. Ekonomiczna presja wpływa na podejmowane przez dziennikarzy zagadnienia, z naciskiem na rozrywkę i *human stories*, z pominięciem kontrowersyjnych i trudnych kwestii. Coraz częściej w redakcjach – pod wpływem tejże presji – dochodzi do kurczenia się obszaru autonomii dziennikarskiej, co może źle wróżyć wolności mediów, jakości debaty publicznej, w konsekwencji także demokracji¹⁴.

Ekspansja internetu sprzyja wyraźnie rosnącej ideologicznej polaryzacji amerykańskich mediów. Dotyczy to zarówno wielkich mediów tradycyjnych, jak i dużej liczby małych stacji

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 204.

⁸ B. Poulet, *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, Wołowiec 2011, s. 266–267.

⁹ Dziennikarska hybryda gatunkowa stanowiąca połączenie informacji z rozrywką, zob. D. Chandler, R. Munday, *Dictionary of Media and Communication*, Oxford–New York 2011.

¹⁰ Zob. *State of the Media 2012*, <http://stateofthemedias.org/2012/> [dostęp: 4.09.2012].

¹¹ *The State of the News Media 2010. An Annual Report on American Journalism*, Pew Project for Excellence in Journalism, http://stateofthemedias.org/2010/overview_intro.php [dostęp: 4.09.2012].

¹² D.H. Weaver, *US journalism in the 21st century – what future?*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 390.

¹³ www.people-press.org/files/legacy-pdf/2012%20News%20Consumption%20Report.pdf [dostęp: 15.10.2012].

¹⁴ D.H. Weaver, *US Journalism...*, s. 390.

radiowych typu *talk*¹⁵. W sieci powstało wiele ideologicznie zorientowanych portali, co jest komentowane jako symboliczny powrót do początków upartyjnionej prasy oraz zmierzch monopolu wielkich gazet¹⁶. Od nazwy kanału informacyjnego Fox News, który uważany jest za wyjątkowo spolaryzowany¹⁷, zjawisko to nazywane jest foksyfikacją informacji¹⁸.

Istotnym elementem kształtowania opinii publicznej staje się blogosfera, która w USA rozwija się bardzo dynamicznie i staje się nowym „informacyjnym ekosystemem”¹⁹. Serwis Technorati podaje liczbę ponad 42 mln stron, prowadzonych przez mniej lub bardziej aktywnych blogerów²⁰. Sukces mediów sieciowych, upowszechnianie się nowych technologii oraz zmiany społeczne i kulturowe w XXI w. powodują, że dla niektórych „deklaracje na temat ważnej roli dziennikarstwa we współczesnych społeczeństwach demokratycznych w erze internetu brzmią anachronicznie”²¹. Z cytowanego powyżej raportu Federalnej Komisji Komunikacji z 2011 r. wynika, iż tradycyjny obraz amerykańskiego dziennikarstwa, którego symbolem był *newsroom*²², znajdujący się zarówno w redakcji małej gazety lokalnej, jak i stacji dużej korporacji medialnej, odchodzi powoli do przeszłości²³. Wielu dziennikarzy zgadza się

z Manuelem Castellsem, że sztuka reporterska oraz jej rola w społeczeństwie sieciowym ulegnie radykalnej zmianie²⁴. Niemniej jednak dziennikarstwo w sensie tradycyjnym nadal postrzegane jest jako centralny element demokratycznego systemu, którego nie jest stanie zastąpić blogosfera²⁵. Padają w związku z tym pytania, na ile nowe media będą w stanie stworzyć nowy „ekosystem”, lepszy niż obecny. W ocenie wielu obserwatorów, pomimo różnorodności nowych form medialnych w sieci, nie są one w stanie na razie przejąć zadań tradycyjnego dziennikarstwa²⁶. Blogosfera jednakże coraz częściej przejmuje role przypisywane tradycyjnemu dziennikarstwu. Dzięki blogom udało się ujawnić wiele tajemnic nieprzyjemnych dla władzy, jak skandal z traktowaniem więźniów w irackim więzieniu Abu Ghraib, czy zmusić do dymisji senatora Trenta Lotta, przyłapanego na rasistowskich wypowiedziach, co przeszło do historii blogosfery w USA jako jej pierwszy „polityczny skalp”²⁷.

Redefinicja pojęcia dziennikarza? Zasady etyczne i nowa kultura dziennikarska

Pytanie, czym jest dziennikarstwo w epoce cyfrowej i jakie funkcje spełnia lub może spełniać,

¹⁵ *The State of the News Media 2012*, Report Pew Research Center’s Project for Excellence in Journalism, <http://stateofthemedias.org/> [dostęp: 10.10.2012].

¹⁶ *Continuing Partisan Divide in Cable TV News Audience*, Pew Research Center for the People & the Press, people-press.org/report/467/internet-campaign-news.

¹⁷ A. Jaskiernia, *Od „The Washington Post” do „The Huffington Post”. Analiza zmian w korzystaniu z mediów informacyjnych w USA*, [w:] *Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?*, pod red. J.W. Adamowskiego, A. Jaskierni, Warszawa 2012, s. 28–30.

¹⁸ W oryginale: „foxfication of news”, zob. W. Wanta, *Fox News and the polarization of attitudes in the U.S.*, „Central European of Communication” Vol. 1 (2008), nr 1, s. 112–113.

¹⁹ K. Jost, M.J. Hipolit, C.S. Clark, *Blog Explosion*, [w:] *Issues in Media*, Washington D.C. 2011, s. 92.

²⁰ Tamże, s. 92.

²¹ Tamże, s. 177.

²² Angielskie znaczenie słowa *newsroom* w uproszczeniu oznacza pokój redakcyjny lub miejsce wydania, zob. *The New Penguin English Dictionary*, London 2001.

²³ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 242 i n.

²⁴ M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

²⁵ T. Price, P. Marshall, *Future of Journalism*, [w:] *Issues in Media*, s. 3.

²⁶ C. Silverman, *On verification and critical thinking in the new, open journalistic era*, www.cjr.org/behind_the_news/qa_blur_author_tom_rosenstiel.php?page=all [dostęp: 4.09.2012].

²⁷ K. Jost, M.J. Hipolit, C.S. Clark, *Blog Explosion*, s. 104.

kiedy społeczna rola dziennikarstwa ulega głębokiej redefinicji, jest przedmiotem licznych rozważań w amerykańskiej literaturze przedmiotu. Najważniejszy dylemat dotyczący tego, kto może być nazywany dziennikarzem, na gruncie amerykańskim został już częściowo rozstrzygnięty. Praktycznym uznaniem blogosfery i blogerów za „młodszego brata” (lub siostrę) dziennikarstwa, które może cieszyć się wieloma podobnymi przywilejami jak media tradycyjne, było zaproszenie przedstawicieli tej grupy na Konwencję Partii Demokratycznej w 2004 r. w Bostonie²⁸. Wielu wystarczy więc z pozoru jednoznaczna definicja Bernarda Pouleta, że „dziennikarzem jest ten, kto uprawia dziennikarstwo”²⁹. Jest ona szczególnie przydatna w sytuacji, kiedy polem walki o przyszłość dziennikarstwa jest sieć, a rozgrywa się ona obecnie między dziennikarstwem tradycyjnym i obywatelskim³⁰. Przy czym – za Karolem Jakubowiczem – za dziennikarstwo tradycyjne uważa się typowe dziennikarstwo profesjonalne, natomiast dziennikarstwo typu obywatelskiego to nie tylko dziennikarstwo tworzone przez amatorów, lecz także znane z praktyki amerykańskiej dziennikarstwo publiczne, angażujące zwykłych ludzi w powstawanie materiałów dziennikarskich³¹. W USA obecnie dość powszechnie uważa się, iż z dziennikarskiego punktu widzenia nowe technologie pozwalają na uprawianie dziennikarstwa bez organizacyjnego czy korporacyjnego sztafażu. Nie wystarczy to jednak do uznania ich za „pełnoprawnych” dziennikarzy. Trwa na przykład dyskusja na gruncie prawnym, czy należy objąć

blogerów parasolem ochronnym tzw. prawa tarczy, pozwalającej chronić dziennikarskie źródła informacji³². David Carlson, przewodniczący The Society of Professional Journalists, uważa, że należy oddzielać blogerów, którzy wykonują „oryginalną pracę reporterską”, od tych, którzy jedynie komentują lub upowszechniają cudze publikacje³³. Nikt nie ma więc jeszcze stuprocentowej pewności, czy można uznać za dziennikarzy ową „armię w piżamach”, która „zmienia świat, pijąc poranną kawę” i tworząc UGC (*user-generated content*), lecz „skoro są »media«, muszą być i dziennikarze”³⁴. Według Roberta Coxa z Media Bloggers Association podział: blogerzy kontra media *mainstreamowe* już minął: „Od kiedy »New York Times«, »Washington Post«, »National Journal«, CBS News same mają blogerów, dychotomia nie istnieje”³⁵. Pojęcie dziennikarstwa leży obecnie zarówno w rękach odbiorców mediów, jak i ich odbiorców, walcząc o zdefiniowanie tego, o co chodzi w dziennikarstwie i co się w nim liczy. W praktyce amerykańskiej Pierwsza Poprawka do Konstytucji gwarantuje wolność słowa wszystkim³⁶. Konsekwencją tego systemu jest praktyka, w której to same instytucje lub prywatne podmioty muszą decydować, czy traktować dziennikarzy obywatelskich (i blogerów) jak dziennikarzy mediów tradycyjnych³⁷.

Bezdyskusyjne jest, że amerykańskie media tradycyjne coraz głębiej wchodzą w blogosferę. Wspomniany raport FCC odnotowuje, że typowe formy pracy dziennikarzy w epoce cyfrowej to czasowe zatrudnienie zadaniowe „pod

²⁸ Tamże, s. 98.

²⁹ B. Poulet, *Śmierć gazet...*, s. 85.

³⁰ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów*, Warszawa 2011, s. 185.

³¹ Tamże, s. 186.

³² K. Jost, M.J. Hipolit, C.S. Clark, *Blog Explosion*, s. 98.

³³ Tamże.

³⁴ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia...*, s. 193.

³⁵ K. Jost, M.J. Hipolit, C.S. Clark, *Blog Explosion*, s. 98.

³⁶ Zob. szerzej na temat instytucji Pierwszej Poprawki: M. Matyasik, *Realizacja wolności wypowiedzi na podstawie przepisów i praktyki w USA*, Kraków 2011.

³⁷ K. Jost, M.J. Hipolit, C.S. Clark, *Blog Explosion*, s. 98.

projekt” czy konkretny materiał (*per-story*), bycie wolnym strzelcem (*freelancer*) oraz inne zatrudnienie poza redakcją (*Remote Control Journalism*). Dziennikarze muszą walczyć ze swoimi pracodawcami o minimalną choćby ochronę, aby wypełniać codzienne profesjonalne zadania. Jest to niezbędne także dla zachowania obniżającego się prestiżu zawodu oraz utrzymania zaufania w oczach odbiorców, bez wsparcia ze strony pracodawców bitwa o serca i umysły resztek audytoriów będzie bowiem przegrana³⁸. Autorzy raportu podkreślają też coraz bardziej zróżnicowane możliwości uprawiania zawodu. W warunkach działania małej lokalnej gazety, w porównaniu do potężnego ogólnokrajowego dziennika, redakcja nierzadko nie jest w stanie pełnić ról przypisanych instytucji „czwartej władzy”. W uproszczeniu – mówią autorzy raportu – z większym zespołem gazeta jest w stanie udźwignąć trudniejsze zadania, zwłaszcza w obszarze dziennikarstwa śledczego, ekonomicznego i przede wszystkim w zakresie kontroli władzy.

Nowa kultura dziennikarska (*Mixed Media Culture*)

Kamieniem milowym dla amerykańskiej kultury dziennikarskiej był skandal polityczno-obyczajowy z 1998 r., w który uwikłany był popularny ówczesny prezydent USA Bill Clinton oraz stażystka z Białego Domu Monica Lewinsky³⁹. Stopień zainteresowania oraz sposób

podejmowania tego tematu sprawił, że – jak się uważa – zmieniła się znacząco kultura mediów w USA⁴⁰. Wprawdzie sprawa Lewinsky⁴¹ nie była wyjątkiem, lecz skala zainteresowania mediów, sposób jej ujawnienia oraz relacjonowania sprawiła, że stała się symbolem trwającego od dłuższego czasu nowego trendu w kulturze politycznej i medialnej, doprowadzając do zmiany w nich obu⁴². Znamienny i symboliczny zarazem był fakt, że afera „Monicagate” została początkowo zatajona przez *mainstreamowe* media, a ujawnił ją publicznie jako pierwszy portal internetowy The Drudge Report⁴³.

Bill Kovach i Tom Rosenstiel, znani autorzy książek i dziennikarskich poradników, charakteryzują pięć głównych cech nowej kultury dziennikarskiej, określając ją jako medialną kulturę zawieszoną między zasadami rządzącymi dziennikarstwem i popkulturą (*Mixed Media Culture*)⁴⁴. David Berkovitz zauważa to samo, kiedy pisze obrazowo: „U początków mediów elektronicznych, zarówno radia i telewizji, jak i internetu – granice były jasne. Dziennikarstwo było dziennikarstwem. Kultura popularna kulturą popularną. Podstawy dziennikarstwa obecnie zostały podmyte przez nowe formy medialne, wyglądają jak teren po przejściu lodowca. Na horyzoncie widać jeszcze zarysy dawnych form, ale wyłaniają się już nowe. Tak samo zatarciu ulegają granice między informacją, opinią i rozrywką”⁴⁵. Dla dziennikarzy informacyjnych czy śledczych dziennikarstwem

³⁸ M. Deuze, *The people formerly known as the employer*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 316–317.

³⁹ *The Clinton Crisis and the Press: A New Standard of American Journalism?*, www.journalism.org/print/438 [dostęp: 15.10.2012].

⁴⁰ B. Kovach, T. Rosenstiel, *Warp Speed, America in the Age of Mixed Media*, www.journalism.org/node/77 [dostęp: 3.09.2012].

⁴¹ Monika Lewinsky, stażystka w Białym Domu, bohaterka afery polityczno-obyczajowej z 1998 r., zwanej „Monicagate”, która o mały włos nie doprowadziła do wszczęcia procedury usunięcia z urzędu Prezydenta Billa Clintona, zob. www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1870544_1870543_1870550,00.html [dostęp: 4.09.2012].

⁴² B. Kovach, T. Rosenstiel, *Warp Speed...*

⁴³ Drudge Report ujawnił 17 stycznia 1998 r., że redaktorzy tygodnika „Newsweek” posiadają materiały na temat afery. 21 stycznia opisał ją dziennik „The Washington Post”, www.drudgereportarchives.com/data/2002/01/17/20020117_175502_ml.htm [dostęp: 6.09.2012].

⁴⁴ <http://harvardmagazine.com/1999/07/forum.html> [dostęp: 22.10.2012].

⁴⁵ D. Berkovitz, *Journalism in the broader cultural mediascape*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 290.

nie będzie ani *The Daily Show* ani monologi Davida Lettermana w *The Late Show*. Ale to nie dziennikarze decydują, lecz odbiorcy, o odróżnieniu dziennikarstwa od nie-dziennikarstwa⁴⁶.

Nowa kultura dziennikarska, zdaniem Rosenstiela i Kovacha, znajduje się pod silnym wpływem kultury popularnej oraz możliwości nowych technologii. Scharakteryzować ją można poprzez pięć głównych cech: nieustającej presji cyklu informacyjnego, dominacji źródeł nad dziennikarzami, nieobecność (koniec?) *gatekeepingu*, kultura „argumentu” zamiast weryfikacji faktów, tabloidyzacja i celebrytyzacja zawartości mediów⁴⁷. Nowa kultura dziennikarska kreuje dziennikarstwo „uznaniowe” (*journalism of assertion*), mniej zorientowane na utrzymanie zasady weryfikacji faktów i kryterium prawdy, a bardziej zainteresowane po prostu zaistnieniem w publicznym dyskursie⁴⁸. W niekończącym się cyklu całodobowej informacji media kierują się raczej tropieniem i stawianiem zarzutów niż kwestią dochodzenia do prawdy. Konieczność szybkiego zdobywania informacji, wyprzedzenia konkurentów z tematem, dominuje nad kwestią potrzeby weryfikacji faktów.

Media tradycyjne w epoce cyfrowej nie stanowią też już jedynego czy też głównego filtra dla publicznych informacji, więc nie ustanawiają standardów, co się nadaje do publikacji, a co nie. „Odźwierny” (*gatekeeper*) odchodzi w zapomnienie. Jednocześnie reporterskie zadanie dziennikarstwa, czyli gromadzenie i weryfikacja informacji, coraz częściej jest zastępowana przez „kulturę sporu” (*argument culture*), wywodzenia własnych racji i stawiania – często

prowokacyjnych – tez, bo takie są wymogi (i konieczność) zapewniania czasu we współczesnym całodobowym cyklu życia mediów informacyjnych. Skutki takiej właśnie kultury dziennikarskiej, obserwowane zwłaszcza w telewizji amerykańskiej, to dominacja *infotainment*, wiadomości skupionych na celebrytach, skandalach oraz pseudow wydarzeniach⁴⁹. Wywołuje to czasem sprzeciw samych dziennikarzy, jak wykreowany na antenie MSNBC głośny protest Miki Brzeziński przeciwko wypieraniu *hard news* przez *entertainment news*⁵⁰. Problemy nowej kultury dziennikarskiej zaczynają przenikać – jako główne wątki scenariusza – do sfery filmowej. O negatywnych dla demokracji konsekwencjach „kultury telewizyjnego newsa”, która trywializuje informacje, opowiada serial wyprodukowany przez HBO pt. *Newsroom*, którego bohaterowie, dziennikarze ogóln amerykańskiej stacji telewizyjnej, walczą o utrzymanie standardów swojego zawodu⁵¹.

Organizacje monitorujące zmiany zachodzące w kulturze dziennikarskiej nie rezygnują oczywiście z promowania pożądanego standardów profesjonalnych oraz zasad etycznych zawodu, które mogą być przyswojone przez szerokie gremia dziennikarskie. Takie tradycyjne dla amerykańskiego dziennikarstwa zasady, jak obiektywizm, niezależność i pozycja adwersarza wobec władzy⁵² znalazły się wśród dziewięciu zasad sformułowanych przez organizację Pew Center’s Project for Excellence in Journalism w 1997 r. w wyniku szerokiej debaty środowisk dziennikarskich oraz ponad 20 publicznych forów⁵³. Na czele

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ B. Kovach, T. Rosenstiel, *Warp Speed...*

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008, s. 313.

⁵⁰ Film dostępny na: www.youtube.com/watch?v=Ww2bFPiI8qg [dostęp: 4.09.2012].

⁵¹ Zob. *Telewizja jak Szekspir*, wywiad z R. Pleplerem, wiceprezesa HBO, „Gazeta Wyborcza”. „Magazyn Świąteczny” 25–26.08.2018, s. 28.

⁵² D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 230–231; B. Golka, *System medialny Stanów Zjednoczonych*, Warszawa 2004, s. 225.

⁵³ *Principles of Journalism*, PEJ [Project for Excellence in Journalism], www.journalism.org/resources/principles [dostęp: 3.09.2012].

tego swoistego kodeksu znalazła się prawda jako podstawowe kryterium misji dziennikarstwa oraz jako proces weryfikacji faktów, przefiltrowany przez profesjonalne podejście, dopełniana przez przejrzystość źródeł i metod, tak aby umożliwić odbiorcom ich własny osąd. Jeśli nawet otrzymają oni jeszcze więcej informacji na dany temat, to tym większa będzie potrzeba identyfikacji źródeł i weryfikacji faktów oraz osadzenia ich w kontekście. Drugim filarem jest lojalność wobec odbiorców oraz działanie dla dobra publicznego. Podczas gdy organizacje medialne odpowiadają przed swoimi udziałowcami oraz reklamodawcami, dziennikarze powinni odpowiadać na potrzeby obywateli oraz działać na rzecz publicznego interesu, bez faworyzowania kogokolwiek – czy to reklamodawców, czy przyjaciół. Koronną zasadą amerykańskiego dziennikarstwa pozostaje weryfikacja informacji jako podstawowego kryterium profesjonalnego działania. Kiedy kryterium obiektywizmu ewoluuje, kiedy już nie zakłada się, że dziennikarze są całkowicie wolni od subiektywnego „filtru”, ważne stają się metody weryfikacji, na tyle precyzyjne, aby móc uwolnić je od kulturowej czy osobistej stronniczości. To właśnie metody muszą być obiektywne, a nie dziennikarze⁵⁴. Podstawą działań dziennikarza jest natomiast autonomia i niezależność, która jest kamieniem węgielnym wiarygodności mediów (*reliability*). Amerykańscy komentatorzy i wydawcy nie są neutralni, lecz źródłem ich wiarygodności pozostaje rzeczowość, intelektualna uczciwość i zdolność do zachowania niezależności myślenia. Ze względu na swój specyficzny potencjał dziennikarstwo nadal pozostaje kontrolerem władzy (*watchdog*, czyli pies łańcuchowy). Niezależna prasa – jak wskazywali to już amerykańscy Ojcowie Założyciele – zawsze była

postrzegana jako remedium na ciągoty władzy do despotyzmu⁵⁵. Polegają na tym obywatele, sądy to akceptują⁵⁶. Media pozostają głównym forum publicznej debaty, służąc społeczeństwu przez informowanie, najlepiej o faktach, a nie o przypuszczeniach czy uprzedzeniach. Powinny udzielać głosu różnym stronom, grupom interesów i opinii, nie skupiać się jedynie na sporach i konfliktach, lecz ukazywać możliwości osiągnięcia kompromisu w spornych kwestiach społecznych. Dziennikarstwo to coś więcej niż zbieranie informacji i opowiadanie historii, a więc musi zachować równowagę między tym, co audytorium pragnęło otrzymywać, i tym, co powinny. Media muszą dążyć do prezentowania spraw i problemów ważnych dla społeczeństwa. Efekty pracy dziennikarza mierzy się także poziomem edukowania (oświecania) obywateli oraz ich angażowania. Dziennikarstwo stanowi rodzaj mapy kwestii ważnych dla społeczeństwa: sensacje, poniżanie innych, stereotypy, negatywizm – czynią tę mapę mniej rzetelną i przydatną. Mapa powinna być różnorodna, wyznaczać problemy istotne, a nie tylko atrakcyjne. Każdy dziennikarz powinien kierować się także osobistym poczuciem zawodowej etyki i odpowiedzialności, uczciwością i sumieniem. Pluralizm głosów i opinii wewnątrz redakcji wymusza dyskusje, które stymulują intelektualną różnorodność mediów oraz zrozumienie także dla istotnych podziałów w społeczeństwie.

Funkcje dziennikarstwa w epoce cyfrowej

Prawdziwym wyzwaniem dla roli dziennikarstwa w świecie kontrolowanym w coraz większym stopniu przez użytkowników mediów nowego typu jest i będzie współpraca między obywatelami – konsumentami informacji oraz

⁵⁴ D.C. Hallin, *Not the end of journalism history*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 333–334.

⁵⁵ B. Golka, *System medialny...*, s. 226–227.

⁵⁶ M. Matyasik, *Realizacja wolności...*, s. 11–19.

źródłami ich informacji⁵⁷. Obywatel „monitujący” rzeczywistość potrzebuje nie tyle wiadomości, bo tych ma pod dostatkiem, lecz dziennikarstwa działającego na zasadzie „alarmu przeciwwłamaniowego” (*Burglar Alarm News*), który dostarczy mu informacji o wydarzeniach i kwestiach wymagających natychmiastowej uwagi⁵⁸. Klasyczne, tradycyjnie przypisywane dziennikarstwu funkcje, w świecie zalewanym przez informacje, docierające do coraz bardziej sfragmentyzowanych i spolaryzowanych audytoriów, zostały podważone⁵⁹. Autor tej opinii, Tom Rosenstiel, szef ośrodka The Pew Center’s Project for Excellence in Journalism, uważa jednak, że media i dziennikarze w XXI w. nadal spełniają wiele istotnych funkcji, w tym kontrolera władzy, inteligentnego selektonera informacji, umiejącego weryfikować fakty oraz osadzać je w szerszym kontekście⁶⁰. Funkcje te są tym ważniejsze, że w XXI w. realnym źródłem dyskryminacji i podziału między odbiorcami nie będzie już deficyt informacji czy dostęp do internetu, lecz umiejętności w znajdowaniu i wyszukiwaniu informacji. Ci, którzy tego nie potrafią, będą uciekać do znanych i przyjaznych źródeł, oferujących im jednowymiarowe punkty widzenia, które podzielają i znają⁶¹.

Powyższe funkcje były wskazywane najczęściej także przez amerykańskich dziennikarzy jako „niezwykle ważne”⁶². Niezmiennie od lat 70. XX w. na szczycie znajduje się funkcja kontroli władzy, co niewątpliwie ma związek ze wzlotem dziennikarstwa śledczego

i okresem najwyższego prestiżu mediów w oczach opinii publicznej. Nieco mniejszą wagę przypisuje się funkcji szybkiego przekazywania informacji, unikania niezweryfikowanych informacji oraz dostarczania analiz i kontekstu dla faktów. Jeszcze niżej dziennikarze umieścili takie funkcje dziennikarstwa, jak pełnienie roli adwersarza i dyskusowanie polityki rządu, kreowanie agendy, motywowanie odbiorców do angażowania się czy znajdowania i wskazywania punktów wspólnych w sporach czy rozwiązań dla problemów społecznych⁶³.

Funkcja *gatekeepera*

Obfitość nowych mediów otwiera nowe terytoria dla dziennikarskiej praktyki, z „dziennikarstwem obywatelskim” (*citizen journalism*), blogosferą oraz innymi grupami twórców wiadomości. Często są to informacje tworzone przez przyjaciół oraz inne osoby, do których odbiorcy mają zaufanie. Współczesny Amerykanin może sobie samodzielnie komponować codzienną „dieta informacyjną”, jeśli zechce, bez zdawania się na jej wybór przez „siedmiu białych mężczyzn z »The New York Timesa«”⁶⁴. Nowa rzeczywistość medialna zamazuje granice między producentami informacji (*news producer*) oraz ich odbiorcami (*news audience*)⁶⁵. Sądzi się, że obecne bariery między dziennikarstwem profesjonalnym i amatorem, podobnie jak między dziennikarstwem informacyjnym i rozrywkowym, ulegną dalszej erozji⁶⁶.

⁵⁷ www.cjr.org/behind_the_news/qa_blur_author_tom_rosenstiel.php?page=all [dostęp: 4.09.2012].

⁵⁸ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia...*, s. 190.

⁵⁹ B. Kovach, T. Rosenstiel, *Warp Speed...*

⁶⁰ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 243.

⁶¹ Tamże.

⁶² *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*, auth. D.H. Weaver and oth., Mahwah, NJ 2007, s. 140.

⁶³ Tamże, s. 139–140.

⁶⁴ *As Media Lines ‘Blur,’ [!] We All Become Editors*, www.npr.org/2011/09/01/140118092/as-media-lines-blur-everyone-must-be-an-editor [dostęp: 4.09.2012].

⁶⁵ S.E. Bird, *The future of journalism in the digital environment*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 293.

⁶⁶ B. McNair, *Journalism in the 21st century – evolution, not extinction*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 349.

We współczesnych uwarunkowaniach obywatele nigdy nie byli bardziej związani z mediami, nie tylko poprzez ich odbiór czy użytkowanie, ale przez wielorakie możliwości wpływania i tworzenia ich zawartości. Mogą oni publikować swoje relacje, filmy, opinie, partycypując tym samym w publicznym dialogu, która to partycypacja do niedawna dostępna była nielicznym uprzywilejowanym grupom, dodajmy – także dziennikarzom. Blogger i wykładowca akademicki Jay Rosen ogłasza „zgon” audytorium mediów w tradycyjnym sensie, ponieważ obecny system medialny nie jest już jednokierunkowy jak niegdyś i opanowany przez niewielką liczbę potężnych firm konkurujących między sobą, podczas gdy „odbiorcy słuchają w milczeniu, odizolowani od innych”⁶⁷. W tej wizji każdy, kto ma coś do powiedzenia, może być dziennikarzem, a przepływ horyzontalny typu obywatel–obywatel jest tak samo realny, jak dawny wertykalny. Każdy obywatel może być reporterem, wydawcą i kolporterem w jednej osobie, po zaledwie kilku kliknięciach myszką. Może, jak brzmi motto YouTube – „nadać siebie” (*broadcast yourself*). Ludzie mogą personalizować przepływ informacji odpowiednio do swoich zainteresowań, produkując coś, co Nicholas Negroponte nazwał „The Daily Me”⁶⁸. Mogą wybierać informacje, które im odpowiadają, a tym samym przejmować kontrolę od *gatekeeperów* (odźwiernych czy też bramkarzy), czyli redaktorów decydujących o dopuszczeniu treści do publikacji. Media tradycyjne, gazety i stacje telewizyjne, same zachęcają do uczestniczącego dziennikarstwa, prosząc o przesyłanie tekstów czy filmów wideo⁶⁹. Włączanie się „zwykłych obywateli” w produkcję wiadomości przybiera różne formy: od publicznego dziennikarstwa do forma-

tów typu *reality* i radiostacji typu *talk*, których faktycznymi współtwórcami są słuchacze, moderowani przez dziennikarzy⁷⁰. Wielu spośród konkurentów profesjonalnych mediów ze środowiska cyfrowego nie ma nic wspólnego z profesjonalnym dziennikarstwem i wręcz się od niego odżegnuje. Co więcej, fakt ten jest wykorzystywany do demonstrowania niezależności oraz ścisłego powiązania ze społecznością lokalną jako forma swoistej legitymizacji oraz pełnienia służby społecznej, efektywniej niż media korporacyjne. Nikt nie wie, jak długo jeszcze potrzebna będzie tradycyjna redakcja, chociaż – jak zauważają Leonard Downie i Michael Schudson – społeczeństwu nie tylko potrzebny jest *news*, lecz także niezbędny jest *newsroom*⁷¹.

Jednym z negatywnych skutków rozszerzenia się dziennikarstwa obywatelskiego jest kurczenie się roli dziennikarstwa profesjonalnego. Podczas kiedy różne formy dziennikarstwa zanikają w mediach tradycyjnych, nowe dziennikarstwo i nowe media demonstrują dynamizm i wigor. *VoiceofSanDiego.org*, portal utworzony w 2005 r. jako przedsięwzięcie non-profit, finansowane przez fundacje i prywatnych darczyńców oraz niewielką liczbę reklamodawców, stanowi najlepszy przykład sukcesu nowego dziennikarstwa. „Kiedy amerykańskie gazety kurczą się, a stacje informacyjne toną w rankingach oglądalności, nowe formy sieciowych mediów informacyjnych powstają w wielu miastach, zmuszając gazety do podążania za historiami, które odkrywają. [...] Niektóre najmroczniejsze tajemnice miasta zostały wyciągnięte na światło dzienne nie przez gazety czy stacje telewizyjne, ale przez młodych dziennikarzy z portali non-profit, położonych z dala od redakcji ze szklanych wieżowców centrum” –

⁶⁷ S.E. Bird, *The future of journalism...*, s. 294.

⁶⁸ Zob. N. Negroponte, *Cyfrowe życie. Jak się odnaleźć w świecie komputerów*, Warszawa 1997.

⁶⁹ S.E. Bird, *The future of journalism...*, s. 294.

⁷⁰ G. Turner, *Millennial journalism*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 391.

⁷¹ L. Downie Jr., M. Schudson, *The Reconstruction...*

pisze szacowny dziennik „The New York Times” o mało znanym portalu, określając go jako „przyszłość dziennikarstwa”⁷².

Zdobywanie i selekcja informacji

Młoda generacja dziennikarzy, traktująca nowe technologie jak niezbędne narzędzia współpracy oraz interaktywności, jest przekonana, że nowe technologie oraz Facebook zbliżają ją do odbiorców oraz pomagają umacniać relacje z nimi⁷³. Młodzi dziennikarze w USA (do 30. roku życia), zwani *Millennial Generation*, wierzą zdecydowanej większości (87 proc.), że blogerzy są ważnymi, kształtującymi opinie uczestnikami sfery publicznej⁷⁴. Blogosfera i media tradycyjne – o czym była już mowa powyżej – zdają się przenikać, naśladując się wzajemnie, wykorzystując innowacyjny potencjał sieciowego dziennikarstwa oraz dzieląc między siebie audytoria⁷⁵. Siłę nowych mediów – poza łatwym dostępem – stanowi równie łatwe zdobywanie informacji, czasem incydentalne i bezwiedne „bycie świadkiem”. Czy jest to tsunami, czy konferencja prasowa znanej osoby, relację z wydarzenia może sporządzić i przesłać innym każdy, choćby tylko za pomocą coraz doskonalszych telefonów komórkowych. Ale z innych powodów takie „dziennikarstwo” stanowi krok wstecz. Wiele wydarzeń bez obecności dziennikarzy umyka oczom opinii publicznej. Władza różnego szczebla może choćby bez wiedzy obywateli podnosić wynagrodzenia urzędnikom i mnożyć ich przywileje, podejmować decyzje niekorzystne dla dobra ogółu. Obserwowanie i „bycie świadkiem” wydarzeń nigdy nie wystarczy, zwłaszcza wtedy, kiedy w grę wchodzi sprawa ukryte przed społeczeństwem.

Dziennikarstwo reporterskie, śledcze wymaga zauważania nie pojedynczych wydarzeń, lecz oznacza konieczność stałego, nieprzerwanego obserwowania drobnych faktów, aż układanka złoży się w całość lub dojdzie do sytuacji kryzysowej⁷⁶.

Internet oferuje niespotykaną dotychczas obfitość źródeł informacji – czyli wszystko, co pomaga odbiorcom dokonywać selekcji w celu odnalezienia jakościowej, istotnej dla odbiorcy informacji, jest niezwykle cenne. Paradoksalnie – im bardziej wzrasta liczba dostępnych informacji, tym bardziej maleje ich różnorodność – pisze Elisabeth Bird, profesor University of South Florida⁷⁷. Chociaż więc potencjał sieci jest bezdyskusyjny, ponieważ więcej obywateli może zabierać głos publicznie – co wydobyla jej walory demokratyczne – to ten zalew informacji na razie nie przekształca się w jakość. W sieci znajdują się głównie opinie komentujące newsy pochodzące od malejącej liczby profesjonalnych dziennikarzy, ewentualnie sensacyjne opowieści typu *human interest*, plotki dotyczące celebrytów czy informacje sportowe, a czasem komentarze do bieżących wydarzeń. W dodatku cyfryzacja powoduje, że manipulowanie informacją jest łatwiejsze, zarówno na etapie tworzenia, jak i rozpowszechniania, tak więc konieczna i pożądana staje się działalność agregatorów i selekcyjnerów informacji. Szybkie i sprawne wyszukiwanie oraz obróbka zawartości (*contentu*), w dodatku na wielu dostępnych platformach, stała się codziennością świata cyfrowych mediów. Zadanie to wykonują i spełniają obecnie: wydawcy, komputerowe wyszukiwarki, media społecznościowe czy też różne inne systemy (np. *crowdsourcing*). Słowem – w systemie medial-

⁷² S. Ettema, *New media and new mechanism of public accountability*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 320.

⁷³ G. Turner, *Millennial journalism*, s. 392.

⁷⁴ Starsi, po 50. roku życia – tylko w 60 proc., tamże.

⁷⁵ L. Downie Jr., M. Schudson, *The Reconstruction...*

⁷⁶ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 243.

⁷⁷ S.E. Bird, *The future of journalism...*, s. 294–295.

nym istnieje wiele miejsc i wariantów, w których odbywa się to, co można nazwać „inteligentną selekcją” czy też agregowaniem informacji. Organizacje medialne, nie tylko nowego typu jak „Huffington Post”⁷⁸, lecz także tradycyjne, angażują coraz częściej także swoje własne audytoria do zbierania i analizowania informacji. Na zasadzie współdziałania oparte jest dziennikarstwo wielu współczesnych amerykańskich mediów – od portalu ProPublica do Minnesota Public Radio produkującego programy ze słuchaczami z Public Insight Network⁷⁹. Coraz więcej istotnych publikacji znajduje się na stronach blogerów, *freelancerów* i portali społecznych. Niekomercyjne portale internetowe, jak *voiceofSanDiego.com*, *MinnPost*, *Crosscut.com*, zamieszczają coraz więcej wartościowych publikacji z obszaru dziennikarstwa śledczego, zwłaszcza reportaży lokalnych dotyczących korupcji, które często znajdują finał w sądzie⁸⁰.

Pomimo wielu już wartościowych inicjatyw dziennikarstwa obywatelskiego zwraca się uwagę, że nie są one w stanie zastąpić tradycyjnych dziennikarskich źródeł. Nie wszystkie informacje można zdobyć przez telefon czy e-mail lub znaleźć w internecie. Andrew Alexander, korespondent niedawno zamkniętego waszyngtońskiego biura Cox Newspaper, mówi: „Kiedy przemierzasz codziennie korytarze Kongresu [...] i rozwijasz swoje kontakty, po pewnym czasie ludzie mówią rzeczy, które publiczność chciałaby znać, a decydenci pragnęliby ukryć”⁸¹. A to stanowi przecież esencję reportażu śledczego, na którym oparta jest funkcja kontrolna mediów wobec struktur władzy oraz osób zajmujących urzędy publiczne.

Weryfikacja i objaśnianie faktów

Weryfikacja faktów uznawana jest za fundamentalną rolę i powinność dziennikarstwa⁸². Tymczasem dziennikarstwo w sieci stawia na szybkość i wyprzedzanie innych, mniej na dokładność informacji. Zwolennicy nowych mediów argumentują, że „tłum” jest zwykle efektywniejszy i bardziej autentyczny niż wydawca. W miejsce dwóch wykształconych reporterów przekopujących się przez dokumenty można mieć dziesięć tysięcy dziennikarzy obywatelskich. I jest prawdą, że jeśli na blogu ktoś umieści nieprawdziwą lub błędną informację, natychmiast wychwyca ją inni. Prawdą jest też, że system wyłapywania błędów przez zbiorowości sieciowe może być zadziwiająco skuteczny w korygowaniu różnych nieścisłości. Ale większość informacji jest konsumowana „tu i teraz”, a nie po spóźnionych często korektach czy sprostowaniach. Wielu odbiorców nie ma też ani czasu, ani chęci, ani zwyczaju wracać do tej samej informacji. W starym systemie odbiorcy zastępowani byli w tym przez ludzi, którzy robili to w ich imieniu – dziennikarzy i wydawców gazet, które czytali, podczas gdy teraz ten ciężar spoczywa na nich samych – uważają autorzy raportu FCC⁸³.

Podobnie jest z objaśnianiem faktów. Fakty ujawniane przez media nie zawsze objawiają od razu swoje prawdziwe znaczenie. Materiał prasowy, kiedy ujrzy światło dzienne, często dopiero ukazany w kontekście, z odpowiednim komentarzem, staje się zrozumiały dla odbiorcy, ukazując „drugie dno” lub eksponując to, co jest ważne. Dopiero opinia redakcji, publicysty lub komentatora nadaje znaczenie faktom i wydarzeniom. Nadawanie znaczenia faktom to funkcja

⁷⁸ Zob. R. Benson, *Huffington Post-AOL – korporacyjny potwór na lewicy*, „Le Monde diplomatique” 2011, nr 7, s. 40–41.

⁷⁹ L. Downie Jr., M. Schudson, *The Reconstruction...*

⁸⁰ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 302.

⁸¹ T. Price, P. Marshall, *Future of Journalism*, s. 4.

⁸² *The American Journalist...*, s. 139–140. Zob też: www.cjr.org/behind_the_news/qa_blur_author_tom_rosenstiel.php?page=all [dostęp: 4.09.2012].

⁸³ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 243.

dziennikarstwa, która pozwala odbiorcom odnaleźć informacje ważne oraz ułatwić ich zrozumienie. Oczywiście pod warunkiem, że odbiorca ma wybór i otrzymuje komentarze z różnych źródeł – zarówno dziennikarzy, jak i ekspertów.

Rolą dziennikarstwa nadal jest pomaganie obywatelom zrozumieć kluczowe problemy, kwestie społeczne, ekonomiczne czy kulturalne istotne dla ich społeczności oraz własnego życia. Ta funkcja nie zaniknie w epoce mediów sieciowych – twierdzą autorzy raportu FCC, ponieważ odbiorca nie jest w stanie sam dociec rzetelności i wiarygodności sieciowej zawartości, której poziom często bywa kontrowersyjny⁸⁴. Dziennikarstwo sieciowe także się wprawdzie profesjonalizuje, chociaż nadal to rytm przygotowania drukowanych dzienników i magazynów informacyjnych tworzy większą szansę na weryfikowanie informacji i ukazywanie ich w kontekście. Ten czas spędzony przez dziennikarzy na przedzieraniu się przez różne źródła i sprawdzaniu faktów to czas „podarowany” odbiorcy, który nie musi weryfikować faktów w relatywnie wiarygodnym świecie internetowych informacji o bardzo zróżnicowanej jakości.

Kontrola władzy i siła PR

Obawy o jakość dziennikarstwa w Stanach Zjednoczonych często koncentrują się na jego funkcji skutecznego informowania obywateli, lecz jako równie zagrożona postrzegana jest funkcja kontrolna wobec ludzi władzy oraz instytucji publicznych. Gotowość mediów do wymuszania ich odpowiedzialności wobec obywateli oraz reguł i idei służby publicznej staje się coraz trudniejsza wobec zaniku reportażu śledczego oraz zorientowanego na ważne

sprawy społeczne dziennikarstwa dokumentalnego w mediach elektronicznych⁸⁵. Funkcja *watchdog* wobec rządzących zawsze należała do najbardziej eksponowanych funkcji mediów jako czwartej władzy⁸⁶. Jej egzemplifikacją i wielkim triumfem amerykańskiej prasy była rola dziennikarzy „The Washington Post” w ujawnieniu afery Watergate⁸⁷. W obecnym systemie medialnym w Stanach Zjednoczonych wydaje się ona być w gorszym stanie niż niegdyś – twierdzą autorzy raportu FCC – przynajmniej na szczeblu lokalnym⁸⁸. Chociaż wiele informacji o działaniach władz udostępnianych jest w internecie, to kluczowe dla prawidłowego funkcjonowania demokracji jest nie to, co władza komunikuje o sobie, lecz to, co niejednokrotnie pragnie ukryć przed opinią publiczną.

Oczywiście, większa przejrzystość władzy i większa liczba dokumentów w sieci pomaga zarówno mediom, jak i obywatelom kontrolować poczynania władz, w dodatku taniej i efektywniej. Ale przejrzystość bez krytycznego spojrzenia doświadczonego dziennikarza jeszcze nie stanowi panaceum na odpowiedzialność władz i funkcjonariuszy publicznych. Różne „brudne sekrety” muszą zostać odkryte, często dużym wysiłkiem, na który zwykłemu obywatelowi po prostu brakuje czasu i doświadczenia, które mają profesjonalni dziennikarze-reporterzy. Tymczasem media dysponują zmniejszającą się liczbą reporterów, którzy mniej czasu przeznaczają na śledzenie władzy czy presję na wydobywanie informacji. Richard Kipling z California Center for Health Reporting twierdzi, że wiele amerykańskich redakcji gazet zostało ogołoconych z reporterów, a połowa biur w *newsroomach* stoi pusta⁸⁹.

⁸⁴ Tamże, s. 244.

⁸⁵ S. Ettema, *New media...*, s. 320.

⁸⁶ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 160–161.

⁸⁷ B. Golka, *System medialny...*, s. 158–159.

⁸⁸ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 242.

⁸⁹ T. Price, P. Marshall, *Future of Journalism*, s. 22.

W rezultacie następuje osłabienie funkcji kontrolnej mediów i przesunięcie władzy od obywatela w kierunku potężnych instytucji, co grozi zakłóceniem równowagi między interesem władzy i dobrem publicznym. Próbuje tę funkcję przejmować dziennikarze obywatelscy, jak ci ze wspomnianego portalu VoiceofSanDiego.org, którzy nie tylko narzucają lokalną agendę medialną, ale sprawiają, że lokalnym władzom ktoś nieustannie patrzy na ręce⁹⁰.

Raport FCC odnotowuje niebezpieczny wzrost liczby materiałów public relations w mediach oraz wykorzystywanie internetu przez profesjonalne służby PR, które kierują swoje przekazy bezpośrednio do adresatów, omijając „filtr”, jakim byli dotychczas dziennikarze. Rośnie też obawa o narzucanie mediom agendy przez profesjonalistów public relations, zarówno polityki, jak i gospodarki. Zmniejszająca się liczba dziennikarzy oznacza mniej materiałów dziennikarskich w mediach, a więcej bazujących na materiałach dostarczanych przez instytucje (*press release, official statement*). Dziennikarstwo takie oznacza więc dostarczenie odbiorcom informacji wygodnych dla władzy czy korporacji i przez nie wybranych. Powoduje to zakłócenie równowagi i przesunięcie punktu ciężkości w kontroli nad informacją – od obywateli i mediów w kierunku potężnych instytucji⁹¹. Reporter śledczy gardzi wprawdzie materiałami dostarczonymi przez instytucje, ale zajęty dziennikarz często jest na nie zdany. Czy to ma jakieś konkretne znaczenie dla dziennikarstwa? – stawiają pytanie autorzy raportu FCC. Ich odpowiedź brzmi – ma znaczenie negatywne⁹². W konsekwencji takich praktyk wielu reporterów zmienia swój warsztat profesjonalny na gorsze, polegając na informa-

cjach pozyskiwanych zbyt łatwo od dobrze wykształconych *spin doktorów*, odwracając się od klasycznych, bezpośrednich metod pozyskiwania informacji, w tym wywiadów. Raport renomowanego ośrodka badawczego Pew Research Center przeprowadzony w mediach miasta Baltimore wykazał, że relacji opartych na oficjalnych dokumentach oraz inicjowanych przez władze stanowe i przez policję było więcej niż redakcyjnych, bo aż 63 proc., a wiele dostarczonych zostało przez różne grupy interesu⁹³. Bill Girdner z Courthouse News Service przestrzega w związku z tym, że kiedy z „publicznej areny znikają dziennikarze, ktoś inny przejmuje kontrolę nad informacją”, a „biurokracja staje się coraz silniejsza”⁹⁴.

Media oczywiście nadal stanowią przeważający kanał informacji politycznej, ale już dziennikarze nie są jedynymi obserwatorami i komentatorami analizującymi i komentującymi świat polityki i władzy⁹⁵. Zwłaszcza w sytuacji, w której internet stworzył nowe kanały komunikowania się polityków z obywatelami ponad głowami dziennikarzy. Obywatele sami mogą stać się „psami łańcuchowymi” władzy. W Stanach Zjednoczonych powołano wiele agend rządowych, które wręcz ułatwiają monitorowanie i krytykę organizacji publicznych oraz prywatnych korporacji. Na mocy Inspectors General Act z 1978 r., jeśli ktoś zechce zadać sobie trud, może przeglądać w sieci raporty z kontroli wielu organizacji federalnych – od CPB (Corporation for Public Broadcasting, czyli Korporacja Mediów Publicznych) po FBI⁹⁶.

Wnioski

Wiele funkcji profesjonalnego dziennikarstwa – od zdobywania informacji, dzielenia się nimi

⁹⁰ S. Ettema, *New media...*, s. 320.

⁹¹ V. Mosco, *The future...*, s. 350.

⁹² S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 244.

⁹³ Tamże.

⁹⁴ Tamże, s. 245.

⁹⁵ M. Schudson, *Ten years backwards and forwards*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 369.

⁹⁶ Tamże.

oraz nadawania im znaczenia (Facebook!) – zostało w Stanach Zjednoczonych poszerzonych przez możliwości mediów sieciowych oraz inwencję tysięcy internautów⁹⁷. Tak jak niegdyś, w latach 60. i 70. ubiegłego wieku, w USA prasa alternatywna (tzw. *underground press*) odkryła tematy pomijane przez media *mainstreamowe*, od subkultur młodzieżowych, po prawa obywatelskie, zmuszając wielkie media do ich podjęcia, tak obecnie wpływ sieci i nowego dziennikarstwa powoduje ich kooptację przez tradycyjne media⁹⁸. Obywatele mogą kreować i dzielić się treściami jak chcą, lecz dziennikarstwo powinno oferować swoją „wartość dodaną” poprzez publikacje z kontekstem i szerokim tłem. Media powinny nadal „tłumaczyć, kim jesteśmy, skąd przyszliśmy i dokąd zmierzamy, jakie problemy przed nami, skąd się wzięły i jak je rozwiązać”⁹⁹. Autorzy Raportu FCC wierzą na przykład, że rozwój lokalnego dziennikarstwa i współpraca różnych lokalnych mediów opłaci się wielokrotnie w postaci pożądanego efektów społecznych – zmniejszenia korupcji, niekontrolowanych decyzji władz, zwiększenia ilości użytecznych informacji dla obywateli, bezpieczniejszych ulic, w rezultacie zdrowszej demokracji¹⁰⁰. Funkcja kontrolna dziennikarstwa zostanie wzbogacona przez aktywność samych obywateli. Jest to nie do przecenienia w sytuacji, w której Amerykanie mniej ufają dziennikarzom, często utożsamiając ich z potężnymi i bogatymi postaciami znanymi z telewizji¹⁰¹. Wielu sądzi, że zagrożenie dla jakości dziennikarstwa i jego zdolności do wypełniania wielu ważnych funkcji ana-

litycznych i kontrolnych szybko nie zniknie, nikt też nie wie, czy będzie w stanie podoląć temu dziennikarstwo w organizacjach medialnych nowego typu¹⁰². Dziennikarze profesjonalni muszą w tej sytuacji udowodnić, że znają się na tym lepiej niż ludzie z innymi zawodami i zajęciami¹⁰³. Bernard Poulet twierdzi, że wraz z kryzysem prasy drukowanej dziennikarze profesjonalni wkrótce utracą swój nadwątlony monopol na rzecz milionów „ogarniętych pasją blogerów [...], którzy przyglądają się, analizują i wymieniają informacjami w czasie rzeczywistym, nieskrępowani jakkolwiek zorganizowaną kontrolą”¹⁰⁴.

Widoczne już wyraźne skutki internetu dla tradycyjnego dziennikarstwa w Stanach Zjednoczonych postrzegane są zarówno w kontekście negatywnym (jakość), jak i pozytywnym (więcej dostępu i demokracji). Wiara – często ślepa – w skuteczność internetu i możliwości zastąpienia profesjonalnego dziennikarstwa przez dziennikarstwo tzw. obywatelskie, nie zapewni, że będzie ono efektywnym narzędziem demokracji¹⁰⁵. Zaczyna się także powrót do traktowania mediów i dziennikarstwa w kategoriach niekomercyjnych oraz akceptacja dla nowej rzeczywistości, w której funkcje dziennikarstwa są definiowane zarówno przez samych dziennikarzy, jak i przez audytoria odbiorców¹⁰⁶. Dewizą fundatorów portalu VoiceofSanDiego.org jest traktowanie informowania jako „służby publicznej”, która „tak samo jak jest towarem”, tak jednocześnie „powinna być postrzegana w takich samych kategoriach, jak edukacja i opieka zdrowotna. To

⁹⁷ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 18–19.

⁹⁸ Tamże, s. 18–19; B. Brennen, *The future of journalism*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 302.

⁹⁹ L. Steiner, *Disambiguating the „media” and the „media plot”*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 381.

¹⁰⁰ S. Waldman, *The Information Needs...*, s. 245.

¹⁰¹ B. Golka, *System medialny...*, s. 275–276.

¹⁰² D.H. Weaver, *US journalism...*, s. 390.

¹⁰³ L. Steiner, *Disambiguating the „media”...*, s. 381.

¹⁰⁴ B. Poulet, *Śmierć gazet...*, s. 185.

¹⁰⁵ J. Curran, *Prophecy and journalism studies*, „Journalism” Vol. 10 (2009), nr 3, s. 312–313.

¹⁰⁶ D. Berkowitz, *Journalism in the broader...*, s. 292.

jedna z tych rzeczy, które są niezbędne w społeczeństwie obywatelskim, sam rynek nie wystarczy¹⁰⁷. To duży zwrot w dotychczasowym postrzeganiu systemu medialnego jako biznesu, funkcjonującym wedle logiki rynkowej. Uruchomione zostały idee i pomysły odchodzące od filozofii traktowania mediów głównie w kategoriach zysku, wzywające do

ratowania dziennikarstwa poprzez zaangażowanie się rządu, środowisk filantropijnych i akademickich. Od tego będzie zależało także – jak sądzą wspomniani na początku Leonard Downie Jr. i Michael Schudson – jakich funkcji, spełnianych w publicznym interesie, będzie oczekiwało społeczeństwo od dziennikarstwa¹⁰⁸.

¹⁰⁷ S. Ettema, *New media...*, s. 320.

¹⁰⁸ L. Downie Jr., M. Schudson, *The Reconstruction...*