

Wojciech Furman

"Wozu noch Journalismus? Wie das Internet einen Beruf verändert",
Stephan Weichert, Leif Kramp,
Hans-Jürgen Jakobs (red.), Göttingen
2010 : [recenzja]

Polityka i Społeczeństwo nr 9, 354-356

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wojciech Furman

**STEPHAN WEICHERT, LEIF KRAMP,
HANS-JÜRGEN JAKOBS (RED.):
WOZU NOCH JOURNALISMUS? WIE DAS INTERNET
EINEN BERUF VERÄNDERT
VANDENHOECK & RUPRECHT, GÖTTINGEN 2010, 200 SS.**

Tę książkę potrójnie zawdzięczamy internetowi: po pierwsze, dotyczy wpływu internetu na dziennikarstwo, po drugie, polski czytelnik mógł się o niej dowiedzieć z internetowej witryny niemieckiej gazety „Süddeutsche Zeitung”, po trzecie, mógł ją zamówić w internetowej księgarni, zanim jeszcze ukazała się na rynku.

Książka stanowi wybór z cyklu publikacji, jakie od lutego do sierpnia 2010 r. ukazywały się w „Süddeutsche Zeitung” pod wspólnym tytułem *Po co jeszcze dziennikarstwo?* Oprócz wstępu i wprowadzenia znalazły się w niej kilkustronicowe teksty 28 autorów, zarówno doświadczonych praktyków dziennikarstwa, jak i badaczy mediów z niemieckiego obszaru językowego. Tylko jeden tekst pochodzi od korespondenta prasy brytyjskiej w Niemczech.

Bywa, że oszałamiający rozwój mediów elektronicznych skłania do wieszczenia schyłku dziennikarstwa w postaci, jaką znamy. Ta książka wskazuje na kierunki ewolucji, lecz mocno podkreśla, że zmieniają się okoliczności i metody pracy dziennikarzy, a nie istota dziennikarstwa.

To, co pozostaje w dziennikarstwie niezmiennie, daje się uporządkować w kilku punktach. Po pierwsze, będzie to solidne zbieranie materiału, dokumentowanie danych, sprawdzanie uzyskanych materiałów w kilku wiarygodnych źródłach, a przy tym zachowywanie dystansu, lub wręcz nieufności wobec każdej władzy. Takie dziennikarstwo daje się określić jako „najbardziej cywilizowana forma oporu” – to cytat z jednej z wypowiedzi. Jest to szczególnie widoczne w sytuacjach konfliktów zbrojnych, klęsk żywiołowych oraz w dyktatorsko rządzonych

państwach, gdzie nikt nie zastąpi dociekliwego reportera, który ku zaskoczeniu władzy znalazł się na miejscu i zadaje niewygodne pytania.

Po drugie, chodzi o umiejętność selekcjonowania i interpretowania uzyskanych wiadomości oraz o oddzielanie tego, co ważne, od tego, co mniej istotne. To, co rzeczywiście istotne, dziennikarz powinien umieć wyrazić, nadać nazwę, wskazać na związki i zależności.

Punkt trzeci dotyczy sprawnego władania językiem. Czytelnik powinien odczuwać przyjemność podczas lektury. Wymagany jest zatem dobry styl, cięty język, ostra krytyka, inteligentna ironia.

Czwarty punkt stanowi konkluzję trzech poprzednich. Dobre dziennikarstwo wcale nie wymaga tylko papierowej gazety ani się do niej nie ogranicza. W każdym profesjonalnym dziennikarzu tkwi blogger, a blogi zawodowych dziennikarzy noszą tytuły „The New York Times”, „Der Spiegel” czy bliższa nam „Polityka”. Blogi pisane przez amatorów stanowią uzupełnienie, lecz nie zastępują materiałów dziennikarskich. Podobnie jak każdy z nas zna domowe sposoby leczenia przeziębienia, lecz mimo to nie jest w stanie zastąpić lekarza specjalisty.

Natomiast to, co w dziennikarstwie internetowym jest nowe, widać na pierwszy rzut oka. Chodzi o multimedialność, czyli wspólny cyfrowy mianownik pozwalający na połączenie w tej samej witrynie słowa, dźwięku i obrazu. Równie nowe, choć nieco mniej widoczne jest stałe kontynuowanie każdej publikacji. Żaden artykuł nie jest już kompletną, zakończoną całością, a tylko stanem przejściowym. Jest na bieżąco komentowany, uzupełniany i rozwijany przez użytkowników.

Łatwy kontakt użytkowników z autorem ułatwia zbieranie materiałów i wyszukiwanie tematów, przyczynia się też do zwiększenia przejrzystości pracy dziennikarzy. Wszelkie błędy są szybko i bezceremonialnie korygowane. Możliwy staje się *Prepaid Content* – dziennikarze szkicują projekty tekstów, a użytkownicy mogą jednym kliknięciem wpłacić niewielką kwotę (w USA do 20 dolarów), żeby wesprzeć powstanie tekstu. Tak działa na przykład amerykański portal Spot.Us.

Trudniejsze staje się też ukrywanie niewygodnych informacji. Przypisywana Lincolnowi myśl, że nie da się długo oszukiwać wszystkich ludzi, zyskuje nieoczekiwane potwierdzenie, w tym w postaci rewelacji WikiLeaks. Należy przy tym zwrócić uwagę, że materiały WikiLeaks (opublikowane jako *War Logs* i *Embassy Cables*) zyskały znaczenie dopiero wtedy, gdy ukazały się we współpracy z pięcioma wielkimi redakcjami prasowymi z pięciu różnych krajów i gdy przeszły dziennikarską weryfikację.

Użytkownicy internetu to współcześni nomadzi medialni – to kolejny cytat z omawianego zbioru. Internauci wędrują po sieci i czytają tylko to, co ich interesuje. Wyszukują i próbują wszystkiego, lecz zatrzymują się tylko na wybranych pozycjach. Żeby utrzymać ich uwagę, publikacja musi mieć wszystkie wyliczone cechy dobrego dziennikarstwa, a w dodatku powinna być multimedialna i zaopatrzona w linki do stron dopowiadających opowiedzianą historię.

Wracamy w ten sposób do starego dobrego dziennikarstwa. Wiadomości z mediów społecznych – w tym zwłaszcza Facebook, Twitter i YouTube – płyną za darmo jak woda z publicznej studni, przy której kiedyś spotykała się cała wieś, żeby posłuchać nowości i plotek. Potrzebny jest jednak niezależny fachowiec, sprawnie władający językiem i potrafiący oddzielić to, co istotne, od tego, co mniej ważne, i to, co sprawdzone, od tego, co zostało zmyślane.