Natalia Iwaszko

Nowe media i współczesne dziennikarstwo

Zeszyty Gdyńskie nr 5, 151-163

2010

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.

MUZEUM HISTORII POLSKI

„Zeszyty Gdyńskie"
nr 5, 2010

Natalia Iwaszko

Nowe media i współczesne dziennikarstwo

Nowe media to pojęcie nowe i niezwykle pojemne, ale też zmieniające się wraz z postępem technologicznym. Po rozkwicie, w latach 70., tradycyjnych mediów - prasy, radia i telewizji - nastał czas na swoistą rewolucję w świecie medialnym, co niewątpliwie przyczynia się do istotnych zmian w świadomości społecznej. Dzisiaj proces tworzenia i rozpowszechniania treści znacząco odbiega od tego, który wykształciły tradycyjne media i narzuciły hegemoniczne koncerny prasowe czy radiowe. Obecnie swoistą władzę nad informacją powoli przejmują społeczeństwa i poszczególne jednostki, tym samym rezygnując z pośrednictwa dawnych monopolistów. Cała ta niezaprzeczalna rewolucja, dziejąca się na naszych oczach, jest wynikiem rozwoju różnych narzędzi telekomunikacyjnych, które otworzyły drogę działania każdemu, kto ma coś do przekazania.

Za pośrednictwem tych narzędzi miliony niezależnych od siebie ludzi, pochodzących z różnych kultur i prezentujących odmienne dążenia, są w stanie tworzyć nową rzeczywistość i dokonywać rewolucji w myśleniu - bez konieczności udziału wielkich kapitałów, koncernów i rządów. Nie ulega więc wątpliwości, że nowe media tworzą nowe dziennikarstwo i oddają władzę ludziom. Każdy bowiem, kto ma dostęp do komputera podłączonego do Internetu jest w stanie przekazywać jakieś treści. Każdy posiadający telefon komórkowy może uwiecznić zdarzenia dziejące się na jego oczach. Jakość takich informacji jest różna, często subiektywna, nierzadko znikoma. Fenomen tego zjawiska polega jednak na wyborze - odbiorca może porównać wiele źródeł, wyciągnąć wnioski i stworzyć kolejną ideę. Omijając redakcje i nadzorców możemy zostać dziennikarzami, wydawcami i odbiorcami jednocześnie.

Dzięki rozwojowi Internetu nie ma już tematów tabu, nie ma tematów nieważnych i jednostronnych opinii pozostawionych bez odpowiedzi. Dyskusja wielokrotnie staje się niezwykle zaciekła, często niepoprawna politycznie, czasami nawet urągająca zasadom etycznym. To jednak nie zmienia faktu, że wirtualna wymiana poglądów daje prawo do wypowiedzi każdemu - bez względu na to, czy ma coś ciekawego do powiedzenia.

Rewolucja już się rozpoczęła. Demokracja w rozumieniu równości stanowisk i idei staje się faktem dokonanym. Poszczególne przedsięwzięcia, przybierające

formę zorganizowanych portali internetowych, pozwalają na wolne przedstawianie poglądów, na przekazywanie treści niepopularnych, na szerzenie demokracji i wartości takich jak np. wolność wypowiedzi oraz poszanowanie praw człowieka i obywatela.

Nic wiec dziwnego, że magazyn TIME, w plebiscycie Time's Person of the Year[1] na człowieka roku 2006 wybrał dzieci nowych mediów - blogerów, jako tych, którzy mają największy wpływ na kondycję świata i własne otoczenie.

Teoria nowych mediów

W latach 60. poprzedniego stulecia, kanadyjski naukowiec oznajmił początek wieku informacji, a cały świat zawiązał globalną wioską[2]. Ów naukowiec przewidział rozwój radia, telewizji i, zdawać by się mogło, sięgnął wyobraźnią do czasów, w których każdy z nas może zostać nadawcą i odbiorcą treści jednocześnie. Herbert Marshall McLuhan w „Zrozumieć media" pisał: […] nasz świat w dramatycznym zwrocie zaczyna się kurczyć. Ścieśniony przez elektryczność, staje się wioską"[3]. Dzisiaj, dzięki technice, której nadajemy nowy sens i niezmierzone możliwości, żyjemy dramatycznie blisko siebie, bez względu na ilość realnie dzielących nas kilometrów. Informacja stała się nie tylko przywilejem, zarezerwowanym dla oligarchów, ale naszą codziennością bez względu na szerokość geograficzną, w której się znajdujemy. Szybko przekazywana, obiektywna treść ujmująca argumenty wielu stron zaistniałej stacji, przyczynia się każdego dnia w sposób bezpośredni do szerzenia demokracji. Całe to dobrodziejstwo jest możliwe właśnie za sprawą nowych mediów.

Lev Manowich, profesor Uniwersytetu w Kalifornii, uważa, że nowe media to nic więcej jak nowe podejście do zastanej rzeczywistości. Każde medium było nowe na etapie jego wczesnego rozwoju[4]. Idąc dalej tym tropem można wysunąć tezę, że nadanie nowego znaczenia i wszelkich implikacji z tym się wiążących zastanemu medium, jest jednoznaczne z nadaniem mu statusu nowych mediów. Lev Manovich w swojej pracy wyszczególnia fundamentalne założenia nowych mediów. Autor podkreśla, że cały ruch oparty na wykorzystaniu nowoczesnych technologii, przeciwstawia się zastałym konwencjom i dąży do uzyskania bliskiego rzeczywistości realizmu. Ta cecha pozwala na zrozumienie przekazywanych treści w formie, w jakiej dane zdarzenie czy dzieło zaistniało. Nowe media cechuje również bezpośredniość, rozumiana jako skrócenie drogi pomiędzy nadawcą a odbiorcą, jak i brak cenzury, łagodzącej lub wygładzającej treści uważane za politycznie niepoprawne. Najważniejszą cechą, umożliwiającą rozwój nowym mediom i ich wpływ na demokrację, jest odejście od oligarchicznego modelu linearnych mediów masowych. Nowe technologie pozwalają na ominięcie koncernów czy wydawców i przekazywanie treści bezpośrednim

[1] L. Grossman, Time's Person of the Year- You, TIME, 13.12.2006 HTTP://WWWTIME.COM/TIME/MAGAZINE/ARTICLE/0,9171,1569514,00.HTML

[2] H.M. McLuhan, Galaktyka Gutenberga, Warszawa 1975.

[3] H.M. McLuhan, Understanding Media 1964.

[4] L. Manovich,New Media from Borges to HTML, The MIT Press, Montfort 2003, s. 5-15.

odbiorcom. Ta cecha ukształtowała nie tylko dziennikarstwo obywatelskie, ale zmieniła obraz współczesnego życia polityczno-kulturowego. Koniec oligarchiczności zapoczątkował erę, w której to nie koncerny medialne decydują co widz zobaczy, ale sam odbiorca ma narzędzia pozwalające na wybór interesujących go treści. Lev Manovich podkreśla, że nowych mediów nie należy ograniczać jedynie do rozwijających się technologii. Opisywane zjawisko to nic innego jak stare narzędzia z nowym, poszerzonym zastosowaniem. Jako przykład podaje programQuickTime[5], umożliwiający odtwarzanie plików w różnych formatach, tekstów, animacji, muzyki. Ta technologia zapoczątkowała erę cyfrowych multimediów. Trzeba przy tym dodać, że sto lat wcześniej wynalazek Edisona, kinetoskop, posłużył do zbudowania przez Braci Lumiere kinematografu, który miał podobne zadanie- wyświetlać sekwencje obrazów do złudzenia imitujących ruch.

Traktując nowe media w sposób technologiczny, należy przytoczyć także teorię Agnieszki Ostrowskiej[6], która wyszczególnia najbardziej znaczące ich cechy. Autorka zauważa, że zapis w postaci cyfrowej umożliwia nieskończoną liczbę modyfikacji utworu przez każdego użytkownika danego medium. Jako przykład podaje Wikipedię, czyli istniejącą w sieci internetową encyklopedię, której redaktorami są sami użytkownicy. Inną cechą nowych mediów jest ich modularność, polegająca na możliwości tworzenia odrębnej całości z elementów zastanego dzieła. Innymi słowy, dany utwór można pociąć i używać jego części składowych oddzielnie, lub utworzyć odrębną całość o odmiennym znaczeniu.

Nowe media wyróżnia też automatyzacja wszelkich czynności związanych z tworzeniem treści. Oznacza to, że urządzenia elektroniczne wykonują za użytkowników wszelkie czynności, związane z tworzeniem utworów - edytor sprawdza błędy ortograficzne, translatory tłumaczą całe fragmenty tekstów, wyszukiwarki znajdują żądane informacje, obrazy i treści. Ostatnią cechą przytaczaną przez A. Ostrowską jest wariacyjność Nowych Mediów. Ta właściwość pozwala na przekształcanie i personalizację utworów, dostosowywanie ich do potrzeb twórców jak i odbiorców. Autorka zwraca uwagę na tworzenie nowej jakości w obrębie kultury przez cechy charakterystyczne nowych mediów. Podkreśla ich znaczenie, które „(…) przewraca do góry nogami dotychczasowe stosunki ekonomiczne i społeczne”[7]. Michał Gajlewicz zwraca uwagę, że trudno jest precyzyjnie zdefiniować opisywany problem, ponieważ słowo „nowe” szybko traci aktualność. W latach 80. magnetowidy, telewizja satelitarna i kablowa również uchodziły za nowe technologie komunikacji[8]. Dzisiaj warunkiem, który dopuszcza nazwanie zjawiska nowym medium jest jego interaktywność. Natomiast Piotr Drzewiecki do tej grupy zalicza Internet, technologie mobilne, telewizję cyfrową i VoD[9][10]. Jako atrybuty nowych technologii określa ich

[5] L. Manovich, New Media from Borges to HTML, The MIT Press, Montfort 2003, s. 8-18.

[6] A. Ostrowska, pod red. M. Bonikowskiej, Media a wyzwania XXI wieku, Warszawa 2009, s. 119.

[7] Tamże.

[8] M. Gajlewicz, Chances and Threats of Using New Communication Technologies, Warszawa.

[9] VoD- Video On Demand , czyli telewizja na życzenie, gdzie widz decyduje o oglądanych treściach.

[10] P. Drzewiecki, Prezentacja multimedialna dla Instytutu Edukacji Medialnej, UKSW, Warszawa 2010.

dostępność, cyfryzację przekazów, konwergencję mediów i decentralizację mediów masowych[11].

Internet-podstawowe narzędzie nowych mediów

„Nazwa Internet (…) oznacza sieć sieci, czyli globalną strukturę sieci komputerowych o ogólnoświatowym charakterze. (…) Jest to główne medium pozwalające na urzeczywistnianie zasad społeczeństwa informacyjnego"[12]. Natomiast społeczeństwo, według tych samych autorów jest „nową formacją społeczno-gospodarczą". Dalsza definicja tego zagadnienia jest zależna od autorów, którzy ją tworzą. Jeżeli zadania podejmuje się ekonomista, to bierze pod uwagę szeroko rozumiane względy finansowe, jeżeli zaś psycholog, to najczęściej opisuje stosunki międzyludzkie i wpływ informacji na rozwój jednostki.

Herbert Kubicek[13], profesor informatyki stosowanej napisał, że społeczeństwo informacyjne to takie, w którym obywatele- zarówno pracownicy, jak i konsumenci, wykorzystują informacje w większości dziedzin swojego życia. Wracając zaś do Internetu, jako narzędzia budującego społeczeństwo informacyjne i wchodzącego w skład nowych mediów, należy nakreślić jego historię i pierwotne zastosowanie. Internet to nazwa własna globalnej sieci komputerowej, połączonej ze sobą za pomocą usług telekomunikacyjnych i opierającą swoje działanie na związanej z nią infrastrukturze.

Już w 1962 roku Paul Baran, z korporacji RAND, został poproszony przez amerykańskie siły powietrzne o zaprojektowanie systemu komputerowego, który umożliwi kontakt armii w wypadku ataku nuklearnego. Naukowiec zaproponował rozwiązanie, w którym nie będzie jednego, centralnego komputera. W zamian zaoferował zbudowanie sieci połączeń rozproszonych, bez punktu dowodzenia, w którym maszyny zostałby zjednoczone na zasadzie dowolności konfiguracji. Takie rozwiązanie zapewniało przekazywanie danych nawet w przypadku odłączenia poszczególnych elementów. Ponadto, sieć mogłaby rosnąć bez centralnego planowania lub odgórnych modyfikacji[14]. Pomysł został jednak odrzucony jako zbyt drogi i zagrażający monopolowi największych ówczesnych dostawców połączeń telefonicznych.

Kilka lat później inna agenda pracująca dla armii amerykańskiej powróciła do tego pomysłu i zbudowała sieć ARPANET - prekursora dzisiejszego Internetu. Wynalazek łączył wojskowe komputery. W 1973 roku, zaledwie 3 lata po powstaniu ARPNETu, jedna z nowości wprowadzonych przez firmę zdobyła 75% całego ruchu w sieci[15]. Tą nowością był e-mail, czyli poczta elektroniczna. Właśnie tę nowoczesną

[11] Tamże.

[12] Praca zbiorowa pod red. J. Papińskiej-Kacperek, w: Społeczeństwo Informacyjne, Warszawa 2008, ss. 136 - 152.

[13] H. Kubicek 1999.

[14] A. L. Barabasi, Linked: The New Science of the Networks, Perseus Publishing 2002.

[15] A. Odlyzko, „Content Is not King" First Monday 2002.

pocztę badacze tematu uważają za jeden z najbardziej znaczących wynalazków w rozwoju nowych mediów.

W latach 80. Internet rozwijał się technologicznie, pozostając jednak w zasięgu zainteresowania wyżej opisanych wojsk i środowiska naukowo-akademickiego. Wczesne lata 90. przyniosły jednak historyczne odkrycia, które wprowadziły cyberprzestrzeń do domów zwykłych ludzi.

Tim Berners-Lee, wykreował niemożliwy do zapamiętania system adresów numerycznych- URL (uniform resorce locator). Wkrótce po tym studenci Uniwersytetu Illinois stworzyli Mosaic, pierwszą przeglądarkę internetową, umożliwiającą umieszczanie treści na stronach Web. WWW czyli Word Wide Web czyli system dedykowany do publikowania informacji. WWW było wynalazkiem tego samego naukowca, który przedstawił światu URL. Jego struktura jest oparta na publicznych, otwartych standardach. Ta „światowa pajęczyna" jest jedną z najbardziej popularnych usług internetowych[16].

Badacze tematu nowych mediów na tym zagadnieniu kończą techniczne opisywanie Internetu. Jednak niewątpliwie ważnym etapem dla rozwoju dzisiejszej cyberprzestrzeni było wynalezienie hipertekstu - czyli HTML (HyperText Markup Language). Ta technologia języka umożliwiającego tworzenie stron internetowych, oddała całkowitą władzę nad siecią. Dzięki hipertekstowi każdy, bez ograniczeń, mógł stać się nie tylko odbiorcą, ale i nadawcą treści. Do innych narzędzi Internetu, które umożliwiają komunikację, należą również blogi - czyli pewnego rodzaju dzienniki w cyberprzestrzeni. Jay Rosen z New York University nazywa je ekstremalnie demokratyczną formą dziennikarstwa[17].

Oszacowano, że w 2003 roku w sieci istniało co najmniej 40,5 milionów stron internetowych[18]. To fenomenalne osiągnięcie zostało dokonane bez centralnego planowania i odgórnych regulacji państwowych.

You Tube – wyemituj siebie

Jak wyżej wspomniano, nowe media to zbiorowa nazwa narzędzi, umożliwiających użytkownikom dzielenie się treściami z innymi uczestnikami procesu komunikacji. Narzędzia te zostały poddane procesowi innowacyjności tak, żeby umożliwić społeczeństwom łatwą obsługę i szybką wymianę istotnych treści. W tym zakresie popularnym sposobem przekazywania różnych treści jest You Tube.

YouTube to rodzaj serwisu informacyjnego, dla którego nośnikiem jest Internet. Portal został stworzony w lutym 2005 roku, do publikacji krótkich filmów, wideoklipów i własnych produkcji użytkowników sieci. Jego założycielami byli Chad Hurley i Steve Chen.

[16] S. Bowman, C. Willis,We Media. How audience are shaping the future of news and information, American Press Institute 2003.

[17] Tamże.

[18] Tamże.

Pierwotnie działalność serwisu ograniczała się do wyświetlania krótkich filmików przedstawiających kota jednego z wynalazców portalu. Jednak już rok później strona została wykupiona przez Google Inc. ze względu na niewiarygodnie szybki przyrost użytkowników (obecnie Google deklaruje 85 tysięcy filmików umieszczanych każdego dnia). Dzisiaj, jak podaje serwis, YouTube jest dostępny w 19 regionach świata, w 12 wersjach językowych [19].

W początkowym okresie istnienia YouTube było miejscem, gdzie internauci zamieszczali swoje ulubione teledyski i własne, krótkie produkcje filmowe. Z czasem serwis rozszerzył spektrum tematów i zaczął być wykorzystywany do celów związanych z szerzeniem demokracji.

Tak jak głosi nazwa, portal stał się tubą nagłaśniającą sprawy, których nie chciano emitować w telewizji. YouTube otworzyło też drogę zdolnym i wymagającym odbiorcom, którzy postanowili zostać nadawcami.

Jednym z najbardziej spektakularnych wydarzeń, które w 2002 roku wywołało umieszczenie filmu na stronie komunikatora, było nagłośnienie problemu obozów dla uchodźców na australijskiej pustyni[20]. Amatorskie nagranie przedstawiało moment, w którym zwykli ludzie szturmują płot więzienia i pomagają uciekinierom wydostać się na zewnątrz. W tym samym czasie na pomoc strażnikom ruszają uzbrojone oddziały na koniach. Wszystko dzieje się w scenerii pustyni, w kurzu i przerażającym krzyku zdesperowanych ludzi. Oswobodzeni uchodźcy są wciągani w tłum Australijczyków, żeby służby więzienne nie mogły ich złapać. Cała akcja obrońców praw człowieka kończy się pozornym zwycięstwem systemu emigracyjnego, jednak konsekwencje zdarzenia odbiły się echem na całym świecie i dały przykład innym, radykalnym działaczom. Niedługo później usłyszeliśmy o podobnych akcjach we Włoszech i Francji. Plotka głosiła, że brytyjskie służby specjalne używały tego filmu do celów szkoleniowych. Najważniejszym jednak następstwem całego zdarzenia była międzynarodowa debata na temat obozów dla uchodźców i łamaniu umów transgranicznych dotyczących praw człowieka. Dzięki zwykłemu obywatelowi Australii cały świat dowiedział się, że ten z pozoru tolerancyjny kraj, potrafi zamykać uchodźców na pustyniach, w obozach urągających dzisiejszym normom zachowania ludzkiej godności. Dzięki temu filmowi wyszły na jaw historie nielegalnych deportacji i praktyk braku respektowania międzynarodowych konwencji.

YouTube w tamtym czasie stał się miejscem prawdziwie demokratycznym, które bez cenzury pokazało okrutną prawdę. W przypadku tej historii obywatele Australii przejęli stery informacji, ominęli system wewnętrznej cenzury mediów i dotarli do milionów ludzi na całym świecie.

W maju 2008 roku organizacja US campaign for Burma[21] przeprowadziła akcję „ 30 Days for a Million Voices". Kampania polegała na zebraniu miliona

[19] http://www.youtube.com/t/company_history

[20] http://www.youtube.com/watch?v=LeRddbD2k&feature=related

[21] http://uscampaignforburma.org/

podpisów pod petycją popierającą międzynarodową pomoc dla Birmy i opozycyjnej liderki Aung San Suu Kyi, pozostającej w areszcie od kilkudziesięciu lat. To, co wyróżniało wydarzenie, to zaangażowanie największych hollywoodzkich gwiazd, które wystąpiły w krótkich filmikach, poruszających problemy reżimu birmańskiego. Mini produkcje organizacja umieściła na forum YouTuba, zapewniając tym samym dostęp do nich nie tylko wszystkim zainteresowanym, ale i przypadkowym widzom. Ciekawym aspektem całego przedsięwzięcia było spektrum zaproszonych celebrytów. Obok takich gwiazd jak Jim Carrey, Sylvester Stallone czy Michael Strip, wystąpili aktorzy serialowi, a nawet gwiazda filmów pornograficznych. Poszczególne odcinki 30 dniowej kampanii różniły się formą i poziomem refleksji, ale łączył je wspólny cel-pokazać prostym warstwom społecznym wielki, międzynarodowy problem. Organizacja US campaign for Burma jako platformę komunikacji wybrała YouTube celowo, ponieważ to medium cieszy się największą oglądalnością wśród młodej widowni i za jej pośrednictwem akcja dotarła do widzów na całym świecie. YouTube nie jest też wolne od polityki i nacisków ze strony rządzących. Jako darmowy nośnik informacji nie raz padało ofiarą nieuczciwych przedsiębiorców, a nawet stawało się elementem brudnych kampanii wyborczych.

W 2008 roku portal stał się polem działań promocji politycznej kandydatów na stanowisko Prezydenta Stanów Zjednoczonych. Na jego łamach swoją walkę rozpoczęła Hillary Clinton i Barack Obama. Chociaż walczyli o głosy wewnątrz swojej partii, to starcie nie było wolne od radykalnych treści. Hillary Clinton, jako osoba znana, nie tylko ze względu na swojego męża, zajmowała dużo czasu w ogólnokrajowych mediach. Jej wypowiedzi były oględne, traktujące o patriotyzmie i jej poszanowaniu dla problemów zwykłych ludzi. Sztab Baracka Obamy stworzył reklamówkę opartą na spocie firmy Apple. Obraz przedstawiał scenę propagandowej projekcji, niczym z Orwellowskiego „Roku 1984". Na sali wypełnionej takimi samymi, szarymi ludźmi, odbywa się projekcja przemówień Hillary Clinton. Jej słowa nie mają sensu, są puste i ogólnikowe. Jasnym korytarzem do sali wbiega młoda dziewczyna i ,zamachując się ogromnym młotem, rozbija ekran. Kończy seans. W ostatniej sekwencji pokazuje się napis „ 14 stycznia rozpoczną się prawybory u Demokratów. Przekonacie się dlaczego 2008 nie będzie jak 1984. barack.obama.com"[22]. To był początek kampanii wyborczej, kolejne starcia stawały się coraz brutalniejsze. Zarówno kandydaci z przeciwległych partii, jak i walczący o głosy swoich elektorów, starli się na polu bitwy, którym została cyberprzestrzeń. Największym placem manewrowym okazał się YouTube.

Facebook- podziel się informacjami ze znajomymi

Zespół Facebook.com zamieścił motto: „ naszą misją jest oddanie władzy w ręce ludzi, żeby dzielili się informacjami i zmienili świat na bardziej otwarty i skomunikowany"[23].

[22] http://www.youtube.com/watch?v=6h3G-lMZxjo

[23] http://www.facebook.com/facebook#!/facebook?v=info

Facebook to portal społecznościowy. Został utworzony w lutym 2004 roku przez studenta Cambridge, Marka Zuckerberga, jako projekt umożliwiający komunikację jego uniwersyteckim kolegom. Na łamach strony internetowej zalogowani użytkownicy mogą rozmawiać ze znajomymi(za pomocą systemu peer-to-peer), tworzyć sieci i grupy, publikować zdjęcia i dzielić się wiadomościami ze wszystkimi odbiorcami.

W krótkim czasie facebook zaczął gromadzić ogromną rzeszę użytkowników, którzy chcieli odnaleźć dawnych, szkolnych kolegów i podtrzymywać z nimi kontakty. Już latem tego samego roku twórca przedsięwzięcia, wraz z grupą znajomych, przeprowadził się do Palo Alto w Kalifornii, wynajął biuro i zarejestrował firmę. Pod koniec 2004 roku facebook miał milion użytkowników. W 2007 roku portal zaoferował odbiorcom aplikację News Feed- listę z aktywnościami, które wykonywali użytkownicy logując się do systemu facebook. Początkowo spotkało się to z falą krytyki i oskarżeń o cyberstalking, czyli formę nękania i osaczania użytkowników sieci. Po tym zdarzeniu sam Zuckerberg wystosował list otwarty do internautów, przepraszając za nieetyczne posunięcie. Nigdy jednak aplikacja nie została usunięta i do dziś każdy użytkownik portalu musi się liczyć z utratą prywatności.

Facebook, jako typ społeczności, stara się stworzyć wrażenie, że jego rozwój i wszelkie modyfikacje są przeprowadzane w konsultacji z użytkownikami. Nigdy jednak żadna niepopularna zmiana nie została cofnięta pod naciskiem klientów portalu. Mimo to facebook jest dzisiaj najpopularniejszą stroną internetową, nośnikiem niezliczonej liczby reklam i „zbieraczem" informacji na temat preferencji ludzi na całym świecie.

W chwili obecnej portal ma 400 milionów aktywnych uczestników, ponad 35 milionów osób umieszcza nowe informacje każdego dnia, ponad 60 milionów codziennie komentuje aktywności innych, a 1,5 miliona lokalnych przedsiębiorstw korzysta z opcji darmowych reklam tworzonych na zasadzie profilu użytkownika [24]. Liczb statystycznych można by przedstawić jeszcze więcej, jednak ten przykład pokazuje skalę zjawiska. Jak podają światowe serwisy branżowe facebook pokonał w ilości odwiedzin dawniej niekwestionowanego lidera rynku-przeglądarkę google[25].

Jest to fakt tym bardziej godny odnotowania, że większość użytkowników portali społecznościowych korzysta z nich jedynie w czasie wolnym od obowiązków zawodowych (często są one zablokowane), a google jest nie tylko narzędziem pracy, ale również najpopularniejszą z przeglądarek. Te same media branżowe donosiły o wystąpieniu prezesa CNN, Jonathana Kleina, w czasie Bloomberg BusinessWeek 2010 Media Summit, w którym powiedział, że nie obawia się konkurentów takich jak Fox , ale właśnie facebook-z ogromną rzeszą użytkowników, publikujących newsy i odnośniki do wiadomości[26].

[24] Facebook's Press Room http://www.facebook.com/press/info.php?statistics

[25] Experian Hitwise, badanie 13.03.2010 , http://weblogs.hitwise.com/heather-dougherty/2010/03/facebook_reaches_top_ranking_i.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+hitwise%2Fus+%28Hitwise+Intelligence+US%29

[26] Tamże.

Skala znaczącego zjawiska, jakim niewątpliwie jest facebook, została szybko odnotowana przez największych graczy rynku internetowego. W 2007 roku firma Microsoft zainwestowała w akcje portalu. Kupiła 1,6% za 240 milionów USD[27]. Kolejne transakcje opiewały na równie imponujące kwoty.

Facebook jednak nie jest jedynie przedsięwzięciem zarabiającym miliony dolarów dla swoich właścicieli. Może i na przekór ich zamierzeniom portal stał się miejscem wymiany treści pro-demokratycznych i szerzących prawa człowieka. Stało się to za sprawą użytkowników, którzy po pierwszej fazie zafascynowania śledzeniem rozwoju fizycznego dawnych znajomych, zaczęli poszukiwać treści znaczących, mających wpływ na wzniosłe idee.

Facebook, jako firma, rozpoczął tworzenie grup tematycznych, umożliwiających dyskusję na tematy związane z demokratycznym rozwojem świata. Ponadto pomaga organizacjom non-profit, takim jak amerykański The Human Rights Campaign, walczącej o poszanowanie praw grupy GLBT[28], poprzez stworzenie możliwości zbierania datków na prowadzone kampanie. W praktyce oznacza to, że portal społecznościowy wykreował profil danej organizacji, rozesłał go potencjalnie zainteresowanym osobom i zbudował system informatyczny umożliwiający wpłaty pieniędzy na cele organizacji w systemie on-line. Całość wydaje się być prosta, ale przed powstaniem facebooka, duża część obywateli krajów rozwiniętych nie miała częstego kontaktu z treściami pro-demokratycznymi. Prawa Człowieka, dla bogatej większości mieszkańców globu, pozostawały w sferze zainteresowania fanatyków tematu. W erze facebooka te treści przyszły do nich same, jasno przedstawiając problem, dając jednoznaczną odpowiedź i kompletne wskazówki co z tą wiedzą zrobić.

Twitter – komunikator do rzeczy ważnych

Era Twittera rozpoczęła się niedawno. Chociaż w świecie polityki, mediów i wielkiego biznesu już poznali się na zaletach wynalazku, to branża reklamowo-konsumpcyjna jeszcze nie zalała tego medium swoimi treściami.

Powtarzając oświadczenie twórców twittera „jest to informacyjna sieć, funkcjonująca w realnym czasie, tworzona przez ludzi na całym świecie, która pozwala tobie dzielić się zdarzeniami i odkrywać, co ma miejsce w danej chwili. Twitter zadaje pytanie „co się dzieje", a odpowiedź dociera bezzwłocznie do milionów ludzi, na całym świecie"[29].

Angielskie słowo twitter znaczy ćwierkać- i taki właśnie jest opisywany serwis. Posiada strukturę mikrologu, czyli umożliwia publikowanie krótkich informacji, w tym przypadku ograniczonych do 140 znaków. Po wysłaniu tekstu ukazuje się on

[27] http://www.facebook.com/press/info.php?founderbios

[28] Gay, lesbian, bisexual and transgender .

[29] http://twitter.com/about

innym użytkownikom śledzącym dany profil.

Twitter został uruchomiony w 2006 roku, jego siedziba znajduje się w San Francisco.

W porównaniu do innych stron internetowych, o tej niewiele wiadomo. Jedynie statystyki odwiedzin pokazują, jak ważny jest to komunikator w dobie dzisiejszych nowych mediów.

Z informacji prasowych wiadomo, że na opisywanym mikrologu, do tej pory umieszczono 10 miliardów wpisów. Z rachunku samej firmy wynika, że użytkownicy umieszczają średnio 50 milionów postów dziennie[30]. W odróżnieniu od serwisów społecznościowych, jakość wpisów na łamach twittera jest dużo wyższa. Tutaj nie można umieszczać zdjęć, a pole tekstowe jest niezwykle ograniczone. Z tego względu informacje najczęściej dotyczą spraw ważnych, zawierają odnośniki do zdarzeń mających miejsce w danym czasie. Twitter nie prowadzi statystyk treści, jednak ich jakość określają liczne hakerskie ataki na jego strony.

Po agresji rosyjskiej na Gruzję w 2008 roku portal padł ofiarą wojny politycznej. Serwer został zaatakowany przez cyber- terrorystów, których adresy IP prowadziły właśnie do Rosji. Jak się potem okazało cała akcja była skierowana przeciwko Gruzinom, wysyłającym informacje o sytuacji w ich kraju, korzystającym z dobrodziejstwa mikrologu. Jak się dzisiaj domniema głównym celem był bloger Suchumi, aktywnie opisujący zdarzenia z perspektywy przeciwnej Kremlowi.

Twitter nie działał przez kilka godzin, a następnie przez kilkanaście walczył z dalszymi atakami[31]. Amerykańskie media zwracały uwagę na zaistniałą sytuację, widząc w niej przesłanki do zapoznania się ze stanem wolności słowa w tamtym rejonie świata. Atak hakerów na twitter „w przypadku gruzińskim" nie był ostatnim, a sam mikroblog stał się miejscem bardziej spektakularnych mobilizacji uczestników w obronie demokracji i praw człowieka.

We media

Jednym z największych osiągnięć ery Internetu i społeczeństwa obywatelskiego, jest rozwój dziedziny komunikacji nazywanej We media. To amerykańskie określenie pojawiło się w 2002 roku, jednak za początek zjawiska uważa się lata 90.XX wieku[32].

We media to treści generowane przez nie-profesjonalistów, dystrybuowane za pomocą nowych mediów[33]. W tym określeniu mieszczą się takie pojęcia jak dziennikarstwo obywatelskie, dziennikarstwo uczestniczące[34], czy media uczestniczące. Na potrzeby niniejszego opracowania pod uwagę wzięłam tylko wybrane aspekty tegoż zjawiska.

[30] http://popacular.com/gigatweet/

[31] The New York Times, „ Online attack Silences Twitter for Much of a Day", 6.08.2009.

[32] Gillmor D. , We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People, O'Reilly Media 2004, s. VII-XII.

[33] Tamże.

[34] Ang. Participatory Journalism.

U podstaw tworzenia We mediów leży społeczne niezadowolenie z dostępnych informacji.

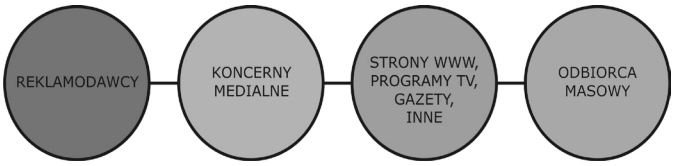
Po złotej erze rozkwitu prasy amerykańskiej, przypadającej na lata 70., w której to gazety kierowały się jedynie misją, przyszły czasy komercjalizacji mediów. Załamanie rynku mediów drukowanych nastąpiło w latach 90. i było spowodowane rosnącą konkurencją ze strony telewizji, spadkiem czytelnictwa i ekspansją koncernów[35]. Rynek stawał się coraz bardziej bezwzględny i uzależniony od reklamodawców. Obywatele otrzymywali tylko jednostronne komunikaty, nie wchodząc w interakcję z jakimkolwiek z mediów. Od tamtej pory minęła dekada, w czasie której nastąpił rozwój Internetu, a komputery osobiste przestały być jedynie narzędziem pracowników akademickich. Do sieci podłączono ogromną liczbę uczestników, nie do końca zadowolonych z informacji dostarczanych przez telewizje. Z tego niezadowolenia zrodziły się We media. Dan Gilmor napisał, że „ (…) to nowoczesna rewolucja, za sprawą postępu technologicznego, która daje każdemu narzędzia do zostania dziennikarzem, osiągającym globalną rzeszę odbiorców. Nic takiego w historii jeszcze się nie wydarzyło”[36].

Model przepływu informacji zmienił się diametralnie, zniósł hegemonię starych mediów i zapoczątkował walkę o odbiorcę.

American Press Instytut, w swoim raporcie o zjawisku We media, dzieli społeczeństwa na trzy grupy. Pierwsza to ci, którzy czytają, oglądają i słuchają wszystkiego, co im się podsunie. Druga wymaga, żeby zostało im wskazane, co jest dobre i wartościowe, a co niewarte uwagi. Trzecia grupa to ludzie, którzy sami potrafią znaleźć i wybrać treści ważne, lub przydatne. Dodatkowo mają umiejętność analizy pod kątem wiarygodności napotkanych informacji. We media, jako zjawisko, są tworzone i adresowane do tej ostatniej grupy.[37] Jak piszą autorzy raportu, dostęp do informacji był przez lata przywilejem potężnych instytucji i wyższych sfer, które decydowały o ich dystrybucji. Dzisiaj, za pomocą wszechobecnej techniki, ten model komunikacji ulega zmianie, burząc zastane standardy.

Poniższe modele przedstawiają dwa rodzaje komunikacji.

Model komunikacji tradycyjnej, w której nie ma interakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą.

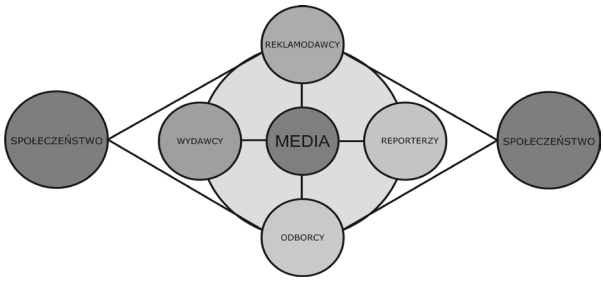


[35] D. Gillmor, We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People, O’Reilly Media 2004, Introduction.

[36] Tamże, s. XII.

[37] S. Bowman, C. Willis,We Media. How audience are shaping the future of news and information, American Press Institute 2003, s. V.

Model komunikacji opartej na interakcji nadawcy z odbiorcą. Model działania nowych mediów[38].



W wyniku przesunięcia ról w procesie dystrybuowania wiadomości, wytworzyło się zjawisko nazywane dziennikarstwem obywatelskim. Według American Press Institute to „ czyn społeczny, jednego lub grupy obywateli, odgrywających aktywną rolę w procesie zbierania, raportowania, analizowania i rozpowszechniania informacji. Ich intencją jest dostarczenie niezależnych, godnych zaufania, odpowiednich, przedstawiających szerokie spektrum wiadomości, których system demokratyczny oczekuje".[39]

Nie oznacza to jednak końca ery profesjonalnych dziennikarzy. John Seely Brown z Xerox Co. stwierdził, że: „W erze, w której każdy może być reporterem, czy komentatorem w sieci, należy przejść do nowego modelu dziennikarstwa. Mogą oni zostać liderami forum, lub mediatorami. Nie ma już powrotu do dawnej roli nauczyciela, czy mówcy. Odbiorcy przestali być konsumentem, zmienili się w hybrydę producenta i konsumenta"[40].

Największym osiągnięciem We mediów jest zniesienie dominacji mediów tradycyjnych, nazywanych wielkimi mediami (Big Media). Dzięki tej zmianie informacje zaczęły napływać od świadków wydarzeń, osób bezpośrednio zainteresowanych tematem, czy wreszcie tych, których informacja nie zyskała zainteresowania medialnych koncernów. To osiągnięcie pozwoliło społeczeństwom nie tylko otrzymywać dane prawdziwe, ale także wybierać, co jest dla nich ważne.

Należy jednak wspomnieć o aspektach dziennikarstwa, w których nigdy obywatele nie zastąpią wielkich mediów. Przykładem takich zadań jest dziennikarstwo śledcze. Jedynie masowi wydawcy są w stanie prowadzić długie, kosztowne śledztwa, nierzadko narażające prowadzących je redaktorów na niebezpieczeństwo. Co więcej, tylko ich finansowo stać na ryzyko oskarżeń sądowych. Przykładem takiej sytuacji jest ujawnienie afery Watergate, która była możliwa jedynie dzięki determinacji dziennikarzy The Washington Post. Gdyby nie armia prawników i pieniądze stojące za wydawnictwem, przestępstwa Prezydenta zostałyby zakamuflowane za pomocą działań sądowych.

[38] Tamże, s. 10.

[39] Tamże, s. 9.

[40] B. Kovach, T. Rosenstiel, The elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect ,Three Rivers Press 2001, s. 24.

Ponadto społeczeństwa potrzebują i chcą zaufanych źródeł, a takimi dla nich najczęściej są wielkie media. Nie ulega więc wątpliwości, że najlepszym rozwiązaniem dla rozwoju demokracji, społeczeństw obywatelskich i szerzenia praw człowieka , jest stan, w którym tradycyjne media i media nowe wzajemnie się przenikają i pamiętają o wspólnej misji. Aby ją pełnić nie wystarczy umieć pisać czy składać obrazy w komunikatywną całość, ale także wypełniać zasady staranności i bezstronności dziennikarskiej oraz etyki, uczonej na studiach, zaś w praktyce dziennikarskiej prawie nieobecnej.