

Katarzyna Bocheńska

Cyberdziennikarstwo

Czym jest i jakie jest dziennikarstwo internetowe? Na te i inne pytania odpowiada Leszek Olszański - dziennikarz, redaktor, badacz i praktyk Internetu. Od 2000 do 2002 roku współpracownik dodatku do Gazety Wyborczej „Gazeta Komputer”. W latach 2003-2005 redaktor internetowy krakowskiego wydania „GW”. Pomysłodawca, autor i wykładowca kursu "Dziennikarstwo internetowe" w Studium Dziennikarskim na krakowskiej Akademii Pedagogicznej. Od marca 2006 roku redaktor internetowy portalu Gazeta.pl.

Katarzyna Bocheńska: Z definiowaniem niektórych rzeczy czasami jest kłopot. Wygląda na to, że rozkwitające działania z udziałem Internetu też takich dylematów dostarczają. Jaką definicję dziennikarstwa internetowego pan proponuje?

Leszek Olszański: Być może moja odpowiedź na pierwszy rzut oka wyda się rozczarowująca. Według mnie, dziennikarstwo internetowe to po prostu dziennikarstwo uprawiane z myślą o publikacji materiału w sieci zamiast w mediach tradycyjnych. Ta drobna zmiana niesie jednak ze sobą doniosłe różnice. Dziennikarzem internetowym nie jest np. pracownik gazety, którego artykuły po złamaniu kolumn automatycznie lądują na oficjalnej stronie WWW redakcji. Prawdziwy dziennikarz internetowy zupełnie inaczej organizuje sobie dzień pracy, gdyż działa pod znacznie większą presją czasu. Posługuje się nieco innymi gatunkami informacji — zarówno redagując notatki tekstowe jak i wiadomości multimedialne — to wynika również z pracy „na akord” ale także ze specyficznych przyzwyczajęń internetowego odbiorcy, który czyta „klikająco” i lubi przez cały czas przemieszczać się po stronie, zamiast zagłębiać się na dłużej w lekturze.



Czy rzeczywiście siła dziennikarstwa tkwi w integracyjności mediów?

Siła każdego dziennikarstwa tkwi przede wszystkim w talencie, ciężkiej pracy i zaangażowaniu dziennikarzy. Dobry artykuł, wywiad, reportaż, analiza, fotoreportaż, rozmowa radiowa, film dokumentalny — materiał sporządzony w każdym z tych gatunków może stać się hitem również w internecie, także bez łączenia na siłę z innymi formami wyrazu. Co więcej uważam, że w obecnym stadium rozwoju sieciowej informacji przenikanie tych gatunków nie jest bardzo mocne. Materiały powstają z reguły w jednym z podstawowych stylów, pozostałe formy ich sprzedania mają charakter poboczny. Wywiad przy mikrofonie może zostać spisany i opublikowany w formie tekstowej, jednak w dalszym ciągu będzie on

wówczas tylko zapisem wywiadu radiowego, nie wywiadem prasowym. Napisany przez dziennikarza felieton można odczytać przed kamerą i podłączyć do strony WWW, co nie zmieni jednak tego utworu automatycznie w gatunek telewizyjny.

Publikowanie materiałów w różnych formach jest w dużym stopniu zdeterminowane konkurencją na rynku medialnych i nieustająco ważną, rozrywkową rolą mediów. To frajda móc posłuchać rozmowy, której zapis widzimy, zobaczyć fragment warsztatu pracy dziennikarza. Tym bardziej, jeśli nagranie możemy wziąć ze sobą w przenośnym odtwarzaczu i posłuchać go np. w autobusie. Strony zawierające multimedia są postrzegane jak nowocześniejsze i „ciekawsze” w rozrywkowym znaczeniu — oferujące lepszą zabawę podczas przyswajania informacji.

Trochę na uboczu funkcjonują jednak eklektyczne, ściśle internetowe gatunki multimedialne jak narracyjny slideshow — będący czymś pośrednim między fotoreportażem a relacją/reportażem, raport multimedialny, interaktywna infografika łącząca tekst z dźwiękiem i animacją i typową dla strony internetowej swobodą poruszania się wśród tych materiałów. Z pewnością ich rola będzie wzrastać w miarę technicznego rozwoju sieci, która — co widać coraz wyraźniej — stopniowo przekształca się w medium przypominające interaktywną, dwukierunkową (umożliwiającą zarówno odbiór jak i nadawanie) telewizję z bardzo rozbudowanymi możliwościami wyboru.

Niektórzy deprecjonują dziennikarstwo internetowe. Jaka jest Pana subiektywna ocena warsztatu dziennikarskiego w tym względzie?

Coraz trudniej deprecjonować tę gałąź dziennikarstwa, szczególnie od momentu, gdy za publikacje online zaczęto przyznawać nagrody Pulitzera. Nagrodę tę — w kategorii „Breaking news” zdobyli na przykład dziennikarze nowoorleańskiej gazety Times-Picayune za artykuły, które — z powodu spustoszenia miasta przez huragan Katrina mogły ukazywać się wyłącznie online. Jeśli jednak ktoś upiera się przy niskiej wartości cyberdziennikarstwa to w dużym stopniu wynika to z młodego wieku tej gałęzi. Jego kanon jest wciąż w stadium formowania, dziennikarze i redaktorzy są zmuszeni do nieustannego eksperymentowania. Wpływ na ogólny poziom mają też oczywiście pieniądze. Media internetowe dopiero uczą się zarabiać i nie stać ich na zatrudnianie dziennikarskich guru. A tam gdzie debiutanci kierują debiutantami zdarzają się tytuły artykułów typu „Podczas posiedzenia rady miasta rajcy podjęli wiele ważnych uchwał”, albo wywiady prowadzone na zasadzie „Co mógłby nam pan o sobie opowiedzieć”. Kolejnym dowodem na kiepską kondycję internetowego dziennikarstwa jest według wielu jego odtwórczy charakter. Materiały internetowe wszak wciąż w większości powstają w redakcjach, w oparciu o depesze agencji informacyjnych i dane dostarczone przez dziennikarzy prasowych, radiowych i telewizyjnych. Ta sytuacja szybko się jednak zmienia. Na konferencjach prasowych obok mikrofonów z kostkami RMF i Zet pojawiają się logotypy Money.pl i Gazeta.pl — dowód, że mediom internetowym nie wystarczają już informacje zdobyte przez innych. W naszym kraju działa już grupa dziennikarzy internetowych nieco starszego pokolenia, którzy mogą przekazywać swoje doświadczenia młodzieży. Coraz więcej w końcu pojawia się dużych dziennikarskich nazwisk kojarzonych głównie z Internetem. Christopher Allbritton: autor reporterskiego webloga „Back to Iraq”, Matt Drudge — którego prywatny internetowy serwis informacyjny jako pierwszy poinformował o amerykańskiej „aferze rozporkowej” z udziałem prezydenta Billa Clintona, czy Anne Marie Cox - skandalizująca reporterka ze świata *celebrities* pracująca dla internetowego nanowydawnictwa (wydawnictwo specjalizujące się w weblogach) Gawker Media, to medialne gwiazdy — które sławę zdobyły publikując na stronach WWW.

Równocześnie nadawcy internetowi coraz częściej zamawiają materiały u starej gwardii. Kurczące się zatrudnienie w mediach tradycyjnych zmusi w końcu — jestem pewien, że dożyjemy tego w dobrym zdrowiu — starych dziennikarskich wyjadaczy do poszukiwania pracy w internetowych redakcjach. Wtedy jednak to wy będziecie mogli uczyć ich zasad nowodziennikarskiego rzemiosła.

Młodzi dziennikarze miewają kłopoty z redagowaniem informacji prasowej. Jaki kanon zasad powinien stać się ich drogowskazem w doskonaleniu umiejętności redakcyjnych? Jakie są najczęściej popełniane błędy w publikowaniu materiałów na stronach internetowych?

To temat — rzeka, tylko częściowo związany z mediami internetowymi. Najpopularniejszym błędem jest automatyczne przenoszenie do języka dziennikarskiego nawyków nabytych w szkole. Budowanie tekstów według schematu rozprawki, ze wstępem i rozwinięciem, do którego prawie żaden czytelnik — zwłaszcza ten szczególnie niecierpliwy czytelnik internetowy — nie dotrwa. Popisywanie się rozwiniętym podczas studiów słownictwem naukowym, które w tekście dziennikarskim brzmi pretensjonalnie i często prowadzi do niezamierzonego komizmu zniechęcając czytelników — także tych wykształconych i inteligentnych. Moim zdaniem nad językiem informacji dziennikarskiej nie warto się przesadnie zastanawiać, najlepiej sprawdza się naturalność, oczywiście tak długo, jak długo nie zaczyna zahaczać o sztubacką gwarę. Osobiście raz mi nazywanie w artykule prasowym pieniędzy „kasą”, a początkujących użytkowników komputerów „lamerstwem”.

Oczywiście Internet ma w sferze językowej swoje specyficzne style. Czasami wolno tutaj mniej niż w gazecie: np. wtedy gdy redagujemy depeche relacjonujące najświeższe wydarzenia i — wystrzegając się ewentualnej informacji — stosujemy suchy język agencyjny, pozbawiony prawie zupełnie figur retorycznych i wartościowań. Czasem wolno więcej, na przykład podczas pisania dziennikarskiego bloga — ta konwencja pozwala na więcej swobody i językowego luzu niż np. prasowy felieton, daje autorowi niemal pełną wolność ujawniania swojej indywidualności.

Studenci dziennikarstwa powinni czytać dużo gazet i przeglądać strony internetowe a następnie stosować zaobserwowane tam zjawiska językowe. Spróbujcie zadziałać odwrotnie — pracę zaliczeniową napisać językiem przypominającym dziennikarski, po to by później nie próbować podświadomie wplatać w swoje informacje języka pracy zaliczeniowej. Na tym kierunku powinno wam się upiec.

Czy nie ma Pan wrażenia, że klasyczne gatunki dziennikarskie (reportaż, wywiad) przypisane wydaniom papierowym gazet są unikatowe dla internetowego dziennikarstwa?

Jak już wspominałem, nic nie stoi na przeszkodzie, by odnieść internetowy sukces eksploatując jeden z uświęconych tradycją dziennikarskich gatunków. Wywiad, ze względu na swoistą prostotę „techniczną” (Wszak do jego sporządzenia wystarczy spotkać się z jednym rozmówcą. Można nawet wysłać mu pytania e-mailem tak jak Pani wysłała je mnie, choć to bardzo ryzykowne: Można otrzymać odpowiedzi na zupełnie inne pytania niż zadane.) bywa obecnie jedną z najczęstszych prób ożywienia prowadzonych z biurek internetowych serwisów.

Niewątpliwie warto jednak zadać sobie pytanie: Skoro sieć pozwala na więcej, dlaczego z tych możliwości nie skorzystać? Wszak kilkuminutowy klip filmowy można dziś nakręcić wartym kilkaset złotych cyfrowym aparatem fotograficznym otrzymanym w prezencie na pierwszą komunię a potem opublikować za darmo na stronach [youtube.com](https://www.youtube.com) lub [ourmedia.org](https://www.ourmedia.org). Multimedialne przetworzenia tekstu to nie tylko snobizm i gadżetomania. To także dowód wiarygodności dziennikarza (skoro sfilmował, to musiał być i widzieć), możliwość zilustrowania tez (jeśli policja brutalnie biła demonstrantów, zapis filmowy może nawet pomóc reporterowi w sądzie) a także wypromowania swojej własnej osoby, gdyż rysy twarzy dziennikarza o wiele lepiej zapadają w pamięć niż jego podpis pod artykułem.

Multimedia to nie jedyne typowo internetowe mechanizmy. Dyskusja z czytelnikami na forum to niespotykana do tej pory okazja poznania zdania czytelników i wzbogacenia swojej własnej wiedzy na opisywane tematy. Artykuł z forumowym rozszerzeniem, zupełnie nowy i nieosiągalny w nowym medium, to również szlachetny gatunek informacyjny o potężnych możliwościach. Moja rada: uczcie się nim posługiwać równie biegle co reportażem czy wywiadem.