

Odmówić czy uznać prawo blogera do udziału w debacie publicznej?

30 maja 2009

Tydzień temu "Dziennik" ujawnił tożsamość anonimowej blogerki Kataryny, a mimo to temat nadal nie schodzi z czołówek internetowych serwisów, głównie za sprawą samego „Dziennika”, który opublikował już chyba 50 artykułów na ten temat. Niezgrabną manipulacją zmienił jednak linię argumentów. Rozpoczął od ataku na prawo do anonimowości Kataryny – blogerki o określonym pseudonimie, publikującej na określonym blogu, ostro, krytycznie ale bez bluźgów i chamstwa – a dzisiaj ("Dziennik") produkuje seryjnie artykuły o jakości dyskusji w internecie. Nawet rozpoczął akcję (społeczną?) „Stop chamstwu w sieci!”

Ale nie o "Dzienniku" mam zamiar pisać, postawa jego dziennikarzy i obrona ich "do krwi ostatniej", kolejno przez Naczelnego i Wicenaczelną "Dziennika", jest na tyle żenująca, że wystarczy samo odesłanie do oryginału. Łatwo byłoby zabłysnąć elokwencją komentując poziom takiego dziennikarstwa, ale sprawa jest znacznie szersza i dotyczy ważnego dla wszystkich tematu: jak realizować cele społeczeństwa informacyjnego, takie jak możliwość docierania do informacji, komunikowania się wielu różnorodnych grup czy prowadzenia debat, a nawet chronienia obywateli przed możliwymi niebezpieczeństwami. Dla dziennikarstwa obywatelskiego to kluczowy temat.

"Dziennik" postanowił wykluczyć z debaty publicznej osoby, które nie przedstawiają się z imienia i nazwiska, posądzając je o tchórzostwo (insynuacje), zarzucając nierzetelność (bez podawania przykładów), dowodząc, że ukrywanie tożsamości ma na celu uniknięcie odpowiedzialności prawnej z powodztwa

cywilnego (insynuacje i brak przykładów). Większość argumentów, które padają można przyrównać do sytuacji zaskoczonego dziecka, które przysnęło i obudziło się z ręką w nocniku.

CZAS NA PRZEBUDZENIE MEDIÓW

Od dziesiątków lat dziennikarstwo cieszyło się bardziej domniemanym, niż faktycznym szacunkiem. Przecież jeszcze zupełnie niedawno można było przeczytać wypisywane na murach hasło "telewizja kłamie". Dopóki jednak przekazywanie informacji przebiegało jednokierunkowo, można było dojść do przekonania, że występujący w telewizji i radiu czy publikujący w prasie dziennikarze znają się na swoim fachu, służą społeczeństwu swoją wiedzą i zaangażowaniem. Rozczarowany odbiorca mógł sobie najwyżej rzucić kilka przekleństw w czterech ścianach lub wysłać uprzejmy list do redakcji, który i tak nie miał szans na publikację w rubryce "Listy od czytelników". Internet boleśnie odmienił ten błogi stan.

Dziennikarz pisze artykuł, popełnia w nim kilka rzeczowych błędów, a one natychmiast po publikacji podlegają surowej ocenie czytelników. Przyjmijmy, że krytyka pada w nieparlamentarnej formie – czy to lepiej czy gorzej od sytuacji, która panowała przed erą internetu? Odpowiedź jest prosta – to zależy dla kogo. Niestety dla dziennikarzy, ich krzywda nie jest dla czytelników priorytetem, może to brutalne, ale cenniejsza jest rzetelna informacja niż dobre samopoczucie dziennikarza, który niezbyt dobrze odrobił swoją lekcję.

Czytelnicy także mają powody do rozczarowania. Mimo szumnych haseł o służeniu społeczeństwu i o doniosłej roli dziennikarstwa, ten zawód nie spełnia pokładanych w nim oczekiwań. Wynik finansowy medialnych korporacji, które są właścicielami stacji telewizyjnych i koncernów prasowych, stawia pod znakiem zapytania interes odbiorców. O ile przed

wielu laty czytelnik czy widz był dobrem, o które zabiegały media, obecnie z podmiotu stał się przedmiotem w ich rękach. Media zabiegają o reklamodawcę, który przynosi im sowite zyski, a aby osiągnąć wytyczane przez niego cele częstokroć poświęcają swoich czytelników, tych samych którzy niegdyś zbudowali ich markę.

WYHODOWALIŚCIE NA SWOJEJ PIERSI POTWORA

Poziom dziennikarstwa nie tylko w Polsce, ale na całym świecie spada. Postępująca tabloidyzacja, czyli odstępowanie od opiniotwórczej roli na rzecz schlebiania masowemu odbiorcy, może i jest uzasadniona finansowo, jednak to właśnie lansowanie (bez obrazy) pupy Paris Hilton i epatowanie sensacyjnymi nagłówkami kosztem niewzbudzających emocji społecznie ważnych tematów, zrodził w internecie alternatywę w postaci serwisów blogerskich, które wypełniły pustkę pozostawioną przez zapatrzone w zysk koncerny medialne.

Dzisiaj winą blogerki jest fakt, że w pojedynkę zaczęła kreować opinię swoich czytelników. Czy była aż tak skuteczna, że zawodowi dziennikarze poczuili się zagrożeni? Może sądzą, że to poletko należy się tylko im, i tylko w takiej formie jaką sami wybrali. Czy nieuzasadnione są takie wnioski w kontekście pogardliwej wypowiedzi kolegi Michalskiego, który najwyraźniej nie uważa mnie za kolegę po fachu, bo pisze m.in. o mnie (dziennikarzu obywatelskim ukrywającym się pod pseudonimem Asen): "Tłukąc w klawisze na poddaszu czy w biurze i przeżywając swoją wolę mocy, dopóki nie usłyszysz krzyku szefa albo wołania żony czy mamy przypominających o obowiązku wyniesienia śmieci albo wyprowadzenia pieska".

To zderzenie starych i nowych mediów. Odmówić czy uznać prawo blogera do udziału w debacie publicznej? Pokazać w polemice jak bardzo się myli i błądzi, wykazać nierzetelność, a może uderzyć w człowieka, zapytać kim jest, co dokonał, pogrzebać w życiorysie i wyciągnąć dziadka z Wehrmachtu? Czy stare media nie stać na więcej?

ANONIMOWOŚĆ JEST CENNA

Jest wiele powodów by w internecie zachować anonimowość, i wcale nie musi to wynikać ze strachu przed konsekwencjami. Takie zachowanie podpowiada zdrowy rozsądek. Dlaczego bloger musi być otwartą księgą (w google), dlaczego wpisanie w wyszukiwarce jego imienia i nazwiska przez nieznaną mu (anonimową) osobę ma odkrywać przed nią, poza jego podglądami na wiele dziedzin życia, także miejsce zamieszkania, stan rodzinny, pracodawcę czy aktywność zawodową? Jeżeli nie kandyduje na stanowiska państwowe, a jedynie pragnie korzystać z prawa do udziału w publicznej debacie, to dlaczego musi ujawniać swoją prywatną sferę, czy ta obywatelska postawa pozbawia go prawa do ochrony prywatności?

Imię i nazwisko, zwłaszcza uznanego dziennikarza, automatycznie daje mu uprawnienie do udziału w debacie publicznej. Bez względu na to czy wypowiada się rzeczowo czy nie, ewentualnie kompromituje siebie, bądź swojego wydawcę. Osoba, która ukrywa się pod pseudonimem musi przebyć znacznie dłuższą drogę, żeby stanąć z nim w równym szeregu. Łatwo ulec pokusie by odebrać anonimom prawo do udziału w debacie publicznej, nie sposób jednak nie zauważyć zjawiska, że niektórzy z nich – mimo ograniczeń, które na siebie nałożyli podejmując decyzję o oddzieleniu sfery publicznej od prywatnej – potrafią przebić się do szerszej opinii publicznej. Mają takie prawo, a oburzenie internautów ujawnieniem danych osobowych Kataryny dowodzi, że mają także poparcie społeczne.

Nie ulegajmy manipulacji "Dziennika", nie chodzi o ukrócenie chamstwa w internecie, ale o dopuszczenie do głosu alternatywnych dla mainstreamu uczestników debaty. Nie mam żadnych wątpliwości, że blogerzy takim medium są i że ich rola będzie rosła bez względu na to czy będą publikować pod nieznany imieniem i nazwiskiem czy pod anonimowym pseudonimem. Oczywiście w parze z anonimowością musi iść odpowiedzialność, jednak nie widzę tych pozwów, które nareszcie mogą zostać wysłane ujawnionej przez "Dziennik"

blogerce.

MEDIA NIE SĄ ZAINTERESOWANE UKRÓCENIEM CHAMSTWA W INTERNECIE

A chamstwo? To nie dziennikarze pierwsi spotkali się z chamstwem w internecie, to blogerzy przeszli chrzest bojowy, wystawiając się na krytykę czytelników. Wielu zrezygnowało z pisanie, ci jednak, którzy przetrwali udowodnili, że chamstwo w internecie nie musi stanowić problemu. Dopiero ich śladem podążyli dziennikarze tworząc swoje blogi, niektórzy kilka lat po Katarynie.

Od czego jest moderacja? Blogerzy potrafią utrzymać porządek na swoich blogach, to portale medialnych koncernów udostępniają internetowym trollom swoje fora. Znowu wkracamy w sferę, gdzie warunki ustala zysk. Który to portal (Onet czy Gazeta), pierwszy dumnie ogłosił, że jego użytkownicy pozostawili na jego forach miliard komentarzy? Ile mniej byłoby ich, gdyby moderacja eliminowała bluzgi i chamstwo? A o ile mniejszy byłby ruch we własnej grupie serwisów? Ruch, który jest aż tak ważny by go wręcz kupować, co ostatnio opisywał... zawodowy dziennikarz? Nie – bloger Hazan, w kilku wpisach na swoim Antywebie. Zebrałem je w artykule: Kupujemy ruch, a potem się chwalimy. Trolle, zmora internetu, generują nieprawdopodobny ruch portalom. Kto jest zatem zainteresowany ich wyeliminowaniem? Internauci tak, media nie.

Anonimowych Kataryn będzie więcej i będą wносить do debaty nowe wartości. Z pewnością nie obniżą one poziomu dziennikarstwa, które zafundował nam “opiniotwórczy dziennik”.

Autor: asen

Źródło: [Dziennikarstwo Obywatelskie](#)

Opublikowano na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Na tych samych warunkach 2.5 Polska