Karolina Lachowska
Marcin Pielużek
Uniwersytet Wrocławski

Indymedia – model mediów społecznie zaangażowanych

Tradycyjny model mediów w nowej cyfrowej rzeczywistości stał się dysfunkcjonalny. Nie istnieje już bowiem tylko jedno źródło, z którego informacje, przez różne kanały, docierają do odbiorców. System uległ przeobrażeniu w model traktujący konsumenta zarówno jako odbiorcę, jak i (współ)twórcę informacji. Tym samym współczesne media korporacyjne utraciły monopol na dostarczanie wiadomości. Rozwój internetu oraz powszechny dostęp do nowoczesnych narzędzi sieciowych umożliwił włączenie się zwykłych ludzi w proces tworzenia informacji. W przeciwieństwie do medialnych gigantów nowy gracz pozbawiony jest sztywnych norm wynikających z rynkowej rywalizacji. W poziomie deklaratywnym wolny jest także od wewnętrznej polityki czy nacisków właścicieli. Dzięki technologii nowych mediów powstało wiele centrów medialnych, będących przeciwwagą dla mediów korporacyjnych.

Niniejszy artykuł poświęcony jest wykorzystaniu nowych możliwości komunikacyjnych przez grupy subkulturowe, którym nowe media umożliwiły stworzenie własnych ośrodków propagandowo-informacyjnych o globalnym zasięgu. Ten nowy wymiar rzeczywistości medialnej wypracował sobie wiele rozwiązań, które uznane za relewantne zostały przeniesione na płaszczyznę mediów korporacyjnych.

Peer-to-peer jako nowy model komunikacji

Internet umożliwił nie tylko nieograniczony dostęp do informacji, ale również możliwość przedstawienia własnych idei i przekonań szerokiej liczbie odbiorców. Początkowo podstawowymi narzędziami były grupy dyskusyjne, fora internetowe czy wszelkiego rodzaju komunikatory. Z czasem zaczęto tworzyć subiektywne ośrodki informacji w postaci weblogów. Obecnie, jak przekonują amerykańscy badacze me-

Dziennikarstwo i Media: Przestrzenie komunikowania, 2010
© for this edition by CNS

diów Shane Bowman i Chris Willis, użytkownicy sieci nie ograniczają się jedynie do wspomnianych narzędzi. Coraz powszechniej wykorzystywane są bardziej rozbudowane narzędzia komunikacyjne, m.in. mechanizmy publikacji oparte na współpracy czy systemy *peer-to-peer*[1].

Wciąż brakuje jednoznacznej definicji określającej nowe zjawisko. Najczęściej w dyskursie medialnym przywoływane są dwie nazwy: *advocacy media* i *grassroots journalism*. Pierwsza odnosi się do działań wykorzystujących narzędzia, jakimi są kanały informacyjne oraz techniki dziennikarskie, do promocji oraz generowania społecznego poparcia dla zmian określonych norm lub działań politycznych. *Grassroots journalism* z kolei to rodzaj dziennikarstwa uczestniczącego, mający na celu umożliwienie tworzenia i publikowania informacji przez ludzi, których dane wydarzenia bezpośrednio dotyczą[2]. Bowman i Willis opisują ten model następująco:

> [dziennikarstwo uczestniczące] to działanie człowieka lub grupy osób, odgrywających aktywną rolę w procesie pozyskiwania, raportowania, analizy i rozprzestrzenienia informacji i wiadomości. Celem uczestnictwa jest dostarczanie niezależnych, solidnych, dokładnych, wszechstronnych i istotnych informacji, których potrzebuje demokracja[3].

Przepływ informacji funkcjonujący w mediach tradycyjnych okazał się dysfunkcjonalny na poziomie internetu. Informacja w sieci nie płynie bowiem z jednego, ale z wielu różnorodnych centrów medialnych, z którego przez poszczególne kanały dociera do odbiorców. Model *peer-to-peer* zakłada, że każdy aktywny użytkownik sieci staje się, jak określił to w swojej książce *The Elements of Journalism* John Seely Brown, badacz zajmujący się dziennikarstwem internetowym, „pro-summersem", czyli hybrydą między konsumentem (*consumer*) i producentem (*producer*)[4]. Głównym założeniem jest kooperacja luźno powiązanych z sobą jednostek. Nie ma jednego dominującego centrum kontrolującego wychodzące informacje, są one filtrowane przez samych użytkowników sieci. Wstępny zarys informacji przechodzi przez wszystkich zainteresowanych użytkowników, a każdy z nich może zaproponować własne wersje lub poprawki, które dalej poddane dyskusji i krytyce przyczyniają się do budowy ostatecznego kształtu newsa. Istnieją co prawda pewni liderzy — edytorzy, wydawcy, moderujący dyskusję, ale mechanizm skutecznie uniemożliwia im całkowitą kontrolę nad rezultatami pracy. W ten sposób budowana jest relewantność, wiarygodność oraz etyka publikacji. Na podobnej zasadzie tworzona jest internetowa encyklopedia *Wikipedia*.

Nowy kształt przepływu informacji spowodował wyłonienie się nowego medialnego ekosystemu. Zhierarchizowany, komercyjny porządek medialny, ze sztywnymi

---

[1] S. Bowman, C. Willis, *We media* [online], 2003 (dostęp: 6 października 2010) http://www.hepergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

[2] C. Atton, *Approaching alternative media: Theory and methodology* [online], 2001 (dostęp: 6 października 2010) cciteseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doci=10.1.1.108.9424.

[3] S. Bowman, C. Willis, *op. cit*.

[4] *Ibidem*.

© for this edition by CNS

zasadami i normami funkcjonowania oraz nastawiony na reklamodawców zastąpiony został sieciowymi społecznościami, które wprowadziły dialog, współpracę i równość jako fundamenty organizacji. Informacje wytwarzane przez media tradycyjne są przez społeczności sieciowe poddawane dyskusji, rozszerzane i uzupełniane. Jednocześnie użytkownicy sieci tworzą relacje z wydarzeń, których są świadkami. Są one następnie podchwytywane przez media komercyjne, a w dalszej kolejności wykorzystywane jako źródło inspiracji i pomysłów dla własnych newsów[5].

Dan Gillmor, dziennikarz i jeden z twórców ruchu *We media*, przedstawił podstawowe założenia dziennikarstwa uczestniczącego. Po pierwsze, zakłada, że czytelnik jest lepiej poinformowany w pewnych kwestiach niż on sam. Należy go zatem traktować nie jako zagrożenie, lecz raczej jako kogoś, dzięki komu można stworzyć coś lepszego. Po drugie, dialog i współpraca pozwalają na rozwój nowych umiejętności. Interaktywność i komunikacja jest zatem niezbędnym elementem osiągnięcia sukcesu[6]. Tradycyjni dziennikarze próbują dyskredytować nowe podejście do dziennikarstwa. Jednak zdaniem Scotta Rosenberga jest oczywiste, że nowe media nie stanowią zagrożenia dla tradycyjnego dziennikarstwa. Nie podejmują rywalizacji z profesjonalnymi mediami, a są jedynie ich uzupełnieniem[7].

Zadania i problemy mediów alternatywnych

Dziennikarstwo uczestniczące zostało szybko zaadaptowane, jako doskonałe narzędzie transferujące informacje przez grupy wykluczone z medialnego dyskursu. Nowe narzędzia komunikacji otworzyły im drogę do tworzenia oraz wymiany informacji na poziomie globalnym. Środowiska kontrkulturowe, wykorzystując szereg różnorodnych możliwości technicznych, stworzyły własne tuby informacyjne — będące w opozycji do mainstreamowego nurtu mediów — różnorodny świat mediów alternatywnych.

Media alternatywne nie są zjawiskiem nowym. Jeszcze kilka dekad temu funkcjonował w Polsce tak zwany drugi obieg prasy, publikujący informacje będące przeciwwagą dla PRL-owskiej propagandy, relacjonujący działania prowadzone przez opozycję, a także dokonujący przedruków, zakazanych w głównym nurcie, artykułów z prasy zachodniej. Mimo że tworzenie, drukowanie i kolportowanie tego typu wydawnictw było niebezpiecznie i bezpardonowo zwalczane przez komunistyczne władze, funkcjonowała duża liczba tytułów. Drugi obieg informacji stanowił bowiem dość ważny element integracyjny całego środowiska opozycji, a jednocześnie był narzędziem walki z komunizmem.

---

[5] *Ibidem*.
[6] D. Gillmor, *We the Media*, Sebastopol 2004, s. 15.
[7] S. Bowman, C. Willis, *op. cit*.

© for this edition by CNS

Oprócz drugiego funkcjonował w Polsce także trzeci obieg prasy. Był to świat zinów, fanzinów, newsletterów i biuletynów tworzonych przez środowiska kontestacyjne — pacyfistów, anarchistów, punkowców, skinheadów i wszelkiej maści rewolucjonistów. Z jednej strony, celem pism trzeciego obiegu była również próba demaskacji propagandy komunistycznej. Z drugiej zaś, były one także przejawem walki z samą opozycją. Pomimo że na co dzień środowiska kontrkulturowe walczyły razem z opozycją przeciw władzy komunistycznej, to jednak nie zgadzały się z jej wizją zmian systemowych. Podstawowym celem opozycji było bowiem przejęcie władzy, podczas gdy środowiska kontestacyjne, głównie anarchistyczne, dążyły do głębszych przemian społecznych. Alternatywę dla świata postreżimowego przedstawiały zatem na łamach własnych wydawnictw.

Pisma trzecioobiegowe, równie liczne jak te opozycyjne, różniły się jednak technikami tworzenia. Strony, łamane w sposób awangardowy, wypełnione były niekonwencjonalnymi formami i pomysłami. Zwłaszcza jeśli chodzi o art ziny, tworzone przez środowiska artystyczne. Kolumny łamane były zarówno wertykalnie, jak i horyzontalnie. Strony składały się w harmonijkę. Ikoniczność i symboliczność stały na równi z tekstem. Jeszcze bardziej nowatorskie okazywały się punkowe art ziny, które najczęściej z powodów zarówno finansowych, jak i technologicznych tworzone były odręcznie. Litery wycinano z innych magazynów i wyklejano z nich treść zinów. Tak zmontowana całość gotowa była do powielania. Jak podsumowuje ten okres Anna Mikołejko:

> [...] kakofonia krojów i czcionek, szokujące napisy zestawione z wyciętych liter i fragmentów tytułów, przecinają płaszczyznę papieru we wszystkich kierunkach. Całość robi wrażenie ściany najeżonej graffiti niż gazety[8].

Samo pojęcie prasy alternatywnej nie jest jednak tworem polskim. Pierwsze pisma alternatywne powstały już w latach pięćdziesiątych XX wieku. Tworzone były przez środowiska kontrkulturowe, które miały na celu wyrażać swój sprzeciw wobec oficjalnej propagandy władzy. Zarzucano jej, że wykorzystując media publiczne służyła jedynie politycznym interesom, a nie społeczeństwu. Oskarżając oficjalne media o dezinformację, cenzurowanie niewygodnych faktów, nakłanianie do nieograniczonej konsumpcji i uniformizacji społeczeństwa, środowiska kontestatorskie postanowiły stworzyć własne media pozbawione powyższych cech. W przeciwieństwie do mediów korporacyjnych zamierzali ukazywać pełny obraz świata[9].

Przeciwnie do współczesnego pojmowania mediów alternatywnych, te sprzed kilku dekad stawiały przed sobą zupełnie inne cele. Po pierwsze, miały być nośnikiem treści społecznych. Nie były nastawione na zysk, choć kilka z nich, działających wcześniej w środowiskach alternatywnych, zaczęło funkcjonować w korporacyjnym świecie mediów. Podobnie zresztą jak ich niekonwencjonalne pomysły w dość istotny

[8] A. Mikołejko, *Trzeci obieg*, „Konfrontacje" 14, 1989, nr 2, s. 16.
[9] A. Jawłowska, *Drogi kontrkultury*, Warszawa 1975, s. 195–200.

© for this edition by CNS

sposób zrewolucjonizowały prasę, głównie kolorową. Po drugie, media alternatywne, ze względu na ograniczoną dostępność do środków przekazu, ograniczały się jedynie do prasy. Po trzecie, media te świadomie rezygnowały z przynależności do głównego nurtu mediów, działając niejednokrotnie (a w Polsce zupełnie) nielegalnie. Będąc pismami niszowymi, docierały jedynie do małej grupy odbiorców zainteresowanych danymi problemami. Rzadko wychodziły one do szerokiej publiczności — zamykając się we własnych gettach, skazywały się na marginalność.

Pozostaje pytanie, czym zatem są media alternatywne dziś, w dobie swobodnego dostępu do informacji, różnorodności mediów, w świecie pozbawionym granic? Czym jest dziennikarstwo XXI wieku i czy rzeczywiście określone działania, głównie w świecie wirtualnym, należy określać mianem dziennikarstwa, paradziennikarstwa czy jakąś inną nazwą?

Michel Albert, jeden z twórców niezależnego portalu internetowego Znet, w jednym ze swoich artykułów poświęconych mediom alternatywnym, zadaje zarówno sobie, jak wszystkim czytelnikom podstawowe pytania dotyczące wyobrażenia owych mediów. Jedną z kluczowych kwestii jest to, czy media alternatywne powinny być alternatywnymi odpowiednikami mediów mainstreamowych co do formy, zawartości, sposobu funkcjonowania? Czy media alternatywne powinny być swoistym, autonomicznym centrum medialnym? W końcu czy powinny wykorzystywać media korporacyjne do głoszenia własnych idei? Jaka działalność medialna może być alternatywna?[10]

Istnieje wiele koncepcji mediów alternatywnych, ale wśród nich jest kilka elementów, co do których panuje powszechna zgoda. Po pierwsze, media te powinny mieć zdecentralizowaną organizację. Typowa hierarchiczność powinna być minimalizowana, a w dalszej perspektywie wyeliminowana całkowicie. Hierarchiczny proces decyzyjny powinien zostać zastąpiony zasadami radykalnej demokracji oraz pełnym uczestnictwem jednostek w produkcji mediów. Wszyscy zaangażowani w proces tworzenia mediów mają prawo do wyrażania swojego głosu, a każdy głos ma taką samą wartość. Po drugie, relacje z odbiorcami powinny opierać się na takich samych zasadach jak wewnętrzna organizacja, a także być spójne z wartościami i normami głoszonymi na zewnątrz. Ponadto nie można tworzyć mediów dla widowni jednorazowej, atrakcyjnej jedynie z punktu widzenia reklamodawców. Przeciwnie. Publiczność musi być wszechstronnie zorientowana i bezpośrednio związana z danym tematem[11].

Media korporacyjne swoją działalność zawdzięczają reklamodawcom, stąd dążą do zdobycia jak największej publiczności w celu maksymalizacji zysków. Zarabiają zatem „sprzedażą" określonej publiczności. Tymczasem media alternatywne sta-

[10] M. Albert, *What makes alternative media alternative?* [online] (dostęp: 6 października 2010) http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/alberttext.html.

[11] *Ibidem*.

© for this edition by CNS

wiają przed sobą odmienne cele. Podstawą staje się propagowanie własnych idei przez określone grupy subkulturowe. Jednocześnie, w przeciwieństwie do komercyjnego świata mediów, gdzie trwa nieustanna walka między medialnymi graczami, zamiast rywalizacji postulowana jest zasada kooperacji. Zdaniem Alberta, poszczególne ośrodki medialne powinny się wzajemnie wspierać, współpracować, a nie nastawiać się jedynie na własną działalność. W przyszłości media te mają stanowić alternatywny projekt jako całość. Powinny zawierać nie tylko odmienne treści, ale również propagować nowe i kreatywne podejście do komunikowania[12]. Należy koncentrować się przede wszystkim na życiu codziennym i potrzebach zwykłych ludzi[13].

Podstawową cechą mediów alternatywnych jest włączenie społeczności lokalnej do ich tworzenia na każdym etapie. Michael Traber krytykuje koncepcje mediów mainstreamowych za marginalizowanie roli pojedynczego człowieka. W jego przekonaniu media korporacyjne służą jedynie elitom, władzom oraz wszelkiego rodzaju celebrytom. Rola obywatela ogranicza się jedynie do wyrażania swoich głosów przez sondy, ankiety oraz kiedy staje się on aktorem medialnych wydarzeń, typu katastrofy czy wojny[14]. Chris Atton dodaje do tego, że media pomijają w swoich relacjach problemy różnorodnych grup zawodowych, religijnych czy społecznych, zasłaniając się ich marginalizacją. Jednak, jak przyznaje, wcale nie jest to marginalna grupa odbiorców. Choć niejednokrotnie w samym wydarzeniu bierze udział garstka ludzi, to jednak zainteresowanie tym wydarzeniem wśród innych osób rozsianych w różnych miejscach jest duże. Często wydarzenie, z udziałem garstki osób, jest częścią globalnej akcji odbywającej się w kilkuset miejscach jednocześnie[15]. Można do tego zaliczyć wszelkiego rodzaju akcje organizowane przez związkowców, organizacje, takie jak Amnesty International czy Greenpeace. Jedynie duże wydarzenia, jak milionowe marsze antywojenne czy spotkania alterglobalistów podczas szczytów państw rozwiniętych, przykuwają uwagę mediów komercyjnych. Media alternatywne pozwalają zatem dojść do głosu wykluczanym przez mainstreamowe media grupom społecznym.

Dziennikarz Jeff Jarvis twierdzi, że

> dziennikarstwo coraz bardziej staje się własnością publiczności. Nie oznacza to, że nie ma w nim miejsca dla profesjonalnych dziennikarzy, którzy zawsze są i będą potrzebni do zbierania faktów, zadawania odpowiednich pytań i rozpowszechniania treści wśród szerszej widowni. Czego ja się nauczyłem, to tego, że dając ludziom szansę, mają oni bardzo wiele do powiedzenia. Internet jest pierwszym medium należącym do ludzi, publiczności, pierwszym medium dającym ludziom głos[16].

---

[12] *Ibidem*.
[13] C. Atton, *op. cit*.
[14] *Ibidem*.
[15] *Ibidem*.
[16] Cyt. za: D. Gillmor, *op. cit.*, s. 11.

© for this edition by CNS

Media, podobnie jak współczesne społeczeństwo, zaczynają opierać się poziomej, niehierarchicznej organizacji. „Współpraca twórcza w elastycznych zespołach pozwala na wymianę informacji i kreatywnych pomysłów, które dają przewagę na wysokokonkurencyjnym rynku. Połączenia poziome umożliwiają właściwy przepływ informacji”[17]. Z owej zupełnie nowej filozofii czerpią nowe media. Technologiczne nowinki softwarowe pozwalają na publikowanie i współpracowanie w sieci w sposób dziecinnie prosty, przez co media stały się zdecentralizowane.

Amerykańscy badacze mediów Bill Kovach i Tom Rosenstiel zauważają, że sposoby zdobywania przez ludzi informacji przeszły ogromną zmianę. Każdy przełomowy wynalazek jest przyczyną wielu istotnych zmian. Działo się tak w przeszłości wielokrotnie. Nie inaczej jest z internetem, który całkowicie zmienił sposób pozyskiwania i wykorzystywania informacji. Internet jest tym medium, które powoduje, że dostęp do źródeł informacji nie jest już domeną kilku agencji prasowych, ale każdego użytkownika sieci. Co więcej, to demokratyczne medium pozwala każdemu użytkownikowi stać się źródłem informacji[18].

Zarys historii Indymediów

Najlepszą egzemplifikacją mediów alternatywnych wpisujących się w przedstawiony powyżej medialny ekosystem jest Independent Media Center (IMC), zwany również Indymediami. Jest to światowa sieć niezależnych ośrodków medialnych, zbudowanych na zasadzie wolontariatu, skupiająca reporterów i dziennikarzy zajmujących się dziennikarstwem społecznym (*grassroot journalism*)[19].

Indymedia wpisują się w nurt, który John Hartley, profesor z Uniwersytetu w Cardiff, nazywa demokracją komunikatywną. Dzięki internetowi mogą zaistnieć wartości nie tylko powszechnie dominujące, ale również nowe, konkurencyjne dla tradycyjnego myślenia teorie. Dominujący model dziennikarstwa funkcjonuje obecnie jedynie w tradycyjnych, zinstytucjonalizowanych grupach. Rozwój internetu przyczynił się do transformacji dziennikarstwa, rozszerzając je o demokratyczną regułę mówiącą, że „każdy jest dziennikarzem, a dziennikarstwo jest wszędzie”[20].

Jednak, jak zauważa Atton, Indymedia nie są pierwszymi mediami alternatywnymi prezentującymi treści opozycyjne względem dominującego w mediach masowych dyskursu. Nie pierwszy raz zdarza się również, że media współpracu-

[17] T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 40.

[18] S. Bowman, C. Willis, *op. cit*.

[19] W swoim motto twórcy opisują projekt jako kolektyw niezależnych organizacji medialnych oraz setki dziennikarzy oferujących społeczne (*grassroot*), niekorporacyjne relacje. Indymedia stanowią sieć centrów mediów demokratycznych do tworzenia radykalnych, dokładnych, opowiadanych z pasją prawd, www.indymedia.org.

[20] C. Atton, *An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity*, Edinburgh 2004, s. 36–37.

© for this edition by CNS

ją z członkami radykalnych organizacji oraz aktywistami społecznymi i politycznymi. W końcu zdecentralizowane działanie i kolektywne podejmowanie decyzji nie jest zasługą twórców Indymediów[21]. Jednak to właśnie grupie międzynarodowych aktywistów z IMC należy się zasługa za rozpropagowanie modelu *open publishing*, który pozwolił na wcielenie w życie zasady wielokrotnie pojawiającej się wśród twórców mediów alternatywnych — „każdy jest dziennikarzem". Hasło to należy rozumieć nie w tradycyjnym znaczeniu dziennikarza — „pracownika instytucji medialnej i medialnego biznesu, pracownika wyuczonego w metodach pozyskiwania informacji i konstruowania narracji, człowieka uprzywilejowanego do opowiadania historii", ale jako próbę stworzenia nowego, bardziej pluralistycznego środowiska medialnego, otwartego na tematy wykluczone z głównego nurtu medialnego, podejmującego kwestie mało popularne społecznie oraz, co najważniejsze, pozwalające na tworzenie informacji każdemu człowiekowi[22]. Jak podkreślają pomysłodawcy Indymediów, „ludzie [...] tworzą media poprzez publikowanie własnych artykułów, analiz i informacji na stronie z każdego komputera podłączonego do sieci"[23]. Independent Media Center, funkcjonujące dość spontanicznie na poziomie lokalnym, regionalnym i międzynarodowym, wykorzystując światową platformę cyfrową, jaką jest internet, stworzyły wydajną i tanią sieć ośrodków medialnych. Dodatkowo działalność internetowa wspierana jest również narzędziami i metodami mediów tradycyjnych[24].

Australijski badacz mediów Graham Meikle wymienia trzy źródła, z których wywodzi się tożsamość Indymediów. Pierwsze związane jest z kulturą *open source*, a dokładnie z wykorzystanym po raz pierwszy na światową skalę w Seattle, podczas protestów przeciwko polityce WTO, oprogramowaniem stworzonym przez australijskich aktywistów z organizacji Community Activist Technology. Wcześniej wykorzystywane było ono przez społeczność Sydney do informowania o społecznych wydarzeniach, akcjach, prelekcjach i seminariach. Dzięki oprogramowaniu, każdy mógł dodać na stronę plik audio, wideo, plik tekstowy, zdjęcia i na bieżąco relacjonować wydarzenia. Narzędzie to stało się podstawą funkcjonowania Indymediów[25].

Drugie źródło, wymieniane przez Meikle'a, związane jest z długą historią mediów alternatywnych, z „politycznie opozycyjnymi mediami oferującymi radykalne alternatywy" do mainstreamowej debaty publicznej. Media te charakteryzują się samozarządzaniem i całkowitą autonomią poszczególnych ośrodków lokalnych. W przeciwieństwie do mediów tradycyjnych, wykorzystujących wertykalny przepływ informacji,

[21] C. Atton, *Alternative Media*, London 2002.

[22] G. Meikle, *Indymedia and the new net news* [online], 2003 (dostęp: 6 października 2010) http://journal.media-culture.org.au/0304/02-feature.php.

[23] www.indymedia.org.

[24] D. Kidd, *The Independent Media Center: A new model* [online], 2003 (dostęp: 6 października 2010) http://docs.indymedia.org/pub/Global/ImcEssayCollection/ImC_a_New_Model.pdf.

[25] G. Meikle, *op. cit*.

© for this edition by CNS

Indymedia stawiają na horyzontalny przepływ informacji, idee otwartego publikowania i powszechną partycypację w mediach. Jawią się one jako swoiste forum dla różnorodnych punktów widzenia niemieszczących się w ramach ogólnomedialnego schematu[26].

W końcu trzecim źródłem tożsamości Indymediów jest kultura DIY (*do-it-yourself*), mająca swój początek w środowiskach punkowych i wydawanych przez nich we własnym zakresie, w ramach swoich możliwości płyt, kaset, zinów. W kontekście mediów definicja DIY sprowadza się do aktywizacji społeczeństwa do definiowania i tworzenia własnych ośrodków medialnych. Związane jest to również z samodzielną produkcją, montażem oraz dystrybucją[27]. IMC stały się wspólną platformą współpracy ludzi o różnych zawodach. Ponadgeneracyjną kooperacją młodych i starszych aktywistów medialnych, artystów, wydawców zinów i niezależnej prasy, twórców ministacji radiowych i niezależnych stacji telewizyjnych[28].

Powstanie Indymediów jest ściśle połączone z obradami Światowej Organizacji Handlu (World Trade Organization — WTO) w Seattle w listopadzie 1999 roku. W tym samym czasie w mieście pojawiło się ponad 100 tys. aktywistów, przedstawicieli organizacji politycznych i społecznych, którzy protestowali przeciwko polityce WTO. Demonstranci pochodzili z różnorodnych opcji politycznych, wyznaniowych, ideologicznych. Jednak łączył ich wspólny cel — sprzeciw wobec działań Światowej Organizacji Handlu. Spotkanie alterglobalistów, jak zaczęto nazywać po tym wydarzeniu uczestników tak zwanych antyszczytów, podzielone było na kilka części obejmujące wykłady, wszelkiego rodzaju warsztaty, a przede wszystkim demonstracje. Indymedia skupiły w jednym miejscu przedstawicieli różnorodnych organizacji związanych z ruchem Global Justice Movement (GJM). Porozrzucane po całym świecie grupy, choć wcześniej razem współpracowały, otrzymały w końcu wspólną i bezpośrednią platformę do komunikacji, dyskusji i podejmowania działań. Od czasów Seattle Indymedia stały się swoistą marką (*trademark*) dla GJM, radykalnych mediów, dziennikarstwa społecznego i silnej opozycji wobec neoliberalnego ładu politycznego.

W trakcie trwania protestów media korporacyjne skupiły się na relacjonowaniu atrakcyjnych wycinków wydarzeń, ignorując wiele innych działań. Media komercyjne pokazywały obrazy ulicznej wojny demonstrantów z policją, pozbawiając ten obraz komentarza dotyczącego celów protestów oraz alternatyw proponowanych przez środowiska GJM. Przygotowani na taki stan organizatorzy stworzyli własne centrum medialne, skąd relacjonowali przebieg protestów. Międzynarodowi wolontariusze stworzyli Niezależne Centrum Medialne (Independent Media Center), skąd opowiadali o wydarzeniach z własnego punktu widzenia.

---

[26] *Ibidiem*.
[27] *Ibidiem*.
[28] D. Kidd, *op. cit*.

© for this edition by CNS

Ta współpraca zapoczątkowała powstanie Independent Media Center, które było pierwszym światowym centrum dziennikarstwa zaangażowanego społecznie, które ciągle się rozrastało, jak również jako pierwsze wykorzystało efektywnie nowe technologie informacyjne w strukturze opartej na decentralizacji i wspólnym podejmowaniu decyzji[29].

Centrum medialne zaczęto przygotowywać kilka miesięcy przed planowanym spotkaniem WTO. Jako powód stworzenia tego projektu, Jeff Perlstein, jeden z inicjatorów, podaje:

Jako ktoś zaangażowany w tworzenie projektów mediów niezależnych, zacząłem zdawać sobie sprawę, że nie możemy pozwolić, by CNN i ABC były jedynymi, które będą opowiadać tę historię. Że musimy rozwinąć własną alternatywną sieć. To stąd pochodzi idea centrum medialnego — potrzeba społeczności do kontrolowania ich własnych wiadomości. Dlatego uruchomiliśmy newsroom oparty na społecznym zaangażowaniu ludzi[30].

Przez cały okres przygotowań rosła ilość osób tworzących IMC. Oprócz osób indywidualnych swoją pomoc zaoferowały niezależne, doświadczone w dziennikarstwie społecznym projekty medialne, jak Paper Tiger TV, Deep Dish TV, oraz wiele mniejszych grup działających na zasadach propagowanych przez Indymedia. Dzieliły się swoimi doświadczeniami, sprzętem i pomysłami. Całość została sfinansowana jedynie z własnych środków oraz z drobnych datków wpłacanych przez sympatyków.

Przystąpiliśmy do działania na osiem tygodni przed WTO. Nie mieliśmy żadnej organizacji. Żadnego miejsca. Żadnych funduszy. Żadnej obsługi.[...] Ludzie bardzo szybko wciągnęli się w to, lokalnie i międzynarodowo. Ktoś powiedział „To jest to, co mogę zrobić. Mogę przynieść stół montażowy, jeśli go nie macie i wszyscy będą mogli z niego korzystać". Albo „Zorganizujemy kilka kamer i pomożemy w wynajęciu czasu satelitarnego"[31].

W ten sposób udało się stworzyć centrum, w którym podczas szczytu zaangażowanych było kilkaset osób. W trakcie protestu na bieżąco podawano informacje, co i gdzie się dzieje, koordynowano pracę ponad setki dziennikarzy znajdujących się w różnych miejscach. Nadawano programy przez internetowe radio, publikowano fotografie robione przez uczestników demonstracji, dokumentowano pozaprawne działania policji. Na koniec dnia emitowano półgodzinny program telewizyjny podsumowujący dzień.

W trakcie protestów Indymedia stały się też celem zainteresowania mediów mainstreamowych. Wszystkie liczące się stacje starały się dowiedzieć czegoś na temat, jak opisywała to sieć CNN, „armii reporterów wolontariuszy"[32]. Główne media zaskoczone były tą powszechną mobilizacją, samoorganizacją i zaangażowaniem. Dzięki możliwości wykorzystania ponad setki(!) kamerzystów zasięg relacji był większy

[29] *History & ramifications of the Independent Media Center*, Seattle 1999 http://www.socialtechnology.net/node/view/110.

[30] *We are everywhere: Indymedia: don't hate the media* [online], 2009 (dostęp: 6 października 2010) www.weareeverywhere.org, s. 230.

[31] *Ibidem*, s. 232.

[32] http://archives.cnn.com/1999/US/12/02/wto.indymedia/.

© for this edition by CNS

i bardziej wszechstronny niż stacji komercyjnych, które dysponowały zwykle dwiema osobami z kamerą[33]. Indymedia stały się prawdziwą konkurencją dla mediów głównego nurtu. Dziennie, w trakcie trwania protestów notowały one 1,5 mln odsłon. Okazało się, że nawet media komercyjne, ograniczone małą ilością reporterów, wykorzystywały materiały przygotowywane przez dziennikarzy Indymediów. Zdaniem twórców udało się stworzyć niepowtarzalne materiały, „ponieważ byliśmy na ulicy rozmawiając z ludźmi, czego media mainstreamowe nie robiły. Oni mówili o ludziach, my rozmawialiśmy z ludźmi, wręczaliśmy im mikrofony, pozwalaliśmy im mówić i stać się bezpośrednio zaangażowanym"[34]. Atton podkreśla, że charakterystyczną cechą Indymediów jest przedstawianie wydarzeń jeszcze niezakończonych, relacjonowanych często na żywo w pierwszej osobie. W mediach głównego nurtu forma ta jest zarezerwowana dla felietonistów, komentatorów, a nie reporterów. *Native reporter*, jak określa ten typ narracji, w mediach mainstreamowych jest marginalnym, niewiarygodnym źródłem informacji. Tymczasem w mediach radykalnych taki typ dziennikarstwa stanowi podstawę narracji[35].

Organizacje i środowiska związane z Indymediami nie były jedynymi reprezentantami organizacji społecznych wyrażających swój sprzeciw wobec polityki WTO. Znalazła się tam również liczna delegacja organizacji pozarządowych (NGOs), takich jak The International Forum on Globalization, Global Alliance, Corporate Europe Observatory, Friends of the Earth, Public Citizen, Sierra Club, Oxfam i The Institute for Agricultural and Trade Policy. Jednak istnieje diametralna różnica w podejściu do działania przez te dwa środowiska. Organizacje NGOs są sponsorowane przez anglosaskie firmy i fundacje. Choć przedstawiają propozycje zmian neoliberalnej polityki, to jednak sposób ich działania, relacje z różnorodnymi organizacjami są takie same jak w środowiskach politycznych. Jak podkreśla amerykańska badaczka mediów Dorothy Kidd, organizacje NGOs są reprezentowane przez odpowiednio wyszkolone osoby zajmujące się komunikacją. Zapraszani są oni na różnorodne polityczne szczyty, pracując podobnie jak politycy. Swoje postulaty prezentują poprzez konferencje prasowe, reklamy telewizyjne, raporty i wystąpienia. Nie mają natomiast bezpośredniego kontaktu z grupami, które reprezentują. Indymedia natomiast nie szkolą własnych reprezentantów i nie przygotowują konferencji prasowych. Zamiast tego wysyłają setki swoich dziennikarzy uzbrojonych w kamery i mikrofony i prezentując materiały przez nich przygotowane, pokazują problemy występujące w danych środowiskach[36].

Idea mediów społecznie zaangażowanych, niezależnych i niezhierarchizowanych bardzo szybko rozniosła się najpierw po Stanach Zjednoczonych, a następnie po innych krajach. Ludzie, którzy aktywnie uczestniczyli w pracach IMC w Seattle lub też otarli się o ich funkcjonowanie, zaczęli przenosić idee oraz sposób organizacji

[33] *We are everywhere*..., s. 239.
[34] *Ibidem*, s. 239–240.
[35] C. Atton, An *Alternative Internet*..., s. 35.
[36] D. Kidd, *op. cit.*, s. 4–5.

© for this edition by CNS

Indymediów do własnych społeczności. Początkowo nowe ośrodki IMC powstawały przede wszystkim w miejscach, w których odbywały się globalne protesty, do obsługi medialnej tego wydarzenia. Z czasem aktywiści zaczęli kopiowiać tę ideę w lokalnych środowiskach, opisując mniejsze, lokalne akcje. W ten sposób narodziła się światowa sieć IMC, która obecnie liczy ponad 170 lokalnych ośrodków, funkcjonujących na poziomie lokalnym, regionalnym i międzynarodowym. Sieć jest bardzo zróżnicowana. Tworzona jest w ponad dwudziestu językach przez ponad trzydzieści narodowości w wielu zróżnicowanych ekonomicznie miejscach, niezależnie od poziomu rozwoju technicznego i informatycznego[37]. Przykładami mogą być ośrodki IMC funkcjonujące wśród Indian ze stanu Chiapata, IMC Palestyna (obecnie zamknięte), Białoruś, Armenia.

Indymedia — misja i wartości

Środowiska skupione wokół IMC wywodzą się z różnorodnych grup społecznych, politycznych czy nawet wyznaniowych. Jednak wspólna pozostaję ich misja. W swoim motcie podkreślają, że Indymedia to

> kolektyw niezależnych organizacji medialnych i setek dziennikarzy oferujących oddolne, niekomercyjne dziennikarstwo [...] to demokratyczna organizacja wspomagająca radykalne, dokładne i namiętne przedstawianie prawdy. Pracujemy pełni miłości i inspiracji dla ludzi, którzy kontynuują pracę dla lepszego świata pomimo medialnych zniekształceń i niechęci do pokazywania [naszych] działań na rzecz wolnego społeczeństwa[38].

Choć sens motta jest wspólny dla każdego ośrodka IMC, to jednak każde lokalne centrum stanowi swoistą autonomiczną grupę, mogącą w sposób dowolny definiować własne cele.

IMC, jako sieć luźnych grup medialnych, choć nie mają jednego, wspólnego programu, to skupione są wokół podobnych wartości. Każdy nowy ośrodek musi respektować ustalone zasady i starać się wprowadzać je w życie. Pierwszą zasadniczą wartością jest działanie w oparciu o równość, decentralizację i lokalną autonomię. Środowiska Indymediów podkreślają to przez całkowite odcięcie się od scentralizowanych, biurokratycznych procesów funkcjonowania, stawiając na samoorganizację poszczególnych grup lokalnych, które same są w stanie najlepiej wysondować najważniejsze tematy. Każdy ośrodek IMC dostrzega znaczenie procesu zmian społecznych i czuje się zobowiązany do rozwijania niehierarchicznych, antyautorytarnych relacji od interpersonalnych więzi do grupowej dynamiki. Dlatego ośrodki „powinny organizować swoją pracę kolektywnie oraz decyzje podej-

[37] D. Morris, *Globalization and media democracy: The case of Indymedia* [online], 2003 (dostęp: 6 października 2010) http://www3.fis.utoronto.ca/research/iprp/c3n/CI/DMorris.htm.

[38] http://www.indymedia.org/en/index.shtml.

© for this edition by CNS

mować w oparciu o zasadę konsensusu i rozwijać bezpośredni, uczestniczący proces demokratyczny, który jest przejrzysty dla wszystkich członków"[39]. Tym samym jedynym akceptowalnym modelem mediów jest horyzontalny przepływ informacji, niezamykający nikomu drogi dostarczania i prezentowania informacji. Każdy ośrodek Indymediów działa na zasadach *non-profit*. W działalność IMC zaangażowani są zarówno dziennikarze pełnoetatowi, jak i wolontariusze, którzy dostarczają informacji i relacjonują wydarzenia bezpośrednio z ulicy. Socjolog Douglas Morris podkreśla, że środowiska Indymediów zaadaptowały do swojej pracy filozofię kooperacji i decentralizacji oraz radykalnych praktyk organizacji demokratycznych. Począwszy od XIX-wiecznych organizacji środowisk robotniczych, ruchów politycznych lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku, na ruchu feministycznym, radykalnych grupach pokojowych i ruchu „Zielonych" lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku kończąc[40].

Kolejną podstawową wartością Indymediów jest powszechny, swobodny dostęp do informacji, będący „warunkiem wstępnym do budowy bardziej wolnego i sprawiedliwego społeczeństwa"[41]. Indymedia powstały dzięki wykorzystaniu wolnego oprogramowania. Propagowanie idei *open source* jest nie tylko kwestią wdzięczności dla twórców wolnego oprogramowania, ale także wpisuje się w idee funkcjonowania IMC. Wolne oprogramowanie ma przełamywać geograficzne bariery i umożliwiać oraz ułatwiać dostęp do informacji w miejscach, gdzie jest on utrudniony lub wręcz zablokowany, jak chociażby w przypadku IMC Białoruś. Dodatkowo *open source* pozwala na ciągłe udoskonalanie oprogramowania dzięki powszechnemu dostępowi do kodów, przez co nie tylko autor programu, ale każdy, kto jest w stanie dodać kolejną cegiełkę, może przyczynić się do rozwoju oprogramowania. Aktywiści Indymediów dość mocno akcentują zasadę korzystania z *open code* oraz wszelkiego wolnego oprogramowania, które ma przyczynić się do rozwinięcia cyfrowej infrastruktury, a także do wzrostu niezależności, by nie polegać na prawnie chronionym oprogramowaniu[42].

Z idei wolnego oprogramowania wywodzi się kolejna, rewolucyjna w mediach, zasada *open publishing*, czyli otwartego publikowania. Matthiew Arnison, jeden z twórców oprogramowania dla IMC, definiuje tę idee następująco:

> Otwarte publikowanie oznacza, że proces tworzenia informacji jest całkowicie transparentny dla czytelników. Mogą sami przyczyniać się do jej powstawania i obserwować jej natychmiastowe pojawienie się w miejscach przeznaczonych do publikowania. Artykuły filtrowane są w tak niewielkim stopniu jak to tylko możliwe, by umożliwić czytelnikom znalezienie tego czego szukają. Czytelnicy mają także wgląd w decyzję innych użytkowników podczas procesu decyzyjnego dotyczącego publikowanego artykułu. Mogą otrzymać informację jak zaangażować się w proces podejmowania edytorskich decyzji. Jeśli

[39] www.indymedia.org.
[40] D. Morris, *op. cit*.
[41] FAQ, www.indymedia.org.
[42] *Ibidem*.

© for this edition by CNS

są w stanie stworzyć lepsze oprogramowanie mogące stworzyć lepszy system edytorski, można skopiować oprogramowanie, bowiem jest ono całkowicie wolne, udoskonalić je i uruchomić własny serwis[43].

Otwarte publikowanie pozwala, zgodnie z ideą IMC, każdemu użytkownikowi z dostępem do sieci na publikację własnego newsa. W przeciwieństwie do modelu mediów masowych, gdzie zawartość podlega wielokrotnemu filtrowaniu, segregacji i centralnym decyzjom dotyczącym zawartości, Indymedia proponują przejrzysty, ogólnodostępny model mediów. To użytkownicy decydują o zawartości, tematyce ale również o jakości pojawiających się treści. Pozwala to wzbudzić bardziej krytyczne podejście do mediów tradycyjnych. Negowany jest także model „elitarności" dziennikarzy, profesjonalistów pracujących w medialnych korporacjach. W zamian oferowana jest koncepcja dziennikarstwa społecznego, będącego nie tylko bliżej ludzi i ich spraw, ale też umożliwiającego udział w mediach amatorom. Tym samym granica między nadawcą a odbiorcą staje się niewielka w momencie, kiedy każdy, jak określał to Pierre Levy, może być manipulatorem w mediach[44]. Dodatkowo jednokierunkowy model przepływu informacji, od scentralizowanego nadawcy do anonimowego odbiorcy, zastąpiony jest przepływem wielokierunkowym. Opublikowany news jest komentowany przez czytelników, przez co autor otrzymuje feedback, będący impulsem do skorygowania ewentualnych nieścisłości. Dodatkowo funkcja komentowania służy nie tylko czytelnikom do wyrażania aprobaty lub dezaprobaty, ale także umożliwia autorowi obronę własnych racji. Wywołana w ten sposób debata i dialog stają się kolejnym ważnym elementem mediów alternatywnych. Wielość zdań i opinii daje czytelnikowi pełen obraz danego problemu, a nie, jak w wypadku mediów masowych, narzucony przez politykę redakcyjną sposób myślenia. Nie należy wszakże zapominać o silnym i emocjonalnym przekazie ideologicznym zawartym w publikowanych treściach oraz braku obiektywności.

Z ideą *open publishing* związana jest bezpośrednio zasada *copyleft*. Jest to kolejny element wpisujący się w ideę otwartego komunikowania się. Wszelką treść pojawiającą się na portalach wolnościowych można dowolnie kopiować i wykorzystywać pod warunkiem, że nie jest to wykorzystanie komercyjne. Oczywiście w dalszym ciągu obowiązuje zasada podania źródła i autora utworu. Dzięki temu udostępnione w ten sposób treści, coraz częściej całe książki i opracowania naukowe, trafiają poprzez internet do szerokiej grupy odbiorców. Co ważne, *copyleft* nie działa jedynie w przestrzeni wirtualnej, ale umożliwia także rozprowadzanie materiałów offline.

Open publishing staje się często obiektem ataków ze strony krytyków. Po pierwsze, zarzuca się tej koncepcji, że w założeniach próbuje oddać głos grupom wykluczo-

[43] A. Langlois, *The politics of open publishing*, [w:] A. Longlois, F. Dubois, *Autonomous Media, Activating, Resistance and Dissent*, Ontario 2005, s. 57.

[44] *Ibidem*, s. 48.

© for this edition by CNS

nym, które w dużej mierze nie posiadają dostępu do internetu. Odpowiedzią środowisk Indymediów jest wspomniana zasada *copyleft,* umożliwiająca rozprowadzanie materiałów również w formie offline, co jest jednym ze sposobów dotarcia do osób pozbawionych regularnego dostępu do internetu. Aktywiści IMC starają się ponadto tworzyć miejsca z darmowym dostępem do sieci, dla wszystkich zainteresowanych. W końcu Indymedia to nie tylko same media, ale swoisty ruch, który propaguje swoje poglądy w ogólnodostępnych miejscach, jakimi są *squaty* lub autonomiczne przestrzenie, związane głównie z ruchem anarchistycznym. W miejscach tych regularnie odbywają się wykłady, dyskusje, projekcje filmów związanych z tematyką podejmowaną przez Indymedia.

Drugi zarzut krytyków związany jest z dowolną zawartością mediów, co skutkuje licznymi nadużyciami w postaci reklam, treści pornograficznych, treści rasistowskich itd. Indymedia, konsekwentnie do swoich założeń, starają się nie cenzurować treści. Rzeczywiście prawdopodobnie większość lokalnych ośrodków IMC spotykała się i spotyka w dalszym ciągu z nadużyciami ze strony hakerów oraz negatywnymi działaniami środowisk będących w opozycji do wartości prezentowanych przez środowiska Indymediów. Przyczyniło się to do zmiany polityki redakcyjnej poszczególnych ośrodków IMC. Część z nich zdecydowała się na filtrowanie pojawiających się informacji i niepublikowanie tych, które w sposób rażący łamią politykę redakcyjną. Dla przykładu w Quebec Indymedia, dzięki dodatkowemu oprogramowaniu, wszystkie nowe informacje trafiały najpierw do miejsca, do którego dostęp mieli zarejestrowani użytkownicy, i dopiero po ich akceptacji informacja pojawiała się na stronie[45]. Jednak większość ośrodków IMC przyjęła zasadę wypracowaną przez Seattle Indymedia. Aktywiści z Seattle zaproponowali dwa rozwiązania. Po pierwsze, zaczęli grupować teksty o podobnej tematyce, niezależnie od ideologicznego pochodzenia, w ten sposób tworząc bardziej wyraźny obraz danego tematu. Drugie rozwiązanie jest ucieczką od potencjalnych oskarżeń o cenzurę. Treści niezgodne z polityką redakcyjną nie są trwale usuwane, ale przenoszone do „ukrytego" folderu. Dostęp do tych materiałów nadal mają wszyscy użytkownicy, niepożądana treść usuwana jest jedynie ze strony głównej[46].

Obostrzenia polityki redakcyjnej to ciągle żywy i emocjonalny temat w środowiskach IMC. Wszelkie zmiany są wszechstronnie omawiane i konsultowane, by ostateczny proces moderacyjny był całkowicie transparentny. Kiedy po wspólnej dyskusji zapada decyzja o ukryciu jakiejś treści, redakcja przedstawia powody przesunięcia jej do treści ukrytych oraz w miarę możliwości informuje także drogą mailową autora tekstu, przedstawiając powód przesunięcia. Andrea Langlois zauważa jednak, że w zależności od redaktorów poszczególnych ośrodków IMC róż-

[45] *Ibidem*, s. 51.
[46] www.seattle.indymedia.org.

© for this edition by CNS

ne treści są ukrywane. Dla jednych treści zabronione, niepożądane to teksty o ewidentnym zabarwieniu rasistowskim, antysemickim. Inni wyrzucają niezgodne z filozofią IMC treści reklamowe ugrupowań politycznych zamieszczanych na ich stronach. Część ośrodków jedynie porządkuje zawartość, ukrywając powtarzające się newsy. W końcu niektóre ośrodki wykluczają teksty chociażby na podstawie złej jakości zdjęć. Część lokalnych redakcji Indymediów zmuszona jest do cenzurowania zawartości swojej witryny. Wynika to z prawa, chociażby kanadyjskiego, gdzie pewne treści są prawnie zakazane. Administratorzy muszą zatem filtrować treści, by uchronić swoich pracowników od konsekwencji prawnych[47].

Specyficzną zasadą, zgodną z koncepcją mediów alternatywnych, jest wzajemna współpraca między poszczególnymi jednostkami IMC oraz innymi mediami alternatywnymi. Zamiast konkurencji poszczególne redakcje dzielą się doświadczeniami, pomysłami oraz sprzętem.

Choć Indymedia w swoim manifeście promują swoje witryny jako otwartą przestrzeń dla swobodnej wymiany wszelkich poglądów, niezależenie od przynależności do grup politycznych, to jednak w ostatnim punkcie swojej Deklaracji Jedności *de facto* wykluczają określony krąg polityczny związany z organizacjami skrajnie prawicowymi. Wszystkie IMC

> działają w oparciu o zasadę równości człowieka, bez względu na rasę, płeć, wiek, klasę oraz orientację seksualną. Rozpoznając tradycje kulturowe wewnątrz sieci, zobowiązani jesteśmy do budowania [różnorodności] wewnątrz naszej lokalnej społeczności[48].

Budowanie lokalnych ośrodków IMC opartych na różnorodności kulturowej, wliczając w to imigrantów, mniejszości narodowe i seksualne, różne grupy społeczne i polityczne, jest jednak dość dużym wyzwaniem dla całej ogólnoświatowej sieci IMC. Jak podkreśla jeden z twórców Indymediów Jeff Perlstein:

> Zwracaliśmy dużą uwagę na uczestnictwo i reprezentację. [...] Wkrótce okazało się, że do naszych drzwi pukali głównie ludzie biali — postępowi aktywiści, dobrze wykształceni biali. Intencją całego projektu była szansa dla grup niereprezentowanych, grup nie tylko niepokazywanych w mediach, ale także dla tych, którzy nie mają dostępu do źródeł produkcji medialnej[49].

Douglas Morris podkreśla cztery cechy charakterystyczne dla procesu tworzenia i funkcjonowania Indymediów. Po pierwsze, interaktywność, dzięki której, przez debaty i dyskusje buduje się zawartość mediów. Po drugie, koordynacja prac online. Pokazuje to, że media mogą doskonale funkcjonować jedynie w cyberprzestrzeni. Wszystkie decyzje zapadają głównie podczas debat na listach dyskusyjnych, czatach i drogą e-mailową. Dotyczy to komunikacji na wszystkich i między wszystkimi poziomami Indymediów: lokalnej, regionalnej i międzynarodowej. Po trzecie, design witryn dopasowany jest w pełni do wygody czytania i nawigowania pomiędzy teksta-

[47] A. Langlois, *op. cit.*, s. 51–52.
[48] www.indymedia.org.
[49] *We are everywhere...*, s. 238.

© for this edition by CNS

mi oraz swobody manewrowania między różnymi ośrodkami IMC. Po czwarte, prowadzona jest dokumentacja online, gdzie zbierane są wszelkie materiały dotyczące funkcjonowania Indymediów[50].

Trudno jednoznacznie określić, jakie cele długofalowe stawiają przed sobą aktywiści IMC. Jak wyjaśniają na swojej stronie, główny problem stanowi fakt, że jest to dość luźno zorganizowana grupa. Właściwie każda z zaangażowanych osób może mieć zupełnie odmienny cel. Jednak dwa główne cele towarzyszą Indymediom od początku. Pierwszym jest docieranie do najszerszych grup społecznych, ucząc ich i mobilizując do dziennikarstwa społecznego, prezentując media jako wizję przejęcia przyszłości we własne ręce. Drugim celem jest rozbudowanie oddolnych, niezależnych sieci na całym świecie i na ich bazie stworzenia globalnej konkurencji dla tradycyjnego systemu medialnego, „tak niezależnego, jak tylko to możliwe"[51].

Wizerunek odbiorcy Indymediów

Oglądając relację z zamieszek podczas szczytów WTO, MFW, NATO, nasuwa się pytanie o obraz odbiorcy Indymediów. Jeśli sugerować się jedynie materiałami wideo i fotografiami, niezależnie czy pochodzą one z mediów korporacyjnych, czy samych Indymediów, wyłania się obraz młodego chuligana, nihilisty, dla którego jedyną wartością jest, zgodnie z filozofią anarchistycznego XIX-wiecznego myśliciela Bakunina, sianie powszechnego terroru i zniszczenia.

Jak do tej pory nie zostały opublikowane żadne badania związane z twórcami i odbiorcami polskich Indymediów oraz innych mediów wolnościowych. Jednak opierając się na badaniach Ulli Rannikko[52] z Uniwersytetu Londyńskiego, otrzymujemy bardzo ciekawy obraz odbiorców IMC. Próba została wykonana na 260 osobach z całego świata.

Odbiorcami Indymediów najczęściej są mężczyźni stanowiący ponad 70% wszystkich badanych. Prawie 70% wszystkich czytelników jest poniżej 35 roku życia. Największą grupą wiekową są odbiorcy między 25 a 34 rokiem życia (40% badanych). Jeśli chodzi o zawody czytelników Indymediów, największą grupę stanowią pracownicy wykwalifikowani różnorodnych branż — ponad 31%; drugą najsilniejszą grupą są studenci — prawie 26%; trzecią grupą — samozatrudniający się oraz freelacerzy — ponad 21%. Wynika z tego, że Indymedia docierają przede wszystkim do młodych, aktywnych grup społecznych. Jedynie niespełna 20% badanych należało do grup, do których Indymedia pragną najbardziej dotrzeć.

---

[50] D. Morris, *op. cit*.

[51] FAQ, www.indymedia.org.

[52] U. Rannikko, *Alternative ways of being on audience a case study on users of Indymedia: Summary of surveys results* [online], 2005 (dostęp: 6 października 2010) http://docs.indymedia.org/pub/global/ImcEssayCollection/Ulla_Rannikko_Indymedia_Survey_Report.pdf.

© for this edition by CNS

Czytelnicy IMC nie opierają swojej wiedzy o świecie jedynie na zawartości Indymediów. Jedynie niespełna 2% badanych nie korzysta z innych mediów. Reszta chętnie i często posiłkuje się innymi mediami. Najczęściej są to lokalne gazety oraz stacje radiowe, a także krajowe dzienniki i magazyny (wszystkie wskazania ponad 60%). Aktywnie wykorzystywany jest również internet jako narzędzie zdobywania informacji. Ponad 70% czyta internetowe wersje dzienników, a ponad 63% inne serwisy informacyjne. Indymedia nie są również jedynym źródłem informacji, jeśli chodzi o korzystanie z mediów alternatywnych. Ponad 60% korzysta także z innych alternatywnych stron internetowych.

Pomimo że prawie 70% badanych deklaruje się nie tylko jako czytelnicy, ale również aktywiści Indymediów, to jednak krytycznie podchodzą do zawartości serwisu. Choć ponad 45% badanych uznaje Indymedia za wartościowe źródło informacji, to jedynie 7% (wszystkich badanych) uznaje treści tam zamieszczane za całkowicie prawdziwe i dokładne. Ponad połowa badanych, choć wierzy w prawdziwość i rzetelność informacji, to jednocześnie podchodzi do nich z lekkim dystansem.

Ponad 55% badanych korzysta z serwisu od 3 do 5 lat. Ponad 63% korzysta z serwisu codziennie lub co najmniej kilka razy w tygodniu. Co ciekawe, czytelnicy zainteresowani są nie tylko tym, co dzieje się wokół nich, ale również regularnie przeglądają zagraniczne oddziały IMC (prawie 60%). Najczęściej odwiedzanymi ośrodkami są Indymedia w Europie (ponad 49%) oraz w USA (45%). Jedynie niewiele ponad 5% badanych wskazało Afrykę.

Badani dość aktywnie uczestniczą również w organizowanych przez Indymedia spotkaniach bądź też sami są ich współorganizatorami (kolejno 76% i 54%). Ponad 77% deklaruje się jako autorzy tekstów, a prawie 60% uczestniczy w dyskusjach na forum.

Badanie to pokazuje, że wciąż minimalny jest udział w tworzeniu i odbieraniu Indymediów przez grupy wykluczone i dyskryminowane. W zdecydowanej większości odbiorcami są wykształceni, samodzielni ludzie. Niewielka jest reprezentacja bezrobotnych, niewykształconych oraz czytelników w starszym wieku. Niewielka jest też partycypacja w ruchu osób z Afryki czy Azji. Należy jednak podkreślić, że respondenci, choć w większości aktywni zawodowo, znajdują czas nie tylko na działalność w ramach Indymediów, ale również w różnorodnych organizacjach społecznych. Bez odpowiedzi pozostaje jednak pytanie, jaki procent z nich został zaktywizowany poprzez Indymedia? Czy Indymedia mają jakikolwiek wpływ na zmarginalizowane społecznie grupy?

Indymedia — a model of socially committed media

Summary

The model of alternative media presented in the paper illustrates a number of changes that have taken place in the sphere of media during the past few years. At the same it is an example of modern commu-

© for this edition by CNS

nication trends and innovations characteristic not only of subculture groups, but also of the entire web media space. By combining innovative communication solutions with the philosophy of radical social groups, Indymedia have created a communication and propaganda platform that counterbalances the traditional model of information flow, both in terms of the content and organisation. Leaving aside Indymedia's ideological stance, their global success on the one hand serves as an example of active participation and media co-creation by non-professionals, and on the other, shows the possibility for creating media platforms alternative to the commercial media. Media products created in the web ecosystem of the media are often used by commercial media as sources of information.

© for this edition by CNS