

Leszek Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2012, ss. 328

Dzięki ogromnej energii środowiska medioznawców skupionych przede wszystkim wokół Uniwersytetu Jagiellońskiego pojawiła się na rynku księgarskim seria wydawnicza zatytułowana Akademickie Warsztaty Dziennikarskie. W ramach tej serii wydano już kilka ciekawych publikacji, które są nie tylko dziełami naukowymi, ale też odgrywają rolę podręczników niezbędnych dla realizacji podstawowych przedmiotów kierunku kształcenia akademickiego Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna¹.

Taką też podwójną rolę: opracowania naukowego i podręcznika pełnić zapewne będzie książka Leszka Olszańskiego. Autor nie jest debiutantem. Pierwsza jego praca pojawiła się w 2006 r. nosiła tytuł *Dziennikarstwo internetowe*². Prezentowana obecnie książka nie jest prostym wznowieniem nowszej publikacji, które zwykło się opatrywać informacją „wydanie drugie – zmienione”. Choć tytuły obu książek są podobne, mamy do czynienia z pracą w pełni oryginalną, która – co prawda – nawiązuje do swej poprzedniczki, ale wprowadza nowy materiał kwantytatywny, uszeregowany według nowych zasad i nowego schematu. Wynika to nie tylko z pracowitości Autora, ale i ogromnej progresywności opisywanej materii, jaką są nowe media lub – według ujęcia Leszka Olszańskiego – media internetowe.

Prezentowana książka znacznie odbiega od schematów, które przypisane są dziełom naukowym. Przez świat internetowego dziennikarstwa wiedzie nas bowiem nie teoretyk, lecz praktyk, dla którego cyberprzestrzeń nie ma tajemnic. Autor świat ten przedstawia w pięciu odsłonach – rozdziałach, tytułując je następująco: *Rzut oka w wstecz*, *Wielkie słowa mediów internetowych*, *Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego*, *Artykuł drukowany a artykuł internetowy – podobieństwa i różnice*, *Interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie*. Rzecz całą

¹ Dotychczas w serii tej ukazały się: *Dziennikarstwo a literatura w XX i XXI wieku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Warszawa 2011; *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, red. K. Wolny-Zmorzyński i in., Warszawa 2011; K. Wolny-Zmorzyński, E. Nowińska, K. Groń, W. Sosnowski, *Fotografia dziennikarstwa*, Warszawa 2012; K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów*, Warszawa 2012; A. Kaliszewski, *Główne nurty w kulturze XX i XXI wieku*, Warszawa 2012.

² L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006.

wzbogaca Bibliografia, Indeks przedmiotowo-osobowy oraz ciekawy i pożyteczny materiał ilustracyjny.

Leszek Olszański z zasady nie sięga po klasyczne opracowania naukowe. Jego wiedza wypływa z Internetu. Pośród treści prasowych preferuje przede wszystkim tzw. kontent „Gazety Wyborczej”, w której jest zatrudniony, a z innych źródeł czerpie to wszystko, co bezpośrednio wiąże się z opisywaną materią, a co upowszechniane jest w sieci w języku angielskim. Warto też podkreślić, że doboru tych ostatnich treści nie podpowiadają mu pospolite wyszukiwarki, ale ogromna wiedza i intuicja, doskonale bowiem wie czego szuka i potrafi w informacyjnym oceanie Internetu odnaleźć naprawdę oryginalne i wyjątkowe informacje.

Jak już wspomniano, pierwszy rozdział jego pracy ma retrospektywny charakter. W rozdziale drugim Autor skupił się zaś na takich kwestiach szczegółowych, jak: ekonomiczne aspekty sieci, dziennikarstwo internetowe, jakość „a raczej problemy z nią” (s. 76) tego dziennikarstwa, zasięg społecznego oddziaływania Internetu, sieci społecznościowe, agregacja treści oraz urządzenia mobilne, dzięki którym możemy korzystać z sieci. Wszystkie sądy zawarte w tym rozdziale, nawet jeśli są niekiedy kontrowersyjne, znajdują swe uzasadnienie. Autor – praktyk tłumaczy nam – konsumentom kontentu – intencje twórców tego medium. Wyjaśnia znaczenie modnych, choć zapewne ulotnych, pojęć i określeń używanych przez internautów; utyskuje na niską jakość aplikacji niezbędnych do mobilnego użytkowania sieci; odsłania też ekonomiczne kulisy internetowego biznesu itp.

Pewnym mankamentem trzeciego rozdziału książki jest brak dokładnego opisu tabel. Słuszną intencją Autora była próba udzielenia syntetycznej odpowiedzi na pytanie: Co internauci robią w sieci? Ponadto, o ile jeszcze znaczenia zjawisk zaprezentowanych na rysunku 31 można się domyślać (s. 122), to przyznam szczerze, że rysunek 32, zamieszczony na s. 123, do dziś pozostaje dla mnie zagadką. Autor lub redaktor zapomniał bowiem o metryczce i nawet czytelnik obdarzony niebywałą wyobraźnią nie zgadnie, jakie są „proporcje wykorzystania łączy internetowych przez różne typy usług z uwzględnieniem globalnej przepustowości sieci”.

W rozdziale czwartym Leszek Olszański prowadzi nas do swej domeny, czyli do praktyki dziennikarstwa internetowego. Przedstawia własne klasyfikacje tekstów internetowych, różnice pomiędzy tekstem drukowanym a umieszczanym w sieci; zwraca uwagę na czas publikacji; różnicuje tzw. piramidę informacyjną w prasie i Internecie, objaśnia tajniki fotografii prasowej i internetowej.

Rzeczą nadzwyczaj oryginalną jest spojrzenie Autora na kwestie interaktywnych i społecznych form dziennikarskich. Z wielkim znanstwem rzeczy Leszek Olszański wyjaśnia, jak budować dziennikarskie społeczności, jak pobudzać je do pisarskiego działania i co z tej aktywności może wynikać. W pełni rozumiejąc Jego entuzjazm dla tego „oddolnego dziennikarstwa”, można jedynie zapytać, bo Autor chyba o tym zapomniał, kto sfinansuje to dziennikarstwo i jak tworzyć podwaliny społecznych portali, gdy jeszcze nie pojawia się na ekranach naszych komputerów (notebooków, smartfonów, tabletów, urządzeń końcowych) reklama, a za miejsce na serwerach i za oprogramowanie trzeba będzie zapłacić. Wiem, że takie pytania – zwłaszcza po

sprawie ACTA – są dla rasowego internauty co najmniej nie na miejscu. Niemniej jednak pytanie o sposób sfinansowania tzw. start-upu pozostaje sprawą otwartą.

Podsumowując, można stwierdzić: Leszek Olszański swym tekstem udowadnia, że jest nie tylko „dzieckiem sieci”, ale zalicza się do internetowego establishmentu. Pozwolę sobie bowiem zaryzykować twierdzenie, że oto otrzymaliśmy książkę napisaną przez „tubylca” sieci, który próbuje wytłumaczyć nam – turystom podróżującym po tej krainie, jakie rządzą w niej prawa.

Tomasz Mielczarek