

Wojciech ADAMCZYK

Poznań

## Dziennikarstwo śledcze w formule non profit: ryzykowny eksperyment czy naturalna alternatywa?

**Streszczenie:** Problematyka artykułu dotyczy nowych zjawisk na rynku mediów w dobie kryzysu w sektorze wydawnictw prasy drukowanej. Autor poszukuje odpowiedzi na pytania związane z szansami rozwoju nowych form finansowania działalności w zakresie dziennikarstwa śledczego w USA, w szczególności crowdfundingu i szeroko pojętej aktywności nonprofit. Omówione zostały podstawowe formy finansowania tego typu nowych podmiotów na rynku mediów oraz scharakteryzowano przykładowe, najbardziej reprezentatywne organizacje śledcze działające online w oparciu o omówione sposoby pozyskiwania funduszy: ProPublica, The Center for Investigative Reporting, The Huffington Post Investigative Fund, Spot.US, Voice of San Diego i The Texas Observer.

**Słowa kluczowe:** dziennikarstwo śledcze, crowdfunding, nonprofit, media.

---

„Eternal vigilance by the people is the price of liberty.”

Andrew Jackson<sup>1</sup>

„The only way to save journalism is to develop a new model that finds profit in truth, vigilance, and social responsibility”.

Philip Meyer<sup>2</sup>

Obserwowane w ostatnich dziesięcioleciach poważne problemy na rynku mediów skłaniają środowisko dziennikarskie do poszukiwania nowej formuły biznesowej, która umożliwiłaby przetrwanie przedstawicielom tej profesji. A wszystko to dzieje się w jednym z najtrudniejszych okresów w dziejach szeroko pojmowanej prasy. Gazetom i czasopismom wydawanym w tradycyjnej, papierowej formule niektórzy badacze wieszczą rychłą „śmierć”. Według Philipa Meyera, autora książki zatytułowanej *The Vanishing Newspaper*, kres wydawnictw papierowych ma nastąpić w Ameryce w 2043 roku (*Who*, 2006). Podobne rozważania na temat prasy drukowanej można znaleźć w licznych opracowaniach (Poulet, 2001; Mielczarek, 2012; Adamczyk, 2013). Niektóre analizy przewidują dokładne daty utraty znaczenia sektora mediów drukowanych (Dawson, 2010).

---

<sup>1</sup> Cytat z wypowiedzi Andrew Jacksona, siódmego prezydenta USA, z 1837 roku z tak zwanego Farewell Address, czyli przemówienia pożegnalnego („Bezustanna czujność sprawowana przez ludzi jest ceną wolności”, tłum. autor, Walton, 2010).

<sup>2</sup> „Jedynym sposobem na ratowanie dziennikarstwa jest opracowanie nowego modelu, który odnajdzie zysk w prawdzie, czujności i społecznej odpowiedzialności”, tłum. autor (Lewis, 2007).

Dzieje się tak między innymi dlatego, że wraz ze zmianami technologicznymi w zakresie dystrybucji informacji zmienia się sposób konsumpcji treści udostępnianych przez nowoczesne kanały komunikacji kolejnym pokoleniom nowych odbiorców. Jak zauważył słusznie amerykański przedsiębiorca, inwestor giełdowy i filantrop Warren Buffett, „[...] proces ten ciągle przyspiesza. Czytelnicy gazet powoli odchodzą na cmentarz, a dzisiaj absolwentami uniwersytetów są ci, którzy gazet już nie czytają” (Poulet, 2001, s. 20). Potwierdzają to wyniki ilustrujące spadek poziomu czytelnictwa prasy drukowanej w USA w latach 1999–2008 (Schudson, 2010, s. 6). Dodatkowym problemem są zmniejszające się w bardzo szybkim tempie dochody gazet z publikacji reklam. W ciągu dekady zmalały do zaledwie jednej trzeciej osiąganych na początku tego okresu wpływów – z poziomu 64 000 000 000 dolarów w 2000 roku do około 21 000 000 000 dolarów w 2011 roku (Thompson, 2012). Oznacza to, że w 2011 roku sektor prasy osiągnął podobny roczny dochód z reklam, jak w 1950 roku.

Malejące zyski przełożyły się na ograniczenie zatrudnienia w sektorze mediów tradycyjnych. Według The Newspaper Association of America liczba ludzi pracujących na etatach w przemyśle informacyjnym spadła pomiędzy 1990 a 2004 rokiem aż o 18 procent (Who, 2006). Tylko w 2008 roku w USA liczba zatrudnionych w dziennikach została zredukowana o 5900 osób, a w 2009 roku zwolniono z pracy w tym sektorze rynku kolejne 5200 osób. Redukcje dotknęły również media elektroniczne – 1200 osób zwolniono w 2008 roku w lokalnych stacjach telewizyjnych, a w 2009 roku umowy rozwiązano z następnymi 400 osobami. W 2010 roku ograniczono zatrudnienie w dużych sieciach telewizyjnych – ABC zwolniło 400 pracowników, a CBS 70 (Walton, 2010; Kirchhoff, 2009; Johnston, 2009; Dorroh, 2009; U.S., 2009). Ciekawostką jest fakt, że malejące nakłady, będące jedną z przyczyn zwolnień, są problemem w Ameryce, Europie Zachodniej, Ameryce Łacińskiej, Australii i Nowej Zelandii, natomiast w pozostałych regionach świata rosnące czytelnictwo pozwala zwiększać liczbę sprzedawanych egzemplarzy prasy drukowanej.

Pracę tracą na równi z innymi przedstawicielami tej profesji również dziennikarze śledczy, uznawani nie bez powodu za elitę wśród ludzi wykonujących ten zawód. Badanie przeprowadzone przez Arizona State University w 2005 roku wykazało, że 37 procent gazet spośród 100 największych dzienników w USA nie miało etatowych reporterów śledczych, a pozostałe redakcje w większości zatrudniały zaledwie jednego lub dwóch dziennikarzy dochodzeniowych. Kryzys dotknął również redakcje lokalnych mediów. Jak zauważył Robert J. Rosenthal, dyrektor „The Center for Investigative Reporting”: „rola watchdoga zanika na poziomie hrabstwa, miasta i całego kraju” (Mieszkowski, 2009). I-teamy (zespoły reporterów dochodzeniowych) są coraz mniej liczne lub całkowicie likwidowane. Regularnie zmniejsza się liczba osób wykonujących na rzecz redakcji taką działalność, co widać nie tylko w zawartości mediów, ale też w liczebności struktur zrzeszających dziennikarzy śledczych. Z danych udostępnianych przez Investigative Reporters and Editors wynika, że członkostwo w tej organizacji spadło aż o 30 procent z 5391 osób w 2003 roku do 3695 osób w roku 2009. Kryzys w tej profesji widoczny jest także w liczbie zgłaszanych przez redakcje materiałów do nagrody Pulitzera w kategorii dziennikarstwo śledcze, co stanowi spadek o 40 procent (Walton, 2010). W 2010 roku odnotowano niewielki wzrost członków IRE do 4000, ale było to efektem intensywnych poszukiwań prowadzonych w całym środowisku. Mark Horvit, dyrektor wykonaw-

czy IRE, dostrzega jednak pewne symptomy poprawy sytuacji rokujące optymistycznie na przyszłość, ponieważ luki po likwidowanych etatach dziennikarzy śledczych w mediach tradycyjnych wypełniane są przez nowo powstające zespoły redakcyjne, podejmujące się kontynuacji kilkusetletnich tradycji w tej dziedzinie.

Nawarstwiająca się przez lata trudności zmusiła środowisko ludzi prasy do przewartościowania dotychczasowych sposobów myślenia i działania. Również wielkie korporacje w obliczu kryzysu poszukują sposobów przejścia wraz ze swoimi mediami przez ten trudny okres. Różne próby podejmowane na przestrzeni kilku ostatnich lat mają dać odpowiedź na kluczowe pytania: czy istnieją inne od znanych dotąd modele biznesowe działania w mediach, w których dalej mogłoby funkcjonować i rozwijać się dziennikarstwo śledcze? Czy takie formuły miałyby charakter „for profit”, czy może „non profit”? Jak dalece nowe formy finansowania śledztw dziennikarskich uzależnią reporterów od filantropów lub wspierających dochodzenia datkami odbiorców? Na ile organizacje działające w oparciu o nowe modele biznesowe będą miały trwały charakter, dając oparcie finansowe, prawne i merytoryczne swoim dziennikarzom? Czy należy traktować obecnie trwające przedsięwzięcia jako ryzykowne eksperymenty na „żywym organizmie”, czy może są one naturalną formą przejścia do alternatywnych reguł działania w dziennikarstwie śledczym? Próbie odpowiedzi na te pytania poświęcony jest ten artykuł.

\* \* \*

Obecny kryzys mediów w USA, a prasy drukowanej w szczególności, jest jednym z najpoważniejszych od narodzin tego środka komunikacji na terenie Ameryki Północnej w końcu XVII wieku. Podobnie rzecz się ma również w innych rozwiniętych państwach na świecie. Trwający od lat koszmar dziennikarzy z dzienników i czasopism, na co zwraca uwagę Katharine Mieszkowski, doprowadził do kuriozalnej sytuacji, w której nekrologi informujące o upadku kolejnych tytułów prasowych stają się wiadomościami drukowanymi na pierwszych stronach (Mieszkowski, 2009). W skomplikowanej sytuacji znaleźli się jednocześnie reporterzy śledczy, bowiem wiele redakcji jeszcze przed nadejściem recesji w gospodarce zatraciło swoją funkcję watchdoga, co objawiało się przede wszystkim częściową lub całkowitą rezygnacją ze wspierania czasochłonnego, kapitałochłonnego i ryzykownego dziennikarstwa dochodzeniowego<sup>3</sup>. Lukę po zwalnianych

---

<sup>3</sup> Problematyka utrudniania prowadzenia śledztw, a w szczególności rosnących obciążeń finansowych i ograniczeń prawnych, została omówiona między innymi w raporcie przygotowanym w listopadzie 2011 roku przez The Lord Communications Select Committee, dotyczącym dziennikarstwa śledczego w Wielkiej Brytanii (Westland, 2012). Chris Tryhorn z dziennika „The Guardian” zwraca uwagę na obawy redaktorów gazet związane z drukowaniem kontrowersyjnych materiałów i będącymi ich ewentualnym następstwem czynnościami prawnymi podejmowanymi przeciw mediom. Prasa jest zniechęcana do publikacji materiałów śledczych przez duże firmy i bogate osoby, grożące wszczęciem postępowań prawnych, a w konsekwencji wysokimi kosztami obsługi takich procesów. Dla przykładu, wydatki na prawników w „The Guardian” wyniosły 90 000 funtów zanim jeszcze ukazała się na łamach gazety seria artykułów dotyczących unikania płacenia podatków. Swego rodzaju straszakiem dla redakcji są również przepisy o zniesławieniu, stanowiące potencjalne źródło kosztownych procesów i wysokich odszkodowań w przypadku przegranej. Jeszcze inaczej wygląda sytuacja w mediach lokalnych, gdzie dodatkową obawą jest utrata wpływów z reklam zleczanych przez lokalne władze po ujawnieniu

z pracy reporterach śledczych mają wypełnić tak zwani dziennikarze „wielozadaniowi”, co Mary Walton traktuje jako znak obecnych czasów (Walton, 2010). Do ich zadań należy między innymi poruszanie tematów trudnych z różnych dziedzin życia, jednak tego typu aktywność może mieć wyłącznie incydentalny charakter, ponieważ głównym zajęciem takich osób jest publikowanie bieżących informacji. Odbiorca otrzymuje ofertę wypełnioną wiadomościami o wątpliwej istotności, bazującymi na emocjach plotkami z życia celebrytów, przeplatany materiałami lifestylowymi, sportowymi czy sensacyjnymi, których podstawowym zadaniem jest przyciągnięcie chwilowej uwagi odbiorcy. Takie marginalne potraktowanie sfery życia publicznego, którą od dawna zajmowali się reporterzy dochodzeniowi, nie gwarantuje należytej jakości wypełniania nałożonej na media funkcji kontrolnej. Co może niepokoić, po dziennikarstwo śledcze redakcje sięgają w sposób wybiórczy, kierując się niejednokrotnie względami finansowymi oraz rozgłosem. Samartha Vaidya, ekonomista indyjski, uważa, że starsze, wielkie i okrzepłe na rynku spółki medialne mają tendencję do podejmowania dochodzeń tylko wtedy, gdy spodziewają się wystarczająco dużych zysków z ujawnienia rozmaitych afer, a spodziewane profity uzasadniają ponoszenie zwiększonych wydatków na ten rodzaj działalności. Stąd też zasadne wydaje się metaforyczne pytanie, które postawiła Sheila S. Coronel: czy dziennikarstwo śledcze będzie jak opera? Zawsze dotowane, zawsze zależne od bogatych patronów łożących na jego utrzymanie (Coronel, 2012a). Odpowiedź na tak sformułowany problem nie jest jednoznaczna, szczególnie w sytuacji testowania nowych modeli biznesowych i organizacyjnych związanych z uprawianiem dziennikarstwa śledczego w dobie obecnego kryzysu. Holendersko-flamandzkie stowarzyszenie dziennikarzy śledczych (VVOJ) przeprowadziło badanie, którego wynik potwierdził wspomniane obserwacje (w wywiadach odpowiedzi udzieliło 200 dziennikarzy śledczych z 20 krajów). Otóż rentowne i duże media europejskie nie sprzyjają uprawianiu muckrakingu (Eijk, 2005).

Zapowiedzi poważnych przekształceń w funkcjonowaniu dziennikarstwa w oparciu o nowe formuły można doszukać się już w wypowiedziach Waltera Lippmanna sprzed blisko wieku. Zauważył on bowiem, że w coraz bardziej złożonym świecie dziennikarstwo będzie mogło służyć demokracji, jedynie polegając na wiadomościach uzyskanych z agencji spoza środowiska ludzi mediów. W. Lippmann wzywał dziennikarzy do częstszego korzystania z tak zwanych „politycznych obserwatoriów” (*political observatories*), czyli organizacji rządowych i pozarządowych, stosujących metody naukowe oraz narzędzia służące do skutecznego badania spraw ludzi (Downie, Schudson, 2009; Schudson, 2010, s. 2; Lippmann, 1920, s. 94).

O wyraźnym przesunięciu akcentów przy tworzeniu informacji można było przekonać się już w grudniu 2004 roku podczas ataku tsunami w Azji Południowej. Katastrofa, jaka dotknęła wówczas ten region świata, stała się przełomowym momentem dla

---

w ich działalności zachowań patologicznych (Tryhorn, 2009). Dwuletnie śledztwo w sprawie Thalidomide kosztowało prawie 1 000 000 funtów za opiekę prawną. W ostatnich latach pojawiły się również kancelarie specjalizujące się w prawie mediów i oferujące skuteczne działania przeciwko mediom prowadzącym śledztwa dziennikarskie wobec osób i firm. Niektóre wielkie amerykańskie korporacje wnoszą zarzuty karne przeciw reporterom dochodzeniowym, by ich odstraszyć oraz zniechęcić innych do podejmowania podobnych działań (*Investigative*, 2004).

współczesnego dziennikarstwa. To właśnie wtedy tak zwane dziennikarstwo obywatelskie – *citizen journalism* – zyskało status pełnoprawnego członka świata mediów (inne określenia dziennikarstwa obywatelskiego to: *grassroots journalism*, *open source journalism*, *participatory journalism*, *hyperlocal journalism*, *distributed journalism*, *networked journalism* (Allan, 2009, s. 18; Lasica, 2003; Szpunar, 2007). Relacje naocznych świadków, którzy dzięki technice cyfrowej rejestrowali przebieg wypadków, a następnie umieszczali swoje relacje w Internecie, błyskawicznie przedostały się do mainstreamowych mediów. Te ostatnie prawdopodobnie po raz pierwszy w historii na tak dużą skalę potraktowały te doniesienia jako wiarygodne źródła informacji. Jak zauważyli dziennikarze brytyjskiego dziennika „The Independent”, to wówczas redakcje stacji telewizyjnych na całym świecie zrezygnowały z wysyłania własnych ekip reporterskich w rejon katastrofy, w zamian poszukiwano materiałów filmowych i informacji na lotniskach wśród wracających turystów (Allan, 2009). Do analogicznych wniosków doszedł Dan Gillmor, według którego w pierwszych dniach po uderzeniu tsunami materiały filmowe prezentowane w mediach pochodziły nie od dziennikarzy, ale od zwykłych ludzi (Cooper, 2011, s. 5).

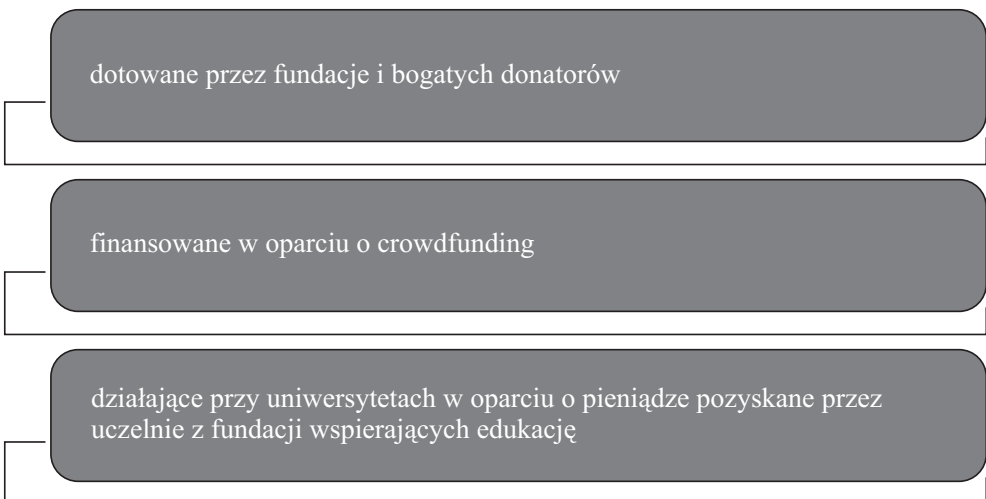
Przewartościowania w dotychczasowym myśleniu o uprawianiu zawodu stały się również udziałem środowisk dziennikarzy śledczych. Stary model finansowania przez media tradycyjne kosztów tego rodzaju działalności oparty był na pozyskiwaniu pieniędzy z innych rodzajów oferowanej odbiorcom zawartości przekazów (informacji, materiałów lifestylowych). W obliczu kryzysu ekonomicznego i utrzymującego się spadku zainteresowania ze strony czytelników, widzów i słuchaczy redakcje zmuszone są podejmować decyzje o rezygnacji z ponoszenia wydatków na dochodzenia reporterskie. Zdaniem Nicka Pennimana, dyrektora i współzałożyciela „The Huffington Post Investigative Fund”, w ciągu najbliższej dekady dziennikarstwo śledcze umrze w korporacjach medialnych. Zwolennikiem przeciwnej opinii jest Mark Duvoisin, zastępca redaktora naczelnego „The Los Angeles Times”. Przewiduje on mianowicie, że 60 procent działań śledczych nadal będzie kontynuowane przez media dominującego nurtu (Drew, 2010).

Jeszcze bardziej optymistycznie w tej kwestii wypowiada się Nabil Dajani, medioznawca z Bejrutu, według którego inwestowanie w dziennikarstwo śledcze może ocalić media w czasie kryzysu ekonomicznego (Malkawi, 2009). Niezależnie od możliwości spełnienia się kasandrycznych prognoz wygłaszanych przez niektórych przedstawicieli branży podejmowane są od lat próby znalezienia nowej formuły działania. Charles Lewis, założyciel „The Center for Public Integrity”, uważa, że nowy model funkcjonowania dziennikarstwa śledczego wymagał będzie znalezienia wielu zróżnicowanych strumieni pieniędzy zasilających budżety organizacji medialnych wspierających taką aktywność (Lewis, 2009a). Pomysły ratowania dziennikarstwa, w tym również śledczego, zgłaszane na całym świecie zakładają pozyskiwanie funduszy z różnych źródeł. We Francji poprzedni prezydent, Nicolas Sarkozy, zaproponował subsydiowanie mediów drukowanych. Polegałoby to na opłaceniu każdemu osiemnastolatkowi rocznej subskrypcji na dowolny tytuł prasowy (Honderich, 2009).

David Leigh, dziennikarz brytyjskiego „The Guardian”, przedstawił inny sposób ratowania prasy i zapewnienia pluralizmu w mediach przy jednoczesnym zarabianiu na oferowanych w Internecie materiałach. Antidotum na obecne problemy miałyby być opłata za szerokopasmowy dostęp do sieci w kwocie dwóch funtów miesięcznie, co dałoby rocznie sumę około 500 000 000 funtów. Pieniądze te, z przeznaczeniem na prowadzenie

działalności informacyjnej, byłyby następnie dzielone pomiędzy media brytyjskie z uwzględnieniem wielkości poziomu udziału czytelnictwa poszczególnych redakcji. Według pomysłodawcy w podziale tych funduszy partycypowałyby jedynie strony tych mediów, które przyciągałyby regularnie ponad 100 000 czytelników. Pomysł ten spotkał się z krytyką. Jak zauważył Dan Hind, złym pomysłem jest dotowanie mediów, które ingerują w życie prywatne ludzi i zbierają poufne informacje na ich temat. W przypadku dziennikarstwa śledczego jest inaczej – dotowanie tego typu działalności jest pożądane, jednak przepływ pieniędzy i sposób ich wydawania powinien być kontrolowany. O wsparciu finansowym poszczególnych redakcji decydowałiby sami odbiorcy, przez co zwiększyłyby się ich wpływ na oferowane przez media treści (Hind, 2013).

Odpowiedzią na skomplikowaną sytuację ekonomiczną są w ostatnich dekadach organizacje non profit, które samodzielnie przygotowane materiały śledcze oferują bezpłatnie tradycyjnym mediom oraz zamieszczają na własnych stronach w Internecie, a podstawą ich utrzymania jest przede wszystkim wsparcie finansowe ze strony fundacji oraz bogatych donatorów. Innym modelem finansowania działalności reporterów dochodzeniowych jest tak zwane partycypacyjne dziennikarstwo śledcze (*participatory investigative journalism*). Stanowi ono odmianę działalności non profit pod względem finansowania dochodzeń, bowiem oparte jest na idei *crowdfundingu*. Odbiorcy „głosują” swoimi pieniędzmi na tematy i publikacje, które chcieliby przeczytać. Wersją najtańszą, a przy tym stwarzającą doskonałe możliwości edukacyjne, jest pomysł wykorzystania w prowadzeniu dochodzeń studentów dziennikarstwa, którzy wspierając uznanych reporterów dochodzeniowych zbieraliby niezbędne w pracy zawodowej doświadczenie (rys. 1). Realizacja tego pomysłu, jak pokazuje praktyka, wymaga bliskiej współpracy w poszczególnych projektach z uczelniami, co ułatwia pozyskanie pomocy finansowej z fundacji wspierających edukację (Honderich, 2009).



Rys. 1. Formy działania organizacji śledczych ze względu na sposób finansowania w modelu non profit

**Źródło:** Opracowanie własne.

Nieco inaczej klasyfikuje te organizacje Richard J. Rouan, który wskazuje następujące alternatywne modele w dziennikarstwie śledczym: 1) niezależny, wspierany przez darczyńców z zespołem dziennikarzy, 2) organizacje non profit przyłączone do większych, działających „for profit” firm medialnych i 3) organizacje non profit, opierające swoją działalność na finansowaniu przez osoby płacące za konkretne publikacje, sugerowane przez członków społeczności i redagowane przez zawodowego redaktora (Rouan). Formuła działania tego typu podmiotów na rynku współczesnych mediów opiera się, na co zwrócił uwagę Eric Newton, na realizacji 4 „C”:

- 1) content (zawartość);
- 2) connectivity (łączność);
- 3) community (wspólnota);
- 4) capital (kapitał) (Newton, 2011).

W praktyce oznacza to, że działalność podporządkowana jest treści, którą organizacje śledcze chcą zainteresować odbiorców, by nawiązać z nimi łączność i w dalszej kolejności utworzyć wspólnotę interesów i oczekiwań, co w konsekwencji zaowocowałoby pozyskaniem funduszy niezbędnych do realizacji konkretnego projektu.

Wbrew pozorom model działania non profit w prasie ma w USA długie tradycje. Najstarszą tego typu organizacją medialną jest bez wątpienia Associated Press, założona przez wydawców sześciu gazet w 1846 roku (Adamczyk, 2009, s. 141–143). Inne przykłady podobnych w formule inicjatyw prasowych to „The Christian Science Monitor” (działający non profit od 1908 roku), „The Delaware State News”, a w segmencie magazynów takie tytuły, jak: „Foreign Affairs” (od 1922 roku), „Foreign Policy” (od 1970 roku), „Mother Jones” (od 1976 roku), „Harper’s” (ukazuje się od 1850, a w formule non profit od 1980 roku). To właśnie w tym tytule w 1970 roku reporter śledczy Seymour Hersh opublikował wyniki swojego dochodzenia dotyczącego masakry przeprowadzonej przez amerykańską armię w wietnamskiej wiosce My Lai, za co otrzymał nagrodę Pulitzera. Warto zauważyć, że na rozpoczęcie pracy nad tym tematem dostał najpierw 250 dolarów z The Fund for Investigative Journalism, założonej w 1969 roku przez filantropa Philipa M. Sterna, a na sfinalizowanie śledztwa otrzymał z tej fundacji dodatkowe 2000 dolarów), „National Geographic” (od 1888 roku) czy „AARP The Magazine” (założony w 1958 roku, nakład w 2012 roku wyniósł ponad 22,5 miliona egzemplarzy). W sektorze mediów elektronicznych przykładem funkcjonowania w oparciu o model non profit jest od 1970 roku NPR, czyli National Public Radio (Lewis, 2007; *About us* The Fund, *eCirc*, 2012). I choć od początku istnienia prasy w Ameryce Północnej dziennikarstwo śledcze, które w USA nabrało trwałych cech instytucji społecznej, było znakiem rozpoznawczym mediów mainstreamowych, to w ostatnich dziesięcioleciach sytuacja powoli ulega znaczącym zmianom. Coraz częściej tego typu działalnością zajmują się, będące poza głównym nurtem rynku środków przekazu, organizacje non profit (Stepp, 2006; Aucoin, 2007). Ten trend ma charakter globalny. W 2008 roku na świecie było 39 śledczych organizacji medialnych działających w oparciu o model non profit. W 2013 roku ich liczba wzrosła do 107, a zasięg działania to 47 państw na różnych kontynentach (Europa, Ameryka Północna, Ameryka Południowa, Azja, Afryka). Według Davida Kaplana, dyrektora The Global Investigative Journalism Network, wśród tych organizacji są: centra informacyjne, instytucje szkoleniowe, stowarzyszenia zawodowe, ośrodki akademickie, organizacje pozarządowe, grupy realizujące granty oraz zespoły działające w sieci.

Z 500 000 000 dolarów przeznaczanych rocznie na wsparcie dla mediów jedynie 12 500 000 dolarów przekazywanych jest na rzecz śledczych organizacji non profit działających poza USA, co stanowi zaledwie 2 procent ogólnej kwoty (Kaplan, 2013; Coronel, 2013). Dlatego warto prześledzić formuły funkcjonowania wybranych organizacji medialnych, których według szacunków The Investigative Reporting Workshop z American University jest w USA blisko 75, a duża ich liczba powstała w ciągu ostatnich sześciu lat. Co szczególnie interesujące, na swoją działalność zebrały łącznie w 2011 roku 135 milionów dolarów i zatrudniały na pełnych etatach 1300 pracowników (Coronel, 2012a; Coronel, 2012b).

Tabela 1

**Wybrane organizacje non-profit zajmujące się dziennikarstwem śledczym w USA  
(zestawione chronologicznie)**

Ogólnokrajowe centra	Lokalne centra	Organizacje działające przy uczelniach wyższych
The Center for Investigative Reporting (1977)	California Watch (2009)	The Schuster Institute for Investigative Journalism (Brandeis University, 2004)
Frontline (1983)	Fair Warning (2010)	The Investigative Reporting Workshop (American University, 2009)
The Center for Public Integrity (1989)	Investigative West (2010)	The New England Center for Investigative Reporting (Boston University, 2009)
ProPublica (2008)	I-News: Rocky Mountain Investigative News Network (2010)	The Watchdog Institute (San Diego University, 2009)
The Huffington Post Investigative Fund (2009)	Maine Center for Public Interest Reporting (2010)	The Wisconsin Center for Investigative Journalism (Wisconsin University, 2009)

**Źródło:** Opracowanie własne autora (na podstawie: Carvajal, Garcia-Avilés, Gonzáles, 2012).

### ProPublica

Powstanie tej jednej z najbardziej znanych śledczych organizacji non profit zostało ogłoszone w październiku 2007 roku, a swoją działalność rozpoczęła w styczniu 2008 roku. Założycielem był Paul E. Steiger, od 1991 roku do maja 2007 roku redaktor zarządzający w dzienniku „The Wall Street Journal” (w tym okresie gazeta zdobyła 16 nagród Pulitzera). Jego najbliższymi współpracownikami są Stephen Engelberg, który pracował jako redaktor zarządzający „The Oregonian” oraz był redaktorem nadzorującym śledztwa w „The New York Times”, a także Richard Tofel, były asystent wydawcy „The Wall Street Journal”. Nowatorski pomysł 65-letniego wówczas P. E. Steigera wsparła finansowo przede wszystkim fundacja Herberta i Marion Sandler, która przez pierwsze dwa lata działalności zapewniała niemal całkowite pokrycie budżetu tej organizacji, przekazując na ten cel 10 000 000 dolarów rocznie. Z upływem czasu proporcje finansowania działalności ProPublica z poszczególnych źródeł zmieniają się. Jeszcze w 2010 roku organizacja pozyskała od 1300 darczyńców 86 000 dolarów z wpłat online, co stanowiło 1 procent wszystkich zebranych funduszy (średnia wpłata to 50 dolarów). W 2012 roku dotacja od rodziny Sandlerów wyniosła tylko 4 000 000 dolarów, a kolejne 6 mln dolarów udało się



pozyskać z innych źródeł. W 2013 roku proporcja ta ma wyglądać jeszcze inaczej, bowiem do pozyskanych z fundacji Sandlerów 3 000 000 dolarów konieczne będzie zebranie kolejnych 7 000 000 dolarów niezbędnych do zbilansowania rocznego budżetu.

Pewne kontrowersje wśród obserwatorów działań ProPublica wzbudza wysokość wynagrodzeń kadry kierowniczej tej organizacji. W 2009 roku całkowite wynagrodzenie 47 pracowników wyniosło 5 267 678 dolarów, co dało średnią 112 000 dolarów na osobę (w realizacji projektów uczestniczyło około 5000 wolontariuszy i studentów szkół dziennikarskich). W 2008 roku, czyli w pierwszych dwunastu miesiącach działania P. E. Steiger za swoją pracę otrzymał 570 000 dolarów, w 2010 roku kwota ta wzrosła do 585 117 dolarów (dla porównania w tym samym czasie kierujący innymi znanymi organizacjami non profit otrzymywali znacznie niższe uposażenia – Bill Buzenberg, dyrektor wykonawczy The Center for Public Integrity dostał 210 000 dolarów, a Robert J. Rosenthal, dyrektor wykonawczy The Center for Investigative Reporting 175 000 dolarów). Równie atrakcyjnymi pensjami mogli cieszyć się najbliżsi współpracownicy P. E. Steigera. Stephen Engelberg, redaktor naczelny, w 2009 roku otrzymał 450 000 dolarów (w 2010 roku wynagrodzenie spadło do 374 694 dolarów), a Dafna Linzer, pracując jako starszy reporter dostała 225 876 dolarów pensji w 2010 roku. Odpierając sugestie krytyków co do wysokości uposażeń kadry kierowniczej ProPublica jej szef zwraca uwagę na strukturę wydatków. Jak pokazały pierwsze lata działalności aż 85 centów z każdego pozyskanego dolara przeznaczonych zostaje na sfinansowanie projektów śledczych, czyli całkowicie odwrotnie, niż to się dzieje w tradycyjnych mediach. A koszty realizacji takich przedsięwzięć są duże – od 100 000 do 200 000 dolarów za pojedyncze śledztwo o lokalnym charakterze. W pierwszych dwóch latach funkcjonowania ProPublica przeprowadziła 17 poważnych dochodzeń, które zostały dostrzeżone i docenione przez środowisko dziennikarskie. Kolejne śledztwa, a przede wszystkim ich społeczna recepcja przeszły najśmielsze oczekiwania. W 2010 roku ProPublica została nagrodzona Pulitzer Prize for Investigative Reporting, jako pierwsza w historii organizacja publikująca w Internecie. W 2011 roku za serię publikacji śledczych otrzymała Pulitzer Prize for National Reporting, a w 2013 za wspólne dochodzenie z „This American Life” została wyróżniona Peabody Award. Efekty dochodzeń zamieszczane są na witrynie internetowej organizacji oraz przekazywane nieodpłatnie tradycyjnym mediom. O źródłach sukcesu firmowanego przez siebie przedsięwzięcia P. E. Steiger powiedział:

„Przetrawanie dziennikarstwa śledczego może zależeć od bardziej lokalnego (ze względu na zasięg) i specjalistycznego informowania w takim samym stopniu jak od dotacji z innych źródeł” (Salomon, 2011; Garber 2009; Guensburg, 2008a; Guensburg, 2008b; Cranberg 2008; Filloux, 2012; *About Us Pro* 2013; Kenney, 2010; Fioretti, 2010).

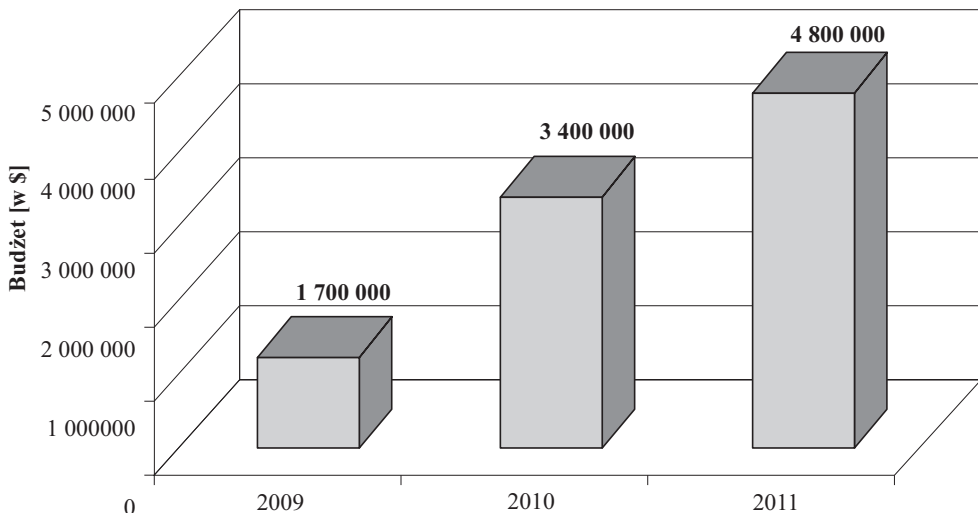
### **The Center for Investigative Reporting**

Powstała w 1977 roku, co czyni ją najstarszą organizacją śledczą działającą non profit. Założycielami centrum byli Lowell Bergman, Dan Noyes i David Weir. Efekty pierwszych śledztw z 1978 roku zostały opublikowane na łamach „The New York Times” oraz „Mother Jones” (jedno z nich dotyczyło przemiany ugrupowania The Black Panther Par-

ty w gang). Śledztwa CIR były wielokrotnie nagradzane, a pierwsze wyróżnienia dziennikarzy organizacji otrzymali jeszcze w latach 80. (były to między innymi: National Magazine Award for Reporting Excellence, National Press Club Award, Investigative Reporters and Editors Award, Sigma Delta Chi Award, IRE Gannett Award for Innovation in Investigative Reporting, World Affairs Council International Journalism Award, duPont-Columbia Award, Emmy Award). Już w pierwszej dekadzie funkcjonowania CIR podpisało kontrakty na prowadzenie i publikację wyników dochodzeń z nadawaną w sieci telewizyjnej CBS audycją „60 Minutes” oraz z NBC News. Centrum było również współproducentem filmów dokumentalnych wyprodukowanych wspólnie z programem „Frontline”, nadawanym w publicznej telewizji PBS. Część materiałów śledczych przekazywanych było odpłatnie zagranicznym mediom, syndykatom dziennikarskim oraz krajowym gazetom i magazynom. W 1989 roku 40 procent z 1 500 000 dolarów budżetu stanowiły wpływy z opłat handlowych.

Od 2007 roku dyrektorem wykonawczym centrum jest Robert J. Rosenthal, były redaktor „The Philadelphia Inquirer”. W 2009 roku CIR stworzył nowy projekt pod nazwą California Watch, najliczniejszą grupę dziennikarzy śledczych w stanie California (witryna internetowa Californiawatch.org została uruchomiona w styczniu 2010 roku). Ich dochodzenia wspierane są finansowo przez The James Irvine Foundation, The William and Flora Hewlett Foundation, The California Endowment, The John S. and James L. Knight Foundation oraz The Wyncote Foundation. Budżet California Watch w 2011 roku wzrósł w porównaniu z rokiem poprzednim z 3 400 000 do 4 800 000 dolarów.

**Wykres 1. Budżet California Watch w latach 2009–2011**



**Źródło:** Rosenthal, 2011.

California Watch pobiera za publikację własnych materiałów opłatę w wysokości od 75 do 500 dolarów, ta kwota może być jednak zredukowana, jeśli wydawca w ramach wymiany barterowej udostępni zdjęcia lub grafiki. W 2012 roku została ona nagrodzona The George Polk Award. Reporterzy starają się wyprzedzać w wyszukiwaniu intere-

sujących tematów i publikowaniu efektów prowadzonych przez siebie śledztw dziennikarzy z mediów tradycyjnych. W marcu 2012 roku CIR połączył się z witryną internetową The Bay Citizen. Liczebność zespołu wzrosła do 70 osób, a wspólny budżet osiągnął poziom 10,5 mln dolarów. Od maja 2013 roku California Watch i The Bay Citizen działają pod marką CIR. Dodatkowo w 2012 roku centrum uruchomiło na YouTube śledczy kanał informacyjny pod nazwą „The I Files”, a było to możliwe dzięki pozyskaniu grantu w kwocie 800 000 dolarów z „The Knight Foundation” (Drew, 2010; Kaplan, 2013; Mieszkowski, 2009; Lewis, 2007; Walton, 2010; Kenney, 2010; Langeveld, 2010; Rosenthal, 2011; *Our, Building*).

### **The Huffington Post Investigative Fund**

Uruchomienie tego przedsięwzięcia zapowiedziała 4 kwietnia 2009 roku Arianna Huffington, współtwórczyni The Huffington Post, jednej z najchętniej odwiedzanych przez internautów witryn informacyjnych w sieci. Kierownictwo nad nim objął Nick Penniman, bliski współpracownik A. Huffington. Materiały śledcze, w myśl zasady „relacjonujesz raz, publikujesz wszędzie” (*report once, run anywhere*), zamieszczane były na witrynie internetowej oraz nieodpłatnie udostępniane zainteresowanym ich wykorzystaniem redakcjom. Nowa inicjatywa została oddzielona od HuffPost jako odrębna osoba prawna i redakcyjna. W obliczu kryzysu ekonomicznego w mediach tradycyjnych i zwolnień dziennikarzy dochodzeniowych projekt ten miał stanowić próbę zagospodarowania potencjału tych reporterów i kontynuowania tradycji dziennikarstwa śledczego w USA w oparciu o nowe technologie. Według A. Huffington, wsparciem dla doświadczonych dziennikarzy mieli być freelancerzy. The Huffington Post przeznaczył na ten cel 1 750 000 dolarów. Drugim poważnym donatorem był The Atlantic Philanthropies.

W październiku 2010 doszło do połączenia The Huffington Post Investigative Fund z The Center for Public Integrity. W ten sposób powstał jeden z najliczniejszych zespołów dziennikarzy śledczych w kraju, liczący ponad 50 reporterów. The John S. and James L. Knight Foundation przekazała na nowy projekt 250 000 dolarów (wcześniej wsparła CPI kwotą 1 700 000 na rozbudowę nowoczesnych platform cyfrowych). The Huffington Post wyasygnowała w sfinansowanie tego przedsięwzięcia dodatkowe 2 000 000 dolarów w formie grantu, a ponadto zadeklarowała umieszczanie codziennie na swojej witrynie trzech materiałów oraz zapowiedzi kolejnych publikacji w specjalnie do tego celu utworzonym dziale śledczym (Huffington, 2009; Downie, Schudson, 2009; Vega, 2010; *Huffington Post*, 2010; Carmichael, 2010a; Westphal, 2009; Jarvis, 2009).

### **Spot.US**

Spot.US to założona w październiku 2008 roku platforma typu non profit działająca w Internecie. Jej powstanie możliwe było dzięki wsparciu finansowemu w wysokości 340 000 dolarów, jakie David Cohn, twórca tego przedsięwzięcia, uzyskał w formie dwuletniego grantu z The Knight Foundation News Challenge. Pieniądze te zostały przekazane w celu sprawdzenia pomysłu dziennikarzy śledczych z Bay Area w Kalifornii. Projekt

ten opiera się pod względem finansowym na tak zwanym „partycypacyjnym dziennikarstwie śledczym” (*participatory investigative journalism*), co założyciel Spot.Us nazywa relacjonowaniem finansowanym przez wspólnotę (*community-founded reporting*). Ten typ pozyskiwania funduszy na prowadzenie działalności dziennikarskiej wywodzi się od modnej w ostatnich latach idei *crowdfundingu*. W przypadku wspomnianej platformy cyfrowej proces działania sprowadzony został do czterech etapów: 1) dziennikarz lub obywatel przedstawia na forum platformy pomysł tematu do realizacji, 2) następnie członkowie społeczności aprobujący zaproponowaną tematykę „głosują” na nią poprzez przekazywanie drobnych wpłat (z reguły kwoty te nie przekraczają średnio 20–30 dolarów na osobę), 3) zaakceptowany w ten sposób temat jest realizowany przez reportera lub reporterów dochodzeniowych, a jego wyniki przekazywane są do Spot.Us, gdzie redaktorzy muszą zatwierdzić do publikacji konkretny materiał, 4) po uzyskaniu pozytywnej oceny zostaje on opublikowany na należącym do platformy blogu oraz nieodpłatnie przekazany lokalnym mediom, dzięki czemu zwiększa się wydatnie grono potencjalnych odbiorców. Jeśli któraś z redakcji wyrazi chęć uzyskania wyłączności na publikację takiego materiału, musi za taki przywilej zapłacić. W listopadzie 2011 roku Spot.Us został przejęty przez American Public Media w celu wspierania innowacyjności w mediach publicznych (Honderich, 2009; Cohn, 2008; Kershaw, 2008; Milian, 2009; Rainey, 2009; Farrell, 2009; Snyder, 2008; Mitchell, 2009; York, 2008; *About Spot.Us*, 2013).

W USA z powodzeniem działają non profit od lat małe, hyper-lokalne przedsięwzięcia muckrakerskie takie, jak choćby Voice of San Diego i The Texas Observer. Pierwszy z projektów zainicjowany został w 2005 roku przez Andrew Donohue. Rok później założyciel witryny internetowej opublikował materiał śledczy zatytułowany „Affordable No More”, za który został uhonorowany nagrodą Delta Sigma Chi, przyznawaną przez The Society of Professional Journalists. Pod względem finansowania projekt ten działa jako hybryda, na którą składają się darowizny, składki od kilku dużych darczyńców oraz rosnące wpływy z ogłoszeń zamieszczanych w sieci. Strona operuje rocznym budżetem w wysokości 1 000 000 dolarów, z czego na prowadzenie konkretnych śledztw przeznaczane jest jedynie 9000 dolarów, a pozostała część stanowi pulę na wynagrodzenia dla redaktorów i reporterów. Według A. Donohue ten model sprawdza się, ponieważ „ludzie popierają dziennikarstwo śledcze, szczególnie na poziomie lokalnym” (Catania, 2009; *About us Voice*; Mieszkowski, 2009). Reporterzy Voice of San Diego w maju 2007 roku udowodnili szefowi miejscowej policji, że rażąco przeinaczał lokalne statystyki zaniżając poziom przestępczości.

Podobny model funkcjonowania realizuje od połowy lat 90. w formule non profit The Texas Observer (istnieje od 1954 roku, a w 1994 stał się własnością The Texas Democracy Foundation). Choć dysponuje małym budżetem, to suma ta jednak wystarcza na wydawanie magazynu (miesięcznika) liczącego 32 strony, z czego jedynie 2 przeznaczone są na publikację reklam. Filozofię działania tego przedsięwzięcia wyjaśnia redaktor naczelny, Bob Moser:

„znajdź obrzydliwie bogatych ludzi, którzy postrzegają dziennikarstwo, jako dobro publiczne i zwiąż ich długoterminowymi zobowiązaniami” (Barnett, 2009; Catania, 2009; *About us Voice*; Mieszkowski, 2009; *About The*).

Niektóre omówione dotąd sposoby finansowania działalności stosowane są w praktyce również przez przedsięwzięcia muckrakerskie, określające własny model funkcyjono-

wania, jako „for profit”. Przykładem takiego projektu jest utworzone 13 listopada 2000 roku Talking Points Memo. Najpierw jako blog w Internecie, a następnie jako jedna z chętniej czytanych witryn o profilu politycznym (średnio 300 000–400 000 odwiedzin strony dziennie). Jej założyciel, Joshua Micah Marshall, otrzymał w 2007 roku nagrodę Polk Award za śledztwo dziennikarskie, które doprowadziło do odwołania Prokuratora Generalnego Alberto Gonzalesa (po raz pierwszy to wyróżnienie otrzymała publikująca tylko w sieci krajowa organizacja dziennikarska; witryna z materiałami śledczymi nazywa się „TPM Muckraker”). Jednym z nowatorskich elementów w funkcjonowaniu tego projektu jest minimalizowanie kosztów związanych z infrastrukturą, a przede wszystkim wykorzystanie w budowie witryny wolnego oprogramowania (*free software*). Według jej twórców źródłem powodzenia w działalności strony są: skuteczny sposób zbierania informacji, umiejętne relacjonowanie wydarzeń, przejrzystość działań i partycypacja czytelników, uczestniczących w realizacji określonych tematów poprzez przesyłanie do redakcji wskazówek i uwag. Finansowanie tego modelu działania opiera się na wpływach z reklam powiązanych z blogiem oraz datkach od czytelników (Carmichael, 2010b; Glenn, 2007; McLeary, 2007; LaFrance, 2012a; LaFrance, 2012b; Garber, 2011; *Happy*, 2010; McGann, 2010; *TPM*).

### Wnioski

Powstanie i rozwój różnorodnych modeli finansowo-organizacyjnych dziennikarstwa śledczego w formule non profit możliwe było na taką skalę, co stanowi pewien paradoks, dzięki wystąpieniu kryzysu ekonomicznego, który zmusił wiele redakcji tradycyjnych mediów do redukcji zatrudnienia lub nawet zakończenia działalności. Zwalniani z pracy reporterzy śledczy z wieloletnim doświadczeniem w zawodzie, nie widząc szans na znalezienie pracy w sektorze „for profit” wybrali nową drogę w segmencie uznawanym jeszcze do niedawna za margines współczesnych systemów medialnych. Jest to jednak rozwiązanie obciążone dużym poziomem ryzyka. Przede wszystkim pozyskiwane na działalność granty od darczyńców zapewniają w miarę spokojną pracę tylko przez rok. Dziennikarze muszą ponadto nauczyć się zupełnie nowych obowiązków, wynikających wprost z funkcjonowania w sytuacji finansowej niepewności i związanym z tym stanem braku stabilizacji. W wielu przypadkach należą do nich przede wszystkim: konieczność zbierania funduszy na działalność, zarządzanie powołaną do życia strukturą oraz prowadzenie rozliczeń księgowych. Reporterzy współpracujący z uczelniami muszą natomiast zmierzyć się z występującą tam biurokracją, spowalniającą przetwarzanie dokumentacji dotyczących dotacji i grantów oraz większą liczbą zadań o charakterze administracyjnym (Houston, 2009; Coronel, 2012b). Część obserwatorów uważa opieranie działań śledczych na organizacjach non profit za eksperyment będący dopiero w fazie wstępnej, a co za tym idzie, trudno obecnie przewidzieć jego efekty. Pojawiają się nawet porównania do „dzikiego Zachodu”, bowiem liczne centra o różnym zasięgu działania i wielkości, działając przy użyciu rozmaitych metod zdobywania funduszy próbują przetrwać na coraz bardziej konkurencyjnym rynku (Drew, 2010). Richard J. Rouan kwestionuje możliwość odniesienia sukcesu przez tego typu przedsięwzięcia w skali kraju.

„Model non profit w dziennikarstwie śledczym jest dobry, ale tylko dla medium niszowego, jako dziennikarstwo śledcze lub tematyczne” (Rouan).

Kevin Davis, dyrektor wykonawczy The Investigative News Network<sup>4</sup> uważa, że liczny wzrost tego typu organizacji na całym świecie doprowadzi, z powodu braku stałego źródła finansowania, do upadku części z nich (znane są już przypadki zawieszenia działalności takich podmiotów w Bułgarii, Meksyku, Timorze i na Haiti). Nie bez znaczenia jest również brak tradycji działalności filantropijnej w niektórych częściach świata, a ta przecież jest w przypadku wielu takich przedsięwzięć podstawą funkcjonowania. Inaczej jest jedynie w USA, gdzie rocznie filantropia (*gift economy*) warta jest 300 000 000 000 dolarów. Gdyby instytucje i organizacje dziennikarskie pozyskały zaledwie 1 procent tej sumy, dałoby to kwotę 2 400 000 000 dolarów (Cohn, 2011). Problemem może okazać się także niedostatek umiejętności dziennikarskich, który w kontekście oparcia aktywności tego typu organizacji na mało efektywnych modelach biznesowych przesądzi o niepowodzeniu (Kaplan, 2013). Wielu obserwatorów podnosi też argument o możliwym uzależnieniu się zespołów dziennikarskich od bogatych darczyńców, którzy wykorzystując sytuację zależności takich podmiotów od swoich pieniędzy będą mogli wykorzystywać je w walce politycznej lub biznesowej z jednej strony albo unikać krytyki swoich działań. Nie do końca rozpoznane jest również zagrożenie podporządkowania się woli pewnej grupy odbiorców, która „głosując” niewielkimi datkami może ukierunkować zainteresowanie reporterów śledczych jedynie na wybrane zagadnienia.

Wspomniane trudności nie zmniejszają optymizmu inicjatorów takich przedsięwzięć. Wyniki raportu przedstawionego w czerwcu 2013 roku przez Pew Research Center wskazują, że aż 81 procent z 93 badanych organizacji medialnych non profit było „bardzo” lub „raczej” pewnych swojej wypłacalności przez kolejne 5 lat, a w tej liczbie 21 procent stanowiły projekty muckrakerskie (Starkman, 2013). Miejsce dla dziennikarstwa dochodzeniowego w przyszłości dostrzega również Sheila S. Coronel:

„Organizacje non profit zajmują tylko niewielkie, choć ważne miejsce w przestrzeni dziennikarstwa śledczego. [...] A przyszłość wygląda tak: ekosystem dziennikarstwa śledczego dzielą (raczej niż w nim dominują) profesjonalni dziennikarze, grupy poparcia, obywatele, blogerzy i stroniczy muckrakerzy” (Coronel, 2013).

Geneva Overholser dostrzega w dziennikarstwie działającym non profit duży potencjał, wyrażający się między innymi nieustraszoną postawą w tropieniu patologii życia publicznego, postawach wolnych od obaw o reakcje możnych tego świata oraz podejmowaniu ryzyka nawet kosztem utraty popularności. Jej zdaniem istnienie takiej konkurencji może pozytywnie wpłynąć na dziennikarstwo w mediach komercyjnych (Guensburg, 2008b). W tym kontekście rosnącą aktywność dziennikarzy i organizacji śledczych działających non profit można postrzegać, jako względnie udany eksperyment przejścia od coraz bardziej niewydolnego systemu mediów komercyjnych na rzecz mało rozpozna-

---

<sup>4</sup> Investigative News Network została utworzona w efekcie przyjęcia 1 lipca 2009 roku przez liderów 20 organizacji muckrakerskich, działających non profit, dokumentu pod nazwą Pocantico Declaration. Organizacja zrzeszająca około 40 inicjatyw ma koordynować współpracę administracyjną, wydawniczą i finansową pomiędzy poszczególnymi podmiotami w tym segmencie mediów (Lewis, 2009b).

nego, ale perspektywicznego środowiska, w którym następuje widoczna, większa niż dotychczas, zbieżność interesów ludzi mediów i odbiorców. Zatem jesteśmy świadkami zjawiska, które Charles Lewis nazywa „wschodzącym ekosystemem dziennikarstwa śledczego”.

### Bibliografia

- About, Spot.Us, <http://spot.us>, 28.08.2013.
- About The Texas Observer, <http://www.texasobserver.org>, 27.08.2013.
- About us, The Fund for Investigative Journalism, <http://fij.org>, 9.01.2013.
- About Us ProPublica, [www.propublica.org](http://www.propublica.org), 28.08.2013.
- About us Voice, <http://voiceofsandiego.org>, 28.08.2013.
- Adamczyk W. (2009), *Kamienie milowe amerykańskiego dziennikarstwa*, w: *Media dawne i współczesne*, t. 4, red. B. Kosmanowa, Poznań.
- Adamczyk W. (2013), *Przyszłość prasy lokalnej w „epoce śmierci gazet”*, w: *Pomiędzy wolnością a odpowiedzialnością. Problemy współczesnych mediów* (tom II), red. R. Kowalczyk, W. Machura, J. Sobczak, Opole.
- Allan S. (2009), *Histories of Citizen Journalism*, w: *Citizen Journalism. Global Perspectives*, red. S. Allan, E. Thorsen, New York.
- Aucoin L. (2007), *The Evolution of American Investigative Journalism*, University of Missouri Press.
- Barnett J. (2009), *Are news nonprofits doomed to reliance on big gifts? A study in fundraising – and sustainability*, 14.12.2009, Nieman Journalism Lab, 23.08.2013.
- Building a new model for investigative reporting*, CIR California Watch, <http://californiawatch.org/about>, 24.08.2013.
- Carmichael K. (2010a), *Investigations with Impact*, „American Journalism Review”, marzec.
- Carmichael K. (2010b), *Capital Investment. Talking Points Memo launches a Washington bureau, augmenting its reporting firepower*, „American Journalism Review” grudzień/styczeń.
- Carvajal M., Garcia-Avilés J. A., González J. L. (2012), *Crowdfunding and Non-Profit Media: The Emergence of New Models for Public Interest Journalism*, „Journalism Practice”, Vol. 6, Issue 5–6.
- Catania S. (2009), *How to Fix American Journalism*, 14.03.2009, Part II, HuffingtonPost.com, 28.08.2013.
- Cohn D. (2008), *Creating a New Platform to Support Reporting*, Nieman Report Winter.
- Cohn D. (2011), J. Peters, *Handbook for Community-founded reporting*, Reynolds Journalism Institute, listopad.
- Cooper G. (2011), *From their own correspondent? New media and the changes in disaster coverage: lessons to be learnt*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, maj.
- Coronel S. S. (2012a), *Opera, game theory and investigative journalism*, w: *Business models for watchdog reporting*, 29.03.2012, WatchDogWatcher.com, 18.08.2013.
- Coronel S. S. (2012b), *Will the nonprofit bubble burst?*, 1.04.2012, WatchDogWatcher.com, 22.03.2013.
- Coronel S. S. (2013), *A hundred muckraking centres bloom*, 22.01.2013, Global Investigative Reporting, WatchDog Watcher.com, 22.03.2013.
- Cranberg G. (2008), *New Sources of Funding, New Sources of Reporting. As nonprofit investigative models take shape, a journalist surveys emerging possibilities*, Nieman Reports Spring.
- Dawson R. (2010), *Newspaper Extinction Timeline. When newspapers in their current form will become insignificant*, Future Exploration Network.

- Dorroh J. (2009), *Statehouse Exodus*, „American Journalism Review”, kwiecień/maj.
- Downie L. Jr., Schudson M. (2009), *The Reconstruction of American Journalism*, „Columbia Journalism Review”.
- Drew J. (2010), *The New Investigators. Nonprofits are breaking new ground. Can they sustain themselves?*, „Columbia Journalism Review”, maj/czerwiec.
- eCirc for Consumer Magazines*, 30.06.2012, Alliance for Audited Media, 18.08.2013.
- van Eijk D. (red.) (2005), *Investigative Journalism in Europe*, VVOJ, Amsterdam.
- Farrell M. B. (2009), *How Spot.U.s could help save journalism*, „The Christian Science Monitor” z dnia 23.09.2009.
- Filloux F. (2012), *How ProPublica changed investigative reporting*, „The Guardian” z dnia 2.07.2012.
- Fioretti N. (2010), *Nowe dziennikarstwo? Śledcze i cyfrowe*, 7.08.2010, „Nowe Media Web 2.0”, European Journalism Observatory, 28.08.2013.
- Garber M. (2009), *ProPublica Goes Pro-Am*, „Columbia Journalism Review”, marzec.
- Garber M. (2011), *„A great story to tell to advertisers”: How TPM increased its ad sales revenue 88 percent from last year*, 1.08.2011, Nieman Journalism Lab, 22.08.2013.
- Glenn D. (2007), *The (Josh) Marshall Plan*, „Columbia Journalism Review”, wrzesień.
- Guensburg C. (2008a), *Big Bucks for Investigative Reporting*, „American Journalism Review”, luty/marzec.
- Guensburg C. (2008b), *Nonprofit News*, „American Journalism Review”, luty/marzec.
- Happy Birthday, Josh!* (2010), „The New York Observer” z dnia 8.12.2010.
- Hind D. (2012), *Reincarnating the newspaper industry*, 2.10.2012, „Al Jazeera”, <http://www.aljazeera.com>, 17.08.2013.
- Honderich J. (2009), *All the news that's fit to fund*, „Toronto Star” z dnia 1.02.2009.
- Houston B. (2009), *The First Draft: Emerging Models for Regional and State Non-Profit Investigative Journalism Centers*, 4–5.05.2009, Duke Conference on Nonprofit Media.
- Huffington A. (2009), *Announcing the Launch of the Huffington Post Investigative Fund*, 4.04.2009, „The Huffington Post”, <http://www.huffingtonpost.com>, 25.08.2013.
- Huffington Post Investigative Fund and Center for Public Integrity Join Forces*, 19.10.2010, The Knight Foundation, <http://www.knightfoundation.org>, 25.08.2010.
- Investigative journalism: A great reporter is dead. Who are the campaigners now?* (2004), „The Independent” z dnia 25.07.2004.
- Jarvis J. (2009), *Slices of a new journalism pie*, 29.03.2009, <http://buzzmachine.com>, 27.08.2013.
- Johnston C. (2009), *Welcome to the Jungle: Journalists, meet the all-or-nothing job market*, „Columbia Journalism Review”, 22.05.2009.
- Kaplan D. E. (2013), *Investigative Journalism Nonprofit: A Survival Guide*, 29.04.2013, Global Investigative Journalism Network, 21.05.2013.
- Kenney T. (2010), *Are Non-Profits the Future of Investigate Reporting?*, 19.01.2010, World Association of Newspapers and News Publishers, <http://www.editorsweblog.org>, 19.08.2013.
- Kershaw S. (2008), *A Different Way to Pay for the News You Want*, „The New York Times” z dnia 24.08.2008.
- Kirchhoff S. M. (2009), *The U.S. Newspaper Industry in Transition*, 8.07.2009, Congressional Research Service, 7-5700, [www.crs.gov](http://www.crs.gov), 9.11.2012.
- LaFrance A. (2012a), *When is a website not a website? For Talking Points Memo, the turning point was in 2012*, 17.05.2012, Nieman Journalism Lab, 22.08.2013.
- LaFrance A. (2012b), *Talking Points Memo launches membership-only program, wades into long-form*, 2.10.2012, Nieman Journalism Lab, 22.08.2013.



- Langeveld M. (2010), *California Watch: The latest entrant in the dot-org journalism boom*, 5.01.2010, Nieman Journalism Lab, 22.08.2013.
- Lasica J. D. (2003), *What is Participatory Journalism?*, 7.08.2003, „Online Journalism Review”, 18.08.2013.
- Lewis C. (2007), *The Nonprofit Road*, „Columbia Journalism Review”, wrzesień.
- Lewis C. (2009a), *A Social-Network Solution: how investigative reporting got back on its feet*, „Columbia Journalism Review”, marzec.
- Lewis C. (2009b), *Great Expectations. An Investigative News is born. Now What?*, „Columbia Journalism Review”, październik.
- Lippmann W. (1920), *Liberty and the News*, New York.
- Malkawi K. (2009), *Investigative reporting 'profitable', experts say*, „McClatchy Tribune Business News” z dnia 23.11.2009.
- McGann L. (2010), *Josh Marshall on Talking Points Memo's growth over the last decade: Moving from solo blog to news org*, 15.11.2010, Nieman Journalism Lab, 21.08.2013.
- McLeary P. (2007), *How TalkingPointsMemo Beat the Big Boys on the U.S. Attorney Story*, „Columbia Journalism Review”, marzec.
- Meyer P. (2004), *The Vanishing Newspaper. Saving Journalism in the Information Age*, University of Missouri Press.
- Mielczarek T. (2012), *Raport o śmierci polskich gazet*, Warszawa.
- Mieszkowski K. (2009), *Spare change for news*, 13.04.2009, Salon.com, [http://www.salon.com/2009/04/13/nonprofit\\_journalism](http://www.salon.com/2009/04/13/nonprofit_journalism), 20.08.2013.
- Milian M. (2009), *Spot.U.s brings reader-funded journalism to L.A.*, „The Los Angeles Times” z dnia 22.09.2009.
- Mitchell B. (2009), *In Money Hunt, Spot.U.s and Kiva.org Make it Personal*, 9.01.2009, Poynter.org, 19.08.2013.
- Newton E. (2011), *If investigative journalists don't explain the impact of their work, who will?*, 13.06.2011, E. Newton talk on June 11 at the annual convention of the IRE, [www.knightfoundation.org](http://www.knightfoundation.org) 19.08.2013.
- Our History*, The Center for Investigative Reporting, <http://cironline.org/about/cir-history>, 24.08.2013.
- Poulet B. (2001), *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, Wołowiec.
- Rainey J. (2009), *A new paid-journalism model, but it needs work*, „The Los Angeles Times” z dnia 8.02.2009.
- Rosenthal R. J. (2011), *CIR Industry Report – Reinventing Journalism. An Unexpected Personal Journey from Journalist to Publisher*, 4.10.2011, The Center for Investigative Reporting Californiawatch.org, 25.08.2013.
- Rouan R. J., *The Non-Profit Model of Investigative Reporting: Can it Save Public Service Journalism?*, Ohio University, [www.scripps.ohiou.edu](http://www.scripps.ohiou.edu), 17.08.2013.
- Salomon F. (2011), *ProPublica and How to Support Investigative Journalism*, „Columbia Journalism Review”, kwiecień.
- Schudson M. (2010), *Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information*, „Dædalus”, wiosna.
- Snyder C. (2008), *Spot.U.s Launches Crowd-Funded Journalism Project*, 10.11.2008, „Wired”, <http://www.wired.com>, 28.08.2013.
- Starkman D. (2013), *Nonprofits are still a drop in the news bucket*, „Columbia Journalism Review”, czerwiec.
- Stepp C. S. (2006), *Is investigative Reporting Here to Stay?*, „American Journalism Review”, grudzień/styczeń.

- Szpunar M. (2007), *Dziennikarstwo obywatelskie w dobie Internetu*, Zeszyty Naukowe Świętokrzyskiego Centrum Edukacji na Odległość, 18.08.2013.
- Thompson D., *The Collapse of Print Advertising in 1 Graph*, 28.02.2012, „The Atlantic Monthly”, <http://www.theatlantic.com/business/archive/2012/02/the-collapse-of-print-advertising-in-1-graph/253736/>, 5.09.2012.
- TPM About TPM*, <http://talkingpointsmemo.com>, 28.08.2013.
- Tryhorn C. (2009), *Investigative journalism is under threat by legal actions, editors warn MP's*, „The Guardian” z dnia 5.05.2009.
- U.S. newsroom employment declines*, *American Society of News Editors*, April 16, 2009. <http://www.asne.org/index.cfm?id=1138>, 9.11.2012.
- Vega T. (2010), *Pooling Resources, Two Newsrooms Merge*, „The New York Times” z dnia 18.10.2010.
- Walton M. (2010), *Investigative Shortfall*, „American Journalism Review”, wrzesień.
- Westland N., *The battle to keep investigative journalism alive*, 4.01.2012, „The Journalism Foundation Media Monitor”, <http://www.thejournalismfoundation.com>, 19.08.2013.
- Westphal D. (2009), *Foundations Invest in Watchdog Reporting as Group Considers National Investigative Network*, 27.06.2009, Poynter.org, 26.08.2013.
- Who killed the newspaper? The most useful bit of the media is disappearing. A cause for concern, but not for panic*, 24.08.2006, „The Economist”.
- York J. (2008), *First Look: Spot Us for Crowd-Funded Journalism*, 7.11.2008, „We Media”, <http://we-media.com>, 28.08.2013.

---

### **The non-profit formula of investigative journalism: a risky experiment or a natural alternative?**

#### **Summary**

The paper deals with new phenomena that emerged on the media market during a crisis in the printed press sector. The author searches for an answer to the question of whether the new forms of financing investigative journalism in the USA have a chance of developing, in particular crowdfunding and broadly understood non-profit activity. He discusses the main forms of financing the new types of entities in the media market and characterizes the examples of the most representative investigative organizations that operate online thanks to gathering funds in the above manners: ProPublica, The Center for Investigative Reporting, The Huffington Post Investigative Fund, Spot.US, Voice of San Diego and The Texas Observer.

**Key words:** investigative journalism, crowdfunding, non-profit, the media