

**Tadeusz Kononiuk**

Uniwersytet Warszawski

ORCID: 0000-0002-7531-7024

## **Dziennikarze na cyfrowych sterydach**

### **Streszczenie**

Artykuł jest medioznawczą analizą procesów i mechanizmów cyfryzacji jako głównej przyczyny konwergencji technologicznej, polegającej na przejściu z druku na cyfrę, która przekształciła wszystkie media, tworząc nową architekturę komunikacji. Miejsce starego korporacyjnego ładu medialnego zajął tuzin konkurujących ze sobą koncepcji tworzących rozdrobniony, sieciowy pejzaż mediów. Celem badawczym artykułu jest odpowiedź na pytania, jak to przejście z druku na cyfrę wpływa na status zawodu dziennikarza. Po pierwsze, jaki jest wpływ cyfry na ekosystem informacji i pozycję w nim dziennikarza? Po drugie, czy jest związek nośnika materiału prasowego z jego jakością? Po trzecie, czy cyfra zadziałała jak steryd, przyspieszając intensywność dziennikarskiej aktywności? Te ważne i złożone problemy współczesnego dziennikarstwa, ujęte w formie metaforycznego skrót – „cyfrowych sterydów” – są przedmiotem badań w tej publikacji.

**Słowa kluczowe:** konwergencja, cyfrowa rewolucja, medialna apokalipsa, smog danych, cyfrowe sterydy.

### **Journalists on digital steroids**

#### **Abstract**

The article is a media studies analysis of the processes and mechanisms of digitization as the main cause of the technological convergence from print to digital, which transformed all media, creating a new architecture of communication. The place of the old corporate media order was taken by a dozen competing concepts forming a fragmented networked media landscape. The research goal of the article is to answer the questions of how this transition from print to digital affects the status of the journalistic profession: first, what is the impact of digital on the information ecosystem and the journalist's position in it? second, is there a relationship between the medium of press material and its quality? third, has digital acted as a steroid to accelerate the intensity of journalistic activity? These important and complex problems of modern journalism, put in the form of a metaphorical shortcut – “digital steroids” – are the subject of research in this publication.

**Keywords:** convergence, digital revolution, media apocalypse, data smog, digital steroids.

## Wprowadzenie

W świecie mediów już nic nie jest takie same jak kiedyś. Internet skutecznie złamał dotychczasowy ład medialny, tworząc zarazem demokratyczną obywatelską rewolucję w przepływie informacji<sup>1</sup>. Stary model – w którym dziennikarze pisali, redaktorzy redagowali, a na końcu ktoś jeszcze za to płacił – może nie był idealny, ale był. Dziś natomiast nie ma starego modelu, ale nie ma też nowego. Konkurujące ze sobą różne koncepcje zapewne stworzą nowy świat mediów, ale nie będzie on już przypominać tego, jaki znamy<sup>2</sup>.

Przejęcie z druku na cyfrę stworzyło nową architekturę komunikacji, której efektem jest przenoszenie się gazetowych odbiorców do internetu. Spowodowało to radykalne zmniejszenie budżetów gazet, cięcia ich objętości, redukcję dziennikarskich etatów, zaostrenie się konkurencji o odbiorcę, zastąpienie dyskursu przez spektakl, przyspieszenie produkcji treści<sup>3</sup>.

Celem badawczym artykułu jest analiza, jak konwergencja, jako metafora szerokiego procesu zmian przekształcających wszystkie media, wpływa na zawód dziennikarza, a zwłaszcza:

- jaki jest wpływ cyfry na ekosystem informacji i pozycję w nim dziennikarza?;
- czy jest związek nośnika materiału prasowego z jego jakością?;
- czy cyfra zadziałała jak steryd, przyspieszając intensywność dziennikarskiej aktywności?

Te ważne, złożone i istotne problemy współczesnego dziennikarstwa, ujęte w formie metaforycznego skrótu – „cyfrowych sterydów” – są przedmiotem badań w tej publikacji.

## Kierunek interpretacji

Złożoność tej sytuacji powoduje, że w XXI wieku dziennikarstwo raz jeszcze musi poszukać swojego miejsca w zmieniającym się społeczeństwie. Naukowy dyskurs toczący się na ten temat jest oparty na dwóch wykluczających się orientacjach teoretycznych, określanych jako funkcjonalizm i krytycyzm<sup>4</sup>.

Funkcjonalisci postrzegają społeczeństwo jako zorganizowany kompleks wzajemnie ze sobą powiązanych instytucji, zmierzających do integracji i zapewnienia równowagi

<sup>1</sup> Por. M. Mrozowski, *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego*, PWN, Warszawa 2020; J. Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019; *idem*, *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy, agregacja w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016; K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Poltext, Warszawa 2011.

<sup>2</sup> K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów...*, s. 27–50.

<sup>3</sup> Por. A. Taylor, *The People's Platform: Taking Back Power and Culture in the Digital Age*, Metropolitan Books, New York 2014.

<sup>4</sup> T. Kononiuk, *Profesjonalizacja w dziennikarstwie. Między modernizmem a ponowoczesnością*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2013, s. 99–100.

całemu systemowi społecznemu. Dziennikarstwo wpisuje się w ten model, tworząc wewnętrznie spójny system wartości i powinności, standardy kompetencyjne, stając tym samym istotnym elementem społeczeństwa obywatelskiego<sup>5</sup>.

W opozycji do orientacji funkcjonalistycznej krytycyzm postrzega dziennikarstwo jako bastion partykularnych interesów ekonomiczno-politycznych przemysłu medialnego. Zdaniem autorów propagujących krytycyzm, skoncentrowanie się w analizach badawczych przede wszystkim na mechanizmach gospodarki rynkowej przysłania obywatelom ich rzeczywistą podmiotową rolę w demokracji, oddala ich od faktycznego udziału w systemie władzy<sup>6</sup>.

Metaforyczny tytuł artykułu – „dziennikarze na cyfrowych sterydach” – doskonale wpisuje w ten dyskurs. Z jednej strony ewolucja zawodu spowodowana konwergencją, rozumianą jako przenośnia szerokiego procesu zmiany spowodowanego rewolucją cyfrową, dostarcza wręcz modelowego przykładu podejścia funkcjonalistycznego. Nowa architektura komunikacji stworzyła nową architekturę sfery publicznej, która miała doprowadzić do „wielkiego wyrównania”. Wraz z podpięciem się do modemu, każdy miał zostać swoim własnym wydawcą. Faktycznie założyć bloga jest łatwiej niż kiedyś gazetę. Czy jednak faktycznie doprowadziło to do „wyrównania”<sup>7</sup>?

Z drugiej strony krytycyzm wskazuje, że wprowadzenie swobodnego obiegu treści informacyjnych, niemal z dnia na dzień, spowodowało gwałtowny spadek sprzedaży prasy drukowanej, a stawki reklamowe spadły drastycznie. Cięcia finansowe i radykalne obniżanie budżetów wydawniczych zaczęły niszczyć prasę, rynek żądał bowiem coraz większych zysków przy coraz niższych kosztach produkcji. Proces ten spowodował, że rzetelne informacje stały się na rynku medialnym dobrem skrajnie deficytowym<sup>8</sup>.

W jakich więc ramach interpretacyjnych możemy usytuować „dziennikarzy na cyfrowych sterydach”? Oto pierwsze pytanie. I oczywiście pytanie kolejne: Jak determinizm technologiczny wpływa na standardy warsztatowe dziennikarzy? I ostatnie pytanie: Czy pod wpływem cyfrowych sterydów można pozbawić informację całkowitej wartości jako dobra publicznego? W prezentowanych tu rozważaniach chodzi zatem o wskazanie, czy rewolucja informacyjna, zmiany w sposobie komunikowania się spowodują, że tradycyjne funkcje i zadania dziennikarstwa będą ulegać erozji, a dziennikarstwo będzie musiało raz jeszcze poszukać swojego miejsca w zmieniającym się społeczeństwie?<sup>9</sup>

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 100.

<sup>6</sup> *Ibidem*, s. 100–101.

<sup>7</sup> Zamiast modelu horyzontalnej współpracy i wyrównania mamy odtwarzającą się piramidę zysków. Uczestnicy kapitalistycznej gry rynkowej walczą o dominację, a nie o wyrównanie i równowagę.

<sup>8</sup> T. Kononiuk, *Informacja jako towar*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2000, nr 7/8.

<sup>9</sup> T. Kononiuk, *Aksjologiczna erozja przestrzeni komunikowania* [w:] *Media a wartości demokratyczne. Księga Jubileuszowa Dedykowana Profesorowi Januszowi Adamowskiemu*, Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2022, s. 88–98.

## Metoda

Te wstępne założenia badawcze należy uzupełnić kilkoma uwagami dotyczącymi metody czy też rozwiązań, które pozwolą na eksplorację problemu „cyfrowych sterydów” w dziennikarstwie poprzez wykorzystanie ram interpretacyjnych. Zdaniem Roberta Entmana ramy definiują problemy, diagnozują przyczyny, narzucają oceny moralne<sup>10</sup>. Są metodą inspirującą do całościowej interpretacji procesów związanych z przejściem z papieru na cyfrę i ich wpływem na zawód dziennikarza. Ramy skłaniają autora do określonych wniosków, przywodzą na myśl konkretne uregulowania normatywne i doktrynalne, tym samym umieszczają problem wpływu „cyfrowych sterydów” na dziennikarstwo w określonym kontekście badań medioznawczych oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach.

## Hipoteza

Precyzując i uściślając tytuł artykułu należy wskazać, że określa on istotę rozwiązywanego problemu badawczego, wskazuje przedmiot badań i zawiera następujące hipotezy badawcze:

- Po pierwsze, przejście z druku na format cyfrowy przyczynia się do upadku zawodowego modelu dziennikarstwa i tym samym powoduje drastyczny spadek liczby osób odpowiedzialnych za pozyskiwanie informacji, a trzeba zaznaczyć, że 95% informacji będących w obiegu pochodzi od tradycyjnego dziennikarstwa. Proces ten przyczynia się do radykalnego obniżenia jakości informacji i tym samym jakości demokracji<sup>11</sup>.
- Po drugie, problemu zmian w dziennikarstwie i kryzysu zawodu nie można ograniczać i zawężać do konfliktu: a) papieru z cyfrą, b) amatorów z profesjonalistami, c) dziennikarzy z blogerami, d) starych mediów z nowymi. Stare media, takie jak: prasa brukowa, tabloidy żerujące na skandalach, seksie, śmierci, postprawdzie, manipulacjach, udowodniły, że jakość dziennikarstwa nie ma żadnego związku z jakimiś niezwykłymi właściwościami nośnika.
- W celu weryfikacji tych założeń badawczych jako hipotezę artykułu przyjęto konieczność wykazania, że cyfryzacja zadziałała w dziennikarstwie jak steryd, przyspieszając niebywałe tempo i intensywność dziennikarskiej aktywności kosztem jej jakości, co sprawia, że kwestia dziennikarskiej rzetelności staje się jeszcze bardziej skomplikowana, a obowiązujące w starym modelu prasy i dziennikarstwa standardy warsztatowe i etyczne stają się kruche i szczałkowe<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Por. R.M. Entman, *Framing: towards clarification of fractured paradigm*, „Journal of Communication” 1993, Vol. 43(4), s. 51–58.

<sup>11</sup> Ł. Szurmiński, *Propaganda w świecie nowych plemion. Perspektywa medioznawcza*, Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2023, s. 203–205.

<sup>12</sup> K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów...*, s. 199–203.

## Wpływ cyfry na ekosystem informacji

Institucje medialne są wytworem ewolucji i podlegają ewolucji. Dobiega końca cykl ewolucji spowodowanej przez skumulowane procesy zmian cywilizacyjnych i kulturowych, a zaczyna się następny, którego głównym powodem jest determinizm technologiczny całkowicie zmieniający funkcjonowanie mediów i dziennikarzy<sup>13</sup>.

Najważniejszą determinantą jakościową obecnej ewolucji w mediach stały się technologia cyfrowa i komunikacja sieciowa zdominowane przez urządzenia cybernetyczne i algorytmy. Internet tworzy równoległy świat cyfrowy i wirtualny naśladujący rzeczywistość realną, otwarty dla nieskończonego wielu użytkowników, do którego sukcesywnie przenosi się życie społeczne i kulturowe<sup>14</sup>. Nowe technologie są tak wielofunkcyjne, mają tak duży potencjał aplikacyjny, że nie można antycypować zakresu ich zastosowań, to użytkownicy mają bowiem znajdować wciąż nowe pola ich wykorzystania, nadając im zarazem kulturowy i ideologiczny sens. Cyfrowy świat, jak każde nowe medium, najpierw pasożytuje na mediach starych, przejmując od nich odpowiadające mu treści, formaty i funkcje, a następnie dokonuje ich przetwarzania, nadając im nową jakość. Marshall McLuhan pisał: „treścią dowolnego środka przekazu jest zawsze inny środek przekazu”<sup>15</sup>. Tyle tylko, że w nowym medium podlega on transformacji, bo nowy środek to nowy przekaz, choć oparty na starej treści. Cyfrowe media dokonują więc absorpcji i transformacji treści starych mediów, wprowadzając szereg modyfikacji, które zdaniem Macieja Mrozowskiego wymuszają dostosowawczą modyfikację starych mediów, niejako „goniących” postępujące zmiany<sup>16</sup>. Stare media również muszą się modernizować, żeby nie wyjść z użycia i nie ulec zapomnieniu. Ten system współzależności: nowe media/media cyfrowe – modyfikacja starych mediów, to ciągły proces remediacji systemu mediów pod wpływem determinizmu technologicznego, który znacząco wpływa na jego ewolucję<sup>17</sup>. W wyniku kolejnych modyfikacji i zmian dostosowawczych media albo zyskują akceptację odbiorców i odnoszą sukces rynkowy, albo jej nie zyskują i ponoszą klęskę, powodującą upadek medium (np. gazet papierowych)<sup>18</sup>.

Można zatem stwierdzić, że technologia cyfrowa ma niewyobrażalną moc zmieniającą nie tylko architekturę komunikacji i ekosystem informacji, lecz także tworząc nowy model społeczeństwa, społeczeństwa sieciowego, którego ideologią stał się dyskurs aktywizmu sieciowego. Mrozowski wskazuje, że „sens tej ideologii zasadza się na przekonaniu, że aby istnieć, trzeba cały czas uczestniczyć w komunikacji sieciowej, bo

<sup>13</sup> T. Koniński, *Rzetelne dziennikarstwo. Aksjologia i deontologia*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2018, s. 257.

<sup>14</sup> S.J. Baran, D.K. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, przeł. A. Sadza, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 347.

<sup>15</sup> Por. P. Levinson, *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.

<sup>16</sup> M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, przeł. N. Szczucka, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 39.

<sup>17</sup> M. Mrozowski, *Przenikanie mediów...*, s. 139–143.

<sup>18</sup> Por. D.J. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge 1999.

ona tworzy wspólnoty, których charakter zależy bardziej od samego komunikowania się niż jego celu”<sup>19</sup>.

Sumując aktywizm sieciowy zacięra podziały na: a) producentów i konsumentów (użytkownik zasobów sieci jest zarazem ich producentem, bo wprowadza do niej wciąż nowe dane); b) profesjonalistów i amatorów (autentyzm przekazu wynika z zaangażowania, a nie profesjonalizmu); c) dysponentów i użytkowników mediów (każdy sam wybiera medium oraz co i jak komunikuje innym)<sup>20</sup>. Fenomen komunikowania się społeczności sieciowej polega zatem na przełamaniu wszelkich możliwych podziałów, umożliwiając tym samym instytucjom systemu sprawowanie kontroli nad społeczeństwem.

## Ewolucja architektury komunikacji

Nowe media analogowe, które pojawiły się w latach 80. XX wieku, podważyły stary model komunikowania masowego, uruchomiły oddolne mechanizmy deregulacji komunikowania masowego, natomiast technologia cyfrowa i internet pogrzebały go zupełnie. Technologia cyfrowa oderwała treści medialne od ich materialnego podłoża, sprowadzając je do skompresowanych pakietów cyfrowych<sup>21</sup>. Nośnikiem przekazu nie jest już substancja (zadrukowany papier, taśma celuloidowa itp.) tylko elektryczne impulsy i oprogramowanie komputera, a unifikacja standardów technicznych, czyli konwergencja (cyfryzacja), umożliwia każdemu posiadaczowi smartfonu odtwarzanie i przekazywanie przekazu<sup>22</sup>. Tym samym technologia cyfrowa złamała dotychczasowy, kontrolowany przez nadawców, monopol tradycyjnych kanałów i form dystrybucji, co spowodowało ewolucję architektury komunikacji. Model oparty na nadawcach i odbiorcach został zastąpiony modelem opartym na dostawcach i użytkownikach<sup>23</sup>.

Tradycyjne media nie mogły tego procesu ignorować, dlatego też zaczęto stosować mechanizmy adaptacyjne angażujące użytkowników sieciowego przekazu. Ten proces adaptacji mediów do nowych warunków cywilizacyjnych oznacza, że sieciowi nadawcy medialni kierują swoje oferty już nie do masowych audytoriów, lecz do poszczególnych odbiorców, dostosowując oferowane im treści do ich indywidualnych upodobań. Wszystkie instytucje medialne, szukając kontaktu z użytkownikami, uruchamiają swoje serwisy i portale internetowe<sup>24</sup>. Proces ten tworzy nowy system komunikacji,

<sup>19</sup> Por. B. Poulet, *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, przeł. O. Hedemann, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011.

<sup>20</sup> M. Mrozowski, *Przenikanie mediów...*, s. 139.

<sup>21</sup> *Ibidem*, s. 139.

<sup>22</sup> Por. J. Kreft, *Władza algorytmów...*

<sup>23</sup> Por. N. Postman, *Triumf techniki nad kulturą*, przeł. A. Tanalska-Dulęba, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1995.

<sup>24</sup> J. Jastrzębski, *Media, masy, maszyny. Szkice o infosferze i komunikacji społecznej*, Oficyna Wydawnicza ATUT, Wrocław 2020, s. 7–8.

definiowany jako spersonalizowane komunikowanie masowe, który zdaniem Manuela Castellsa jest źródłem rosnącej „władzy komunikacji”<sup>25</sup>.

Dynamika tych procesów eksplorowana w kategoriach konwergencji (cyfryzacji), czyli zjawisk zachodzących w systemie mediów, pokazuje, że ewolucja mediów w sieci przebiega wedle reguł narzucanych przez instytucje pośredniczące, które zagospodarowują sieć<sup>26</sup>. Internet jest co prawda przestrzenią otwartą, dostępną dla każdego, jednak, aby w niej zaistnieć, trzeba podłączyć się do sieci oraz uzyskać dostęp do pośredników zapewniających połączenia i transfer plików między różnymi komputerami podłączonymi do sieci. W ten sposób pośrednicy uzyskują kontrolę nad jej funkcjonowaniem i tym samym władzę nad jej użytkownikami. Jest to władza czysto techniczna, jednak dająca dostęp do ogromnych zasobów treści, do których dołączone są reklamy przynoszące im duże zyski<sup>27</sup>. Pośrednicy zinstytucjonalizowali zasady komunikacji w sieci, jednak zdaniem Jana Krefta, zasady te są oparte na wielkiej asymetrii władzy sieciowych pośredników wiedzących o użytkownikach wszystko i używających tej wiedzy do pomnażania zysków, a nami, wiedzącymi o tych firmach i ich praktykach niewiele, i wobec tego całkiem bezbronni przed ich nieuczciwymi działaniami<sup>28</sup>.

Można zatem stwierdzić, że w społeczeństwie sieciowym tworzenie połączeń między użytkownikami sieci staje się cennym dobrem. Dobrem dającym ogromną władzę ukrytą przed opinią publiczną, niepodlegającą demokratycznej kontroli, która może negatywnie wpływać na różne obszary ludzkiego życia.

## Medialna apokalipsa

Omaiwane procesy i mechanizmy adaptacji starych mediów do nowych realiów technologicznych są wielkim wyzwaniem cywilizacyjnym dla demokratycznego społeczeństwa. Zalgorytmizowany internet i komunikatory cyfrowe stają się w coraz większej mierze głównymi aktorami sterowania rynkiem i biznesem medialnym. Nowe technologie informacyjne podważyły dotychczasowe paradygmaty ekonomiki mediów<sup>29</sup>. Zastosowanie przez gazety mechanizmów adaptacyjnych polegających na: „wejściu w sieć było raczej gwoździem do trumny niż kołem ratunkowym: przyspieszało spadek czytelnictwa”, zauważa Mrozowski<sup>30</sup>. Jak wynika z danych Pew Research Center, wraz z wprowadzeniem swobodnego obiegu treści informacyjnych w sieci niemal z dnia na dzień sprzedaż prasy drukowanej zaczęła gwałtownie spadać, a stawki reklamowe

<sup>25</sup> Por. M. Castells, *Władza komunikacji*, przeł. J. Jedliński, P. Tomanek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

<sup>26</sup> K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów...*, s. 27–49.

<sup>27</sup> Por. Ch. Anderson, *Długi ogon. Ekonomia przyszłości każdy konsument ma głos*, przeł. B. Ludwiczak, Media Rodzina, Poznań 2008.

<sup>28</sup> Por. J. Kreft, *Władza algorytmów...*

<sup>29</sup> Por. P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2006.

<sup>30</sup> M. Mrozowski, *Przenikanie mediów...*, s. 145.

spadły drastycznie, analogowe dolary zastąpiono cyfrowymi dziesięciocentówkami<sup>31</sup>. Tytuły prasowe pierwszy raz doświadczyły paradoksu spadku zysków przy rosnącej liczbie czytelników. Reklama cyfrowa przynosi bowiem tylko ułamek zysku z reklamy drukowanej, na miejsce jednego prenumeratora gazety należy pozyskać trzydziścioro czytelników internetowych. Rynek zaś żądał maksymalizowania zysków i całkowitego podporządkowania mediów logice rynkowej, kosztem cięcia kosztów produkcji, tablo-idyzacji i spadającej jakości<sup>32</sup>. Dlatego też nie tylko ograniczano liczbę dziennikarzy, lecz także zmieniano struktury organizacyjne i własnościowe instytucji medialnych, często nie zachowując zasad uczciwej konkurencji. Rynek też doprowadził do upadku jeszcze wypłacalnych gazet, gdy okazało się, że dawne wysokie zwroty z inwestycji są już nieosiągalne, a perspektywy wzrostu niepewne. Cyfryzacja nie uwzględniała jednak rzeczywistego znaczenia mediów tradycyjnych jako źródła informacji. Analiza medioznawcza wykonana przez Pew Research Center (Project for Journalistic Excellence) wskazuje, że główne źródła informacji internetowej wykorzystują media tradycyjne, zwłaszcza gazety, jako rzeczywiste źródło informacji. Spośród około 200 najczęściej odwiedzanych serwisów informacyjnych 81% inkorporuje bądź agreguje treści ze starych mediów. I tak z 25 największych portali informacyjnych 23 są wytworem starych mediów (jak np. „The New York Times” czy CNN) albo agregatorami informacji z tego źródła<sup>33</sup>.

Można zatem stwierdzić, że informacyjna działalność internetu ma w większości przypadków charakter pasożytniczy<sup>34</sup>. Powstrzymanie tego procesu wymaga ciągłego dostosowywania formuły redakcyjnej i modelu biznesowego do zmieniającej się sytuacji rynkowej środowiska komunikacji sieciowej. Gazety zaczęto przygotowywać do wprowadzenia tych samych technik cięcia kosztów, które wcześniej stosowano, by zwiększać zyski: zwalniania redaktorów funkcyjnych odpowiedzialnych za przestrzeganie szczególnej staranności i weryfikowania rzetelności informacji, ograniczania liczby autorów tekstów publicystycznych i reportaży, fotografów, a także zredukowano inne wydatki związane z pozyskiwaniem wiadomości. Wydawcy rezygnowali z niektórych ważnych działów redakcyjnych, radykalnie ograniczali liczbę zagranicznych korespondentów<sup>35</sup>. Wszystko to przyczynia się do obniżenia jakości informacji i dziennikarskiej kontroli życia publicznego. Technooptymiści nie widzą w tych procesach przechodzenia z druku na cyfrę żadnych powodów do niepokoju. Uważają, że połączenie technologii cyfrowej i gospodarki rynkowej przyniesie więcej korzyści niż strat, technologia i rynek od zawsze bowiem są nieodłącznym elementem rozwoju dziennikarstwa. Przekonują, że innowacje technologiczne spowodują nadrobienie wszelkich potencjalnych strat:

<sup>31</sup> A. Taylor, *Czego chcemy od prasy i internetu*, przeł. A. Paszkowska, „Krytyka Polityczna” 2016, nr 44, s. 86.

<sup>32</sup> Pew Research Center, *Project for Excellence in Journalism, The State of the News Media* 2012, 2013.

<sup>33</sup> *Ibidem*.

<sup>34</sup> A. Sokalska, *To gazety generują większość newsów w sieci. Polska*, „The Times”, 27.05.2010, <http://www.polska.times.pl/komentarze/261416> (dostęp: 5.11.2023).

<sup>35</sup> A. Taylor, *Czego chcemy od prasy...*, s. 86–88.



zniknie dawna nieefektywność w pracy redakcyjnej, crowdsourcing umożliwi czytelnikom pomoc w darmowym relacjonowaniu wydarzeń, dostarczy tańszych treści, algorytmy uporządkują stopy danych, wybierając z nich ważne i ciekawe wiadomości. Wykorzystując efektywnie nowe technologiczne narzędzia, redakcje przyszłości będą mogły zrobić więcej za mniej, w przeciwnym razie przestaną istnieć<sup>36</sup>.

Konkludując, można zatem powiedzieć, że w przewidywalnej przyszłości medialna apokalipsa, przewidująca niechybny koniec jednej kultury (mediów tradycyjnych) i zastąpienie jej drugą (media cyfrowe) będzie, w ramach procesu mediamorfozy, procesem ewolucji mediów, w którym mamy do czynienia ze zjawiskami współewolucji i współistnienia.

W procesie tym, pisze Karol Jakubowicz, „wszystkie formy mediów współistnieją i wspólnie ewoluują w ramach rosnącego obszaru wzajemnego przystosowania i adaptacji”<sup>37</sup>.

## Dziennikarze na cyfrowych sterydach

Demokratyczne społeczeństwo potrzebuje dziennikarzy, niezależnie od tego, na jakich nośnikach publikują swoje teksty, ponieważ rzetelna informacja i kontrola życia publicznego są solą demokracji. Należy zatem rozważyć, jak ewolucyjne procesy mediamorfozy systemu medialnego zmieniają tożsamość zawodową dziennikarzy i ich aspirację do pełnienia wyjątkowej roli w społeczeństwie, roli wynikającej z wyznawanej przez nich profesjonalnej ideologii służby społeczeństwu? Czy spowodują, że ich tradycyjne funkcje i zadania będą ulegać erozji?<sup>38</sup>

Natalie Fenton pisze: „że internet na wiele sposobów przytłumia dziennikarstwo uprawiane dla dobra i interesu publicznego [...] miejsce celów demokratycznych zajmuje racjonalizacja i urynkowienie [...] dziennikarze mający ułatwiony internetowy dostęp do informacji i źródeł uczestniczą w procesie produkcyjnym bardziej przypominającym kanibalizację niż dziennikarstwo”<sup>39</sup>. Nick Davies, znany dziennikarz, wyczerpująco dokumentuje psucie współczesnego dziennikarstwa przez coraz silniejszą presję komercyjną. Dziennikarz, pisze, powinien zajmować się podawaniem nowych informacji, weryfikacją faktów, ale w dzisiejszym pejzażu medialnym i jedno, i drugie zdarza się rzadko<sup>40</sup>.

Dziennikarz nie może podejmować ryzyka, jeśli żąda się od niego pewnego zwrotu kosztów z inwestycji. Presja komercyjna zmienia zatem styl pracy dziennikarza. Wiadomości muszą się charakteryzować „łatwością pozyskiwania” i „bezpieczeństwem publikacji”, stronić od kontrowersji i opierać się na cytatach z oficjalnych źródeł. Powinny

<sup>36</sup> B. Jung, *The new economics of digital media*, [w:] *Coping with Media and the Internet in the Contemporary World*, ed. J. Skrzypczak, Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Political Science and Journalism, Poznań 2020, s. 9–18.

<sup>37</sup> K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów...*, s. 141.

<sup>38</sup> T. Koniński, *Aksjologiczna erozja...*, s. 93.

<sup>39</sup> N. Fenton, *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*, Goldsmiths College, University of London, London 2009, s. 15.

<sup>40</sup> Por. N. Davies, *Flat Earth News: An Award-Winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*, Random House, London 2009.

uniknąć problematyki opartej na pogłębionej wiedzy czy idei wymagających dłuższych wyjaśnień<sup>41</sup>. Redaktorzy, zauważa Astra Taylor, wybierają tematy publikacji ze względu na cztery kryteria: potencjał ruchu na stronie, potencjał zysku, jakość edytorską i czas wykonania<sup>42</sup>. Tak zredagowany materiał dziennikarski powinien mieć równie kuszący tytuł, aby zoptymalizować jego wybór na internetowych wyszukiwarkach. Powoduje to, że dyskurs publiczny kształtują skandale celebryckie, seks, sensacja, plotki, a także skrótowość, spłykanie treści i – co jest istotne – szybkość. Media bowiem powinny dostarczać tego, czego „chce” klient, zamiast tego, co „powinien” dostawać. Kryteria te, stwierdza James Fallows, to esencja modelu, do którego dąży biznes informacyjny i on nieuchronnie będzie kształtować przyszłość mediów<sup>43</sup>.

Model ten osiąga swoją kulminację, jak zauważa Astra Taylor, w zjawisku internetowych farm treści. Nie wytwarzają one żadnych artykułów o istotnej dla interesu publicznego zawartości. Do podejmowanej na farmach treści tematyki są wykorzystywane dane dotyczące zapytań o cokolwiek w internecie. Dane te są dualnym produktem rynkowym, który po pierwsze jest sprzedawany reklamodawcom za dostęp do pytających, po drugie zaś z tych zapytań w internecie algorytmy generują zadania dla autorów tekstów przygotowujących schematyczne i dostosowane do wyszukiwarek artykuły<sup>44</sup>.

Dostawcy usług cyfrowych stosują jeszcze bardziej wyrafinowane metody uwodzenia czytelników. Treści oferowane odbiorcom spełniają ich życzenia i są dostosowane do ich potrzeb i upodobań, w spersonalizowanej formule, opartej na procedurze profilowania zainteresowań poszczególnych użytkowników sieci. Internetowe wyszukiwarki, penetrujące sieć, zbierają informacje o wszystkich zachowaniach użytkownika, tak zwane dane behawioralne. Dane te podlegają obróbce za pomocą złożonych i wciąż doskonalonych algorytmów, które tworzą profil zainteresowań, a nawet osobowości poszczególnych użytkowników sieci<sup>45</sup>. W efekcie, zaspokajając potrzeby użytkowników sieci, algorytmy wyszukiwarek zamykają każdego w „filtrującej bańce”, która ogranicza dopływ treści sprzecznych z jego zainteresowaniami, kierując jego uwagę na te, które są z nimi zgodne<sup>46</sup>.

Bezkompromisowa optymalizacja narzędzi wyszukiwania, najnowocześniejsze technologie integracji z serwisami społecznościowymi oraz wysoce efektywne, wciąż ewoluujące platformy wydawnicze ułatwiają redaktorom wypływanie z siebie artykułów w zawrotnym tempie.

Niezależnie od rodzaju tworzonych treści internet niebawem przyspieszył już i tak gwałtowne tempo pracy dziennikarzy. Wymaga się od nich więcej artykułów, więcej

<sup>41</sup> A. Taylor, *Czego chcemy od prasy...*, s. 92.

<sup>42</sup> *Ibidem*, s. 94.

<sup>43</sup> J. Fallows, *Learning to Love the (Shallow, Divisive, Unreliable) New Media*, „Atlantic”, kwiecień 2011.

<sup>44</sup> A. Taylor, *Czego chcemy od prasy ...*, s. 95.

<sup>45</sup> M. Mrozowski, *Przenikanie mediów...*, s. 153.

<sup>46</sup> Por. E. Pariser, *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding From You*, Penguin Press, New York 2011.

sensacji, więcej wszystkiego, bo odbiorcy przyzwyczaili się do natychmiastowych aktualizacji, streamingów wideo, blogowania na żywo i ćwierkania na Twitterze. Te nowe realia pracy najlepiej oddaje syndrom nadaktualności, jego istotę najlepiej wyraża następujący styl pracy redakcyjnej: znajdujesz byle jaką najdrobniejszą nową informację i błyskawicznie ją publikujesz. Nadaktualność zatem to ciągła presja na bezzwłoczne reakcje, komentowanie i przyciąganie kliknięć, co oznacza, że dziennikarze pracują szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, obsesja ruchu dla ruchu, liczą każdą sekundę w wyścigu z czasem. Nawet kilkusekundowa przewaga nad konkurencją jest bezcenna dla handlowców czy maklerów, wartość materiału redakcyjnego bowiem jako towaru maleje niemalże z każdą chwilą. W epoce cyfrowo skompensowanych treści syndrom nadaktualności to nie tylko wyścig z czasem, lecz także psucie dobrej redakcyjnej roboty będącej fundamentem jakościowego dziennikarstwa i służby publicznej<sup>47</sup>.

Przywoływane już Badania Pew Research Center na rzecz jakości dziennikarstwa wykazały, że chociaż liczba portali informacyjnych w sieci znacząco się zwiększyła, to większość wiadomości, które otrzymują ich odbiorcy, nie zawierają żadnej oryginalnej treści. Raport Pew wskazuje, że pozorne bogactwo stron internetowych niekoniecznie daje nam większy wybór, 90% internetowych start-upów bowiem tylko przekleja treści, zmienia ich kontekst, agreguje wiadomości albo pisze zaledwie krótki akapit. Twórca ma być gotów do poświęcenia jakości swojego materiału redakcyjnego na rzecz popularności, jakość nie jest bowiem strategią wzrostu, a najlepsze pomysły nie zawsze wygrywają<sup>48</sup>.

Jak zatem konwergencja (cyfryzacja), czyli system technologiczny zdolny do tworzenia zawartości multimedialnej wpływa na kondycję zawodu dziennikarza? Nick Davies uważa, że problem leży dużo głębiej niż konflikt starych mediów z nowymi, papieru z cyfrą dziennikarzy z blogerami<sup>49</sup>. Nowe media w większości przejęły praktyki starych, a zwłaszcza prasy brukowej, tabloidów żerujących na skandalach, postprawdzie, fake newsach, manipulacjach, zniekształceniach, brutalizacji języka, udowadniając, że kondycja i jakość dziennikarstwa nie mają żadnego związku z jakimiś niezwyklejmi właściwościami kartki papieru<sup>50</sup>. Cyfryzacja zatem stała się sterydem, który tylko przyspieszył i spotęgował procesy tabloidyzacji, presję komercyjną i jej wszystkie negatywne konsekwencje, przyspieszając zarazem niebywałe tempo i intensywność dziennikarskiej aktywności. Problem polega na tym, że ideologia dziennikarska oparta na paradygmacie służby społeczeństwu: polegającej na urzeczywistnianiu prawa obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej została podporządkowana już w starym modelu mediów silnej presji

<sup>47</sup> T. Koniński, *Etyczne dziennikarstwo. Ewolucja deontyczna zawodu*, Oficyna Wydawnicza ASPRA JR, Warszawa 2015, s. 124–126.

<sup>48</sup> Pew Research Center, *Project for Excellence in Journalism...*

<sup>49</sup> Por. N. Davies, *Flat Earth News...*

<sup>50</sup> *Ibidem*.

komercyjnej oraz strategiom biznesowym i to podporządkowanie zostało przeniesione na model cyfrowy, kosztem jakości informacji<sup>51</sup>.

Konkludując można zatem stwierdzić, że bez standardów jakości informacji, która na cyfrowym rynku jest dobrem deficytowym, obywatel nie ma możliwości dowiedzieć się, jakiej jakości informacji mógłby się domagać, a wiedza ta, w demokratycznym społeczeństwie może być traktowana jako dobro publiczne. Jak wynika z poglądu, ugruntowanego już w orzecznictwie Trybunału Europejskiego w Strasburgu, informacja jest dobrem łatwo ulegającym zepsuciu i łatwo można, pod wpływem cyfrowych sterydów, pozbawić ją całkowitej wartości jako dobra publicznego<sup>52</sup>.

## Dyskusja i wnioski

Wskazane w tytule cyfrowe sterydy zostały przywołane w artykule jako metafora epistemologiczna, która umożliwiła ukazanie współzależności i współbieżności zmian w układzie: media analogowe – media cyfrowe – dziennikarze, a także eksplorację czynników i mechanizmów określających ich dynamikę, kierunki ewolucji i potencjalne konsekwencje. Zastosowanie podejścia funkcjonalistycznego i ram interpretacyjnych jako narzędzia porządkowania wiedzy o procesach zmian w mediach i wokół mediów umożliwiło zbadanie ich wpływu na kondycję zawodu dziennikarza w perspektywie nowych technologii i praktyk komunikacyjnych. Złożoność tych procesów uniemożliwia ich całościowe ujęcie i analizę, dlatego też, z konieczności, w publikacji skoncentrowano się na czterech, zdaniem autora, rudymenarnych aspektach, najpełniej oddających istotę omawianych problemów.

Pierwszy aspekt to zdiagnozowanie zagadnień związanych z wpływem cyfry na ekosystem informacji. Dla zrealizowania tej diagnozy przydatna okazała się teoria ewolucji, instytucje medialne są bowiem wytworem ewolucji i podlegają ewolucji. Najważniejszą jej determinantą stały się technologie cyfrowe całkowicie zmieniające funkcje mediów i dziennikarzy.

Aspekt drugi analizy jest próbą wykorzystania ewolucji do pokazania zmian i procesów w środowisku medialnym powodujących rekonstrukcję tradycyjnego ładu medialnego spowodowanego konwergencją (cyfryzacją) i komunikacją sieciową. Przemiany w sferze technologii i instytucji medialnych, przejście od mediów analogowych do cyfrowych zapoczątkowały proces konstruowania nowej architektury komunikacji, być może jedyną jej stałą cechą będzie brak stałości.

W aspekcie trzecim zastosowano podejście krytyczne celem wyjaśnienia przyczyn medialnej apokalipsy. Nowe technologie informacyjne podważyły dotychczasowe paradygmaty ekonomiki mediów, stając się raczej gwoździem do trumny mediów niż ich kołem ratunkowym.

<sup>51</sup> T. Kononiuk, *Rzetelne dziennikarstwo...*, s. 249.

<sup>52</sup> Orzeczenie Trybunału Europejskiego w Strasburgu.

Ostatni, czwarty aspekt analizy – dziennikarze na cyfrowych sterydach – jest próbą wykazania, że cyfra na wiele sposobów przytłumia dziennikarstwo uprawiane dla dobra i interesu publicznego. Miejsce celów demokratycznych zajmują racjonalizacja i urynkowanie. Dziennikarze mający ułatwiony dostęp do informacji uczestniczą w procesie produkcyjnym, bardziej przypominającym kanibalizację niż dziennikarstwo.

Reasumując w dyskusji wszystkie analizowane i rozważane w artykule przesłanki, racje, argumenty, dotyczące kondycji dziennikarzy, przedstawiane zarówno przez technooptimistów, jak i technopesymistów, należy podkreślić, że w starciu z technologią cyfrową dziennikarz nie stoi na straconej pozycji, pod warunkiem, że zostanie ona dostosowana do jego potrzeb zawodowych i dzięki niej zyska on nowe życie i nowe profesjonalne kompetencje w cyfrowym świecie. Natomiast jeżeli cyfrowe sterydy spowodują, że nie sprostą wyzwaniu, a jego system aksjologiczny ulegnie erozji i zatraci się w cyfrowej rzeczywistości, to czeka go reset, czyli utrata wiarygodności niezbędna do bycia rzetelnym dziennikarzem, cieszącym się społecznym zaufaniem.

## Podsumowanie

Eric Schmidt, prezes Google, powiedział: „Wcale nie potrzebujemy, żebyście coś wpi-sali. Wiemy, gdzie jesteście, wiemy, gdzie byliście. Możemy, mniej więcej wiedzieć, co myślicie”<sup>53</sup>. Astra Taylor zauważa, że media przyszłości będą antycypować nasze potrzeby i przewidywać nasze zainteresowania, czytając w naszej zbiorowej nieświadomości i spełniając nasze pragnienia, zanim w ogóle poczujemy ukłucie, że czegoś nam potrzeba<sup>54</sup>. Wszystko to paradoksalnie udowadnia, jak bardzo potrzebujemy dobrego dziennikarstwa i rzetelnych mediów stojących na straży naszych interesów.

## Bibliografia

- Anderson Ch., *Długi ogon. Ekonomia przyszłości każdy konsument ma głos*, przekł. B. Ludwiczak, Media Rodzina, Poznań 2008.
- Baran S.J., Davis D.K., *Teorie komunikowania masowego*, przekł. A. Sadza, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Bolter D.J., Grusin R., *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge 1999.
- Castells M., *Władza komunikacji*, przekł. J. Jedliński, P. Tomanek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Davies N., *Flat Earth News: An Award-Winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*, Random House, London 2009.
- Entman R.M., *Framing: towards clarification of fractured paradigm*, „Journal of Communication” 1993, Vol. 43(4), s. 51–58.
- Fallows J., *Learning to Love the (Shallow, Divisive, Unreliable) New Media*, „Atlantic”, kwiecień 2011.

<sup>53</sup> Cytat za: A. Taylor, *Czego chcemy od prasy...*, s. 96.

<sup>54</sup> *Ibidem*, s. 96.

- Fenton N., *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*, Goldsmiths College, University of London, London 2009.
- Jakubowicz K., *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*. Poltext, Warszawa 2011.
- Jastrzębski J., *Media, masy, maszyny. Szkice o infosferze i komunikacji społecznej*, Oficyna Wydawnicza ATUT, Wrocław 2020.
- Jung B., *The new economics of digital media [w:] Coping with Media and the Internet in the Contemporary World*, ed. J. Skrzypczak, Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Political Science and Journalism, Poznań 2020.
- Kononiuk T., *Aksjologiczna erozja przestrzeni komunikowania [w:] Media a wartości demokratyczne. Księga Jubileuszowa Dedykowana Profesorowi Januszowi Adamowskiemu*. Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2022.
- Kononiuk T., *Etyczne dziennikarstwo. Ewolucja deontyczna zawodu*, Oficyna Wydawnicza ASPRA JR, Warszawa 2015.
- Kononiuk T., *Informacja jako towar*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2000, nr 7/8.
- Kononiuk T., *Profesjonalizacja w dziennikarstwie. Między modernizmem a ponowoczesnością*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2013.
- Kononiuk, T., *Rzetelne dziennikarstwo. Aksjologia i deontologia*. Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2018.
- Kreft J., *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy, agregacja w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.
- Kreft J., *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019.
- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Janowska, Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa 2006.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, przeł. M. Zawadzka, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- Mrozowski M., *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego*, PWN, Warszawa 2020.
- Pariser E., *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding From You*, Penguin Press, New York 2011.
- Pew Research Center, *Project for Excellence in Journalism*.
- Poulet B., *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, przeł. O. Hedemann, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011.
- Postman N., *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, przeł. A. Tanalska-Dulęba, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1995.
- Sokalska A., *To gazety generują większość newsów w sieci. Polska*, „The Times”, 27.05.2010, <http://www.polskatimes.pl/komentarze/261416> (dostęp: 5.11.2023).
- Szurmiński Ł., *Propaganda w świecie nowych plemion. Perspektywa medioznawcza*. Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2023.
- Taylor A., *Czego chcemy od prasy i internetu*, przeł. A. Paszkowska, „Krytyka Polityczna” 2016, nr 44, s. 86.
- Taylor A., *The People's Platform: Taking Back Power and Culture in the Digital Age*, Metropolitan Books, New York 2014.