

# DZIENNIKARSTWO W EPOCE NOWYCH MEDIÓW – PRZYKŁAD NIEMIEC

AGNIESZKA SZYMAŃSKA

Uniwersytet Jagielloński  
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

## ABSTRACT

### **Journalism at the time of the new media – a German case study**

The strong development of the new media influences the quality of modern political communication and also the condition of modern journalism. This article analyses the consequences of the presence of the new media for journalism as a profession and the political communication as a system, particularly at the level of international communication. The results presented in this article are based on semi-structured individual interviews with German newspaper journalists.

**Keywords:** research on journalism as a profession, new media, journalism and the new media, the quality of political communication / public discourse

## *Wstęp*

Powszechnie obserwowany i obecnie niezwykle dynamicznie postępujący rozwój nowych mediów nie jest i nie może być neutralny dla kondycji współczesnego dziennikarstwa. Zachodzące zmiany są odczuwalne zwłaszcza w obszarze dziennikarstwa i publicystyki politycznej, gdzie z uwagi na zmianę paradygmatu

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Zakład Badań nad Mediatyzacją; ul. S. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; agnieszka.szymanska@uj.edu.pl

komunikacji, jaka dokonała się w konsekwencji rozwoju nowych mediów, a także – co się z tym wiąże – wielości dostępnych politykom obecnie kanałów i narzędzi komunikowania, swoistej zmianie uległa także struktura wzajemnych relacji i zależności mediów i polityki. W tej sytuacji warto się zastanowić nad tym, jakie mają znacznie nowe media dla jakości obecnej komunikacji politycznej w ogóle, a w szczególności dla dziennikarstwa jako zawodu? Czy konsekwencje obecności nowych mediów są dla dziennikarskiej profesji korzystne, czy raczej stają się przyczyną wielu trudności? Czy obecność nowych mediów pozytywnie wpływa na jakość debaty publicznej? Czy, a jeśli, to jak, zmieniła się codzienność redakcyjna i warunki pracy dziennikarskiej?

Nader interesująca w tym kontekście wydaje się zwłaszcza płaszczyzna komunikacji międzynarodowej, na której mediom, z uwagi na ich znaczenie jako źródła informacji, już niejako zwyczajowo przypisywana jest szczególna rola. Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wybranych wyników badań, przeprowadzonych w środowisku niemieckich dziennikarzy prasowych w ramach projektu „«Niemiecka Europa czy europejskie Niemcy?» Dyplomacja mediów i postnarodowa Europa na przykładzie europejskiego dyskursu politycznego w Niemczech”, zrealizowanego dzięki współpracy Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz Instytutu Publicystyki Uniwersytetu Jana Gutenberga w Moguncji. W ramach tego projektu przeprowadzonych zostało m.in.<sup>1</sup> 16 pogłębionych wywiadów indywidualnych z przedstawicielami prasy<sup>2</sup> ogólnokrajowej i ponadregionalnej, a także lokalnej. W sumie wywiadów udzieliło 9 dziennikarzy krajowych<sup>3</sup> oraz 7 korespondentów zagranicznych<sup>4</sup>. Badania miały formę wywiadów częściowo standaryzowanych/ustrukturalizowanych (ang. *semi-structured Interview*,

<sup>1</sup> Poza analizą nastawienia dziennikarzy projekt badawczy obejmował także analizę zawartości wybranych tytułów prasy niemieckiej, jak również nastawienia niemieckich polityków wobec kwestii przyszłości Europy oraz ich oczekiwań i wyobrażeń na temat roli mediów w kreowaniu europejskiego dyskursu politycznego.

<sup>2</sup> Warte odnotowania jest jednakowoż, iż wielu spośród objętych badaniem dziennikarzy było co prawda kwalifikowanych do badań, zgodnie z założeniami projektu, z uwagi na ich przynależność do zespołów redakcyjnych tytułów prasy drukowanej, jednak większość z nich pracuje również dla wydań *online* swoich gazet.

<sup>3</sup> Kryterium doboru dziennikarzy w tej kategorii stanowił zakres ich obowiązków redakcyjnych, tj. o wywiad proszeni byli wyłącznie autorzy publikacji dotyczących zagranicy oraz dziennikarze odpowiedzialni za dział polityka lub/i serwis zagraniczny.

<sup>4</sup> W kategorii tygodników opiniotwórczych w badaniu wzięli udział redaktorzy Matthias Scheppe i Christoph Schult (*Der Spiegel*), Gudrun Dometeit (*Focus*), Marc Brost i Alice Bota (*Die Zeit*), Thomas Gutschker (*Frankfurter Allgemeiner Sonntagszeitung*). Wśród dziennikarzy opiniotwórczych dzienników wywiadu udzielił Michael Stabenow (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*), Cathrin Kahlweit (*Süddeutsche Zeitung*), Holger Zschäpitz i Thorsten Jungholt (*Die Welt*). W gronie przedstawicieli niemieckich mediów lokalnych (do badań wybrano tytuły należące w rankingu „Media Perspektiven. Basidaten 2014” do siedmiu największych podmiotów na rynku prasy codziennej w Niemczech) wywiadu udzielił redaktor Ralf Joas (*Rheinpfalz*), Knut Pries (Funke Medien Gruppe), Marina Kornbaki (*Hannoversche Allgemeine Zeitung*), Viktor Funk (*Frankfurter Rundschau*), Detlef Drewes (*Augsburger Allgemeine*), a także Lars Hennemann z *Mainzer Allgemeine Zeitung*, należącej do Rhein Main Presse.

niem. *halbstandardisiertes Interview*), to znaczy osoby je przeprowadzające posługiwały się wcześniej przygotowaną listą 17 pytań wyjściowych, którą – w zależności od treści wypowiedzi badanego – można było swobodnie rozwijać i poszerzać o kolejne pytania. Większość pytań<sup>5</sup> wywiadu miała formę otwartą i dotyczyła postaw i osobistych opinii badanych na temat przyszłości Europy i znaczenia mediów w procesie europejskiej integracji. Mimo iż pytania nie odnosiły się wprost do oceny wpływu obecności nowych mediów na jakość debaty politycznej i kondycję współczesnego dziennikarstwa, to w wielu odpowiedziach wątek ten pojawiał się na tyle często, że stało się to inspiracją do poświęcenia tej tematyce większej uwagi w osobnym opracowaniu. W niniejszym artykule zaprezentowane i omówione zostaną zatem te spośród wypowiedzi badanych dziennikarzy, w których znalazło się odniesienie do nowych mediów. Zgodnie z przyjętymi w badaniach standardami uzyskane w trakcie poszczególnych wywiadów wypowiedzi i opinie zostaną omówione poniżej z zachowaniem anonimowości ich autorów.

### *Tradycja badań*

Badania dotyczące warunków pracy dziennikarzy w kontekście komunikacji międzynarodowej, a w szczególności korespondentów zagranicznych, spotkać można w literaturze niemieckiej dość rzadko i są to opracowania publikowane głównie w latach 70. i 80., mające przede wszystkim charakter opracowań biograficznych. Wyjątek pod tym względem stanowi w tamtym okresie typologia zawodu autorstwa niedawno zmarłego Wolfganga Donsbacha (1987), a wśród późniejszych opracowań prace Siegfrieda Weischenberga (1992 i kolejne wydania) oraz Michaela Meyena i Claudii Riesmeyer (2009). Wśród publikacji najnowszych na uwagę zasługują natomiast: opracowanie Vereny Renneberg (2011), dotyczące uwarunkowań pracy korespondentów zagranicznych na przykładzie stacji telewizyjnych ZDF i ARD, oraz dwie wcześniejsze prace zbiorowe (Junghanns, Hanitzsch 2006; Hanh, Lönnendonker, Schröder 2008), również podejmujące kwestię warsztatu i warunków pracy dziennikarza-korespondenta. Ich autorzy za punkt wyjścia swoich rozważań przyjmowali trzy założenia. Po pierwsze, iż kryzys ekonomiczny mediów ostatnich lat spowodował zmiany w obszarze sposobu uprawiania i kondycji zawodu dziennikarza (jego skutkiem była restrukturyzacja wielu redakcji oraz zwolnienia) i miał istotny wpływ na codzienną pracę redakcyjną. Po drugie, że media jakościowe potrzebują informacji na wyłączność (niem. *Exklusivinformationen*), aby odróżnić się od pozostałych mediów, stąd w ich przypadku ważna jest sieć korespondentów zagranicznych, która takich informacji – tj. informacji zdobywanych poza obiegiem agencyjnym – może dostarczyć. I po trzecie, iż obecność Internetu zmieniła oblicze codziennej pracy re-

<sup>5</sup> Jedno z pytań miało charakter indywidualny i było przygotowane dla każdego z dziennikarzy osobno.

dakcyjnej, m.in. dlatego, że zarówno dziennikarze, jak i odbiorcy ich przekazów mają dziś ułatwiony i szybki dostęp do wielu informacji (Riesmeyer 2011, s. 226). Wszystkie te czynniki wpływu na sposób wykonywania zawodu dziennikarza, które przyjęto w powyższych założeniach badawczych, nadal pozostają aktualne, co znalazło potwierdzenie również w wypowiedziach uzyskanych w przebiegu niżej omawianych badań. Warto odnotowania jest jednak przede wszystkim to, iż niemieccy badacze już niemal dekadę temu dostrzegali potrzebę uwzględnienia obecności nowych mediów w studiach nad zawodem dziennikarza – jako czynnika istotnie wpływającego na sposób jego wykonywania. Jednakowoż z oczywistych względów rezultaty ich badań nie mogły wówczas w pełni ująć wpływu niezwykle intensywnego rozwoju mediów społecznościowych, jaki nastąpił już po publikacji tych opracowań. W tym w szczególności takich kanałów i portali społecznościowych, jak Facebook (założony w 2004 r.), YouTube (założony w 2005 r.) albo Twitter (założony w 2006 r.), których znaczenie – jak wynika z wielu analiz – jest we współczesnej komunikacji politycznej bardzo duże.

### *Wypowiedzi dziennikarzy niemieckich*

Jak już wyżej wspomniano, odniesienie do nowych mediów wielokrotnie, w kontekście różnych wątków pojawiało się w wypowiedziach niemieckich dziennikarzy prasowych w trakcie omawianych w niniejszym artykule badań, prowadzonych w 2015 roku. Ich obecność wskazywana była np. jako jedna z przyczyn kryzysu ekonomicznego:

*[...] coraz więcej informacji / przekazu / doniesień jest w mediach cyfrowych [...] Jest problem zarabiania pieniędzy [...] a to oznacza [...] mniej dziennikarzy [...] niższe zarobki [...].<sup>6</sup>*

Jednocześnie obecna była w środowisku niemieckich dziennikarzy świadomość, że pozyskanie dla zawodu i zatrzymanie w nim odpowiednio wysoko wykwalifikowanych osób jest kosztowne, zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę środki potrzebne także do utrzymywania biur korespondentów zagranicznych. Tymczasem bez kompetentnych dziennikarzy media nie są w stanie wypełniać swojej funkcji:

*[wyjaśnianie / przewidywanie scenariuszy / wczesne ostrzeżenie przed kryzysami / informowanie o nich] To da się robić tylko wtedy, kiedy ma się właściwy personel, kiedy ma się korespondentów. A to wszystko nie jest tanie [...].<sup>7</sup>*

<sup>6</sup> [...] immer mehr Berichterstattungen in digitalen Medien [...] Das Problem ist [...] Geld verdienen und das bedeutet [...] weniger Journalisten [...] geringere Gehälter [...] (tłumaczenie wszystkich cytatów – Agnieszka Szymańska).

<sup>7</sup> [Aufklären / Szenarien hervorzuheben / Krisen rechtzeitig wahrnehmen / darüber berichten]. Das geht nur, wenn man entsprechend Personal hat, wenn man Korrespondenten hat. Das ist alles nicht billig [...].

Przedstawiciele mediów niemieckich zdają sobie zatem sprawę, że jakość ich misji społecznej zależy od ich kondycji finansowej, a ta – w przypadku mediów tradycyjnych – stale się pogarsza:

*Rola mediów będzie zależeć całkowicie od sytuacji [finansowej] samych mediów. [...] Pytanie jest, jak my, media się zmienimy? [...] Jaka będzie zasadniczo sytuacja ekonomiczna mediów? Które media w Europie w ogóle przeżyją?!*<sup>8</sup>

Obecność nowych mediów i ich rozwój spowodowały również głębokie zmiany w strukturze rynku medialnego. W świetle opinii niemieckich dziennikarzy skutki tych zmian odczuwane są na wielu płaszczyznach i w wielu aspektach szeroko pojętej komunikacji społecznej. Jednym z nich, budzącym ich szczególnie niepokój, jest spadek jakości przekazu, który w konsekwencji pogorszenia się sytuacji finansowej mediów oznaczać może również spadek ich niezależności:

*[...] ten przełom / zmiana od mediów drukowanych do mediów cyfrowych i mediów na platformach [planships], smartfonach. To będzie bardzo bolesne i przynajmniej doraźnie łączyć się będzie ze spadkiem jakości, a także spadkiem niezależności [jako konsekwencji trudności finansowych]<sup>9</sup> / [...] jakość mediów per saldo spadnie<sup>10</sup>.*

Wątek spadku jakości powracał przy tym konsekwentnie w niemal wszystkich wywiadach. Co więcej, dziennikarze zawodowi niemieckich mediów wskazywali wyraźnie, iż tego spadku jakości w żadnym razie nie może powstrzymać ani w żadnym razie mu zapobiec tzw. *dziennikarstwo obywatelskie*, ponieważ nadawcy tego typu nie posiadają odpowiedniego przygotowania merytorycznego do odgrywania co najmniej części ról społecznych, przewidzianych dla mediów zawodowych:

*No więc jakość mediów spadnie i nie sądzę, żeby to tzw. dziennikarstwo obywatelskie [miało temu zaradzić]. Tak, funkcja kontrolna może być lepiej i szerzej pełniona, ale nie funkcja trzeźwej analizy/oceny<sup>11</sup>.*

Spadek jakości przekazu niesie ze sobą w ocenie niemieckich dziennikarzy również zmianę akceptowalnych społecznie (a także w obrębie środowiska dziennikarskiego) norm dyskursu. Wśród przyczyn tego stanu rzeczy również wskazywane są nowe media oraz jakość dyskursu, który ma w nich miejsce:

<sup>8</sup> *Die Rolle der Medien [...] wird ganz von [...] der Situation der Medien selber abhängen [...] Die Frage ist [...], wie wir Medien uns ändern. [...] Wie wird eigentlich die wirtschaftliche Lage der Medien sein? Welche Medien überleben überhaupt in Europa?!*

<sup>9</sup> *[...] diese Wende hin von Printmedien zu den Digitalen und Medien auf Planships, auf Smartphones. Das wird sehr schmerzhaft werden und setzt zumindest vorübergehend mit einem Qualitätsverlust einhergehen und auch ein Verlust an Unabhängigkeit.*

<sup>10</sup> *[...] die Qualität der Medien insgesamt abnehmen.*

<sup>11</sup> *Also die Qualität der Medien wird abnehmen und ich glaube nicht, dass durch den, sagen wir mal durch den Bürgerjournalismus, ja, kann zwar die Funktion der Kontrolle besser und breiter erfüllt werden aber nicht die Funktion, von der nüchternen Analyse.*

[...] sieć, media społecznościowe [...], gdzie w znacznej mierze ma miejsce dyskurs, nie zawsze jakoś specjalnie treściwy i także nie zawsze szczególnie cywilizowany [...]<sup>12</sup>.

Media głównego nurtu nie mogą pozostać w swoim przekazie obojętne na tę zmianę, która per saldo zmusza je do dostosowania się do nowych norm. Po raz kolejny dzieje się to ze szkodą dla jakości realizowanych przez media zadań społecznych:

*Jasne, że w Internecie [...] są one [wypowiedź dotyczy mediów głównego nurtu] w swoim przekazie oczywiście bardziej agresywne, zasadniczy ton wypowiedzi jest bardziej emocjonalny i dlatego z pewnością niekoniecznie jest sprzyjający integracji [społeczeństwa]<sup>13</sup>.*

Nowe media i jakość determinowanego ich obecnością dyskursu są zatem odpowiedzialne za społeczną i polityczną dezintegrację społeczeństwa i przesycenie debaty publicznej emocjami.

Spadek jakości dyskursu mediów jest w opinii dziennikarzy niemieckich również konsekwencją przyspieszenia cyklu przekazu, co także się wiąże z rozwojem nowych mediów. To ich obecność powoduje ogromne przyspieszenie procesu opracowywania i weryfikowania informacji, co nie może pozostać obojętne dla ich jakości:

*Jesteśmy coś jakby 24 godziny na dobę online, czy też inaczej mówiąc „real time”, a więc musimy w zasadzie zawsze natychmiast reagować na wydarzenia i nie możemy pozwolić im dojrzeć na tyle, ile byłoby w zasadzie niezbędne/konieczne<sup>14</sup>.*

Z kolei to przyspieszenie cyklu przekazu i specyfika nowych mediów, z których raz opublikowane materiały można bardzo łatwo i szybko multiplikować, otwiera – zwłaszcza w kontekście międzynarodowej komunikacji politycznej – dostęp do całkiem nowego typu nadużyć:

*[...] zawsze, kiedy piszę o Ukrainie, media rosyjskie bardzo dokładnie to śledzą i w Rosji jest to bardzo dokładnie śledzone [...] często osobiście doświadczam, że mój artykuł jest publikowany online [...] i jego tekst zostaje w ciągu trzech godzin przetłumaczony i rozpowszechniany przez rosyjską agencję informacyjną, która [...] jest państwowa, bez pytania mnie o zgodę<sup>15</sup>.*

<sup>12</sup> [...] das Netz, die sozialen Netzwerke [...], wo ja viel Diskurs stattfindet, nicht immer sonderlich nachhaltig und auch nicht immer sonderlich zivilisiert [...].

<sup>13</sup> Wenn Sie jetzt die deutschen Mainstream-Medien nehmen. Klar im Internet [...] sind die natürlich in ihrer Berichterstattung aggressiver und der Grundton ist aufregender geworden und deswegen ist es sicherlich nicht unbedingt einer Integration zuträglich, aber ich würde jetzt auch nicht sagen, dass sie eine spaltende Rolle einnehmen.

<sup>14</sup> Wir sind eh quasi 24 Stunden lang online, oder was man auch real time nennt, also wir müssen eigentlich immer sofort parallel auf die Dinge reagieren und können sie weniger als es erforderlich wäre, sacken lassen.

<sup>15</sup> [...] wann immer ich über die Ukraine schreibe, die russischen Medien es sehr genau verfolgen und es in Russland sehr genau verfolgt wird. [...] ich selber erlebe, dass ein Artikel von mir online geht [...] und der Text wurde innerhalb von drei Stunden übersetzt und über die russische Nachrichtenagentur, die [...] staatlich ist, verbreitet, ohne mich gefragt zu haben.

Co ciekawe, nadużycia te nie ograniczają się jedynie do kradzieży praw autorskich, ale – jak wynika z dalszej wypowiedzi badanego – polegać mogą również na manipulowaniu treścią podkradanych publikacji, które obcy nadawcy wykorzystują następnie do celów propagandowych:

*[...] w artykule Rosja była oczywiście również krytykowana [...] i to oczywiście pominięto/usunięto [...] to, co piszę [może] być użyte do celów propagandowych*<sup>16</sup>.

Na korzyść nowych mediów w tym kontekście przemawia z kolei fakt, że to m.in. właśnie dzięki nim (wyszukiwanie i śledzenie własnych publikacji za pośrednictwem Twittera) możliwe staje się wytropienie takich incydentów.

Konsekwencją obecności nowych mediów, a w szczególności znacznie łatwiejszego dostępu do informacji dotyczących tych samych wydarzeń w wielu różnych mediach, jest w opinii niemieckich dziennikarzy również spadek wiarygodności przekazu. Ogromna łatwość porównania doniesień różnych mediów, a w przypadku komunikacji międzynarodowej – przekazu mediów w różnych krajach, zwłaszcza w różnych krajach będących stronami jakiegoś sporu – może spowodować spadek zaufania do mediów jako wiarygodnego źródła informacji:

*Tak, no więc uczciwie mówiąc, widzę w tym pewne zagrożenie. bardzo zmniejszyło się zaufanie do przekazu mediów, ponieważ w rezultacie wielu ludzi wie, że konflikt jest prezentowany przez obie strony w całkowicie odmienny sposób [...]*<sup>17</sup>.

Jednakowoż w tej kwestii w uzyskanych wypowiedziach pojawiają się również opinie zgoła odmienne, wedle których ta możliwość ciągłego porównywania i swojego weryfikowania informacji i doniesień medialnych jest dla współczesnych mediów szansą. Tworzy się bowiem sytuacja (która stanie się postulatem nie tylko etycznym, ale i być może po prostu wymogiem rynkowym?), w której konieczna będzie walka o własną wiarygodność, jako przesłankę i podstawę własnej racji bytu:

*No więc ten kryzys mediów [tradycyjnych] jest także szansą. Musisz się po prostu troszczyć o swoją wiarygodność, a tę wiarygodność uzyskasz dopiero wtedy, kiedy udowodnisz, że masz znaczenie. A to znaczenie masz tylko wtedy, gdy czytelnicy albo widzowie wierzą, że ty coś ujawniasz/odkrywasz*<sup>18</sup>.

W kontekście komunikacji międzynarodowej oznacza to szansę dla rozwoju dyskursu europejskiego, a przynajmniej wzmocnienia optyki europejskiej w sposobie relacjonowania wydarzeń:

<sup>16</sup> [...] in dem Artikel wurde aber ebenfalls Russland kritisiert [...] und das wurde natürlich weggelassen. [...] was ich schreibe [kann] für Propagandazwecke auch missbraucht werden.

<sup>17</sup> Ja, da sehe ich ehrlich gesagt eine gewisse Gefahr. [...] die Glaubwürdigkeit den Medien gegenüber hat sich stark reduziert, weil im Endeffekt viele Menschen wissen, dass der Konflikt, ja, von beiden Seiten massiv anders dargestellt wird.

<sup>18</sup> Also diese Medienkrise ist gleichzeitig auch eine Chance. Du musst halt für Glaubwürdigkeit sorgen, und diese Glaubwürdigkeit, die erreichst du nur, wenn du nachweist, dass du eine Bedeutung hast. Und die Bedeutung hast du aber nur, wenn Leser oder TV-Zuschauer halt einfach glauben, du deckst etwas auf.

*Media w Europie [...], które [dzisiaj] znamy, przeżyją tylko wówczas, kiedy staną się bardziej „europejskie” [...] dzisiaj w Europie jest wszędzie totalnie łatwo [...] się informować / pozyskiwać informacje i samemu sobie stworzyć obraz. [...] pytam się więc [...] „dlaczegoż to w Niemczech przekaz mediów jest taki narodowy?” [...] i w końcu kiedyś być może przestają czytać jakiegokolwiek media niemieckie i gdzie indziej się informują / pozyskują informacje<sup>19</sup>.*

Ze zmianą struktury rynku mediów, jaka dokonała się w konsekwencji obecności nowych mediów, wiąże się także i inne zjawisko, które ma istotny wpływ na obecną kondycję i ewentualnie przyszłość zawodu dziennikarza. Zjawiskiem tym jest systematycznie postępująca utrata znaczenia mediów wiodących – głównego nurtu, która również niesie szereg reperkusji dla procesu szeroko pojmowanej komunikacji społecznej. Bodaj najważniejszą z nich jest daleko posunięta dywersyfikacja przekazu, która poza niewątpliwą korzyścią, jaką jest realizacja postulatu pluralizmu światopoglądowego mediów, ma jednak również negatywne następstwa. Ta wciąż postępująca dywersyfikacja mediów, tak w wymiarze ilościowym (wzrost liczny kanałów przekazu), jak i jakościowym (zróżnicowanie treści) powoduje, że media tracą swój potencjał (o czym była już mowa powyżej) jako instancja, której działanie w swoisty sposób integruje społeczeństwo:

*Wcześniej [...] mieliśmy kilka mediów i mniej więcej homogeniczne społeczeństwo. Teraz to się wszystko zmieniło [...] część mediów obsługuje/służy [dosł. po części media obsługują] właśnie tylko jeszcze mały segment w porównaniu do tego, co wcześniej [...]. Myślę, że dzisiaj nawet telewizja nie jest już w przypadku Państwa generacji [tj. generacji ludzi dwudziestokilkuletnich] medium wiodącym<sup>20</sup>.*

Na znaczeniu tracić będzie przy tym nie tylko telewizja. Zmiany te są brzemienne w skutki przede wszystkim dla tradycyjnej prasy drukowanej, której znaczenie – zgodnie z tym, co wyrażają w swoich wypowiedziach niemieccy dziennikarze – będzie spadać i to na korzyść właśnie nowych mediów:

*Media [w sensie systemu medialnego] przyjmą inną strukturę. [...] coraz mniejsze znaczenie będą mieć klasyczne gazety [...]. Media [będą] nadal odgrywać ważną rolę [...] tylko, że w innej formie. [...] Fora internetowe, blogi [...], media społecznościowe [będą] odgrywać coraz większą rolę<sup>21</sup>.*

<sup>19</sup> *Medien in Europa [...], die wir kennen, werden nur überleben, wenn sie europäischer werden [...] heute ist total einfach, sich überall in Europa [...] zu informieren und sich ein Bild selber zu verschaffen. [...] frag mich dann [...] „warum ist denn die Berichterstattung in Deutschland so national?“ [...] und dann lese ich vielleicht irgendwann keine deutschen Medien mehr, sondern informiere mich irgendwie anders.*

<sup>20</sup> *Früher [...] hatten sie dann ein paar Medien und sie hatten eine relativ homogene Bevölkerung. Das ist ja alles völlig aufgelöst. [...] die Medien bedienen zum Teil eben auch nur noch kleinere Segmente, als sie das vielleicht früher getan haben [...]. Ich glaube selbst das Fernsehen ist in Ihrer Generation kein Leitmedium mehr.*

<sup>21</sup> *Die Medien werden sich anders strukturieren. [...] es wird immer weniger auf die klassischen Zeitungen ankommen [...]. Die Medien [werden] eine große Rolle spielen [...] nur in anderen Formen. [...] Blogforen [...], die sozialen Medien [werden] eine viel größere Rolle spielen.*



Opinie tego typu również były formułowane w wielu wywiadach wielokrotnie, i przynajmniej część ich autorów zwracała uwagę na konsekwencje społeczne tej sytuacji:

*Rola byłych mediów głównego nurtu [zmieniła się] przez Internet, media społecznościowe [...]. Mamy dzisiaj zupełnie inny system mediów [...] [ta] wielość głosów [...] w mediach społecznościowych [Twitter, Facebook] raczej dzieli [niż łączy/integruje]<sup>22</sup>.*

Dziennikarze udzielający wywiadu byli świadomi, że nowe media oznaczają także zmianę paradygmatu komunikacji politycznej i kształtu klasycznych relacji między mediami a polityką – w której mediom przypadała dotychczas rola trudno zastępowalnego pośrednika pomiędzy politykami a ich wyborcami. Wielość dostępnych kanałów komunikacji, z których politycy mogą współcześnie korzystać, by bez pośrednictwa mediów tradycyjnych komunikować się z wyborcami, także wpływa na spadek tradycyjnego znaczenia mediów, w tym również mediów głównego nurtu:

*[...] nowe media, które mają wiele zalet / są dużą korzyścią [...], mogą oczywiście teraz wyprzeć prasę. Widzisz to [wyraźnie] przy okazji komunikacji przez Facebook, Twitter, Google Plus itd., różnego typu bezpośrednie relacje z różnorodnych posiedzeń i co tam jeszcze. Wszystko to przekazywane jest bez [żadnej] selekcji. I to może doprowadzić do tego, że nie będziemy się już informować przez prasę, tylko, powiedzmy, „śledząc” naszego parlamentarzystę, którego wybraliśmy. I prasa nie będzie potrzebna<sup>23</sup>.*

Niektórzy z badanych, mimo iż mieli świadomość, że ich czas jako dziennikarzy tradycyjnej prasy drukowanej rzeczywiście się kończy, zachowywali jednak optymizm i skłonni byli podkreślać, że jednak jeszcze całkowicie się nie dokonał:

*Polityka jest skazana na nie [media], są ze sobą połączone jak ogień i krzemień [dosł. Pech und Schwefel], ale [...] żyjemy w erze Twittera i Internetu, mediów społecznościowych [...], a więc także bezpośrednich kanałów komunikacji pomiędzy aktorami [politycznymi] i publicznością/odbiorcami. Ale tak całkiem bez nas, dzięki Bogu, jeszcze się nie da...<sup>24</sup>.*

Spadek znaczenia mediów wiodących – głównego nurtu to także niezwykle istotne zagrożenie dla procesów organizacji debaty publicznej i socjalizacji politycznej obywateli, a zatem dla realizacji podstawowych zadań mediów w obrębie

<sup>22</sup> *Rolle ehemaligen Mainstream-Medien [hat sich verändert] durch Internet, sozialen Netzwerke [...]. Wir haben ein ganz anderes Mediensystem heute. [...] die Vielzahl an Stimmen [...] durch die sozialen Medien [Twitter, Facebook] ist eher eine spaltende...*

<sup>23</sup> *[...] neue Medien, die ein riesen Vorteil sind, [...] können jetzt natürlich die Presse ausschalten. Das merkst du halt über die Kommunikation Facebook, Twitter, Google Plus, ja, irgendwie direkte Schaltungen in irgendwelche Plenarsitzungen rein und sonst etwas. Das läuft alles ungefiltert. Und das kann dazu führen, dass man sich nicht mehr über die Presse informiert, sondern sagt, ich folge halt meinem Abgeordneten, den ich gewählt habe, und da brauche ich die Presse nicht.*

demokratycznego systemu społecznego. Bardzo czytelnie zjawisko to ujął jeden z dziennikarzy niemieckich, który w wywiadzie powiedział:

*To jest też pytanie o rolę odbiorcy mediów. [...] w Internecie [...] nie ma debaty zorganizowanej. [...] Facebook zaprawdę w istocie ogranicza spojrzenie [...] ponieważ wyszukuję tylko to, co mi się podoba i co w rezultacie stanowi wyłącznie potwierdzenie opinii, którą się miało już wcześniej. W zasadzie, żeby wyrobić sobie własne zdanie [jako odbiorca] powinno się konfrontować z różnymi, odmiennymi względem siebie opiniami. A więc: teza, teza przeciwna, synteza [...]. Ale tak postępuje coraz mniej ludzi. [...] Nie mam nic przeciwko sieci ani przeciwko blogom czy mediom społecznościowym, ale nie można pozwolić, aby ten pogłębiony, złożony proces kształtowania się opinii został zastąpiony/wyparty – mówiąc [dosadnie] po niemiecku – przez ten chaotyczny wrzask, gdzie na końcu zawsze wygrywa ten, kto ma największą władzę, jak Google czy Facebook. Albo ten, kto krzyczy w danym momencie najgłośniejsze<sup>25</sup>.*

Czy niemieccy dziennikarze dostrzegają jednak również jakieś pozytywne aspekty obecności nowych mediów dla swojego zawodu? Tak, w istocie w przeprowadzonych wywiadach pojawiały się wypowiedzi wskazujące i na pozytywne aspekty obecności nowych mediów dla zawodu dziennikarza. Dzięki obecności nowych mediów i zintensyfikowaniu dwukierunkowości komunikacji z odbiorcami medialnego przekazu dziennikarze mają obecnie lepszą wiedzę na temat tego, w jaki sposób ich praca jest postrzegana, czy jest zauważana, przez kogo, jakie są opinie na jej temat:

*[...] jak robię jakiś temat, tak, to mam nadzieję, że będzie to miało jakiś wpływ na kogoś, ale mogę mieć tylko nadzieję, że tak będzie. [...] [po publikacji] Było całe mnóstwo poleceń i polubień na Facebooku, reakcji i czego tam jeszcze, także w sumie myślę, że on [temat] został zauważony<sup>26</sup>.*

Zwłaszcza w kontekście debaty europejskiej formuła przekazu, typowa dla nowych mediów oraz nowy typ odbiorcy, którego obecność zawdzięczamy nowym mediom, mogą się stać w opinii badanych szansą dla stworzenia swoistej i jednolitej europejskiej przestrzeni publicznej:

<sup>25</sup> *Das ist auch eine Frage nach der Rolle der Mediennutzer. [...] im Internet [...] ist ja keine gesellschaftlich organisierte Debatte. [...] Facebook verengt ja in Wahrheit den Blick [...] Weil ich mir nur das raussuche, was mir gefällt und was am Ende die Meinung bedient, die ich sowieso schon habe. Eigentlich muss ich mich widerstrebenden Meinungen aussetzen, um mir selber eine zu bilden. Also: These, Gegenthese, Synthese [...] Aber dem setzen sich ja immer weniger Menschen aus. [...] Ich habe nichts gegen das Netz, oder gegen Blogs oder gegen soziale Netzwerke. Es darf aber nicht sein, dass wirklich dieser Prozess einer reflektierten Meinungsbildung, durch – auf Deutsch gesagt – ein völlig chaotisches Geschrei, ersetzt wird, wo jeder, am Ende gewinnt, der halt entweder die meiste Power hat, wie Google oder Facebook, oder am lautesten schreit in dem bestimmten Moment.*

<sup>26</sup> *[...] wenn ich so eine Geschichte mache, ja, dann hoffe ich schon, dass sie jemanden beeinflusst, aber ich kann's nur hoffen. Es gab wahnsinnig viele Facebook-Empfehlungen, Likes, Reaktionen und sonst was, so dass ich denke, sie wurde wahrgenommen.*

*Dzięki nowym mediom jest szansa na stworzenie większej europejskiej przestrzeni/sfery publicznej, ponieważ właśnie ta nowa generacja posiada/oznacza nowe zwyczaje/nawyki komunikacyjne [...]»<sup>27</sup>.*

W tej ostatniej kwestii opinie badanych jednak ponownie nie były jednolite. W wywiadach znalazły się bowiem również wypowiedzi, wedle których to właśnie ten nowy typ odbiorcy, jaki pojawił się wraz z nowymi mediami, będzie marginalizował znaczenie nowych mediów w debacie europejskiej, ponieważ odbiorcy tych mediów tą tematyką nie są zainteresowani:

*No więc [...] media cyfrowe, w wielu kwestiach nie będą odgrywać żadnej roli, ponieważ są adresowane do zupełnie innego czytelnika, do młodego czytelnika, którego być może temat Europy w ogóle nie interesuje [...], którego ten temat w ogóle nie obchodzi»<sup>28</sup>.*

### *Podsumowanie*

Jak zatem widać, w 2015 roku w środowisku niemieckich dziennikarzy prasowych wśród opinii na temat konsekwencji obecności nowych mediów dla zawodu zdecydowanie dominowały oceny negatywne. Co więcej, w świetle ich wypowiedzi obecność nowych mediów zmieniła oblicze codziennej pracy redakcyjnej nie tylko w kontekście szybkiego dostępu do informacji. Zaistniałe wskutek obecności nowych mediów zmiany odnoszą się bowiem także do wielu innych, niezwykle ważnych aspektów procesu komunikacji, co posiada istotne znaczenie nie tylko dla zawodu dziennikarza, ale i – zwłaszcza w kontekście publicystyki politycznej – dla jakości komunikacji politycznej w ogóle. Zmiany te dotyczą bowiem wielu szeroko zakrojonych kwestii społecznych i ekonomicznych. W rezultacie obecności nowych mediów zmieniła się choćby struktura rynku medialnego, a w konsekwencji tego także i pozycja mediów wiodących, tradycyjnie odgrywających rolę organizatora debaty publicznej i integrujących społeczeństwo. Obecność nowych mediów pogłębiła także występujące już wcześniej problemy z finansowaniem mediów. Spadek znaczenia mediów wiodących i trudności finansowe mają przy tym i muszą mieć istotny wpływ na jakość informacji. Stale malejąca liczba dziennikarzy, a w szczególności korespondentów zagranicznych, oraz tendencje wzrostu liczby polityków na różnych szczeblach i poziomach władzy uniemożliwiają *de facto* partnerską relację mediów i polityki. Wielość mediów, przyspieszony znacznie cykl przekazu i niezwykle łatwy dostęp do kanałów informacji mają również wpływ na obniżenie jakości dyskursu, co niesie z sobą

<sup>27</sup> [Dzięki nowym mediom jest szansa na stworzenie] eine größere europäische Öffentlichkeit über die Grenzen hinweg, weil eben durch die andere Generation, andere Mediennutzungsgewohnheiten dazu kommen [...].

<sup>28</sup> Also [...] digitalen Medien, in vielen wird das gar nicht mehr so eine Rolle spielen, weil das sich an völlig andere Leser wendet, an jüngere Leser, die das möglicherweise auch gar nicht mehr so interessiert [...] [an] das Thema wie Europa, damit können die ja gar nichts anfangen.

określone i negatywne skutki społeczne, znacznie wykraczające poza ramy takich zjawisk, jak tabloidyżacja przekazu politycznego czy jego urozrywkowanie. Obecność nowych mediów wskazywana jest także jako jedna z podstawowych przyczyn obniżenia norm akceptowalnego społecznie poziomu dyskursu. Zmiany wywołane ich obecnością dotyczą wreszcie również zachowań komunikacyjnych odbiorców: nie muszą oni bowiem poddawać się dyskursowi mediów wiodących, ponieważ istnieje „dyskurs alternatywny”. Zmiana w odniesieniu do poziomu odbiorcy dotyczy również samych polityków, którzy coraz częściej przejmują inicjatywę i podejmują samodzielne działania komunikacyjne. Szczególny przykład w tym zakresie stanowią politycy opozycji<sup>29</sup> oraz – w kontekście komunikacji międzynarodowej – podmioty polityczne i nadawcy w innych państwach. Jedyne pozytywne aspekty obecności nowych mediów dla zawodu dziennikarza, i szerzej – komunikacji politycznej w ogóle, które w 2015 roku wskazywali niemieccy dziennikarze, dotyczyły charakteru konkurencji między mediami, która może sprzyjać uaktualnieniu się postulatu dbałości o własną wiarygodność – już nie tylko jako wymogu jedynie etycznego, ale i jako twardego wymogu rynkowego; a także, choć już mniej jednoznacznie, zaistnienia nowego typu odbiorcy, dzięki któremu może udać się stworzyć warunki dla powstania wspólnej, europejskiej przestrzeni publicznej.

### *Bibliografia*

- Donsbach W. (1987). Journalismusforschung in der Bundesrepublik: Offene Fragen trotz 'Forschungsboom'. W: J. Wilke (red.). Zwischenbilanz der Journalistenausbildung (s. 105–142). München.
- Hanh O., Lönnendonker J., Schröder R. (2008). Deutsche Auslandskorrespondenten. Ein Handbuch. Konstanz.
- Junghanns K., Hanitzsch T. (2006). Deutsche Auslandskorrespondenten im Profil. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, vol. 55 (3), s. 412–429.
- Meyen M., Riesmeyer C. (2009). Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland. Konstanz.
- Renneberg V. (2011). Auslandskorrespondenz im globalen Zeitalter: Herausforderungen der modernen TV-Auslandsberichterstattung. Wiesbaden.
- Riesmeyer C. (2011). Das Leitfadeninterview. Königsweg der qualitativen Journalistenforschung? W: O. Jandura, T. Quandt, J. Vogelgesang (red.). Methoden der Journalistenforschung (s. 223–237). Wiesbaden.
- Weischenberg S. (1992). Journalistik: Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Opladen.

<sup>29</sup> Rezultaty badań dotyczące znaczeniu nowych mediów dla jakości komunikacji politycznej i dyskursu politycznego w ocenie niemieckich polityków zostaną zaprezentowane w osobnym artykule.

## STRESZCZENIE

Intensywny rozwój nowych mediów wpływa zarówno na jakość współczesnej komunikacji politycznej, jak i na kondycję samego dziennikarstwa. Celem artykułu jest analiza konsekwencji wynikających z ich obecności dla dziennikarstwa jako zawodu oraz procesu komunikacji politycznej, ze szczególnym uwzględnieniem jej poziomu międzynarodowego. Artykuł zawiera prezentację wyników pogłębionych wywiadów indywidualnych, przeprowadzonych w środowisku niemieckich dziennikarzy prasowych.

**Słowa kluczowe:** badania nad zawodem dziennikarza, nowe media, dziennikarstwo i nowe media, jakość komunikacji politycznej / dyskursu publicznego