

Igor Borkowski
Uniwersytet Wrocławski

Dziennikarze w Polsce. Zmiany systemowe, wizerunkowe i profesjonalne

Istotna zmiana, która dotyka system medialny w pierwszych dekadach XXI wieku, nie polega bynajmniej na samych tylko innowacjach technologicznych, wzmocnieniu komercjalizacji treści i zmianach strukturalnych w obrębie własności mediów. Nie jest też związana tylko z przemianami zawodowymi statusu dziennikarza i dziennikarstwa jako jednej z profesji wchodzących w skład ofert komunikowania sprofesjonalizowanego. Wydaje się, że upatrywanie przyczyn zmian wyłącznie w poziomie organizacji, stratyfikacji struktur własnościowych i wzmagającej się presji osiągania zysku jest uproszczone. Podobnie: wskazywanie przede wszystkim na kwestie etyczno-profesjonalne nie tłumaczy całości przemian, które dziś dotyczą dziennikarzy i dziennikarstwa na świecie, a w naszej perspektywie i podstawowym obiekcie oglądu badawczego — w Polsce. Regularnie niemal powracające środowiskowe dyskusje na temat tego, czy to media psują rynek odbiorców, czy gusty szerokiej publiczności zmuszają dziennikarzy do obniżenia poziomu treści, zaprzatają co prawda uwagę obserwatorów życia dziennikarskiego w Polsce¹, ale w efekcie nawet bardzo burzliwych i emocjonalnych debat niewiele wyjaśniają, a na pewno niczego ostatecznie nie przesądzają i nie rozstrzygają.

¹ Por. treść wywiadu Grzegorza Miecugowa (i dyskusję, którą wywołał): *Tabloidyżacja odbiorców niszczy media. Największą słabością telewizji jest widz*, http://wyborcza.pl/1,76842,12534040,Miecugow__Tabloidyżacja_odbiorców_niszczy_media__Największa.html [dostęp: 8 listopada 2014].

Problem statusu

Z prowadzonych przeze mnie od 10 lat corocznych badań sondażowych, których podmiotem są studenci pierwszego roku studiów pierwszego stopnia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, wynika niezbicie, że bardzo wyraźnie (i jest to tendencja coraz wyraźniejsza i utrwalająca się w kolejnych rocznikach) ujawnia się wahanie dotyczące spersonalizowanego wizerunku dziennikarza — wykonawcy zawodu dziennikarskiego. Wyniki te korespondują oczywiście z danymi, których dostarczają cykliczne badania dotyczące prestiżu zawodów w Polsce, ale w mojej ocenie ujawniają inne ciekawe płaszczyzny przekonaniowe. Z badań wiemy, że realizacja funkcji dziennikarskich nie jest w Polsce tą profesją, która cieszy się wysokim prestiżem i szacunkiem (poważaniem) badanych². Dziennikarze znajdują się poniżej połowy stawki ocenianych profesji, z poważaniem określanym jako duże w połowie odpowiedzi badanych (porównywalnie z robotnikiem niewykwalifikowanym i sprzedawcą w sklepie). Istotne, że poważanie (deklaratywne) dla zawodu dziennikarskiego spada: jest wyraźnie niższe niż w latach 70. XX wieku (deklaratywnie ponad 70 procent wskazywało wysoki prestiż zawodu, oczywiście przy świadomości odniesień systemowych, typu doktryny medialnej i wagi oddziaływań propagandowych), a także po 1989 roku, gdy wskazań tych było około 60 procent.

Przyjęci na pierwszy rok studiów kandydaci musieli na drodze do uzyskania indeksu studiów stacjonarnych pokonać, w wypadku Uniwersytetu Wrocławskiego, kilkunastu konkurentów. Nie stanowi to jednak w coraz większym stopniu argumentu, który — jak jeszcze kilka lat temu — pozwalałby wyraźniej pokazywać zadowolenie, dumę z osiągniętego sukcesu czy wskazywać na przeświadczenie o prestiżu podjętych studiów lub choćby swoistej mody na studiowanie dziennikarstwa, aspirowanie do środowiska ludzi mediów (tu nie ma też różnic między studentami studiów stacjonarnych i studiów niestacjonarnych, stanowiących co do swej liczebności także swoisty fenomen pokoleniowy). Co ciekawe, coraz częściej pojawia się — niepoparte faktami — przekonanie, które werbalizuje się w ocenach: „to są łatwe studia, na które można się bez trudu dostać”, otoczenie uważa, że „nic mi się innego nie chciało robić, więc dlatego wybrałam dziennikarstwo”, „nie miałem sprecyzowanych planów ani ambicji, więc wybrałem ten kierunek”.

Symptomatyczne jest, że wielu kandydatów przyjętych na studia wskazuje (wyraźnie zaznacza się to w odpowiedziach udzielanych w ostatnich dwóch rocznikach): niechęć najbliższych, którzy odradzali podjęcie studiów dziennikarskich jako „mało przyszłościowych”, „niedających zawodu”, „niegarantujących pracy po studiach”³.

² Por. raport CBOS: Prestiż zawodów, badanie społeczne 164/2013, dane za: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2013/K_164_13.PDF [dostęp: 20 listopada 2014].

³ Interesujące, że w branży medialnej kwestie te nie są niczym nowym, nie pojawiły się nagle, od lat było wiadomo, że zmienia się kształt rynku i struktury pracowniczej w mediach, por. raport: *Koniec etatów*, „Press”, grudzień 2010, s. 16–17.

Są to odpowiedzi bardzo liczne, rzekłbym, wyróżniające się frekwencyjnie. Niegdyś nie pojawiały się w ogóle, przeważało werbalizowane przekonanie, że jest to rynek pracy chłonny, na którym bez większego trudu można się odnaleźć, a także — często powracająca w rozmowach ze studentami — wyraźna ekscytacja wysokimi zarobkami, które można w mediach osiągnąć. Ostatnie roczniki są już wyraźnie pesymistyczne w referowaniu obrazu świata dziennikarzy i dziennikarstwa. Uwidoczniło się w nich także zdystansowanie wobec kontrolnej funkcji mediów. Pytani o oczekiwania otoczenia wobec nich samych jako dziennikarzy nie wskazują w zasadzie zupełnie ani roli organizatora, ani lidera lokalnej społeczności, ani funkcji kontrolnych mediów, ani też — co w tym zestawieniu bardzo symptomatyczne — funkcji interwencyjnej. Najlichniesze są odpowiedzi, które, gdy w ogóle uwzględnia się przyszłość zawodową związaną z pracą w zawodach dziennikarskich, upatrują atrakcyjności zawodu w uzyskaniu rozpoznawalności, osiąganiu coraz wyższych szczebli kariery, ale raczej poprzez te zmienne, które zwykliśmy przypisywać celebrytom.

Wcześniejsze negatywne konotacje, które deklarowali studenci jako reakcje na ich wybory życiowe związane z podjęciem studiów dziennikarskich, miały jednoznacznie ideologiczny i etycznie-moralny wydźwięk: otoczenie wyrażało zaniepokojenie tym, że będzie to szkoła manipulacji, nabywania umiejętności oszukiwania, kłamstwa, służenia na większą skalę ideologicznym interesom dysponentów kapitałów i obcych poglądów oraz destrukcji wartości fundujących wspólnotę religijną, tradycję historyczną, narodową.

Dane uzyskiwane od studentów pokazują wiele istotnych przemian, które mają miejsce w obrębie zawodów medialnych, ich statusu i współczesnej pozycji społecznej. Odnoszą nas do istotnych zmiennych nie tylko świadomości społecznej, ale też dają możliwość prognozowania wyzwań, które stanęły lub właśnie pojawiają się na horyzoncie profesjonalnej sfery dziennikarstwa w Polsce (i na świecie). Kształcenie praktyczne staje się kwestią dyskusyjną. Nie wiadomo, czy nadal jest magnesem przyciągającym potencjalnych studentów, jak to było w ocenie większości badaczy rynku usług edukacyjnych jeszcze kilka lat temu⁴, czy też stanowi barierę, która będzie trudna do pokonania przez potencjalnych kandydatów do zawodów medialnych, gdy staną w szranki ubiegania się o posadę w mediach. Będą przygotowani praktycznie, ale czy ich praktyka będzie realnie odpowiadała temu, czego oczekują pracodawcy w mediach? Wydaje się, że istotną cechą studiów w obszarze dziennikarstwa, mediów, kształtowania i komunikowania wizerunku jest także płynność zakresu tematycznego, nietrwałość podstawowego quantum wiedzy teoretycznej i odniesienia do sprecyzowanego już w dorobku naukowym obrazu podstawowych danych dotyczących wiedzy, umiejętności i kompetencji w tym zakresie. Powoduje to rozchwanie oferty dydaktycznej kreowanej i przygotowywanej w bezpośrednim odniesieniu nie

⁴ P. Zieliński, *Praktyka mile widziana*, „Press”, marzec 2008, s. 66–67; M. Hodak, *Warsztat na start*, „Press”, sierpień 2010, s. 79–81.

tylko do potrzeb rynku pracy, ale też bardzo precyzyjnych oczekiwań samych zainteresowanych⁵.

Kryzys prasy — kryzysy mediów?

Idąc za strukturą opisu systemu medialnego o klasycznym dzisiaj i powszechnie przyjmowanym układzie, który zaproponowali Hallin i Mancini⁶, chciałbym poniżej przedstawić rozpoznania dotyczące najistotniejszych obszarów niedomogów i wyzwań, które pojawiają się w dziedzinach, dla których autorzy wyznaczyli najistotniejsze miejsca na skali opisu systemu medialnego.

W ich założeniu jednym z podstawowych wyróżników kondycji systemu medialnego jest wynik rozpoznania i oceny stanu, roli i tendencji rozwojowych rynku prasowego wraz z jego otoczeniem i komponentami odbiorczymi (czytelnictwo, uczestnictwo, odbiór). Jedną z charakterystycznych cech współczesnego rynku prasowego w Polsce wydaje się jego bezradność wobec następujących przemian zarówno modelu wydawniczego, jak i recepcji mediów.

Przemiany, które powodują wzrost polaryzacji ideologicznej mediów, wydają się nietrafnie rozpoznawane lub włączane w system organizacji rynku medialnego w pospieszny i nieprzemyślany sposób. Stąd na rynku tym więcej efemeryd niż trwałych i koncepcyjnie ugruntowanych propozycji, wskazywania raczej na grupy zaprzyjaźnionych z sobą dziennikarzy i oddanych im kręgów czytelniczych niż na konieczność budowania społeczności wokół określonej marki i tożsamości tytułu jako kapitału, o którym wiemy skądinąd, że stanowi podstawę i największą wartość rynkową. Tu upatrywałbym źródeł wielu strat nie tylko czysto wizerunkowych czy związanych z demontażem dobrze prosperujących lub dobrze się zapowiadających tytułów („Przekrój”⁷, „Uważam Rze”⁸), ale też wynikających z komunikowania czytelnikom złych praktyk, uczenia ich, że media papierowe są nietrwałe, że montują się i demontują bez troski o społeczność czytelniczą, markę tytułu i identyfikację z nim. Na tym tle być może nieco łatwiej można zrozumieć fenomen ugruntowującej się

⁵ M. Zawisliński w tekście *Czas na dyplom*, „Press”, marzec 2009, s. 64–65, bardzo wyraźnie ekspoznował jako zaletę upraktycznianie oferty dydaktycznej zarówno w obszarze odnoszącym się do public relations i marketingu, jak i samego klasycznie pojmowanego dziennikarstwa.

⁶ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007. Por. J.W. Adamowski, *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, Warszawa 2011; M. Gierula, Z. Oniszczyk (red.), *Mało znane systemy medialne*, Sosnowiec 2007; J.W. Adamowski, A. Jaskiernia, *Systemy medialne w XXI wieku*, Warszawa 2012.

⁷ M. Kowalczyk, *Modlitwa o cud*, „Press”, październik 2009, s. 39–41; S. Kucharski, *Rewizja wizji*, „Press”, kwiecień 2011, s. 46–48; J. Fusiecki, *Ekonomiczne combo*, „Press”, listopad 2012, s. 10; *idem*, *10 błędów „Przekroju”*, czyli jak zniszczyć pismo, „Press”, październik 2012, s. 34–36; M. Wysznińska, *Niewiadome*, „Press”, listopad 2013, s. 34–37.

⁸ M. Kowalczyk, *Tłok na łowisku*, „Press”, marzec 2013, s. 30–33.

pozycji „Gościa Niedzielnego”⁹ i „Polityki”¹⁰ jako wydawnictw, które w sposób strategicznie przemyślany troszczą się zarówno o kondycję swoich flagowych tytułów, jak i o ciągłość linii redakcyjnej i trwałość zespołu w odniesieniu do rozpoznawalnej i ustabilizowanej pozycji rynkowej (z zastrzeżeniem o zmianie linii programowej „Gościa Niedzielnego”, która dokonała się w ostatnich latach po przejściu sterów redakcji przez nowego redaktora naczelnego ks. Gancarczyka). W podobny sposób polscy wydawcy ujawniają swoją nieznajomość oczekiwań rynku (uwidoczniła się ona bardzo wyraźnie w poprzednich latach licznymi porażkami wydawców wielkiej miary — błędnie identyfikowanymi w wielu środowiskach wydawców mediów w Polsce — por. upadek projektów Agory oraz „Dziennika”¹¹, także projektu „Polska — The Times”¹²). W to miejsce nie pojawiały się jednak nowe, przemyślane i dobrze dopasowane do potrzeb rynku projekty. Znacznie lepiej od wydawców działających na rynku dziennikarstwa jakościowego radzą sobie z rozpoznaniem potrzeb rynku odbiorczego koncerny wydawnicze reprezentujące inne segmenty rynku: od prasy kobiecej, poprzez true stories, prasę serca, yellow i people, w których to segmentach notowaliśmy w ostatnich latach liczne przykłady sukcesu nie tylko sprzedażowego, np. „Show” — magazyn o gwiazdach, ale i utrwalania pozycji rynkowej pism, które przebojem wdzierały się na polski rynek¹³.

Wydaje się, że istotnym problemem rynku medialnego w Polsce jest jego słabość autoreferencyjna. Porównanie innych zawodów zaufania publicznego, a także innych zawodów komunikacji profesjonalnej w zakresach ich samoopisu wykazuje liczne słabości i zaniechania, które odnoszą się na tym porównawczym tle właśnie do świata dziennikarzy i mediów¹⁴. Środowisko dziennikarskie w Polsce bardzo opieszale i mało aktywnie komunikuje o funkcjonowaniu, wykorzystaniu i bieżącym namyśle nad dokumentami normatywnym, takimi jak kodeksy zawodowe, etyczne itd. Prężnie działają na rzecz inicjowania debaty, certyfikacji, instytucjonalizowania, a co za tym idzie, wypracowania standardów środowiskowych w obszarze etyki profesjonalnej reprezentacji sfer public relations czy reklamy (pomijam tu z oczywistych względów polityczne i ideologiczne działania zawodowych związków dziennikarskich). Także w zakresie zinstytucjonalizowanej działalności reprezentacji środowisk medialnych

⁹ Por. S. Kucharski, *Z innej parafii*, „Press”, czerwiec 2010, s. 68–70; rozmowa M. Zająca z ks. M. Gancarczykiem, *Jak na spowiedzi*, „Press”, wrzesień 2011, s. 50–52.

¹⁰ Por. rozmowę G. Kopacza z J. Baczyńskim, *Pazerny na opinie*, „Press”, wrzesień 2010, s. 22–27.

¹¹ G. Kopacz, *Mission impossible*, „Press”, lipiec 2009, s. 23–25; por. A. Wiczerzak-Krusińska, *Fasada i wnętrze*, „Press”, październik 2009, s. 32–34; analiza G. Kopacza, *Szukając stabilizacji*, „Press”, grudzień 2009, s. 39–45; G. Kopacz, *Oczyszczanie*, „Press”, wrzesień 2009, s. 7.

¹² G. Kopacz, *Bez odwrotu*, „Press”, kwiecień 2008, s. 38–41; M. Kowalczyk, *Co z tą „Polską”?*, „Press”, październik 2008, s. 32–35; M. Gocłowska, *Polska regionalna*, „Press”, marzec 2009, s. 8.

¹³ M. Tobik, *Da się rosnąć*, „Press”, sierpień 2009, s. 32–34.

¹⁴ Takim istotnym wyzwaniem jest określenie i wyraźne rozdzielenie ról dziennikarza i innych ról w obszarze komunikacji profesjonalnej, np. rzecznika prasowego lub specjalisty public relations.

zachodzi atrofia tych struktur, które wcześniej funkcjonowały lub które aspirowały do roli istotnego głosu w debacie publicznej na temat mediów (np. Rada Etyki Mediów¹⁵), także reprezentacji środowiskowych o charakterze cechowym, które nie są w stanie ani przyciągnąć dziennikarzy do swoich szeregów, ani w jakikolwiek sposób komunikować istotności działania w ruchu samorządu zawodowego i ruchu związkowym. Mimo oczywistych trudności i nie bez obiekcji stwierdzić trzeba, że konkurujące na rynku wizerunkowym środowiska komunikacji profesjonalnej umiały stworzyć odpowiednie struktury i instytucje, wypracować dokumenty, rekomendacje i standardy działań, a także — co najważniejsze — wykazują ogromną determinację w pracy na rzecz środowiskowych standardów działania, ich certyfikacji, komunikowania odbiorcom marki, jakie jest polskie public relations i polska reklama.

Dziennikarstwo interwencyjne jako nadrzędna funkcja mediów

Istotną zmianą, którą obserwuje się współcześnie w układzie funkcji realizowanych przez media i dziennikarzy, jest odejście od klasycznego i utrwalonego w ostatnich dziesięcioleciach wskazywania funkcji informacyjnej jako nadrzędnej wobec pozostałych przypisywanych komunikatorom medialnym. Rozproszenie i zdemokratyzowanie informacji, jej relatywna pełna dostępność dla wszystkich potencjalnych konsumentów treści informacyjnych w mediach, powodują, że zdysocjowany rynek musi na nowo ustrukturyzować swoje hierarchie i wskazać nowe lub zredefiniowane funkcje, które by pozwoliły trwać dziennikarstwu w zasadniczo spetryfikowanej strukturze.

Dziennikarstwo poszukuje dzisiaj nowego uzasadnienia swojego istnienia. W polskiej sytuacji znajduje je w bardzo specyficznym miejscu realizacji zawodu i jego prerogatyw: w dziennikarstwie interwencyjnym. Użyteczność mediów, gdy została zakwestionowana pierwszorzędna rola informacyjna, a jednocześnie procesy postępującej tabloidyzacji przekazu i presji konstrukcji infotainment jako podstawowego modusu komunikacji medialnej wymusiły poszukiwanie nowych uzasadnień dziennikarstwa w jego w miarę klasycznej formie. Przygotowanie i sprzedaż kontentu rozrywkowego nie może być jedynie prerogatywą samego dziennikarstwa (i zwykle nie jest, wykorzystując dziennikarzy jako aktorów sceny rozrywkowej, ale uzależniając ich aktywność od pojawiania się zróżnicowanej profesjonalnie grupy aktywnych uczestników medialnych zabaw różnego typu). Dziennikarstwo *sensu stricto* poszukuje więc i znajduje w polskiej przestrzeni medialnej uzasadnienie swego istnienia właśnie w szeroko pojętej interwencji dziennikarskiej. To ona staje się elementem le-

¹⁵ A. Drożdżak, *Do REMontu*, „Press”, październik 2009, s. 36–38; Por. REM — granice kompromitacji?, „Press”, listopad 2010, s. 5; E. Rutkowska, *Bezradni*, „Press”, sierpień 2008, s. 23–25 (tu także kwestia kondycji Konferencji Mediów Polskich i odniesienia do Izby Wydawców Prasy i jej działań na rynku medialnym).

gitymizującym funkcjonowanie zarówno poszczególnych pasm nadawczych, radiowych i portali, jak i gazet drukowanych. Dzięki wzmocnieniu tej funkcji, pozornie obsługującej kontrolę ze strony mediów nad sferą władzy, chce się wpoić odbiorcom przekonanie, że dziennikarstwo i dziennikarze są im potrzebni. Media zachęcają, by wtedy, gdy odbiorcy sami nie mogą swoich spraw w urzędzie załatwić, zawiadamiać dziennikarzy — oni załatwią. Dowodzi tego także popularność pozorujących praktyki dziennikarstwa obywatelskiego kanałów komunikacji z odbiorcami, którzy mogą przysyłać swoje mniej lub bardziej zredagowane lub zmontowane materiały jako zaczyn pracy dziennikarskiej. Istotnym elementem tej na nowo budowanej w odczuciu społecznym istotności dziennikarstwa są rzecz jasna liczne programy realizujące wykładniki dziennikarstwa interwencyjnego, które łączą działanie o charakterze informacyjnym z elementami rozrywkowymi, budowaniem emocjonalnej narracji, ale przede wszystkim — prezentowaniem i eksponowaniem dziennikarskiej skuteczności, a także budowaniem wizerunku dziennikarza-celebryty, dziennikarza wszechmocnego reprezentanta i lekarza bolączek społecznych¹⁶.

Tego typu funkcję wskażemy bez trudu w mediach poprzednich dekad, teraz jednak warunkiem naczelnym jest rywalizacja spektaklu medialnego, który przede wszystkim eksponuje działanie mediów i skuteczność indywidualnej, punktowej interwencji dziennikarza w systemie społecznym, nie zaś trwałość działań o charakterze być może mało spektakularnym i widowiskowym, ale potrzebnym i społecznie docenianym, z którym mieliśmy do czynienia w działaniu tak zwanych działów łączności (z czytelnikami, słuchaczami, widzami). Były one zdecydowanie nisko ułożone w hierarchii działów mediów, zajmowały się pracą o charakterze pozytywistycznym, niejednokrotnie zmagaly z naprzykrzającymi się tropicielami afer i przestępstw, mistyfikаторami i pieniaczami. Zawsze — stanowiły pierwsze sito odsiewające sprawy, z którymi odbiorcy przychodzili do redakcji wiedzeni przekonaniem, że to media są ostateczną bronią w walce o naprawienie ich krzywdy lub społecznej niesprawiedliwości, której byli świadkami lub ofiarami¹⁷.

W omawianym obszarze nastąpiła wyraźna zmiana: teraz to właśnie dająca się wyzyskać emocjonalnie i rozrywkowo interwencja dziennikarska staje się legitymacją uprawiania zawodu. Dziennikarz interwencyjny jest energiczny, szybki, sprawnie formułuje kwestie, rozstrzyga wątpliwości, wyraźnie też pozycjonuje się jako rzecznik odbiorcy wobec bezdusznej maszyny urzędniczej, opresyjnej i niewydolnej instytucji (urzędu, szkoły, szpitala, instytucji opiekuńczej), stawia warunki, egzekwuje, rozlicza, wskazuje winnych. Dominacja tego typu działań dziennikarskich pozwala na zmiany w samoopisie środowiska, które na nowo konstruuje swoją tożsamość. Można założyć, że w jakiejś mierze trafnie deszyfruje także oczekiwania społeczne i wpisuje

¹⁶ Por. E. Rutkowska, *Uwaga, Superwizjer*, „Press”, listopad 2013, s. 42–45.

¹⁷ Niezwykle bogaty i niuansujący tę kwestię jest wywiad, którego udzieliła Józefa Hennelowa Annie Matei, *Góra potrzebnych papierzyśk*, „Press”, grudzień 2008, s. 42–45.

się w kulturę ekspercką. Oto dziennikarze stają się tymi, którzy regulują i kontrolują system władza–społeczeństwo, ale w nowy sposób, stając się siłą szybkiego reagowania, trafiając w punkty niedomóg systemowych, usprawniając działanie systemu, z odwołaniem do kompetencji, wiedzy i poprawności funkcjonowania całości złożonego układu społecznego, trafności sądów. Takiego działania oczekuje zapewne część odbiorców, cedując na dziennikarzy indywidualne prerogatywy dociekania swoich interesów wobec reprezentantów władzy, ustalania biegu spraw, finalnych rozstrzygnięć i dróg odwoławczych. Przedstawiciele mediów stają się bowiem tymi, którzy szybko i sprawnie załatwią za obywatela jego problem — wystarczy dokumentację sprawy przekazać naszemu medialnemu reprezentantowi. Reszta w rękach mediów. Stąd zapewne popularność modułów tak zwanego dziennikarstwa obywatelskiego: Alert24.pl (Agora; powiązanie z portalem gazeta.pl), Kontakt TVN 24, Wiadomości24.pl, cynk.onet.pl, infokolo.pl (powiązane z niegdysiejszym „Dziennikiem”), Gorąca Linia RMF FM, Czerwony Telefon Radia ZET.

Przesunięcia, o których wspominam, powodują bardzo istotne konsekwencje dla postrzegania roli mediów i ich statusu w systemie społecznym. Tak spozycjonowane media wydają się bardzo poręcznym narzędziem w rękach odbiorców — klientów zamawiających wykonanie usługi u dziennikarzy. Wbrew pozorom niewiele taka postawa „do usług” ma związku z rzemieślniczym sznycem profesji dziennikarskiej. Byłaby raczej dowodem na przyjmowanie postawy służalczej, ta zaś delegitymizuje dziennikarstwo jako realny element systemu kontroli społecznej, interpretatora rzeczywistości, zdystansowanego i zobiektywizowanego wobec klienteli systemu wczesnego ostrzegania o nieprawidłowościach. Ujmowana w powyżej wskazanych kategoriach powinność dziennikarska wydaje się negatywnie ważyć na poprawnej interpretacji niezależności mediów jako czwartej władzy, buduje przekonanie o tym, że media są jednym ze zwykłych graczy na rynku kapitału, idei, interesów grupowych, lobbystycznych i politycznych. Partykularny interes jednostki, w której imieniu interweniuje medium, nie zawsze bowiem pozwala dowodnie stwierdzić, że dopełniło się posłannictwo mediów działających w systemie społecznym.

Zmiana relacji dostrzegalna jest coraz dobitniej także w uznawanych za doniosłe efektach pracy dziennikarskiej. Jednym z wyrazistych przykładów jest wywiad, którego udzieliła Justyna Kowalczyk, opowiadając dziennikarzowi o swoich osobistych problemach, zdrowiu psychicznym, słabościach i pracy nad osiągnięciem sukcesu¹⁸. Większość komentatorów tego niezwykle głębokiego i intymnego wyznania, które zawarte zostało w tekście, pominęła kontekst szerszy, który trzeba brać pod uwagę, gdy mowa o relacjach dziennikarza i samej profesji dziennikarskiej wobec osoby, stającej się źródłem informacji czy podmiotem dociekań w wywiadzie. Bardzo trudno jest ustalić następstwo zdarzeń, faktem jest, że wywiad, do którego dochodzi z ini-

¹⁸ Por. rozmowę z P. Wilkowiczem, *Nie lansuję się na Kowalczyk*, przeprowadzoną przez J. Nizinkiewicz, „Press”, październik 2014, s. 42–45.

cjatywy samej zainteresowanej sportsmenki, można bez pomyłki interpretować jako działanie podjęte w ramach procedury zarządzania sytuacją kryzysową. Tuż przed jego udzieleniem na profilu w portalu społecznościowym rozpoczyna się dyskusja dotycząca umieszczanych przez Justynę Kowalczyk zdjęć i kontrowersyjnych w ocenie uczestników komunikacji komentarzy do nich. Wywiad wchodzi więc w pewien dyskurs z zarzutami, które się nieco wcześniej pojawiają w przestrzeni publicznej, staje się elementem dyskursywnej gry medialnej, ma odparować zarzuty formułowane wobec samej zainteresowanej. Trudno jednak nie podnieść kwestii ważących dla oceny tego medialnego zdarzenia. Bohaterka nie ma statusu osoby prywatnej w tym znaczeniu, w którym przysługuje jej większa ochrona wizerunku i praw do sfery prywatnej; od lat skutecznie komunikuje się z mediami, współpracuje z dziennikarzami, ma na swoim koncie liczne udane działania o charakterze kreacji i zarządzania wizerunkiem (*personal brand communication*). Kwestią istotną jest i to, że adepci sztuki dziennikarskiej, biorący udział w głosowaniu na najważniejsze dokonania dziennikarskie, to właśnie Pawłowi Wilkowiczowi przyznają tytuł „Reformatora” (w dorocznym konkursie Mediatory), uzasadniając tę decyzję m.in. słowami: „Za wywiad z Justyną Kowalczyk, który dla ludzi stygmatyzowanych z powodu tej choroby [depresji], zrobił więcej niż niejedna kampania społeczna. Za pokazanie im, że ze swoim cierpieniem i wstydem nie są sami [...]. Za wrażliwość w ukazaniu innego oblicza docenianej mistrzyni sportowej”¹⁹. Nie podejmując tu dyskusji nad samym uzasadnieniem, chciałbym tylko zaznaczyć, że w ocenie jurorów — adeptów dziennikarstwa nie pojawia się refleksja nad rzeczywistym wkładem pracy ze strony dziennikarza, ową „robotą dziennikarską”, której wymaga się podczas zajęć warsztatowych odnoszących się do tej profesji; nie ma też tu refleksji nad tym, co powinno dawać akademickie, medioznawcze wykształcenie — zastrzeżenia, że nasze sądy przekonaniowe wobec skuteczności oddziaływań medialnych są zwykle absolutnie iluzoryczne. Werdykt ten daje jednak wgląd w preferencje, skalę i hierarchię wartości tych, którzy wstępują do zawodu.

Oczywiście, nie można uznać, że zdarzenia tu omawiane są takimi, z którymi wcześniej nie mieliśmy do czynienia. Liczne przykłady — także odwołujące się do uznanych zachodnioeuropejskich i amerykańskich periodyków i stylów pracy dziennikarskiej — uświadamiają, że tego typu gry medialne są podejmowane przez tych, którzy zarządzając wizerunkiem, umiejętnie wplatają w swoją strategię komunikacji dziennikarzy i media. Swoistą bezradność wobec tego typu przypadku warsztatowego dobrze ilustruje wspomniany wyżej wywiad z Pawłem Wilkowiczem. Dla udzielającego odpowiedzi temat relacji między oczekiwaniami osoby, która deklaruje, że wywiadu udzieli, kompetencją i warsztatem dziennikarza oraz sytuacją komunikacyjną między personami dramatu w zasadzie nie istnieje, a pytający nie ma pomysłu, jak pytać, ani nie wykazuje się determinacją, by w sprawie uzyskać jednoznaczne stanowisko.

¹⁹ <http://mediatory.pl/new/index.php?id=laureaci-2014#p> [dostęp: 30 listopada 2014].

Kim jest dziennikarz

Współczesny polski dziennikarz często bywa postrzegany jako celebryta, uczestnik lub organizator happeningów, przedsiębiorca, rzadziej, ale także często, jako obiekt gry innych mediów. Zasadna staje się więc deklaracja publicystyczna: „Trudno wyżyć za słowa taksówkarza, który mówi: »Lubię te pana uszczypliwe komentarze«”²⁰. Zasadne wydaje się pytanie o aktualną tożsamość zawodu i postaci/roli społecznej dziennikarza. Tym jest ono istotniejsze, im bardziej postaci świata dziennikarskiego stają się uczestnikami gry medialnej, spersonalizowanymi bohaterami histerii czy egotycznego spektaklu. Pod koniec 2014 roku byliśmy świadkami (lub uczestnikami) tego typu zdarzenia medialnego, gdy pod gruzami kamienicy w Katowicach zginęło małżeństwo z kilkuletnim dzieckiem. Wykonujące zawód dziennikarski ofiary katastrofy budowlanej stały się obiektem naprędce budowanej opowieści medialnej, licytacji emocjonalnej i takiegoż szantażu wobec świata polityków. Osobista tragedia ich bliskich stała się przedmiotem dyskursu publicznego, chętnie włączyli się weń postronni, reprezentanci mediów, świata polityki. Renomowani dziennikarze głównych stacji telewizyjnych, a w nich czołowych programów informacyjnych, zrealizowali modelowe shows na tle zgłiszcz zawałonych w wyniku wybuchu gazu ścian kamienicy, które pogrzebały troje ofiar. Tak realizowany medialny spektakl, który zapośrednicza się w realnym zdarzeniu, przyciąga uwagę licznych grup odbiorców, ogniskuje ich emocje, angażuje w cikliwy melodramat. Ma też jednak skutki znacznie istotniejsze poza samą krótkotrwałą ekscytacją odbiorców i skupieniem ich chwilowej uwagi na wyrazistym pod względem kodów atrakcyjności hard news. W dukt kreowanej opowieści wkracza realna polityka, Prezydent RP odznacza ofiary (ale tylko dorosłe, dziecko zostaje pominięte) Złotymi Krzyżami Zasługi. Hiperbolizacja osobistej tragedii rodzinnej, która mogłaby dotknąć i która dotyczy przecież realnie nie tylko dziennikarzy, ale i wykonawców wielu innych zawodów, zderza się ze skutecznym pozycjonowaniem newsa w głównych stacjach telewizyjnych. Wystarczy jednak pobieżny choćby wgląd w komentarze internautów, dyskusje mniej lub bardziej zbliżonych do podejmującego refleksję na temat zdarzeń medialnych środowiska odbiorczego, by zdać sobie sprawę, że tego typu działania przekładają się — negatywnie — na wizerunek świata dziennikarskiego, jego wiarygodność i ogólnie na respektowanie powinności świata dziennikarskiego wobec innych władz systemu społecznego.

Jednostkowość obserwowanych i przytaczanych tu przykładów składa się jednak na znaczące i w swojej wyrazistości jednoznaczne wskazania dotyczące przekształceń statusu dziennikarza. Powyższy przykład traktuję tu jako ilustrację tendencji do egotyzacji i środowiskowego przewartościowywania solidarności branżowej, komunikowania wyższości i nadzwyczajności samej istoty profesji dziennikarskiej, jej nadzwyczajnych prerogatyw, a także — w mojej ocenie bardzo niebezpiecznego

²⁰ M. Wyszynska, *Zawód w zawodzie*, „Press”, sierpień 2010, s. 40.

— ugruntowywania przekonania, że prywatne życie dziennikarza jest dobrym materiałem na celebrycką opowieść bohatera zbiorowej świadomości operry mydlanej mediów elektronicznych. Dopiero odniesienie porównawcze do praktyk medialnych i dziennikarskich poza polskim systemem pozwala stwierdzić, że stawianie dziennikarza w centrum świata informacji, relacji, zdarzenia medialnego nie jest zasadą ani pożyteczną, ani powszechną²¹.

Warto zauważyć, że w swoim samoopisie problematyczne jest poprawne definiowanie i organizowanie dyskursu na temat kwestii profesjonalnych i zawodowych samych dziennikarzy, czego łatwo można dowieść, gdy popatrzy się na kondycję organizacji branżowych o charakterze reprezentacji związkowej dziennikarzy. Liczące niespełna 3 tysiące członków dwa działające w Polsce związki: Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich i Stowarzyszenie Dziennikarzy RP trudno uznać za jakąś realną siłę reprezentującą świat zawodowy ludzi mediów w Polsce.

Kwestie legislacji

Status profesji dziennikarskiej bywa rozpoznawany w odniesieniu do skuteczności stanowienia prawa dotyczącego systemu medialnego, podmiotowości prawnej dziennikarza, ochrony własności intelektualnej i praw autorskich odnoszących się do jego pracy, zabezpieczenia interesów dziennikarza, mediów oraz informatorów i źródeł informacji dziennikarskiej, tajemnicy dziennikarskiej i interesu publicznego, realizowanego przez dziennikarza. Wydaje się, że wyzwania współczesności i najbliższej przyszłości dla dziennikarzy i przedmiotowej kwestii w Polsce bardzo dobrze pokazała debata wokół projektu zmian w prawie prasowym²², która toczyła się, przyznajmy, z niewielkim zainteresowaniem ogółu środowiska i odbiorców mediów.

Pomijając tu kwestię konieczności zmian samego aktu prawnego (prawa prasowego) jako całości, wprowadzenia zupełnie nowej legislacji w tym obszarze, skoncentrować się wypada na zagadnieniach istotnych z punktu widzenia profesji dziennikarskiej i systemu medialnego w Polsce, jego wizerunku, komunikowania o problemach, które w omawianym obszarze nurtują wykonawców zawodów medialnych. Nowym wyzwaniem staje się także w obszarze prawa kwestia zredefiniowania samej profesji dziennikarskiej właśnie, certyfikowania i ekskluzywizowania zawodu dziennikarskiego lub jego bardzo dowolnego deprofesjonalizowania i egalitaryzowania.

Pojawiające się propozycje zmian prawnych, ale też ogólny timbre debaty o dziennikarstwie ujawnia słabość ustalenia priorytetów zmian w omawianym tu obszarze oraz dostrzegania i zdefiniowania rzeczywistych wyzwań. Coraz trudniej bowiem odpowiedzieć na pytanie, kto jest dziennikarzem (w ogóle, czynnym, praktykują-

²¹ Ł. Koterba, *Inny kraj, inne media*, „Press”, wrzesień 2014, s. 64–66.

²² W. Sadurski, *Nie wszyscy jesteście dziennikarzami*, „Gazeta Wyborcza”, 16 października 2014.

cym, byłym, sporadycznym). Trudno odpowiedzieć na pytania, a czas nagli, jakie są wyznaczniki profesji dziennikarskiej, które enumeratywnie wyliczone należałoby spełnić, by dziennikarzem być, a co z kolei za tym idzie, by uzyskiwać dostęp do danych, informacji wyłączonych z dostępu powszechnego dla obywateli, domagać się (na drodze prawa prasowego właśnie) prawa dostępu do informacji, komentarza organów publicznych państwa, funkcjonariuszy publicznych, ogólnie: wykonywania władztwa kontrolnego ze strony mediów. Szczegółowo te kwestie omawiał m.in. Wojciech Sadurski. Wspominam o tym, gdyż w debacie publicznej trudno dostrzec jednoznaczne docenianie wagi i problemu, i konsekwencji podejmowania takich lub innych rozwiązań prawnych. Status dziennikarza w coraz mniejszym stopniu może być związany li tylko z jednoznacznym przyporządkowaniem konkretnego wykonawcy działań dziennikarskich do odpowiedniego medium (redakcji). Samo zresztą pojęcie i status formalny medium, wydawcy i redakcji jest dzisiaj kwestią dyskusyjną. Coraz liczniejsze grupy dziennikarzy wolą (lub po prostu muszą) funkcjonować na zasadach freelancerów, przyjmować status samozatrudnienia lub organizować firmy zewnętrzne i sprzedawać gotowe produkty mediom różnych typów (z publicznymi właśnie). Zauważmy: przeprowadzenie procesu zmian statusu pracowniczego bardzo licznych grup zatrudnionych w polskich mediach publicznych nie wiązało się zasadniczo z żadną istotną akcją społeczną, która by służyła „obronie” stanowisk pracy, interweniowała w rzeczywiste lub wyimaginowane obszary problemów pracowniczych, krzywdy długoletnich pracowników itd. Procesy te dzieją się przy niewielkim zainteresowaniu opinii publicznej, która w stabilnym i godnym funkcjonowaniu dziennikarzy jako grupy społeczno-zawodowej nie dostrzega zapewne gwaranta własnego bezpieczeństwa, korzyści ze stabilizowania sfery służb publicznych, świata polityki itd.

Indywidualizacja i przeniesienie kontroli społecznej do sfer pozadziennikarskich (ale nie poza przestrzeń szeroko pojętej kontroli *via media*) powoduje, że trudno o jednoznaczną odpowiedź na pytanie o rolę dziennikarza i dziennikarstwa w systemie społecznym.

Dziennikarz nadal jest tym, przeciw któremu nader chętnie stosuje się liczne ostrzeżenia prawne, ale też tym, który nader rzadko może wskazywać na swoje prawa i prerogatywy, także w relacjach odnoszących się do odpowiedzialności indywidualnej i odpowiedzialności systemu (tu reprezentowanego przez poszczególne jego składowe, przedsiębiorstwa medialne). Pamiętne zaś rozstrzygnięcie Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z 29 września 2008 roku orzekł, że obowiązki autoryzacji i karanie za jego niedopełnienie grzywną są zgodne z konstytucją, gdyż zapewniają wysoki poziom i jakość wypowiedzi w debacie publicznej, pokazuje szerszy zapewne problem traktowania pracy dziennikarzy i jej efektów jako potencjalnego zagrożenia dla ładu społecznego, a nie narzędzia realnej kontroli systemu demokratycznego. Demontaż albo montaż na nowo fragmentów prawa prasowego jest tym, przed czym w największym stopniu przestrzega Jacek Sobczak, wskazując, że z jednej strony ko-

nieczne są nowe regulacje w odniesieniu do zmieniającej się rzeczywistości, medialnej, z drugiej prawo to funkcjonuje i nie ma powodu, by je zupełnie na nowo definiować. W podobnym duchu wypowiada się Ewa Siedlecka, praktyk dziennikarstwa i publicystyki prawnej, która w wywiadzie udzielonym miesięcznikowi branżowemu „Press” zauważa, że prawo prasowe, choć datowane na okres stanu wojennego, jest realnie funkcjonalne, poznane i oswojone przez świat dziennikarski, w niektórych obszarach wymagające zmian i korekt, ale jednak odnoszące się w sposób regulacyjny i juretycznie poprawny do realiów współczesnego świata mediów²³.

Bardzo istotna i powracająca w dyskursie jest kwestia zmian w funkcjonującej ustawie lub w ogóle napisanie i uchwalenie nowej ustawy medialnej. Jak dotąd próby podjęcia rozsądnej debaty dość szybko prowadzą do włączenia odniesień politycznych, adwersarze zaś w niewielkim stopniu zajmują się kwestiami zasadniczymi: przededefiniowania pojęcia i treści misji mediów publicznych, ich statusu w systemie, roli i miejsca, także źródeł finansowania i rozliczania z funkcjonowania w domenie publicznej.

Szkoła kompetencji miękkich

Niezwykłe ciekawie jawi się w omawianym przeze mnie kontekście problematyka profesjonalnej edukacji dziennikarskiej. Zwraca się na nią zwykle uwagę jako na jeden z istotnych probierzy kondycji systemu medialnego i stopnia jego rozwoju.

Coś bardzo istotnego dzieje się w tym obszarze w Polsce. Dziennikarstwo, cokolwiek byśmy przez to rozumieli w odniesieniu do treści kształcenia, jest w systemie edukacyjnym bardzo popularne i w dużym stopniu realizuje się w nim jego treści nauczania. W najmniejszym stopniu treści, które moglibyśmy identyfikować z edukacją medialną rozumianą jako kształcenie kompetencji informacyjnych (*information literacy*)²⁴, zaprzatają głowę inicjatorów powoływania klas dziennikarskich w polskich szkołach, zarówno w gimnazjach, jak i szkołach ponadgimnazjalnych²⁵. Po zmianach programowych, które spowodowały usunięcie z zestawu ofert programowych polskiej oświaty ścieżki międzyprzedmiotowej „Edukacja czytelnicza i medialna”, z różnych zresztą powodów bardzo licznie zaczęły się pojawiać programy autorskie, innowacje pedagogiczne (lub w innej formie prawnej), programy odnoszące się do

²³ Por. *Luz w głowie*, z Ewą Siedlecką rozmawia Elżbieta Rutkowska, „Press”, listopad 2014.

²⁴ M. Próchnicka, *Information literacy. Nowa sztuka wyzwolona XXI wieku*, [w:] *Książka, biblioteka i informacja. Między podziałami i wspólnotą*, red. J. Dziennikowska, Kielce 2007, s. 433–446.

²⁵ M. Maziarski, *Edukacja medialna poprzez edukację dziennikarską. Opis działań w ramach innowacji pedagogicznej „Edukacja medialna”*, „Dziennikarstwo i Media” 3, red. I. Borkowski, K. Stasiuk-Krajewska, Wrocław 2012, s. 137–152; M. Maziarski, *Naprawdę jaka jest? Edukacja medialna i jej najbliższa przyszłość w polskiej szkole*, „Dziennikarstwo i Media” 1, red. I. Borkowski i K. Stasiuk-Krajewska, Wrocław 2011, s. 211–222.

kształcenia medialnego. Zwykle jednak kształcenie to koncentruje się na zaspokajaniu wyobrażeń rodziców — klientów systemu edukacji — o tym, jak działa, jakie kompetencje daje i jakie szanse otwiera przed dzieckiem — uczniem świat medialny. Stąd dzieci i młodzież poznają arkana pracy „prawdziwych” dziennikarzy, uczą się przeprowadzania wywiadów, pracy z kamerą i mikrofonem, przygotowywania sesji fotograficznych w terenie i studiu zdjęciowym. Ponieważ większość nie ma potrzeby pracy nad warsztatem technicznym, który na poziomie prostych operacji montowania obrazu i dźwięku nie stanowi dzisiaj jakiejś większej bariery kompetencyjnej, przymierza się ich do doświadczania emocji świata medialnego od strony nie tylko odbiorczej, ale i nadawczej.

Pokusiłbym się o wprowadzenie terminu „udziennikarzenie społeczeństwa” i nawet o zbudowanie rankingu poszczególnych państw w odniesieniu do różnych stopni owego procesu. Obawiam się, że Polacy znaleźliby się w nim bardzo wysoko, gdyż przeświadczenie o związkach z profesją dziennikarską wydaje się bardzo powszechne i stale rośnie.

Przekłada się ono na niezwykłą popularność studiów dziennikarskich, które prowadzą niezliczone szkoły wyższe różnych typów, formalnych obszarów zainteresowań i kompetencji badawczych i dydaktycznych. Podniesienie profesji dziennikarskiej do rangi tematyki, którą „można studiować”, przyczyniło się do istotnych zmian świadomościowych. Traktuje się bowiem dzisiaj dziennikarstwo (jako kierunek studiów, ale też jako obszar praktyki nadawczej komunikacji profesjonalnej) jako atrakcyjny, szeroko dostępny i przyjemny w doświadczeniu praktycznym zbiór zdarzeń, będących źródłem pozytywnych bodźców samooceny uczestnika, bezpiecznych emocji pozorujących ekstremalne doświadczenia i dostarczających przesłanek do pozornego poczucia kontroli otoczenia. Pouczające będzie tu przypomnienie wyników konkursu — sondażu na najlepsze wzorce zawodowe polskiego dziennikarstwa, jaki został przeprowadzony w 2012 roku wśród studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w polskich uczelniach wyższych. Pierwsza trójka wskazań to: Martyna Wojciechowska, Kuba Wojewódzki i Wojciech Mann.

W odróżnieniu od systemów, w których szkolnictwo dziennikarskie (chyba podobnie jak duże zaangażowanie dziennikarzy w działalność środowiskową, przynależność do organizacji związkowych i stowarzyszeń zawodowych związanych z pracą w mediach) odsyła do kreowania pozytywnego wizerunku, buduje pozytywne skojarzenia, przekłada się na pozytywne wartości obrazu profesji dziennikarza jako poważnej, stabilnej, odpowiedzialnej i godnej zaufania, w polskiej rzeczywistości rozwój studiów dziennikarskich takich wartości nie buduje. Zbiegł się bowiem z boomem szkolnictwa wyższego, a w nim stał się jedną z tych ofert, które uznaje się za łatwą drogę do zdobycia poświadczanego dokumentem statusu absolwenta szkoły wyższej. Nic tu szczególnie konkretnego i profesjonalnego nie jest do zdobycia. Niczego nadzyczajnego się podczas tych studiów nie nauczy, a samo na nie wstąpienie

nie nobilituje, nie dopuszcza do elitarnej i zamkniętej dla postronnych grupy „dziennikarzy”.

Z kształceniem dziennikarzy wiąże się, wspomniany już na początku, nowy w ocenie tej profesji, lęk przed brakiem pracy, perspektywa bezrobocia jako punkt docelowy samych studiów. Zestaw zdobywanych podczas nauki kompetencji nie jest rozpoznawany przez potencjalnych beneficjentów nawet jako istotny zestaw umiejętności społecznych, kreacji, autonomii, krytycznego myślenia, który by warunkował powodzenie na zmieniającym się rynku pracy.

Wartościowym kierunkiem przemyśleń, których tematy czas postawić i podjąć w kontekście zmieniającego się polskiego dziennikarstwa, jest jego samoopis, identyfikacja, określanie priorytetów i wag, które mogą stać się w najbliższym czasie elementem najistotniejszym w finalnych rozstrzygnięciach statusu dziennikarstwa jako profesji i mediów jako składowej systemu społeczeństwa w kolejnych dekadach XXI wieku.

Journalists in Poland. Changes of the system, the image and the profession

Summary

The essence of the change affecting the media system in the early 21st century by no means lies only in technological developments, increased content commercialisation and structural changes in media ownership. Nor is it linked exclusively to professional transformations in the status of journalists and journalism as one of the professions associated with professionalised communication. It seems that looking for the causes of the change only on the level of organisations, stratification of ownership structures and growing pressure to generate profit is too simplistic. Similarly, pointing primarily to ethical and professional issues does not explain all the changes affecting journalists and journalism in the world and, in our perspective, in Poland. The author of the article presents a catalogue of areas and levels of change associated with contemporary journalism understood as an element of the media system, profession, industry as well as element of the awareness and self-description of participants in democratic discourse.