

Magdalena Ślawska

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytet Śląski w Katowicach

ORCID 0000-0002-4265-6708

Dziennikarz w czasach platform i algorytmów – wywiady „Press” z Dziennikarzami Roku

Journalists in an Age of Platforms and Algorithms – „Press” Interviews with Journalists of the Year

Abstrakt

Artykuł jest omówieniem wywiadów z Dziennikarzami Roku, publikowanymi na łamach magazynu „Press”, w których dziennikarze prezentują swoje podejście do technologii, do nowych mediów. Wyzyskane wypowiedzi, prezentowane chronologicznie, pokazały zmianę w zawodzie. Dziennikarze w nowych mediach budują swoją markę, promują własne dziennikarskie materiały, współtworzą społeczności. Wreszcie dzięki nowym możliwościom rozwijają jakościowe, niezależne miejsca w sieci, poza wydawcą. To tworzy wyjątkową relację z odbiorcami, którzy gotowi są za jakościowe dziennikarstwo zapłacić. Artykuł jest miejscem oddania głosu Dziennikarzom Roku. Te głosy potraktowane są jako autonarracje, miejsca prezentacji własnej tożsamości jako twórcy – dziennikarza.

Słowa kluczowe

Dziennikarz Roku, Grand Press, dziennikarze, nowe media, tożsamość

Abstract

The article is a discussion of interviews with Journalists of the Year, published in „Press” magazine, in which journalists disclose their approach to technology and new media. Their statements, presented chronologically, revealed a shift in the profession. Journalists in new media build their personal brands, promote their own journalistic material, contribute to communities. Finally, thanks to new opportunities, they develop quality, independent online spaces beyond the publisher’s influence. This creates a unique relationship with audiences who are prepared to pay for quality journalism. The article is a place to give voice to the Journalists of the Year. The voices are regarded as self-narratives, spaces for presenting one’s identity as a creator – a journalist.

Keywords

Journalist of the Year, Grand Press, journalists, new media, identity

Dziennikarstwo jest zawodem niezwykle konkurencyjnym, stresującym, podlegającym stałej ocenie i kontroli przez odbiorców, dlatego potrzebuje święta – momentu docenienia, obdarzenia się nawzajem dobrym słowem. To jest ta terapeutyczna rola konkursów Grand Press i Dziennikarza Roku – według mnie nie do przecenienia¹

– pisał Andrzej Skworz, redaktor naczelny „Press”, w albumie z okazji 20-lecia konkursu Grand Press. Poszukując odpowiedzi na pytanie, jak nowe media, technologie, algorytmy zmieniły dziennikarstwo, postanowiłam dokonać analizy jakościowej wywiadów z tymi, którzy przez poszczególne redakcje, w kolejnych latach trwania konkursu, zostawali zauważeni i docenieni – z Dziennikarzami Roku. Jednocześnie jest to spojrzenie na zawód dziennikarza jedynie przez pryzmat wypowiedzi tych, którzy w danym roku zostali uznani za najlepszych, za mistrzów zawodu.

Współczesne dziennikarstwo jest bardziej konglomeratem różnych zawodów niż wyraźnie określoną i zdefiniowaną profesją. Z pewnością wpływ na to ma nowy rodzaj społecznej przestrzeni komunikacyjnej, która jest odmienna od tradycyjnie pojmowanej komunikacji masowej. Siła sieciowej komunikacji zwiększyła kulturę uczestnictwa, dostępności i zmieniła relacje nadawczo-odbiorcze. Nowy model komunikacji nie integruje grup odbiorczych, raczej polaryzuje i rozwarstwa poszczególne kanały medialne.

Współczesne dziennikarstwo jest bardziej konglomeratem różnych zawodów² niż wyraźnie określoną i zdefiniowaną profesją. Z pewnością wpływ na to ma nowy rodzaj społecznej przestrzeni komunikacyjnej, która jest odmienna od tradycyjnie pojmowanej komunikacji masowej. Siła sieciowej komunikacji zwiększyła kulturę uczestnictwa, dostępności i zmieniła relacje nadawczo-odbiorcze. Nowy model komunikacji nie integruje grup odbiorczych, raczej polaryzuje i rozwarstwa poszczególne kanały medialne. Tak opisuje to zjawisko Alicja Jaskiernia:

¹ A. Skworz, *Pomnik dobrego dziennikarstwa*, [w:] R. Gluza (red.) *Grand Press XX. Laureaci najważniejszej polskiej nagrody dziennikarskiej*, Poznań 2016, s. 5.

² Por. J. Pleszczyński, *Epistemologia komunikacji medialnej. Perspektywa ewolucyjna*, Lublin 2013, s. 441.

się bowiem, aczkolwiek korzystają z niej «masy», nie powoduje powstawania wielu sfer wspólnych. Orędownicy nowych technologii przypisują sieci moc zdemokratyzowania komunikacji, ale wiele racji mają też ich krytycy, wskazujący zwłaszcza na koncentrację własności platform rozpowszechniania treści (...) oraz wykorzystywanie siły mediów przez populistów, którym sprzyja napędzanie «spirali hałasu» poprzez reprodukcję czarno-białych wizji i nasilenie ekstremalnej retoryki w celu przyciągnięcia uwagi odbiorcy (...). Nie można też pominąć kwestii swoistej stratyfikacji odbiorców ze względów technologicznych (cyfrowe wykluczenie) lub ekonomicznych. Płatny dostęp do jakościowych mediów w sieci kreuje widoczny podział na odbiorców mediów elitarnych i «zabawianą» przez tabloidowe portale większość, chociaż niewątpliwie prowadzi do różnicowania i poszerzania sfery publicznej.³

Omawiając rolę dziennikarza w dobie nowych mediów, wybrałam perspektywę tożsamości⁴. I choć samo pojęcie jest wielowymiarowe, trudne do zdefiniowania, to z pewnością pozwala opisywać pewne zbiorowości, problematykę własnej identyfikacji oraz tej przypisywanej grupie. Urszula Żydek-Bednarczuk, pisząc o „wibrującej tożsamości dziennikarzy”, podkreśla, że

wszystkie modele tożsamości również dzięki nowomediowej pluralizacji nakładają się na siebie, krzyżują się ze sobą i mogą funkcjonować w jednym człowieku jednocześnie, ale – co najistotniejsze – pogłębiając przekonanie, że nie ma tożsamości bez odmienności, coraz skuteczniej podważają tradycyjne formy i charaktery mocnych tożsamości kulturowych, otwierając je w różnych kierunkach i wprowadzając na różne płaszczyzny transkulturowości. Ta myśl, chociaż dla wielu ludzi trudna do zaakceptowania, staje się coraz trwalszym elementem społecznej świadomości, co oznacza, że media są miejscem, w którym dziennikarze wypracowują „reguły” ponowoczesnego myślenia⁵.

Te „reguły” nie są jednowymiarowe, kształtuje je rzeczywistość społecznych, kulturowych zmian, w tym także zmian technologicznych. Marta Wójcicka, analizując teksty folkloru, wskazuje, że można czytać tożsamość autora z tekstu, i określa ją jako „tożsamość rekonstruowaną z tekstu”⁶. Bo to w tekście odbity jest obraz samego

³ A. Jaskiernia, *O władzy i sile mediów. Nowy system komunikacyjny – nowe obszary badań*, [w:] K. Gajlewicz-Korab, A. Jaskiernia, M. Łoszevska-Ołowska (red.) *Siła mediów. Media- społeczeństwo – technologie*, Wrocław-Warszawa 2020, s. 17.

⁴ Szerzej pisałam o dziennikarskiej tożsamości w rozdziale: *Dziennikarz – autor. Wokół tożsamości i kompetencji*, [w:] M. Ślawska, *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Katowice 2019.

⁵ U. Żydek-Bednarczuk, *Wibrująca tożsamość dziennikarzy*, [w:] M. Kita, M. Ślawska (red.) *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Tożsamość dziennikarza*, t.3, s. 21.

⁶ M. Wójcicka, *Tożsamość w procesie komunikacji*, „Artes Humanae”, nr 1 2016, s. 62.

nadawcy, a moim zdaniem – jego obraz oraz reguł funkcjonującej wokół niego rzeczywistości. Tak traktuję wypowiedzi dziennikarzy o własnym zawodzie, warsztacie, wreszcie o sukcesach i porażkach.

Materiałem do badań były wywiady z Dziennikarzami Roku z magazynu „Press”. Sama nagroda przyznawana jest w ramach konkursu Grand Press, a otrzymują ją najlepsi polscy dziennikarze. Wygrywa osoba, którą nominowała największa liczba redakcji:

rozpoczęty w 1997 roku konkurs Dziennikarz Roku od początku został pomyślany jako wybór samego środowiska, dowód na to, że dziennikarze potrafią ocenić i docenić dokonania kolegów. No i od początku był demokratyczny do bólu – każda profesjonalna redakcja prasowa, radiowa, telewizyjna czy internetowa, duża czy mała, z Warszawy czy z regionu ma prawo zgłaszać nominacje⁷.

Jest to również jedyna kategoria, w której dziennikarze otrzymują nagrodę za całokształt pracy w ciągu danego roku. W pozostałych kategoriach wyróżniane są konkretne dziennikarskie materiały. Co istotne,

nawet jeśli jeszcze na początku głosowania nie były idealnie bezstronne, to każdy z Dziennikarzy Roku ciężko zapracował na swoją nagrodę, ponieważ musiał przekonać do siebie wiele redakcji. W gronie zdobywców tytułu znaleźli się dziennikarze różnych specjalności, świetni fachowcy. O ile w pierwszych latach dominowali dziennikarze najbardziej znani, szczególnie telewizyjni, to z czasem dołączyli do nich prasowi, reportażyści i dziennikarze radiowi. Jak się potwierdziło za każdym razem, redakcje uważnie obserwują pracę swoich kolegów w danym roku⁸.

Dotychczas tytuł Dziennikarza Roku zdobyli: Jacek Żakowski (1997), Monika Olejnik (1998), Tomasz Lis (1999), Kamil Durczok (2000), Waldemar Milewicz (2001), Janina Paradowska (2002), Anna Marszałek (2003), Marcin Pawłowski (2004), Justyna Pochanke (2005), Tomasz Sekielski i Andrzej Morozowski (2006), Marcin Kącki i Tomasz Lis (2007), Bogdan Rymanowski (2008), Tomasz Lis (2009), Artur Domośławski (2010), Andrzej Poczobut (2011), Jerzy Jurecki (2012), Mariusz Szczygieł (2013), Piotr Andrusieczko (2014) Konrad Piasecki (2015), Bianka Mikołajewska (2016), Wojciech Bojanowski (2017), Bertold Kittel (2018), Tomasz Sekielski (2019), Dariusz Rosiak (2020), Andrzej Poczobut (2021), Szymon Jadczak (2022). Zgodnie z regulaminem, Dziennikarzem Roku może zostać osoba, która w danym roku

⁷ Dziennikarz Roku, [w:] R. Gluza (red.) *Grand Press XX. Laureaci najważniejszej polskiej nagrody dziennikarskiej*, Poznań 2016, s. 7.

⁸ Tamże.

wykazała się szczególnymi osiągnięciami, wyróżniając się profesjonalizmem, zachowując najwyższe standardy pracy w mediach, przestrzegając etycznych kanonów zawodu. Nagroda ta nie jest przyznawana redakcjom ani instytucjom medialnym, może ją otrzymać tylko osoba fizyczna wykonująca zawód dziennikarza⁹.

Dotychczas tytuł Dziennikarza Roku zdobyli:
Jacek Żakowski (1997), Monika Olejnik (1998),
Tomasz Lis (1999), Kamil Durczok (2000), Waldemar
Milewicz (2001), Janina Paradowska (2002), Anna
Marszałek (2003), Marcin Pawłowski (2004), Justyna
Pochanke (2005), Tomasz Sekielski i Andrzej
Morozowski (2006), Marcin Kącki i Tomasz Lis
(2007), Bogdan Rymanowski (2008), Tomasz
Lis (2009), Artur Domosławski (2010), Andrzej
Poczobut (2011), Jerzy Jurecki (2012), Mariusz
Szczygieł (2013), Piotr Andrusieczko (2014) Konrad
Piasecki (2015), Bianka Mikołajewska (2016),
Wojciech Bojanowski (2017), Bertold Kittel (2018),
Tomasz Sekielski (2019), Dariusz Rosiak (2020),
Andrzej Poczobut (2021), Szymon Jadczak (2022).

Wywiady z Dziennikarzami Roku są przeprowadzane od początku trwania konkursu¹⁰. Oprócz wywiadu na łamach pisma prezentowana jest także relacja z gali Grand Press. Na okładce magazynu otwierającej dany rok zawsze jest zdjęcie

⁹ Regulamin Konkursu na Dziennikarza Roku 2022, <https://grandpress.press.pl/archiwum/grand-press-2022/regulamin-konkursu-na-dziennikarza-roku-2022/>:

„Wydawca „Press” we współpracy z Fundacją Grand Press, dbając o:

- profesjonalizm w dziennikarstwie,
- przestrzeganie etycznych kanonów tego zawodu,
- promowanie najwyższych standardów pracy w mediach,
- ustanawiają nagrodę dla Dziennikarza Roku. Może ją otrzymać osoba, której praca spełnia wszystkie trzy wymienione wyżej warunki” (dostęp 15.09.2022).

¹⁰ Pierwszym wywiadem była rozmowa Renaty Gluzy z Jackiem Żakowskim („Press” 1 1998), ale w pierwszych latach trwania konkursu obok relacji z gali nie zawsze pojawiał się wywiad z Dziennikarzem Roku. Na przykład w styczniowym wydaniu „Press” z 1998 nie było wywiadu z Tomaszem Lisem, który wówczas został Dziennikarzem Roku. Natomiast rok później, zamiast wywiadu z Moniką Olejnik, pojawił się krótki tekst: *10 przykazań Moniki Olejnik czyli o czym trzeba pamiętać, chcąc robić dobre wywiady z politykami* („Press”, 1 1999).

nagrodzonego dziennikarza. Artykuł jest próbą analizy wypowiedzi dziennikarskich o nowych mediach, platformach i zmieniających się w związku z tym modelach uprawiania tego zawodu. Zanalizowałam dwadzieścia dwa wywiady. Tylko jeden był z dwoma dziennikarzami (Dziennikarzami Roku 2006 zostali wówczas Tomasz Sekielski i Andrzej Morozowski), w kolejnym roku *ex aequo* Dziennikarzami Roku 2007 zostali Marcin Kącki i Tomasz Lis, w „Press” były wówczas opublikowane dwa wywiady. Trzykrotnie nie pojawił się wywiad z dziennikarzem, tylko jego sylwetka (były to sylwetki Marcina Pawłowskiego, Artura Domosławskiego oraz Andrzeja Poczobuta). Same wywiady były przeprowadzane przez wielu dziennikarzy: dziewięć wywiadów przeprowadziła Renata Gluza, pięć Grzegorz Kopacz, cztery Mariusz Kowalczyk, dwie rozmowy na swoim koncie ma Andrzej Skworz, natomiast po jednej: Renata Rutkowska i Jacek Nizinkiewicz. I mimo że wywiady te mają różnych prowadzących, to łączy je sposób ich prowadzenia. Są to wywiady oparte na konflikcie. Przez to są bardzo dynamiczne, następuje w nich szybka wymiana ról. Te wywiady pozwalają badać dziennikarską tożsamość, ponieważ są miejscem prezentacji sylwetki dziennikarza, a także kulis tworzenia dziennikarskich materiałów. Prezentowane wywiady nie tylko podkreślają sukcesy nagrodzonych osób, ale pokazują też ich dziennikarskie błędy. Z tych dialogowanych tekstów można także wyczytać pewien indywidualny sposób uprawiania tego zawodu. W zależności od wyróżnionego dziennikarza będzie to opis warsztatu reportera, dziennikarza śledczego, lokalnego, telewizyjnego itd. Są to swoiste autonarracje o własnym zawodzie, w których podstawową osią konstrukcyjną jest postać dziennikarza, jego interpretacja siebie, własnych dziennikarskich kompetencji. Dokładną ich analizę pozostawię jednak na inny artykuł. W tym chcę pokazać te fragmenty dziennikarskich wypowiedzi, w których nagrodzeni prezentują możliwości nowych mediów. Zaprezentuję je w kolejności chronologicznej, są one bowiem śladem wyraźnej zmiany w dziennikarstwie.

Platformy – narzędzia pracy

Pierwszy wyraźny sygnał dotyczący dziennikarstwa internetowego odnalazłam w wywiadzie z Andrzejem Poczobutem, Dziennikarzem Roku 2011¹¹. W rozmowie,

¹¹ Andrzej Poczobut został także Dziennikarzem Roku 2021: „– Siłą Andrzeja Poczobuta nie jest to, że on napisał jakiś ważny tekst w tym roku. O wiele ważniejsza była jego postawa, ważniejsza niż niejeden reportaż, komentarz czy publicystyka. To świadectwo, że wolność słowa nie ma ceny i nie podlega negocjacji – mówił Jarosław Kurski, pierwszy wiceprezes „Gazety Wyborczej”, odbierając nagrodę w imieniu Andrzeja Poczobuta.” *Andrzej Poczobut Dziennikarzem Roku 2021*, <https://grandpress.press.pl/archiwum/grand-press-2021/andrzej-poczobut-dziennikarzem-roku-2021> (dostęp 16.09.2022). Andrzej Poczobut jest więźniem politycznym, skazanym w 2023 roku na osiem lat więzienia o zastrzygniętym rygorze (osadzenie w kolonii karnej). W magazynie „Press” Stanisław Zasada zaprezentował sylwetkę nagrodzonego dziennikarza i zatytułował ją *Godny*, „Press”, 1-02.2022.

dotyczącej jego działalności publicystycznej na Białorusi oraz jego aresztowań, pojawił się dwa fragmenty tego wywiadu dotykające kwestii publikacji w sieci:

Pamięta Pan swój pierwszy wyrok?

To był 2005 rok. Pracowałem dla internetowej gazety „Pohonia” i relacjonowałem protesty prywatnych przedsiębiorców. To była jedna z pierwszych relacji na żywo w białoruskim Internecie. W pewnym momencie zatrzymali mnie i oskarżyli o to, że uczestniczyłem w proteście. (...)

Może lepiej skupić się na rozwijaniu niezależnych serwisów internetowych, zamiast męczyć się z wydawaniem, drukowaniem i kolportażem takich gazet jak „Nasza Niwa” czy „Narodna Wola”?

Też mi się wydawało, że gazety są już niepotrzebne, skoro Internet bije je na głowę pod względem liczby czytelników. Ale w więzieniu więźniowie dowiadywali się o mojej sprawie właśnie z gazet: „Narodnej Woli”, „Naszej Niwy” i „Biełgazety”¹².

To pierwsza rozmowa, w której odnajdujemy krótkie, ale istotne wskazanie na możliwości internetu. Kolejnym takim miejscem była rozmowa z Mariuszem Szczygłem, Dziennikarzem Roku 2013. Przede wszystkim ze względu na to, że Elżbieta Rutkowska w jednej ze swoich wypowiedzi zapytała, czy reportaż *Śliczny i posłuszny*¹³ można zapisać jako tweet. A potem zapytała o lubiane przez reportażystę media społecznościowe:

Żyjemy już tak szybko, że i baza, i nadbudowa powinny się zmieścić w 140 znakach tweeta.

Nie byłem na Twitterze, ale myślę, że historii Ewy T. nie da się zawrzeć w 140 znakach.

Zmieściłaby się: „Kobieta zakatowała dziecko. Pracuje w szkole. Jest ekspertem MEN”.

O Boże! Tylko czy to by odniosło taki sam skutek? Reportaż działa jednak na wielu poziomach. Ja bym umiał pisać krócej, ale 140 znaków nie ma tej siły rażenia. „Śliczny i posłuszny” miał 26 stron maszynopisu. To był najdłuższy tekst w historii „Gazety” i „Dużego Formatu”.

(...)

Nie boję się żadnej przyszłości, nawet jeśli znikną gazety drukowane.

Bloguje Pan, ale nie ma Pana na Twitterze ani na Facebooku. I Pan nazywa siebie wielobicielem mediów społecznościowych?

¹² *Prosto w oczy. Z Andrzejem Poczobutem, Dziennikarzem Roku 2011, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press”, 01 2012*

¹³ Reportaż *Śliczny i posłuszny* ukazał się 27 czerwca 2013 roku w dodatku „Gazety Wyborczej” – w „Dużym Formacie”. Szczygieł otrzymał za niego także nagrodę im. Andrzeja Woyciechowskiego oraz Nagrodę Mediator 2013. <https://www.nagrodawoyciechowskiego.pl/portfolio-item/reportaz-pt-sliczny-posluszny> (dostęp 15.09.2022).

Bo jestem za tym, żeby ludzie rozmawiali ze sobą. Reportaż też wynaleziono po to, żeby ludzie się lepiej rozumieli.

Tylko że do porozumienia trzeba nie tylko mówić, lecz i słuchać.

Komentarze pod tekstami i blogami są jednak jakąś wymianą myśli. Nawet jeśli są ostre i wulgarne. A ja nie mogę być na żadnym Twitterze, bo strasznie powoli piszę. O jednym felietonie do „Dużego Formatu” myślałem cały tydzień¹⁴.

Mariusz Szczygieł wyraźnie wskazuje na interakcyjność mediów społecznościowych, na wymianę, na słuchanie odbiorców. Ale podkreśla także tempo tworzenia do internetu, szybkość powstawania nowych treści. I zwraca uwagę na to, że nie każdy dziennikarz odnajdzie się w takim modelu pracy.

Podobną kwestię odnajduję w wypowiedziach Piotra Andrusieczki¹⁵, który został Dziennikarzem Roku 2014. Mówiąc o sytuacji na Ukrainie, docenia możliwość bardzo szybkiej reakcji w sieci:

Założył Pan kanał na YouTube, uruchomił bloga w serwisie „Nowej Europy Wschodniej” i konto na Twitterze. Czyli stworzył sobie media do relacjonowania wydarzeń na Ukrainie.

Bo zauważyłem, jak ważna jest wizualna strona relacji z kijowskiego Majdanu. Filmami i zdjęciami łatwiej było przekazywać te emocje. Żałuję tylko, że wcześniej nie miałem odpowiedniego sprzętu do filmowania.

(...)

Ponadto z powodu emocji, jakie wtedy panowały na Majdanie, niektórym trudno było nie być stronniczym. Dziś może inaczej bym rozłożył akcenty w tym, co pisałem, ale starałem się być obiektywny.

W jaki sposób?

Pisząc na Facebooku, opisywałem tylko to, co się w danym momencie dzieje, po czym dodawałem do tego zdjęcie lub film, które oddawały emocje Majdanu. Ale to już nie były moje emocje, tylko ludzi.

(...)

¹⁴ Okamżik. *Z Mariuszem Szczygłem Dziennikarzem Roku 2013, rozmawia Elżbieta Rutkowska*, „Press”, 1-02 2014

¹⁵ Piotr Andrusieczko od 2013 roku pisał o sytuacji w Ukrainie, w listopadzie 2022 roku został wyróżniony Orderem za Zasługi III klasy przez prezydenta Ukrainy Wołodymyra Zełenskiego. Odznaczenie zostało przyznane „za znaczący wkład osobisty w umocnienie współpracy międzynarodowej, wspieranie suwerenności państwowej i integralności terytorialnej Ukrainy oraz popularyzację państwa ukraińskiego na świecie”. *Piotr Andrusieczko odznaczony orderem przez prezydenta Ukrainy Wołodymyra Zełenskiego*, <https://www.agora.pl/piotr-andrusieczko-odznaczony-orderem-przez-prezydenta-ukrainy-wolodymyra-zelenskiego> (dostęp 15.11.2022).

Zacząłem odczuwać zmęczenie. Wystarczyło mi sił tylko na wpisy na Facebooku i wrzucenie zdjęcia czy filmu na YouTube¹⁶.

Piotr Andrusieczko zwraca uwagę na różnice między tekstem przeznaczonym do publikacji w prasie a przeznaczonym do publikacji na Facebooku czy na YouTube. Przywołując jedną historię, wyraźnie wskazuje na te różnice:

Byłem świadkiem, jak na posterunku kontrolnym byli funkcjonariusze Berkutu pobili żołnierzy. Okazało się, że tym razem berkutowcy mieli rację. Żołnierze upili się w miejscowym barze i dobierali się do pracujących tam dziewczyn. One wezwały pomoc, a żołnierze zaczęli strzelać w powietrze.

Dlaczego Pan tego nie napisał w „Gazecie”?

Opisałem to tylko na Facebooku. Żeby zrobić porządną materiały, trzeba byłoby pozbiierać wszystkie informacje. A nastąpiła blokada informacyjna. Tych żołnierzy szybko zabrano i nikt nie chciał powiedzieć nawet, z którego oddziału byli.¹⁷

To, jak ważny może być Twitter w pracy dziennikarza, pokazuje rozmowa Konrada Piaseckiego, Dziennikarza Roku 2015, z Mariuszem Kowalczykiem. Piasecki nie ukrywa, że Twitter jest istotnym narzędziem jego dziennikarskiej pracy. Pozwala mu nie tylko obserwować polityków, zdobywać informacje, ale także formułować własne opinie:

W zestawieniu firmy H+K Strategies i serwisu Twiangulate okazało się, że w trakcie kampanii wyborczej był Pan najliczniej obserwowanym dziennikarzem przez kandydatów startujących z pierwszych miejsc na listach. Ta twitterowa popularność wśród polityków bardziej pomaga czy przeszkadza Panu w pracy?

Polityk przed wywiadem z łatwością może mnie rozpracować i dowiedzieć się, czym się ostatnio zajmowałem i emocjonowałem na Twitterze. W ten sposób uda mu się przewidzieć, jakimi ścieżkami może pójść rozmowa. Ale Twitter to dla mnie ciekawe środowisko wyrażania swoich opinii podszytych subiektywizmem i zderzania się z innymi opiniami, niekiedy umiarkowanie grzecznie wyrażanymi. Ale dzięki temu mogę poznać ścieżki, po których błądzą ludzkie myśli, jest tam sporo szumu, ale są też perełki.

Za co Pan ostatnio zablokował komuś dostęp do swojego konta?

¹⁶ *Coś, co pociąga. Z Piotrem Andrusieczką, Dziennikarzem Roku 2014, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press” 1-02 2015.*

¹⁷ *Coś, co pociąga. Z Piotrem Andrusieczką, Dziennikarzem Roku 2014, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press” 1-02 2015.*

Banuję często. (...) Im bardziej kontrowersyjną opinię wyrazi się na Twitterze, tym większy odzew hejterski ona powoduje.

(...)

Po tym, jak ogłoszono Pana Dziennikarzem Roku 2015, pisał Pan: „Mam poczucie, że ta nagroda to także efekt siły tt i Was, Drodzy Followersi”. Napisał Pan to jeszcze przed toastem?

Tego wieczoru w ogóle nie wznosiłem alkoholowych toastów! A Twitter w mojej pracy jest ważnym narzędziem, bo dużo mi daje. Tu jestem sam ze sobą i swoimi followersami, poznaję ich opinie, one pomagają mi w pracy. Twitter pomaga też budować wizerunek. To jest fajne miejsce wymiany poglądów i stąd to moje podziękowanie¹⁸.

Piasecki podkreśla, że Twitter daje możliwości komunikowania się ze swoimi widzami i słuchaczami, jest miejscem „wymiany poglądów”.

Platformy – miejsca pracy

Dwa kolejne wywiady to opowieści o zmianie w dziennikarstwie. Będą to rozmowy z Tomaszem Sekielskim, Dziennikarzem Roku 2019, oraz z Dariuszem Rosiakiem, Dziennikarzem Roku 2020. Sieć dała im możliwość pracy niezależnej od wydawcy. Rozpoczynam od wypowiedzi Tomasza Sekielskiego¹⁹:

Od początku wierzyłeś w sukces?

Przede wszystkim wierzyłem, że uda nam się zebrać te 450 tysięcy złotych. Marek nie wierzył. Miałem jedynie wątpliwości, czy to się uda w rok, a udało się już w dziesięć miesięcy.

Co jest podstawą publicznej zbiórki pieniędzy na materiał dziennikarski?

Uczciwość w relacji z patronami to podstawa tego modelu finansowania. Nie wyobrażam sobie sytuacji, że zebraliśmy te 450 tysięcy złotych na film, bo taki zapowiedzieliśmy budżet, a potem upominam się o kolejne 100 tysięcy. Musieliśmy zmieścić się w tym, co sami na początku wyliczyliśmy. Jeżeli zapowiedzieliśmy, że film będzie dostępny za darmo i bez reklam, to tego też musieliśmy się trzymać. Nikomu nie sprzedaliśmy licencji, film udostępniliśmy telewizjom bezpłatnie.

(...)

¹⁸ *Z lekkim dystansem. Z Konradem Piaseckim, Dziennikarzem Roku 2015, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press” 1-02 2016.*

¹⁹ W 2019 roku Tomasz Sekielski wyreżyserował film dokumentalny *Tylko nie mów nikomu*, opowiadający o pedofilii w polskim Kościele. Marek Sekielski, producent reportażu, także był nominowany do nagrody Dziennikarza Roku 2019. *Tylko nie mów nikomu* był najpopularniejszym polskim filmem w 2019 roku na YouTube. *Najpopularniejsze filmy i teledyski na YouTube – poznajcie zestawienie YouTube Rewind 2019*, <https://polska.googleblog.com/2019/12/najpopularniejsze-filmy-i-teledyski-na.html> (dostęp 16.09.2022).

„Tylko nie mów nikomu” jest lepsze dzięki temu, że nie stoi za nim żadna telewizja. Widziałeś tak długi dokument w TVN?

Kiedyś puścili mój film „Władcy marionetek”, trwał półtorej godziny, a ten jest dłuższy prawie o pół godziny. Zgadzam się, że ten film ma większą siłę dzięki temu, że jest niezależny, że nie można mu przykleić łatki żadnej redakcji, że jest bez reklam, że zapłacili za jego produkcję internauci i wszystko jest tak transparentne.

Dlatego ostatecznie bardzo się cieszę, że nikt do mnie nie przyszedł i nie wyłożył dużych pieniędzy za zrobienie wskazanego tematu. Miałbym z tym problem. Nie wiem, czy chciałbym zrezygnować z absolutnej swobody twórczej i czasowej, którą teraz mam, z tego, że kolaudację robię sobie sam ze współpracownikami. Nikt mi nie powie, że to trzeba wyciąć, to złagodzić, a ten wątek pominąć. Z nikim nie muszę się cackać. Film „Tylko nie mów nikomu” jest dokładnie taki, jaki chciałem, żeby był. Nie zamieniłbym chyba tego na pracę dla producenta z kasą. Oczywiście nie wykluczam sytuacji, że jeżeli otrzymam interesującą propozycję zawodową, to ją przyjmę. Nie wypinam się na media.

(...)

Miałeś nad nimi tę przewagę, że pokazałeś, jak dobre dziennikarstwo robić poza strukturami redakcyjnymi.

To zawodowa i życiowa sytuacja zmusiły mnie do wyjścia poza system. Dziś jestem z tego bardzo zadowolony, mamy zabezpieczone finansowanie na dwa kolejne filmy. To otwarcie nowej drogi, ale jak ona będzie długa i czy będą mogli nią pójść inni, tego nie wiadomo. Otwartym pytaniem pozostaje, czy to, co stało się wokół „Tylko nie mów nikomu”, jest w stanie zmienić świadomość odbiorców, czy będą gotowi płacić dziennikarzowi za konkretny materiał. Jestem szalenie wdzięczny dwóm i pół tysiącom osób, które wpłaciły pieniądze na nasz dokument, bo bez nich by nie powstał. Jednak gdyby każdy, kto wyświetlił choćby przez chwilę ten film, przesłał nam zaledwie złotówkę, to mielibyśmy 23 mln zł. Miałbym finansowanie dla swojej pracy dziennikarskiej do końca życia. Po tym jednym filmie mógłbym stworzyć platformę do niezależnych produkcji dokumentalnych. Jedna jaskółka wiosny nie czyni. Poza tym nie widzę, aby moim śladem podążali kolejni dziennikarze²⁰.

Tomasz Sekielski pokazał, że można tworzyć dobre dziennikarstwo poza strukturami, poza konkretnym wydawcą. Film został w całości sfinansowany dzięki zbiorce internetowej w serwisie Patronite²¹. Co interesujące, rok wcześniej wspominał o tym w wywiadzie Bertold Kittel, Dziennikarz Roku 2018:

²⁰ *Błąkałem się po rynku. Z Dziennikarzem Roku 2019, Tomaszem Sekielskim, rozmawia Grzegorz Kopicz, „Press” 01-02 2020.*

²¹ *Por. wywiad z szefami Patronaite: Patronują dziennikarstwu. Z Michałem Leksińskim i Mateuszem Górskim rozmawia Marcin Antosiewicz, „Press” 11-12.2020, s. 132-135.*

A czy Ty poza TVN-em miałbyś jeszcze gdzie walczyć? Zobacz, jak taki as telewizyjny, jakim jest Tomasz Sekielski, staje na głowie, by przetrwać w zawodzie.

Tomek pokazał, jak w 2018 roku można zdobyć finansowanie na niezależny film. Budzi we mnie niekłamany podziw, że nie został celebrytą i za wszelką cenę broni w sobie dziennikarza²².

Grzegorz Kopacz zapytał Sekielskiego o jego youtubową działalność:

Ty poszedłeś śladem youtuberów.

Raczej wykorzystałem ich narzędzia, żeby zrobić coś, czego oni nie robią. Swoją markę dziennikarską przeniósłem do Internetu. Niestety nie widzę następnych chętnych do odbijania YouTube z rąk patostreamerów. Może poza Mariuszem Zielkem, który idzie naszą drogą i chce zebrać pieniądze na film o Krzysztofie Sadowskim.

(...)

To odbieranie nagród, ciągle przypominanie o sobie, funkcjonowanie na Facebooku, Instagramie i Twitterze, to wszystko jest elementem promocji, zabiegania o pieniądze na kolejne produkcje. Nie mówię, że to mi sprawia przykrość, ale też wiem, że muszę to robić. To jest cena mojej niezależności.

Ale Twój program „Sekielski Sunday Night Live” na YouTube piorunujących zasięgów jednak nie ma.

Oryginalny live z tych niedzielnych wieczorów idzie na Facebooku i tam zasięgi są gigantyczne, na przykład ostatni odcinek ma 150 tysięcy odtworzeń i 1700 komentarzy. Nie robię tego z myślą o YouTube, ale o użytkownikach Facebooka, z którymi chcę mieć kontakt na żywo, chcę z nimi w ten sposób rozmawiać.

Na YouTube przygotowujemy odrębne rzeczy. Marek będzie miał na kanale Sekielski cykl rozmów o uzależnieniach. Już nagrał rozmowę z Borysem Szycem. A ja wejdę tam z cyklem o moim odchudzaniu.

Do tej pory gubione przez Ciebie kilogramy można było śledzić na Instagramie. To przystoi poważnemu dziennikarzowi?

Cała ta moja walka to nie zabawa, ale poważna rzecz, która spotyka się z olbrzymim odzewem. Jeżeli mogę pomóc innym, opowiadając o swojej niełatwej walce z otyłością w czasach, kiedy otyłość jest chorobą cywilizacyjną, i to śmiertelną, i widzę, że w ten sposób jako poważny dziennikarz motywuję ludzi, pomagam im przełamać wstyd, to nie widzę w tym niczego złego.

²² Z trollami się nie dyskutuje. Z Dziennikarzem Roku 2018, Bertoldem Kittlelem, rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press” 01-02 2019

Jeżeli ktoś obejrzy Sekielskiego, jak się poci na siłowni, to może sam zacznie żyć zdrowiej i w ogóle będzie żyć²³.

Sekielski wskazuje, że wybiera narzędzia, które pozwalają mu na bycie dziennikarzem, pokazuje jak własną markę budować w sieci. Wykorzystuje Facebook czy Instagram do promowania ważnych, wartościowych treści.

Dariusz Rosiak na swój autorski program *Raport o stanie świata*²⁴ także zebrał środki na Patronite:

Gdy spytaliśmy szefów Patronite, kiedy Twoi patroni przestaną Ci płacić 50 tysięcy na miesiąc, odpowiedzieli, że prawidłowe pytanie brzmi: kiedy zaczną ci płacić 100 tysięcy złotych.

I to jest dobra odpowiedź. Czuję ogromne zainteresowanie naszym programem.

Dla mnie najważniejsze jest, że z miesiąca na miesiąc, a ostatnio z tygodnia na tydzień rośnie grono moich słuchaczy. Miesiąc temu było ich około 70 tysięcy, w tej chwili na samej platformie Anchor mamy 67 tysięcy słuchaczy sobotniej audycji. Na YouTube 10–15 tysięcy, na pozostałych platformach dochodzi jakieś 5 tysięcy, więc przypuszczam, że łącznie mamy 80 tysięcy słuchających nas osób. Jeżeli będziemy mieli 100 tysięcy słuchaczy i 100 tysięcy złotych od patronów, uznam, że to fajny moment.

(...)

Czy Twoje przemówienie na gali, że odbiorcy nie są głupi, nie było naiwne? Pamiętasz, jak Tomasz Lis stwierdził, że już dawno w telewizji mówiono o widzach: „Ludzie nie są tacy głupi. Są jeszcze głupsii!”

No to brawo, ja uważam inaczej. Każdy ma takich odbiorców, na jakich zasługuje. Moje doświadczenie z tego roku mówi, że można trafić do ludzi z przekazem, który nie jest banalny ani łatwy. Pod warunkiem, że się ich poważnie potraktuje. Oczywiście wiem, że trafiam do ograniczonej liczby osób. Ale przy każdym temacie zakładam, że mój słuchacz ma intelektualne narzędzia, którymi potrafi dysponować, ale niczego nie wie o danej sprawie. To ja muszę mu opowiedzieć, co się dzieje, jakie są tego przyczyny i skutki. A on mi daje w zmian rzecz bezcenną – chęć wysłuchania i zrozumienia. Tak widzę naszą transakcję.

Słusznie mówisz o niszy, bo inaczej Piotr Kraśko nie unikałby jakiejkolwiek informacji z zagranicy w „Faktach”. Wie, że temat wojny w Libii czy Karabachu zabije mu oglądalność.

²³ *Błąkałem się po rynku. Z Dziennikarzem Roku 2019, Tomaszem Sekielskim, rozmawia Grzegorz Kopicz, „Press” 1-02 2020.*

²⁴ *Raport o stanie świata* to cykl audycji, autorski wybór komentarzy i relacji na temat wydarzeń na świecie publikowany w formie podcastu albo programów na żywo z różnych miejsc na ziemi, <https://raportostaniewiata.pl> (dostęp 15.09.2022).

Być może w telewizji. W tym, co ja robię, tak nie ma. Moi słuchacze nie traktują audycji instrumentalnie, nie chcą za jej pomocą ulać sobie żółci albo komuś przypieprzyć. Nawet na naszym Facebooku czy Instagramie nie ma jadu i złych emocji. Wpisy nacechowane osobistą niechęcią stanowią jakiś promil wszystkich.

(...)

Chcę, żeby twoi czytelnicy mnie dobrze zrozumieli, choć może to zabrzmie, jakbym się uważał za nie wiadomo kogo. Fakty są takie, że udało mi się stworzyć coś poza systemem. Zostałem wyrzucony z radia publicznego, żadna instytucja komercyjna nie chciała wziąć tego, co robię. Poszedłem więc do ludzi, powiedziałem im: słuchajcie, chcecie mojej audycji? I nagle okazało się, że kilka tysięcy osób płaci, żebyśmy mogli pracować. Jeśli kogoś to denerwuje, to trudno²⁵.

W wypowiedzi Rosiaka odnajduję „transakcyjną” formę komunikacji z odbiorcą, przekonanie, że są odbiorcy, którzy poszukują jakościowych materiałów. Obie te dziennikarskie historie pokazały, że można tworzyć wartościowe materiały na własnych zasadach i daje to wyraźną zmianę współczesnego dziennikarstwa. Nowe media pozwoliły na wykształcenie kultury uczestnictwa, wyboru treści, a dziennikarzom wykorzystanie niszy i tworzenie na własnych warunkach.

Fakty są takie, że udało mi się stworzyć coś poza systemem. Zostałem wyrzucony z radia publicznego, żadna instytucja komercyjna nie chciała wziąć tego, co robię. Poszedłem więc do ludzi, powiedziałem im: słuchajcie, chcecie mojej audycji? I nagle okazało się, że kilka tysięcy osób płaci, żebyśmy mogli pracować. Jeśli kogoś to denerwuje, to trudno (Dariusz Rosiak).

Pisząc o dziennikarstwie, najczęściej wskazuje się na problemy ze zdefiniowaniem kim jest współczesny dziennikarz, podkreśla się kryzys dotyczący tej profesji oraz udział technologii²⁶. Mam świadomość, że odpowiedź na to, jak wygląda dziennikarstwo w erze platform i algorytmów, jest wielowymiarowa i złożona, ponieważ

²⁵ *Prawda nie jest partyjna. Z Dariuszem Rosiakiem, Dziennikarzem Roku 2020, rozmawia Andrzej Skworz.* „Press” 1-02 2021.

²⁶ Por. A. Szymańska, *Dziennikarstwo w epoce nowych mediów – przykład Niemiec*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2017, T. 60, nr 1 (229). T. Głogowski, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Szanse i zagrożenia*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” 2015, T. 14; T. Głogowski, *Transformacja czy kryzys*

mamy do czynienia z nowym rodzajem społecznej przestrzeni komunikacyjnej. Dziennikarze wykorzystują nowe narzędzia, poszukują w nich informacji, budują swoje marki i komunikują się ze swoimi odbiorcami. Coraz częściej także poza pewnym systemem tworzą własne media. Paweł Łokić, omawiając relację nowych mediów i dziennikarstwa, pisze:

rewolucja technologiczna wprowadziła szereg niedostępnych wcześniej narzędzi i możliwości do produkowania i nadawania w przestrzeni masowej materiałów o różnym charakterze: od blogów realizujących zarówno funkcje pamiętnikowe, jak i spełniające standardy korespondencji wojennej, przez amatorskie filmy wideo dotyczące spraw błahych i służące rozrywce, po rzetelnie przygotowane i spełniające kryteria profesjonalizmu dziennikarskiego relacje i programy telewizyjne dostępne online. W efekcie wytworzyła się nieznana wcześniej sfera wspólnego oddziaływania wszystkich użytkowników w nowych mediach²⁷.

Szymon Jadczak, Dziennikarz Roku 2022, wyraźnie wskazuje na siłę platform w poszukiwaniu informacji w dziennikarskich śledztwach:

W przypadku Mejzy widziałem, że nawet na Twitterze szukałeś informatorów.

Zawsze to robię i dziwię się ludziom, którzy się dziwią, że tak robię. (...) Pozyskane w ten sposób źródła mają zapewnioną anonimowość, mogą czuć się bezpiecznie. Nawet wolę nie wiedzieć, kto mi coś daje, bo jak będę przesłuchiwany, to nawet przypadkiem się nie wysypię, bo po prostu nie wiem, kim było moje źródło.

Myślałem, że to jest trochę przejaw dziennikarskiej bezradności, czyli, że chciałbyś kontynuować temat Mejzy, ale nic nowego nie masz, więc szukasz w ten sposób informatorów. A to Twoim zdaniem element warsztatu?

Naprawdę wolę szukać źródeł w ten sposób. Mam prawie 90 tysięcy obserwujących na Twitterze i po kilka tysięcy w innych miejscach. Ludzie wiedzą, że, po pierwsze, gwarantuję im anonimowość, a po drugie, że wszystko sprawdzam, zanim opublikuję. Gdybym dzisiaj napisał, że potrzebuję informacji z takiego i takiego miasta, na taki i taki temat, tobym je dostał. Taka jest w tej chwili siła oddziaływania tego, co robię. Czy nie lepiej bazować na takich informacjach niż na przykład polegać na polityku, który mi sprzeda coś, co obciąża jego kolegę? Wolę sam wykonać swoją robotę²⁸.

dziennikarstwa? Zjawiska konwergencji mediów, [w:] S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.) *Oblicza mediów lokalnych i regionalnych. Szkice medioznawcze*, Mikołów 2016.

²⁷ P. Łokić, *Nowe media i dziennikarstwo. Galopująca ewolucja komunikacji masowej*, Poznań 2021, s. 150.

²⁸ *Nie biorę jeńców, Z Szymonem Jadczykiem, Dziennikarzem Roku 2022, rozmawia Grzegorz Kopa-cz*, „Press” 1-02.2023.

Dla współczesnego dziennikarza zupełnie naturalne staje się wykorzystywanie możliwości Twittera czy Facebooka do poszukiwania informacji. Przestrzeń obserwujących go osób na różnych platformach jest dla niego miejscem współpracy, wymiany informacji, poszukiwania źródeł. Jak wskazuje Jadczak, jest też miejscem popełniania błędów:

Czego się jeszcze wstydzisz?

Miesiąc czy dwa miesiące temu wrzuciłem jakiegoś głupiego tweeta. Żona natychmiast kazała mi go skasować.

To był pewnie ten, że nie cierpisz tego rządu i całej tej ekipy?

Tak. Przez dwa dni był wytykany przez wszystkie prawicowe i rządowe redakcje, bo jak coś napiszę, grupa trolli natychmiast to powiela. Wisiał przez moment, bo żona mi go kazała skasować po minucie. Poszedłem spać, rano się obudziłem i zobaczyłem, co się wydarzyło. To nawet nie był wstyd, tylko wściekłość na swoją głupotę. Zawiodłem szefa, pracodawcę. Justyna mi wytyka, że cały czas nie mogę zrozumieć, że nie jestem małym chłopcem z Radomia, tylko że jak już coś napiszę, to się rozchodzi. A co gorsza, idzie też na konto mojego pracodawcy, znajomych i mojej rodziny. Z tego incydentu wyciągnąłem wniosek, że za swoją głupotę zapłacę nie tylko ja, ale dostaje za nią rykoszetem wiele osób²⁹.

Wypowiedzi Dziennikarzy Roku, prezentowane jedynie przez pryzmat udziału w ich pracy nowych mediów, pokazują zmianę. Wielu z tych, którzy kilka lat temu mówili, że media społecznościowe nie są dla nich, ma dziś wyraźne miejsca w sieci³⁰. Budują tam swoją markę, promują własne dziennikarskie materiały. Przede wszystkim tworzą społeczności wokół własnej dziennikarskiej pracy. Mają przekonanie, że nowe media pozwalają im szerzej docierać do odbiorcy albo – jak mówił Tomasz Sekielski – są „ceną niezależności”. Te wywiady pokazują, jak dziennikarstwo ewoluje. Omówione dziennikarskie autonarracje, prezentują tożsamość, która ulega ciągłemu rozszczepieniu, konstruowaniu, nigdy nie jest „gotowa”³¹. Katarzyna Rosner wskazuje, że

²⁹ *Nie biorę jeńców*, Z Szymonem Jadczykiem, *Dziennikarzem Roku 2022*, rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press” 1-02.2023.

³⁰ Por. profil Mariusza Szczygła na Facebooku:

https://www.facebook.com/MariuszSzczygielReporterOfficial/?locale=pl_PL (dostęp 10.10.2022).

³¹ Por. P. Ricoeur, *O sobie samym jako o innym*, Warszawa 2003; A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Warszawa 2007.

[...] tożsamość jednostki jest tożsamością jej narracji o sobie, oznacza jednak także, że póki jednostka żyje, nie jest ona ostateczna. W toku życia reinterpretujemy wiele aspektów naszej autonarracji³².

Mimo że omówienie problemu funkcjonowania dziennikarza w czasach platform i algorytmów przeprowadziłam, uwzględniając jedynie kilkanaście dziennikarskich osobowości, to ich wypowiedzi uważam za symptomatyczne dla całej dziennikarskiej zbiorowości. Stopień i sposób wykorzystania nowych mediów staje się integralną częścią opisu zawodu dziennikarza, ale jednocześnie możliwości tych mediów atomizują praktyki dziennikarskie. Opowieści z poziomu *meta-* pokazują, że świat, w którym funkcjonujemy, jest coraz bardziej skoncentrowany na i wokół technologii, ale jednocześnie siłą dziennikarstwa jest jego jakość i osobowość twórców. Zakończę słowami Andrzeja Skworza wygłoszonymi podczas gali XX edycji konkursu Grand Press:

żyjemy w okresie kolejnej transformacji mediów, a zderzenie tych tradycyjnych z górą lodową internetowych społeczności okazało się rzeczywiście bolesne. Lecz jeśli nasz okręt rzeczywiście pójdzie na dno, to nie z powodu tego, co niosą nowe media, tylko z powodu tego, że zapominamy, czego nauczyły nas stare. Coraz więcej dziennikarzy jest dziś sfrustrowanych nie tyle podziałami w środowisku, co rezygnacją ze standardów, które ten zawód jakoś nobilitowały³³.

Tym bardziej warto spoglądać na dziennikarzy wykorzystujących transformację mediów, którzy zostali docenieni za zachowanie standardów zawodu.

Bibliografia

- Andrzej Poczobut *Dziennikarzem Roku 2021* (brak daty publikacji), <https://grandpress.press.pl/archiwum/grand-press-2021/andrzej-poczobut-dziennikarzem-roku-2021> (dostęp 16.09.2022).
- Błąkałem się po rynku. Z *Dziennikarzem Roku 2019*, Tomaszem Sekielskim, rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press” 01-02.2020.
- Coś, co pociąga. Z Piotrem Andrusieczką, *Dziennikarzem Roku 2014*, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press” 01-02.2015.
- Dziennikarz Roku*, [w:] R. Gluza (red.) *Grand Press XX. Laureaci najważniejszej polskiej nagrody dziennikarskiej*, Poznań 2016.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Warszawa 2007.
- Głogowski T., *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Szanse i zagrożenia*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” 2015, T. 14.

³² K. Rosner, *Narracja jako struktura rozumienia*, „Teksty Drugie”, 1999, nr 3 (56), s. 14.

³³ *Za powrót do korzeni. XX edycja konkursu*, „Press” 01-02.2017, s. 79.

- Łógowski T., *Transformacja czy kryzys dziennikarstwa? Zjawiska konwergencji mediów*, [w:] S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.) *Oblicza mediów lokalnych i regionalnych. Szkice medioznawcze*, Mikołów 2016.
- Jaskiernia A., *O władzy i sile mediów. Nowy system komunikacyjny – nowe obszary badań*, [w:] K. Gajlewicz-Korab, A. Jaskiernia, M. Łoszevska-Ołowska (red.) *Siła mediów. Media- społeczeństwo – technologie*, Wrocław-Warszawa 2020.
- Łokić P., *Nowe media i dziennikarstwo. Galopująca ewolucja komunikacji masowej*, Poznań 2021.
- Najpopularniejsze filmy i teledyski na YouTube – poznajcie zestawienie YouTube Rewind 2019* (5.12.2019), <https://polska.googleblog.com/2019/12/najpopularniejsze-filmy-i-teledyski-na.html> (dostęp 16.09.2022).
- Nie biorę jeńców*, Z Szymonem Jadczykiem, *Dziennikarzem Roku 2022*, rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press” 01-02.2023.
- Okamżik*. Z Mariuszem Szczygłem, *Dziennikarzem Roku 2013*, rozmawia Elżbieta Rutkowska, „Press”, 01-02.2014.
- Patronują dziennikarstwu*. Z Michałem Leksińskim i Mateuszem Górskim rozmawia Marcin Antosiewicz, „Press” 11-12.2020.
- Piotr Andrusieczko odznaczony orderem przez prezydenta Ukrainy Wołodymyra Zełenskiego* (15.11.2022), <https://www.agora.pl/piotr-andrusieczko-odznaczony-orderem-przez-prezydenta-ukrainy-wolodymyra-zelenskiego> (dostęp 20.11.2022).
- Pleszczyński J., *Epistemologia komunikacji medialnej. Perspektywa ewolucyjna*, Lublin 2013.
- Prawda nie jest partyjna*. Z Dariuszem Rosiakiem, *Dziennikarzem Roku 2020*, rozmawia Andrzej Skworz, „Press” 01-02.2021.
- Prosto w oczy*. Z Andrzejem Poczobutem, *Dziennikarzem Roku 2011*, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press”, 1.2012.
- Raport o stanie świata*, <https://raportostanieswiata.pl> (dostęp 15.09.2022).
- Regulamin Konkursu na Dziennikarza Roku 2022 (brak daty publikacji), <https://grandpress.press.pl/archiwum/grand-press-2022/regulamin-konkursu-na-dziennikarza-roku-2022> (dostęp 15.09.2022).
- Reportaż pt. „Śliczny i posłuszny”* (brak daty publikacji), <https://www.nagrodawoyciechowskiego.pl/portfolio-item/reportaz-pt-sliczny-posluszny> (dostęp 15.09.2022).
- Ricoeur P., *O sobie samym jako o innym*, Warszawa 2003.
- Rosner K., *Narracja jako struktura rozumienia*, „Teksty Drugie”, 1999, nr 3 (56).
- Skworz A., *Pomnik dobrego dziennikarstwa*, [w:] R. Gluza (red.) *Grand Press XX. Laureaci najważniejszej polskiej nagrody dziennikarskiej*, Poznań 2016.
- Ślawska M., *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Katowice 2019.
- Szymańska A., *Dziennikarstwo w epoce nowych mediów – przykład Niemiec*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2017, T. 60, nr 1 (229).
- Wójcicka M., *Tożsamość w procesie komunikacji*, „Artes Humanae”, nr 1 2016.
- Profil Mariusza Szczygła na Facebooku: https://www.facebook.com/MariuszSzczygielReporterOfficial/?locale=pl_PL (dostęp 10.11.2022).
- Za powrót do korzeni. XX edycja konkursu*, „Press” 01-02.2017.
- Zasada S., *Godny*, „Press”, 01-02.2022.
- Z lekkim dystansem*. Z Konradem Piaseckim, *Dziennikarzem Roku 2015*, rozmawia Mariusz Kowalczyk, „Press” 01-02.2016.
- Z trollami się nie dyskutuje*. Z Dziennikarzem Roku 2018, Bertoldem Kittlelem, rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press” 01-02.2019.
- Żydek-Bednarczuk U., *Wibrująca tożsamość dziennikarzy*, [w:] Kita M., Ślawska M. (red.) *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Tożsamość dziennikarza*, t.3.

Biogram

Magdalena Ślawska – mediolingwistka, doktor habilitowana nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa, profesor w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół badań gatunków medialnych, świadomości gatunkowej nadawców oraz pragmatyki tekstu medialnego z uwzględnieniem jego wizualności. Autorka monografii *Formy dialogu w gatunkach prasowych* (Katowice 2014) oraz *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych* (Katowice 2019), a także współredaktorka (z Małgorzatą Kitą) tomów *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*.