

Dr Michał Chlebowski  
Uniwersytet SWPS  
Instytut Nauk Społecznych, kierownik Katedry Dziennikarstwa i  
Komunikacji Społecznej,  
email: mchlebowski@swps.edu.pl

## **PRZEMIANY SPOŁECZNE A STANDARDY DZIENNIKARZY INFORMACYJNYCH. JAK ODPOWIEDZIALNIE RELACJONOWAĆ I TŁUMACZYĆ ZMIENIAJĄCY SIĘ ŚWIAT.**

### **Streszczenie**

W obecnych warunkach dynamicznych przemian społecznych rośnie znaczenie społecznej odpowiedzialności mediów. Zjawiska takie jak: mediatyzacja społeczeństwa, przeciążenie informacyjne, narastająca dezinformacja oraz rozwój sztucznej inteligencji sprawiają, że odbiorca mediów potrzebuje profesjonalnego przewodnika po świecie, którego coraz bardziej nie rozumie. W tym kontekście kluczowa jest refleksja nad profesjonalnymi standardami pracy dziennikarzy, nad istotą społecznej odpowiedzialności mediów i nad kierunkami badań, które należy podjąć by wzmocnić dobre i jakościowe dziennikarstwo. W niniejszym artykule ukazano wybrane istotne wymiary współczesnych zmian społecznych, ich wpływ na nadawców i odbiorców treści medialnych oraz zmieniającą się rolę dziennikarzy informacyjnych.

**Słowa kluczowe:** etyka dziennikarska; standardy dziennikarskie; przemiany społeczne; mediatyzacja; przeciążenie informacyjne

### **O NIEZMIENNOŚCI ZMIENNOŚCI ŚWIATA**

Immanentną cechą świata jest jego zmienność. Od czasów Heraklita z Efezu, koncepcji *ta panta rhei* i błyskotliwej metafory mówiącej, że *nie podobna wstąpić dwa razy do tej samej rzeki*, gdyż jej wody już zdążyły się zmienić – przyjmujemy zmienność jako stałą cechę naszego otoczenia<sup>1</sup>. Nauka o komunikacji społecznej i mediach przykłada dużą wagę do roli mediów w procesie zmian społecznych. Badane są między innymi zmiany zachodzące w obrębie samych mediów i ich bezpośredniego otoczenia, w tym między innymi zagadnienie hybrydyzacji systemów medialnych, czyli wzajemnego oddziaływania nowych i starych mediów oraz ich wpływu na współczesną politykę<sup>2</sup>. Dalej, podejmowane są problemy związane z konwergencją, zarówno w ramach mediów jako narzędzi komunikowania, jak i wpływu konwergencji

---

<sup>1</sup> Heraklit. W: Władysław Tatarkiewicz: Historia filozofii. Wyd. XXII. T. I: Filozofia starożytna i średniowieczna, Warszawa: PWN, 2007, s. 32.

<sup>2</sup> Chadwick A., A Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford. 2013.

na sposób działania instytucji medialnych. Przywołać tu warto chociażby spostrzeżenie Henry'ego Jenkinsa „konwergencja mediów to więcej niż prosta zmiana technologiczna. Konwergencja zmienia relacje pomiędzy działającymi technologiami, przemysłami, rynkami, gatunkami i grupami odbiorców. Przekształca ona logikę działania przemysłów medialnych, wykorzystywaną przez konsumentów do przetwarzania informacji i rozrywki”<sup>3</sup>. Zmiany społeczne związane z konwergencją mediów mogą być badane zarówno jako odgórny proces napędzany przez korporacje, jak i jako proces oddolny, napędzany przez konsumentów<sup>4</sup>. Badacze zmian społecznych z perspektywy odbiorców mediów, koncentrują się najczęściej na zmianach w sposobach użytkowania mediów, transformacji roli odbiorcy w prosumenta i kulturze partycypacji<sup>5</sup>. Wskazuje się tu m.in. na koncepcję rozprzestrzenialnych mediów, a więc odejście od kultury transmisji na rzecz kultury rozprzestrzeniania, w której to użytkownicy mediów odgrywają kluczową rolę w procesie dystrybucji i przekształcania treści<sup>6</sup>. Współcześnie, szczególnie popularnym kierunkiem są badania nad zmianami wywołanymi przez coraz powszechniejsze stosowanie algorytmów czy sztucznej inteligencji w mediach, ich wpływu na użytkowników<sup>7</sup>, pracę dziennikarzy<sup>8</sup>, czy szerzej – na proces deantropocentryzmu zawodu dziennikarza<sup>9</sup>.

Te wspomniane powyżej, aktualne, wybrane kierunki badań nad mediami w perspektywie zmian społecznych są ściśle powiązane zparadygmatem mediatyzacji rzeczywistości społecznej, czyli procesu poznawania i doświadczania świata za pośrednictwem i przy udziale mediów<sup>10</sup>. Media konstruuje obraz rzeczywistości, wytyczają ramy interpretacyjne, upraszczają i wypaczają obraz zjawisk, wpływają na formę i treści komunikowania między ludźmi w wymiarze indywidualnym i zbiorowym. Jak pisał Neil Postman, „nowe technologie zmieniają strukturę naszych zainteresowań: sprawy, o których myślimy. Zmieniają charakter naszych symboli: nasze narzędzia myślenia. Zmieniają też naturę naszej społeczności: arenę, na której rozwija się nasza myśl”<sup>11</sup>.

---

<sup>3</sup> Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007, s. 21.

<sup>4</sup> Więcej na ten temat: *Ibidem*; Mrozowski M., *Przenikanie mediów*, Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2020.

<sup>5</sup> Meikle G., Young S., *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*, 2012.

<sup>6</sup> Jenkins, H., Ford, S., Green, J., *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University. 2013.

<sup>7</sup> Kreft J., *Władza algorytmów: u źródeł potęgi Google i Facebooka*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2018.; Szpunar M., *Kultura algorytmów*, Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2019.

<sup>8</sup> Chlebowski M., *AI w newsach. Standardy dziennikarskie, praktyki redakcyjne, wyzwania, Media i Społeczeństwo*, 20(1), 2024, s. 109–121.

<sup>9</sup> Gruchoła M., *Technologia sztucznej inteligencji w dziennikarstwie, a perspektywa deantropocentryzmu dziennikarza*, *Roczniki Nauk Społecznych*, Tom 14 (50), nr 2, 2022, s. 59-82.

<sup>10</sup> Hess. A, *Mediatyzacja rzeczywistości społecznej*, W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Planeta, R. Filas, *Leksykon terminów medialnych M-Z*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Poznań, 2024, s. 75.

<sup>11</sup> Postman N., *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, Warszawa: PWN 1995, s.30.

Rozwój nowych technologii, dostępność i personalizacja mediów doprowadziły do zanurzenia człowieka w mediach cyfrowych, stanu coraz częściej nazywanego głęboką mediatyzacją. W tym kontekście, analizując zmiany społeczne warto spojrzeć na zmieniające się miejsce i rolę dziennikarza we współczesnym świecie, a także na jego zadania wynikające ze społecznej odpowiedzialności mediów.

### **PRZECIĄŻENIE INFORMACYJNE**

W głęboko zmediatyzowanym społeczeństwie każdego dnia przyjmujemy tysiące informacji. Zjawisko przeciążenia informacyjnego jest szeroko badane i opisywane w literaturze przedmiotu od lat 70. XX wieku<sup>12</sup>. Często przy tej okazji przywoływane są działające na wyobraźnię statystyki:

- Jedno wydanie New York Times na początku XXI wieku zawierało więcej informacji niż przeciętny człowiek, żyjący w XVII wieku a Anglii był w stanie otrzymać przez całe swoje życie.
- Przez ostatnie trzy dekady XX wieku wytworzono więcej informacji niż przez poprzednie 5 tysięcy lat.
- W 2012 roku każdego dnia powstawało 2,5 tryliona bajtów danych dziennie, a w każdej sekundzie przez internet transmitowano więcej danych, niż zdołano zebrać w sieci przez poprzednie dwadzieścia lat<sup>13</sup>.

Na przestrzeni ostatnich 50 lat prowadzono rozliczne badania nad skutkami przeciążenia informacyjnego. Najczęściej wskazuje się takie kwestie jak:

- wpływ na zdrowie fizyczne i psychiczne (przemęczenie, niepokój, syndrom FOMO – fear of missing out, problemy z koncentracją, przeciążenie poznawcze).
- obniżenie efektywności, produktywności, marnowanie czasu
- upowszechnianie dezinformacji – przeciążenie informacyjne obniża myślenie krytyczne, uprawdopodobnia powielanie informacji niesprawdzonych<sup>14</sup>

O ile zakres i skala poszczególnych efektów przeciążenia informacyjnego, nadal jest przedmiotem debaty, to nie budzi wątpliwości już fakt istnienia i narastania samego zjawiska, a w związku z tym potrzeby radzenia sobie z jego skutkami. Badania pokazują, że odbiorcy mediów przyjmują różne strategie radzenia sobie z przeciążeniem informacyjnym: wykluczenia (excluding) i włączania (including)<sup>15</sup>.

Strategie wykluczania polegają na ograniczeniu ilości wiadomości poprzez świadome ignorowanie lub filtrowanie nieistotnych informacji.

---

<sup>12</sup> Toffler A., *Future Shock*, New York, 1970.

<sup>13</sup> Bawden D., Robinson L., *The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies*, *Journal of Information Science*, 35(2), 2009, s. 180–191.; McAfee A., Brynjolfsson E., Davenport T.H., Patil D.J., Barton D., *Big data: the management revolution*, *Harvard Business Review*, 90(1), 2012, s. 61–67.

<sup>14</sup> Bawden D., Robinson L., *Information Overload: An Overview*, *Oxford Encyclopedia of Political Decision Making*, Oxford: Oxford University Press, 2020.

<sup>15</sup> Lor Z., Oh H.J., Choi J., *Excluding and Including: News Tailoring Strategies in an Era of News Overload*, *Digital Journalism*, 11(6), 2022, s. 943–961.

- Ignorowanie: jest to subtelna forma wykluczania, gdzie odbiorcy świadomie nie angażują się w niektóre wiadomości, co pozwala im oszczędzać zasoby poznawcze.
- Filtrowanie: bardziej aktywna forma wykluczania, w której odbiorcy całkowicie eliminują niektóre źródła wiadomości lub tematy, co zapobiega ich ekspozycji na niechciane treści<sup>16</sup>.

Strategie włączania – skupiają się na świadomym wybieraniu i organizacji wiadomości, aby uprościć ich przetwarzanie i nie przeoczyć istotnych informacji.

- Dostosowywanie: użytkownicy sami decydują, które wiadomości chcą otrzymywać, np. wybierając określone tematy lub wiarygodne źródła. Dostosowywanie wymaga aktywnego zaangażowania, aby przystosować treści do osobistych preferencji.
- Zapisywanie: strategia, w której odbiorcy odkładają na później konsumpcję wiadomości, aby przeznaczyć na nią czas, gdy będą bardziej gotowi poznawczo. Ta strategia pozwala na radzenie sobie z przeciążeniem informacyjnym, nie rezygnując całkowicie z konsumpcji wiadomości<sup>17</sup>.

Cytowane badania wskazują, że ludzie częściej stosują strategie wykluczania, takie jak ignorowanie i filtrowanie, gdy czują się przytłoczeni nadmiarem informacji. Strategie te mogą jednak prowadzić do ryzyka całkowitej rezygnacji z konsumpcji wiadomości, co może negatywnie wpływać na zaangażowanie obywatelskie. W przeciwieństwie do tego, strategie włączania, jak dostosowywanie i zapisywanie, wydają się być bardziej skuteczne w radzeniu sobie z przeciążeniem, zachęcając użytkowników do pozostania w kontakcie z istotnymi informacjami. Szczególnie zapisywanie może być wartościowym sposobem radzenia sobie z przeciążeniem dla młodszych odbiorców.

## **ZAGROŻENIE DEZINFORMACJA**

Do katalogu przemian społecznych, z którymi mierzy się współczesny odbiorca mediów zaliczają się również te, które są efektem rosnącego wyzwania, jakim jest dezinformacja. Proces ten, zdefiniowany jako celowe rozpowszechnianie fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji, nie jest zjawiskiem nowym, jednak jego skala i wpływ znacząco wzrosły wraz z rozwojem technologii cyfrowych i mediów społecznościowych. Jak wskazują badania Wardle i Derakhshan współczesna dezinformacja wykorzystuje emocjonalne oddziaływanie, by maksymalizować zasięg i skuteczność przekazu, co sprawia, że odbiorcy często mają trudności z rozpoznaniem fałszywych treści<sup>18</sup>.

Jednym z kluczowych wyzwań wynikających z dezinformacji jest kryzys zaufania do mediów. Jak zauważyła badaczka z Reuters Institute for the Study of Journalism w raporcie Digital News Report, malejące zaufanie do tradycyjnych instytucji medialnych łączy się z rosnącą popularnością alternatywnych źródeł

---

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> Ibidem.

<sup>18</sup> Wardle C., Derakhshan H., Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe, 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

informacji, które często nie spełniają standardów rzetelności. W rezultacie odbiorcy są bardziej podatni na manipulacje i fałszywe narracje<sup>19</sup>.

Ponadto, jak wskazuje Katarzyna Bąkowicz, współczesna dezinformacja często korzysta z personalizowanych algorytmów, które dostosowują treści do preferencji i przekonań odbiorców. Takie mechanizmy prowadzą do tworzenia tzw. "baniak informacyjnych" i "komór pogłosowych", gdzie jednostki są narażone na powtarzające się informacje, które wzmacniają ich już istniejące poglądy, ograniczając jednocześnie dostęp do alternatywnych perspektyw<sup>20</sup>.

W obliczu tych wyzwań współczesne dziennikarstwo informacyjne musi przyjąć nowe standardy i strategie działania. Kluczowe jest rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia wśród odbiorców oraz wdrażanie narzędzi do weryfikacji informacji, takich jak fact-checking czy współpraca z organizacjami zajmującymi się analizą dezinformacji. Jak podkreślają Vosoughi, Roy i Aral szybkość, z jaką fałszywe informacje rozprzestrzeniają się w sieci, wymaga od dziennikarzy nie tylko rzetelności, ale również efektywnego wykorzystywania narzędzi technologicznych do monitorowania i przeciwdziałania dezinformacji<sup>21</sup>.

Dezinformacja stanowi jedno z największych wyzwań dla współczesnego odbiorcy mediów. Walka z tym zjawiskiem wymaga nie tylko działań na poziomie instytucjonalnym, ale także zmiany w podejściu samych odbiorców i mediów do kwestii prawdy, rzetelności i odpowiedzialności informacyjnej.

## **ROZWÓJ SZTUCZNEJ INTELIGENCJI**

Rozwój technologii sztucznej inteligencji (AI) wnosi istotne zmiany do świata mediów i dziennikarstwa, przynosząc zarówno korzyści, jak i zagrożenia. Jednym z kluczowych wyzwań, na które zwracają uwagę badacze, jest automatyzacja procesu tworzenia treści. Generatywne modele językowe, takie jak Chat GPT, mogą prowadzić do sytuacji, w której wiarygodność i rzetelność dziennikarskich materiałów zostaje podważona. Algorytmy te są zdolne do generowania artykułów, które na pierwszy rzut oka trudno odróżnić od tekstów pisanych przez człowieka, przy tym często nie spełniając przyjętych w mediach standardów etycznych<sup>22</sup>.

Innym zagrożeniem jest wykorzystanie AI do produkcji dezinformacji. Sztuczna inteligencja umożliwiła szybkie tworzenie treści manipulacyjnych, w tym deepfake'ów, które mogą być używane do dyskredytowania osób publicznych czy wzmacniania podziałów społecznych. Brak odpowiednich regulacji prawnych i standardów dotyczących wykorzystania AI w mediach, w tym w social mediach prowadzi do poważnych konsekwencji dla wiarygodności dziennikarstwa. Technologia ta może działać też jako niezależny aktor

---

<sup>19</sup> Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andi S., Nielsen R.K., Reuters Institute Digital News Report 2023, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023, <https://www.digitalnewsreport.org>

<sup>20</sup> Bąkowicz K., Dezinformacja. Instrukcja obsługi, Warszawa: CeDeWu, 2023.

<sup>21</sup> Vosoughi S., Roy D., Aral S., The spread of true and false news online, *Science*, 359(6380), 2018, s. 1146–1151.

<sup>22</sup> Chlebowski M., AI w newsach. Standardy dziennikarskie, praktyki redakcyjne, wyzwania, *Media i Społeczeństwo*, 20(1), 2024, s. 109–121.

w procesie komunikowania masowego, co prowadzi do dehumanizacji niektórych aspektów pracy dziennikarskiej<sup>23</sup>.

Z drugiej strony rozwój AI otwiera również nowe możliwości. Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji mogą wspierać dziennikarzy w analizie dużych zbiorów danych, przyspieszając proces zbierania informacji i weryfikacji faktów. Jednak, jak podkreślają twórcy powstających już kodeksów etyki dziennikarskiej uwzględniających zasady korzystania z AI, kluczowe jest, aby AI była wykorzystywana jako wsparcie dla dziennikarstwa, a nie jego substytut. Zachowanie nadzoru człowieka i przestrzeganie zasad etycznych jest niezbędne dla utrzymania jakości i wiarygodności dziennikarskich treści. Na podstawową zasadę etyczną wyrasta transparentność. Jak wskazuje swoim pracownikom agencja informacyjna Associated Press, każda treść generowana przez AI musi być jasno oznaczona, a jej wiarygodność poddawana szczegółowej weryfikacji<sup>24</sup>.

### **DZIENNIKARZ – LATARNIA MORSKA NA WZBURZONYM OCEANIE INFORMACJI**

Starożytni Rzymianie ukuli paremię *ignoranti quem portum petat, nullus suus ventus est* - gdy nie wiesz, do którego portu płyniesz, żaden wiatr nie jest pomyślny. W świecie tak dynamicznych zmian społecznych, przeciążenia informacyjnego, dezinformacji i przemian technologicznych związanych z rozwojem AI – zmienia się też rola dziennikarzy. Odbiorca nie potrzebuje już dziennikarza jako zwykłego źródła informacji, gdyż takich źródeł ma aż nadmiar. Odbiorca potrzebuje kogoś, kto mu na metaforycznym wzburzonym oceanie informacji wskaże kierunek, w którym ma zmierzać, pomoże odnaleźć się w świecie, który często przekracza możliwości poznawcze odbiorcy. Dziennikarz ma więc być ekspertem w dziedzinie nawigowania po świecie informacji, oddzielania ziarna od plew, informacji nieprawdziwych od prawdziwych, ważnych od nieistotnych. Gdy spojrzymy na podstawowe funkcje mediów (za McQuailem: informacyjna, korelacyjna, ciągłości, rozrywki i mobilizacji)<sup>25</sup>, to widzimy, że funkcja korelacyjna wyrasta na kluczową w tym zestawieniu. Porządkując za prof. Mrozowski, w zakresie korelacji media:

- Wyjaśniają, interpretują i komentują znaczenie wydarzeń i informacji
- Udzielają wsparcia uznanym autorytetom i normom
- Socjalizują
- Koordynują działania zbiorowości i instytucji
- Budują konsensus
- Ustalają hierarchię ważności i status spraw publicznych<sup>26</sup>

Widzimy, że tak wysokie wymagania mogą spełnić jedynie media często nazywane dziś jakościowymi, czyli też te o wysokim poziomie profesjonalizmu dziennikarskiego. Daniel Hallin i Paolo Mancini klasyfikując systemy medialne wskazali na trudność w zdefiniowaniu terminu „profesjonalizm dziennikarski”,

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> AP, other news organizations develop standards for use of artificial intelligence in newsrooms, Associated Press, 2023 <https://apnews.com/article/artificial-intelligence-guidelines-ap-news-532b417395df6a9e2aed57fd63ad416a>

<sup>25</sup> McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Warszawa: PWN, 2007.

<sup>26</sup> Mrozowski M., Przenikanie mediów, Warszawa: PWN, 2020.

wynikającą z faktu, iż w przeciwieństwie np. do medycyny, w „przypadku dziennikarstwa nie istnieje żadna systematyczna wiedza czy podobna doktryna”. Autorzy wyróżnili więc następujące wyznaczniki profesjonalizacji:

1. autonomia – niezależność od zewnętrznych podmiotów, zespołowa kontrola pracy;
2. odrębne normy zawodowe – istnienie wspólnych norm, wartości i stylu życia;
3. służba interesowi publicznemu – przestrzeganie zasad etyki służby publicznej<sup>27</sup>.

Takie ujęcie profesjonalizmu dziennikarskiego, wpisuje się także w szerszy paradygmat społecznej odpowiedzialności mediów, przyjmujący za punkt wyjścia tezę, że zaufania jakim społeczeństwo obdarza media, wynikają konkretne obowiązki, w związku z czym media powinny być:

- być prawdomówne, rzetelne, uczciwe, obiektywne i adekwatne, czyli powinny przekazywać prawdziwą, wszechstronną i zrozumiałą relację o wydarzeniach dnia w kontekście, który nada im znaczenie,
- służyć jako forum wymiany komentarzy i krytyki,
- pokazywać reprezentatywny obraz grup, z których składa się społeczeństwo,
- wyjaśniać cele i wartości społeczne,
- unikać pogoni za sensacją,
- oddzielać wiadomości od opinii dziennikarzy<sup>28</sup>.

## ZAKOŃCZENIE

Dynamika zmian społecznych oraz zmian w obrębie samych mediów, a także coraz poważniejsze skutki przeciążenia informacyjnego jasno wskazują, że dziś - być może bardziej niż kiedykolwiek wcześniej - społeczeństwo potrzebuje profesjonalnych mediów i odpowiedzialnych dziennikarzy-przewodników. Potrzeba silnych instytucji medialnych i jeszcze silniejszych mechanizmów samoregulacji mediów, takich jak rady prasowe i stowarzyszenia dziennikarskie, które będą z jednej strony stały na straży wysokiej jakości mediów, a z drugiej będą w stanie szybko reagować na zmieniający się świat i wyznaczać nowe standardy zawodowe dla profesjonalnych dziennikarzy. Widzimy jednocześnie, że media – podobnie jak wtedy, gdy rodziła się koncepcja społecznej odpowiedzialności mediów, tak dzisiaj są daleko od oczekiwanych standardów i z oporem przyjmują nakładane na nich oczekiwania społeczne.

Analiza prasy z lat 40, gdy opublikowano raport złożonej z 12 profesorów amerykańskiej komisji ds. wolności prasy, który legł u podstaw późniejszej koncepcji społecznej odpowiedzialności mediów, jasno pokazuje, że środowisko dziennikarskie reagowało bardzo dużym oporem na próby regulacji i postulowane pomysły samoregulacji mediów. Autorów raportu

---

<sup>27</sup> Hallin D., Mancini P., Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007, s. 34.

<sup>28</sup> Siebert, F.S., Peterson, T. and Schramm, W., Four Theories of the Press. University of Illinois Press, Urbana III, 1956.

prasa nazwała „durnymi profesorami”, a ich pomysły rozwiązaniami w „hitlerowskim stylu”<sup>29</sup>.

Musiało upłynąć kilkadziesiąt lat, a środowisko amerykańskich dziennikarzy, musiało doświadczyć wielu głośnych skandali pokazujących nieetyczne działania mediów – by poszczególne redakcje otworzyły się na koncepcje samoregulacji. I tak dziś, po blisko 80 latach od publikacji raportu – w Amerykańskich mediach funkcjonują zespoły standardów dziennikarskich, ombudsmeni rozpatrujący skargi od odbiorców i inne – posługując się definicją Bertranda - mniej lub bardziej zinstytucjonalizowane, niezależne od państwa formy pociągania mediów do odpowiedzialności za ich działania<sup>30</sup>. Stan amerykańskich mediów jest daleki od ideału postulowanego przez członków komisji ds. wolności prasy i co więcej, można bez wahania powiedzieć, że w ostatnich latach ten stan się pogarsza. Słabną instytucje samoregulacji, rośnie upolitycznienie, polaryzacja, komercjalizacja i tabloidyżacja przekazów medialnych. Podobne zjawisko obserwujemy w wielu innych krajach, w tym bardzo wyraźnie w Polsce. W czasach więc, w których – jak wskazano powyżej – potrzeba silnych i odpowiedzialnych mediów, wyraźnie widzimy, że te media wybierają inną ścieżkę. I tu – podobnie jak w latach 40. XX wieku w Stanach Zjednoczonych – szczególną rolę do odegrania ma akademia. Podobnie jak wtedy – gdy 12 prominentnych naukowców pod wodzą prezydenta Uniwersytetu w Chicago przez trzy lata szukało odpowiedzi jak uczynić media lepszymi – tak i dziś potrzeba wytyczenia nowych perspektyw badawczych nad stanem dziennikarstwa i odpowiedzialnością mediów. Do kluczowych kierunków badań należy zaliczyć z pewnością: badania publiczności, w zakresie ich oczekiwań i sposobów komunikacji mediów; badania dziennikarzy – w zakresie profesjonalizmu i kultury dziennikarskiej oraz badania właścicieli i osób zarządzających mediami – nad zrozumieniem ich roli i wizji społecznej odpowiedzialności. Taka badawcza triada pozwoli wznowić społeczną dyskusję nad tym jakich mediów potrzebujemy dla dobrego funkcjonowania społeczeństwa.

## Bibliografia

- AP, other news organizations develop standards for use of artificial intelligence in newsrooms. Associated Press, 2023. <https://apnews.com/article/artificial-intelligence-guidelines-ap-news-532b417395df6a9e2aed57fd63ad416a>
- Bąkowicz K., Dezinformacja. Instrukcja obsługi, Warszawa: CeDeWu., 2023.
- Bawden D., Robinson L., The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies, *Journal of Information Science*, 2009, Nr. 35(2).
- Bawden D., Robinson L., *Information Overload: An Overview*, Oxford Encyclopedia of Political Decision Making, Oxford: Oxford University Press, 2020.
- Bertrand, C.-J., *Media Ethics & Accountability Systems*, London: Routledge, 2000.
- Chadwick A., *A Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford, 2013.
- Chlebowski M., AI w newsach. Standardy dziennikarskie, praktyki redakcyjne, wyzwania, *Media i Społeczeństwo*, 2024, Nr. 20(1).

<sup>29</sup> Chlebowski, M. Od oporu do zaangażowania. Ewolucja amerykańskiego modelu samoregulacji mediów. Wnioski i perspektywy dla mediów w Polsce, *Roczniki Nauk Społecznych*, 1/2025, online first.

<sup>30</sup> Bertrand, C.-J., *Media Ethics & Accountability Systems*, London: Routledge, 2000.



- Chlebowski M., Od oporu do zaangażowania. Ewolucja amerykańskiego modelu samoregulacji mediów. Wnioski i perspektywy dla mediów w Polsce, *Roczniki Nauk Społecznych*, Nr. 1/2025.
- Graham M., Young S., *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. 2012.
- Gruchoła M., Technologia sztucznej inteligencji w dziennikarstwie, a perspektywa deantropocentryzmu dziennikarza, *Roczniki Nauk Społecznych*, 2022, Tom 14 (50).
- Hallin D., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007.
- Heraklit. W: Władysław Tatarkiewicz: *Historia filozofii*. Wyd. XXII. T. I: *Filozofia starożytna i średniowieczna*. Warszawa: PWN, 2007.
- Hess. A, *Mediatyzacja rzeczywistości społecznej*, W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Płaneta, R. Filas, *Leksykon terminów medialnych M-Z*, Poznań: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2024.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J., *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University, 2013.
- Kreft J., *Władza algorytmów: u źródeł potęgi Google i Facebooka*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2018.
- Lor Z., Oh H.J., Choi J., *Excluding and Including: News Tailoring Strategies in an Era of News Overload*, *Digital Journalism*, 2022 Nr. 11(6).
- McAfee A., Brynjolfsson E., Davenport T.H., Patil D.J., Barton D., *Big data: the management revolution*, *Harvard Business Review*, 2012, Nr 90(1).
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2007.
- Meikle G., Young S., *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life.*, 2012.
- Mrozowski M., *Przenikanie mediów*. Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2020.
- Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andı S., Nielsen R.K., *Reuters Institute Digital News Report 2023*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023, <https://www.digitalnewsreport.org>
- Postman N., *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, Warszawa: PWN 1995.
- Siebert, F.S., Peterson, T. and Schramm, W., *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press, Urbana III, 1956.
- Szpunar M., *Kultura algorytmów*, Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2019.
- Toffler A., *Future Shock*, New York, 1970.
- Vosoughi S., Roy D., Aral S., *The spread of true and false news online*, *Science*, 2018, Nr. 359 (6380).
- Wardle C., Derakhshan H., *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe, 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

## **SOCIAL CHANGE AND THE STANDARDS OF NEWS JOURNALISTS. HOW TO RESPONSIBLY REPORT AND EXPLAIN A CHANGING WORLD**

### **Summary**

In the current conditions of dynamic social change, the importance of the social responsibility of the media is growing. Phenomena such as the mediatisation of society, information overload, increasing disinformation and the development of artificial intelligence mean that media consumers need a professional guide to a world they increasingly do not understand. In this context, it is crucial to reflect on the professional standards of journalists' work, on the essence of the social responsibility of the media and on the lines of research that need to be undertaken to strengthen good and quality journalism. This article presents selected relevant dimensions of contemporary social changes, their impact on broadcasters and audiences of media content and the changing role of news journalists.

**Keywords:** journalistic ethics; journalistic standards; social change; mediatisation; information overload.