



Opublikowany na (<https://www.archiwum-wzp.pl>)

[Strona główna](#) > Kryzysowe wizje prasy Jerzego Baczyńskiego i Christopha KeeseTMa

Strona

Kryzysowe wizje prasy Jerzego Baczyńskiego i Christopha KeeseTMa

18 cze 2009 16:00

Media pod presją! Jak kryzys gospodarczy wpłynie na media w Europie? - nad tym problemem zastanawiali się Uczestnicy trzeciej debaty plenaryjnej podczas czwartkowego Forum Mediów w Szczecinie.

Odpowiedzi na pytanie, jak prasa ma przetrwać kryzys, który niewątpliwie już dotyka wiele tytułów prasowych na świecie i w Europie, szukali: Jerzy Baczyński - Prezes i Redaktor Naczelny „Polityki”, Christoph Keese - Dyrektor Zarządzający koncernu Axel Springer SA oraz Jean-Luc Testault - Redaktor Naczelny Agence France Press na Francję. Dyskusję prowadzili: Bogusław Chrabota, Wicedyrektor Naczelny, szef publicystyki Grupy Polsat, i Michael Seidel, Redaktor Naczelny dziennika „Nordkurier”.

Jak się okazuje, jednak nie tylko kryzys jest poważnym zagrożeniem dla prasy drukowanej w Europie. Wielką konkurencją jest oczywiście rozwój Internetu, który sprawił, że to tam przede wszystkim czytelnicy poszukują informacji, rezygnując z tradycyjnej gazety.

- Prognozy pokazują, że prasa drukowana umiera, a kryzys ten proces jeszcze przyspiesza - rozpoczął mało optymistycznie Jerzy Baczyński. - Redukcja kosztów to za mało. Trzeba szukać nowych sposobów utrzymania tytułów, gdy spadają wpływy ze sprzedaży i reklam.

- Wyjścia są różne, do „Polityki” dołącza się na przykład płyty. Nie ma wyjścia, trzeba poszukiwać nowych form docierania do czytelnika – zdiagnozował problem.

We Francji coraz głośniejsze prowadzi się rozmowy dotyczące coraz większego udziału państwa w finansowaniu prasy – usłyszeliśmy podczas dyskusji. Takie rozwiązanie bardzo mocno jednak skrytykowali i Baczyński, i Keese.

- To byłby czarny dzień dla niemieckiej prasy. Trzeba szukać pieniędzy w Internecie – dodał Christoph Keese.

Dyskutowano też na temat jeszcze jednego zagrożenia dla tzw. opiniotwórczych tytułów. Zastanawiano się, czy „bulwarowizacja”, czyli mocne wejście na rynek takich tytułów jak „FAKT”, jest zagrożeniem dla opiniotwórczych tytułów.

- Nie sądzę – przekonywał Christoph Keese. - Będą zawsze tytuły bulwarowe i opiniotwórcze.

Redaktor Naczelny „Polityki” nie podzielił jednak tego zdania.

- Głupiejemy z roku na rok. Wprowadzenie ostrego tabloidu do Polski miało bardzo złe skutki. Udaje gazetę. To tytuł, który gazetą nie jest. Media mają dostarczać rozrywki. Nie omija to też nas. My też jesteśmy wpychani w rolę dostawcy błyskotek dla społeczeństwa – z nutą pesymizmu skonstatował Jerzy Baczyński.

Debatę prasową była ostatnią z cyklu w ramach Forum Mediów podczas II Polsko-Niemieckich Dni Mediów w Szczecinie. Ostatnim akcentem tego bloku programowego było podsumowanie forum przez Dyrektora-Członka Zarządu Fundacji Współpracy Polsko-Niemieckiej Albrechta Lemppa.

Biuro Prasowe Dni Mediów

Adres źródłowy: https://www.archiwum-wzp.pl/biuro-prasowe/aktualnosci-archiwum/kryzysowe-wizje-prasy-jerzego-baczyńskiego-i-christopha-keesetma?mobile_switch=mobile#comment-0