

ZMIANY MOTYWÓW WYBORU ZAWODU DZIENNIKARSKIEGO W POLSCE

AGNIESZKA STĘPIŃSKA, KINGA ADAMCZEWSKA, DOMINIKA
NAROŻNA, EWA JURGA-WOSIK, BARTŁOMIEJ SECLER

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

ABSTRACT

Professional values and attitudes of the Polish working and aspiring journalists

The aim of this paper is to present the conclusions drawn from a meta-analysis of the findings collected with surveys that have been conducted among Polish journalists since the 1970s. The paper focuses on the trends and shifts in the journalists' motivations and roles perception that have been occurring in the last four decades. The findings show that since the transformation period in the late 1989s and early 1990s, Polish journalists seem to be more individualistic and professional-oriented than social and altruist-oriented. The contemporary model of the Polish journalism built upon journalists' declarations on the media roles is a combination of the news-provider and a forum of a broad spectrum of the political opinion presentation – oriented model, with a watchdog – style journalism. Traditional roles of the Polish journalists, such as education and motivation of the citizens, seem to be of the secondary importance for the media people today.

Keywords: journalists, Poland, motivations, professional roles, changes

Wprowadzenie

Przekształceniom politycznym, gospodarczym i społecznym, które zachodziły w Polsce w latach 90. XX wieku, towarzyszyły głębokie przemiany w środowi-

✉ Adres do korespondencji: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, ul. Umultowska 89a, 61-614 Poznań; agnieszka.stepinska@amu.edu.pl, kinga.adamczevska@amu.edu.pl, dominika.narozna@amu.edu.pl, ewa.jurga.wosik@amu.edu.pl, bartlomiej.secler@amu.edu.pl

sku dziennikarzy, jednakże grupa ta znajdowała się wówczas w centrum zainteresowania jedynie nielicznych badaczy zajmujących się specyfiką dziennikarstwa polskiego oraz rolą mediów lokalnych, regionalnych i ogólnokrajowych. Co więcej, zdecydowana większość ówczesnych analiz sytuacji dziennikarstwa w Polsce miała charakter opisowy bądź też przeprowadzana była metodami jakościowymi (Kononiuk 1996; Mocek 2006; Szot 2010; Barańska 2011). Badania ankietowe prowadzone zaś były głównie wśród pracowników mediów regionalnych i lokalnych i skoncentrowane na rozpoznaniu wyzwań i problemów, z jakimi muszą się oni współcześnie mierzyć (Chorążki 1994; Pepliński 2001; Gierula 2005, 2006; Jachimowski 2006; Pokrzycka 2008).

Jednak już w latach 70., 80. i 90. badania empiryczne nad dziennikarzami z mediów ogólnokrajowych prowadzone były przez Walerego Pisarka i Zbigniewa Bajkę z Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie (Bajka 1991, 2000; Pisarek 1995, 1998). Wyniki tych badań ukazywały nie tylko profil demograficzny dziennikarzy, ale także motywy wyboru zawodu, oczekiwania oraz wartości, którymi się kierowali. Badania nad polskimi dziennikarzami sprzed okresu transformacji ustrojowej prowadziła także amerykańska badaczka Jane L. Curry (1981, 1999).

W latach 90. badania ankietowe wśród dziennikarzy przeprowadził Jerzy Olędzki według schematu opracowanego na potrzeby międzynarodowego projektu badawczego „The Global Journalists” przez Davida H. Weavera z Indiana University w Bloomington (Olędzki 1998). Dekadę później David H. Weaver i Lars Willnat zaprosili do współpracy przy drugiej edycji międzynarodowych badań – „The Global Journalist in the 21st Century” – Agnieszkę Stępińską (Stępińska, Ossowski, Pokrzycka, Nowak 2012). Obok pytań dotyczących profilu demograficznego dziennikarzy oraz autonomii dziennikarzy w ankiecie zawarte zostały pytania o: staż pracy, formę zatrudnienia, przynależność do organizacji i stowarzyszeń dziennikarskich, najważniejsze aspekty pracy, poziom zadowolenia zawodowego oraz o zadania mediów i dziennikarzy względem aktorów politycznych i społeczeństwa (Stępińska, Ossowski 2010a, 2010b, 2011a, 2011b).

W kolejnych latach polscy badacze uczestniczyli również w innych międzynarodowych projektach poświęconych analizom środowisk dziennikarskich w perspektywie porównawczej, w tym: „Media Accountability and Transparency in Europe MediaAcT” oraz „Journalism in change. Journalistic culture in Russia, Poland and Sweden”. Jednym z głównych celów projektu MediaAcT było rozpoznanie czynników zewnętrznych wpływających na rozwój profesjonalizmu dziennikarskiego (Barczyszyn, Głowacki, Michel 2011; Głowacki 2013). Z kolei projekt „Journalism in change [...]” koncentrował się na zmianach zachodzących w środowisku dziennikarskim w obszarach, które były już wcześniej badane, czyli strukturze zawodu, standardów i wartości, czynników wpływających na decyzję o podjęciu pracy dziennikarza, funkcji i ról dziennikarzy oraz autonomii zawodowej (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel 2013).

Od roku 2013 badacze z Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu (dr hab. Agnieszka Stępińska, dr Ewa Jurga-Wosik, dr Bartłomiej Secler, dr Dominika Narożna i mgr Kinga Adamczewska) uczestniczą w międzynarodowym projekcie „Journalistic Role Performance around the Globe” (JRP), kierowanym przez Claudię Mellado z Pontificia Universidad Catolica de Valparaiso w Chile. Celem tego naukowego przedsięwzięcia jest przeprowadzenie międzynarodowych badań porównawczych zarówno nad postrzeganiem funkcji mediów i ról dziennikarzy (badanie ankietowe wśród dziennikarzy), jak i nad ich faktycznym pełnieniem (analiza zawartości przekazów medialnych). Odrębna uwaga w tym projekcie poświęcona została także potencjalnym adeptom dziennikarstwa (badanie ankietowe wśród studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna).

Tym, co wyróżnia projekt „Journalistic Role Performance around the Globe”, jest ściśle powiązanie wszystkich trzech etapów: kategorie zawarte w kluczu kategoryzacyjnym odpowiadają pytaniom w ankiecie skierowanej do dziennikarzy, zaś część pytań zawartych w ankiecie, wykorzystanych w badaniu studentów, była identyczna z pytaniami zawartymi w ankiecie zastosowanej w badaniu dziennikarzy (role mediów i dziennikarzy). Dzięki temu możliwe stało się porównanie poglądów i postaw obecnych pracowników organizacji medialnych i tych, którzy właśnie wkraczają do zawodu albo dopiero to rozważają. W szczególności badanie to służyć miało poznaniu motywacji i oczekiwań w zakresie wyboru zawodu, już posiadanego doświadczenia zawodowego, oceny przydatności studiów na kierunku dziennikarstwo do wykonywania tego zawodu, a także oczekiwań wobec mediów i oceny ich działalności, dostrzeganych zagrożeń dla dziennikarstwa oraz postaw wobec standardów zawodowych. Materiał badawczy zbierany był w latach 2013–2014, zaś jego analiza zaplanowana została na kolejne dwa lata.

Celem niniejszego artykułu jest metaanaliza wyników wybranych badań empirycznych prowadzonych wśród polskich dziennikarzy w ostatnich czterech dekadach oraz ukazanie kierunków zmian, jakie w tym środowisku zachodziły. W centrum zainteresowania znajdzie się pytanie o motywy, jakimi dziennikarze kierowali się przy wyborze zawodu. Odpowiedź na to pytanie jest kluczowa dla zrozumienia modelu dziennikarstwa, czy też kultury dziennikarskiej, gdyż dotyczy nie tylko aspektów pracy, które wydają się ważne dla osób uprawiających ten zawód (dlaczego chcieli i nadal chcą w tym zawodzie pracować), ale i przekonań dotyczących ról, jakie media i dziennikarze powinni pełnić (na czym praca dziennikarza powinna polegać).

Motywacje wyboru zawodu dziennikarza w latach 1979–2000

Porównanie wyników badań prowadzonych przez Zbigniewa Bajkę z Ośrodka Badań Prasoznawczych w latach 1979, 1990 i 2000 pozwala uchwycić zmiany zachodzące wśród dziennikarzy polskich, jeśli chodzi o motywację wyboru zawodu dziennikarza. Zebrane w tych trzech badaniach dane przedstawia tabela 1. Ana-

lizując je, należy jednak zwrócić uwagę na dwie istotne różnice metodologiczne występujące między prezentowanymi badaniami. Po pierwsze, w badaniach z 1990 roku ankietowani mogli wybierać nie więcej niż trzy motywy, podczas gdy w 2000 roku mogli zakreślić dowolną liczbę motywów, choć w praktyce, jak pisze Bajka (2000, s. 52), wskazywali średnio 3–4 motywy. Po drugie, badanie z roku 2000 zrealizowane zostało za pośrednictwem Internetu, co – jak zauważa Bajka – mogło wpłynąć na charakterystykę próby, tzn. spowodować nadreprezentację młodych ludzi i dziennikarzy niższego szczebla w hierarchii redakcyjnej. W istocie: wśród 250 osób, które wypełniły i odesłały ankietę pocztą elektroniczną, aż 53% stanowili dziennikarze, którzy nie ukończyli 30. roku życia, 38% – przedstawiciele przedziału wiekowego 30–50 lat, zaś jedynie 6% – osoby powyżej 50. roku życia (Bajka 2000, s. 47–48).

Tabela 1. Motywy wyboru zawodu dziennikarskiego w latach 1979–2000

	% odpowiedzi		
	1979	1990	2000
Możliwość poznawania ciekawych ludzi, miejsc i spraw	17	43	56
Zawód, w którym człowiek wciąż się uczy	36	33	43
Konkretny, żywy zawód, widać jego rezultaty	25	36	33
Możliwość wpływu na świadomość, nastroje i opinie ludzi	26	25	29
Orientacja w tym, co się dzieje	21	19	27
Możliwość opowiadania innym o ciekawych zjawiskach i ludziach	16	9	25
Możliwość krytyki, walki z niedociągnięciami	31	15	23
Możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach	33	26	21
Możliwość wypowiedzania własnych opinii	21	12	21
Wysoki prestiż społeczny zawodu	9	10	16
Możliwość mówienia we własnym imieniu do szerszej publiczności	17	18	11
Możliwość przekazywania innym swojej wiedzy	8	6	7

Źródło: Bajka 2000, s. 52.

Porównanie wyników badań z lat 1979–2000 prowadzi do wniosku, że wraz ze zmianami polityczno-społecznymi w Polsce na plan pierwszy wśród polskich dziennikarzy wysuwały się motywacje indywidualistyczne, zaś traciły na znacze-

niu motywacje altruistyczne. Na początku pierwszej dekady XXI wieku dziennikarze, częściej niż 10 i 20 lat wcześniej, wskazywali takie motywacje, jak: możliwość poznania ciekawych ludzi, nowych miejsc i spraw, orientacja w tym, co się dzieje na świecie, w kraju i w okolicy, oraz możliwość opowiadania innym o tych ciekawych miejscach i wydarzeniach, a także możliwość rozwoju zawodowego. Nieco częściej w 2000 roku zwracano również uwagę na prestiż zawodu dziennikarza. Rzadziej z kolei wskazywano na takie aspekty pracy dziennikarza, jak: możliwość krytyki i walki z niedociągnięciami oraz możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach. W niewielkim natomiast stopniu zmienił się w badanym przez Bajkę okresie stosunek dziennikarzy do możliwości przekazywania innym swojej wiedzy – zarówno pod koniec lat 70., jak jedną i dwie dekady później kwestia była istotna dla mniej niż 10% badanych dziennikarzy (Bajka 2000, s. 53).

Warto podkreślić, że wskazane wyżej tendencje były widoczne już na początku lat 90., zaś kolejna dekada tylko pogłębiła zmianę postaw dziennikarzy. Wyniki badań z okresu transformacji ustrojowej (1990) ukazują także ówczesną mniejszą wiarę w możliwość wpływania na świadomość, nastroje i opinie ludzi oraz szansę wypowiadania swoich opinii. W kontekście przemian politycznych i społecznych takie odczucie wśród dziennikarzy może zaskakiwać: można byłoby się bowiem spodziewać większego poczucia wolności, autonomii i wpływu na otoczenie. Tymczasem, jak pisał w 1991 roku Bajka, na postawy dziennikarzy i ich opinie o własnym zawodzie wpływ miało wówczas wiele różnych czynników, w tym „istniejące wciąż podziały w środowisku oraz – co istotniejsze – instrumentalne wykorzystywanie dziennikarzy przez różne grupy nacisku oraz zależność dziennikarzy od różnych sił politycznych” (Bajka 1991, s. 156).

Co prawda, łącznie 95% ankietowanych w 1990 roku dziennikarzy uważało, że w Polsce zapanowała wolność prasy, niemniej jedynie nieco ponad 15% sądziło, że jest to wolność całkowita. Wśród czynników zagrażających wolności prasy dziennikarze na początku dekady lat 90. wymieniali między innymi czynniki państwowe i polityczne (25% wskazań), dysponentów (wydawcę, sponsora, kierownictwo redakcji – 22%), czy też postawy samych dziennikarzy (autocenzura i samoograniczenie się wobec groźby utraty pracy oraz niechęć do wygłaszania własnych sądów – 20%) (Bajka 1991, s. 156).

W roku 2000 dziennikarze w większym stopniu niż dekadę wcześniej odczuwali, że mają możliwość wypowiadania własnych opinii oraz krytyki i walki z niedociągnięciami, lecz jedynie 7% badanych przekonanych było wówczas, iż dziennikarze „zawsze piszą i mówią to, co myślą”, podczas gdy 93% sądziło, że dziennikarze „przeważnie wyrażają własne poglądy, ale zdarza się, że muszą promować poglądy innych – sprzeczne całkowicie lub częściowo z własnymi” (Bajka 2000, s. 55). Zmieniły się także istotnie wskazywane przez dziennikarzy źródła ograniczeń w swobodzie wyrażania własnego zdania: najczęściej wskazywani byli właściciele mediów, szefowie redakcji lub bezpośredni przełożeni (42% wskazań) oraz cenzura wewnątrzredakcyjna (19%). Znacznie rzadziej niż

10 lat wcześniej dziennikarze deklarowali odczuwanie (lub obawy) nacisków ze strony czynników politycznych (8%).

Na podstawie wspomnianych wyżej badań i własnych analiz środowiska dziennikarzy Pisarek wyróżnił w połowie lat 90. trzy główne role (czy też postawy) dziennikarzy: bojowników, dyskdzokejów oraz rzemieślników (Pisarek 1998). Bojowników wyróżnia zaangażowanie w wybraną przez siebie „słuszną sprawę”, a zatem wyraźnie określony światopogląd i orientacja polityczna (prawica antykomunistyczna lub – wprost przeciwnie – zwolennicy orientacji postkomunistycznej). Dyskdzokeje koncentrują się na rozrywkowej roli mediów (*infotainment*) i dostarczaniu przekazów, które mogą wzbudzić zainteresowanie szerokich grup odbiorczych (orientacja rynkowa). Wreszcie do trzeciej kategorii Pisarek zaliczał dziennikarzy kierujących się poczuciem odpowiedzialności i zasadami etyki zawodowej. Z kolei Bajka przywoływał w 2000 roku jeszcze trzy inne role: dziennikarzy śledczych (monitorowanie działań elit politycznych i gospodarczych), tzw. kelnerów (rozpowszechnianie informacji bez własnych komentarzy, bez refleksji, bez zmian) oraz zbieraczy informacji (infobrokerów). Warto przy tym zaznaczyć, iż część z tych ról realizowana była przez określone pokolenia dziennikarzy: o ile wśród bojowników i rzemieślników dominowali starsi dziennikarze, o tyle młodzi częściej wpisywali się w model dyskdzokejów (Bajka 2000, s. 58–60).

Ocena ważności aspektów pracy dziennikarza w pierwszej dekadzie XXI wieku

Badania zrealizowane niemal dekadę później w ramach międzynarodowego projektu „The Global Journalist in the 21st Century”, dotyczące – między innymi – istotności różnych aspektów pracy dziennikarskiej, również ukazały szereg różnic i podobieństw pomiędzy najmłodszym pokoleniem dziennikarzy a starszymi, bardziej doświadczonymi pracownikami mediów (zob. tabela 2).

Tabela 2. Wiek a ważność poszczególnych aspektów pracy dziennikarza (% odpowiedzi „bardzo ważne”)

	Badanie wśród dziennikarzy (2009)					
	20–24	25–30	31–40	41–50	51–60	61 – więcej
Wynagrodzenie	50	64	70,5	61,5	76,3	44,4
Premie, dodatki	50	45,3	37,5	36,5	36,8	22,2
Polityka redakcyjna	45,5	47,7	62,5	53,8	63,2	77,8

Bezpieczeństwo zatrudnienia	68,2	60,5	57,1	61,5	63,2	55,6
Perspektywa rozwoju	95,5	88,4	82,1	73,1	52,6	55,6
Poziom autonomii	81,8	82,6	87,5	84,6	89,5	100
Perspektywa awansu	54,5	50	30,4	28,8	18,4	11,1
Możliwość pomagania ludziom	63,6	68,6	58	61,5	71,1	100
Możliwość kształtowania opinii publicznej	59,1	58,1	56,3	57,7	60,5	77,8

Źródło: Stępińska, Ossowski 2011c, s. 56.

Dla najmłodszego pokolenia kluczowe były takie aspekty, jak premie i dodatki, bezpieczeństwo zatrudnienia, perspektywa rozwoju oraz perspektywa awansu. W innych grupach wiekowych do tych spraw przywiązywano dużo mniejszą wagę. Wraz z upływem lat i nabywaniem doświadczenia zawodowego ważniejsze stają się dla dziennikarzy takie kwestie, jak polityka redakcyjna czy poziom autonomii. Aspekty „społeczne” zawodu, takie jak możliwość kształtowania opinii publicznej oraz możliwość pomagania innym ludziom, wydają się natomiast najważniejsze dla dziennikarzy po 50. roku życia.

Najmłodsi dziennikarze, których pozycja zawodowa nie jest jeszcze stabilna (krótki staż pracy, brak stałego zatrudnienia), skoncentrowani byli głównie na karierze zawodowej i niewielką wagę przywiązywali do jakichkolwiek pozamaterialnych aspektów swojej pracy. Starsi – w wieku od 30 do 50 lat i powyżej, których staż pracy wynosił co najmniej 10–15 lat, mieli zwykle znacznie bardziej ustabilizowaną sytuację zawodową. Dla tej kategorii wiekowej priorytetem staje się wolność w doborze poruszanych tematów oraz polityka redakcyjna. Wynika to zapewne z faktu, iż dzięki swojemu zawodowemu doświadczeniu lepiej rozumieją mechanizmy działające w świecie mediów oraz podejmują bardziej złożone i kontrowersyjne problemy. Wreszcie grupę najstarszych ankietowanych dziennikarzy (powyżej 60. roku życia) wyróżniało dodatkowo przywiązywanie wagi do możliwości pomagania ludziom i oddziaływania na odbiorców.

Najmłodszych i najstarszych dziennikarzy łączyły także przekonania dotyczące ról, które media powinny odgrywać, w szczególności zaś wiara w możliwości mediów w zakresie kulturalnego i intelektualnego rozwoju społeczeństwa oraz realizacji innych „społecznych” zadań (wskazywanie rozwiązań problemów społecznych oraz umożliwianie „zwykłym ludziom” wyrażania opinii). Jednocześnie to w tych właśnie grupach około 90% ankietowanych wskazało, że szybkie do-

starczenie informacji odbiorcom jest bardzo ważnym zadaniem mediów. Wreszcie – obie te grupy przywiązywały mniejszą (niż pozostałe grupy) wagę do śledzenia działalności rządu, dostarczania wyjaśnień i analiz złożonych problemów oraz zachowania dystansu wobec władzy.

Tym, co zaś istotnie różniło najmłodszych i najstarszych dziennikarzy, była ocena ważności dostarczania wyjaśnień i analiz zagadnień międzynarodowych (odpowiednio: 40,9% i 66,7%). Przyczyną, dla której najstarsi dziennikarze uważali to zadanie za bardzo ważne, może być fakt, iż z uwagi na swoje doświadczenie i wiedzę pełnią dziś oni niejednokrotnie rolę komentatorów i publicystów, nie zaś reporterów, czy researcherów (w których to rolach zwykle debiutują młodzi adepci dziennikarstwa) (Stępińska, Ossowski 2011c, s. 43–62).

Odpowiedzi, udzielane przez dziennikarzy także na inne pytania ankietowe zawarte w tym badaniu, prowadzą do wniosku o istnieniu głębszych różnic pokoleniowych, wynikających nie tylko z wieku, ale uwarunkowanych również momentem, w którym badani dziennikarze wkraczali do zawodu. Analiza wpływu stażu pracy i doświadczenia zawodowego na postawy dziennikarzy pozwoliła na wskazanie różnic pomiędzy pokoleniem sprzed transformacji ustrojowej (a zatem tych, którzy pracowali w zawodzie już przed końcem lat 80.), z okresu transformacji (dziennikarze, którzy podjęli pracę we wczesnych latach 90.) oraz najmłodszym pokoleniem, wkraczającym na rynek pracy po roku 2000 (Stępińska, Ossowski 2011c; Stępińska, Głowacki 2014).

Do czynników, które również miały wpływ na sposób udzielania odpowiedzi na pytania o motywacje i role mediów, należały też: wykształcenie zawodowe (dziennikarze posiadający formalne wykształcenie dziennikarskie przykładają większą wagę do szybkiego dostarczania informacji odbiorcom, śledzenia działalności rządu i bieżącego analizowania i komentowania polityki wewnętrznej niż osoby, które nie ukończyły specjalistycznych studiów dziennikarskich) (Stępińska, Ossowski 2011c, s. 60) oraz pełniona w organizacji medialnej funkcja (na szybkie dostarczanie informacji i umożliwianie zwykłym ludziom wyrażania opinii kładą nacisk głównie dziennikarze, podczas gdy dostarczanie wyjaśnień i analiz, zachowanie dystansu w stosunku do władzy oraz ustanawianie agendy wskazywane było najczęściej przez redaktorów naczelnych) (Stępińska, Ossowski 2010b, s. 58–65).

Porównanie wyników z 2009 z danymi uzyskanymi w 2012 roku przez badaczy realizujących projekt „Journalism in change. Journalistic culture in Russia, Poland and Sweden” potwierdza wcześniejsze obserwacje. Tabela 3 zawiera procentowy rozkład odpowiedzi udzielanych przez dziennikarzy w obu wspomnianych wyżej badaniach. Przy analizie porównawczej konieczne jest uwzględnienie trzech różnic metodologicznych pomiędzy tymi dwoma badaniami. Po pierwsze, w projekcie „Journalism in change [...]” respondenci mogli wybierać odpowiedzi z pięciostopniowej skali, od „zdecydowanie nieważne” do „bardzo ważne”. Na potrzeby niniejszego porównania zsumowano procentową liczbę wskazań odpowiedzi „zdecydowanie nieważne” i „nieważne” oraz „ważne” i „bardzo ważne”.

Po drugie, w badaniu z 2012 roku kategoria pośrednia brzmiała „ani ważne, ani nieważne”, zaś w badaniu z 2009 roku „średnio ważne”. Przyjmujemy jednak, że bez względu na brzmienie jest to kategoria pozwalająca wyrazić najbardziej neutralne oceny i opinie. Po trzecie, w badaniu tym dostępna była także opcja odpowiedzi „nie wiem”, która w powyższym zestawieniu nie została uwzględniona, stąd liczby nie sumują się do 100 (w badaniu z 2009 roku nie było takiej opcji odpowiedzi).

Natomiast, co najważniejsze, w obu przywołanych badaniach zastosowane zostały podobne kryteria doboru respondentów. Zarówno badanie z 2009, jak i 2012 roku przeprowadzone zostało na dziennikarzach pracujących dla różnych typów mediów ogólnokrajowych (prasa drukowana, radio, telewizja, agencje informacyjne, media online) bez względu na formę zatrudnienia. Wśród ankietowanych znaleźli się zatem zarówno doświadczeni dziennikarze z długim stażem pracy i pracujący na podstawie umowy o pracę, jak i młodzi – stażyści lub dziennikarze zatrudnieni na podstawie innych umów cywilnoprawnych, a także *freelance-rzy*. W obu badaniach punktem wyjścia była baza organizacji medialnych zawarta w „Almanachu Mediów i Reklamy” (odpowiednio z 2008/2009 i 2011/2012 roku), a do konstrukcji składu próby zastosowana została metoda kwotowa. Wreszcie – sama treść pytania o ważność aspektów zawodu dziennikarza była bardzo zbliżona.

Tabela 3. Ważność aspektów zawodu dziennikarza w roku 2009 i 2012 (% odpowiedzi)

Aspekt zawodu dziennikarza	Bardzo ważne		Średnio ważne		Niezbędne	
	2009	2012	2009	2012	2009	2012
Poziom niezależności (autonomii)	86,2	83,0	13,5	10,0	0,3	3,0
Możliwość rozwoju umiejętności zawodowych	80,2	85,0	16,4	7,0	3,4	4,0
Zarobki	66,7	74,0	29,9	12,0	3,4	8,0
Możliwość pomagania innym	66,0	74,0	29,6	15,0	4,4	6,0
Bezpieczeństwo zatrudnienia	61,0	63,0	30,5	15,0	8,5	12,0
Polityka redakcyjna	59,5	65,0	36,0	15,0	4,5	12,0
Możliwość wpływu na opinię publiczną	58,3	59,0	35,3	21,0	6,4	11,0
Premie, dodatki	41,4	42,0	45,5	19,0	13,1	27,0
Możliwość awansu	35,9	72,0	46,6	16,0	17,5	6,0

Źródło: Stępińska, Ossowski, Pokrzycka, Nowak 2012, s. 263–264; Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel 2013, s. 18.

Warto zwrócić uwagę, iż część wyników wyraźnie się potwierdziła – najwyższe liczby wskazań odpowiedzi „bardzo ważne” znaleźć można w przypadku poziomu niezależności (autonomii) zawodowej oraz możliwości rozwoju umiejętności zawodowych (powyżej 80% wskazań). Bardzo ważne lub ważne są (powyżej 60% wskazań) dla polskich dziennikarzy także inne motywacje indywidualistyczne: zarobki i bezpieczeństwo zatrudnienia, a jednocześnie możliwość pomagania innym (motywacje altruistyczne). W kilku przypadkach istotne różnice w liczbach wynikają między innymi z opisanego wyżej zabiegu zastosowanego przy prezentacji danych: w 2012 roku szansę na rozwój kariery w dziennikarstwie, rozumianej jako swoisty awans, wskazywało jako bardzo ważny aspekt pracy 43% respondentów (w 2009: blisko 36%), podczas gdy jako ważny – 29%.

Dane te wskazują postępującą tendencję do koncentrowania się dziennikarzy na sprawach zawodowych i finansowych (w 2012 roku ponad 80% badanych wskazało dodatkowo atmosferę w pracy jako ważny lub bardzo ważny element pracy), zaś w nieco mniejszym stopniu na aspektach społecznych (np. wpływ na opinię publiczną). Wyjątek stanowi kwestia pomagania innym – aspekt, który w latach 1979–2000 tracił na znaczeniu (zob. tabela 1), współcześnie wskazywany jest przez zdecydowaną większość badanych jako ważny lub bardzo ważny komponent zawodu dziennikarza.

Jednocześnie w ostatniej dekadzie wzrosło przekonanie dziennikarzy o ich niezależności w zakresie podejmowania tematów: w 2009 roku 45,2% ankietowanych twierdziło, że ich autonomia jest praktycznie całkowita (w szczególności dziennikarze pracujący dla tygodników i agencji informacyjnych mieli takie poczucie) (Stępińska, Ossowski, Pokrzycka, Nowak 2012, s. 263), zaś w 2012 roku 58% ankietowanych deklarowało, że prawie zawsze realizuje zaproponowane przez siebie tematy, a 75% wskazało, że najważniejszym czynnikiem wpływającym na selekcję tematów są ich własne zainteresowania (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel 2013, s. 19). W porównaniu z wcześniejszymi dekadami zmalał – w przekonaniu dziennikarzy – wpływ czynników politycznych, zaś wzrósł wpływ czynników ekonomicznych (reklamodawców oraz właścicieli mediów) (Dobek-Ostrowska, Barczyszyn, Michel 2013, s. 20). Wzrastająca świadomość znaczenia wpływu różnych czynników na pracę dziennikarzy może oddziaływać na wspomnianą wcześniej ocenę poszczególnych aspektów pracy (brak poczucia bezpieczeństwa zatrudnienia może się przekładać na motywacje indywidualistyczne wśród dziennikarzy, zwłaszcza u młodych adeptów zawodu).

Poczucie większej autonomii przełożyło się w pewnym stopniu na postrzeganie zadań, ról i obowiązków mediów i dziennikarzy przez przedstawicieli tego środowiska. W 2009 roku do kluczowych zadań mediów dziennikarze polscy zaliczali: szybkie przekazywanie informacji (81,7%), monitorowanie sfery publicznej i zachowanie sceptycznej postawy wobec elit politycznych (74,6%), rozwijanie społeczeństwa pod względem intelektualnym i kulturowym (74,2%), prowadzenie analizy i dostarczanie interpretacji opisywanych zdarzeń (65,4%) oraz wskazywanie rozwiązań problemów (63,6%) (Stępińska, Ossowski, Pokrzycka,

Nowak 2012, s. 264). W 2012 roku ponad 90% badanych uważało, że dziennikarze powinni: przedstawiać różne opinie, prezentować informacje obiektywnie, krytykować niesprawiedliwości oraz zachować niezależność od określonych interesów. Inne funkcje wskazywane były przez odpowiednio mniejszą grupę badanych: edukacja obywateli (86%), mobilizowanie ludzi do działania (76%), czy też wpływanie na opinię publiczną (57%) (Dobek-Ostrowska, Barcyszyn, Michel 2013, s. 19).

Zestawienie motywacji wykonywania zawodu z oczekiwaniami w zakresie pełnienia funkcji i odgrywania ról przez media i dziennikarzy pozwala sformułować wnioski dotyczący deklarowanego przez przedstawicieli organizacji medialnych współczesnego modelu polskiego dziennikarstwa (tzw. *role perception*): nastawionego przede wszystkim na przekaz informacji i przedstawianie szerokiego spektrum poglądów oraz kontrolowanie elit, zaś dopiero w dalszej kolejności podejmującego się aktywizowania i edukowania obywateli. Odrębnych badań wymaga określenie ról faktycznie pełnionych przez dziennikarzy (tzw. *role performance* zbadać można m.in. przez analizę zawartości przekazów medialnych).

Motywacje wyboru kierunku studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Zaobserwowane wcześniej różnice pomiędzy deklaracjami i postawami poszczególnych pokoleń dziennikarzy polskich stanowiły dodatkowy bodziec do zrealizowania kolejnego etapu projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe”, czyli badania ankietowego wśród studentów. W Polsce zostało ono przeprowadzone na sześciu uczelniach publicznych (Uniwersytecie Warszawskim, Wrocławskim, Śląskim, Jagiellońskim, UAM w Poznaniu oraz UMCS w Lublinie) oraz jednej niepublicznej (w Dolnośląskiej Szkole Wyższej we Wrocławiu). Uczelnie wybrane zostały na podstawie dwóch kryteriów: liczby studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zróżnicowania położenia geograficznego uczelni (różne miasta z różnych regionów kraju).

Wielkość próby badawczej określona została na podstawie trzech parametrów: liczebności populacji, poziomu ufności (95%) oraz poziomu akceptowanego błędu statystycznego (4%). Z danych GUS z 2013 roku wynikało, iż w Polsce na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (lub zbliżony) studiowało wówczas 21 tysięcy osób (GUS 2013). Minimalna próba dla wskazanych wyżej parametrów wynosiła zatem 584 respondentów (obliczenie przeprowadzone zostało z wykorzystaniem systemu dostępnego na: <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>). Jako metodę określania próby przyjęto proporcjonalne losowanie warstwowe. Łącznie ankietę wypełniło 602 studentów.

Jedno z pytań zadanych potencjalnym przyszłym adeptom dziennikarstwa dotyczyło motywów, jakimi studenci kierowali się przy wyborze studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Analiza odpowiedzi na to pyta-

nie pozwala scharakteryzować obecne zapatrywania na zawód dziennikarza tych osób, które w niedalekiej przyszłości zamierzają do tego środowiska zawodowego dołączyć (tabela 4), oraz zestawić je z odpowiedziami udzielanymi przez dziennikarzy.

Mianowicie z punktu widzenia studentów kluczowe wydają się być takie kwestie, jak: możliwość wykazania się kreatywnością (57,3% wskazań odpowiedzi „niezwykle ważne”), możliwość wykorzystania swojego talentu (51,3%) oraz możliwość spotkania różnych ludzi (47,7%). Ważna jest także niezależność (39,4%), brak rutyny w życiu (33,3%), przyjemność z pisania (34,8%) oraz zarobki (30,5%). Osoby wybierające ten kierunek studiów na pierwszym planie stawiają więc własne zainteresowania i jednostkowe potrzeby (choć deklarują jednocześnie, że nie zależy im na sławie).

Dopiero na drugim planie znajduje się wymiar społeczny, np. możliwość pomagania ludziom (33,3% wskazań odpowiedzi „niezwykle ważne”), zaś możliwość walki z niesprawiedliwością (23% wskazań odpowiedzi „bardzo ważne”) czy też możliwość wpływu na bieżące sprawy (17% wskazań odpowiedzi „bardzo ważne”) dla adeptów dziennikarstwa wydają się mniej ważne. A zatem motywacje indywidualistyczne są wśród studentów silniejsze niż altruistyczne.

Tabela 4. Motywy wyboru kierunku studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna (% odpowiedzi)

	Niezwykle ważne	Bardzo ważne	Całkiem ważne	Mało ważne	Zupełnie nieważne
Możliwość podróżowania	21,6	27,9	29,2	14,9	6,4
Sława	5,2	12,0	28,6	30,6	23,5
Pomoc w budowaniu narodu	11,3	21,2	29,1	22,5	15,9
Brak rutyny w życiu	33,3	37,4	21,1	5,4	2,7
Możliwość wpływu na bieżące sprawy	17,0	37,0	30,5	11,2	4,3
Praca na rzecz wolności i demokracji	11,5	24,9	31,8	21,5	10,3
Przyjemność z pisania	34,8	27,8	21,7	10,3	5,4
Możliwość pomagania ludziom	33,3	30,7	23,1	8,0	4,9
Zarobki	30,5	37,9	22,4	6,4	2,7
Możliwość kontroli ośrodków władzy	9,6	17,7	33,6	23,8	15,3
Bezpieczeństwo pracy	13,7	24,8	31,9	19,9	9,8
Niezależność	39,4	41,5	14,9	2,5	1,7

Możliwość walki z niesprawiedliwością	23,0	29,9	27,9	11,4	7,9
Możliwość wykorzystania swojego talentu	51,3	36,3	8,9	3,0	0,5
Możliwość wykazania się kreatywnością	57,3	31,4	8,1	2,7	0,5
Prestiż zawodu dziennikarza	15,7	24,3	28,2	17,2	14,5
Możliwość spotkania różnych ludzi	47,7	33,5	12,2	5,1	1,5
Intensywne życie	33,1	28,0	24,2	10,8	3,9
Możliwość pomagania ośrodkowi władzy w realizacji swoich celów	5,1	12,3	28,2	26,5	27,9

Źródło: Projekt „Journalistic Role Performance Around the Globe” (2014).

Warto zauważyć, że w niewielkim stopniu są oni zainteresowani kontrolą ośrodków władzy, pracą na rzecz wolności i demokracji, pomocą w budowaniu narodu, a nawet prestiżem zawodu dziennikarza. Nie zamierzają także – w większości – podejmować pracy w zawodzie dziennikarza, by pomagać władzy w realizacji swoich celów. Studenci zachowują wyraźny dystans wobec czynników politycznych i kwestii dotyczących ośrodka władzy, elit gospodarczych czy też instytucji publicznych (jako bardzo ważne lub niezwykle ważne działania mediów w tym zakresie wskazało mniej niż 50% badanych). Jedynie opozycja wobec rządu uznana została przez blisko 70% ankietowanych za jedną z kluczowych ról (czy też postaw) dziennikarzy.

Studenci uważają natomiast, że dziennikarze powinni przede wszystkim relacjonować wydarzenia takimi, jakimi są, edukować obywateli, przedstawiać opinie ludzi, dostarczać interpretacji prezentowanych zdarzeń i zjawisk oraz promować tolerancję (wskaźniki powyżej 70% odpowiedzi – łącznie „bardzo ważne” i „niezwykle ważne”).

Podsumowanie

Analiza wyników badań empirycznych przeprowadzonych wśród polskich dziennikarzy w ostatnich czterech dekadach oraz wśród potencjalnych adeptów dziennikarstwa ukazuje zależność pomiędzy zmianami motywacji wykonywania zawodu oraz oczekiwaniami wobec mediów w zakresie funkcji, jakie mają one pełnić. Kolejne pokolenia dziennikarzy (a także adeptów dziennikarstwa) koncentrują się przede wszystkim na swoich zainteresowaniach oraz indywidual-

alistycznych potrzebach, a jednocześnie uważają, że główną rolą mediów jest szybkie dostarczanie informacji odbiorcom (obywatelom) oraz monitorowanie działań podejmowanych przez elity. Niemniej jednak rola dziennikarzy nie ma się sprowadzać wyłącznie do opisu rzeczywistości – powinni oni również analizować i interpretować ukazywane zdarzenia i zjawiska, a także pomagać ludziom. Jednocześnie coraz mniejsza grupa dziennikarzy – w porównaniu z wcześniejszymi pokoleniami – sądzi, że media mogą i powinny kształtować opinię ludzi.

Badania prowadzone w dwóch pierwszych dekadach XXI wieku potwierdzają spostrzeżenia poczynione przez Bajkę, który wykazywał w 2000 roku „większy realizm dziennikarzy, mniej posłannictwa, możliwości realizacji szczytnych ideałów”, a więcej „pragmatyzmu” (s. 53) niż we wcześniejszych dekadach. W badaniach z końca XX wieku wyraźne były przy tym różnice pomiędzy najmłodszymi dziennikarzami („idealisci”) oraz starszymi, którzy – w odczuciu Bajki – „dość często pozbawieni są złudzeń” (Bajka 2000, s. 53). Późniejsze badania prowadzą do wniosku, że dziennikarze starszego pokolenia, mając większe doświadczenie, są bardziej świadomi istnienia różnych potrzeb społecznych, możliwości odpowiadania na nie przez dziennikarzy, jak i ograniczeń w tym zakresie. Natomiast młodzi adepci dziennikarstwa dostrzegają głównie potrzeby własnego pokolenia w zakresie zdobywania informacji. Podstawowe pytanie, które wyznacza cel kolejnym badaniom nad polskimi dziennikarzami, brzmi zatem: czy obecni młodzi dziennikarze z czasem zmieniają swoje zapatrywania na zadania mediów i podejmują się innych ról, czy też wyniki współczesnych badań zapowiadają istotną zmianę modelu dziennikarstwa w Polsce?

Bibliografia

- Bajka Z. (1991). Dziennikarze (1981–1990). Komunikowanie masowe w Polsce – lata osiemdziesiąte. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 149–159.
- Bajka Z. (2000). Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 42–63.
- Barańska M. (2011). Dylematy współczesnego dziennikarza/dziennikarstwa: wybrane zagadnienia. *Przegląd Politologiczny*, nr 4, s. 155–192.
- Barczyszyn P., Głowacki M., Michel A. (2011). Projekt 7. Ramowego Programu Komisji Europejskiej (2010–2013) we Wrocławiu. Odpowiedzialność i przejrzystość mediów w Europie: MediaAcT. *Studia Medioznawcze*, nr 2, s. 129–134.
- Chorążki W. (1994). Obraz niezależnej prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku. Kraków: Instytut na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej.
- Curry J.L. (1981). Polish Journalists in the Policy – Making Process. W: M. Simon, R. Kanet (red.). *Background to Crisis: Policy and Politics in Gierek’s Poland* (s. 177–198). Boulder: Westview Press.
- Curry J.L. (1990). *Poland’s Journalists Professionalism and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dobek-Ostrowska B., Barczyszyn P., Michel A. (2013). Zmiana w dziennikarstwie. Kultura zawodowa polskich dziennikarzy (badania ilościowe). *Studia Medioznawcze*, nr 1, s. 11–28.
- Gierula M. (2005). *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i funkcjonowanie*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

- Gierula M. (2006). Dziennikarze współczesnej prasy lokalnej. W: S. Michalczyk (red.). Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medioznawcze (s. 76–90). Sosnowiec: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu.
- Głowacki M. (2013). Dziennikarze polscy w świetle studiów porównawczych systemów odpowiedzialności mediów w Europie. *Studia Medioznawcze*, nr 1(52), s. 29–44.
- GUS (2013). Szkolnictwo wyższe w Polsce. Główny Urząd Statystyczny [https://www.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2013_07/0695136d37bd577c8ab03acc5c59a1f6.pdf; 12.03.2014].
- Jachimowski M. (2006). Regiony periodycznej komunikacji medialnej. Studium prasoznawczo-politologiczne o demokratyzacji komunikacji medialnej. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kononiuk T. (1996). Zawodowstwo w dziennikarstwie – wyzwania XXI wieku. *Studia Medioznawcze*, nr 3, s. 15–22.
- Mocek S. (2006). *Dziennikarze po komunizmie. Elita mediów w świetle badań społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Oleńdzki J. (1998). Polish journalists: Professionals or not? W: D.H. Weaver (red.). *The Global Journalist. News People around the World* (s. 257–276). Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
- Pepliński W. (2001). Zmiany w modelu funkcjonowania zawodu dziennikarskiego po 1989 r. (na przykładzie gdańskiego środowiska prasowego). *Studia Medioznawcze*, nr 3, s. 47–60.
- Pisarek W. (1995). Kwalifikacje dziennikarzy polskich w opinii redaktorów naczelnych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 153–163.
- Pisarek W. (1998). À la recherche des journalistes polonais. W: K. Feigelson, N. Pelissier (red.). *Telerevolutions Culturelles: Chine, Europe Centrale, Russie*. Paris: L'Harmattan.
- Pokrzycka L. (2008). Problemy lokalnego dziennikarstwa – analiza na przykładzie rynku prasowego Lubelszczyzny. W: L. Pokrzycka i B. Romiszewska (red.). *Oblicza polskich mediów po 1989 roku* (s. 205–212). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Stępińska A., Głowacki M. (2014). Professional roles, context factors and responsibility across generations of Polish journalists. W: M. Głowacki, E. Lauk, A. Balcytiene (red.). *Journalism That Matters. Views from Central and Eastern Europe* (s. 79–96). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Stępińska A., Ossowski S. (2010a). Polski dziennikarz – niezależny altruista? W: W. Machura (red.). *Etyka w mediach, vol. 5: Nowe media – stare idee* (s. 35–46). Poznań–Opole: Wydawnictwo Naukowe Scriptorium.
- Stępińska A., Ossowski S. (2010b). Dziennikarze polscy – między mitem „czwartej władzy” a świadomością misji. W: R. Kowalczyk, W. Machura (red.). *Media – czwarta władza?* (s. 55–66). Poznań–Opole: Wydawnictwo Naukowe Scriptorium.
- Stępińska A., Ossowski S. (2011a). Społeczne oczekiwania a autostereotyp dziennikarzy polskich w XXI wieku. W: B. Pająk-Patkowska (red.). *Stereotypy w obszarze społecznym i politycznym* (s. 33–46). Poznań: Wydawnictwo Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM.
- Stępińska A., Ossowski S. (2011b). Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe. *Studia Medioznawcze*, nr 1, s. 17–30.
- Stępińska A., Ossowski S. (2011c). Kariera, kontrola, służba społeczna – postawy różnych pokoleń polskich dziennikarzy. W: I. Hoffman (red.). *Studia nad dziennikarstwem* (s. 43–62). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Stępińska A., Ossowski S. (2012). Three generations of Polish journalists: Professional roles and identities. *Journalism Studies*, nr 5–6, s. 857–867.
- Stępińska A., Ossowski S., Pokrzycka L., Nowak J. (2012). The journalists and journalism of Poland. W: D.H. Weaver, L. Willnat (red.). *The Global Journalist in the 21st Century* (s. 255–266). New York–London: Routledge.

Szot L. (2010). Main professional dilemma of journalists in Poland. W: B. Dobek-Ostrowska (red.). *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives* (s. 209–230). Budapest: CEU Press.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest metaanaliza wyników badań empirycznych prowadzonych wśród polskich dziennikarzy od lat 70. oraz ukazanie kierunków zmian, jakie w tym środowisku zachodziły w ostatnich czterech dekadach. Porównanie wyników badań z czterech ostatnich dekad prowadzi do wniosku, że wraz ze zmianami polityczno-społecznymi w Polsce na plan pierwszy wśród motywów wyboru zawodu dziennikarskiego przez polskich dziennikarzy wysunęły się motywacje indywidualistyczne, zaś straciły na znaczeniu motywacje altruistyczne. Ponadto zestawienie danych dotyczących motywacji do wykonywania zawodu z oczekiwaniami w zakresie pełnienia funkcji i odgrywania ról przez media i dziennikarzy pozwala na odtworzenie deklarowanego przez przedstawicieli organizacji medialnych współczesnego modelu polskiego dziennikarstwa (tzw. *role perception*): nastawionego przede wszystkim na przekaz informacji i przedstawianie szerokiego spektrum poglądów oraz kontrolowanie elit, zaś dopiero w dalszej kolejności podejmującego się aktywizowania lub edukowania obywateli.

Słowa kluczowe: dziennikarze, Polska, motywacje, role zawodowe, zmiany