

Zbigniew Kosiorowski

Kształcenie adeptów dziennikarstwa w zakresie kształtowania postaw etycznych

Edukacja Humanistyczna nr 1 (24), 127-138

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Zbigniew Kosiorowski

Wyższa Szkoła Humanistyczna TWP
w Szczecinie

KSZTAŁCENIE ADEPTÓW DZIENNIKARSTWA W ZAKRESIE KSZTAŁTOWANIA POSTAW ETYCZNYCH

Stan polskiego dziennikarstwa

Opisując *stan polskiego ducha* w otaczającej go rzeczywistości, gdy *władza toleruje skorumpowanych urzędników, działaczy partyjnych, aferzystów w gospodarce, surowo jedynie karząc małych, nieudanych kombinatorów*¹ – Marek Nowakowski dowodził, że to widoczne, wszechogarniające, choć niepisane przyzwolenie na egoizm i życie bez moralnych barier w realizowanym modelu (w którym skomercjalizowane lub upartyjnione media preferują konsumpcyjne style zachowań; płaskie, bezduszne i pozbawione etycznych wartości), uzasadniają tak pesymistyczny obraz społeczeństwa ogołoconego z wyższych aspiracji, cynicznego i bezideowego. I choć wyraził nadzieję, że *naród nie da się uspić* i odzyska *duchową potencję*, stan, w którym się znaleźliśmy, nazywa *zapadliskiem*.

Pytanie, na ile przywołany obraz poddaje się wymogom naukowej obiektywizacji pozostawmy otwarte. Użyta przez pisarza metaforyka nie musi się poddawać metodologii badań, a jego przemyślenia konkretyzujemy na innym poziomie interpretacji. Odnosimy je do sfery odczuć, emocji, tych jednak weryfikowalnych w życiu społecznym i wyrażanych nie tylko w badaniach opinii – sondażach czy też rankingach poparcia, popularności, odrzucenia.

Zarówno przytoczona, jak i inne publikacje prasowe, stanowią ważną charakterystykę tła społecznego tej rzeczywistości, w której przyjęliśmy na siebie obowiązek kształcenia adeptów sztuki dziennikarskiej; kandydatów na dziennikarzy mediów masowych, uznawanych za coraz mniej moralne; mediów, w których nieustannie naruszane są zasady etyki zawodu, sytuowanego wcześniej w kręgu misji, służby społecznej.

Przyjmijmy, że etyczne paradygmaty dziennikarstwa, skatalogowane w zasadach etyki dziennikarskiej – w karcie etycznej mediów, traktować będziemy jako zestaw wymogów i kryteriów absolutnych. Wówczas skala ich lekceważenia, pomijania stanie się przykładem działań bądź zaniechań nieetycznych.

Przed próbą wybiórczej (z konieczności) rekonstrukcji stanu kondycji polskiego dziennikarstwa w ocenie niektórych jego przedstawicieli, autor musi podkreślić, że nie

¹ M. Nowakowski, *Stan polskiego ducha*, „Rzeczpospolita” z 10–11.11.2009, s. A14.

zetknął się w dostępnych mu publikacjach – w tak zwanych pismach opinii² – z niezgodą na tak wyraziście i krytycznie rysowaną listą grzechów głównych. Nie przesądza to o jej bezwzględnej trafności, ale uzasadnia podjęty wątek rozważań.

Bo, jeśli rację miał Jacek Żakowski, dowodząc, że w publicznej debacie gwałtownie *rośnie przewaga emocji nad meritum, a jakościowe dziennikarstwo zanika, kiedy go wyjątkowo potrzeba*³, gdyż *siły rynku zwróciły się chwilowo przeciwko medialnej jakości* i pożerają to jakościowe dziennikarstwo...

Jeśli Krzysztof Koehler, wypowiadający się na łamach „Tygodnika Powszechnego” w podobnym duchu⁴, słusznie przeciwstawiał się *antykturalnemu wariantowi aroganckiej doktryny liberalnej*, który w odniesieniu do TVP SA miałaby skutkować rezygnacją z najcenniejszych dla świadomości społecznej programów i wyrzuceniem „misji za burtę”, by w uwolnione miejsce wprowadzić rozrywkę na miarę skrojonych wedle tabloidów gustów...

Jeśli nie mylił się Piotr Skwieciński, argumentując, że to *nienawiść tabloidyzuje*⁵, a w Polsce, jego zdaniem, proces tabloidyzacji mediów jest zaawansowany bardziej niż na przykład we Francji...

Jeśli diagnozę Piotra Legutki, przedstawioną na łamach „Rzeczpospolitej”, że to politycy organizują nam debaty publiczne jako preparowane *widowiska pod dyktando rozrywkowych mediów*⁶ uznać za w pełni dowiedzioną...

Jeśli wnioski Wojciecha Mazowieckiego – który w „Gazecie Wyborczej” stwierdził: *gdy opadły kurz i podniecenie, widać, że przegranym ostatnich „afer” jest także polskie dziennikarstwo*⁷ – oparte były na rzetelnej analizie i są poprawne...

Jeśli... Jeśli to wszystko jest prawdziwe, to gdzie byli i są CI odpowiedzialni, etyczni polscy dziennikarze? Działo się to wszystko bez ich udziału?

Niektórzy biją na alarm, dopominają się naprawy, leczenia, a także gotowi są zauważyć i dobre media, którym jeszcze można pomóc⁸. Są więc i dobre, ale w odwrocie.

Rynkowe determinanty; etyczne dylematy

Prezentowany tekst w znacznej części jest rezultatem profesjonalnych doświadczeń autora oraz jego długoletniej sprawczej obecności w mediach jako twórcy, nadawcy, a także dysponenta, a obecnie nauczyciela akademickiego. Inspiracją jest tu nie tyle potrzeba oceny wybranych funkcji i ról mediów masowych, ile chęć sprawdzenia skuteczności obranego w WSH TWP w Szczecinie sposobu kształcenia przyszłych dziennikarzy *dla mediów rzeczywistego, społecznego komunikowania*⁹.

² Analizie zawartości treści (wg zasad Berelsona) poddano 156 publikacji na temat stanu polskiego dziennikarstwa, m.in. poziomu etycznego mediów, klientelizmu politycznego, przypadków korupcji, zamieszczonych od stycznia do listopada 2009 r. w trzech dziennikach („Dziennik. Gazeta Prawna”, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”), dwóch tygodnikach („Polityka”, „Tygodnik Powszechny”) i miesięczniku „Press” głównie artykułów. Blisko 85 proc. materiałów miało charakter krytyczny i bardzo krytyczny, ilustrujący nieetyczne zachowania mediów.

³ J. Żakowski, *Ginące plemię*, „Polityka” 2009, nr 37, s. 18.

⁴ K. Koehler, *Misja za burtą*, „Tygodnik Powszechny” 2009, nr 32, s. 30.

⁵ P. Skwieciński, *W awangardzie medialnego postępu*, „Rzeczpospolita” z 19.08.2009, s. A12.

⁶ P. Legutko, *Widowisko pod dyktando...*, „Rzeczpospolita” z 3.09.2009, s. A16.

⁷ W. Mazowiecki, *Po wielkiej wrzawie*, „Gazeta Wyborcza” z 6.11.2009, s. 22.

⁸ J. Żakowski, *Dobrym mediom można pomóc*, „Gazeta Wyborcza” z 14.09.2009, s. 6.

⁹ Zainteresowanych przejrzystą klasyfikacją funkcji mediów (zwłaszcza elektronicznych) autor odsyła do pracy S. Jędrzejewskiego, *Radio w komunikacji społecznej*, Warszawa 2003, s. 26.

Nie mylimy się, dowodząc, że różnorakie aspekty oddziaływania mediów przebiegają w procesie społecznej synergii, pojmowanej jako rozwijający się ciąg coraz bardziej spotęgowanej mutacji współdziałania i wzajemnego wzmocnienia się rosnącej liczby związków multimedialnych (tu również czynniki konwergencji mediów) i ponadmedialnych. Synergia *zaadaptowana* do nauk społecznych nie gubi swej istoty, bo wielość czynników oddziaływania mediów, występujących wspólnie w danym środowisku, rzeczywiście *powoduje, że łączny efekt ich działania jest większy od sumy efektów działania oddzielnego*¹⁰. Zarówno w sensie pozytywnym, jak i, niestety, negatywnym.

Podjmując problem odpowiedzialności za słowo w kształceniu studentów na kierunku dziennikarstwo, autor nie może pominąć kwestii bodaj najtrudniejszych, niejako nadrzędnych, i jakże wyraziście sytuujących ten nurt edukacyjny w szerokim konglomeracie rynkowych uwarunkowań mediów, wykazanych między innymi przez Johna Keana w książce *Media i demokracja*. Ujawniona tam strukturalna sprzeczność między wolnością komunikowania a nieograniczoną wolnością rynku rodzi istotne konsekwencje, zwłaszcza gdy przyjmiemy za Keanem, że *liberalna ideologia wolności indywidualnego wyboru na rynku opinii jest w gruncie rzeczy usprawiedliwieniem uprzywilejowanej roli języka korporacji i tym samym obdarzeniem większym wyborem inwestorów niż obywateli. Jest pochwałą potęgi wielkich biznesów w organizowaniu, determinowaniu, a zatem cenzurowaniu wyboru jednostek w kwestii tego, czego słuchają, co czytają czy oglądają*¹¹. Tak krańcowo zdefiniowany pogląd (nazbyt uogólniający?) wywołuje wątpliwości wśród niektórych medioznawców, zajmujących się funkcjonowaniem rynku mediów w zakresie rozpowszechniania poglądów i opinii. Jednakże bez trudu znajdziemy wiele potwierdzeń, iż faktycznie prywatna własność środków przekazu rodzi również prywatne kaprysy. I nie jest to jej największym „grzechem”, a raczej oczywistym przywilejem, czy nawet prawem, o czym warto pamiętać, by nas pochopnie nie zaszeregowano jako *wrogów rynku*, tylko dlatego, że potrafimy wskazać na rzeczywiście występującą, tak rozumianą „rynkową cenzurę”.

Gdyby jednak oceniane na przykład przez „Reporterów bez Granic” i te, i inne źródła nacisku na wolne media w postaci manipulacji oraz postępującego w świecie politycznego klientelizmu miały się realizować bez udziału dziennikarzy i ich świadomych wyborów, to faktycznie można przyjąć, że ogłaszane rankingi nie mają nic wspólnego z pośrednim mierzaniem jakości dziennikarstwa. Wiemy wszakże, iż jest inaczej. *Każdy rozwinięty system prasowy*¹² stanowi bowiem zestaw naczyń połączonych, a psucie jednego ich elementu powoduje degradację w innych. I jest wśród nich miejsce na zachowania etyczne i moralność dziennikarzy, na odpowiedzialność, rzetelność i dbałość w dążeniu do prawdy. Zatem, czy pomiędzy brakiem etyki zawodowej dziennikarzy a łatwością manipulowania mediami zachodzi jakiś związek? Bo jeśli tak, to na wyniki owych rankingów – przy założeniu, że są obiektywne i rzetelne – musimy spojrzeć uważniej i od innej jeszcze strony.

Media wzbudzają oczywiste zainteresowanie z powodu swych umiejętności przedstawiania spraw, sytuacji, a nawet *faktów*, których nie ma w rzeczywistości. Naukowcy, zwłaszcza ci zajmujący się socjologiczno-psychologicznymi aspektami problemów komunikacji społecznej, określają to jako umiejętność dostarczania symboli rzeczywistego świata. Ten intelektualny zaczyn ma swą wartość wszakże bardziej filozoficzną

¹⁰ *Nowy leksykon PWN*, Warszawa 1998, s. 1697.

¹¹ J. Keane, *Media i demokracja*, Londyn 1992, s. 66.

¹² W. Sonczyk, *Media w Polsce*, Warszawa 1999, s. 14.

czy literacką. Gdy jednak ową umiejętność kreowania zestawimy z dziennikarskim obowiązkiem posługiwania się prawdą w opisie realnego, rzeczywistego świata, wówczas musimy rozstrzygnąć, co – z punktu widzenia obywatela, przywiązanego już do reguł akceptowanej demokracji – jest ważniejsze: kreowanie czy opisywanie rzeczywistości? Wiemy przecież, że media są czymś więcej niż instrumentami, narzędziami. Stały się nie tylko uczestnikami naszego świata społecznego, ale i jego realnością. W oczywisty sposób utożsamiają się z rzeczywistością; służąc społecznej komunikacji, są jednocześnie komunikatem¹³. Nie zawsze jednak stanowią informację w rozumieniu węższym, gdy podkreślamy ścisły jej związek z atrybutem prawdy i odnoszeniem się do faktycznej, nie zaś potencjalnej, kreowanej rzeczywistości; często umownej rzeczywistości nieustannego karnawału i zabawy.

Zdaniem Krzysztofa R. Nowakowskiego, który badał między innymi poglądy respondentów na temat tego, czy *informacje przekazywane przez media zgodnie z zasadami etyki, będą sprzedawać się lepiej od wiadomości opracowanych w inny sposób, blisko 38% dziennikarzy mediów publicznych odpowiada, że zdecydowanie nie, i raczej nie*¹⁴. Podobnie uważa około 40 proc. dziennikarzy mediów komercyjnych. *Towar etyczny* zatem, zdaniem ankietowanych, gorzej się sprzedaje (34 proc. i 37 proc.). Blisko tu wprawdzie do statystycznej równowagi, co może martwić jeszcze bardziej, znamy bowiem odpowiedź na pytanie: przygotowanie jakiego materiału kosztuje więcej zachodu, pracy, staranności?

W trwającej od wielu miesięcy totalnej zapaści, zatrąty etycznego wymiaru polityki, okazuje się, że polskie media, poświęcając jej *gros* czasu, tworzą fikcyjną rzeczywistość. Doświadczenie każe nam wątpić w to, że wszyscy się nią interesują. *Taka wizja potencjalnej rzeczywistości osacza nas pajęczyną nieprawdziwych zjawisk*¹⁵.

Zyjemy w epoce, w której media masowe (a w tym i te, które – dla podkreślenia ich kanonicznych powinności obywatelskiej służby – uznajemy za środki społecznego komunikowania) *często nie odzwierciedlają rzeczywistości, lecz ją kreują*¹⁶. I wówczas okazuje się, że dychotomia między komunikowaniem a dziennikarstwem, rozumianym jako informowanie z odnoszeniem się do prawdy, nie jest wyłącznie teoretycznym, akademickim problemem.

W sytuacji podejmowania w 2006 roku decyzji o utworzeniu w WSH TWP kierunku dziennikarstwa, na którym nauczanie prawnej i moralnej odpowiedzialności za słowo miało stanowić jedną z ważniejszych kwestii w zaplanowanym procesie dydaktycznym, pytanie o poziom etyczny polskiego dziennikarstwa zdawało się w pełni uzasadnione. Zwłaszcza że twórcom¹⁷ tego kierunku bliskie było myślenie o dziennikarstwie jako misji, powołaniu, co rodziło naturalną skłonność, by zasady etyczne traktować w procesie dydaktycznym jako kluczowe, wprowadzając je z rozmysłem jako istotny nurt w wielu przedmiotach kierunkowych i specjalistycznych; zwłaszcza w prawie mediów, prawie własności intelektualnej, prawie prasowym czy też zarządzaniu mediami. Nie tylko więc w wyrażeniu skonstruowanym zakresie etyki dziennikarskiej jako wydzielonego przedmiotu nauczania.

¹³ Patrz: M. Nowina Konopka, *Wiedza, informacja i komunikacja...*, w: *Spółczesność informacyjna*, Warszawa 2006.

¹⁴ K. R. Nowakowski, *Raport z badania społecznej odpowiedzialności mediów...*, s. 12.

¹⁵ M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2003, s. 64.

¹⁶ *Media i władza. Demokracja, wolność przekazu i publiczna debata w warunkach globalizacji mediów*, red. P. Żuk, Warszawa 2006, s. 41.

¹⁷ Autor był jednym z pomysłodawców i animatorów kierunku dziennikarstwo w WSH TWP w Szczecinie.

Badania w latach 2007–2009

Autor, inspirowany badaniami realizowanymi pod kierunkiem prof. Marii Chodkowskiej i dr. Zdzisława Kozanowskiego – których wyniki prezentowano podczas Międzynarodowej Konferencji Naukowej na Uniwersytecie Rzeszowskim w 2007 roku – postanowił przeprowadzić podobne wśród studentów dziennikarstwa WSH TWP w Szczecinie, przejmując za twórcami wspomnianego raportu zasadnicze problemowe pytania ankiet (ich układ i treść zrekonstruowano na podstawie wspomnianego referatu) pozwalające zorientować się co do ocen i deklaracji przyszłych adeptów dziennikarstwa w zakresie etyki i moralności w mediach, a także postrzegania przez nich wybranych przejawów łamania prawa oraz zasad etycznych, takich jak: naruszanie prywatności i dóbr osobistych, manipulacja, klientelizm polityczny czy korupcja wśród dziennikarzy.

W Szczecinie badaniami objęto liczniejszą grupę ankietowanych i prowadzono je znacznie szerzej w okresie trzech kolejnych lat (2007–2009) w ujęciu dynamicznym, obejmując te same grupy studentów stacjonarnych i niestacjonarnych; w ujęciu porównawczym (grupy studentów stacjonarnych i niestacjonarnych), a także pomiędzy wybranymi grupami studentów dziennikarstwa z innym kierunkiem Wyższej Szkoły Humanistycznej (pedagogika) oraz z innej uczelni – Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu (socjologia). Zadbano o wysoki stopień standaryzacji przyjętych technik badawczych, którymi objęto 225 osób, reprezentujących pięć zespołów studentów, poddanych badaniom ankietowym w dziewięciu transzach i w trzech terminach: październik 2007, grudzień 2008, październik–listopad 2009. Każda z grup liczyła średnio 25 osób. Dobór ich członków miał charakter losowo-kwotowy i był w maksymalnym stopniu zrationalizowany.

Anonimowe ankiety, opracowane na potrzeby prowadzonych badań, zawierały sześć modułów następująco zdefiniowanych zakresów problemowych:

1. Naruszenie prawa do prywatności z zaznaczeniem motywacji; ewentualne „usprawiedliwienia” takich działań, gdy służą one:
 - dobru publicznemu,
 - dobru jednostki,
 - uatrakcyjnieniu przekazu.
2. Manipulacja; preparowanie materiałów medialnych ze wskazaniem i oceną ewentualnie „tłumaczącą” takie praktyki, jeśli mają na celu:
 - uatrakcyjnienie przekazu,
 - odniesienie sukcesu osobistego,
 - wsparcie popieranego ugrupowania bądź osoby,
 - uwypuklenie ważnego, niedostrzeganego problemu.
3. Moralna ocena prowokacji dziennikarskiej, kiedy motywacją takiego działania jest:
 - zdobycie atrakcyjnego materiału dla osiągnięcia przez dziennikarza osobistego sukcesu,
 - odkrycie prawdy i rozwiązanie problemu,
 - ośmieszenie nieakceptowanego ugrupowania lub osoby.
4. Ocena polityków łamiących zasady obiektywizmu przez:
 - rozpowszechnianie informacji degradujących etycznie przeciwników politycznych,
 - stosowanie politycznej reklamy.

W każdym z czterech modułów ankietowani studenci mogli oceniać scharakteryzowane przy poszczególnych zagadnieniach sytuacje (a, b, c, ...), wartościując je na dwubiegunowej skali od -3 do +3 (niemoralne/moralne), albo pozostawiać jako nierozstrzygnięte (0).

5. Zjawisko korupcji wśród dziennikarzy (ze wskazaniem jednego z sześciu wartościujących wskaźników).
6. Uzasadnienie wyboru przyszłego zawodu (dlaczego chcę zostać dziennikarką/dziennikarzem?).

OCENY I OPINIE STUDENTÓW KIERUNKU DZIENNIKARSTWA STUDIÓW STACJONARNYCH

WSH TWP w ujęciu dynamicznym (z roku na rok)

Analizie poddano 65 ankiet, wypełnianych w trzech transzach: w październiku 2007, grudniu 2008 oraz w listopadzie 2009 roku. W końcowym opracowaniu znalazły się następujące, zbiorcze dane:

1. Naruszanie prywatności.
 - a) Utrzymujące się w badaniach przez trzy kolejne lata na stałym poziomie (5 proc.) deklaracje „przyzwolenia” na naruszenie prawa do prywatności, gdy służy to dobru publicznemu.
 - b) **Rosnące (od 2 proc. do 12 proc.) odrzucenie jako naganne praktyk naruszania prywatności, jeśli służą dobru jednostki.** Zwielokrotnienie (6-krotne) opinii negatywnych dla takich nieetycznych działań dziennikarskich.
 - c) Utrzymujące się na podobnym poziomie (około 15 proc.), kiedy działania takie mają za cel uzyskanie atrakcyjności przekazu.
2. Manipulacje; preparowanie materiałów.
 - a) **Utrzymująca się przez dwa lata na podobnym poziomie (około 20 proc.) deklarowana, wysoka niezgoda** na ten rodzaj praktyk jako najbardziej nieetycznych, jeśli mają służyć uatrakcyjnieniu przekazu; *wzrastająca do 22 proc.* w badaniach z listopada 2009 roku.
 - b) Utrzymujący się podobny poziom niezgody (około 20 proc.).
 - c) Poziom odrzucenia takich praktyk jako nieetycznych – taki sam przez trzy kolejne lata studiów (około 22 proc.).
 - d) **Malejące przyzwolenie – z 16 proc. w roku 2007 do 3 proc. w 2009 roku.**
3. Prowokacja dziennikarska.
 - a) **Spadające przyzwolenie** na ten rodzaj prowokacji, gdy ma gwarantować dziennikarzom sukces osobisty – **z 12 proc. do 4 proc.**
 - b) Identyfikacja poziomu przyzwolenia, kiedy prowokacja służy odkrywaniu prawdy (21 proc.).
 - c) **Wzrost niezgody** na stosowanie praktyk dla ośmieszenia osoby lub nielubianego ugrupowania **z 16 proc. do 24 proc.**
4. Brak obiektywizmu w ocenie polityków.
 - a) Malejąca, spadająca niezgoda (!) na rozpowszechnianie informacji degradujących etycznie politycznych przeciwników – **z 31 proc. do 15 proc.**
 - b) **Rosnąca niezgoda** na stosowanie politycznej reklamy – **z 2 proc. do 5 proc.**
5. Korupcja.

Większość badanych (około 80 proc.) uznaje – podobnie jak w roku 2007 – że korupcję wśród dziennikarzy można ograniczyć, nie uda się jej jednak zlikwidować.

6. Wybór zawodu.

Badani na pierwszym roku studiów (2007 rok) w 90 proc. wskazywali, że kierowali się, wybierając przyszły zawód, prestiżem, pieniędzmi – pozycją – sławą. Pełnienie ważnej społecznej roli pociągało 5 proc. Służbą na rzecz obywatelskiego społeczeństwa zainteresowanych było 2,5 proc. Nikt z tej grupy nie widział siebie jako spełniającego się w przyszłości przy wypełnianiu misji.

ANALIZA TREŚCI ODPOWIEDZI ANKIETOWYCH

Zauważalny jest znaczący postęp w przyswajaniu etycznych zasad (*vide*: 1b, 2a, 2d, 3a, 3c, 4b). Oczywiście na poziomie deklarowanych ocen określonych nieetycznych praktyk dziennikarskich, co jednak nie uzasadnia przyjęcia nasuwającej się hipotezy, że to w procesie nauczania na WSH wzrósł poziom moralności studentów stacjonarnych kierunku dziennikarstwa. Jeśli nawet owe deklaracje badanych pozwalają na snuć takich przypuszczeń, to i tak nie wiemy, czy na kształtowanie etycznych postaw studentów większy wpływ miał proces nauczania, czy też inne, pozauczelniane czynniki. Zwłaszcza że podobnej „progresji” w przyswajaniu postaw etycznych nie zauważono wśród studentów dziennikarstwa na studiach niestacjonarnych, a poddawanych temu samemu procesowi nauczania.

Współczynnik (punktowy) wzrostu akceptacji dla zachowań etycznych

Dla uproszczenia zestawień wyników treści ankiet, zawierających dwubiegunową skalę ocen zachowań niemoralnych i moralnych (stosowaną przy odpowiedziach na każde z pytań we wspomnianych czterech modułach), po podliczeniu wskazań procentowych i nadaniu im punktowych wartości dodatnich (+) przy progresji na rosnącej skali deklaracji proetycznych oraz wartości minusowych (–) przy regresji (odchodzeniu od akceptacji etycznych zachowań dziennikarskich), zaproponowano umowny (na potrzeby niniejszej systematyzacji) tak zwany *współczynnik wzrostu akceptacji*, wyprowadzony z matematycznego wyliczenia. Analizowane treści ankiet, przełożone na wartości liczbowe, mogą być przy stosowanej metodzie badań traktowane jako *baterie wskaźników, odnoszących się do zjawisk dostępnych obserwacji i poddających wyczerpującej psychologiczno-kulturowej interpretacji*¹⁸ i wnioskowaniu w pełni zalgorytmizowanym. W efekcie, stosowanie owego współczynnika ułatwi niezbędne porównania w procesie dynamicznym i statycznym. Konieczne jest tu jednak zachowanie ostrożności. Wprowadzona wyłącznie dla uporządkowania metoda przeliczeń wartości liczbowych nie może być podstawą do wyciągania zbyt daleko idących wniosków. Powinna służyć do tworzenia uzasadnień *tez korelacyjnych, określających kierunek (znak) statystycznej zależności*¹⁹. Każdorazowo należy się więc odnosić do innych źródeł wiedzy tak o procesach społecznych (szeroko rozumianych), jak i wzajemnie ujmowanych nurtach i przejawach życia mediów.

¹⁸ S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 2007, s. 166.

¹⁹ Tamże, s. 214.

Wartość współczynnika wzrostu akceptacji dla zachowań etycznych w grupie studentów stacjonarnych na kierunku dziennikarstwa WSH TWP w Szczecinie – ujętego w procesie dynamicznym – wynosi 38 (+).

OCENY I OPINIE STUDENTÓW NIESTACJONARNYCH KIERUNKU
DZIENNIKARSTWA WSH TWP W UJĘCIU DYNAMICZNYM

Analizie poddano treści 86 ankiet, wypełnianych w terminach identycznych, jak w grupie studentów stacjonarnych; trzy transze badań. W zestawieniu zbiorczym ujęto następujące tendencje:

1. Naruszanie prywatności.
 - a) Spadające z poziomu 12 proc. do 2 proc. przyzwolenie na naruszanie prawa do prywatności, gdy służy to dobru publicznemu.
 - b) Utrzymująca się niezgoda (od 2 proc. do 3 proc.) na naruszanie prywatności, gdy służy to dobru jednostki.
 - c) **Rosnąca (z 12 proc. do 20 proc.) niezgoda na łamanie prawa do prywatności dla uzyskania atrakcyjniejszego przekazu.**
2. Manipulacje; preparowanie materiałów dziennikarskich.
 - a) Utrzymujący się poziom niezgody (od 8 proc. do 9 proc.) na preparowanie, jeśli służy ono uatrakcyjnianiu przekazu.
 - b) Malejący poziom niezgody (z 22 proc. do 18 proc.) na wymienione wcześniej praktyki, gdy mają pomóc w odniesieniu sukcesu osobistego dziennikarza (?!).
 - c) Niezgoda na poziomie od 15 proc. do 18 proc. na manipulacje dla skutecznego wspierania osoby lub ugrupowania.
 - d) Utrzymujący się poziom niezgody (13 proc.) na wykorzystanie preparowania dla uwypuklenia ważnego problemu.
3. Prowokacja dziennikarska.
 - a) **Rosnący (z 4 proc. do 9 proc.) poziom niezgody, gdy prowokacja motywowana jest chęcią osiągnięcia sukcesu osobistego.**
 - b) Utrzymujący się poziom (22 proc.) akceptacji prowokacji jako środka pozwalającego odkryć prawdę.
 - c) Utrzymujący się poziom (17 proc.) negacji na stosowanie prowokacji dla ośmieszenia ugrupowania lub osoby.
4. Brak obiektywizmu polityków.
 - a) **Rosnący poziom niezgody (z 12 proc. do 18 proc.) na rozpowszechnianie informacji degradujących etycznie przeciwników politycznych.**
 - b) Utrzymujący się poziom niezgody (7 proc.) na stosowanie reklamy politycznej.
5. Korupcja.

Większość badanych (około 78 proc.) po trzech latach studiów dziennikarskich nadal uważała, że korupcję można ograniczyć, nie da się jej jednak zlikwidować. **Zwiększyła się liczba osób twierdzących (z 7 proc. do 9 proc.), że korupcja jest wpisana w zawód dziennikarski i zawsze będzie tak, jak obecnie.** Pojawiły się też wypowiedzi (3 proc.), że „jeżeli zauważę zachowania korupcyjne w tym zawodzie, to zrezygnuję z niego”.
6. Wybór zawodu.

Badani na I roku studiów w blisko 90 proc. deklarowali wybór zawodu ze względu na jego prestiż i spodziewane wysokie zarobki.

ANALIZA TREŚCI ODPOWIEDZI ANKIETOWYCH

Widoczny jest postęp w przyswajaniu zasad etycznych w odniesieniu do odpowiedzi z punktów 1c, 3a, 4a. Jednocześnie spada przyzwolenie na naruszanie prywatności, gdy służy to dobru publicznemu. Na pierwszym roku studiów 12 proc. badanych pośrednio „usprawiedliwiało” owe działania, by po trzech latach oceniać je jako bardziej niemoralne, mniej uzasadnione. Hipotetycznie można przyjąć, że to prawdopodobny efekt nazbyt częstych, nieetycznych praktyk medialnych z czytelnym nadużywaniem kłamliwej argumentacji, iż nadawca postępuje tak wyłącznie dla dobra ogólnego. Faktycznie praktyki takie służyły uatrakcyjnianiu przekazu, czego nie dało się ukryć, a czego badani studenci obecnie nie akceptują i stąd zapewne 8-procentowy wzrost niezgody na takie nieetyczne postępowanie, co może ilustrować porównanie odpowiedzi 1a i 1c. Należy jednak stwierdzić, że to jedynie podstawa domniemania bez wartości dowodu.

Współczynnik wzrostu akceptacji dla zachowań etycznych

Zastosowana metoda, już objaśniona, przyniosła w rezultacie *wynik: 15 (+), co wskazuje na umiarkowaną progresję akceptacji dla zachowań etycznych* (w porównaniu z wynikami z roku 2009 do wyników z 2007 roku).

STUDENCI STACJONARNI A NIESTACJONARNI:

WYBRANE WNIOSKI Z ZESTAWIEŃ PORÓWNAWCZYCH

Z prostego zestawienia uzyskanych liczbowych wartości wynika, że **współczynnik wzrostu akceptacji dla zachowań etycznych, obliczony dla studentów stacjonarnych, jest ponad dwukrotnie wyższy od wyliczonego dla studentów niestacjonarnych: 38 do 15**, co pośrednio może uzasadniać następujące wnioski:

1. Studenci niestacjonarni, w zdecydowanej większości pracujący (około 90 proc.), w mniejszym stopniu przyswajali w procesie studiów, wkomponowane w różnorakie zakresy przedmiotowe, etyczne paradygmaty dziennikarstwa.
2. Studenci stacjonarni w większym stopniu zapamiętali i prawdopodobnie przyjęli za jedną z ważniejszych normę braku akceptacji dla manipulacji i preparowania materiałów (bodaj najczęstszy z grzechów głównych dziennikarstwa).
3. Większe doświadczenie życiowe studentów niestacjonarnych (średnia wieku – 32 lata) i praktyka zawodowa (10 proc. pracuje w mediach); zapamiętane sytuacje związane z coraz częstszym łamaniem przez media norm etycznych przy występującej i nieukrywanej wśród polityków akceptacji takich zachowań, może skłaniać do kalkulacji, czy zachowania moralne się opłacają. Mało kto je docenia, a świadczą one o naiwności. Domysł ten w żadnym razie nie może stać się podstawą do sformułowania zarzutu, że grupa studentów niestacjonarnych jest bardziej cyniczna od studiujących na studiach dziennych (średnia wieku 24 lata), jakkolwiek ci „starsi” częściej wyrażali opinie *przymuszające* na manipulację dla osiągnięcia sukcesu osobistego.

1. Stosowanie wyłącznie werbalizacji w nauczaniu zasad etyki dziennikarskiej w procesie kształcenia na 3-letnich studiach licencjackich nie gwarantuje, że tak nabytą wiedzę absolwenci wykorzystają i będą stosować w praktyce zawodowej, jakkolwiek uzyskane wyniki wskazują, że obecnie bardziej świadomie umieją odwołać się do etycznych zobowiązań środków masowego przekazu i pod tym kątem właściwiej oceniać przypadki łamania norm etycznych dziennikarstwa.
2. Studia dzienne w większym stopniu przyczyniają się do utrwalenia wiedzy z zakresu etyki dziennikarskiej i stwarzają wiele innych możliwości kształtowania etycznych postaw.

Na tle studentów innych kierunków studiów obie badane grupy „dziennikarskie” wydają się reprezentować niższy poziom nie tyle etyki, ile gotowości do stosowania ostrych kryteriów etycznych. Nie badano wszakże poziomu moralności studentów, a deklaracje i opinie poszczególnych osób, grup na temat różnorodnych zachowań i działań dziennikarskich o charakterze nieetycznym.

Zakończenie

Analiza wyników badań przyniosła wiele informacji, z których część nie zaskakuje. Wiele odpowiedzi dałoby się przewidzieć na drodze dedukcji, wywnioskować z obserwacji innych oznak zachowań tej grupy młodzieży. Jednakże, choć mogliśmy z dużym prawdopodobieństwem, kierując się wiedzą, intuicją oraz doświadczeniem, w miarę trafnie je odgadnąć, to tak potwierdzone wzmacniają, uzasadniają, a także wzbogacają znacznie argumentację. Ważne, że dostarczyły jednocześnie danych, których w inny sposób nie moglibyśmy uzyskać. Powinny one służyć do racjonalizowania zarządzania procesem kształcenia przyszłych dziennikarzy. I od tej sfery wyinterpretowanych wniosków wypada zacząć podsumowanie.

Zrealizowany w pełni pomysł zbadania – w procesie dynamiki zmian – rosnącego bądź malejącego poziomu *etyczności* w deklarowanych opiniach i ocenach odrębnie w grupie studentów stacjonarnych i niestacjonarnych dziennikarstwa w WSH TWP, a następnie ich porównanie, dostarczyło materiału najbardziej wartościowego. Pozwala on bowiem odnieść się do pewnych zakresów dotychczasowej, ograniczonej skuteczności nauczania etyki dziennikarskiej. Uzasadnia też (wynikające obecnie nie tylko z naszych obserwacji) przekonanie, że łatwiej uzyskać pozytywne rezultaty w przyswajaniu przez studentów norm etycznych na studiach dziennych niż niestacjonarnych. Zasadniczo wiemy, dlaczego tak się dzieje.

Skuteczniejszego sposobu uczenia i wdrażania zasad etycznego dziennikarstwa (jak i dziennikarstwa w ogóle) autor upatruje w metodach powiązanych z różnymi formami sterowanych eksperymentów, opartych na tworzeniu paraprofesjonalnych redakcji (czasopism studenckich, rozgłośni radiowych, redakcji internetowych), powielających w swych strukturach stosowane technologie, instrumenty oraz wymogi pracy redakcyjnej, w pełnym spektrum organizacyjnych i merytorycznych uwarunkowań, wynikających z roli i zadań przypisywanych nowoczesnym *newsroomom*. Ideałem byłoby powiązanie owych „eksperymentów” z zajęciami warsztatowymi, prowadzonymi w bogato (kompletnie) wyposażonych, specjalistycznych multimedialnych pracowniach. W takich redakcjach, na przykład czasopism studenckich, dysponujących odpowiednim zapleczem organizacyjno-technologicznym, możliwe jest tworzenie sytuacji wymagających stosowania nabytej wcześniej wiedzy między innymi z zakresu etyki

dziennikarskiej. Patron, opiekun i moderator eksperymentu, świadom celu, jaki ma osiągnąć, może studentów-redaktorów poddawać presji koniecznych, zasadniczych, a trudnych wyborów, w których rezygnacja bądź determinacja w stosowaniu wyuczonych zachowań będzie miała swą cenę. Decyzje podejmowane w takim trybie – nie zabawy czy też mało istotnych ćwiczeń – skutkują akceptacją, przyjęciem materiału do druku bądź jego odrzuceniem z całą konieczną procedurą dyskusji i motywowaniem przez moderatora, i podporządkowaniem się ostatecznej decyzji redaktora naczelnego pisma. Ma to niebagatelne znaczenie i mocniej wpływa na kształtowanie etycznych postaw, niż werbalny przekaz bez możliwości odczuwania dotkliwych skutków, gdy czyjeś zachowanie społeczność redakcyjna uznaje za nieetyczne i odrzuca zmanipulowany produkt. W warunkach pracy redakcji studenckich zdarzają się (i to nie sporadycznie) sytuacje, kiedy dla zdobycia atrakcyjnej wiadomości, młodzi adepci reportażu łamią zasady poszanowania dóbr osobistych, prawa do prywatności; decydują się na manipulację. Bardzo chcą osiągnąć sukces, zamieścić swój materiał, bo to przysparza punktów, wyróżnia na tle innych, „nobiletuje”. Zdarzały się i przypadki kryptoreklamy, które wymagały napiętnowania, jak i szczegółowego omówienia materii podobnych zachowań w mediach. Autor przez trzy kolejne lata opiekował się, utworzonym w warunkach opisywanego eksperymentu, zespołem redakcyjnym studenckiego czasopisma „Brejk”. Wyniesione z tego doświadczenia, potwierdzone następnie wynikami badań ankietowych, prowadzonych (w ujęciu dynamicznym) wśród studentów stacjonarnych kierunku dziennikarstwa, stanowiących w całości skład zespołu redakcyjnego, wskazują, że ten sposób uczenia zachowań etycznych, traktowany jako metoda-eksperyment, jest skuteczniejszy od innych, od lat powielanych książkowych schematów kształcenia, którymi najczęściej obejmuje się studentów niestacjonarnych, unikających zazwyczaj angażowania się w dodatkową działalność.

Samo uczenie przedmiotowe – w ramach wykładów i ćwiczeń z etyki, prawa prasowego czy własności intelektualnej – to za mało, by wpoić adeptom dziennikarstwa owe etyczne paradygmaty. Bez wątplenia można ich nauczyć, jak rozróżniać i oceniać konkretne zachowania dziennikarzy i jak je oceniać z punktu widzenia zasad moralnych czy też kanonów etycznej sztuki dziennikarskiej. Na egzaminach w większości potwierdzają, że znają owe kryteria i mogą się nimi posługiwać. Wyniki wskazują, że przynajmniej werbalnie studenci trzeciego roku potrafią wyraziście i poprawnie postrzegać oraz oceniać nieetyczne zachowania w mediach. Wzrosły (procentowo) negatywne oceny dla praktyk manipulacji i preparowania materiałów prasowych. Inna sprawa, czy nabyta wiedza przełoży się na stosowaną praktykę zawodową, czy będą tych zasad przestrzegać. Nie mamy pewności, czy wolno nam z tak interpretowanych odpowiedzi wnosić, że badani nie tylko lepiej poznali, ale i też chcą oraz będą te normy stosować. Przypuszczenie takie zdaje się tyle piękne, ile lekkomyślne.

Swoje obawy, wsparte wynikami badań oraz własnym doświadczeniem, autor decyduje się zatem zamknąć następującą konkluzją: brakuje podstaw, aby zakładać, że rzesza absolwentów dziennikarstwa, kształcona na kilkudziesięciu kierunkach państwowych i niepublicznych uczelni – jako rosnąca „armia” kilku tysięcy zdeterminowanych kandydatów do zawodu, objętego właśnie redukcjami i likwidacją miejsc pracy – doprowadzi do zmiany pokoleniowej „na lepsze”. Bardzo prawdopodobne jest, że na przykład szczenińscy absolwenci – ci wykazujący przecież wyuczoną, a umiarkowaną gotowość do negocjowania i odrzucania nieetycznych praktyk – wpiszą się w utrwalone już mechanizmy lekceważenia zasad etyki dziennikarskiej, adaptując się i przejmując

doświadczenia starszych, zrutyinizowanych kolegów. Nie uzasadnia to jednak rezygnacji z działań na rzecz kształcenia przyszłych dziennikarzy w duchu poszanowania zasad etyki zawodowej. Kształcenia mniej werbalnego, a opartego głównie na wskazanych metodach sterowanego eksperymentu, którego istotą jest odpowiedzialność za słowo, w odpowiednio wyposażonych pracowniach, newsroomach, będących „sercem krwioobiegu” prawdziwego (nie na niby), redakcyjnego życia studenckiej prasy, rozgłośni, stron internetowych.

Zbigniew Kosiorowski

Managing the educational process at the faculty of journalism

Main issues concerning forming ethical standards

The text is largely a result of the author's professional experience and presence in the media. He has been an author, broadcaster and at present is a university lecturer.

The inspiration comes from the inclination to verify the way of educating and preparing the future journalists at Wyższa Szkoła Humanistyczna Towarzystwa Wiedzy Powszechnej in Szczecin for the media as means of real social communication. The analysis concerns the degree to which ethical standards are absorbed by students of the above-mentioned university. The subject was thoroughly researched on regular and extramural students at the Faculty of Journalism from 2007 to 2009. The results of the study are presented in the article.

Translated by Zbigniew Kosiorowski