



Piotr Czystkowski  <https://orcid.org/0000-0003-2274-3449>

Wyższa Szkoła Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu

POSTULAT INFORMACJI WARTOŚCIOWEJ A PROBLEM DEPRECJACJI ZAWODU DZIENNIKARZA TELEWIZYJNEGO PROGRAMÓW INFORMACYJNYCH

Abstract

THE DEMAND FOR VALUABLE INFORMATION AND THE PROBLEM OF DEPRECIATION OF THE PROFESSION OF JOURNALISM OF TELEVISION NEWS PROGRAMS

Information is one of the most valuable resources in the 21st century. Market competition among traditional media and the development of social media lead to an overproduction of irrelevant information and, paradoxically, to the marginalization of valuable information, which is one of the most important tools in the fight against disinformation. The antidote to “information breathlessness” could be professional journalism. The problem, however, is that the profession of journalism in Poland is undergoing a crisis related to both the image of the media, especially the public media, working conditions and salary levels. Moreover, journalism is no longer a socially recognized profession. The purpose of this article is to analyze the phenomenon of depreciation of the profession of television journalist, to identify the causes and processes leading to it, and to determine the potential impact of this phenomenon on the quality of information. Special attention will be paid to the economic dimension. The results and conclusions presented in the article are the result of a broader empirical research conducted from October 2020 to June 2023 among journalists of the Regional Branch of Polish Television S.A. in Wrocław. The research was undertaken at the Institute of Political Science of the University of Wrocław.

Keywords: information, journalism, television, media, economics

JEL: L82

Wprowadzenie do zjawiska deprecjacji zawodu dziennikarza informacyjnego

Życie człowieka w XXI wieku – jak nigdy wcześniej w historii – wiąże się z ciągłą wymianą informacji. Paradoks polega na tym, że dysponując dostępem do wielu kanałów, przede wszystkim internetu, a za jego pośrednictwem do mediów społecznościowych, ale także mediów tradycyjnych: telewizji, radia i prasy, odbiorcy są zalewani ogromną liczbą informacji, najczęściej coraz mniej użytecznych. W większości – zwłaszcza w wypadku mediów społecznościowych – są to informacje mało istotne, nierzadko niesprawdzone, a często wręcz nieprawdziwe. Media społecznościowe są kanałem, przez który najłatwiej szerzy się dezinformacja. O wartościową – a więc wiarygodną, pewną i sprawdzoną – informację coraz trudniej. Nic dziwnego, że odbiorcy coraz częściej zadają sobie pytanie: co jest prawdą, a co fake newsem? W wielu krajach głośniejszą rolę w polityce i wyrażniejszą radykalizację poglądów. Wiele osób narzeka na pogarszającą się jakość debaty publicznej, malejący profesjonalizm klasy politycznej, a także dostrzegalną jaśniej stronniczość środków masowego przekazu. Doświadczenia ostatnich lat: kryzys gospodarczy 2008 roku, pandemia wywołana przez wirusa SARS-CoV-2 – choroby COVID-19 czy drugi etap inwazji Rosji na Ukrainę i będąca jej skutkiem wojna nie tylko konwencjonalna, ale i hybrydowa, jasno pokazują, że dostęp do informacji wiarygodnej i prawdziwej ma ogromne znaczenie nie tylko dla odpowiedniego samopoczucia społeczeństwa, ale także dla sprawności funkcjonowania i bezpieczeństwa państwa. W tym kontekście rola profesjonalnych dziennikarzy i odpowiedzialnych mediów (zwłaszcza mediów publicznych) wydaje się nie do przecenienia. W systemach demokratycznych niezależne, neutralne dziennikarstwo oraz wolne, pluralistyczne media, pełniąc nie tylko funkcję informacyjną czy edukacyjną, ale i kontrolną, są jednym z filarów demokracji. Tymczasem w Polsce kondycja zawodu dziennikarza ulega szybkiej i coraz wyraźniejszej dewaluacji. Jeszcze 30 lat temu profesja dziennikarza znajdowała się na 6. miejscu listy zawodów prestiżowych, tuż za zawodem sędziego (CBOS, 1995; zob. też Domański, Saviński, Słomczyński, 2010). Dzisiaj, jak wynika z najnowszego „Rankingu prestiżu zawodów i specjalności 2024”, który opracowała Agencja Badań Rynku i Opinii SW Research, zawód dziennikarza plasuje się na 26. miejscu, tuż za zawodem niewykwalifikowanego robotnika budowlanego i przed zawodem taksówkarza (SW Research, 2024). Jeszcze mniejszym poważaniem cieszy się zawód telewizyjnego prezentera, który sklasyfikowano na 30. pozycji. Zawód dziennikarza przestał być więc postrzegany jako zawód zaufania publicznego, atrakcyjny i cieszący się szczególnym szacunkiem społecznym.

Celem niniejszego artykułu jest analiza zjawiska deprecjacji zawodu dziennikarza telewizyjnego, wskazanie przyczyn i zachodzących procesów oraz określenie potencjalnego wpływu tego zjawiska na jakość informacji. Szczególna uwaga

poświęcona zostanie wymiarowi ekonomicznemu¹. Co prawda kwestie ekonomii mediów i szerzej relacji pomiędzy dziennikarzami a rynkiem medialnym cieszą się coraz większym zainteresowaniem polskich badaczy, wśród których należy wymienić między innymi Tadeusza Kowalskiego, Bogusława Nierenberga czy Jolantę Dzierżyńską-Mielczarek, jednak samo zjawisko pauperyzacji środowiska dziennikarskiego jest w polskiej literaturze przedmiotu dość rzadko poruszane. Problematykę tę w swoich badaniach podejmuje między innymi Lucyna Szot.

Wyniki i wnioski zaprezentowane w niniejszym artykule są efektem szerszych badań empirycznych podjętych w Instytucie Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego, a przeprowadzonych wśród dziennikarzy Oddziału Regionalnego Telewizji Polskiej S.A. we Wrocławiu od października 2020 do czerwca 2023 roku.

Informacja, informacja jakościowa, dziennikarstwo telewizyjne (podstawowe pojęcia)

Rozważając kwestie deprecjacji zawodu dziennikarza informacyjnego w kontekście jakości samej informacji i szerzej telewizyjnych programów informacyjnych, należy w pierwszej kolejności zdefiniować podstawowe pojęcia. Zaczniemy od pojęcia informacji, a następnie – informacji jakościowej. Jak podają autorzy *Słownika terminologii medialnej*:

Informacja to gatunek wypowiedzi medialnej powiadamiającej o zdarzeniu, ale w odróżnieniu od wzmianki – wzbogaconej o dodatkowe, poboczne, ale jednocześnie szczegółowe fakty, podawane statycznie. Odpowiada na pytania: kto?, co?, gdzie?, kiedy?, dlaczego?, w jaki sposób? Zredagowana ma być na zasadzie odwróconej piramidy. Najważniejsze fakty umieszczane są na początku. W informacji może się znaleźć miejsce na przypomnienie danych kwestii z przeszłości, nie jest też konieczne zachowanie kolejności faktów. [...] można wyróżnić informacje: polityczne, ekonomiczne, kulturalne, sportowe, religijne, społeczne itd. (Pisarek, 2006, s. 82)

Powyższa definicja odnosi się najpełniej do informacji prasowej, a zwłaszcza agencyjnej. W tym miejscu warto zauważyć, że współcześnie pojęcie informacji ma więcej znaczeń i wykorzystywane jest powszechnie w różnych dyscyplinach naukowych, zarówno w naukach ścisłych, przyrodniczych i medycznych, jak i społecznych. Jacek Petzel wyróżnia trzy grupy definicji informacji: cybernetyczne, teorii informacji i informatyczne (Petzel, 1999, s. 38). W kontekście informacyjnego dziennikarstwa telewizyjnego informacja rozumiana jest nieco inaczej niż w wypadku informacji prasowej i przybiera najczęściej formę materiału filmowego, który – posłużę się własną definicją – rozumiem jako:

¹ Deprecjacja zawodu dziennikarza telewizyjnego jest złożoną kwestią. Obok kwestii ekonomicznych brać trzeba również pod uwagę szersze procesy społeczne, przyczyny polityczne i kulturowe.

audiowizualny konglomerat, specyficzny produkt składający się z dwóch części: zapowiedzi oraz filmu. Zapowiedź to krótka informacja odczytywana przez prezentera programu informacyjnego bądź dziennikarza będącego gospodarzem takiego programu [...]. Film w klasycznej wersji jest to krótki, trwający najczęściej od nieco ponad minuty do niekiedy nawet 3 minut, felieton składający się z warstwy obrazkowej, czyli poszczególnych ujęć, offu (komentarza), czyli tekstu zawierającego opis faktów, wydarzeń i problemów poruszanych w relacji, odczytywanego przez autora, dziennikarza bądź lektora, którego nie widać na ekranie, oraz tzw. setek (100%), czyli krótkich wypowiedzi bohaterów materiału. (Czyszowski, 2025, s. 38)

Przytoczone definicje dotyczą przede wszystkim wymiaru konstrukcji i treści informacji prasowej. Kategorie jakości i informacji jakościowej rozumieć należy nieco szerszej i wiązać także z dziennikarskim profesjonalizmem. Jak zauważa Lucyna Szot, „profesjonalizm dziennikarzy może być pojmowany dwojako: w sensie węższym stanowi tylko pewien zestaw umiejętności technicznych, w sensie szerszym oprócz umiejętności technicznych obejmuje także normy i kwalifikacje etyczne” (Szot, 2013, s. 265). W wypadku informacyjnego dziennikarstwa telewizyjnego profesjonalizm w ujęciu węższym rozumieć można jako całokształt działań technicznych dziennikarza i współpracującej z nim ekipy: operatora, dźwiękowca, montażysty, wydawcy i innych tworzących programy informacyjne osób, który przekłada się na materiał telewizyjny, a szerzej program, który jest użyteczny w sensie poznawczym, merytorycznie poprawny, a jednocześnie atrakcyjny wizualnie. Z kolei szerszy wymiar profesjonalizmu dotyczy moralnej postawy dziennikarza jako człowieka (postawy całej ekipy), która przekłada się na wykonywanie pracy dziennikarskiej, zgodnej z ogólnie przyjętymi regułami, powszechnie szanowanymi wartościami oraz kanonami i normami etyki zawodowej. Normy te – jak zauważa Maciej Mrozowski – „są zawarte w dziennikarskich kodeksach etycznych stworzonych przez różne stowarzyszenia i organizacje dziennikarskie” (Mrozowski, 2001, s. 258). W tym miejscu warto nadmienić, że w literaturze przedmiotu, zwłaszcza tej z zakresu filozofii mediów i nauk prawnych, istnieje sporo opracowań, które odnoszą się do konkretnych norm i wytycznych związanych z dziennikarską etyką. Profesjonalne dziennikarstwo, w tym wypadku telewizyjne, przekłada się więc na taką postawę dziennikarza, w której proces zbierania, przetwarzania i rozpowszechniania informacji jest niezależny od sympatii czy antypatii reportera, redakcji i całego medium, a fakty związane z relacjonowaniem wydarzenia prezentowane są neutralnie, bez wyraźnego zaznaczania stanowiska autorów. Postawa taka wiąże się z postulatami dziennikarskiej obiektywności, bezstronności i rzetelności. Oczywiście można dyskutować, czy absolutny obiektywizm, nie tylko w wypadku mediów czy dziennikarstwa, jest w ogóle możliwy. Na potrzeby niniejszego artykułu można jednak założyć, że wystarczy, gdy za obiektywizm przyjmiemy taki opis wydarzeń, który – jak proponuje Krystyna Doktorowicz – „jest zgodny z faktami, zawiera wszystkie możliwe do poznania przez dziennikarza aspekty, odzwierciedla w sposób osiągalny dla dziennikarstwa prawdę o rzeczywistości” (Doktorowicz, 1989, s. 12).

Omawiając kwestie obiektywizmu, a szerzej dziennikarskiego profesjonalizmu, warto jeszcze dodać spostrzeżenie Lucyny Szot: „przewaga profesjonalnego dziennikarstwa to możliwość przekazania bardziej skomplikowanej, wielowątkowej formy, z wykorzystaniem nowoczesnej technologii” (Szot, 2019, s. 103).

Podsumowując niejako dotychczasowe rozważania, można przyjąć, że informacja jakościowa to taka informacja, która jest użyteczna w sensie poznawczym, a więc aktualna, porusza istotne kwestie, ważne zarówno dla społeczeństwa, jak i państwa, nadto jest atrakcyjna: ciekawa merytorycznie i wizualnie, technicznie profesjonalna, a jednocześnie bezstronna, rzetelna i przygotowana w sposób etyczny. Dobrze, gdy taka informacja ma charakter edukacyjny, wyjaśnia konteksty i tłumaczy zależności, a jednocześnie stroni od prostej publicystyki, która zawiera często elementy subiektywnej oceny jej autorów. Tak rozumiana wartościowa informacja służy społeczeństwu i państwu, pomagając w wyjaśnianiu rzeczywistości i walce z coraz bardziej dostrzegalną dezinformacją. W tym miejscu warto zauważyć, że w wypadku informacyjnych programów telewizyjnych przygotowanie takiej informacji wymaga nie tylko wiedzy i profesjonalnego podejścia dziennikarza i współpracującej z nim ekipy twórców telewizyjnych: operatora, montażysty etc., ale także pasji, odpowiedniego sprzętu, a także czasu i pieniędzy.

Ostatnią kategorią, która w niniejszych rozważaniach wymaga zdefiniowania, jest dziennikarstwo telewizyjne. Oczywiście można przyjąć, jak proponują Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Andrzej Kaliszewski i Wojciech Furman, że dziennikarstwo telewizyjne jest jednym z rodzajów dziennikarstwa obok tradycyjnego prasowego, radiowego i współczesnego internetowego (Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman, 2009). Taka perspektywa opiera się na prostym założeniu, że to medium determinuje zarówno sposób przygotowania treści, jak i charakter informacji. Wydaje się jednak, że taka kategoryzacja, która koncentruje się jedynie na konkretnym kanale przekazu, nie jest w sposób pełny i adekwatny opisać specyfiki pracy dziennikarza telewizyjnego. Dzieje się tak dlatego, że samo dziennikarstwo nie jest kategorią łatwą do sklasyfikowania. Analizując dziennikarstwo z perspektywy historii nauki, należy zauważyć, że pierwotnie, traktowane jako specyficzna forma aktywności intelektualnej i pisarskiej, analizowane było przez językoznawców i literaturoznawców. Z czasem, gdy z jednej strony obok prasy pojawiły się masowe media elektroniczne, a więc radio, a później telewizja, a z drugiej następował dynamiczny rozwój nauk, zwłaszcza nauk społecznych, dziennikarstwo zaczęło postrzegać również jako przejaw komunikowania masowego, będący zasadniczym wymiarem działalności mediów, który znalazł się w polu zainteresowania badaczy z wielu dziedzin – począwszy od socjologów, psychologów społecznych, politologów, prawników, przez historyków i filozofów, a także biologów, przedstawicieli nauk ekonomicznych, na fizykach i matematykach kończąc. Oznacza to, że analizując wielowymiarową rzeczywistość medialną, zwracali oni uwagę na specyficzne – znane sobie z rodzimej dyscypliny – mechanizmy, zjawiska i problemy, a także, co ważniejsze, do badania nowych stosowali często dotychczasowe metody i aparat

pojęciowy. Na potrzeby niniejszego artykułu proponuję następującą definicję: „informacyjne dziennikarstwo telewizyjne to specyficzna profesja polegająca na poszukiwaniu, gromadzeniu i weryfikacji informacji, utrwalaniu ich za pomocą obrazu i dźwięku, następnie selekcji i przetworzeniu w komunikat, który – w różnych formach – publikowany jest w audycjach telewizyjnych oraz w ich mutacjach dostępnych na stronach internetowych oraz w mediach społecznościowych nadawcy” (Czyszowski, 2025, s. 36).

Poruszane w poniższym artykule kwestie związane z deprecjacją zawodu informacyjnego dziennikarza telewizyjnego, jak wspomniano we wstępie, były elementem szerszych badań. Zasadnicze dla niniejszych rozważań pytania znalazły się w trzeciej części ankiety dotyczącej kontekstu ekonomicznego. Część ta składała się z ośmiu pytań. Uzyskane odpowiedzi pomogą w sprawdzeniu, jak z upływem lat zmieniał się status zawodowy dziennikarzy telewizyjnych. W tym celu sformułowano następujące pytania badawcze:

Pytanie 1: Czy Telewizja Wrocław dysponuje budżetem wystarczającym na prowadzenie produkcji i utrzymanie ośrodka?

Hipoteza 1: Telewizja Wrocław nie dysponowała i nie dysponuje znacznym budżetem, ale posiadane środki finansowe pozwalały i pozwalają na prowadzenie produkcji o charakterze informacyjno-publicystycznym.

Pytanie 2: Jak dziennikarze Telewizji Wrocław oceniają poziom swoich zarobków i jak wpływa to na ich lojalność?

Hipoteza 2: Wynagrodzenia dziennikarzy Telewizji Wrocław przewyższają przeciętne zarobki, przez co dziennikarze czują się lojalni wobec pracodawcy i swojej grupy zawodowej.

Pytanie 3: Jaka jest podstawowa forma zatrudnienia w Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu?

Hipoteza 3: Podstawową formą zatrudnienia w TVP była i jest umowa o pracę.

W kwestionariuszu znalazło się także pytanie dotyczące opinii na temat optymalnego źródła finansowania mediów publicznych w Polsce.

Metodologia przeprowadzonych badań

W badaniach zastosowano techniki triangulacyjne. Punktem wyjścia było określenie grupy badawczej. Wstępnie planowano realizację szerokich badań z udziałem wszystkich dostępnych byłych i obecnych pracowników i współpracowników Telewizji Polskiej we Wrocławiu. Po przeprowadzeniu badań pilotażowych (wywiadów przygotowawczych) oraz konsultacjach z medioznawcami zdecydowano jednak o wydzieleniu mniej licznej, ale za to bardziej precyzyjnej grupy badawczej i przyjęciu strategii ankiet celowanych. W związku z tym, iż zasadniczym tematem prowadzonych badań były kwestie związane z informacyjnym dziennikarstwem telewizyjnym, poszerzanie grupy badawczej o reprezentantów wszystkich

grup zawodowych pracujących w telewizji, w tym: techników, pracowników administracji, transportu, elektryków czy stolarzy, którzy nie brali bezpośrednio udziału w procesie przygotowywania programów informacyjnych, nie dość, że nie ułatwiłoby odpowiedzi na postawione pytania badawcze, to jeszcze mogłoby wypaczyć zebrane wyniki. Przez lata dziennikarze stanowili zazwyczaj około 10–20% osób pracujących we wrocławskim ośrodku telewizyjnym.

Zasadnicze badania ilościowe wykonano w okresie od 1 października 2022 do 30 czerwca 2023 roku, na grupie 40 respondentów (byłych i obecnych pracowników i współpracowników wrocławskiej telewizji), z czego 53,7% stanowili obecni, a 46,3% byli dziennikarze informacyjni Telewizji Wrocław. Do przeprowadzenia badań użyto techniki anonimowego kwestionariusza, który rozsyłano za pośrednictwem bezpłatnego narzędzia Google Forms. W badaniu zagwarantowano pełną anonimowość respondentów. Nie zbierano adresów e-mail osób wypełniających. Uzupełnieniem badań ilościowych były badania jakościowe w formie osobiście przeprowadzonych indywidualnych pogłębionych swobodnych wywiadów bezpośrednich. Dobór grupy był celowy, gdyż polegał na przeprowadzeniu wywiadów z byłymi i obecnymi twórcami telewizyjnymi, którzy pracowali bądź nadal pracują przy tworzeniu programów informacyjnych w Telewizji Wrocław. Wywiady pogłębione przeprowadzone zostały w okresie od października 2022 do czerwca 2023 roku i objęły w sumie 40 osób. Zgodnie z założeniami badawczymi chodziło o to, aby dotrzeć bezpośrednio do osób, które rzeczywiście tworzyły i tworzą programy informacyjne, a więc do reporterów, prezenterów, wydawców, a także kierowników redakcji, koordynatorów i wreszcie dyrektorów TVP Oddziału we Wrocławiu (głównie tych z doświadczeniem dziennikarskim). Precyzyjne określenie i nadanie funkcji poszczególnym osobom, z którymi przeprowadzono wywiady, było trudne, jako że zdecydowana większość dziennikarzy rozpoczynała karierę od pracy reporterskiej. Z czasem dziennikarze awansowali na stanowisko wydawcy. Część z nich prowadziła programy informacyjne, część własne audycje. Potem niektórzy zaczęli pełnić funkcje koordynatorów, inni awansowali na stanowiska kierowników redakcji. Niełatwo więc było zbudować jednolitą, spójną i czytelną kategoryzację stanowisk.

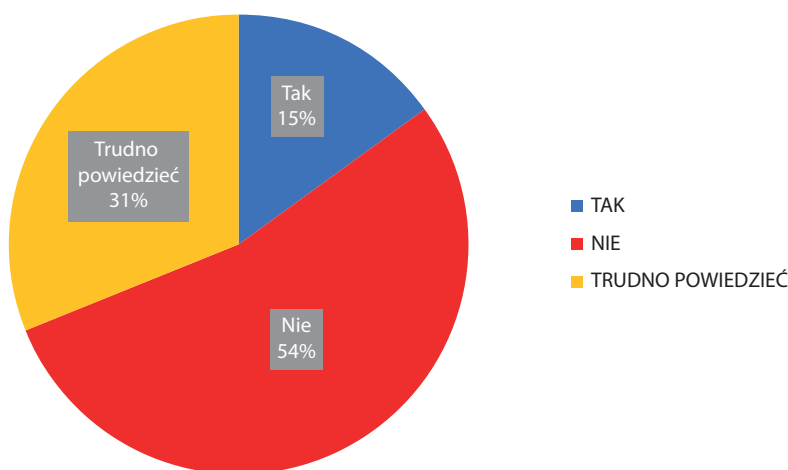
Kondycja zawodu dziennikarza telewizyjnego. Wyniki badań

Prezentowane w tej części wyniki badań ilościowych będą uzupełniane fragmentami wywiadów, które pozwolą lepiej i pełniej zrozumieć sens udzielonych odpowiedzi, a także zarysować kontekst pracy dziennikarzy informacyjnych oraz szerzej działalności wrocławskiego ośrodka telewizyjnego.

Kondycja budżetu Telewizji Wrocław

Punktem wyjścia do analizy wyników badań jest odpowiedź na pytanie o sytuację finansową wrocławskiego oddziału Telewizji Polskiej S.A. Na pytanie „Czy Państwa stacja dysponowała/dysponuje budżetem gwarantującym sprawne funkcjonowanie?” ponad połowa ankietowanych (53,8%) odpowiedziała, że nie. Natomiast 30,8% nie udzieliło jednoznacznej odpowiedzi, zaznaczając „trudno powiedzieć”. Jedynie 15,4% ankietowanych uznało, że budżet TVP Wrocław jest wystarczający. Co ciekawe, podobną krytyczną ocenę prezentowali zarówno dziennikarze z krótkim stażem pracy (1–5 lat), jak i ci z najdłuższym (powyżej 35 lat).

Czy Państwa stacja dysponowała/dysponuje budżetem gwarantującym sprawne funkcjonowanie?



Wykres 1. Ocena budżetu Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu

Źródło: opracowanie własne.

Istotnym uzupełnieniem powyższych wyników są komentarze dziennikarzy pełniących funkcje kierownicze. Była kierowniczka Redakcji Programów Informacyjnych, mówiąc o funkcjonowaniu ośrodka i produkcji poszczególnych audycji, stwierdziła, że „bez sponsoringu nie było i nie ma programu. Jak się nie przyniesie pieniędzy, to nie ma produkcji”². Sponsoring, ze względów formalnych, nie wchodzi jednak w grę w wypadku programów informacyjnych. Obecny kierownik Wydziału Audycji Informacyjnych tłumaczył: „My się opieramy na pieniądzach z abonamentu, są budżety: budżet roczny, który jest dzielony na poszczególne dni, na

² Wywiad pogłębiony z byłą kierowniczką Redakcji Programów Informacyjnych Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu. Dane zanonimizowane. Badania jakościowe autora.

poszczególne wydania, ale o kwotach nie mogę mówić. Myślę jednak, że jesteśmy na granicy funkcjonowania. Posiadane środki pozwalają na wykonywanie ustawowych obowiązków, natomiast dodatkowe środki mogłyby wzmocnić redakcję. Każdą złotówkę oglądamy dwukrotnie”³. W kontekście zaprezentowanych danych i opinii dziennikarzy rodzi się pytanie: czy w sytuacji permanentnego niedoboru środków na produkcję możliwe jest wypełnianie misji informacyjnej i kontrolnej w stosunku do lokalnych i regionalnych władz, które w istotny sposób wspierają finansowo produkcję programów innych niż informacyjne, przez co umożliwiają wypełnienie ramówki? Czy w takich warunkach możliwa jest ocena podejmowanych przez urzędników decyzji, nie wspominając o krytyce, i czy wreszcie możliwe jest tworzenie informacji jakościowych?

Subiektywna ocena poziomu wynagrodzeń dziennikarzy Telewizji Wrocław

Analizując problem deprecjacji zawodu dziennikarza, warto przeanalizować też dane i opinie dotyczące poziomu wynagrodzeń. Oczywiście trudno byłoby pozyskać twarde dane o poziomie wynagrodzeń dziennikarzy Telewizji Wrocław. Mało kto jest chętny się przyznać, ile zarabia i za jaką pracę. W omawianych badaniach przyjęto więc założenie, że dziennikarze sami ocenią poziom swoich dochodów, odnosząc je do tak zwanej średniej⁴.

Na pytanie „Jak Pani/Pan ocenia wysokość swoich zarobków?” ponad połowa ankietowanych (54,1%) odpowiedziała, że jako średni (a więc zbliżony do zakładanej średniej). Niespełna jedna trzecia badanych (27%) uznała swoje zarobki za wysokie, a blisko jedna piąta (18,9%) określiła ich poziom jako niski.

O ile zaprezentowane wyniki dają wyobrażenie o aktualnym poziomie wynagrodzeń, o tyle głębsza analiza rozkładu odpowiedzi ukazuje, jak zmienia się ocena zarobków z biegiem lat. Pokazują to wyniki, jakie uzyskano w dwóch skrajnych podgrupach ankietowanych: dziennikarzy z najkrótszym (1–5 lat) oraz najdłuższym (powyżej 35 lat) stażem pracy. Co prawda, zarówno w pierwszej, jak i drugiej grupie dominowały opinie, że poziom wynagrodzeń w TVP Wrocław należy określić jako średni (66% dziennikarzy ze stażem pracy 1–5 lat oraz 57,14% ze stażem powyżej 35 lat), jednak uwagę zwracają wielkości dotyczące kolejnych odpowiedzi. Otóż 33% dziennikarzy ze stażem 1–5 lat oceniło poziom swoich zarobków jako niski, z kolei 42,85% dziennikarzy ze stażem powyżej 35 lat – jako wysoki. Wyniki te pokazują

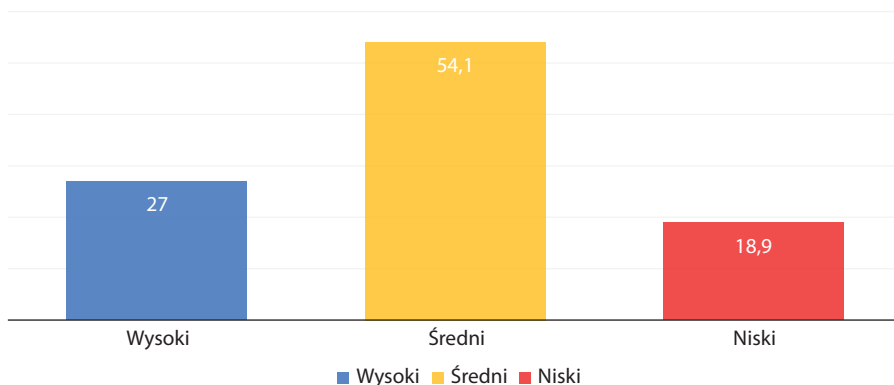
³ Wywiad pogłębiony z kierownikiem Wydziału Audycji Informacyjnych Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu. Dane zanonimizowane. Badania jakościowe autora.

⁴ Określenie „średniego poziomu wynagrodzeń” przysparza kłopotów wielu specjalistom nie tylko z zakresu nauk społecznych czy ekonomicznych. Stosowana jeszcze do niedawna kategoria średniej krajowej nie oddaje rzeczywistego uśrednionego poziomu wynagrodzeń. Wielu analityków proponuje, aby stosować medianę wynagrodzeń, choć i ta wartość bywa kłopotliwa, gdy próbuje się porównywać wynagrodzenia w różnych grupach zawodowych. Na potrzeby badań przyjęto, że „średni poziom wynagrodzenia” to 3899 złotych netto (stan na 2023/2024 rok).

wyraźną zmianę tendencji w ocenie poziomu wynagrodzeń przez kolejne pokolenia dziennikarzy telewizyjnych i widoczny proces pauperyzacji.

Istotnym uzupełnieniem powyższych ocen mogą być wyniki, jakie uzyskano, zadając pytanie: „Czy zdarzyło się Pani/Panu dorabiać do pensji?”. Aż 63,2% badanych odpowiedziało twierdząco, a 31,6% stwierdziło, że nie miało takiej potrzeby.

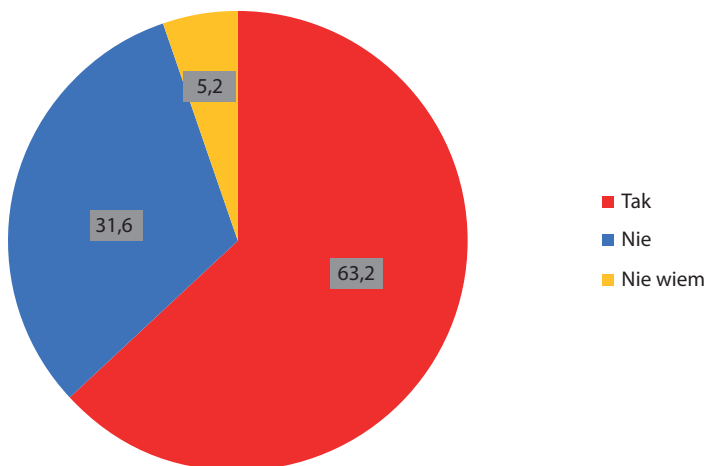
Jak ocenia Pani/Pan poziom swoich zarobków?



Wykres 2. Ocena poziomu wynagrodzenia przez dziennikarzy Telewizji Wrocław

Źródło: opracowanie własne.

Czy zdarzyło się Pani/Panu dorabiać do pensji?



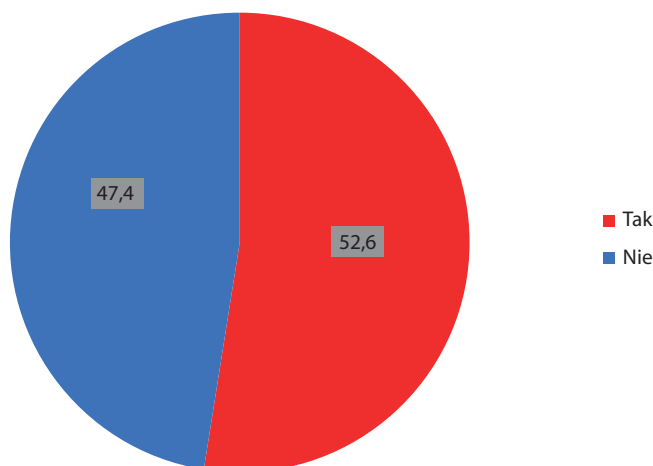
Wykres 3. Podejmowanie dodatkowych prac przez dziennikarzy Telewizji Wrocław

Źródło: opracowanie własne.

Co ciekawe, do dodatkowych aktywności związanych z dorabianiem w porównywalnym stopniu przyznawali się wszyscy dziennikarze, bez względu na staż pracy. W wywiadach pogłębionych dziennikarz i prezenter pracujący we wrocławskim ośrodku telewizyjnym w latach 60. i 70. XX wieku przyznał, że „czasami brało się jakieś fuchy, ale to nie wynikało z konieczności, ale tak po prostu na ekstra przyjemności. Za moich czasów zarobki w telewizji były raczej wysokie”⁵. Z kolei dziennikarz, który pracował w latach 70. i 80. XX wieku, prezentował już inną ocenę: „pensje zwykle były skromne, ale zarabiano się na honorariach”⁶. Inny dziennikarz pracujący w telewizji na początku XXI wieku mówił z kolei o wręcz przestępczym procederze związanym z naliczaniem wynagrodzeń: „na umowie o pracę dostawało się pensję minimalną. Zasadniczą część wynagrodzeń stanowiły honoraria wypłacane za pośrednictwem firmy zewnętrznej. Chodziło o to, że w ten sposób telewizja unikała płacenia pełnych składek ZUS-u od całości naszych wynagrodzeń”. Interesująca jest też odpowiedź młodej dziennikarki, która dzisiaj pracuje w redakcji *Faktów*: „Jeśli chodzi o mnie, to jestem usatysfakcjonowana, jeśli chodzi o możliwość zabezpieczenia własnych potrzeb”. Czyżby oznaczało to, że młodzi uważają swoje pensje za wystarczające i są z nich zadowoleni? Kolejne wyniki wydają się przeczyć takiej interpretacji.

Na pytanie „Czy kiedykolwiek ze względu na wysokość zarobków rozważała Pani/rozważał Pan zmianę zawodu?” ponad połowa ankietowanych (52,6%) odpowiedziała, że tak.

Czy kiedykolwiek ze względu na poziom wynagrodzenia
rozważała Pani/rozważał Pan zmianę zawodu?



Wykres 4. Poziom wynagrodzenia a zmiana zawodu. Ocena dziennikarzy Telewizji Wrocław

Źródło: opracowanie własne.

⁵ Badania jakościowe autora.

⁶ Badania jakościowe autora.

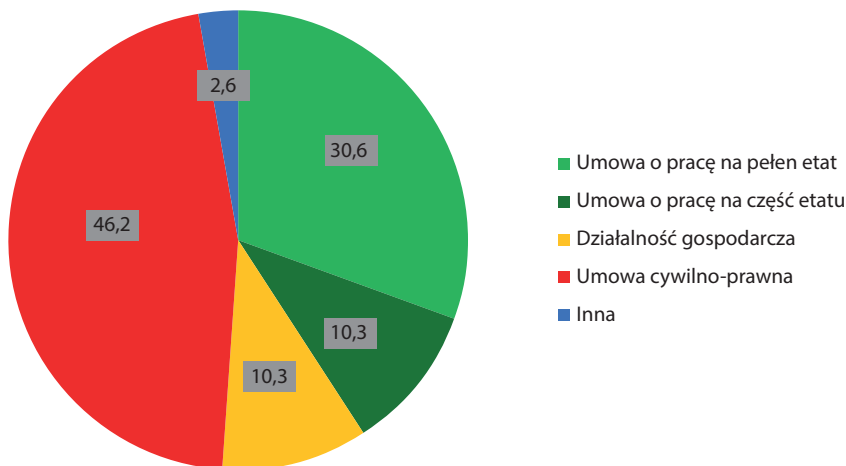
Wiele mówi fakt, że odpowiedzi twierdzącej na powyższe pytanie udzielali najczęściej dziennikarze z krótszym i średnim stażem pracy. W grupie osób o stażu 1–5 lat było to 66,66% ankietowanych, a w grupie o stażu 5–10 lat wszyscy ankietowani. Z drugiej strony dziennikarze ze stażem pracy powyżej 30 lat jednogłośnie stwierdzili, że nigdy nie rozważali zmiany zawodu ze względu na wysokość zarobków. Powyższe dane wyraźnie dowodzą, że w wypadku dziennikarzy telewizyjnych w wymiarze wynagrodzeń doszło do zjawiska pauperyzacji i swoistej degradacji zawodowej.

Formy zatrudnienia dziennikarzy w Telewizji Wrocław

Zaprezentowane do tej pory wyniki badań wskazują wyraźnie, że z biegiem lat zawód dziennikarza telewizyjnego ulegał wyraźnej deprecjacji. Jej przejawem nie jest jednak jedynie poziom wynagrodzeń i subiektywne poczucie satysfakcji finansowej. Najbardziej wyrazistym przejawem jest forma prawna, w jakiej dziennikarze współpracują z telewizją – bądź co bądź instytucją publiczną.

Na pytanie „Jaka jest podstawowa forma zatrudnienia w Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu?” aż 59,1% dziennikarzy odpowiedziało, że pracowało lub pracuje bez umowy o pracę, a formą ich zatrudnienia jest: umowa cywilnoprawna (np. umowa zlecenie, umowa o dzieło) – 46,2%, własna działalność gospodarcza (samozatrudnienie) – 10,3%, na inne rodzaje umów wskazało 2,6% dziennikarzy. Umowę o pracę na pełen etat wskazało 30,6%, a umowę o pracę na część etatu – 10,3% badanych.

Jaka była/jest forma Pani/Pana zatrudnienia?



Wykres 5. Forma zatrudnienia dziennikarzy Telewizji Wrocław

Źródło: opracowanie własne.

Tak zaprezentowane dane nie oddają jednak wyraźnej i niepokojącej tendencji. Otóż po analizie zebranych danych pod kątem stażu pracy, okazuje się, że w grupie osób ze stażem pracy 1–25 lat 72,22% dziennikarzy współpracowało z Telewizją Polską na podstawie umów cywilnoprawnych, a 11,11% dziennikarzy prowadziło własną działalność gospodarczą (samozatrudnienie), 5,55% zaś wskazało na inne formy współpracy. Zaledwie 11,11% miało umowę o pracę na część etatu (umowy o pracę na pełen etat nie deklarował nikt). Z kolei w grupie dziennikarzy ze stażem pracy powyżej 25 lat – 55% badanych dziennikarzy wskazywało na umowę o pracę na pełen etat, a kolejne 10% na część etatu. Dalsze 20% miało umowę cywilnoprawną, a 10% prowadziło własną działalność gospodarczą (samozatrudnienie). Jednocześnie 5% osób w tej grupie nie udzieliło żadnej odpowiedzi. Powyższe wyniki wskazują wyraźnie, że i w tym zakresie można mówić o degradacji zawodowej i pauperyzacji w środowisku dziennikarzy telewizyjnych TVP Wrocław. Wydaje się, że w tym wypadku poziom stabilizacji zawodowej i bezpieczeństwa osobistego dziennikarzy, a przez to poziom lojalności wobec telewizji jako pracodawcy systematycznie spada. Pytanie, czy w takiej sytuacji tworzenie jakościowej informacji jest realne, wydaje się pytaniem retorycznym.

Analiza wyników badań empirycznych

W niniejszym artykule zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych w ośrodku regionalnym Telewizji Polskiej we Wrocławiu. Wybór telewizji regionalnej był zabiegiem celowym, bo stacja ta, będąc częścią nadawcy ogólnopolskiego, pozwoliła zogniskować jak w soczewce istotne problemy, z jakimi zmagają się współczesne dziennikarstwo. Omówione powyżej wyniki badań pozwalają na udzielenie odpowiedzi na postawione wcześniej pytania badawcze, zweryfikowanie hipotez oraz sformułowanie wniosków.

W wypadku pierwszego pytania badawczego: czy Telewizja Wrocław dysponuje budżetem wystarczającym na prowadzenie produkcji i utrzymanie ośrodka, odpowiedź wydaje się oczywista. Telewizja Wrocław nie dysponowała i nie dysponuje budżetem, który umożliwi sprawne i twórcze działanie. Przyjęta hipoteza została zweryfikowana i całkowicie potwierdzona. Warto przy tym pamiętać, że produkcja programów o charakterze informacyjno-publicystycznym jest obowiązkiem ustawowym, na który pieniądze powinny zostać zabezpieczone ze środków abonamentowych. Ograniczony budżet skutkować może z jednej strony zmniejszeniem liczby wydań programów w ciągu dnia, z drugiej spadkiem jakości produkowanych materiałów informacyjnych.

Jeśli chodzi o drugie pytanie badawcze: jak dziennikarze Telewizji Wrocław oceniają poziom swoich zarobków i jak wpływa to na ich lojalność, to odpowiedź na nie wymagała zastosowania strategii pytań łączonych. Hipoteza zakładająca, że wynagrodzenia dziennikarzy Telewizji Wrocław przewyższają przeciętne zarobki,

przez co dziennikarze czują się lojalni wobec pracodawcy i swojej grupy zawodowej, została sfalsyfikowana. Wyniki badań pokazują wyraźnie, że poziom wynagrodzeń dziennikarzy Telewizji Wrocław przez lata systematycznie malał. Trend ten dostrzegają zwłaszcza doświadczeni dziennikarze z długim stażem pracy. W badanym okresie deklarowane przez dziennikarzy wynagrodzenie oscylowało wokół wskaźnika średniej. Dziennikarze – przynajmniej na poziomie wysokości wynagrodzeń – nie czują się związani z pracodawcą.

Odpowiedź na trzecie pytanie badawcze, które brzmiało: jaka jest podstawowa forma zatrudnienia w Telewizji Polskiej S.A. Oddział we Wrocławiu, również pozwala uznać, że przyjęta hipoteza badawcza została sfalsyfikowana. O ile w przeszłości podstawową formą zatrudnienia w Telewizji Wrocław była umowa o pracę, o tyle dzisiaj dominują umowa cywilno-prawna i własna działalność gospodarcza (samozatrudnienie). Preferowane przez TVP S.A. pozaetatowe formy zatrudnienia dziennikarzy – na umowy cywilnoprawne optymalne kosztowo dla zleceniodawcy czy zamawiającego – nie tworzą poczucia stabilizacji zawodowej i nie stwarzają perspektywy rozwoju zawodowego; tym samym wpływają na obniżającą się jakość informacji.

Wnioski i podsumowanie

Współczesny świat – jak wspomniano we wstępie – opiera się na informacji i jej wymianie. Istotną rolę – zwłaszcza w kontekście nadprodukcji przez media społecznościowe treści mało istotnych – odgrywać mogą w tym procesie tradycyjne media, a przede wszystkim pracujący w nich profesjonalni dziennikarze. Poruszany w dyskursie publicznym problem tabloidyacji mediów i spadku stopnia profesjonalizmu wśród dziennikarzy odnosi się w dużej mierze do postulatu tworzenia i publikowania w mediach – zwłaszcza publicznych – informacji wartościowej. Jak wskazano powyżej, informacja taka charakteryzuje się określonymi cechami. Po pierwsze, jest aktualna, porusza istotne kwestie, ważne zarówno dla społeczeństwa, jak i państwa, a więc jest użyteczna w sensie poznawczym. Po drugie, w wymiarze technicznym (zwłaszcza w przypadku telewizyjnego dziennikarstwa informacyjnego) jest atrakcyjna: ciekawa merytorycznie i wizualnie, technicznie profesjonalna, a jednocześnie bezstronna, rzetelna i przygotowana w sposób etyczny. Po trzecie wreszcie, dobrze, aby miała ona charakter edukacyjny, wyjaśniała zależności, tłumaczyła konteksty, a zarazem stroniła od prostej publicystyki. W ten sposób wartościowa informacja pomaga tropić i zwalczać dezinformację, ułatwia rozumienie rzeczywistości, a przez to służy społeczeństwu i państwu. Jak wskazano powyżej, przygotowanie takiej informacji wymaga od twórców nie tylko wiedzy i profesjonalnego podejścia, ale także odpowiedniego sprzętu, czasu, pasji i wreszcie pieniędzy. Niestety, jak wynika z przeprowadzonych badań i zaprezentowanych w niniejszym artykule wyników, spełnienie powyższych warunków, w wypadku telewizji regionalnej, jest trudne, żeby nie powiedzieć niemożliwe.

Mimo iż Telewizja Wrocław jest częścią telewizji publicznej, nie dysponowała ona i nie dysponuje środkami umożliwiającymi twórcze funkcjonowanie. Skomplikowana sytuacja ekonomiczna i permanentny niedobór środków nie sprzyjają tworzeniu informacji jakościowych. Przekłada się to na wynagrodzenia dziennikarzy, które można określić jako przeciętne. Dodatkowo system wynagradzania – oparty na mechanizmie ilościowym – premiuje przeciętność. Więcej można zarobić na przygotowaniu kilku prostych relacji niż jednego dobrze udokumentowanego, skomplikowanego materiału o cechach informacji jakościowej. W tej sytuacji wielu dziennikarzy nie ma czasu na „szukanie tematów”, zajmuje się produkcją prostych newsów, a po pracy często podejmuje kolejne zajęcia, aby dorobić. Jakby tego było mało, Telewizja Polska S.A., której właścicielem jest Skarb Państwa, zamiast świecić przykładem i dbać o pracowników, zatrudnia dziennikarzy na podstawie umów cywilnoprawnych albo proponuje współpracę na zasadzie samozatrudnienia (B2B), zmuszając dziennikarzy do zakładania własnej działalności gospodarczej.

Powyższe uwagi i wnioski, choć dotyczą Telewizji Wrocław, stanowiąc swoiste studium przypadku, wydają się odnosić do szerszej medialnej rzeczywistości. Mając na uwadze skomplikowaną rzeczywistość XXI wieku, a przede wszystkim wojnę w Ukrainie i będące jej częścią operacje hybrydowe oparte na dezinformacji, powinniśmy zadbać o poprawę kondycji zawodu dziennikarza, a szerzej o jakość i formę mediów, zwłaszcza publicznych.

Bibliografia

- CBOS (1995). *Prestiż zawodów. Komunikat z badań, nr BS/56/47/95. Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (57), zrealizowano w dniach 3–6 lutego 1995 roku*. Pobrane z: https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/1995/K_047_95.PDF (dostęp: 4.04.2025).
- Czyszkowski P. (2025). *Czwarta władza? Między polityką a ekonomią. Dziennikarstwo informacyjne w Telewizji Wrocław*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Doktorowicz K. (1989). *Obiektywizm w amerykańskiej doktrynie prasowej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Domański H., Sawiński Z., Słomczyński K.M. (2010). „Prestiż zawodów w obliczu zmian społecznych”. *Studia Socjologiczne*, 4, s. 79–119.
- Mrozowski M. (2001). *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Petzel J. (1991). *Informatyka prawnicza. Zagadnienia teorii i praktyki*. Warszawa: Wydawnictwo Liber.
- Pisarek W. (red.) (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Universitas.
- SW Research (2024). *Ranking prestiżu zawodów i specjalności*.
- Szot L. (2013). *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

- Szot L. (2019). „Deprecjacja zawodowa dziennikarza”. W: S. Michalczyk, K. Brzoza (red.). *Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego*. T. 1: *Problemy teoretyczno-praktyczne*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W. (2009). *Gatunki dziennikarskie: Teoria, praktyka, język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.