

Kształcenie dziennikarzy w Polsce

Opinie i oczekiwania studentów

Sławomir Gawroński
Rafał Polak
Iwona Leonowicz-Bukała
Olga Kurek

Kształcenie dziennikarzy w Polsce

Opinie i oczekiwania studentów



**WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**
z siedzibą w Rzeszowie

Rzeszów 2009

Projekt został zrealizowany przy wsparciu udzielonym
przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię,
poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego
Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego
w ramach Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego.



Fundusz Stypendialny i Szkoleniowy 



Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji

Recenzent: prof. dr hab. Jerzy Chłopecki

Opracowanie wydawnicze: Zespół Wydawnictwa WSiLiZ

ISBN 978-83-60583-23-4

© Copyright by Wydawnictwo WSiLiZ
Rzeszów 2009

Wydawca:
Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania
z siedzibą w Rzeszowie
ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów
tel. (0-17) 86 61 144
e-mail: wydawnictwo@wsiz.rzeszow.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział I. Metoda badawcza i dobór próby	13
1. Uzasadnienie wyboru metody badawczej.....	13
2. Organizacja badań.....	15
3. Dobór próby.....	15
Rozdział II. Charakterystyka badanej próby.....	19
1. Motywacje podjęcia studiów wyższych	33
2. Determinanty wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	41
Rozdział III. Motywacje studentów do podjęcia studiów dziennikarskich	33
Rozdział IV. Ocena jakości kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	63
1. Ocena standardów kształcenia.....	63
1.1. Kształcenie w zakresie filozofii	67
1.2. Kształcenie w zakresie socjologii.....	67
1.3. Kształcenie w zakresie prawa.....	68
1.4. Kształcenie w zakresie ekonomii.....	69
1.5. Kształcenie w zakresie historii Polski XX wieku.....	71
1.6. Kształcenie w zakresie nauki o komunikowaniu.....	72
1.7. Kształcenie w zakresie współczesnych systemów politycznych	73
1.8. Kształcenie w zakresie historii mediów	75
1.9. Kształcenie w zakresie polskiego systemu medialnego	76
1.10. Kształcenie w zakresie systemów medialnych na świecie	77
1.11. Kształcenie w zakresie kultury języka.....	79
1.12. Kształcenie w zakresie retoryki i erystyki	80
1.13. Kształcenie w zakresie gatunków dziennikarskich.....	81
1.14. Kształcenie w zakresie prawa mediów	83
1.15. Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej	84
1.16. Kształcenie w zakresie warsztatu dziennikarskiego	84
1.17. Kształcenie w zakresie public relations	86

1.18. Kształcenie w zakresie dziennikarskich źródeł informacji.....	87
1.19. Kształcenie w zakresie psychologii społecznej.....	88
1.20. Kształcenie w zakresie głównych nurtów kultury światowej i polskiej XX i XXI w.....	89
1.21. Kształcenie w zakresie stosunków międzynarodowych.....	90
1.22. Kształcenie w zakresie teorii komunikowania masowego.....	91
1.23. Kształcenie w zakresie metod badań medioznawczych.....	92
1.24. Kształcenie w zakresie społecznego i kulturowego oddziaływania mediów.....	94
1.25. Kształcenie w zakresie komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego.....	95
1.26. Kształcenie w zakresie ekonomiki mediów.....	96
1.27. Kształcenie w zakresie prawa autorskiego.....	97
1.28. Kształcenie w zakresie pragmatyki językowej.....	98
1.29. Kształcenie w zakresie analizy dyskursu medialnego.....	99
1.30. Kształcenie w zakresie mediów lokalnych i środowiskowych ...	101
1.31. Kształcenie w zakresie opinii publicznej.....	102
1.32. Kształcenie w zakresie marketingu i reklamy.....	103
2. Ocena kształcenia praktycznego.....	109
2.1. Wymiar praktycznych zajęć dydaktycznych.....	109
2.2. Praktyki zawodowe.....	112
2.3. Efektywność zajęć dydaktycznych.....	116
3. Ocena przydatności zawodowej studiów dziennikarskich.....	117
Rozdział V. Oczekiwania studentów wobec jakości kształcenia.....	123
1. Oczekiwane kierunki kształcenia.....	123
2. Treści kształcenia.....	131
3. Forma ukończenia studiów.....	132
Rozdział VI. Studenci i absolwenci na rynku pracy.....	135
1. Aktualna sytuacja zawodowa.....	135
2. Plany zawodowe.....	143
3. Oczekiwania finansowe.....	152
4. Praca bez wynagrodzenia.....	156
5. Aktywność w dziennikarskich organizacjach zawodowych.....	162
Rozdział VII. Ocena współczesnych mediów.....	167
1. Stosunek do mediów publicznych.....	167
2. Autorytety dziennikarskie.....	170
3. Zagrożenia dla mediów i dziennikarstwa.....	174
Spis tabel.....	177
Spis wykresów.....	183
Literatura.....	184

WSTĘP

Kształcenie dziennikarzy w Polsce jeszcze nigdy nie miało tak masowego i zróżnicowanego charakteru jak obecnie. Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, a także na rozmaitych okołodziennikarskich i okołomedialnych specjalnościach funkcjonujących w obrębie innych kierunków (np. filologii, politologii) studiuje, według rozmaitych szacunków, od dwudziestu kilku do niemal 40 tys. osób, co oznacza kilkutysięczną (może nawet kilkunastotysięczną) rzeszę absolwentów dziennikarstwa rokrocznie opuszczających mury uniwersytetów oraz kilkudziesięciu szkół wyższych, tak publicznych, jak i niepublicznych, prowadzących studia w tym zakresie. W krótkim czasie kierunek ten stał się dość nieoczekiwanie niesłychanie popularną ścieżką kształcenia, z różnych przyczyn atrakcyjną i pociągającą dla młodych ludzi. Dziennikarstwo i komunikacja społeczna stało się jednocześnie bardzo pojemnym i wszechstronnym kierunkiem studiów umożliwiającym uczelniom prowadzenie kształcenia na ścieżkach niezwykle zróżnicowanych pod względem treściowym, merytorycznym i specjalizacyjnym. Od pewnego czasu w ramach dziennikarstwa i komunikacji społecznej kształcą się nie tylko przyszłych redaktorów i pracowników sektora medialnego, ale także rzeczników prasowych, menedżerów w zakresie public relations, copywriterów, specjalistów od reklamy i innych form komunikowania marketingowego, grafików komputerowych, fotografów, projektantów stron internetowych i multimedialistów oraz przedstawicieli wielu innych specjalności. Masowość edukacji w połączeniu z realizowaniem przez uczelnie egzotycznych ścieżek, często niezwiązanych z określoną standardami nauczania sylwetką absolwenta kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna powodują siłą rzeczy coraz wyraźniej dostrzegalne obniżenie jakości kształcenia i odejście od standardu narzuconego przepisami prawa. Na niepokojące przykłady wskazują choćby pokontrolne wnioski Państwowej Komisji Akredytacyjnej sugerujące podjęcie koniecznych działań zmierzających do podniesienia jakości kształcenia. Konieczność zmian w systemie kształcenia dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej dostrzegana jest jednak nie tylko przez członków PKA, ale przede wszystkim przez środowisko naukowe medioznawców

i dziennikarzy, dydaktyków pracujących w uczelniach kształcących na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, a przede wszystkim przez bezpośrednio zainteresowanych, czyli studentów.

Wśród najczęściej zgłaszanych postulatów wyłaniających się z licznych dyskusji na temat podniesienia jakości kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna wymienić należy:

- zmianę obowiązujących standardów kształcenia,
- wyodrębnienie dyscypliny naukowej związanej z mediami masowymi i komunikacją społeczną,
- rozdzielenie kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na dwa odrębne, związane z zawodowym kształceniem dziennikarzy oraz komunikacją społeczną (co uzasadniałoby dalsze kształcenie studentów na dotychczasowych „pozadziennikarskich” specjalnościach).

Na konieczność zmiany standardów kształcenia wskazuje choćby Janusz Adamowski w swym raporcie opracowanym na potrzeby Państwowej Komisji Akredytacyjnej. „Pilna i ważna wydaje się sprawa udoskonalenia obowiązujących od niedawna standardów nauczania w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej, zwłaszcza pod kątem ich lepszego dostosowania do specyfiki kierunku (dzisiaj wydają się mieć one nadmiernie *politologiczny* charakter), a także zapewnienia im większej spójności (czego dzisiaj chyba brak) i wewnętrznej logiki, zwłaszcza na poziomie studiów II stopnia”¹. W tym samym dokumencie zwraca też uwagę na konieczność stworzenia nowej dyscypliny naukowej, która wyeliminuje wiele (głównie kadrowych) niejasności i wątpliwości oraz umożliwi dalszą realizację prac nad podnoszeniem jakości kształcenia. „Wydaje się, że sprawą szczególnej wagi dla tożsamości tego kierunku uznać należy konieczność wyodrębnienia dyscypliny naukowej pod nazwą *nauka o komunikowaniu i mediach społecznych*, co pozwoliłoby na precyzyjne wskazanie kadry nauczającej o odpowiednich dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej kwalifikacjach (poprzez nadawanie stopni naukowych doktora i doktora habilitowanego w zakresie wspomnianej dyscypliny). Dzisiaj bowiem istnieją dość nieostre kryteria zaliczania nauczycieli akademickich do tzw. minimum kadrowego”². Pogląd ten podziela także Tomasz Goban-Klas dostrzegający w wyodrębnieniu nowej dyscypliny naukowej pilną konieczność. „Na aktualnej liście Centralnej Komisji do spraw Stopni i Tytułów z 24 października 2005 roku w naukach humanistycznych nie znalazła się nowa, lecz bardzo dynamicznie rozwijająca się dyscyplina nauk o komuni-

¹ J. Adamowski, *Raport podsumowujący ocenę jakości kształcenia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”*, [w:] *Działalność Państwowej Komisji Akredytacyjnej w 2007 roku*, ASPRA-JR, Warszawa 2008, s. 19.

² *Ibidem*.

kacji społecznej i mediach. Można zrozumieć ostrożność gremium kierującego się zapewne swoistym pojmowaniem tzw. brzytwy Ockhama, iż nie należy mnożyć istnień ponad potrzebę. Wszakże w tym przypadku ta potrzeba jest oczywista, powiedziałbym nawet – paląca. Wprowadzenie trzystopniowego kształcenia z licencjatem, magisterium i doktoratem, a tym samym osiągnięcie jednego z celów procesu bolońskiego, wymaga zintegrowania programów i minimów kształcenia. Formowanie kadry dydaktycznej, już od poziomu magisterium, winno być wielodyscyplinarne, międzydyscyplinarne i interdyscyplinarne, ale w ramach nowej dziedziny. Co obecnie jest naruszeniem systemu bolońskiego, to zerwanie ciągłości, gdyż po studiach magisterskich najzdolniejsi absolwenci nie mają własnej akademickiej dziedziny wiedzy i drogi rozwoju naukowego, natomiast muszą szukać promotorów i placówek w dziedzinach co prawda szacownych, uznanych, ale przecież tylko pokrewnych. W tej sytuacji wprowadzenie nowej dyscypliny uporządkowałoby obecny żywiołowy jej rozkwit i przyczyniło się do rozwoju kadr naukowych i dydaktycznych. Konkluzja: kilkanaście jednostek uniwersyteckich kształcących na kierunkach dziennikarstwa i komunikacji społecznej, jeszcze więcej w szkołach niepublicznych na poziomie licencjackim, kilka periodyków naukowych, coroczne organizowanie konferencji, liczne projekty o granty polskie i europejskie, setki publikacji naukowych i rosnąca liczba podręczników akademickich, a co najważniejsze, znacząca liczbowo kadra samodzielnych pracowników naukowych (jakkolwiek przybyszów z pokrewnych dyscyplin naukowych) i blisko stu doktorów stanowią podstawowy argument uznania nauki o komunikacji społecznej i mediach za nową dyscyplinę w obrębie nauk humanistycznych³.

Rozdzielenie obecnego kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, choć mało realne z uwagi na i tak już mocno specjalistyczne i rozczłonkowane kierunki studiów, dopuszczone do realizacji przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego w znaczący sposób przyczyniłoby się do uporządkowania sytuacji i dałoby możliwość podjęcia działań mających na celu podniesienie jakości kształcenia.

Wszystkie proponowane rozwiązania wydają się być w założeniu słuszne, jednak stawiają przed ewentualnymi reformatorami liczne wyzwania. Jeśli standardy kształcenia miałyby zostać zmienione, to w jakim kierunku powinny owe zmiany podążać? Czy należy pozostawiać więcej swobody w zakresie planowania kształcenia uczelniom, czy też wręcz przeciwnie – kształcenie to powinno być bardziej ustandaryzowane i mniej elastyczne? Wyodrębnienie z dziennikarstwa i komunikacji społecznej dwóch nowych kierunków studiów stworzyłoby konieczność wypracowania dwóch odrębnych standardów kształcenia. Na ile ze

³ T. Goban-Klas, *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych*, „Sprawy Nauki” 2008, nr 12(141).

sobą zbieżnych, a na ile różniących się? Wprowadzenie nowej dyscypliny naukowej zdecydowanie wyeliminowałoby wiele niejasności kadrowych związanych z kształtowaniem minimum kadrowego, ale zanim pojawiliby się doktorzy i doktorzy habilitowani w tym zakresie w liczbie odpowiadającej zapotrzebowaniu uczelni i rynku edukacyjnego, w przejściowym okresie kilku (kilkunastu) lat należałoby wypracować odrębne rozwiązania regulujące ten problem. Rodzi się pytanie – w którą stronę powinny owe regulacje pójść?

Dostrzegane problemy związane z kształceniem dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej w Polsce, obserwacja systemów kształcenia dziennikarzy w innych krajach oraz chęć empirycznego zweryfikowania opinii zainteresowanych tym zagadnieniem skłoniła autorów niniejszej publikacji do opracowania koncepcji i realizacji projektu podniesienia w skali ogólnopolskiej jakości kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Bezpośrednim celem projektu *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Nowe potrzeby – nowe standardy*, którego realizacja zaplanowana została na okres od marca 2009 r. do listopada 2010 r., było podniesienie jakości kształcenia studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie oraz przekazanie innym polskim uczelniom kształcącym w tym zakresie wypracowanych standardów i rozwiązań. Celami operacyjnymi służącymi realizacji założenia głównego były:

- uruchomienie nowych specjalności kształcenia (opracowanie nowych planów i programów nauczania, wyposażenie laboratoriów, rekrutacja i realizacja kształcenia),
- diagnoza obecnego systemu kształcenia w Polsce i jego konfrontacja z doświadczeniami europejskimi (badanie potrzeb środowiska studenckiego, badanie opinii środowiska naukowego i kadry dydaktycznej, konsultacje z partnerem zagranicznym – Oslo University College),
- opracowanie nowych standardów nauczania dla ww. kierunku i lobbying w zakresie ich akceptacji przez instytucje sprawujące nadzór nad kształceniem wyższym w Polsce (opracowanie projektu nowelizacji standardów kształcenia jako efektu badań i konsultacji, upowszechnienie wypracowanych rozwiązań).

Niniejsza publikacja jest elementem diagnozy stanu obecnego systemu kształcenia dziennikarzy w Polsce służącej poznaniu opinii, oczekiwań i postulatów studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Jest to efekt reprezentatywnych badań empirycznych przeprowadzonych w dziewięciu uczelniach – wszystkich posiadających uprawnienia do prowadzenia studiów II stopnia na tymże kierunku. Ufamy, że uzyskane w ich trakcie opinie w konfrontacji z głosami środowiska naukowo-dydaktycznego, wzbogacone opiniami ekspertów przyczynią się do podniesienia jakości kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Niniejsza publikacja jest pierwszą zrealizowaną w ramach projektu *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Nowe potrzeby – nowe standardy*, którego wykonanie nie byłoby możliwe bez wsparcia Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji środkami pochodzącymi z Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego. Nie jest to zwykły raport z badań, ponieważ intencją autorów było także zwrócenie uwagi czytelnika na aktualne problemy kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna i próba poszukiwania zmian umożliwiających poprawę opisywanej sytuacji. Kontynuację podjętej problematyki stanowi opracowanie *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania środowiska naukowo-dydaktycznego*⁴, zawierające ocenę jakości kształcenia na analizowanym kierunku dokonaną przez naukowców i nauczycieli akademickich. Na podstawie obu publikacji wzbogaconych opiniami ekspertów w zakresie dydaktyki dziennikarstwa i komunikacji społecznej budowana jest propozycja reformy systemu kształcenia dziennikarzy i specjalistów w zakresie szeroko rozumianego komunikowania społecznego w Polsce. Zasadniczym celem działań podjętych przez autorów jest sprowokowanie dyskusji w środowisku akademickim na temat jakości kształcenia dziennikarzy w Polsce, jak również ukazanie konieczności zmian w systemie ich kształcenia i wskazanie zweryfikowanych empirycznie, potencjalnych kierunków ewentualnej reformy.

Sławomir Gawroński

⁴ S. Gawroński, R. Polak, I. Leonowicz-Bukała, O. Kurek, *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania środowiska naukowo-dydaktycznego*, Wyd. WSiLiZ, Rzeszów 2009.

ROZDZIAŁ I

METODA BADAWCZA I DOBÓR PRÓBY

1. Uzasadnienie wyboru metody badawczej

W celu zbadania efektywności kształcenia oraz przydatności aktualnych standardów kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w opinii studentów oraz zgłaszanych przez nich propozycji w zakresie podniesienia jakości kształcenia posłużono się metodą badań terenowych, techniką sondażu, natomiast jako narzędzie posłużył kwestionariusz ankiety audytoryjnej z wystandaryzowanymi pytaniami.

Sondaż to szczególny sposób badania opinii, postaw, wartości, norm społecznych czy aspiracji za pomocą wywiadów z konkretnymi ludźmi, najczęściej posiłkujący się z góry przygotowanymi kwestionariuszami. Kwestionariusz, którym badacze posługują się w czasie wywiadu, to specjalnie przemyślany zestaw pytań uwzględniający główne założenie danych badań. Pytanie źle postawione, niejednoznaczne, z góry sugerujące odpowiedź, zawierające treść obraźliwą albo krępującą dla informatorów – z góry należy uznać za wykluczające uzyskanie rzetelnych odpowiedzi⁵.

Badania ankietowe, sondażowe mogą być zastosowane do celów opisowych, wyjaśniających i eksploracyjnych. Są one używane głównie w takich przypadkach badawczych, w których analizuje się pojedyncze jednostki. Earl Babbie twierdzi, że badania ankietowe są najlepszą dostępną metodą dla tych badaczy, którzy chcą zbierać oryginalne dane w celu opisywania populacji zbyt dużej, by zaobserwować ją bezpośrednio. Dzięki starannemu doborowi losowemu otrzymujemy grupę respondentów, co do których możemy zakładać, że ich cechy odzwierciedlają cechy szerszej populacji, natomiast starannie

⁵ R. Dyoniziak, *Sondaże a manipulowanie społeczeństwem*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2004, s. 10.

skonstruowane kwestionariusze dostarczają danych w tej samej formie od wszystkich respondentów. Dodatkowo, badania sondażowe są doskonałym narzędziem pomiaru postaw i poglądów w dużej populacji⁶. Wprawdzie nazwa „ankieta” jest wieloznaczna, jednak pojęcie to używane jest w socjologii do określenia techniki badawczej, w której kwestionariusz wypełnia z reguły sam badany lub w jego imieniu tzw. ankieter. Znaczenie to kładzie przede wszystkim nacisk na sposób, całą procedurę zbierania materiałów. W innym znaczeniu ankietą określanym jest kwestionariusz, formularz z zestawem pytań do badanego, na które udziela on pisemnej odpowiedzi. L.A. Gruszczyński zaproponował określenie „technika ankiety” na sposób zbierania danych socjologicznych oraz używanie nazwy „kwestionariusza ankiety” do określenia samego narzędzia badawczego stosowanego w technice ankiety⁷.

Oczywiście, jak każda technika badania ankietowe mają swoje zalety, ale również i wady. Do głównych zalet zaliczyć można:

- niskie koszty dotarcia do respondentów w porównaniu z innymi metodami,
- możliwość dotarcia do jak największej liczby ankietowanych w krótkim czasie (szczególnie w przypadku ankiety audytoryjnej, czyli takiej, jaką zastosowano w opisywanych badaniach),
- obniżenie błędu wynikającego z tzw. wpływu ankieterskiego,
- bardzo wysoki stopień anonimowości, co jest szczególnie ważne w przypadku badań dotyczących drażliwych, osobistych tematów,
- każdy z respondentów ma czas, aby zastanowić się nad odpowiedzią,
- za pomocą ankiet można zbadać próby rozproszone po dużym obszarze geograficznym (ta zaleta jest szczególnie istotna w opisywanych badaniach, ponieważ objęły one teren całej Polski).

Podstawową wadą jest fakt, iż ankietę nie zapewnia badaczom możliwości sondowania respondentów, aby uzyskać dodatkowe informacje lub wyjaśnić jakąś odpowiedź. Innymi utrudnieniami ankiet audytoryjnych są: niski stopień kontroli badacza nad procesem wypełniania ankiety (co może powodować braki w odpowiedziach, odpowiedzi błędne wynikające np. z niezrozumienia pytania bądź instrukcji odpowiedzi na nie) oraz to, że ankietę wymaga prostych, łatwo zrozumiałych pytań i czytelnych instrukcji⁸. Pomimo świadomości ograniczeń i wad techniki sondażowej oraz narzędzia kwestionariusza ankiety wybrano tę właśnie metodę ze względu na wszystkie wyżej wymienione zalety, uznając ją za najodpowiedniejszą do uzyskania odpowiedzi na postawione pytania badawcze.

⁶ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2004, s. 268-269.

⁷ L.A. Gruszczyński, *Elementy metod i technik badań socjologicznych*, Śląskie Wydawnictwa Naukowe, Tychy 2002, s. 12.

⁸ Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 243.

2. Organizacja badań

Badania przeprowadzono w II kwartale 2009 r. Zanim dokonano właściwych pomiarów, przeprowadzono wstępny pilotaż w celu weryfikacji poprawności kwestionariusza ankiety. W badaniu pilotażowym wzięło udział 50 studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej z Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (w próbie znaleźli się reprezentanci zarówno studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych, z każdego rocznika studiów I oraz II stopnia).

Praca planowo rozwijała się w następujących etapach:

- opracowanie kwestionariusza ankiety,
- przeprowadzenie badań pilotażowych wśród losowo wybranych studentów,
- przeprowadzenie badań właściwych wśród losowo wybranych studentów,
- weryfikacja uzyskanego materiału badawczego,
- statystyczna analiza danych uzyskanych z ankiet za pomocą pakietu statystycznego SPSS (w szczególności zaplanowano tu użycie następujących narzędzi: statystyki opisowe, rozkłady częstości, korelowanie poszczególnych pytań z ankiety z pytaniami „metryczkowymi”, rozkłady częstości w pytaniach z wielokrotnymi odpowiedziami),
- sporządzenie raportu z wynikami badań.

3. Dobór próby

Całkowity zbiór obiektów poddawanych analizie czy całkowity zbiór danych nazywamy populacją, natomiast podzbiór danych pochodzących z populacji i będący podstawą uogólnień na całą populację nazywamy próbą. Podstawowym wymogiem stawianym wobec każdej próby jest to, aby była ona w maksymalnym stopniu reprezentatywna w stosunku do populacji, z której została pobrana. Dana próba jest uważana za reprezentatywną wtedy, gdy wyprowadzane przez badacza wnioski na podstawie badania próby są podobne do wniosków, które badacz otrzymałby, gdyby przebadał całą populację.

We współczesnej teorii doboru próby wprowadza się rozróżnienie na dobór losowy i dobór nielosowy. Dobór losowy (probabilistyczny) to w statystyce taki dobór elementów z populacji do próby statystycznej, w którym wszystkie elementy populacji (przedmiotów, regionów, ludzi itp.) mają równe szanse (takie samo prawdopodobieństwo) dostania się do próby. Natomiast dobór nielosowy (nieprobabilistyczny, np. celowy, okolicznościowy czy kwotowy) niekiedy nazywany jest próbą ekspercką. Do próby celowej badacz dobiera jednostki w sposób subiektywny tak, by były one najbardziej użyteczne lub reprezentatywne. Ponieważ kryteria doboru do próby celowej nie są łatwe do określenia, dlatego też nie można określić prawdopodobieństwa, z jakim dana jednostka znajdzie się w próbie. Dobór celowy stosuje się w przypadku, gdy badacz chce

zbadać mały podzbiór większej populacji, a wielu członków tego podzbioru nie da się rozpoznać. Może być także wykorzystywana przy badaniu przypadków odbiegających od normy. Ponieważ dobór celowy jest doбором nieprobabilistycznym, reprezentatywność wyników otrzymanych z prób celowych jest trudna do określenia i niższa niż w przypadku doboru losowego⁹.

Ponieważ populacja, którą poddano badaniom, czyli studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej, jest heterogeniczna na zewnątrz, a homogeniczna od wewnątrz, najodpowiedniejszym doбором jest losowy dobór warstwowo-proporcjonalny. E. Babbie warstwowaniem (stratyfikacją) nazywa zestawianie jednostek populacji w homogeniczne grupy (warstwy) przed losowaniem. Procedura ta zwiększa reprezentatywność próby ze względu na to, że z populacji homogenicznej otrzymujemy próby obciążone mniejszym błędem niż te, które otrzymujemy z populacji heterogenicznej. Warstwowanie może być łączone z doбором prostym, systematycznym lub grupowym. Warstwy powinny być rozłączne (tzn. żaden element populacji nie może być zaliczony do dwóch różnych warstw) oraz wyczerpujące (czyli w sumie powinny dawać całą populację – każdy element populacji powinien należeć do jednej z warstw)¹⁰.

Uczelnie, które wzięto pod uwagę na etapie conceptualizacji projektu, są wszystkimi, które posiadają uprawnienia (akredytacja Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego) w zakresie kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na poziomie studiów II stopnia.

Z badanej populacji wydzielono dziewięć odrębnych warstw, które stanowili studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej:

- Uniwersytetu Warszawskiego,
- Uniwersytetu Łódzkiego,
- Uniwersytetu im. Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie,
- Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie,
- Uniwersytetu Wrocławskiego,
- Uniwersytetu Jagiellońskiego,
- Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu,
- Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu,
- Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu.

Następnie w każdej z uczelni za pomocą tablic liczb losowych wylosowano studentów z pierwszego, drugiego i trzeciego roku studiów I stopnia oraz pierwszego i drugiego roku studiów II stopnia proporcjonalnie do liczby studentów na poszczególnych latach i trybach. Trudno określić poziom reprezentatywności dobranej próby badawczej z uwagi na niedoprecyzowaną, szacunkową i na dodatek zmienną w czasie (nawet w krótkim okresie seme-

⁹ *Ibidem*, s. 193-199.

¹⁰ E. Babbie, *op.cit.*, s. 227.

stru lub roku akademickiego) liczebność całej populacji. Za populację generalną uznać należy zarówno studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej kształcących się w kilkudziesięciu uczelniach w Polsce, jak również studentów niektórych medialnych i okołomedialnych specjalności na innych kierunkach, gdzie również realizowane są standardy kształcenia w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Pomimo tych trudności ekstrapolacja otrzymanych wyników jest możliwa i uzasadniona jakościową wartością doboru próby. Także liczebność próby wydaje się wystarczająca z uwagi na szacunkową liczebność populacji generalnej.

ROZDZIAŁ II

CHARAKTERYSTYKA BADANEJ PRÓBY

Na badaną próbę (tę, która została objęta obliczeniami statystycznymi po weryfikacji materiału empirycznego) ostatecznie złożyło się 1 440 studentów. Aby precyzyjnie określić charakterystykę badanej próby, należy opisać jej podstawowe dane demograficzno-społeczne, takie jak płeć, uczelnia, średnia ocen uzyskanych w ostatnim semestrze studiów, tryb studiów, rodzaj uczelni oraz miejsce zamieszkania.

Analizę należy rozpocząć od przedstawienia rozkładu częstości studentów z poszczególnych uczelni.

Strukturę respondentów według uczelni z uwzględnieniem liczebności i udziału procentowego przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Struktura respondentów według uczelni (N = 1440)

Nazwa szkoły wyższej	Liczebność	%
Uniwersytet Warszawski	196	13,9
Uniwersytet Łódzki	123	8,5
Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie	162	11,2
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie	179	12,6
Uniwersytet Wrocławski	174	12
Uniwersytet Jagielloński	161	11,1
Dolnośląska Szkoła Wyższa w Wrocławiu	161	11,1
Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja” w Wrocławiu	125	8,6
Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych w Poznaniu	159	11
Ogółem	1440	100

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z przedstawionych danych, największy udział ankietowanych studentów stanowią reprezentanci Uniwersytetu Warszawskiego (13,9%), Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (12,6%) oraz Uniwersytetu Wrocławskiego (12%).

Prawie 2/3 ankietowanych (59,8%) studiuje na uczelniach publicznych (Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Łódzki, UMCS, Uniwersytet Wrocławski oraz UJ), natomiast 40,2% zdobywa wykształcenie na uczelniach prywatnych (WSliZ, DSW, WSZ „Edukacja” oraz WSUS). Strukturę respondentów według rodzaju szkoły wyższej przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Struktura respondentów według rodzaju szkoły wyższej (N = 1440)

Rodzaj uczelni	Liczebność	%
uczelnia publiczna	859	59,8
uczelnia niepubliczna	581	40,2
Ogółem	1440	100

Źródło: Opracowanie własne.

Ponad połowa ankietowanych (51,3%) studiuje w trybie stacjonarnym, z czego 53,55% to studenci z uczelni niepublicznych. Reszta respondentów (48,7%) kształci się w trybie niestacjonarnym, z czego ponad połowa (51,2%) to studenci uczelni publicznych. Strukturę ankietowanych według trybu studiów przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Struktura respondentów według trybu studiów (N = 1435)

Tryb studiów	Liczebność	%
stacjonarny	736	51,3
niestacjonarny	699	48,7
Ogółem	1435	100

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 4 zestawiono dane obrazujące strukturę ankietowanych według rodzaju uczelni i trybu studiów.

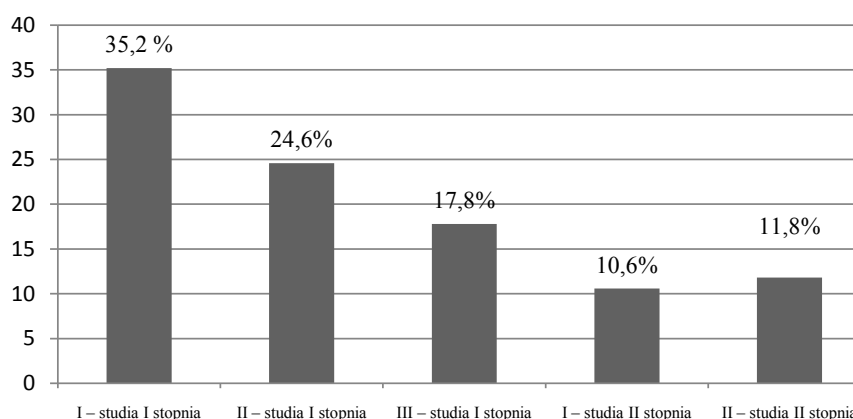
Tabela 4. Struktura respondentów według rodzaju uczelni i trybu studiów (N = 1430)

Tryb studiów	Rodzaj uczelni	
	Uczelnia publiczna	Uczelnia niepubliczna
stacjonarny	424 49,7%	309 53,6%
niestacjonarny	429 50,3%	268 46,4%
Ogółem	853 100%	577 100%

Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 1 uzupełnia dotychczas zaprezentowane informacje o dane dotyczące struktury badanych według roczników studiów.

Wykres 1. Struktura respondentów według rocznika studiów (N = 1440)



Źródło: Opracowanie własne.

Ponad 1/3 ankietowanych studentów (35,2%) jest na pierwszym roku studiów I stopnia, niemal 1/4 (24,6%) studiuje na drugim roku studiów I stopnia, 17,8% to osoby na trzecim roku studiów I stopnia. Reszta ankietowanych (22,4%) to studenci studiów II stopnia z pierwszego oraz drugiego roku. Nie ma istotnych statystycznie różnic w korelacji zmiennych rocznik ankietowanych studentów a tryb studiów. Szczegółowe dane w tej kwestii przedstawia tabela 5.

Tabela 5. Struktura respondentów według roku studiów i trybu studiów (N = 1434)

Rok studiów	Tryb studiów		Ogółem
	stacjonarny	niestacjonarny	
I – studia I stopnia	246	258	504
	33,5%	37%	35,1%
II – studia I stopnia	204	148	352
	27,7%	21,2%	24,5%
III – studia I stopnia	140	116	256
	19%	16,6%	17,9%
I – studia II stopnia	58	94	152
	7,9%	13,5%	10,6%
II – studia II stopnia	88	82	170
	11,9%	11,7%	11,9%
Ogółem	736	698	1434
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Najwięcej respondentów studiujących na pierwszym roku studiów I stopnia w badanej próbie jest z Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (16,3%), UJ oraz Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu (po 15,1%). Studenci z drugiego roku to najczęściej reprezentanci Uniwersytetu Wrocławskiego (23,7%) oraz Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (18,6%). Ankietowani z trzeciego roku studiów licencjackich to głównie studenci z Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu (23,8%) oraz Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (17,6%). Analogicznie studentów pierwszego roku studiów II stopnia najwięcej w badanej próbie jest z Uniwersytetu Warszawskiego (26,8%) oraz Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania (25,5%), natomiast studentów drugiego roku studiów II stopnia również z Uniwersytetu Warszawskiego (28,2%) oraz Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych (24,7%). Szczegółowe dane w tym zakresie zawiera tabela 6.

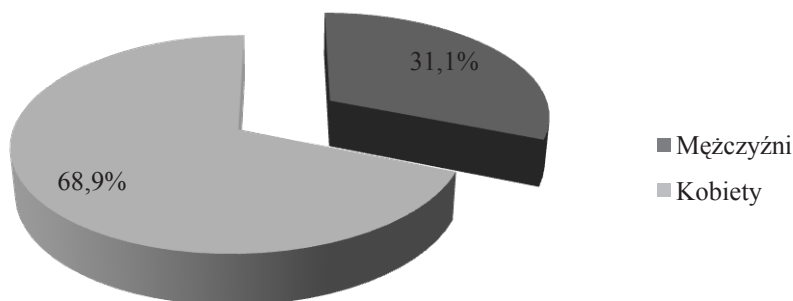
Tabela 6. Struktura respondentów według uczelni oraz roku studiów (N = 1438)

Nazwa uczelni	Rok studiów					Ogółem
	I studia I stopnia	II studia I stopnia	III studia I stopnia	I studia II stopnia	II studia II stopnia	
UW	46	33	28	41	48	196
	9,1%	9,3%	10,9%	26,8%	28,2%	13,5%
UŁ	34	30	31	10	18	123
	6,1%	8,5%	12,1%	6,5%	10,6%	8,6%
UMCS	54	41	32	9	26	162
	10,3%	11,6%	12,5%	5,9%	15,3%	11,3%
WSliZ	64	22	45	39	9	179
	12,7%	6,2%	17,6%	25,5%	5,3%	12,4%
UWr	64	84	16	6	2	172
	12,7%	23,8%	6,3%	3,9%	1,2%	12%
UJ	76	32	32	7	14	161
	15,4%	9%	12,5%	4,6%	8,2%	11,2%
DSW	81	66	2	10	2	161
	16,3%	18,6%	0,8%	6,5%	1,2%	11,2%
WSZ „Edukacja”	76	9	9	22	9	125
	15,4%	2,5%	3,5%	14,4%	5,3%	8,7%
WSUS	10	37	61	9	42	159
	2%	10,5%	23,8%	5,9%	24,7%	11,1%
Ogółem	505	354	256	153	170	1438
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

W próbie badawczej zdecydowanie przeważają respondenci płci żeńskiej. Kobiety stanowią ponad 2/3 (988) ankietowanych, natomiast mężczyźni zaledwie 1/3 (446). Strukturę respondentów według płci przedstawia wykres 2.

Wykres 2. Struktura respondentów według płci (N=1434)



Źródło: Opracowanie własne.

Najwięcej kobiet w badanej próbie studiuje na Uniwersytecie Warszawskim (140 respondentek), Uniwersytecie Wrocławskim (129 respondentek) oraz Uniwersytecie Jagiellońskim (119). Najwięcej mężczyzn to studenci z Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania (65), Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (60) oraz Uniwersytetu Warszawskiego i Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych (po 56 respondentów). Szczegółowe dane dotyczące struktury respondentów w poszczególnych uczelniach według płci zawiera tabela 7.

Tabela 7. Struktura respondentów według płci i uczelni (N = 1434)

Nazwa uczelni	Płeć	
	kobiety	mężczyźni
UW	140	56
	14,8%	12,6%
UŁ	94	27
	9,5%	6,1%
UMCS	116	46
	11,6%	10,2%
WSliZ	114	65
	11,5%	14,6%
UWr	129	42
	13,1%	9,4%
UJ	119	42
	12%	9,4%
DSW	101	60
	10,2%	13,4%

Nazwa uczelni	Płeć	
	kobiety	mężczyźni
WSZ „Edukacja”	73	52
	7,2%	11,7%
WSUS	102	56
	10,1%	12,6%
Ogółem	988	446
	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Nie ma istotnej statystycznie zależności pomiędzy płcią a rokiem studiów. W badanej próbie na pierwszym, drugim oraz trzecim roku studiów I stopnia jest proporcjonalna liczba kobiet i mężczyzn. Szczegółowe dane w tej kwestii zawiera tabela 8.

Tabela 8. Struktura respondentów według roku studiów oraz płci (N = 1434)

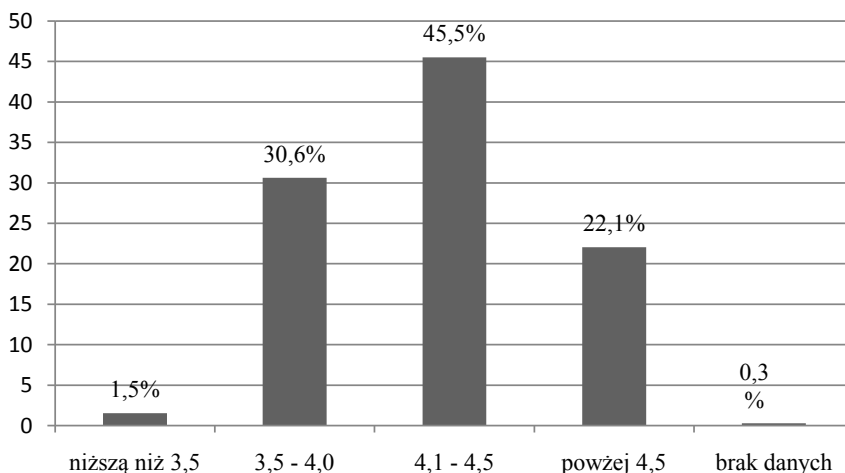
Rok studiów	Płeć		Ogółem
	kobiety	mężczyźni	
I – I stopnia	354	149	503
	35,8%	33,4%	35,1%
II – I stopnia	231	123	354
	23,9%	27,6%	24,7%
III – I stopnia	183	73	256
	18,5%	16,4%	17,9%
I – studia II stopnia	97	55	152
	9,8%	12,3%	10,6%
II – studia II stopnia	123	46	169
	12%	10,3%	11,7%
Ogółem	988	446	1434
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

W pytaniach metryczkowych umieszczono również pytanie o średnią z toku studiów. Najwyższy odsetek respondentów uzyskał w dotychczasowym toku studiów średnią w przedziale 4,1-4,5 (653 badanych). Średnią 3,5-4 uzyskała niemal 1/3 (439), a powyżej 4,5 (przedział najwyższy) uzyskało 320 badanych studentów. Najniższy próg średniej (poniżej 3,5) odnotowało zaledwie

22 ankietowanych. Szczegółowe dane dotyczące struktury ankietowanych według średniej z toku studiów prezentuje wykres 3.

Wykres 3. Struktura respondentów według średniej z toku studiów (N = 1440)



Źródło: Opracowanie własne.

Znamienna jest statystycznie istotna zależność pomiędzy typem uczelni a średnią ocen ze studiów uzyskiwaną przez respondentów. Aż 76,3% ankietowanych, którzy uzyskali średnią najwyższą (powyżej 4,5), to studenci z uczelni publicznych. Analogicznie, najwyższy odsetek respondentów z najniższą średnią (poniżej 3,5) to uczniowie z uczelni niepublicznych. Szczegółowe dane w tym zakresie prezentuje tabela 9.

Tabela 9. Struktura respondentów według typu szkoły oraz średniej ocen (N = 1431)

Typ szkoły	Średnia ocen z toku studiów				Ogółem
	niższa niż 3,5	3,5-4	4,1-4,5	powyżej 4,5	
uczelnia publiczna	5	226	381	244	856
	22,7%	51,5%	58,6%	76,3%	59,8%
uczelnia niepubliczna	17	213	269	76	575
	77,3%	48,5%	41,4%	23,7%	40,2%
Ogółem	22	439	650	320	1431
	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Podobną zależność można zauważyć w korelacji trybu studiów ze średnią ocen. Studenci studiów stacjonarnych dominują w uzyskiwaniu wysokich średnich, natomiast ankietowani z trybu niestacjonarnego przeważają w zdobytych najniższych średnich ocen. Dane te potwierdzają ogólną tendencję, iż studenci studiów dziennych to osoby na ogół nieobciążone obowiązkami zawodowymi bądź rodzinnymi, a zatem posiadające więcej czasu na rzetelne studiowanie i przygotowywanie się do zaliczeń i egzaminów. Szczegółowe dane dotyczące tej kwestii prezentuje tabela 10.

Tabela 10. Struktura respondentów według trybu studiów oraz średniej ocen (N = 1431)

Tryb studiów	Średnia ocen z toku studiów				Ogółem
	niższa niż 3,5	3,5-4	4,1-4,5	powyżej 4,5	
stacjonarny	8	206	333	189	736
	36,4%	47,2%	51,1%	59,1%	51,4%
niestacjonarny	14	231	319	131	695
	63,6%	52,8%	48,9%	40,9%	48,6%
Ogółem	22	437	652	320	1431
	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Jak pokazuje tabela 11, dla zmiennej średnia z studiów różnicującą jest zmienna płeć. Kobiety w badanej próbie to osoby uzyskujące średnio wyższe oceny od mężczyzn. Aż 70,4% kobiet uzyskało średnią powyżej 4, podczas gdy aż 38,1% mężczyzn uzyskało średnie ocen w przedziale 3-4. Dane te potwierdzają ogólnie panujące przekonanie, iż kobiety rzetelniej przykładają się do obowiązków naukowych. Szczegółowe informacje w tym zakresie prezentuje tabela 11.

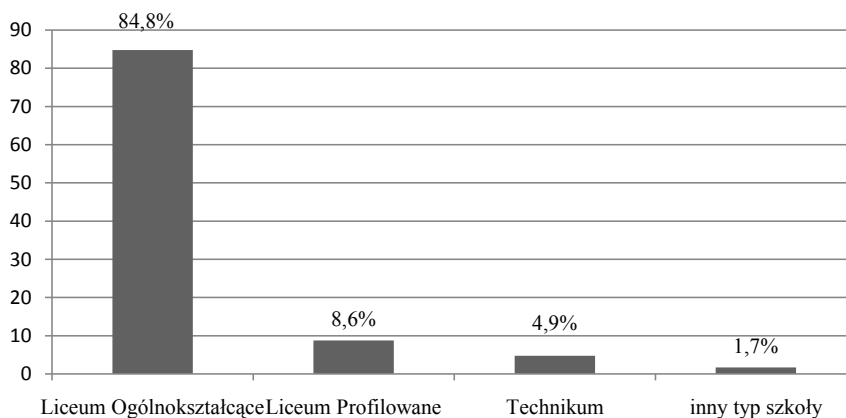
Kolejną interesującą kwestią z punktu widzenia problemu badawczego jest informacja o typie ukończonej przez respondentów szkoły średniej. Zdecydowana większość ankietowanych (1 210 respondentów) to absolwenci liceów ogólnokształcących. Reszta (łącznie 217 respondentów) ukończyła licea profilowane, technika oraz szkoły innego typu. Taki rozkład odpowiedzi nie jest zadziwiający, jeśli weźmie się pod uwagę fakt, iż dziennikarstwo i komunikacja społeczna to kierunek dla osób o zainteresowaniach typowo humanistycznych, a zatem przeznaczony głównie dla absolwentów z wykształceniem ogólnym. Szczegółowe dane prezentuje wykres 4.

Tabela 11. Struktura respondentów według płci i średniej ocen (N = 1432)

Średnia ocen z toku studiów	Płeć		Ogółem
	kobiety	mężczyźni	
niższa niż 3,5	11	11	22
	1,1%	2,5%	1,5%
3,5-4	281	158	439
	28,4%	35,6%	30,7%
4,1-4,5	447	204	651
	45,2%	45,9%	45,5%
powyżej 4,5	249	71	320
	25,3%	16%	22,3%
Ogółem	988	444	1432
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 4. Struktura respondentów według typu ukończonej szkoły średniej (N = 1427)



Źródło: Opracowanie własne.

Niemal 90% badanych kobiet ukończyło liceum ogólnokształcące, przy czym zaledwie 2,2% to absolwentki techników. Podobne tendencje rysują się w przypadku mężczyzn: aż 74,7% skończyło tradycyjne liceum, a tylko 10,2% specjalistyczne technikum oraz licea profilowane. Testy statystyczne ukazały istotną zależność pomiędzy zmiennymi rodzaj ukończonej szkoły średniej a tryb studiów oraz rodzaj uczelni. Otóż osoby studiujące dziennikarstwo i komunikację społeczną w trybie stacjonarnym to niemal sami (89,61%) absolwenci liceów ogólnokształcących. Szczegółowe dane ilustrujące strukturę ankietowanych według trybu studiów i rodzaju ukończonej szkoły średniej prezentuje tabela 12.

Tabela 12. Struktura respondentów według rodzaju ukończonej szkoły średniej oraz trybu studiów (N = 1424)

Rodzaj ukończonej szkoły średniej	Tryb studiów		Ogółem
	stacjonarny	niestacjonarny	
liceum ogólnokształcące	656	552	1208
	89,6%	79,8%	84,8%
liceum profilowane	48	77	125
	6,6%	11,1%	8,8%
technikum	14	53	67
	1,9%	7,7%	4,7%
inny typ szkoły	14	10	24
	1,9%	1,4%	1,7%
Ogółem	732	692	1424
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Zarówno wśród respondentów z uczelni publicznych, jak i niepublicznych, studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej to w zdecydowanej większości osoby z maturą po tradycyjnym liceum (92,5% w uczelniach publicznych oraz 73,2% w uczelniach niepublicznych). Szczegółowe dane ukazujące strukturę badanych według rodzaju ukończonej szkoły średniej oraz rodzaju uczelni prezentuje tabela 13.

Tabela 13. Struktura respondentów według rodzaju ukończonej szkoły średniej oraz rodzaju uczelni (N = 1424)

Rodzaj ukończonej szkoły średniej	Rodzaj uczelni		Ogółem
	publiczna	niepubliczna	
liceum ogólnokształcące	789	418	1207
	92,5%	73,2%	84,8%
liceum profilowane	30	95	125
	3,5%	16,6%	8,8%
technikum	19	49	68
	2,2%	8,6%	4,8%
inny typ szkoły	15	9	24
	1,8%	1,6%	1,6%
Ogółem	853	571	1424
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

W badaniu nie mogło zabraknąć pytania dotyczącego pochodzenia studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Ponad jedna trzecia badanych (33,9%) to mieszkańcy dużych miast, powyżej 500 tys. mieszkańców. Równie istotny odsetek respondentów pochodzi z mniejszych miast – do 100 tys. mieszkańców (32,4%). 17,3% ankietowanych wywodzi się z terenów wiejskich, a pozostałe 16,1% z miast średniej wielkości pomiędzy 100 a 500 tys. mieszkańców. Szczegółowe dane ukazujące strukturę badanych według miejsca zamieszkania prezentuje tabela 14.

Tabela 14. Struktura respondentów według miejsca zamieszkania (N = 1437)

Miejsce zamieszkania	Liczebność	%
wieś	248	17,3
miasto do 100 tys. mieszkańców	470	32,4
miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	231	16,1
miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	486	33,9
brak danych	2	0,3
Ogółem	1437	100

Źródło: Opracowanie własne.

Za pomocą testów statystycznych wykazano, iż nie ma istotnej zależności pomiędzy zmiennymi miejsce zamieszkania a rodzaj uczelni. Spośród studentów uczelni publicznych najwięcej zamieszkuje miasta powyżej 500 tys. mieszkańców (35,9%), natomiast z uczelni niepublicznych – miasta do 100 tys. mieszkańców (33,1%). Warto zauważyć, że ponad 1/5 studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej z uczelni niepublicznych pochodzi z terenów wiejskich (20,1%). Szczegółowe informacje ilustrujące strukturę badanych według miejsca zamieszkania i rodzaju uczelni prezentuje tabela 15.

Interesująca jest widoczna zależność pomiędzy miejscem zamieszkania studentów a ich wynikami w nauce. Studenci o najwyższej średniej (powyżej 4,5) to w 38,1% mieszkańcy wielkich miast powyżej 500 tys. mieszkańców. Analogicznie, najwięcej osób z najniższymi ocenami nieprzekraczającymi 3,5 to mieszkańcy miast najmniejszych – do 100 tys. (63,7%).

Można zaryzykować stwierdzenie, iż duże miasta oferują wiele kulturalnych i naukowych możliwości pozwalających rozwijać zainteresowania oraz zdolności młodych ludzi. Szczególnie istotny wpływ na wyniki w nauce na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna ma dostęp do redakcji, agencji, kin, teatrów, muzeów, filharmonii czy oper. Ponieważ przyszli dziennikarze oraz specjaliści od komunikowania społecznego to reprezentanci wolnych zawodów, zapewne klimat dużych miast sprzyja w kształtowaniu tzw. szerokich horyzontów. Szczegółowe informacje ukazujące związek między miejscem zamieszkania a średnią ocen z toku studiów prezentuje tabela 16.

Tabela 15. Studenci według miejsca zamieszkania oraz rodzaju uczelni (N = 1432)

Miejsce zamieszkania	Rodzaj uczelni		Ogółem
	publiczna	niepubliczna	
wieś	132	116	248
	15,4%	20,1%	17,3%
miasto do 100 tys. mieszkańców	278	191	469
	32,5%	33,1%	32,8%
miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	138	93	231
	16,2%	16,1%	16,1%
miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	307	177	484
	35,9%	30,7%	33,8%
Ogółem	855	577	1432
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 16. Struktura respondentów według średniej ze studiów oraz miejsca zamieszkania (N = 1433)

Miejsce zamieszkania	Średnia ocen z toku studiów				Ogółem
	niższa niż 3,5	3,5-4	4,1-4,5	powyżej 4,5	
wieś	2	98	97	51	248
	9,1%	22,3%	14,9%	15,9%	17,3%
miasto do 100 tys. mieszkańców	14	134	211	109	468
	63,7%	30,5%	32,4%	34,1%	32,7%
miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	3	71	119	38	231
	13,6%	16,2%	18,3%	11,9%	16,1%
miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	3	136	225	122	486
	13,6%	31%	34,4%	38,1%	33,9%
Ogółem	22	439	652	320	1433
	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

ROZDZIAŁ III

MOTYWACJE STUDENTÓW DO PODJĘCIA STUDIÓW DZIENNIKARSKICH

1. Motywacje podjęcia studiów wyższych

Podstawowe pytania, jakie postawiono badanym studentom dziennikarstwa i komunikacji społecznej” w zakresie ich motywacji edukacyjnych, dotyczyły:

- powodów podjęcia przez nich studiów wyższych,
- wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna,
- wyboru specjalności (lub specjalizacji) kształcenia.

Studenci zostali poproszeni o wskazanie maksymalnie 3 odpowiedzi, choć nie zawsze stosowali się do tej prośby – 376 osób spośród badanych wskazało aż cztery odpowiedzi, co stanowi blisko 26,7%. Może to świadczyć o nie-uważnym czytaniu poleceń, ale także o zróżnicowaniu powodów, dla których respondenci decydowali się podjąć studia. Najwięcej osób – 623 – zaznaczyło 2 odpowiedzi (43,7%). 370 osób (25,9%) zadeklarowało 3 powody podjęcia studiów wyższych. Tylko 4% osób badanych zdecydowało się na wybór z kafe-terii jednej odpowiedzi. Średnio każdy z respondentów zaznaczał 2 odpowiedzi.

Blisko 3/4 badanych (74,8%) deklaruje, iż powodem podjęcia przez nich kształcenia na studiach była chęć posiadania wyższego wykształcenia. Podobnie blisko 3/5 respondentów (72,9%) traktuje studiowanie jako oczywistość, co można interpretować jako naturalną ścieżkę edukacji dla większości studiu-jących dziennikarstwo i komunikację społeczną w Polsce w roku akade-mickim 2008/2009 na badanych uczelniach.

Ponadto, istotny wpływ na decyzje o podjęciu studiów miała także chęć zmiany miejsca zamieszkania (15,4%) oraz chęć zmiany środowiska (9,3%). Najmniejsze znaczenie miał zaś dla respondentów przykład znajomych osób, które również zdecydowały się kontynuować edukację na uczelni wyższej (3,6%). Odpowiedzi dotyczące motywacji podjęcia studiów przez ankietowa-nych studentów przedstawia tabela 17.

Tabela 17. Motywacje do podjęcia studiów wyższych (N = 1426)

Co spowodowało, że podjąłeś studia?	Liczebność	%
chciałem mieć wyższe wykształcenie	1066	74,8
podjęcie studiów było oczywistością	1040	72,9
chciałem zamieszkać w innym mieście	220	15,4
chciałem zmienić środowisko	132	9,3
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	103	7,2
pójście na studia to koło ratunkowe (ucieczka przed wojskiem, bezrobociem)	63	4,4
moi znajomi poszli na studia	51	3,6
inny powód	98	6,9
Ogółem	2773	

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

126 osób (6,9% badanych) na pytanie o powód podjęcia studiów zdecydowało się udzielić odpowiedzi wykraczającej poza propozycje z kafeterii. Blisko 1/4 z nich wymieniała zainteresowania, pasje, które dzięki studiom można realizować. Ponad 13% motywowało taki właśnie wybór ścieżki edukacyjnej chęcią pogłębienia wiedzy i/lub rozwoju. Jedynie co dziesiąta osoba deklarowała, iż dzięki studiom pragnie zdobyć dobry, atrakcyjny i/lub dobrze płatny zawód. 7% badanych przyznało, iż zdecydowało się na studia pod presją rodziców.

Istnieją dostrzegalne różnice w motywacji podjęcia studiów między kobietami i mężczyznami. Stosunek płci w całej przebadanej próbie wynosi 68,9% kobiet i 31,1% mężczyzn, stąd w tabeli 18 nie uwzględniono liczebności, a jedynie proporcje odpowiedzi w populacji kobiet i mężczyzn.

Mężczyźni częściej niż kobiety motywowali decyzję o podjęciu studiów przykładem znajomych (5,4% M; 2,8% K), potrzebą zmiany środowiska (12% M; 8,1% K), potraktowaniem studiów jako koła ratunkowego np. przed wojskiem (12% M; 1% K) oraz koniecznością uzupełnienia wykształcenia ze względu na pracę zawodową (9% M; 6,3% K). Z drugiej strony, dla blisko 3/4 kobiet podjęcie studiów było oczywistością, podczas gdy powód ten wskazało niecałe 69% mężczyzn. Można na tej podstawie wyciągnąć wniosek, iż mężczyźni częściej niż kobiety decydują się na studia z powodów błahych, niezwiązanych bezpośrednio z celem, jaki powinny realizować studia wyższe – czyli ze zdobywaniem wykształcenia. W takim samym stopniu – kobietom i mężczyznom – zależało na tym, aby mieć wyższe wykształcenie. Zależności pomiędzy motywacjami podjęcia studiów a płcią respondentów zawiera tabela 18.

Tabela 18. Motywacje podjęcia studiów według płci (N = 1420)

Co spowodowało, że podjąłeś studia?	Płeć	
	kobiety (%)	mężczyźni (%)
podjęcie studiów było oczywistością	74,8	68,8
chciałem mieć wyższe wykształcenie	74,8	74,7
pójście na studia było kołem ratunkowym (ucieczka przed wojskiem, bezrobociem)	1	12
moi znajomi poszli na studia	2,8	5,4
chciałem zmienić środowisko	8,1	12,0
chciałem zamieszkać w innym mieście	15,5	15,6
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	6,3	9
inny powód	7,5	5,6

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Istotną zmienną różnicującą odpowiedzi na pytanie o powód podjęcia kształcenia na studiach wyższych jest zmienna typ ukończonej szkoły średniej. Wyraźna jest różnica między osobami, które ukończyły liceum ogólnokształcące, oraz tymi, które ukończyły inne typy szkół średnich. Dla 77% tych pierwszych podjęcie studiów było oczywistością, podczas gdy wśród absolwentów innych typów szkół średnich wskaźnik ten nie przekroczył 60%. Z drugiej strony, osoby te o wiele częściej niż absolwenci liceów ogólnokształcących zaznaczały odpowiedź, iż pójście na studia to koło ratunkowe. Ważniejszy był także dla nich przykład znajomych. Co ciekawe, blisko 15% absolwentów techników studiuje ze względu na swoją pracę zawodową, co zapewne wiąże się z tym, iż ta grupa częściej niż inni badani w momencie wypełniania ankiety pracowała zawodowo (technikum – 74,2%, liceum profilowane – 50,8%, liceum ogólnokształcące – 43,6%, inny typ szkoły – 70,8%). Może to także oznaczać, iż te osoby częściej niż inne podejmują pracę zawodową wymagającą wyższych kwalifikacji niż przez nie posiadane.

Ze względu na fakt, iż większość badanych to absolwenci liceów ogólnokształcących, w tabeli ponownie zrezygnowano z prezentacji liczebności, porównując jedynie odsetki badanych. Zależności pomiędzy motywacją podjęcia studiów a typem ukończonej szkoły średniej prezentuje tabela 19.

Tabela 19. Motywacja do podjęcia studiów a typ ukończonej szkoły średniej (N = 1413)

Co spowodowało, że podjąłeś studia?	Jaki typ szkoły średniej ukończyłeś? (%)			
	liceum ogólnokształcące	liceum profilowane	technikum	inny typ szkoły
podjęcie studiów było oczywistością	77	58,9	44,1	33,3
chciałem mieć wyższe wykształcenie	75,6	73,4	70,6	62,5
pójście na studia było kołem ratunkowym (ucieczka przed wojskiem, bezrobociem)	3,7	7,3	7,4	20,8
moi znajomi poszli na studia	2,8	8,1	7,4	8,3
chciałem zmienić środowisko	8,9	16,1	7,4	4,2
chciałem zamieszkać w innym mieście	15,6	18,5	7,4	12,5
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	6,9	6,5	14,7	8,3
inny powód	6,3	8,9	4,4	33,3

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Mogłoby się wydawać, iż znaczące dla motywacji do podjęcia studiów będzie miejsce zamieszkania respondentów. Istotne różnice występują jedynie w przypadku dwóch odpowiedzi. Mianowicie podjęcie studiów było oczywistością jedynie dla 68,5% mieszkańców wsi, podczas gdy wśród mieszkańców miast wskaźnik ten wynosił od 71,9% do 80,7%. Wyraźnie widać także, iż spośród mieszkańców wsi aż 12,5% badanych odpowiedziało, iż pójście na studia wynikało z chęci zmiany środowiska. Wśród mieszkańców miast powód ten wybierało od 7,7% do 9,8% osób z każdej grupy. Pozostałe odpowiedzi na pytanie o motywację podjęcia studiów rozkładają się w podobnych proporcjach wśród wszystkich grup badanych. Zależności pomiędzy motywacją podjęcia studiów a miejscem zamieszkania ankietowanych prezentuje tabela 20.

Tabela 20. Motywacja podjęcia studiów a miejsce zamieszkania badanych (N = 1421)

Co spowodowało, że podjąłeś studia? (%)	Miejsce zamieszkania			
	wieś	miasto <100 tys.	miasto 100-500 tys.	miasto >500 tys.
podjęcie studiów było oczywistością	68,5	72,7	80,7	71,9
chciałem mieć wyższe wykształcenie	77	77	78,9	69,9
pójście na studia było kołem ratunkowym (ucieczka przed wojkiem, bezrobociem)	3,6	4,5	1,3	6,3
moi znajomi poszli na studia	4,4	2,6	4,4	3,8
chciałem zmienić środowisko	12,5	7,7	7,9	9,8
chciałem zamieszkać w innym mieście	12,9	17	21,9	12,3
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	4,4	8,6	8,3	6,7
inny powód	3,6	8	3,1	9,4

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Nie zaskakują dane mówiące o tym, iż osoby studiujące dziennikarstwo i komunikację społeczną, które dotychczas osiągnęły najwyższe średnie ocen z toku studiów (powyżej 4,5), na pytanie o przyczyny podjęcia studiów najczęściej odpowiadały, iż było to dla nich oczywistością. Oznacza to zapewne, iż badani traktujący studia jako naturalny i raczej niezbędny etap edukacji bardziej przykładają się do nauki. Osoby, które osiągnęły średnie ocen z najniższego przedziału (poniżej 3,5) podawały ten powód zaledwie w połowie. Częściej natomiast niż osoby z wyższą średnią chciały zmienić środowisko, musiały także uzupełnić wykształcenie do poziomu niezbędnego w ich pracy zawodowej. Przyczyny tej ostatniej sytuacji mogą mieć dwojaki charakter. Albo osoby te ze względu na to, iż jednocześnie pracują i studiuje, mają dużo mniej czasu na naukę – stąd niższe oceny, albo ponieważ studia podjęły częściowo z obawy o utratę pracy, nie zależy im na dobrych wynikach, a jedynie na uzyskaniu dyplomu.

Ponadto, osoby deklarujące średnią z przedziałów 3,5-4 oraz 4,1-4,5 w dużym stopniu rozpoczęły studia, gdyż po prostu chciały mieć wyższe wykształcenie. Tę odpowiedź można traktować jako przejaw świadomości, iż ukończenie studiów jest przydatnym atutem, natomiast niekoniecznie wynika z wysokich ambicji – co ma odzwierciedlenie w osiąganiu przez te osoby niższych średnich ocen. Zależności pomiędzy motywacją podjęcia studiów a średnią ocen badanych studentów przedstawia tabela 21.

Tabela 21. Motywacja podjęcia studiów a średnia z toku studiów (N = 1420)

Co spowodowało podjęcie studiów?	Jaką masz dotychczasową średnią toku studiów? (%)			
	< 3,5	3,5-4	4,1-4,5	> 4,5
podjęcie studiów było oczywistością	50	67,7	72,9	81,8
chciałem mieć wyższe wykształcenie	54,5	80,2	72	75,2
pójście na studia było kołem ratunkowym (ucieczka przed wojskiem, bezrobociem)	9,1	8,1	3,2	1,6
moi znajomi poszli na studia	4,5	5,3	3,5	1,3
chciałem zmienić środowisko	22,7	8,6	10,3	7,2
chciałem zamieszkać w innym mieście	22,7	14,7	15,1	16,9
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	31,8	6	6,9	7,5
inny powód	0	5,3	7,1	9,1

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Podobnie jak w przypadku średnich ocen, także tryb studiowania wykazuje pewne zależności wpływające na powody podejmowania kształcenia na studiach. Wydaje się ponadto, iż motywacja do podjęcia studiów miała istotny wpływ na wybór trybu studiowania przez badanych studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

Dla prawie 78% osób studiujących stacjonarnie studia były oczywistością, a wśród niestacjonarnych – jedynie dla niecałych 68%. Aż 19,3% osób, które studiuje stacjonarnie, jako powód podjęcia studiów podawało chęć zamieszkania w innym mieście – co zwykle jest konieczne, jeśli wybiera się studia stacjonarne z dala od miejsca zamieszkania. Osoby, które kształcą się ze względu na pracę, stanowią aż 8,6% studentów studiów niestacjonarnych, a tylko 5,7% studentów studiów stacjonarnych. Osoby, którym zależało jedynie na wyższym wykształceniu, nie zaś na zdobywaniu wiedzy, stanowią większy odsetek wśród studentów niestacjonarnych niż stacjonarnych. Te dane wskazują na to, iż to, dlaczego badani zdecydowali się na studia, miało wpływ na wybór trybu studiowania. Zależności pomiędzy motywacjami do podjęcia studiów a trybem, w jakim studiuje ankietowani, przedstawia tabela 22.

Tabela 22. Motywacja do podjęcia studiów a tryb studiów (N = 1421)

Co spowodowało podjęcie studiów?	Tryb studiów (%)	
	stacjonarny	niestacjonarny
podjęcie studiów było oczywistością	77,9	67,9
chciałem mieć wyższe wykształcenie	72	77,8
pójście na studia to koło ratunkowe	4,8	4,1
moi znajomi poszli na studia	3,7	3,5
chciałem zmienić środowisko	9,8	8,7
chciałem zamieszkać w innym mieście	19,3	11,5
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	5,7	8,6
inny powód	6,3	7,5

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o motywacje edukacyjne respondentów w odniesieniu do typu uczelni, na jakiej zdecydowali się podjąć studia (całkowicie świadomie bądź dlatego, że nie zostali przyjęci na inną uczelnię), można stwierdzić, że oczywistość tego kroku jest bardziej powszechna wśród studentów uczelni publicznych (75,7% na 68,8% studentów uczelni niepublicznych). Natomiast studenci uczelni niepublicznych częściej jako powód podjęcia studiów podawali chęć zdobycia wyższego wykształcenia, zmiany środowiska, przykład znajomych, względy związane z pracą zawodową. Częściej też traktowali studia jako koło ratunkowe. Być może mniej ambitne powody podejmowania kształcenia wyższego wpływają na częstszy wybór uczelni niepublicznych, gdyż mogą być one postrzegane (abstrahując od stanu faktycznego) jako te, które łatwiej ukończyć. Zależności pomiędzy motywacjami podjęcia studiów a typem uczelni, na której studiują ankietowani, przedstawia tabela 23.

Aby podsumować część dotyczącą motywacji podjęcia studiów przez studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w Polsce, poniżej zaprezentowano dane dotyczące poszczególnych uczelni, na których przeprowadzono badanie. O oczywistości studiowania przekonani są w największym stopniu studenci Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (powyżej 81% studentów obu tych uczelni udzieliło takiej odpowiedzi na pytanie o powód podjęcia studiów). Najmniej oczywiste studiowanie wydaje się studentom Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania (62,7%). Natomiast zarówno dla studentów WSIiZ, jak i UMCS, bardzo istotnym powodem była chęć posiadania wyższego wykształcenia (na obu uczelniach ponad 80% studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej). Szczegółowe dane przedstawia tabela 24.

Tabela 23. Motywacja do podjęcia studiów a typ uczelni (N = 1426)

Co spowodowało podjęcie studiów?	Typ uczelni (%)	
	publiczna	niepubliczna
podjęcie studiów było oczywistością	75,7	68,8
chciałem mieć wyższe wykształcenie	73,6	76,8
pójście na studia było kołem ratunkowym (ucieczka przed wojskiem, bezrobociem)	3,1	6,4
moi znajomi poszli na studia	3,2	4,2
chciałem zmienić środowisko	8,9	9,9
chciałem zamieszkać w innym mieście	16,2	14,5
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	7	7,5
inny powód	8,2	5,1

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 24. Motywacja do podjęcia studiów przez badanych według ankietowanych szkół wyższych (N = 1426)

Co spowodowało podjęcie studiów?	Nazwa szkoły wyższej (%)								
	UW	UŁ	UMCS	WSiIZ	UWr	UJ	DSW	WSZ „E”	WSUS
podjęcie studiów było oczywistością	74,5	77	81,3	62,7	75,6	81,8	66,5	67,7	69,8
chciałem mieć wyższe wykształcenie	66,1	64,8	81,3	80,8	75	75,5	76,4	79	73,6
pójście na studia to koło ratunkowe	2,1	4,1	3,1	2,8	0,6	3,8	7,5	8,9	8,8
moi znajomi poszli na studia	2,6	4,1	2,5	5,6	2,9	3,1	5	4,8	1,9
chciałem zmienić środowisko	4,7	9,8	9,4	10,7	14,5	6,9	9,3	8,1	10,1
chciałem zamieszkać w innym mieście	13,5	8,2	16,3	4,5	22,1	20,1	13	16,1	24,5
muszę uzupełnić wykształcenie ze względu na pracę zawodową	8,9	5,7	5	8,5	10,5	3,1	9,3	10,5	2,5
inny powód	11,5	16,4	4,4	7,3	7,6	3,1	2,5	2,4	6,9

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

2. Determinanty wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Z punktu widzenia celu badań ważne było określenie, czy badani studiują tylko dziennikarstwo i komunikację społeczną, czy też poświęcają lub poświęcali w przeszłości czas na inne studia. Strukturę odpowiedzi na to pytanie prezentuje tabela 25.

Tabela 25. Struktura respondentów według kryterium kolejności wyboru/wyłączności kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1432)

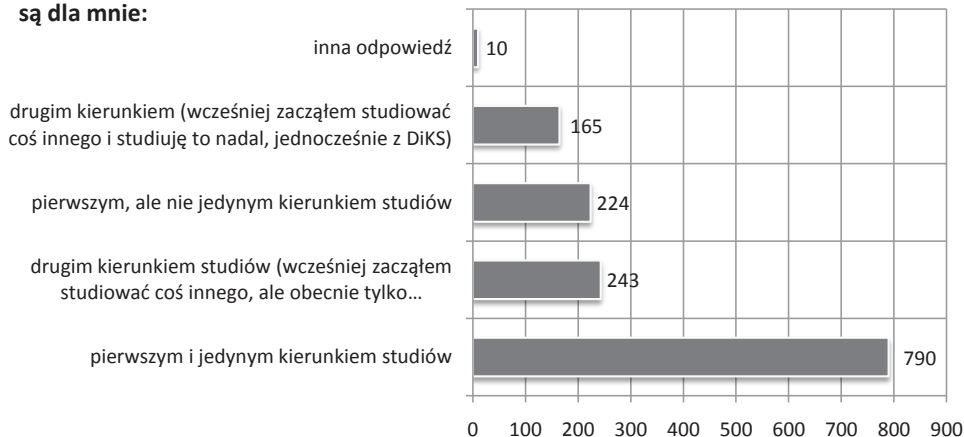
Obecne studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są dla mnie:	%
pierwszym i jedynym kierunkiem studiów	55,1
drugim kierunkiem studiów (wcześniej zacząłem studiować coś innego, ale obecnie studiuję tylko dziennikarstwo i komunikację społeczną)	17
pierwszym, ale nie jedynym kierunkiem studiów	15,6
drugim kierunkiem (wcześniej zacząłem studiować coś innego i studiuję to nadal, jednocześnie z dziennikarstwem i komunikacją społeczną)	11,6
inna odpowiedź	0,7
Ogółem	100

Źródło: Opracowanie własne.

Najliczniejszą grupą wśród ankietowanych były osoby, które studiują dziennikarstwo i komunikację społeczną jako pierwszy i jedyny kierunek studiów (55,1%). 17% badanych studiowało wcześniej inny kierunek, ale obecnie studiuję tylko dziennikarstwo i komunikację społeczną. Wśród tych osób są takie, które porzuciły studia rozpoczęte przez wyborem dziennikarstwa i komunikacji społecznej, oraz takie, które ukończyły wcześniej inny kierunek z dyplomem magistra bądź licencjata. 15,6% respondentów w trakcie studiowania dziennikarstwa i komunikacji społecznej rozpoczęło inne studia, które kontynuuje. Co dziesiąta osoba wybrała dziennikarstwo i komunikację społeczną jako drugi kierunek studiów (11,6%). Strukturę respondentów według kryterium kolejności wyboru oraz wyłączności kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna prezentuje wykres 5.

Wykres 5. Struktura respondentów według kryterium kolejności wyboru/ wyłączenia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1432)

Obecne studia na kierunku "dziennikarstwo i komunikacja społeczna" są dla mnie:



Źródło: Opracowanie własne.

Istnieją różnice między kobietami i mężczyznami, jeśli chodzi o liczbę kierunków przez nich studiowanych. Zaledwie co piąty mężczyzna studiujący dziennikarstwo i komunikację społeczną studiuje równocześnie inny kierunek studiów (jako pierwszy lub drugi kierunek). W przypadku kobiet studentką dwóch kierunków jest co trzecia badana. Może to wskazywać na większe ambicje kobiet, a także na ich obawy związane z przyszłą pracą. Studiując dwa kierunki, zwiększają swoje szanse na rynku pracy. Szczegółowe dane z tym zakresie prezentuje tabela 26.

Warto dodać, iż osoby, które wybierają dziennikarstwo i komunikację społeczną jako pierwszy i jedyny kierunek studiów, mają bardziej sprecyzowane plany zawodowe, co obrazuje tabela 27. Ta grupa stanowi najmniejszy odsetek osób, które na pytanie: „Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów – określ branżę?” udzielały odpowiedzi: „Jeszcze nie zdecydowałem”. Jedynie co dziesiąta osoba studiująca tylko dziennikarstwo i komunikację społeczną nie podjęła jeszcze decyzji co do przyszłego miejsca pracy.

Więcej kierunków studiów częściej oznacza, iż student nie sprecyzował jeszcze swoich planów zawodowych. Osoby, które studiuje dwa kierunki studiów (dziennikarstwo i komunikacja społeczna jako pierwszy lub drugi kierunek), to blisko 40% wszystkich niezdecydowanych. 11,4% osób, które nie podjęły jeszcze decyzji, wybrało dziennikarstwo i komunikację społeczną w drugiej kolejności, ale obecnie nie studiuje na innym kierunku. Strukturę respondentów, którzy nie mają sprecyzowanych planów zawodowych, według kryterium kolejności wyboru i wyłączenia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przedstawia tabela 27. Liczebność próby w odniesieniu do tego

zestawienia wynosi 700, gdyż wzięto pod uwagę tylko badanych odpowiadających „jeszcze nie zdecydowałem” na pytanie o plany zawodowe.

Tabela 26. Kolejność/wyłączność wyboru dziennikarstwa i komunikacji społecznej według płci (N = 1432)

Obecne studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są dla mnie:	Płeć (%)		Ogółem (%)
	kobiety	mężczyźni	
pierwszym i jedynym kierunkiem studiów	54,2	57,2	55,1
pierwszym, ale nie jedynym kierunkiem studiów	18	10,6	15,6
drugim kierunkiem studiów (wcześniej zacząłem studiować coś innego, ale obecnie tylko dziennikarstwo i komunikacja społeczna)	14,7	21,8	17
drugim kierunkiem (wcześniej zacząłem studiować coś innego i studiuje to nadal, jednocześnie z dziennikarstwem i komunikacją społeczną)	12,4	9,7	11,6
inna odpowiedź	0,7	0,7	0,7
Ogółem	100	100	100

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 27. Respondenci, którzy nie mają sprecyzowanych planów zawodowych, według kryterium kolejności wyboru/wyłączności kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 700)

Obecne studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są dla mnie:	Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów – określ branżę?	
	Jeszcze nie zdecydowałem	
pierwszym i jedynym kierunkiem studiów	Liczebność	76
	%	9,9
pierwszym, ale nie jedynym kierunkiem studiów	Liczebność	32
	%	14,7
drugim kierunkiem (wcześniej zacząłem studiować coś innego i studiuje to nadal, jednocześnie z dziennikarstwem i komunikacją społeczną)	Liczebność	38
	%	24,8
drugim kierunkiem studiów (wcześniej zacząłem studiować coś innego, ale obecnie tylko dziennikarstwo i komunikacja społeczna)	Liczebność	27
	%	11,4
inna odpowiedź	Liczebność	3
	%	33,3

Źródło: Opracowanie własne.

Podobnie jak w pytaniu o powód podjęcia studiów w celu określenia motywacji wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna studenci zostali poproszeni o zaznaczenie maksymalnie 3 odpowiedzi. Średnio każdy z odpowiadających respondentów zaznaczał 2 odpowiedzi.

Najczęściej podawanym powodem wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna były zainteresowania zbieżne z tematyką studiów. Aż 61% badanych zdecydowało się na taką odpowiedź – tym samym można stwierdzić, iż zainteresowanie dziennikarstwem i komunikacją społeczną było motywem podjęcia studiów dla większości badanych studentów tego kierunku. Ze względu na jego dwuczłonową nazwę na podstawie odpowiedzi na to pytanie trudno stwierdzić jednoznacznie, która dziedzina była dla badanych bardziej interesująca.

Kolejne dwa najpopularniejsze motywy, jeśli chodzi o wybór kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, to zainteresowanie oferowanymi specjalnościami (33,8%) oraz marzenie o wykonywaniu zawodu dziennikarza („od zawsze chciałem zostać dziennikarzem” – tę odpowiedź wybrało aż 27,4% respondentów, co może świadczyć o silnych podstawach do ukończenia studiów i późniejszej pracy w charakterze dziennikarza). Jedynie 26,8% badanych uważa, że dziennikarstwo i komunikacja społeczna to prestiżowy kierunek studiów, tyle samo – iż jego ukończenie daje duże szanse na ciekawą pracę zawodową.

Znacznie mniej badanych odpowiadało, że wybrało dziennikarstwo i komunikację społeczną, gdyż są to łatwe studia (9,5%), ponieważ słyszało dobre opinie o tym kierunku od znajomych, którzy na nim studiują (8,5%), z powodu nieprzyjęcia na inny kierunek studiów (7,7%). 4,5% respondentów deklaruje, że studia dziennikarskie traktuje jako swego rodzaju „poczekalnię” i być może zmieni kierunek studiów. Te dane sugerują, iż dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest dla studentów tego kierunku wyborem raczej świadomym. Strukturę respondentów według motywacji wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przedstawia tabela 28.

Najmniej – zaledwie 3,6% badanych (50 osób) – zdecydowało się na wpisanie własnej odpowiedzi. 14 osób odpowiedziało, iż dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest dla nich uzupełnieniem wykształcenia na innym kierunku studiów. 21 osób zadeklarowało, iż w jakiś sposób kierunek ten jest wyborem przypadkowym, nie w pełni przemyślanym i nie do końca uzasadnionym – wybranym drogą eliminacji spośród innych kierunków. 6 osób stwierdziło, iż studia na dziennikarstwie i komunikacji społecznej są związane z ich obecną pracą zawodową i dlatego wybrali ten właśnie kierunek studiów. 13 osób motywowało swój wybór oferowanymi specjalnościami, innymi jednak niż dziennikarstwo – głównie grafiką komputerową oraz public relations. Dwie osoby wpisały, że wybór tego kierunku był pomyłką i żałują, że go dokonały.

W przypadku zmiennej płeć różnice obserwowalne są wśród respondentów, którzy deklarowali, iż motywem podjęcia studiów na dziennikarstwie i komunikacji społecznej było zainteresowanie tym kierunkiem w ogóle, przekonanie

o ciekawej pracy w przyszłości po ukończeniu tego kierunku oraz to, że zawsze chcieli być dziennikarzami. Jak pokazuje tabela 29, te właśnie odpowiedzi były częściej zaznaczane przez kobiety.

Tabela 28. Struktura respondentów według motywacji wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1407)

Co spowodowało, że wybrałeś studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna?	Liczebność	%
interesuje mnie ten kierunek studiów	858	61
interesują mnie oferowane specjalności	476	33,8
zawsze chciałem zostać dziennikarzem	385	27,4
uważam, że jest to prestiżowy kierunek	377	26,8
wiem, że po ukończeniu tego kierunku czeka na mnie ciekawa praca	377	26,8
są to łatwe studia	133	9,5
słyszałem dobre opinie o tym kierunku od znajomych, którzy na nim studiują	119	8,5
nie dostałem się na inny kierunek	109	7,7
traktuję te studia jako „poczekalnię” – może się przeniosę na inny kierunek	64	4,5
inny powód	50	3,6

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Mężczyźni z kolei chętniej deklarowali, iż do wyboru kierunku studiów skłoniły ich: przekonanie o prestiżu kierunku, o tym, że jest łatwy. Duże znaczenie miały także opinie znajomych studiujących ten kierunek. Blisko dwa razy częściej mężczyźni traktowali dziennikarstwo i komunikację społeczną jako przejściowe rozwiązanie i dopuszczali możliwość zmiany kierunku. Ponadto, kobiety częściej niż mężczyźni studiują dziennikarstwo i komunikację społeczną, gdyż nie dostały się na inny, priorytetowy dla nich kierunek studiów. Motywacje wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna według płci ankietowanych prezentuje tabela 29.

Co czwarty ankietowany student znajduje się jeszcze na etapie przed wyborem specjalności kształcenia. 773 respondentów już tego wyboru dokonało. Tabela 30 prezentuje, na jakich specjalnościach studiowali respondenci w momencie przeprowadzania badania.

Tabela 29. Motywacja wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna według płci respondentów (N = 1401)

Co spowodowało, że wybrałeś studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna?	Płeć (%)	
	kobiety	mężczyźni
interesuje mnie ten kierunek studiów	62,4	57,7
interesują mnie oferowane specjalności	33,6	34,7
zawsze chciałem zostać dziennikarzem	29,2	23
wiem, że po ukończeniu tego kierunku czeka na mnie ciekawa praca	28,7	22,8
uważam, że jest to prestiżowy kierunek	25,6	28,8
nie dostałem się na inny kierunek	8,7	5,8
są to łatwe studia	6,6	16
słyszałem dobre opinie o tym kierunku od znajomych, którzy na nim studiuja	6,3	13,5
traktuję te studia jako „poczekalnię” – może się przeniosę na inny kierunek	3,8	6,3
inny powód	3,3	4,2

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 30. Struktura respondentów według wybranej specjalności (N = 1154)

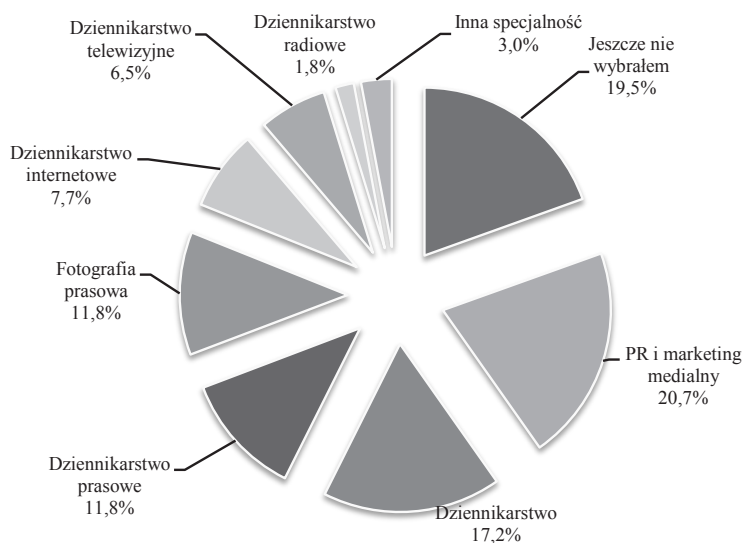
Jaką wybrałeś specjalność?	Liczebność	%
dziennikarstwo	235	20,4
reklama i public relations	75	6,5
public relations i <i>corporate identity</i>	75	6,5
agent medialny	48	4,2
dziennikarstwo muzyczne	46	4,0
dziennikarstwo prasowe	45	3,9
public relations i marketing medialny	35	3
komunikacja społeczna i public relations	31	2,7
marketing polityczny	26	2,3
specjalność medialna	24	2,1
public relations	23	2
media cyfrowe i komunikacja elektroniczna	21	1,8
fotografia prasowa	20	1,7
dziennikarstwo internetowe	13	1,1
dziennikarstwo telewizyjne	11	1

grafika komputerowa w mediach	10	0,9
dziennikarstwo i komunikacja społeczna z językiem i kulturą niemiecką	7	0,6
<i>creative writing</i>	6	0,5
dziennikarstwo radiowe	3	0,2
dziennikarstwo sportowe	2	0,2
komunikacja międzykulturowa	1	0,1
jeszcze nie wybrałem	367	31,8
inna specjalność	5	0,4
brak możliwości wyboru specjalności	25	2,1
Ogółem	1154	100

Źródło: Opracowanie własne.

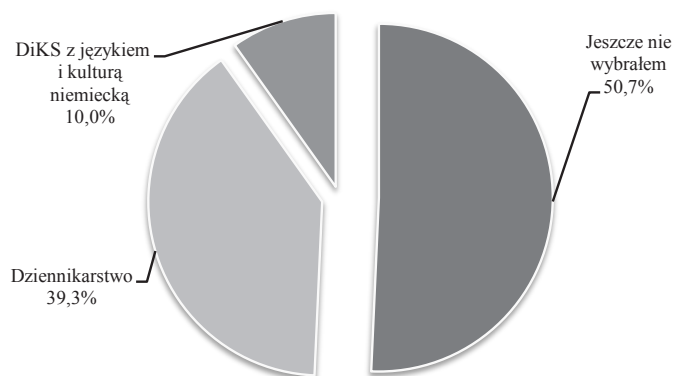
Analiza udzielonych odpowiedzi w konfrontacji ze specjalnościami oferowanymi przez badane uczelnie wskazuje w wielu przypadkach na nielogiczne rozbieżności pomiędzy tymi zbiorami. Okazuje się zatem, że studenci nieuważnie udzielali odpowiedzi w trakcie wypełniania ankiet albo też, co gorsze, nie do końca wiedzą, na jakiej specjalności studiują. Ponieważ tabela 30 prezentuje dane ze wszystkich dziewięciu uczelni, które oferują różne specjalności, trudno je porównywać pod względem częstości wyborów studentów. Popularność specjalności na poszczególnych uczelniach prezentują wykresy 6-14, ukazując w precyzyjny sposób różnice pomiędzy poszczególnymi uczelniami.

Wykres 6. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Warszawskiego (N = 169)



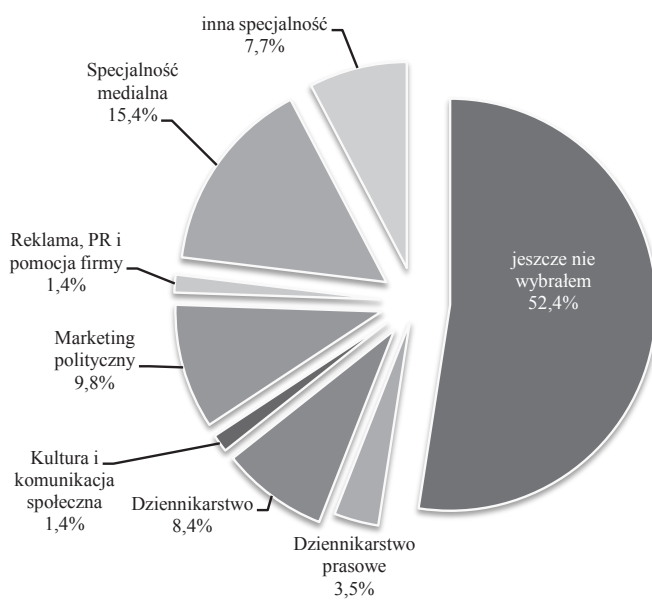
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 7. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Łódzkiego (N = 71)



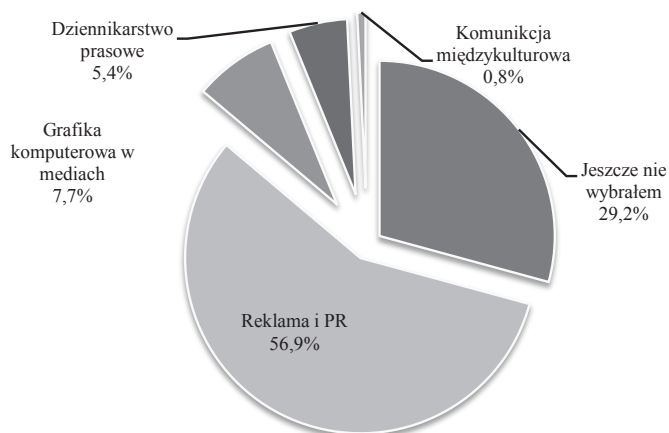
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 8. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (N = 143)



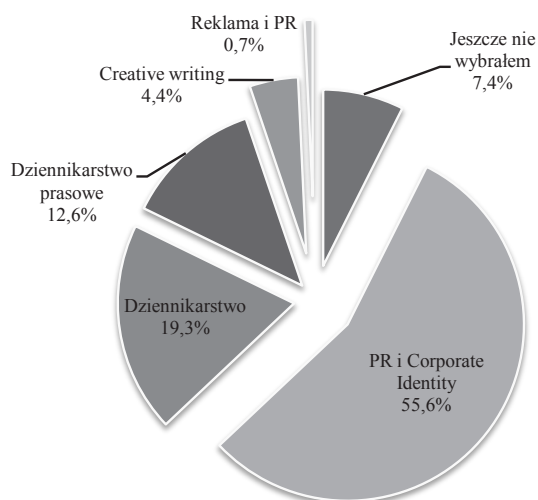
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 9. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania (N = 132)



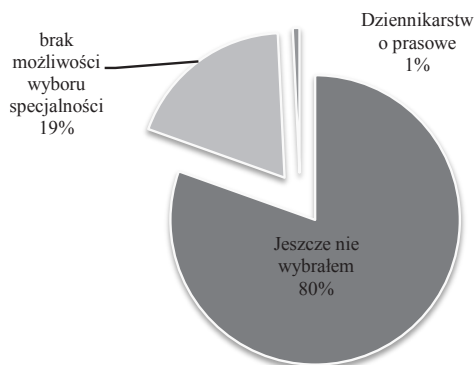
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 10. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Wrocławskiego (N = 135)



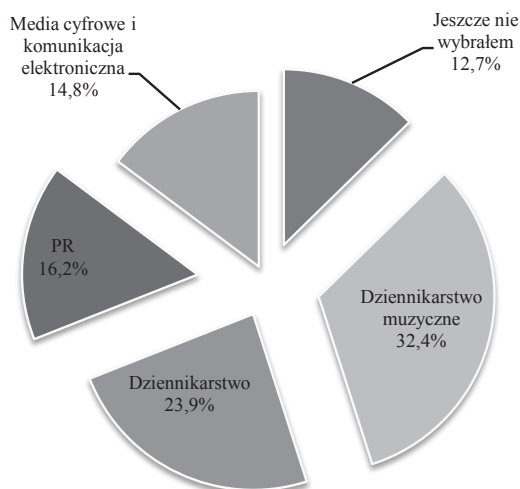
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 11. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Jagiellońskiego (N = 133)



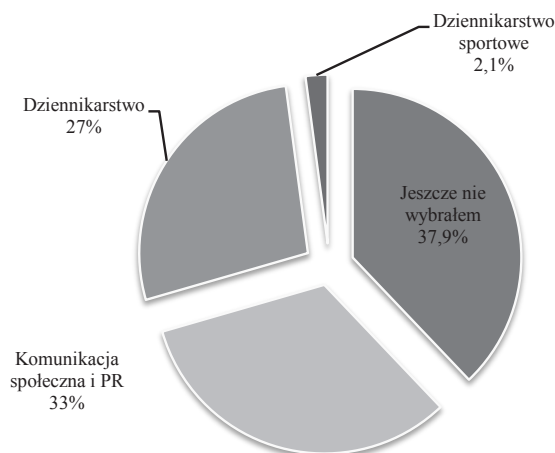
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 12. Specjalności wybrane przez studentów Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (N = 142)



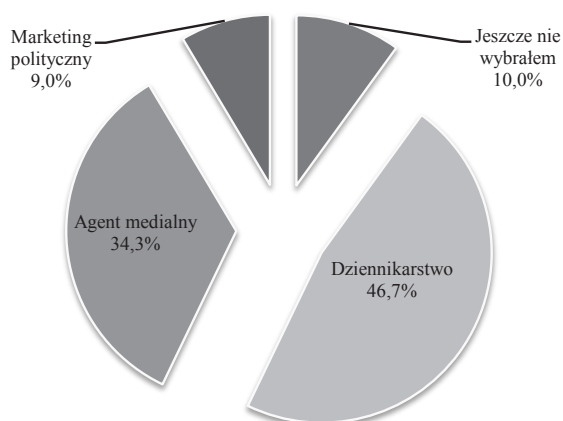
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 13. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja” (N = 95)



Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 14. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu (N = 140)



Źródło: Opracowanie własne.

Istotny z punktu widzenia analizy kształcenia dziennikarzy i specjalistów ds. komunikacji społecznej w Polsce wydaje się podział na studentów, którzy wybrali specjalności związane z uprawianiem zawodu dziennikarza *sensu stricto*, oraz tych, którzy zdecydowali się na inne specjalności – związane z promocją i komunikacją społeczną, artystyczne i inne – związane z szeroko rozumianą pracą w branży medialnej lub służbach prasowych. Zaproponowany podział jest oczywiście umowny, głównym kryterium kwalifikującym określoną specjalność

do każdej z kategorii był zakres merytoryczny kształcenia studentów oraz charakter ewentualnej pracy zawodowej zgodnej z profilem kształcenia.

Za specjalności *stricto* dziennikarskie uznano:

- dziennikarstwo,
- dziennikarstwo prasowe,
- dziennikarstwo muzyczne,
- dziennikarstwo sportowe,
- dziennikarstwo, krytyka i edukacja medialna,
- dziennikarstwo telewizyjne,
- dziennikarstwo radiowe,
- dziennikarstwo internetowe,
- *creative writing*.

Za specjalności związane z promocją i komunikacją społeczną oraz marketingową uznano:

- PR,
- PR i *corporate identity*,
- reklamę,
- reklamę i PR,
- komunikację społeczną i PR,
- reklamę, PR i promocję firmy,
- PR i marketing medialny,
- marketing polityczny,
- kulturę i komunikację społeczną.

Za specjalności artystyczne uznano:

- grafikę komputerową w mediach,
- fotografię prasową.

Inne to:

- specjalność edytorska,
- media cyfrowe i komunikacja elektroniczna,
- specjalność medialna,
- stosunki wyznaniowe,
- dziennikarstwo i komunikacja społeczna z językiem i kulturą niemiecką,
- menedżer mediów,
- zarządzanie informacją,
- agent medialny,
- broker informacji.

Jak wynika z wyliczeń otrzymanych na podstawie kategoryzacji danych, najczęściej osób faktycznie zdecydowało się na specjalności dziennikarskie wiążące się z wykonywaniem zawodu dziennikarza – niemal co druga osoba. Ponad 41% badanych wybrało specjalności związane z szeroko pojętą promocją i komunikacją społeczną. 7,6% badanych zadeklarowało specjalność z kategorii „inne”, przy czym liczebność tych osób prezentuje tabela dotycząca wyboru specjalności.

Najmniej osób wybrało specjalności określone jako artystyczne, czyli fotografię prasową i grafikę komputerową w mediach – niecałe 4%. Strukturę ankietowanych studentów według wybranej specjalności przedstawia tabela 31.

Tabela 31. Struktura respondentów według wybranej specjalności/specjalizacji (N = 762)

Kategoria specjalności	Liczebność	%
specjalności dziennikarskie	361	47,4
specjalności związane z promocją i komunikacją społeczną/marketingową	313	41,1
specjalności artystyczne	30	3,9
inne	58	7,6
Ogółem	762	100

Źródło: Opracowanie własne.

Głównym motywem wyboru specjalności wśród badanych studentów były zainteresowania (76,2%), podobnie jak w wypadku wyboru kierunku studiów. Istotnym czynnikiem wpływającym na decyzję o specjalności kształcenia była także nadzieja na znalezienie zatrudnienia (42,8%). Stosunkowo duże znaczenie – dla ponad 11% respondentów – miała kadra dydaktyczna prowadząca zajęcia na wybranej specjalności. Ze względu na brak możliwości wyboru innej specjalności decyzję podjęło ponad 7% respondentów. Co dziesiąty badany sugerował się w tym przypadku opinią znajomych na temat specjalności. Brak dodatkowych kosztów na uczelniach niepublicznych związany niejednokrotnie z wyborem specjalności, na którą decyduje się niewielka liczba studentów, był istotny dla niecałego procenta badanych. 3,7% osób podało inny powód. Szczegółowe informacje na temat odpowiedzi ankietowanych dotyczące motywacji wyboru specjalności przedstawiają tabela 32 oraz wykres 15.

Projektując badania, postanowiono zapytać studentów – tych, którzy mają już za sobą wybór specjalności kształcenia, co zrobiliby w sytuacji, w której mogliby dokonać go ponownie. Założono, że student zadowolony z treści oferowanych na wybranej przez siebie specjalności wybierze bądź tę samą specjalność, bądź przynajmniej taką, która mieści się w tej samej kategorii.

Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli 33, w przypadku możliwości ponownego wyboru specjalności kształcenia najwięcej osób wybrałoby specjalność dziennikarstwo – 13,4% badanych (N = 748). Oznacza to, iż największa część respondentów zainteresowana jest kształceniem ogólnodziennikarskim, bez uwzględniania jakiegoś szczególnego typu dziennikarstwa¹¹.

¹¹ Abstrahując od specjalności już przez studentów wybranych, które – jak wykazano wcześniej – nie zawsze są całkowicie zgodne z ich zainteresowaniami, choćby z powodu zbyt ubogiej oferty na uczelniach.

W drugiej kolejności typowana była specjalność fotografia prasowa. 10,2% studentów chciałoby kształcić się w tym kierunku, gdyby miało taką możliwość w ramach studiów w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej. 9,9% osób zadeklarowało wybór specjalności dziennikarstwo muzyczne.

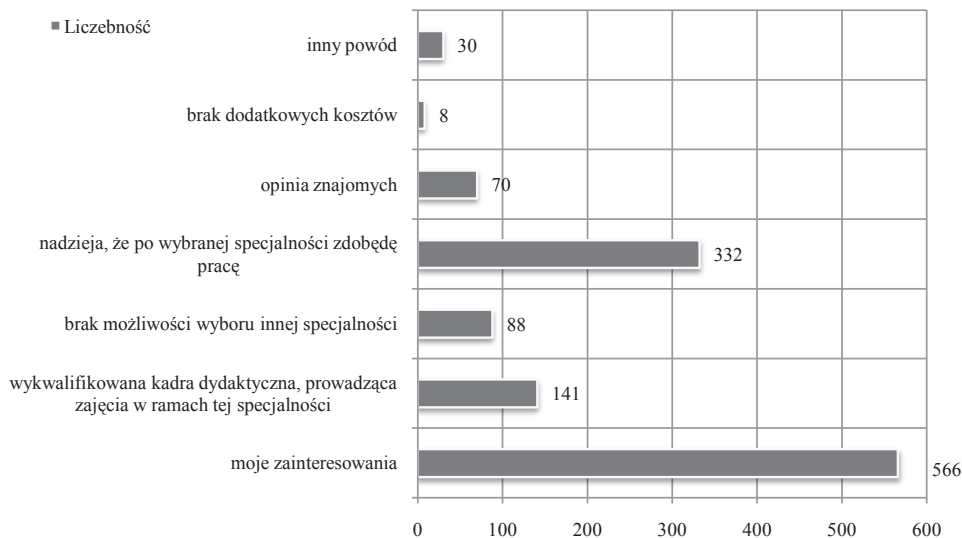
Tabela 32. Studenci badanych uczelni
według motywacji wyboru specjalności/specjalizacji (N = 758)

O wyborze specjalności zdecydowały(a):	%
moje zainteresowania	74,7
nadzieja, że po wybranej specjalności zdobędę pracę	43,8
wykwalifikowana kadra dydaktyczna prowadząca zajęcia w ramach tej specjalności	18,6
brak możliwości wyboru innej specjalności	11,6
opinia znajomych	9,2
brak dodatkowych kosztów	1,1
inny powód	4

Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 15. Motywacje wyboru specjalności kształcenia studentów (N = 1235)



Źródło: Opracowanie własne.

Bardzo liczną grupę stanowią studenci, którzy chcieliby kształcić się na różnych specjalnościach związanych z dziedziną public relations i dziedzinami pokrewnymi. Łącznie na sześciu specjalnościach, które mają w nazwie „PR” chciałoby kształcić się 33,7% badanych osób. Trzeba podkreślić, że stanowi to ponad 1/3 przebadanych studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Dla porównania warto podać, iż obecnie na specjalnościach zawierających w nazwie PR kształci się 20,7% respondentów.

Na zaskakująco niskim poziomie plasują się specjalności związane z mediami on-line (3,1%) oraz dziennikarstwem internetowym (0,4%). Mogłoby się wydawać, że przy dzisiejszej popularności publikacji internetowych oraz powszechności korzystania z Internetu wśród ludzi młodych, specjalności te będą cieszyły się dużo większym zainteresowaniem. Być może oznacza to, iż studenci nie widzą potrzeby specjalnego kształcenia na potrzeby pracy w mediach on-line, z drugiej strony – być może pracę w takich mediach uważają wciąż za mało prestiżową – na co może wskazywać także fakt, iż jedynie 2,8% badanych chciałoby w przyszłości pracować jako dziennikarz portalu internetowego. Ranking specjalności, które studenci chcieliby wybrać, gdyby mogli ponownie dokonać wyboru przedstawia tabela 33.

Tabela 33. Ranking specjalności, które zostałyby wybrane przez studentów, gdyby mogli ponownie dokonać wyboru (N = 748)

Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?	Liczebność	%
dziennikarstwo	100	13,4
fotografia prasowa	76	10,2
dziennikarstwo muzyczne	74	9,9
reklama i public relations	64	8,6
reklama, public relations i promocja firmy	52	7
komunikacja społeczna i public relations	52	7
dziennikarstwo prasowe	45	6
PR i marketing medialny	44	5,9
public relations i <i>corporate identity</i>	30	4
grafika komputerowa w mediach	28	3,7
media cyfrowe i komunikacja elektroniczna	23	3,1
dziennikarstwo sportowe	22	2,9
dziennikarstwo, krytyka i edukacja medialna	19	2,5
specjalność medialna	17	2,3
<i>creative writing</i>	16	2,1
marketing polityczny	16	2,1

Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?	Liczebność	%
agent medialny	14	1,9
kultura i komunikacja społeczna	13	1,7
komunikacja międzykulturowa	10	1,3
public relations	9	1,2
menedżer mediów	5	0,7
broker informacji	4	0,5
specjalność edytorska	3	0,4
dziennikarstwo internetowe	3	0,4
zarządzanie informacją	2	0,3
stosunki wyznaniowe	1	0,1
inna specjalność	6	0,8
Ogółem	748	100,0

Źródło: Opracowanie własne.

Porównując specjalności kształcenia wybrane już przez badanych oraz specjalności, które chcieliby wybrać w momencie przeprowadzania badania, gdyby im to umożliwiono (tabela 34), można stwierdzić, że większy wachlarz możliwości wyboru specjalności na badanych uczelniach zmieniłby znacząco popularność większości z nich wśród badanych studentów. Szczegółowe dane zawiera tabela, natomiast warte odnotowania jest to, iż żadna z osób, która wybrała specjalność dziennikarstwo telewizyjne oraz dziennikarstwo radiowe, a także żadna inna osoba nie wybrałyby tych specjalności w momencie przeprowadzania badania. Z drugiej strony – wzrost wskaźnika wybieralności dostrzegalny jest wyraźnie w przypadku dziennikarstwa sportowego (z 0,2% na 2,9%), dziennikarstwa muzycznego (z 4% na 9,9%) oraz fotografii prasowej (z 1,7% na 10,2%). Może to być sygnał, iż pożądanym przez studentów kierunkiem zmian w profilach kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest kształcenie tematyczne nakierowane na określoną dziedzinę wiedzy – nie zaś sprofilowane na określony typ medium¹². W tabeli 34 przedstawiono porównanie popularności specjalności wybranych przez ankietowanych studentów oraz specjalności, które zostałyby przez nich wybrane, gdyby mogli powtórzyć wybór. Należy wziąć pod uwagę to, że znaczna część respondentów nie odpowiedziała na pytanie dotyczące ponownego wy-

¹² W zestawieniu zabrakło niestety specjalności dziennikarstwo ekonomiczne/gospodarcze czy dziennikarstwo polityczne/ustrojowe, ponieważ w opracowaniu pytań wykorzystano specjalności obecnie znajdujące się w ofercie badanych uczelni. Pojawiają się one jednak przy okazji pytania o propozycje studentów w zakresie oferowanych w ramach kierunku specjalności.

boru specjalności, dlatego istotniejsze są proporcje procentowe niż liczebności. Ciemnoszarym kolorem oznaczono specjalności, których respondenci nie wybrali, ale chcieliby wybrać je, gdyby mieli taką możliwość – stąd w wypadku pytania o wybór specjalności wartości wynoszą zero.

Tabela 34. Porównanie popularności specjalności wybranych przez studentów oraz specjalności, które zostałyby przez nich wybrane, gdyby mogli powtórzyć wybór

Nazwa specjalności	Jaką wybrałeś specjalność?	Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?	Jaką wybrałeś specjalność?	Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?
	Liczebność		%	
dziennikarstwo	235	100	20,4	13,4
reklama i public relations	75	64	6,5	8,6
public relations i <i>corporate identity</i>	75	30	6,5	4
agent medialny	48	14	4,2	1,9
dziennikarstwo muzyczne	46	74	4	9,9
dziennikarstwo prasowe	45	45	3,9	6
public relations i marketing medialny	35	44	3	5,9
komunikacja społeczna i public relations	31	52	2,7	7
marketing polityczny	26	16	2,3	2,1
specjalność medialna	24	17	2,1	2,3
public relations	23	9	2	1,2
media cyfrowe i komunikacja elektroniczna	21	23	1,8	3,1
fotografia prasowa	20	76	1,7	10,2
dziennikarstwo internetowe	13	3	1,1	0,4
dziennikarstwo telewizyjne	11	0	1	0
grafika komputerowa w mediach	10	28	0,9	3,7
<i>creative writing</i>	6	16	0,5	2,1
inna specjalność	5	6	0,4	0,8
dziennikarstwo radiowe	3	0	0,3	0
dziennikarstwo sportowe	2	22	0,2	2,9

Nazwa specjalności	Jaką wybrałeś specjalność?	Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?	Jaką wybrałeś specjalność?	Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?
	Liczebność		%	
komunikacja międzykulturowa	1	10	0,1	1,3
stosunki wyznaniowe	1	1	0,1	0,1
reklama, PR i promocja firmy	0	52	0	7
dziennikarstwo, krytyka i edukacja medialna	0	19	0	2,5
kultura i komunikacja społeczna	0	13	0	1,7
menedżer mediów	0	5	0	0,7
broker informacji	0	4	0	0,5
specjalność edytorska	0	3	0	0,4
zarządzanie informacją	0	2	0	0,3
Ogółem	1154	748	100	100

Źródło: Opracowanie własne.

W celach porównawczych – jak już wspomniano – pogrupowano specjalności kształcenia w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w stosowne kategorie ze względu na kryteria zakresu merytorycznego kształcenia studentów oraz charakteru ewentualnej pracy zawodowej zgodnej z profilem kształcenia. Jak wynika z danych, zarówno specjalności dziennikarskie, jak i związane z promocją i komunikacją społeczną/marketingową, zyskałyby hipotetycznie mniej chętnych do ich studiowania na rzecz specjalności artystycznych (w tym przypadku mowa o dwóch: grafice komputerowej w mediach oraz fotografii prasowej). Większa byłaby także liczba chętnych do studiowania na specjalnościach określonych jako „inne”, z których część (np. menedżer mediów, zarządzanie informacją, agent medialny, broker informacji) można by określić jako przygotowujące do pracy w charakterze *media worker*, czyli pracownik mediów, ale nie dziennikarz. W tabeli 35 przedstawiono porównanie popularności specjalności wybranych przez studentów w ramach kategorii oraz specjalności, które wybraliby, gdyby mogli ponowić wybór.

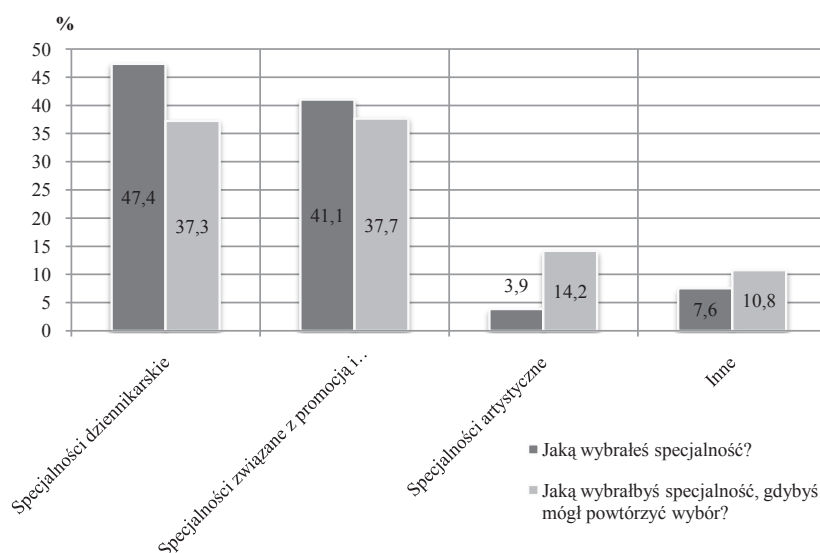
Tabela 35. Popularność kategorii specjalności wybranych przez studentów oraz specjalności, które wybraliby, gdyby mogli ponowić wybór (N = 748)

Kategoria specjalności	Jaką wybrałeś specjalność?		Jaką wybrałbyś specjalność, gdybyś mógł powtórzyć wybór?	
	Liczebność	%	Liczebność	%
specjalności dziennikarskie	361	47,4	279	37,3
specjalności związane z promocją i komunikacją społeczną/marketingową	313	41,1	282	37,7
specjalności artystyczne	30	3,9	106	14,2
inne	58	7,6	81	10,8
Ogółem	762	100	748	100

Źródło: Opracowanie własne.

Graficzną ilustrację danych zawartych w tabeli 35 dotyczącą porównania popularności poszczególnych kategorii specjalności mierzonych dokonaniem i deklarowanym ponownym wyborem specjalności przez ankietowanych studentów prezentuje wykres 16.

Wykres 16. Specjalności wybrane przez studentów (w ramach kategorii) oraz specjalności, które wybraliby, gdyby mogli ponowić wybór (N = 748)



Źródło: Opracowanie własne.

Porównując podjęte już przez respondentów wybory specjalności kształcenia oraz deklarowane wybory w razie możliwości ponownego ich dokonania, można wyciągnąć wniosek, iż w mniejszości są badani, którzy zdecydowałiby się na taką samą jak wcześniej specjalność kształcenia. Takie osoby stanowią 43,3% respondentów. Aż 57,6% badanych dokonałoby natomiast innego wyboru. Można więc stwierdzić, iż większość studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej badanych uczelni nie jest zadowolona z wybranej przez siebie specjalności kształcenia w ramach tego kierunku studiów.

Jedynie 41,3% badanych, którzy wybraliby inną specjalność, zdecydowałoby się na specjalność pokrewną, z tej samej kategorii. Tym samym, aż 58,7% wybrałoby w momencie badania specjalność z innej kategorii. Do wniosku uwzględnionego wyżej można dodać taki, iż w większości studenci nie tylko nie są zadowoleni z wybranej przez siebie specjalności, ale nawet z dziedziny kształcenia w ramach dziennikarstwa i komunikacji społecznej, która się z nią wiąże, i gdyby mieli taką możliwość, zmieniliby ścieżkę kształcenia w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Przyjmując, iż hipotetyczny wybór innej specjalności kształcenia w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest wskaźnikiem niezadowolenia ze specjalności wybranej wcześniej, można zaobserwować następujące prawidłowości:

- najwyższy poziom zadowolenia z wybranej specjalności deklarują osoby studiujące na specjalnościach artystycznych – 88,9% z nich ponownie wybrałoby tę samą specjalność. Jest to jedyna grupa badanych (kategoria „inne specjalności” zostaje w tych porównaniach pominięta ze względu na duże wewnętrzne zróżnicowanie grupy pod względem wybranych specjalności), w której większość osób nie zmieniałaby swego pierwotnego wyboru,
- następną grupę osób najbardziej zadowolonych z wyboru specjalności stanowią osoby studiujące specjalności dziennikarskie – 47,3% tych badanych wybrałoby ponownie tę samą specjalność. Zarówno jednak w tej, jak i następnej analizowanej grupie, osoby, które pozostałyby przy pierwotnym wyborze, stanowią mniejszość,
- najmniej zadowolone z wyboru specjalności są osoby studiujące specjalności związane z promocją i komunikacją społeczną/marketingową. Jedynie 34,6% tych osób, mając możliwość ponownego wyboru, pozostałaby przy wcześniej wybranej specjalności.

Ponadto, odnośnie do osób, które postawione przed możliwością ponownego wyboru specjalności wybrały inną specjalność, można stwierdzić, iż:

- w większości są to osoby studiujące specjalności dziennikarskie, które wybrałyby diametralnie różną niż dotychczasowa ścieżkę kształcenia w ramach dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Respondenci, którzy wybraliby specjalność z innej kategorii, stanowią 69,1% studiujących specjalności dziennikarskie deklarujących chęć zmiany. Jedynie 30,9% wybrałaby po-

nownie inną, ale również dziennikarską specjalność. Może to oznaczać, iż ci studenci są niezadowoleni z kształcenia w kierunku dziennikarskim – być może wybierając tę specjalność, mieli więc inne wyobrażenie o charakterze tego kształcenia. Możliwe jest także, iż tym osobom nie dano możliwości dokonania innego wyboru – choćby z powodu braku w ofercie interesującej ich specjalności. Dla przypomnienia – aż 11,6% respondentów na wszystkich badanych uczelniach jako motywację wyboru specjalności podało odpowiedź: „brak możliwości wyboru innej specjalności”,

- w przypadku badanych, którzy wybrali specjalności związane z promocją oraz komunikacją społeczną/marketingową, podobna jest liczba osób, które w momencie badania zdecydowałyby się na specjalności z tej samej kategorii (51,8%) oraz z innej (48,2%). Można stwierdzić, iż przedstawiciele drugiej grupy kierowali się motywami opisanymi powyżej dla takich samych studentów specjalności dziennikarskich. Większość studentów specjalności związanych z promocją i komunikacją społeczną/marketingową wybrałaby specjalność z tej samej kategorii, a zatem prawdopodobnie jest do pewnego stopnia zadowolona z obranej ścieżki kształcenia.

ROZDZIAŁ IV

OCENA JAKOŚCI KSZTAŁCENIA NA KIERUNKU DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

Analiza oczekiwań studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w odniesieniu do modelu kształcenia dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej opiera się na dwóch kategoriach czynników. Po pierwsze, ocenie poddane zostały rozwiązania aktualnie obowiązujące w ramach systemu szkolnictwa wyższego w Polsce, ujednolicone w stosunku do wszystkich uczelni prowadzących kształcenie na tym kierunku. W dalszej kolejności podjęto próbę ustalenia oczekiwań studentów wobec pożądanых treści, form i umiejętności wykraczających poza zapisy standardów kształcenia.

1. Ocena standardów kształcenia

Standaryzacja kształcenia wprowadzona została rozporządzeniem ministra nauki i szkolnictwa wyższego z 12 lipca 2007 r., w sprawie standardów kształcenia dla poszczególnych kierunków oraz poziomów kształcenia, a także trybu tworzenia i warunków, jakie musi spełniać uczelnia, by prowadzić studia międzykierunkowe oraz makrokierunki¹³. W załączniku nr 18 do wzmiankowanego rozporządzenia precyzyjnie określono standardy kształcenia dla studiów I i II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna obligatoryjne dla wszystkich uczelni, które prowadzą lub zamierzają prowadzić kształcenie w tym zakresie. Zgodnie z wymogami narzuconymi przez standardy kształcenia studia w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej prowadzone są na poziomie studiów I stopnia, trwają minimum sześć semestrów, zaś

¹³ DzU z 2007 r., nr 164, poz. 1166.

liczba godzin zajęć prowadzonych w ich trakcie nie może być mniejsza niż 2 100 godz. (liczba przypisanych punktów ECTS – European Credit Transfer System – nie mniejsza niż 180), oraz na poziomie studiów II stopnia trwających minimum cztery semestry, z liczbą godzin nie mniejszą niż 1 000 (liczba przypisanych punktów ECTS nie mniejsza niż 120). Standardy kształcenia precyzują także pożądane kwalifikacje absolwenta, do osiągnięcia których przygotowywać powinny studia, określają minimalny wymiar praktyk zawodowych, jak również narzucają standard w zakresie nauki języków obcych, technologii informacyjnych i nakreślają zasady punktowania poszczególnych treści i przedmiotów w ramach systemu ECTS. Najważniejszym jednak elementem standardów kształcenia jest określenie ramowych treści kształcenia, w tym podziału na grupy treści kształcenia, minimalnej liczby godzin zajęć zorganizowanych oraz minimalnej liczby punktów ECTS przypisanych poszczególnym składnikom treści kształcenia.

Standardy kształcenia narzucają uczelniom prowadzącym studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna łącznie ponad 900 godz. zajęć stanowiących 42,85% minimalnej liczby godzin, realizowanej na tym kierunku w ramach studiów I stopnia. W odniesieniu do studiów II stopnia standardy kształcenia określają 405 z 1000 godz. zajęć dydaktycznych. Oznacza to, że uczelnie kształcące dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej mają możliwość różnicowania oferty kształcenia (np. w zakresie oferowania specjalności i specjalizacji, wprowadzania specyficznych przedmiotów uzasadnionych posiadanym potencjałem kadrowym i infrastrukturalnym, indywidualizacji kształcenia), wpływając suwerennie na ok. 57% programu kształcenia w ramach studiów I stopnia i 59,5% programu studiów II stopnia.

W odniesieniu do programów nauczania na studiach I stopnia standardy kształcenia narzucają obowiązek realizacji siedmiu grup tematycznych w obrębie treści podstawowych oraz jedenastu grup tematycznych w obrębie treści kierunkowych. Od uczelni prowadzących kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna wymaga się dodatkowo uwzględnienia zajęć z zakresu wychowania fizycznego, języka obcego, technologii informacyjnej, treści poszerzających wiedzę ogólną oraz ochrony własności intelektualnej. Szczegółową strukturę wymagań określonych standardami kształcenia dla studiów I stopnia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna ilustruje tabela 36.

Tabela 36. Ramowe treści kształcenia na studiach I stopnia narzucone standardami kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Treści kształcenia	Minimalna liczba godzin zajęć	Minimalna liczba punktów ECTS
Grupa treści podstawowych		
filozofia	30	29
socjologia	30	
prawo	45	
ekonomia	30	
historia Polski XX wieku	30	
nauka o komunikowaniu	60	
współczesne systemy polityczne	45	
Grupa treści kierunkowych		
historia mediów	360	40
polski system medialny		
systemy medialne na świecie		
kultura języka		
retoryka i erystyka		
gatunki dziennikarskie		
prawo mediów		
etyka dziennikarska		
warsztat dziennikarski		
public relations		
dziennikarskie źródła informacji		
Inne wymagania		
wychowanie fizyczne	60	2*
język obcy	120	5
technologia informacyjna	30	2
treści poszerzające wiedzę ogólną	60	3
ochrona własności intelektualnej	—**	—**
Razem	900	81

* dla treści związanych z wychowaniem fizycznym standardy kształcenia narzucają przypisanie maksymalnie 2 punktów ECTS

** dla treści związanych z ochroną własności intelektualnej standardy kształcenia nie określają minimalnej liczby godzin zajęć ani punktacji ECTS

Źródło: Opracowanie własne.

W zakresie prowadzenia studiów II stopnia standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja określają minimalną liczbę godzin zajęć, minimalną punktację ECTS oraz treści i efekty kształcenia dla siedmiu grup tematycznych w obrębie treści podstawowych i siedmiu grup tematycznych w obrębie treści kierunkowych. Szczegółową strukturę wymagań przedstawia tabela 37.

Tabela 37. Ramowe treści kształcenia na studiach II stopnia narzucone standardami kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Treści kształcenia	Minimalna liczba godzin zajęć	Minimalna liczba punktów ECTS
Grupa treści podstawowych		
psychologia społeczna	30	23
główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI wieku	30	
stosunki międzynarodowe	30	
komunikowanie masowe	30	
metody badań medioznawczych	30	
społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	30	
komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	30	
Grupa treści kierunkowych		
ekonomika mediów	195	21
prawo autorskie		
pragmatyka językowa		
analiza dyskursu medialnego		
media lokalne i środowiskowe		
opinia publiczna		
marketing i reklama		
Razem	405	44

Źródło: Opracowanie własne.

Standardy kształcenia oprócz wyżej scharakteryzowanych wymogów i ograniczeń określają także treści i efekty kształcenia (umiejętności i kompetencje studenta) w zakresie każdej grupy. Ocena standardów obowiązujących studentów dziennikarstwa odnosi się do określenia przewidywanego stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy zdobytej w ramach przedmiotów zawierających określone treści kształcenia. Ankietowani studenci ocenili potencjalną przydatność w życiu zawodowym wszystkich grup treści kształcenia określonych standardami.

1.1. Kształcenie w zakresie filozofii

Standardy kształcenia w zakresie treści związanych z filozofią w następujący sposób określają minimalne oczekiwane treści programowe:

- zarys historii filozofii – główne kierunki, ich przedstawiciele oraz ich związki z życiem i sposobem myślenia współczesnego człowieka,
- główne nurty filozofii współczesnej, jej rola w indywidualnym rozwoju i wyrażaniu własnej tożsamości współczesnego człowieka.

W odniesieniu do efektów kształcenia tak zdefiniowany standard zakłada zdobycie przez studenta następujących umiejętności i kompetencji:

- rozumienia najważniejszych pojęć i kategorii filozoficznych,
- własnej interpretacji istoty najważniejszych nurtów filozoficznych w dziejach człowieka,
- rozumienia współczesnych kierunków filozoficznych i ich roli w życiu jednostki oraz społeczeństwa.

Ankietowani w większości nisko ocenili przydatność treści w zakresie filozofii w przyszłym życiu zawodowym. Ponad połowa badanych (59,7%) określiła wiedzę w tym zakresie jako zupełnie nieprzydatną lub raczej nieprzydatną. 28,8% ankietowanych pozytywnie oceniło przydatność wiedzy filozoficznej w wykonywaniu przyszłych obowiązków zawodowych. Rozkład odpowiedzi ankietowanych dotyczących oceny stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z filozofią przedstawia tabela 38.

Tabela 38. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z filozofią (N = 1404)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	77	5,5
raczej przydatna	328	23,4
raczej nieprzydatna	444	31,6
zupełnie nieprzydatna	396	28,2
nie mam zdania	159	11,3

Źródło: Opracowanie własne.

1.2. Kształcenie w zakresie socjologii

W odniesieniu do treści kształcenia w zakresie socjologii standardy określają minimalny program do realizacji według następujących zagadnień:

- podstawowe pojęcia socjologiczne oraz mechanizmy rządzące zbiorowościami ludzkimi,
- przegląd najważniejszych historycznych szkół socjologicznych,
- główne kierunki i nurty w socjologii współczesnej,
- charakterystyka zmian struktury społecznej po 1989 roku w Polsce.

Umiejętności i kompetencje studentów będące efektem nabycia wiedzy określonej w minimum programowym zgodnie ze standardami kształcenia to:

- rozumienie i samodzielna interpretacja podstawowych pojęć i kategorii socjologicznych,
- ocena mechanizmów rządzących zachowaniem jednostki i większych grup społecznych,
- rozumienie zmian zachodzących w strukturach społecznych.

Ankietowani studenci wysoko ocenili przydatność wiedzy uzyskiwanej w trakcie zajęć z socjologii, potwierdzając tym samym zasadność obecności treści kształcenia w ramach tego przedmiotu w standardach nauczania. Niemal 3/4 badanych (74,2%) oceniło wiedzę socjologiczną jako przydatną lub bardzo przydatną w przyszłym życiu zawodowym. Przeciwnego zdania było 13,9%. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 39.

Tabela 39. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z socjologią (N = 1403)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	289	20,6
raczej przydatna	753	53,7
raczej nieprzydatna	165	11,8
zupełnie nieprzydatna	144	10,2
nie mam zdania	52	3,7

Źródło: Opracowanie własne.

1.3. Kształcenie w zakresie prawa

Kształcenie studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w zakresie prawa w założeniu służy przekazaniu podstawowej wiedzy prawniczej umożliwiającej rozumienie funkcjonowania organów i instytucji państwowych, jak również dającej możliwość interpretacji i relacjonowania zdarzeń i sytuacji mających związek z różnymi dziedzinami prawa. Kształcenie w zakresie prawa w ramach studiów I stopnia jest także swoistym fundamentem dla zajęć dotyczących prawa mediów (ujętych w standardach kształcenia dla studiów I stopnia), jak również prawa własności intelektualnej przewidzianych w standardach kształcenia dla studiów II stopnia.

Podstawa programowa odnosząca się do treści kształcenia w zakresie prawa obejmuje następujące zagadnienia:

- zakres teorii państwa i prawa,
- pojęcie państwa i jego formy,
- demokracja, suwerenność, praworządność,

- pojęcie normy i przepisu prawnego (aktu normatywnego, wykładni, stanowienia i stosowania prawa oraz jego obowiązywania), prawa konstytucyjnego (zasady ustrojowe, kompetencje Sejmu i Senatu, Prezydenta, Rady Ministrów) oraz prawa administracyjnego, karnego i cywilnego.

Autorzy obowiązujących standardów kształcenia w ramach charakterystyki efektów kształcenia zakładają, że student powinien w zakresie prawa zdobyć następujące umiejętności i kompetencje:

- rozumienie zasad demokratycznego państwa prawnego,
- rozumienie istoty podstawowych działów prawa oraz funkcjonowania wymiaru sprawiedliwości,
- samodzielne korzystanie ze źródeł prawa.

Wartość zagadnień prawnych w kształceniu dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej podkreślona została zwiększoną minimalną liczbą godzin, jaką obejmować powinno nauczanie prawa. Wymiar 45 godzin o 50% przekracza minimalny wymagany standard nauczania filozofii, socjologii, ekonomii czy historii Polski XX w. O przydatności treści związanych z kształceniem w zakresie prawa świadczyć może fakt, iż 84,3% ankietowanych studentów oceniło wiedzę prawniczą jako przydatną lub bardzo przydatną w życiu zawodowym absolwenta kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Wskaźnik ten należy bez wątpienia uznać za bardzo wysoki. Pasuje on zagadnienia prawne najwyżej wśród treści podstawowych standardów kształcenia, biorąc pod uwagę ocenę przydatności wyartykułowaną przez ankietowanych. Jako nieprzydatne treści kształcenia związane z zagadnieniami prawnymi ocenione zostały przez 9,2% badanych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 40.

Tabela 40. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem (N = 1410)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	541	38,4
raczej przydatna	648	45,9
raczej nieprzydatna	80	5,7
zupełnie nieprzydatna	21	1,5
nie mam zdania	120	8,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.4. Kształcenie w zakresie ekonomii

Ekonomia należy do treści podstawowych wykładanych w ramach większości kierunków studiów. Przewidują ją również standardy kształcenia dla

kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Jest to o tyle uzasadnione, iż rzeczywiście podstawowa wiedza na temat funkcjonowania mechanizmów ekonomicznych rządzących gospodarką jest niezbędna z punktu widzenia przyszłego dziennikarza. W odniesieniu do studentów tego kierunku profilujących swoją sylwetkę absolwenta w kierunku komunikacji społecznej, a zwłaszcza merkantylnych form jej wykorzystywania we współczesnym świecie w formie choćby komunikowania marketingowego i public relations, potrzeba posiadania choćby podstaw wiedzy ekonomicznej wydaje się być tym bardziej uzasadniona, wręcz niezbędna.

Standardy kształcenia dla treści związanych z ekonomią wskazują na następujące zagadnienia:

- współczesne teorie ekonomiczne,
- stosowanie narzędzi teoretycznych do analizy rzeczywistości gospodarczej,
- podstawowe pojęcia ekonomiczne,
- teoria firmy,
- teoria konsumenta,
- inflacja,
- bezrobocie,
- polityka makroekonomiczna,
- rachunki makroekonomiczne,
- rola państwa w gospodarce,
- dobra publiczne,
- rola informacji w procesach gospodarczych,
- analiza polityki gospodarczej w Polsce po 1989 r.

Efekty kształcenia, jakie winny być uzyskane w stosunku do studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w zakresie treści ekonomicznych, zostały sformułowane następująco:

- rozumienie kategorii i pojęć ekonomicznych,
- samodzielna interpretacja procesów i zjawisk ekonomicznych,
- rozumienie podstawowych narzędzi ekonomicznych i ich wykorzystywanie do charakterystyki konkretnych zagadnień gospodarczych,
- rozumienie zależności między różnymi procesami i zjawiskami ekonomicznymi.

Przydatność wiedzy ekonomicznej w przyszłym życiu zawodowym nie jest oceniana przez badanych studentów tak wysoko jak zagadnienia prawne czy socjologiczne, bowiem 57% ankietowanych uważa wiedzę w zakresie ekonomii za przydatną lub bardzo przydatną, natomiast odsetek osób będących przeciwnego zdania wynosi 23,9%. Rozkład odpowiedzi dotyczących oceny przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy zdobytej w ramach nauczania ekonomii prezentuje tabela 41.

Tabela 41. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z ekonomią (N = 1404)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	208	14,8
raczej przydatna	592	42,2
raczej nieprzydatna	268	19,1
zupełnie nieprzydatna	225	16
nie mam zdania	111	7,9%

Źródło: Opracowanie własne.

1.5. Kształcenie w zakresie historii Polski XX wieku

Rozbudowaną część standardów kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowią treści dotyczące historii Polski XX w. Wprawdzie minimalny wymiar godzinowy dla tego przedmiotu określony został na poziomie 30 godz., jednak wymagany zakres tematyki zajęć wydaje się wykraczać poza owo niezbędne minimum. Wśród treści związanych z historią Polski XX w. autorzy standardów kształcenia umieścili następujące:

- charakterystyka istotnych procesów i faktów związanych z historią narodu i państwa polskiego w odniesieniu do najważniejszych wydarzeń światowych i europejskich w XX w.,
- wojna 1914-1918,
- polityka, społeczeństwo i gospodarka w latach 1918-1939,
- II wojna światowa,
- faszyzm i komunizm,
- rywalizacja systemów społeczno-politycznych,
- opozycja polityczna po 1945 r.,
- przemiany w Europie po 1989 r.,
- podstawowe zjawiska i procesy wpływające na rozwój kultury narodowej ze szczególnym uwzględnieniem kultury masowej.

Efekty kształcenia w zakresie historii określone zostały następująco:

- rozumienie procesów i wydarzeń historycznych,
- analiza historii Polski na tle europejskich i światowych zjawisk historycznych,
- rozumienie współzależności między poszczególnymi społeczeństwami i państwami, zwłaszcza z kręgu europejskiego,
- rozumienie najważniejszych faktów i wydarzeń określających historię narodu i państwa polskiego.

Przydatność nauczania historii Polski w ramach kształcenia studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna potwierdzona została opiniami ankietowanych. 61,1% spośród nich określiło wiedzę dotyczącą najnowszej historii Polski jako przydatną lub bardzo przydatną w swojej

przyszłej pracy zawodowej. Jej przydatność negatywnie oceniło 22,2% badanych. Rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 42.

Tabela 42. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z historią Polski XX w. (N = 1403)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	279	19,9
raczej przydatna	581	41,4
raczej nieprzydatna	209	14,9
zupełnie nieprzydatna	103	7,3
nie mam zdania	231	16,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.6. Kształcenie w zakresie nauki o komunikowaniu

Nauka o komunikowaniu jest niewątpliwie najważniejszą częścią składową w obrębie grupy treści podstawowych standardów kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Przewidziano w stosunku do niej minimalny wymiar godzin dydaktycznych w liczbie 60, co dobitnie podkreśla wagę tego przedmiotu. W odniesieniu do większości polskich uczelni kształcących na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przedmiot nauka o komunikowaniu (częściej: wstęp do nauki o komunikowaniu) realizowany jest jednak w znacznie większym wymiarze godzinowym niż wymagane minimum. Przyczyną tego stanu rzeczy jest fakt, iż przedmiot ten stanowi niewątpliwie zbiór zagadnień kluczowych dla kształcenia specjalistów w zakresie komunikacji społecznej, co więcej – jest punktem wyjścia dla wielu innych przedmiotów o charakterze teoretycznym, obecnych w standardach nauczania zarówno dla studiów I, jak i II stopnia. Kolejnym powodem, dla którego nauce o komunikowaniu poświęca się tak wiele miejsca w planach nauczania na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, jest rozbudowany wykaz zagadnień koniecznych do zrealizowania, a narzuconych standardami kształcenia. Zagadnienia te obejmują:

- naukę o komunikowaniu jako dyscyplinę naukową – powstanie i etapy rozwoju,
- status nauki o komunikowaniu masowym – jej multidyscyplinarność, główne ośrodki, instytucje i czasopisma zajmujące się problematyką komunikowania masowego,
- komunikowanie jako proces – cechy i elementy,
- typy i formy komunikowania,
- sposoby porozumiewania się ludzi,
- modele komunikacyjne,

- główne systemy komunikowania społecznego,
- podstawy wiedzy o procesie komunikowania masowego, jego elementach, fazach i najważniejszych uwarunkowaniach,
- rolę komunikowania masowego względem różnych rodzajów porozumiewania się ludzi.

Do efektów kształcenia wynikających z nauczania treści związanych z nauką o komunikowaniu autorzy standardów kształcenie zaliczyli:

- rozumienie podstawowych pojęć i kategorii z zakresu komunikowania,
- analizę przebiegu procesu komunikowania,
- identyfikację podstawowych modeli komunikowania,
- rozumienie specyfiki i odrębności podstawowych systemów komunikowania społecznego.

Przydatność zagadnień związanych z nauką o komunikowaniu w dalszym życiu zawodowym została wysoko oceniona przez ankietowanych studentów. Jest to dość zaskakujące, ponieważ praktyka dydaktyczna wskazuje, iż nie jest to lubiany przedmiot wśród studentów, głównie z uwagi na niezwykle teoretyczny charakter narzucający konieczność pamięciowego przyswojenia znacznej części wiedzy w tym zakresie. Tym niemniej, aż 81,1% badanych oceniło wiedzę z obszaru nauki o komunikowaniu za przydatną lub bardzo przydatną. Przeciwnego zdania było zaledwie 11% ankietowanych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 43.

Tabela 43. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z nauką o komunikowaniu (N = 1403)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	649	46,3
raczej przydatna	488	34,8
raczej nieprzydatna	115	8,2
zupełnie nieprzydatna	40	2,8
nie mam zdania	111	7,9

Źródło: Opracowanie własne.

1.7. Kształcenie w zakresie współczesnych systemów politycznych

Ostatnią składową treści podstawowych ujętych w standardach kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są zagadnienia związane ze współczesnymi systemami politycznymi. Treści te wskazują na ścisły i wciąż obecny na wielu uczelniach związek kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z naukami politycznymi (w wielu ośrodkach dydaktycznych kształci się przyszłych dziennikarzy i specjalistów w zakresie

komunikowania społecznego nie na właściwym, odrębnym kierunku, ale na stosownej specjalności funkcjonującej w obrębie kierunku politologia. Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna narzucają wymiar zajęć w zakresie współczesnych systemów politycznych na poziomie nie mniejszym niż 45 godz., co stawia ten zbiór zagadnień w grupie najważniejszych treści podstawowych przewidzianych standardami. W ramach szczegółowych zagadnień, jakie powinny być realizowane w ramach tego przedmiotu, w standardach kształcenia odnajdujemy:

- pojęcie i elementy systemu politycznego,
- charakterystykę podstawowych typów systemów politycznych na świecie,
- systemy wyborcze,
- typologię reżimów politycznych,
- strukturę i funkcje parlamentu,
- pozycję głowy państwa,
- pozycję rządu i premiera,
- władzę sądowniczą w systemie politycznym,
- partie polityczne w systemie politycznym,
- podstawowe zasady polskiego systemu politycznego: konstytucja, funkcjonowanie organów władzy publicznej (ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej) – funkcje, zadania, rola,
- współczesny polski system partyjny – struktura i podstawowe orientacje ideowe,
- kontrolę i odpowiedzialność władz publicznych,
- ideę społeczeństwa obywatelskiego.

Efekty kształcenia określone w standardach wskazują na następujące umiejętności i kompetencje studenta:

- rozumienie podstawowych pojęć i kategorii systemu politycznego,
- charakterystykę struktury i sposobu funkcjonowania różnych instytucji politycznych,
- klasyfikowanie partii i systemów partyjnych oraz sposobów sprawowania władzy,
- rozumienie znaczenia procedur i instytucji w procesach sprawowania władzy,
- rozumienie zasad, wartości i mechanizmów dotyczących systemu politycznego w demokratycznym państwie prawa,
- analizę sposobów realizacji interesów społecznych poprzez system partyjny i jego elementy składowe.

Istotę treści związanych ze współczesnymi systemami politycznymi w kształceniu dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej podkreślają nie tylko standardy kształcenia, lecz również ankietowani studenci. 73,8% spośród nich uznało, że wiedza w tym zakresie okaże się przydatna lub bardzo przydatna w ich przyszłej pracy zawodowej. Jako nieprzydatną lub zupełnie nieprzydatną wiedzę tę oceniło 11,9%. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 44.

Tabela 44. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze współczesnymi systemami politycznymi (N = 1393)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	403	28,9
raczej przydatna	625	44,9
raczej nieprzydatna	120	8,6
zupełnie nieprzydatna	46	3,3
nie mam zdania	199	14,3

Źródło: Opracowanie własne.

1.8. Kształcenie w zakresie historii mediów

Kanon treści kierunkowych określonych standardami kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna rozpoczyna grupa zagadnień związanych z historycznym ujęciem funkcjonowania środków masowego komunikowania. Zagadnienia te są punktem wyjścia dla przedmiotów związanych z funkcjonowaniem współczesnych systemów medialnych w Polsce i na świecie. Standardy kształcenia wskazują na następujące treści w zakresie historii mediów:

- najważniejsze etapy rozwoju mediów masowych (prasy, radia, telewizji, Internetu) na tle ogólnych warunków poszczególnych epok, ze szczególnym uwzględnieniem zmian społecznych, politycznych i technologicznych,
- koncepcja prasy,
- zasady wolności wypowiedzi,
- wybitni dziennikarze różnych epok,
- tytuły prasowe i programy radiowo-telewizyjne określające nowe tendencje w rozwoju mediów,
- rola i wpływ prasy na społeczeństwo polskie,
- zmiany technologiczne a zmiany w zawodzie dziennikarskim,
- funkcjonowanie cenzury na ziemiach polskich w różnych okresach historycznych.

W odniesieniu do umiejętności i kompetencji studentów będących efektami kształcenia w zakresie historii mediów standardy wymieniają:

- rozumienie zjawisk prasowo-wydawniczych,
- rozumienie ogólnych prawidłowości i zależności między historią prasy i dziennikarstwa a historią polityczną i historią literatury,
- rozumienia zjawisk prasowych w poszczególnych okresach historycznych oraz historyczno-literackich – ich ocena na zasadzie przyczyn i skutków.

Historia mediów nie należy do najlepiej ocenianych przez studentów przedmiotów kierunkowych. Niewiele więcej niż połowa ankietowanych (51,7%) uznała, że wiedza zdobyta w tym zakresie może okazać się przydatna w przy-

szłej pracy zawodowej. Tymczasem niemal co trzeci badany student (30,8%) jest zdania, że wiedza ta jest raczej nieprzydatna lub całkowicie nieprzydatna. Szczegółowy rozkład opinii ankietowanych dotyczący oceny przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy dotyczącej historii mediów prezentuje tabela 45.

Tabela 45. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z historią mediów (N = 1402)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	222	15,8
raczej przydatna	504	35,9
raczej nieprzydatna	324	23,1
zupełnie nieprzydatna	108	7,7
nie mam zdania	244	17,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.9. Kształcenie w zakresie polskiego systemu medialnego

Kształcenie w zakresie polskiego systemu medialnego wydaje się jednym z ważniejszych elementów medioznawczej mieszanki treści przekazywanych studentom kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Zagadnienia z nim związane należą do grupy teoretycznych przedmiotów medioznawczych i są kluczowym przedmiotem umożliwiającym osiągnięcie pożądanej standardami kształcenia sylwetki absolwenta niezależnie od ukończonej specjalności i charakteru przyszłej pracy zawodowej. Zagadnienia związane z tym przedmiotem dają studentowi wiedzę umożliwiającą zrozumienie współczesnego ładu medialnego w Polsce i porównanie polskiego systemu medialnego z rozwiązaniami wypracowanymi w innych krajach. Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna zakładają obecność następujących zagadnień związanych z charakterystyką polskiego systemu medialnego w obowiązkowym programie nauczania:

- normatywne doktryny działania mediów: autorytarna, liberalna, komunistyczna, społecznej odpowiedzialności, demokratycznej partycypacji, katolicka,
- współczesny rynek mediów periodycznych w Polsce – system prasowy w strukturze społecznej, transformacja systemu mediów, formy własności prasy w Polsce, czytelnictwo i odbiór,
- grupy mediów na polskim rynku prasowym – dzienniki oraz prasa opinii, kobieca i kulturalna,
- rynek radiofonii, telewizji i Internetu w Polsce,
- zadania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji,
- media publiczne i komercyjne – konkurencja i koegzystencja,
- kapitał zagraniczny na polskim rynku mediów.

Realizacja wymienionych zagadnień w trakcie zajęć dotyczących polskiego systemu medialnego powinna owocować:

- wykorzystywaniem wiedzy z zakresu doktryn medialnych do zrozumienia przekształceń systemu medialnego w Polsce,
- rozumieniem mechanizmów rządzących rynkiem mediów periodycznych,
- dostrzeganiem aktorów gry rynkowej,
- określaniem istoty i funkcji poszczególnych typów mediów i instytucji medialnych,
- oceną roli i znaczenia poszczególnych regionów medialnych oraz rodzajów mediów w systemie medialnym,
- dokonywaniem samodzielnych porównań i analiz zjawisk medialnych w Polsce z punktu widzenia dyscyplin naukowych zajmujących się komunikacją medialną.

W odniesieniu do programów nauczania większości polskich uczelni kształcących studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna treści dotyczące polskiego systemu medialnego zajmują centralne miejsce w grupie przedmiotów kierunkowych. Ich waga uwidoczniła się zwykle relatywnie wysokim wymiarem godzinowym oraz wysoką punktacją ECTS. Wysoka wartość przedmiotu znajduje swoje odzwierciedlenie w ocenie jego przydatności dokonanej przez ankietowanych studentów. 77,4% spośród nich uważa wiedzę dotyczącą polskiego systemu medialnego za przydatną lub bardzo przydatną w przyszłym życiu zawodowym. Jedynie 8,6% badanych stwierdziło, że są to treści nieprzydatne. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 46.

Tabela 46. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z polskim systemem medialnym (N = 1399)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	465	33,2
raczej przydatna	619	44,2
raczej nieprzydatna	92	6,6
zupełnie nieprzydatna	28	2
nie mam zdania	195	14

Źródło: Opracowanie własne.

1.10. Kształcenie w zakresie systemów medialnych na świecie

Rozwinięciem zagadnień dotyczących polskiego systemu medialnego jest grupa treści odnoszących się do charakterystyki systemów medialnych funkcjonujących w innych krajach. Znajomość tych zagadnień umożliwia pełniejsze

zrozumienie ewolucji i stanu obecnego na polskim rynku mediów, jak również pozwala na snucie przypuszczeń związanych z dalszymi ścieżkami rozwoju mediów masowych w Polsce. Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna ujmują podstawowe zagadnienia dotyczące charakterystyki systemów medialnych na świecie w następujący sposób:

- systemy komunikowania masowego w wybranych krajach różnych regionów świata,
- rynek prasowy, radiowo-telewizyjny, Internetu,
- normy prawne określające funkcjonowanie środków masowego przekazu,
- instytucje samoregulacji – rady prasowe oraz organizacje dziennikarskie w poszczególnych krajach,
- procesy koncentracji, komercjalizacji i globalizacji (w produkcji i dystrybucji),
- kapitał zagraniczny w narodowych systemach medialnych,
- problemy ujednolicenia systemu prawnego w sferze komunikowania masowego.

W obrębie efektów kształcenia dla tego przedmiotu wymieniono:

- rozumienie mechanizmów i uwarunkowań decydujących o funkcjonowaniu mediów masowych w wybranych państwach oraz w skali ogólnosiwiatowej,
- porównywanie i klasyfikowanie różnych systemów medialnych,
- analizę rynku medialnego pod kątem prawnym, politologicznym i ekonomicznym.

Ocena przydatności wiedzy dotyczącej systemów medialnych na świecie dokonana przez ankietowanych studentów nie odbiega od ich opinii dotyczącej przydatności wiedzy związanej z polskim systemem medialnym. Wydaje się, że studenci dostrzegają wagę obu przedmiotów, a jednocześnie traktują je jako zbiory uzupełniających się i wzajemnie dopełniających zagadnień. 76% badanych stwierdziło, że wiedza dotycząca funkcjonowania systemów medialnych w innych krajach jest przydatna lub bardzo przydatna z punktu widzenia ich przyszłej pracy zawodowej. Odsetek ankietowanych będących odmiennego zdania był relatywnie niewielki. Zaledwie 9,3% badanych oceniło wiedzę w tym zakresie za nieprzydatną. Szczegółowy rozkład odpowiedzi dotyczących oceny przydatności treści związanych z systemami medialnymi na świecie prezentuje tabela 47.

Tabela 47. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z systemami medialnymi na świecie (N = 1400)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	451	32,2
raczej przydatna	613	43,8
raczej nieprzydatna	100	7,1
zupełnie nieprzydatna	31	2,2
nie mam zdania	205	14,7

Źródło: Opracowanie własne.

1.11. Kształcenie w zakresie kultury języka

W grupie treści kształcenia związanych z praktycznymi aspektami rozwijania warsztatu dziennikarskiego istotne miejsce zajmują zagadnienia dotyczące kultury języka. W planach studiów wielu uczelni treści te realizowane są w ramach przedmiotu stylistyka i kultura języka, którego nazwa pochodzi z wcześniej obowiązujących minimów programowych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Nazwa ta wydaje się pełniejsza również z punktu widzenia aktualnie obowiązujących standardów kształcenia, ponieważ w grupie obligatoryjnych treści w tym zakresie znajdują się:

- typy błędów ortograficznych i ortofonicznych,
- zasady interpunkcji,
- style funkcjonalne,
- środki stylistyczne w mediach,
- język a inne kody komunikacyjne,
- językowy obraz świata,
- język polityki i język reklamy,
- analiza poprawnościowa i stylistyczna tekstów własnych i cudzych,
- podstawy adiustacji i korekty,
- zjawiska niepożądane w aspekcie kulturo- i językotwórczej roli mediów – zapożyczenia językowe, mody językowe, neologizmy, stereotypy językowe, profesjonalizmy, kolokwializmy, wulgaryzmy,
- podstawy warsztatu pisarskiego dziennikarza.

Efekty kształcenia wymienionych treści nauczania mają niezwykle praktyczny wymiar i stanowią ważną podstawę do rozwijania warsztatu dziennikarskiego studentów. Standardy kształcenia wskazują przede wszystkim na następujące umiejętności i kompetencje:

- używanie języka w mowie i piśmie,
- doskonalenie języka – poprawności gramatycznej i stylistycznej,
- wyszukiwanie błędów w tekstach dziennikarskich,
- redagowanie tekstów poprawnych,
- posługiwanie się bogactwem środków artystycznych,
- posługiwanie się polszczyzną,
- myślenie niezbędne do dobrego mówienia i pisania.

Wpływ wyżej wymienionych treści związanych ze stylistyką i kulturą języka na kształcenie umiejętności warsztatowych przyszłych dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej zauważalny jest przez bezpośrednio zainteresowanych – studentów tego kierunku. Ankietowani studenci niezwykle wysoko ocenili przydatność wiedzy uzyskiwanej w ramach zajęć poświęconych tej tematyce. Aż 88,1% badanych stwierdziło, że umiejętności wykształcone dzięki zajęciom poświęconym językowi mediów i językowym aspektom wypowiedzi dziennikarskich są przydatne lub bardzo przydatne z punktu widzenia ich przyszłej pracy zawodowej. Zaledwie 5,2% ankietowanych negatywnie

oceniła przydatność wykształconych w tym zakresie umiejętności. Pełen obraz opinii badanych studentów na ten temat prezentuje tabela 48.

Tabela 48. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z kulturą języka (N = 1402)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	745	53,1
raczej przydatna	490	35
raczej nieprzydatna	58	4,1
zupełnie nieprzydatna	15	1,1
nie mam zdania	94	6,7

Źródło: Opracowanie własne.

1.12. Kształcenie w zakresie retoryki i erystyki

Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna obligują uczelnie prowadzące studia w tym zakresie do uwzględnienia w planach i programach nauczania treści związanych z retoryką i erystyką. Wydawać by się mogło, że zajęcia poświęcone tej tematyce są istotne tylko z punktu widzenia przyszłych dziennikarzy radiowych i telewizyjnych, od których wymaga się stosownych umiejętności retorycznych związanych z operowaniem słowem mówionym, charakterystycznym dla ich profesji. Należy jednak docenić przydatność zagadnień związanych z retoryką i erystyką również dla absolwentów innych specjalności, nawet tych niedziennikarskich. Są one przecież niezbędne także w trakcie prowadzenia prezentacji, negocjacji biznesowych, konstruowania marketingowych przekazów perswazyjnych, czy też zarządzania polityką informacyjną instytucji i organizacji. Dlatego też w standardach kształcenia zawarto stosunkowo szeroki zakres tematyczny odnoszący się do retoryki i erystyki:

- komunikowanie jako perswazja,
- językowe środki perswazyjne,
- techniki przekonywania według retoryki klasycznej,
- współczesne techniki perswazyjne,
- chwyt retoryczny,
- konstrukcja tekstu według zaleceń współczesnej retoryki,
- retoryka w polityce i w reklamie,
- kryteria poprawności językowej z punktu widzenia skuteczności oddziaływania,
- skuteczne wypowiadanie się w mowie i piśmie,
- redagowanie tekstów własnych,
- oceny tekstów cudzych,

- percepcja i zrozumiałość przekazu medialnego,
- sztuka dyskusowania,
- erystyka w praktyce.

Umiejętności, jakie powinny zostać wykształcone na bazie wymienionych treści, określone zostały następująco:

- przekonywanie i dyskusja,
- przemawianie okolicznościowe,
- wygłaszanie przemówień,
- zabieranie głosu,
- rozwiązywanie konfliktów,
- postępowanie zgodne ze strategią argumentacyjną i negocjacyjną,
- stosowanie chwytów erystycznych,
- postępowanie zgodne ze strategią argumentacji emocjonalnej.

Ankietowani studenci relatywnie wysoko oceniają przydatność znajomości zasad i technik retoryki oraz chwytów erystycznych. 77,3% badanych stwierdziło, że wiedza ta jest przydatna lub bardzo przydatna w kontekście ich przyszłej pracy zawodowej. 11,2% ankietowanych negatywnie odniosło się do przydatności retoryki i erystyki. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 49.

Tabela 49. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z retoryką i erystyką (N = 1404)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	584	41,6
raczej przydatna	501	35,7
raczej nieprzydatna	111	7,9
zupełnie nieprzydatna	46	3,3
nie mam zdania	162	11,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.13. Kształcenie w zakresie gatunków dziennikarskich

Ważną, o ile nie najistotniejszą, grupę treści ujętych w standardach nauczania dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowią te związane z kształtowaniem i ćwiczeniem dziennikarskich umiejętności warsztatowych. Należą do nich m.in. zagadnienia związane z teorią i praktyką wykorzystywania gatunków dziennikarskich. Podstawowe treści nauczania w tym zakresie zostały zdefiniowane następująco:

- gatunek jako zespół zmieniających się konwencji kompozycyjno-stylistycznych,
- typologiczne i historyczne zróżnicowanie gatunków prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych,
- zmieniająca się rola nadawcy i podmiotu wypowiedzi (gatekeepera, zespołów riserczerskich),
- rola infografiki we współczesnym przekazie prasowym, telewizyjnym i internetowym,
- informacja i publicystyka – charakterystyka gatunków w obrębie wskazanego podziału,
- wyznaczniki gatunkowości i ich przełamywanie – gatunkowe wzorce kanoniczne, alternacyjne i adaptacyjne,
- wzrastająca interaktywność najnowszych gatunków medialnych,
- indymedia – odbiorcy w roli nadawcy.

Tak zdefiniowane treści nauczania powinny prowadzić do wykształcenia u studentów następujących umiejętności i kompetencji:

- świadomego stosowania gatunków dziennikarskich,
- indywidualnej refleksji nad gatunkowymi problemami w kontekście doskonalenia warsztatu zawodowego,
- definiowania gatunków i stosowania formy językowej najpełniej i najlepiej przedstawiającej temat,
- operowania indywidualnym stylem.

Ankietowani studenci swoimi opiniami potwierdzili wysoką wartość i potrzebę kształcenia w zakresie teorii i praktyki wykorzystania gatunków dziennikarskich. 83,8% badanych stwierdziło, że wiedza dotycząca gatunków dziennikarskich jest przydatna lub bardzo przydatna z punktu widzenia ich przyszłej pracy zawodowej, natomiast zaledwie 7,6% nisko oceniło przydatność tego rodzaju treści. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w zakresie oceny przydatności w przyszłym życiu zawodowym wiedzy dotyczącej gatunków dziennikarskich przedstawia tabela 50.

Tabela 50. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z gatunkami dziennikarskimi (N = 1408)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	668	47,4
raczej przydatna	515	36,6
raczej nieprzydatna	69	4,9
zupełnie nieprzydatna	38	2,7
nie mam zdania	118	8,4

Źródło: Opracowanie własne.

1.14. Kształcenie w zakresie prawa mediów

Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przewidują osobny blok treści dotyczących zagadnień prawno-etycznych mediów i pracy dziennikarzy. Z jednej strony – są to treści mające na celu kształtowanie profesjonalizmu i jakości w pracy przyszłych dziennikarzy, z drugiej zaś, mają służyć zdobyciu wiedzy umożliwiającej ochronę prawną samych dziennikarzy. W odniesieniu do treści związanych z prawem mediów standardy kształcenia obligują do realizacji następujących zagadnień:

- prawa mediów,
- ustawy prawo prasowe,
- ustawy o radiofonii i telewizji,
- wolności prasy i jej ograniczeń,
- dostępu do informacji publicznej,
- roli prasy i dziennikarzy w państwie,
- organizacji instytucji prasowych i nadawczych,
- prawa i obowiązków dziennikarzy,
- odpowiedzialności mediów.

Kształcenie w zakresie prawa mediów służyć ma wykształceniu u studentów umiejętności samodzielnej i prawidłowej oceny prawnej własnych działań i zachowań w obszarze komunikacji społecznej. Świadomość przydatności wiedzy z zakresu prawa mediów w realizacji przyszłych obowiązków zawodowych jest niezwykle wysoka wśród ankietowanych studentów. Wydają się oni w pełni rozumieć fakt, że nieznanomość przepisów regulujących pracę dziennikarzy i funkcjonowanie mediów masowych może okazać się dla nich w przyszłości niezwykle przykra i kosztowna. Z tego zapewne punktu widzenia wychodzi większość świadomych studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, bowiem aż 89,4% ankietowanych stwierdziło, że wiedza dotycząca prawa mediów jest przydatna lub bardzo przydatna w ich przyszłym życiu zawodowym. Jedynie 3% badanych ocenia treści odnoszące się do prawa prasowego jako nieprzydatne. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 51.

Tabela 51. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem mediów (N = 1405)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	730	52
raczej przydatna	526	37,4
raczej nieprzydatna	32	2,3
zupełnie nieprzydatna	10	0,7
nie mam zdania	107	7,6

Źródło: Opracowanie własne.

1.15. Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej

W odniesieniu do kwestii etycznych związanych z funkcjonowaniem środków masowego komunikowania oraz profesji dziennikarskiej standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przewidują realizację następujących zagadnień:

- teoretyczna i praktyczna analiza podstawowych standardów określających prawa i obowiązki dziennikarzy,
- wolność, prawda, odpowiedzialność, uczciwość, poszanowanie godności,
- etyka w kontekście konfliktu interesów między dobrem, którego się broni, a dobrem, które się narusza.

Zaproponowane treści mają prowadzić do wykształcenia u studentów następujących umiejętności i kompetencji:

- rozumienia odrębności, autonomiczności i równorzędności dwóch systemów – norm prawnych i norm moralnych,
- prawidłowego rozstrzygania zawodowych dylematów moralnych.

W dobie aktywnie prowadzonej dyskusji na temat standardów etycznych dziennikarzy i moralności mediów budujący jest fakt, że olbrzymia większość ankietowanych studentów (86,2%) pozytywnie oceniła przydatność nauczania zagadnień dotyczących etyki dziennikarskiej w ich przyszłym życiu zawodowym. Etyka dziennikarska wykładana w trakcie studiów dziennikarskich jest nieprzydatna dla 7,2% badanych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 52.

Tabela 52. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z etyką dziennikarską (N = 1403)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	703	50,1
raczej przydatna	506	36,1
raczej nieprzydatna	64	4,6
zupełnie nieprzydatna	37	2,6
nie mam zdania	93	6,6

Źródło: Opracowanie własne.

1.16. Kształcenie w zakresie warsztatu dziennikarskiego

Najważniejszym elementem praktycznego kształcenia dziennikarzy jest realizacja zajęć warsztatowych przygotowujących studentów do przyszłej pracy redakcyjnej w prasie, radiu, telewizji, Internecie i nowych mediach. Kształcenie to w większości polskich uczelni odbywa się zwykle w formie zajęć warsztatowych realizowanych przez praktyków – czynnych dziennikarzy. Treści kształcenia w zakresie warsztatu dziennikarskiego dzielone są zwykle

na kilka odrębnych przedmiotów (warsztat prasowy, radiowy, telewizyjny, fotograficzny itd.), wzajemnie się uzupełniających, a ze względu na swą różnorodność – rozszerzających umiejętności studentów i przygotowujących ich do wykonywania zróżnicowanych obowiązków w redakcjach różnych mediów.

Standardy kształcenia dla warsztatu dziennikarskiego przewidują realizację następujących treści:

- dziennikarstwo gazetowe, magazynowe, radiowe, telewizyjne, agencyjne i sieciowe (on-line),
- elementy praktyki redakcyjnej,
- charakterystyczne cechy realizacji dziennikarskiej w poszczególnych rodzajach mediów,
- oddzielanie faktów od komentarza – podstawowa cecha nowoczesnego dziennikarstwa,
- zbieranie materiału, weryfikacja zebranego materiału, realizacja krótkich form,
- nawiązywanie współpracy z redakcjami.

Realizacja wymienionych treści ma prowadzić do wykształcenia u studentów następujących umiejętności i kwalifikacji:

- postępowania zgodnego z wymogami i uprawnieniami związanymi z wykonywaniem zawodu dziennikarza,
- rozumienia podstawowych gatunków wypowiedzi dziennikarskiej,
- pozyskiwania i opracowywania informacji pod kątem wybranej formy wypowiedzi dziennikarskiej.

Jak można było przewidzieć, warsztat dziennikarski to grupa treści o najwyższej przydatności ocenionej przez ankietowanych studentów. Zdecydowana większość spośród nich (90,4%) określiła wiedzę uzyskiwaną w ramach zajęć dotyczących warsztatu dziennikarskiego za przydatną w przyszłym życiu zawodowym. Warto zauważyć, że aż 76,1% ankietowanych uznało ją za bardzo przydatną, dodatkowo podkreślając wagę tych zagadnień. Jedynie 2,7% badanych negatywnie oceniła jej przydatność. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 53.

Tabela 53. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z warsztatem dziennikarskim (N = 1403)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	1068	76,1
raczej przydatna	244	17,4
raczej nieprzydatna	25	1,8
zupełnie nieprzydatna	13	0,9
nie mam zdania	53	3,8

Źródło: Opracowanie własne.

1.17. Kształcenie w zakresie public relations

Uzupełnieniem kierunkowej wiedzy dotyczącej dziennikarstwa i komunikacji społecznej w standardach kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest grupa treści dotyczących komunikacji marketingowej. Jej zadaniem jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy na temat public relations, jak również przygotowanie ich do przyszłej pracy w charakterze rzecznika prasowego, PR-managera czy też pracownika biura prasowego. Wśród podstawowych treści dotyczących public relations w standardach kształcenia znajdujemy następujące zagadnienia:

- public relations jako proces komunikacji z otoczeniem – istota, historia, modele,
- fazy procesu public relations – podstawowe techniki,
- public relations w sytuacjach kryzysowych,
- zarządzanie informacją w sferze publicznej,
- działanie państwowych służb informacyjnych (rzecznika rządu), organów samorządowych oraz instytucji komercyjnych w zakresie kształtowania wizerunku instytucji, a zarazem powiadamiania społeczeństwa i wybranych grup społecznych o podejmowanych inicjatywach,
- regulacje prawne oraz zasady etyczne kierujących działaniami w sferze masowej informacji publicznej,
- komunikowanie się z mediami,
- wewnętrzny obieg informacji.

Realizacja wymienionych treści ma prowadzić do wykształcenia u studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna następujących umiejętności i kwalifikacji:

- odróżniania działań public relations od innych działań promocyjnych (*promotion-mix*) oraz od innych technik komunikowania,
- definiowania celów public relations,
- stosowania narzędzi komunikacyjnych adekwatnie do sytuacji,
- sprawnego kształtowania pozytywnych relacji reprezentowanej organizacji z otoczeniem – klientami, kontrahentami, mediami, pracownikami.

Zagadnienia dotyczące public relations są oceniane jako przydatne dla przyszłego życia zawodowego dla znaczącej większości ankietowanych studentów. Jako przydatne lub bardzo przydatne oceniło je 88,8% badanych. Świadczy to dobitnie o tym, iż nie wszyscy studenci kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna wiążą swoje plany zawodowe z pracą w charakterze dziennikarza. Jednocześnie zrozumienie zasad realizowania oddziaływań public relations jest niezwykle ważne również z punktu widzenia przyszłego dziennikarza. Jedynie 3,9% ankietowanych stwierdziło, że tematyka public relations jest nieprzydatna w ich przyszłej pracy. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w zakresie oceny przydatności wiedzy związanej z problematyką public relations przedstawia tabela 54.

Tabela 54. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z public relations (N = 1393)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	802	57,6
raczej przydatna	435	31,2
raczej nieprzydatna	39	2,8
zupełnie nieprzydatna	15	1,1
nie mam zdania	102	7,3

Źródło: Opracowanie własne.

1.18. Kształcenie w zakresie dziennikarskich źródeł informacji

Ostatnią grupę treści programowych w standardach nauczania dla studiów I stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowią zagadnienia dotyczące dziennikarskich źródeł informacji. Jako konieczne do zrealizowania autorzy standardów kształcenia wskazują na następujące zagadnienia:

- zasoby informacji w kraju i na świecie,
- Internet jako źródło informacji,
- sposoby dotarcia do informacji,
- korzystanie ze źródeł informacji – obserwacji, wywiadu, dokumentów,
- weryfikacja faktów na podstawie różnych źródeł,
- etyczne problemy występujące w fazie zbierania materiałów.

Realizacja wymienionych treści ma służyć wykształceniu u studentów:

- sprawnego i szybkiego pozyskiwania informacji,
- korzystania z istniejących baz danych, statystyk i opracowań naukowych instytutów badawczych, bilansów i raportów gospodarczych, sprawozdań instytucji publicznych, aktów prawnych oraz upowszechnianych treści kulturowych,
- korzystania z obserwacji otaczającej rzeczywistości,
- nawiązywania kontaktów z ludźmi mogącymi inspirować podejmowanie ciekawych tematów.

Praktyczny charakter prezentowanych treści sprawia, że ankietowani studenci wysoko oceniają ich przydatność w swojej przyszłej pracy zawodowej. Jako przydatną lub bardzo przydatną wiedzę związaną z dziennikarskimi źródłami informacji ocenia aż 81,8% badanych. Jednocześnie 7,3% ankietowanych jest zdania, że treści w tym zakresie są nieprzydatne dla przyszłej pracy zawodowej. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 55.

Tabela 55. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z dziennikarskimi źródłami informacji (N = 1401)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	684	48,8
raczej przydatna	468	33,4
raczej nieprzydatna	70	5
zupełnie nieprzydatna	32	2,3
nie mam zdania	147	10,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.19. Kształcenie w zakresie psychologii społecznej

Treści dotyczące psychologii społecznej otwierają część dotyczącą standardów kształcenia podstawowego dla studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Można przyjąć, że przedmiot psychologia społeczna stanowi rozwinięcie treści ogólnohumanistycznych będących elementem kształcenia ogólnego, jednak wydaje się szczególnie pożyteczny dla osób, które zawodowo trudnić się mają informowaniem opinii publicznej, jej kształtowaniem i wpływaniem na zachowania społeczne. W ramach treści związanych z psychologią społeczną standardy kształcenia wskazują na konieczność realizacji następujących zagadnień:

- podstawowe kategorie psychologii społecznej i jej główne nurty,
- mechanizmy i wzorce ludzkich zachowań,
- zagadnienia konformizmu, agresji, stereotypów oraz pozytywnych i negatywnych relacji międzyludzkich,
- analiza zjawisk społecznych w mikro- i makroskali.

Realizacja powyższych treści ma prowadzić do wykształcenia następujących umiejętności i kompetencji u studentów studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna:

- rozumienia mechanizmów określających zachowania społeczne,
- rozumienia czynników determinujących zachowania jednostek i większych grup społecznych,
- klasyfikowania zachowań ludzkich.

Przedmioty i treści wynikające ze standardów kształcenia dla studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oceniane były pod kątem ich przydatności w życiu zawodowym wyłącznie przez studentów studiów II stopnia. Przyjęcie takiego założenia, choć racjonalne i logiczne w swej istocie, spowodowało jednak spadek liczebności próby, ponieważ mocno ograniczona została ilościowo badana populacja. Z punktu widzenia ankietowanych studentów, przedmiot psychologia społeczna należy uznać za pożyteczny

i przydatny z punktu widzenia wykorzystania wiedzy psychologicznej w późniejszej pracy zawodowej. 74% badanych stwierdziło, że wiedza ta jest przydatna lub bardzo przydatna. 10,7% ankietowanych oceniło jednak te treści jako nieprzydatne i niekoniecznie potrzebne w programach nauczania. Szczegółowy rozkład opinii w tym zakresie przedstawia tabela 56.

Tabela 56. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z psychologią społeczną (N = 361)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	140	38,8
raczej przydatna	130	36
raczej nieprzydatna	30	8,3
zupełnie nieprzydatna	9	2,5
nie mam zdania	52	14,4

Źródło: Opracowanie własne.

1.20. Kształcenie w zakresie głównych nurtów kultury światowej i polskiej XX i XXI w.

Jednym z najgorzej ocenianych pod kątem przydatności w przyszłej pracy zawodowej przedmiotów wynikających ze standardów kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest właśnie zbiór treści odnoszących się do głównych nurtów kultury światowej i polskiej XX i XXI w. Przedmiot ten opiera się na następujących zagadnieniach:

- kierunki i zjawiska w kulturze,
- prezentacja osobowości twórców i wybranych dzieł, które najpełniej odzwierciedlają przemiany duchowe i społeczne w XX w.,
- kontrowersyjne zjawiska w kulturze światowej i polskiej,
- kultura jako przekaz i informacja,
- prawda obiektywna dzieła,
- wielcy twórcy-dziennikarze,
- wpływ mediów na kulturę i odwrotnie,
- obraz mediów w kulturze.

Realizacja powyższych zagadnień ma służyć wykształceniu u studentów studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna następujących umiejętności i kwalifikacji:

- posługiwania się wiedzą z zakresu teorii kultury, najważniejszych pojęć kulturowych, dat w rozwoju kultury XX w. oraz zjawisk z nimi związanych,
- odróżniania poszczególnych zjawisk procesu kulturowego,
- stosowania odpowiedniego nazewnictwa,

- dostrzegania przyczyn i skutków przemian w kulturze XX w.,
- interpretacji aktualnych procesów i przewidywania kierunków przemian kulturowych,
- rozumienia wpływu instytucji publicznych na proces kulturowy.

Tylko niecała połowa studentów biorących udział w badaniu (48,1%) uznała treści związane z głównymi nurtami w kulturze światowej i polskiej w XX i XXI w. za przydatne lub bardzo przydatne z punktu widzenia ich przyszłej pracy zawodowej. Wprawdzie dość liczną grupę stanowili respondenci, którzy nie potrafili jednoznacznie ocenić przydatności tych treści, jednak ponad 1/4 badanych – 25,3% – stwierdziła wprost, że wiedza związana z tym przedmiotem nie jest potrzebna do wykonywania ich przyszłych obowiązków zawodowych. Szczegółowy rozkład opinii na ten temat prezentuje tabela 57.

Tabela 57. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z głównymi nurtami kultury światowej i polskiej XX i XXI w. (N = 364)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	61	16,8
raczej przydatna	114	31,3
raczej nieprzydatna	51	14
zupełnie nieprzydatna	41	11,3
nie mam zdania	97	26,6

Źródło: Opracowanie własne.

1.21. Kształcenie w zakresie stosunków międzynarodowych

W odniesieniu do treści związanych ze stosunkami międzynarodowymi standardy kształcenia wyznaczają następujący podstawowy kanon obowiązkowych zagadnień:

- współczesne zjawiska na arenie międzynarodowej – procesy integracyjne, geneza i przebieg najważniejszych konfliktów, rola organizacji międzynarodowych, miejsce Polski we współczesnej polityce światowej,
- wiedza o międzynarodowych stosunkach politycznych a praca dziennikarza,
- procesy dokonujące się we współczesnym międzynarodowym życiu gospodarczym – globalizacja, przepływ kapitału, system cel,
- międzynarodowe organizacje gospodarcze,
- współpraca gospodarcza.

W efekcie realizacji kształcenia w zakresie stosunków międzynarodowych student powinien charakteryzować się następującymi umiejętnościami i kompetencjami:

- rozumieniem procesów na arenie międzynarodowej zarówno w skali regionalnej, jak i globalnej,
- rozumieniem mechanizmów funkcjonowania organizacji międzynarodowych,
- oceną procesów dokonujących się we współczesnym świecie.

Wśród ankietowanych studentów przeważały opinie o przydatności wiedzy, zdobytej w ramach zajęć dotyczących stosunków międzynarodowych. 2/3 badanych stwierdziło, że realizowane w tym zakresie treści są przydatne lub bardzo przydatne w ich przyszłym życiu zawodowym. 16,2% ankietowanych oceniło wiedzę w zakresie stosunków zawodowych jako nieprzydatną. Szczegółowy rozkład odpowiedzi dotyczących oceny przydatności tej wiedzy w przyszłej pracy zawodowej prezentuje tabela 58.

Tabela 58. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze stosunkami międzynarodowymi (N = 365)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	70	19,2
raczej przydatna	173	47,4
raczej nieprzydatna	43	11,8
zupełnie nieprzydatna	16	4,4
nie mam zdania	63	17,2

Źródło: Opracowanie własne.

1.22. Kształcenie w zakresie teorii komunikowania masowego

Kształcenie w zakresie teorii komunikowania masowego na studiach II stopnia stanowi kontynuację tematyki podejmowanej w ramach studiów I stopnia w zakresie nauki o komunikowaniu. Studenci realizują w jego ramach zagadnienia związane ściśle ze specyficznym i niezwykle istotnym poziomem systemu komunikacji społecznej, jakim jest komunikowanie masowe. W obrębie treści programowych wymaganych standardami nauczania znajdują się następujące zagadnienia:

- rozwój badań nad komunikowaniem masowym – etap prekursorski, wczesne teorie komunikowania,
- *mass media research*,
- konsolidacja nauki o komunikowaniu,
- współczesne studia nad komunikowaniem masowym,
- paradygmaty, szkoły i teorie w nauce o komunikowaniu,
- modele komunikowania,
- nurt empiryczny w studiach nad komunikowaniem – tradycja socjopsychologiczna, tradycja cybernetyczna,

- nurt krytyczny w nauce o komunikowaniu – tradycja krytyczna, tradycja socjokulturowa, tradycja semiotyczna,
- determinizm technologiczny.

Efekty kształcenia, jakie powinny zostać osiągnięte poprzez realizację treści związanych z nauką o komunikowaniu masowym, autorzy standardów kształcenia określili następująco:

- rozumienie i rozróżnianie szkół, paradygmatów i teorii naukowych,
- wskazywanie cech teorii obiektywnych i interpretacyjnych,
- rozpoznawanie teorii komunikowania pod względem ich źródeł i pochodzenia,
- łączenie teorii komunikowania masowego z odpowiednimi tradycjami badawczymi,
- rozróżnianie teorii obiektywnych od teorii interpretacyjnych,
- ocena przydatności teorii do wyjaśniania problemów komunikowania masowego.

Pomimo niezwykle teoretycznego charakteru przedmiotu związanego z nauką o komunikowaniu masowym ankietowani studenci bardzo wysoko ocenili jego praktyczną przydatność związaną z przyszłymi obowiązkami zawodowymi. Ponad 2/3 z nich (69,5%) uznało treści w tym zakresie za przydatne lub bardzo przydatne. 16,4% ankietowanych stwierdziło natomiast, że wiedza dotycząca teorii komunikowania masowego nie jest przydatna w życiu zawodowym. Szczegółową ocenę przydatności wiedzy dotyczącej nauki o komunikowaniu masowym dokonaną przez badanych studentów przedstawia tabela 59.

Tabela 59. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z teorią komunikowania masowego (N = 361)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	99	27,4
raczej przydatna	152	42,1
raczej nieprzydatna	44	12,2
zupełnie nieprzydatna	15	4,2
nie mam zdania	51	14,1

Źródło: Opracowanie własne.

1.23. Kształcenie w zakresie metod badań medioznawczych

Kształcenie studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w zakresie metod badań medioznawczych związane jest z przekazaniem im niezbędnej wiedzy umożliwiającej samodzielne prowadzenie badań medioznawczych, zwłaszcza w zakresie analizy zawartości przekazów medialnych. Przedmiot ten ma zwykle szczególnie istotne znaczenie z punktu widzenia przygotowywanych prac magisterskich, w większości przypadków bazują-

cych jednak na metodologii badań medioznawczych. Standardy kształcenia wprowadzają następujące treści dotyczące badań medioznawczych:

- metody analizy organizacji,
- metody analizy zawartości,
- metody badań audytoryjnych,
- badania sondażowe opinii publicznej,
- metody analizy statystycznej,
- programy komputerowe stosowane do badań medioznawczych.

Oparte na tak sformułowanych minimach programowych kształcenie powinno doprowadzić do uzyskania przez studentów następujących umiejętności i kompetencji:

- posługiwania się podstawowymi technikami i metodami medioznawczymi,
- organizowania i przeprowadzenia projektów badawczych,
- analizy i rozumienia danych dotyczących rynku informacyjnego pozyskiwanych przez redakcję.

Pomimo tego, że przedmiot metody badań medioznawczych należy do bardziej przydatnych z akademickiego punktu widzenia i wydaje się niezbędny w ramach kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, nie należy on do przedmiotów klasyfikowanych jako zawodowo bardzo przydatne w punktu widzenia samych studentów. Wprawdzie ponad połowa ankietowanych (55,3%) stwierdziła, że należy ocenić go jako przydatny lub bardzo przydatny, jednak aż 28% badanych studentów było przeciwnego zdania. Jest to najwyższy wskaźnik niskich ocen przydatności wśród wszystkich ocenianych w badaniu przedmiotów przewidzianych standardami kształcenia. Relatywnie niska ocena przydatności wystawiona treściom dotyczącym badań medioznawczych przez studentów wynika zapewne z faktu, iż jest to przedmiot dość trudny, zawierający w sobie konieczność opanowania elementów wiedzy związanej ze statystyką, co może być odebrane z niechęcią przez humanistów wybierających kierunek studiów na pozór pozbawiony jakiegokolwiek wiedzy ścisłej. Szczegółowy rozkład odpowiedzi dotyczących oceny przydatności wiedzy związanej z metodologią badań medioznawczych w przyszłym życiu zawodowym ankietowanych studentów prezentuje tabela 60.

Tabela 60. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z metodami badań medioznawczych (N = 360)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	71	19,7
raczej przydatna	128	35,6
raczej nieprzydatna	76	21,1
zupełnie nieprzydatna	25	6,9
nie mam zdania	60	16,7

Źródło: Opracowanie własne.

1.24. Kształcenie w zakresie społecznego i kulturowego oddziaływania mediów

Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przewidują realizację następujących zagadnień w ramach treści poświęconych społecznemu i kulturowemu oddziaływaniu mediów:

- rola środków masowego przekazu w społeczeństwie informacyjnym i kulturze postmodernistycznej,
- badania i hipotezy wyjaśniające oddziaływanie mediów na płaszczyźnie socjologicznej, psychologicznej i kulturowej,
- konstruowanie obrazu rzeczywistości w mediach,
- media masowe a procesy wychowania i socjalizacji,
- badanie oddziaływania scen przemocy i gwałtu na młodych odbiorców, recepcji treści informacji politycznych, reakcji na sceny erotyczne,
- kształtowanie postaw wobec instytucji społecznych i religijnych,
- sprawowanie kontroli społecznej poprzez definiowanie zjawisk dewiacyjnych.

Realizacja tak zdefiniowanych treści ma prowadzić do umiejętności:

- rozumienia znaczenia roli mass mediów w procesie socjalizacji jednostki,
- analizy społecznego funkcjonowania przekazu medialnego,
- analizy krótkotrwałego i długoterminowego wpływu środków masowego przekazu na zachowania społeczne.

Biorąc pod uwagę wyniki uzyskane w ramach ankietyzacji studentów studiów II stopnia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, treści w zakresie społecznego i kulturowego oddziaływania mediów należy uznać za przydatne. Niemal 3/4 ankietowanych (72%) uznało wiedzę w tym zakresie za przydatną lub bardzo przydatną z punktu widzenia swojego przyszłego życia zawodowego. 11,1% badanych studentów stwierdziło jednak, że treści dotyczące społecznego i kulturowego oddziaływania mediów nie dają przydatnej wiedzy. Szczegółowy rozkład odpowiedzi na ten temat przedstawia tabela 61.

Tabela 61. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze społecznymi i kulturowymi oddziaływaniami mediów (N = 351)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	103	29,3
raczej przydatna	150	42,7
raczej nieprzydatna	29	8,3
zupełnie nieprzydatna	10	2,9
nie mam zdania	59	16,8

Źródło: Opracowanie własne.

1.25. Kształcenie w zakresie komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego

Jedną z „nowości” obecnych w obowiązujących standardach kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w odniesieniu do wcześniejszych minimów programowych (obowiązujących do 2007 r.) jest grupa treści związanych z komunikowaniem międzynarodowym i międzykulturowym. Zalecane do realizacji treści w tym zakresie skonstruowane zostały następująco:

- pojęcie i zakres komunikowania międzynarodowego,
- narzędzia i formy komunikowania międzynarodowego,
- problemy swobodnego przepływu informacji,
- łąd w informacji i komunikowaniu w skali globalnej,
- analiza podstawowych dokumentów dotyczących komunikowania międzynarodowego,
- komunikowanie międzykulturowe jako dziedzina nauki – podstawowe podejścia badawcze,
- kultura, komunikacja, charakter społeczny,
- kultura jako źródło barier w komunikacji międzykulturowej,
- typologie kultur,
- różnice kulturowe.

Realizacja wymienionych treści kształcenia ma służyć wypracowaniu u studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna następujących umiejętności i kompetencji:

- rozróżniania koncepcji, poziomów, kanałów i typów komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego,
- pojmowania kultury jako źródła barier i szans w komunikacji międzykulturowej,
- analizy procesu globalizacji w komunikowaniu międzynarodowym i międzykulturowym.

Z punktu widzenia studentów studiujących w coraz intensywniej globalizującym się świecie kształcenie w zakresie komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego wydaje się mieć szczególne znaczenie. Wnioski takie poprzez można wynikami uzyskanymi w trakcie badania pt. „Kształcenie dziennikarzy w Polsce”. Okazuje się, że niemal 3/4 ankietowanych (72,2%) oceniło wiedzę uzyskaną w ramach zajęć związanych z komunikowaniem międzynarodowym i międzykulturowym za przydatną lub bardzo przydatną z punktu widzenia przyszłego życia zawodowego. Odmiennego zdania było 13,5% badanych. Szczegółową ocenę przydatności treści w zakresie komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego prezentuje tabela 62.

Tabela 62. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z komunikowaniem międzynarodowym i międzykulturowym (N = 356)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	89	25
raczej przydatna	168	47,2
raczej nieprzydatna	36	10,1
zupełnie nieprzydatna	12	3,4
nie mam zdania	51	14,3

Źródło: Opracowanie własne.

1.26. Kształcenie w zakresie ekonomiki mediów

Relatywnie nowym obszarem tematycznym ujętym w standardach kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest ekonomika mediów. Podstawowy zakres tematyczny zalecany w tym zakresie obejmuje następujące zagadnienia:

- media jako obszar zainteresowań badawczych,
- informacja dziennikarska jako towar,
- media masowe jako dobro ekonomiczne i rynkowe,
- prawidłowości formowania i rozwoju rynku informacyjnego,
- struktura i aspekty rynku informacyjnego,
- pojęcie i charakter konkurencji na rynku mediów masowych,
- analiza i specyfika poszczególnych segmentów rynku ekonomicznego mediów: prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz Internetu,
- strategie rynkowe środków masowego przekazu,
- specyfika funkcjonowania poszczególnych segmentów rynku informacyjnego: prasy, radia, telewizji, Internetu,
- podstawy marketingu instytucji medialnej,
- polityka finansowa redakcji,
- podstawy redakcyjnego zarządzania,
- kolportaż i rozpowszechnianie produktów rynku informacyjnego,
- badanie rynku informacyjnego.

Realizacja wymienionych treści kształcenia ma służyć wykształceniu wśród studentów:

- rozumienia podstawowych praw i zasad funkcjonowania rynku informacyjnego jako sfery gospodarki,
- rozumienia roli dziennikarza w sferze ekonomicznej mediów,
- rozumienia specyfiki poszczególnych segmentów rynku informacyjnego,
- analizy pozycji środka masowego przekazu na konkurencyjnym rynku.

Pomimo praktycznego wymiaru wiedzy związanej z ekonomiką mediów możliwej do wykorzystania przy okazji zarządzania jednostką medialną, jak i w trakcie pracy redakcyjnej, ankietowani studenci relatywnie nisko ocenili przydatność treści odnoszących się do ekonomiki mediów w swoim przyszłym życiu zawodowym. Wprawdzie 48,1% badanych stwierdziło, że wiedza uzyskana w ramach zajęć z ekonomiki mediów może być przydatna lub bardzo przydatna w trakcie realizacji przyszłych obowiązków zawodowych, jednak dość wysoki odsetek studentów (26,2%) był przeciwnego zdania. Na uwagę zasługuje również stosunkowo wysoki odsetek badanych osób (25,7%), które nie były w stanie ocenić potencjalnej przydatności wiedzy uzyskanej w ramach ekonomiki mediów. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 63.

Tabela 63. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z ekonomiką mediów (N = 358)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	55	15,4
raczej przydatna	117	32,7
raczej nieprzydatna	72	20,1
zupełnie nieprzydatna	22	6,1
nie mam zdania	92	25,7

Źródło: Opracowanie własne.

1.27. Kształcenie w zakresie prawa autorskiego

Rozwinięciem wiedzy uzyskanej w ramach zajęć dotyczących podstawowych zagadnień prawnych istotnych z punktu widzenia przyszłego dziennikarza lub specjalisty w zakresie komunikacji społecznej, jak również tej dotyczącej prawa prasowego, są treści odnoszące się do zagadnień prawa autorskiego. Umiejętne stosowanie przepisów prawa autorskiego wydaje się szczególnie istotne z punktu widzenia przedstawicieli środowiska dziennikarskiego, jak również pracowników innych branż, w których mamy do czynienia z pracą twórczą i ochroną własności intelektualnej. Standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna określają w następujący sposób katalog podstawowych treści w zakresie prawa autorskiego:

- ochrona praw autorskich twórcy publikacji prasowych,
- ochrona praw wydawców i nadawców radiowych i telewizyjnych,
- przedmiot prawa autorskiego, przedruk prasowy, licencje radiowo-telewizyjne,

- umowy autorskie oraz ochrona autorskich praw majątkowych i osobistych,
- prawo do wizerunku i tajemnicy korespondencji.

Realizacja tak sformułowanych treści przedmiotu ma prowadzić do umiejętności:

- oceny własnej sytuacji prawnej – jako autora,
- szerokiego korzystania z cudzych utworów przynależnych do różnych obszarów twórczości i pól eksploatacji – bez popadania w konflikt z prawem autorskim.

Ankietowani studenci wydają się szczególnie mocno doceniać praktyczny wymiar zagadnień związanych z prawem autorskim. Zdają sobie sprawę z tego, iż wiedza w tym zakresie może się im przydać w przyszłości i zapewne będzie przez nich wykorzystywana w życiu zawodowym. Aż 82,2% badanych stwierdziło, że wiedza z zakresu prawa autorskiego jest przydatna lub bardzo przydatna z punktu widzenia ich przyszłej aktywności. Jedynie 7,5% badanych negatywnie oceniło przydatność zawodową treści nauczanych w ramach prawa autorskiego. Szczegółowy obraz oceny przydatności treści programowych dotyczących prawa autorskiego daje tabela 64.

Tabela 64. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem autorskim (N = 360)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	155	43
raczej przydatna	141	39,2
raczej nieprzydatna	21	5,8
zupełnie nieprzydatna	6	1,7
nie mam zdania	37	10,3

Źródło: Opracowanie własne.

1.28. Kształcenie w zakresie pragmatyki językowej

W grupie treści kierunkowych standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przewidują dwie interesujące kategorie o charakterze filologicznym. Pierwszą z nich jest kształcenie w zakresie pragmatyki językowej, drugą – kształcenie w zakresie analizy dyskursu medialnego. Autorzy standardów kształcenia przewidzieli następujące zagadnienia w zakresie pragmatyki językowej:

- mechanizmy posługiwania się językiem we wszystkich typach komunikacji językowej – interpersonalnej, interpersonalno-medialnej, publicznej, publiczno-masowej, masowej (w tym medialnej),
- pojęcie dyskursu,
- interakcyjność mówienia,

- role komunikacyjne uczestników mówienia,
- społeczny aspekt komunikacji językowej,
- sztuka publicznego mówienia,
- forma wypowiedzi,
- komunikacja niewerbalna,
- psychologiczny aspekt komunikacji językowej,
- kulturowy aspekt komunikacji językowej,
- teoria aktów mowy,
- presupozycje i implikatury konwersacyjne.

Realizacja powyższej tematyki powinna prowadzić do osiągnięcia pożądaných standardami kształcenia efektów, którymi są następujące umiejętności i kompetencje:

- posługiwanie się polszczyzną,
- rozumienie relacji w procesie komunikowania się ludzi,
- rozumienie zagadnień komunikacji nieskutecznej,
- rozumienie kontekstu w interpretacji aktów komunikacyjnych,
- dostrzeganie różnic między językiem pisanym a mówionym oraz werbalnym i niewerbalnym.

Wiedzę uzyskaną dzięki realizacji wymienionych treści należy uznać za przydatną z punktu widzenia studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Ponad 2/3 spośród ankietowanych (69,7%) wyraziło opinię, iż wiedza odnosząca się do pragmatyki językowej jest przydatna lub bardzo przydatna w ich przyszłej pracy zawodowej. 14,3% badanych było jednak odmiennego zdania. Szczegółowy rozkład odpowiedzi dotyczących oceny przydatności zawodowej pragmatyki językowej przedstawia tabela 65.

Tabela 65. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z pragmatyką językową (N = 357)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	109	30,5
raczej przydatna	140	39,2
raczej nieprzydatna	32	9
zupełnie nieprzydatna	19	5,3
nie mam zdania	57	16

Źródło: Opracowanie własne.

1.29. Kształcenie w zakresie analizy dyskursu medialnego

W odniesieniu do treści w zakresie analizy dyskursu medialnego standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna zawierają następującą grupę zagadnień wskazanych do realizacji:

- dyskurs we współczesnej humanistyce,
- dyskurs publiczny a dyskurs medialny,
- jakościowe analizy dyskursu medialnego – kulturowe uwarunkowania i ograniczenia,
- dyskurs medialny jako struktura i proces,
- czas i przestrzeń w dyskursie audiowizualnym,
- rola segmentów i sygnałów granicznych dyskursu medialnego,
- wielość i różnorodność narracji w dyskursie medialnym,
- interaktywny wymiar dyskursu medialnego,
- strategie nadania i odbioru – dynamika i zmienność ról uczestników dyskursu,
- translokacje międzymedialne.

Efekty kształcenia, do osiągnięcia których wskazana jest realizacja wymienionych zagadnień, zostały sformułowane następująco:

- określanie specyfiki dyskursu medialnego w relacji do dyskursu publicznego,
- analizowanie i definiowanie części składowych dyskursu medialnego w konkretnych przekazach prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych,
- określanie ról komunikacyjnych uczestników dyskursu wraz z próbą zrekonstruowania ich kompetencji komunikacyjnych,
- wszechstronne uczestnictwo we współczesnym dyskursie medialnym,
- samodzielna i krytyczna ocena współkreowanej przez media rzeczywistości.

Przydatność treści związanych z analizą dyskursu medialnego została oceniona przez ankietowanych studentów niżej niż przydatność wiedzy dotyczącej pragmatyki językowej. Niemniej jednak 58,2% badanych stwierdziło, że wiedza w zakresie analizy dyskursu medialnego jest przydatna lub bardzo przydatna z punktu widzenia realizacji przez nich obowiązków zawodowych w przyszłości. Odsetek badanych będących przeciwnego zdania wyniósł 18,9%. Co piąty student (20,9%) nie był w stanie ocenić przydatności wiedzy umożliwiającej analizę dyskursu medialnego. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 66.

Tabela 66. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z analizą dyskursu medialnego (N = 359)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	79	22
raczej przydatna	137	38,2
raczej nieprzydatna	45	12,5
zupełnie nieprzydatna	23	6,4
nie mam zdania	75	20,9

Źródło: Opracowanie własne.

1.30. Kształcenie w zakresie mediów lokalnych i środowiskowych

Biorąc pod uwagę to, że zdecydowana większość dziennikarzy rozpoczyna swoje życie zawodowe w redakcjach mediów regionalnych i lokalnych, by dopiero potem awansować i zmieniać miejsce pracy, kierując swe kroki do mediów o szerszym zasięgu, realizacja w trakcie studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna treści związanych z mediami lokalnymi wydaje się szczególnie uzasadniona. Standardy kształcenia łączą je z grupą zagadnień odnoszących się do mediów środowiskowych, dzięki czemu odnajdujemy w nich następujący zestaw pożądanych treści:

- kryteria lokalności,
- typy mediów lokalnych,
- zmiany w ofercie mediów lokalnych po 1989 r.,
- adekwatność oferty mediów lokalnych do potrzeb odbiorców,
- prasa lokalna i sublokalna w wielkim mieście i gminie,
- radio lokalne i uwarunkowania jego działania,
- szanse telewizji lokalnej w walce o widza,
- organizacja mediów lokalnych – podstawy ekonomiczne, organizacja pracy redakcji, kolportaż, akwizycja reklam, tematyka, sposoby przyciągania odbiorców,
- systemy mediów lokalnych w Polsce i na świecie,
- wybrane segmenty prasy środowiskowej – prasa mniejszości narodowych, prasa wyznaniowa.

Realizacja tych treści powinna skutkować:

- rozumieniem specyfiki komunikowania lokalnego,
- rozumieniem struktury i charakteru różnych segmentów środków masowego przekazu na poziomie lokalnym,
- rozumieniem specyfiki dziennikarza lokalnego,
- rozpoznawaniem i analizą lokalnych przestrzeni komunikacyjnych.

Ponad 2/3 ankietowanych studentów (70,3%) pozytywnie oceniło przydatność wiedzy związanej z mediami lokalnymi i środowiskowymi w swojej przyszłej pracy zawodowej, traktując ją jako przydatną lub bardzo przydatną. Jedynie 15,2% badanych stwierdziło, że realizacja treści w tym zakresie nie jest przydatna z zawodowego punktu widzenia. Szczegółowy rozkład opinii ankietowanych na temat przydatności wiedzy dotyczącej funkcjonowania mediów lokalnych i specyfiki mediów środowiskowych prezentuje tabela 67.

Tabela 67. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z mediami lokalnymi i środowiskowymi (N = 361)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	93	25,8
raczej przydatna	157	43,5
raczej nieprzydatna	40	11,1
zupełnie nieprzydatna	15	4,1
nie mam zdania	56	15,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.31. Kształcenie w zakresie opinii publicznej

Jedną z ostatnich grup treści kierunkowych formułowanych przez standardy kształcenia obowiązujące dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest zbiór zagadnień odnoszących się do opinii publicznej – mechanizmów jej kształtowania, badania i interpretowania. W obrębie treści połączonych w tym zakresie autorzy standardów wskazali na następujące elementy:

- pojęcie i istotę opinii publicznej,
- procesy kształtowania opinii publicznej,
- etapy formowania opinii publicznej,
- cele, zadania i funkcje opinii publicznej,
- rola środków masowego przekazu w funkcjonowaniu opinii publicznej,
- sondaże opinii publicznej a manipulowanie społeczeństwem,
- pojęcie międzynarodowej opinii publicznej,
- metody i techniki badania opinii publicznej.

Realizacja tak sformułowanych treści kształcenia ma prowadzić do osiągnięcia przez studentów następujących efektów:

- rozumienia procesu formowania struktury opinii publicznej,
- rozumienia znaczenia opinii publicznej w funkcjonowaniu społeczeństwa i władzy,
- rozumienia roli środków masowego przekazu w kształtowaniu opinii publicznej,
- analizy sondaży opinii publicznej,
- oceny mechanizmów nieprawidłowości i manipulacji wynikami badań opinii publicznej.

Treści odnoszące się do kształtowania, badania i interpretowania opinii publicznej zostały ocenione przez większość badanych studentów jako przydatne w przyszłym życiu zawodowym. 76,8% ankietowanych stwierdziło, że wiedza w tym zakresie jest przydatna lub bardzo przydatna. Relatywnie niewielka grupa badanych (8,7%) była odmiennego zdania. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 68.

Tabela 68. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z opinią publiczną (N = 358)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	110	30,7
raczej przydatna	165	46,1
raczej nieprzydatna	23	6,4
zupełnie nieprzydatna	8	2,3
nie mam zdania	52	14,5

Źródło: Opracowanie własne.

1.32. Kształcenie w zakresie marketingu i reklamy

Ostatnią grupą treści określoną przez standardy kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są zagadnienia dotyczące marketingu i reklamy. Wydają się one o tyle istotne, że niezwykle liczna część ankietowanych studentów wybrała lub chciałaby wybrać, w ramach studiów dziennikarskich specjalność związaną z komunikowaniem marketingowych. Treści w tym zakresie powinny więc przygotowywać studentów do wykonywania w przyszłości czynności zawodowych w tej sferze komunikacji społecznej, jaką jest komunikacja realizowana na potrzeby osiągania celów marketingowych. Określone standardami treści w zakresie marketingu i reklamy sformułowane zostały następująco:

- reklama jako zjawisko o wielkim wpływie społecznym wykraczającym poza proste uwarunkowania rynkowe,
- język i obraz w reklamie, badanie efektywności reklamy, społeczny wpływ reklamy,
- reklama we współczesnych teoriach kultury,
- reklama a sztuka, reklama a media,
- etyczne zagadnienia reklamy,
- miejsce reklamy, perspektywy na przyszłość,
- podstawowe prawne uwarunkowania funkcjonowania reklamy w Polsce oraz w globalnym systemie mediów,
- struktura i pragmatyka funkcjonowania agencji reklamowej,
- planowanie kampanii reklamowej,
- pojęcie, istota i zakres marketingu,
- podstawy teorii komunikacji marketingowej,
- instrumenty, środki i kanały komunikacji marketingowej,
- zintegrowana komunikacja marketingowa we współczesnym społeczeństwie.

Realizacja wymienionych treści powinna skutkować:

- rozumieniem istoty, funkcji i celów reklamy,
- wykorzystywaniem wiedzy z zakresu marketingu i narzędzi promocji,
- rozpoznawaniem i klasyfikowaniem form i typów reklamy,
- określaniem celów marketingowych, reklamowych, medialnych i kreatywnych,
- rozumieniem cech komunikacji marketingowej oraz jej instrumentów.

Jak można było przypuszczać, ankietowani studenci niezwykle wysoko ocenili wartość wiedzy odnoszącej się do zagadnień związanych z komunikowaniem marketingowym. Olbrzymia większość spośród nich (84%) stwierdziła, że wiedza w tym zakresie jest przydatna lub bardzo przydatna z punktu widzenia ich przyszłej pracy zawodowej. Szczegółowy rozkład odpowiedzi związanych z oceną tych treści prezentuje tabela 69.

Tabela 69. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z marketingiem i reklamą (N = 363)

	Liczebność	%
bardzo przydatna	180	49,6
raczej przydatna	125	34,4
raczej nieprzydatna	16	4,4
zupełnie nieprzydatna	12	3,3
nie mam zdania	30	8,3

Źródło: Opracowanie własne.

Zaprezentowane treści wchodzące w zakres standardów kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, jak również ocena poszczególnych ich kategorii wynikająca z zaprezentowanych wyników badań, umożliwia stworzenie rankingu grup przedmiotowych pożądanych i niechcianych przez studentów z punktu widzenia ich planów zawodowych i obowiązków służbowych realizowanych w przyszłości. Stopień „pożądania” można określić sumarycznym wskaźnikiem ocen poszczególnych treści klasyfikujących je jako raczej przydatne oraz bardzo przydatne. Biorąc te wartości pod uwagę, łatwo stworzyć ranking ilustrujący stopień przydatności poszczególnych składowych standardów nauczania z punktu widzenia ankietowanych studentów. Ranking ten przedstawia tabela 70 (dotyczy standardów kształcenia dla studiów I stopnia) i 71 (dotyczy standardów kształcenia dla studiów II stopnia).

Tabela 70. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia I stopnia

Grupa treści	Łączny odsetek badanych oceniających treści jako przydatne (w %)
warsztat dziennikarski	93,5
prawo mediów	89,4
public relations	88,8
kultura języka	88,1
etyka dziennikarska	86,2
prawo	84,3
gatunki dziennikarskie	84
dziennikarskie źródła informacji	82,2
nauka o komunikowaniu	81,1
polski system medialny	77,4
retoryka i erystyka	77,3
systemy medialne na świecie	76,0
socjologia	74,3
współczesne systemy polityczne	73,8
historia Polski XX wieku	61,3
ekonomia	57
filozofia	28,9
historia mediów	21,7

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując zbiorcze dane zawarte w tabeli 70, warto zwrócić uwagę na fakt, iż zdecydowana większość przedmiotów (treści) zawartych w standardach nauczania dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest bardzo pozytywnie oceniana przez studentów tego kierunku w kontekście ich przydatności w przyszłym życiu zawodowym absolwentów. Jak można było przypuszczać, największą wartość praktyczną dla ankietowanych studentów przedstawiają treści wpływające na kształtowanie i rozwijanie ich warsztatu dziennikarskiego. O przydatności warsztatu dziennikarskiego pozytywnie wypowiedziało się aż 93,5% badanych. Niemal równie wysoko ocenione zostały inne przedmioty ściśle związane z kształceniem w zakresie praktycznych umiejętności dziennikarskich (kultura języka, gatunki dziennikarskie, dziennikarskie źródła informacji). Zaskakująca może być wysoka pozycja przedmiotów odnoszących się do odpowiedzialności zawodowej dziennikarza (prawo, prawo mediów), a zwłaszcza etyki dziennikarskiej. Dyskusje prowadzone zarówno w środowisku, jak i poza nim, dotyczące standardów

współczesnego dziennikarstwa wskazują na gwałtowne obniżenie jakości mediów i ich przekazów. Jednym z koronnych zarzutów wobec dziennikarzy staje się przesadna pogoń za sensacją realizowana niejednokrotnie z pominięciem standardów moralnych i łamiąca liczne kodeksy etyczne, jakie wypracowało środowisko dziennikarzy. Z przeprowadzonych badań wynika tymczasem, że aspekty etyczne pracy dziennikarza są doceniane, a wiedza o nich i ich przydatność są wysoko oceniane przez studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Zaprezentowane wyniki badań wskazują dodatkowo na dwie grupy treści ocenianych wyraźnie negatywnie z punktu widzenia ich potencjalnej przydatności w życiu zawodowym. W odniesieniu do filozofii oraz historii mediów zdecydowana mniejszość ankietowanych stwierdziła, że zagadnienia z nimi związane i wiedza ich dotycząca mogą okazać się przydatne w przyszłej pracy zawodowej. Oba przedmioty mają charakter teoretyczny, stanowią element kształcenia akademickiego, nie zaś zawodowego, stąd zapewne ich relatywnie niska ocena wśród studentów znaczenie lepiej postrzegających treści o charakterze praktycznym i doceniających ich przydatność.

Tabela 71. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia II stopnia

Grupa treści	Łączny odsetek badanych oceniających treści jako przydatne (w %)
marketing i reklama	84
prawo autorskie	82,3
opinia publiczna	76,8
psychologia społeczna	74,8
komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	72,2
pragmatyka językowa	69,7
teoria komunikowania masowego	69,5
media lokalne i środowiskowe	69,3
społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	66,6
stosunki międzynarodowe	66,6
analiza dyskursu medialnego	60,2
metody badań medioznawczych	55,3
ekonomika mediów	48,1
główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI w.	48,1

Źródło: Opracowanie własne.

W odniesieniu do treści ujętych standardami kształcenia dla studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna również należy zauważyć stosunkowo wysoki wskaźnik ich przydatności wynikający z ocen ankietowanych. W przypadku studiów II stopnia, z założenia mających mniej wspólnego z kształceniem zawodowym, najwyżej oceniona została przydatność treści, które mają szerokie zastosowanie praktyczne i odnoszą się do sfery komunikowania marketingowego. W dalszej kolejności, podobnie jak w przypadku oceny treści dla studiów I stopnia, ankietowani studenci wskazywali na przydatność zagadnień o charakterze prawnym (prawo autorskie), jak również na przedmioty związane z wpływem na zbiorowości odbiorcze (psychologia społeczna, opinia publiczna). Co ciekawe, gorzej oceniona została przydatność treści o typowo medialnym, dziennikarskim charakterze (analiza dyskursu medialnego, społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów, pragmatyka językowa). Jedynie w odniesieniu do dwóch kategorii treści ze standardów nauczania dla studiów II stopnia ankietowani dostrzegający ich przydatność zawodową byli w mniejszości. 48,1% badanych jako przydatne oceniła ekonomikę mediów oraz główne nurty w kulturze światowej i polskiej XX i XXI wieku, co okazało się najniższym wynikiem wśród wszystkich treści określonych standardami kształcenia.

Interesujące z punktu widzenia oceny przydatności treści uwzględnionych w standardach kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest także stworzenie swoistego rankingu przedmiotów „niechcianych”, a więc tych, które przez określony odsetek badanych oceniane są jako raczej nieprzydatne lub całkowicie nieprzydatne z punktu widzenia przyszłej pracy zawodowej. Trudno powiedzieć, jaki odsetek negatywnych ocen dotyczących przydatności poszczególnych przedmiotów uznać można za wskazówkę do eliminacji określonych treści z obowiązkowego kanonu nauczania, niemniej jednak wspomniany ranking „negatywny”, przedstawiony w tabeli 72 (studia I stopnia) i 73 (studia II stopnia) daje pewien obraz uzupełniający kompleksową ocenę postrzeganych przez ankietowanych przydatności poszczególnych zagadnień i przedmiotów.

Tabela 72. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia braku przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia I stopnia

Grupa treści	Łączny odsetek badanych oceniających treści jako nieprzydatne (w %)
filozofia	59,8
historia mediów	59
ekonomia	35,1
historia Polski XX wieku	22,2
socjologia	22
współczesne systemy polityczne	11,9
retoryka i erystyka	11,1
nauka o komunikowaniu	11
systemy medialne na świecie	9,3
polski system medialny	8,6
gatunki dziennikarskie	7,6
dziennikarskie źródła informacji	7,3
etyka dziennikarska	7,2
prawo	7,2
kultura języka	5,2
public relations	3,9
prawo mediów	3
warsztat dziennikarski	2,7

Źródło: Opracowanie własne.

Dane zawarte w tabeli 72 bardzo ściśle korespondują ze wskaźnikami zawartymi w tabeli 70. Przedmiotami traktowanymi przez ankietowanych jako najmniej przydatne z zawodowego punktu widzenia są filozofia i historia mediów.

Wśród treści określonych standardami kształcenia dla studiów II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna najniżej oceniona została przydatność metod badań medioznawczych – 28% ankietowanych studentów uznało je za nieprzydatne w życiu zawodowym. Wysoki odsetek badanych negatywnie oceniających przydatność odnosi się także do ekonomiki mediów i głównych nurtów kultury światowej i polskiej XX i XXI w.

Tabela 73. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia braku przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia II stopnia

Grupa treści	Łączny odsetek badanych oceniających treści jako nieprzydatne (w %)
metody badań medioznawczych	28
ekonomika mediów	26,2
główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI w.	25,3
analiza dyskursu medialnego	18,9
teoria komunikowania masowego	16,4
stosunki międzynarodowe	16,2
media lokalne i środowiskowe	15,2
pragmatyka językowa	14,3
komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe	13,5
społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	11,1
psychologia społeczna	10,8
opinia publiczna	8,7
marketing i reklama	7,7
prawo autorskie	7,5

Źródło: Opracowanie własne.

2. Ocena kształcenia praktycznego

2.1. Wymiar praktycznych zajęć dydaktycznych

Ocena jakości kształcenia dokonana przez studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwagi na praktyczny aspekt kształcenia w tym zakresie – zwłaszcza na studiach I stopnia – zawiera opinie ankietowanych na temat proporcji wymiaru godzinowego zajęć praktycznych w stosunku do teoretycznych. Zgodnie z przypuszczeniami badani studenci w zdecydowanej większości postrzegają obowiązujący system kształcenia jako zbyt teoretyczny i przesadnie nastawiony na kształcenie akademickie, ograniczające nauczanie umiejętności praktycznych. Jakkolwiek standardy kształcenia zawierają w obrębie kanonu treści nauczania sporą dawkę zagadnień związanych z nabywaniem praktyki dziennikarskiej i kształceniem warsztatu dziennikarskiego, jednak całościowy obraz obowiązkowych treści kształcenia wyraźnie wskazuje na prymat teorii nad praktyką. Oczywiście, standardy kształcenia regulują jedynie część treści nauczanych w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, pozostawiając uczelniom autonomię w zakresie

kształtowania planów i programów nauczania w pozostałym obszarze wynoszącym łącznie 1 100 godz. na studiach I stopnia i 595 godz. na studiach II stopnia. Wydaje się jednak, biorąc pod uwagę opinie ankietowanych studentów, że część kształcenia, która nie jest objęta standardami, jest również wykorzystywana na przekazywanie w większości przypadków treści teoretycznych. Studenci nie znają zwykle standardów kształcenia i łącznie oceniają proporcje teorii do praktyki, nie uwzględniając podziału na treści narzucone standardami i „pozastandardowe”. Należy zatem domniemywać, że uczelnie kształcące studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna wybierają łatwiejszą i tańszą drogę uzupełniania standardów kształcenia przedmiotami akademickimi o teoretycznym charakterze, zamiast wykorzystać możliwość, jaką dają standardy kształcenia, w zakresie uzupełniania planów studiów zagadnieniami oczekiwany- mi przez samych studentów, rozwijającymi ich umiejętności praktyczne.

Szczegółowe opinie ankietowanych na temat relacji wymiaru przedmiotów teoretycznych i praktycznych prezentuje tabela 74. Z przedstawionych danych wynika, że aż 79,3% badanych dostrzega problem przeładowania planów nauczania treściami teoretycznymi kosztem kształcenia praktycznego. 42% stwierdziło, iż teorii jest zdecydowanie za dużo, natomiast 37,3% wypowiedziało się łagodniej w tej kwestii, jednak również oni zauważyli, że relacje teorii do praktyki są zaburzone. Osoby zadowolone z obecnego stanu rzeczy stanowiły 19,5% badanych, natomiast pozostała część ankietowanych stwierdziła, że teorii jest wręcz za mało, a ich studia mają przesadnie praktyczny charakter. Grupę tę stanowiło jednak zaledwie 17 osób.

Tabela 74. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1421)

	Liczebność	%
zdecydowanie za dużo teorii	597	42
raczej za dużo teorii, a za mało praktyki	530	37,3
uważam, że zachowane są odpowiednie proporcje	277	19,5
raczej za mało teorii, a za dużo praktyki	15	1,1
zdecydowanie za mało teorii, a za dużo praktyki	2	0,1

Źródło: Opracowanie własne.

Ocena proporcji teorii do praktyki w obrębie planów nauczania różni się nieznacznie w podziale na studentów studiów I i II stopnia. Studenci studiów II stopnia w większym zakresie postrzegają przesycenie planów studiów teorią. Aż 47,2% spośród nich było zdania, że ich studia zawierają zdecydowanie za dużo teorii. Tego samego zdania było 40,6% studentów I stopnia, co odzwierciedla strukturę obowiązujących standardów kształcenia uwzględniających

w znacznie większym zakresie treści praktyczne na studiach I stopnia niż na studiach II stopnia. Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie o ocenę proporcji przedmiotów teoretycznych do praktycznych w ramach kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwzględnieniem podziału na studentów I i II stopnia przedstawia tabela 75.

Tabela 75. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwzględnieniem podziału na studentów I stopnia (N = 1103) i II stopnia (N = 316)

	Studenci studiów I stopnia		Studenci studiów II stopnia	
	Liczebność	%	Liczebność	%
zdecydowanie za dużo teorii	448	40,6	149	47,2
raczej za dużo teorii, a za mało praktyki	410	37,2	118	37,3
uważam, że zachowane są odpowiednie proporcje	229	20,8	48	15,2
raczej za mało teorii, a za dużo praktyki	14	1,2	1	0,3
zdecydowanie za mało teorii, a za dużo praktyki	2	0,2	0	0

Źródło: Opracowanie własne.

Interesująco kształtuje się podział opinii ankietowanych studentów na temat proporcji treści teoretycznych i praktycznych w planach studiów z uwzględnieniem podziału badanych na studentów uczelni publicznych i niepublicznych. Z uzyskanych danych wyraźnie wynika, iż programy nauczania obowiązujące na uczelniach niepublicznych zawierają znacznie więcej zagadnień o charakterze praktycznym, niż ma to miejsce na uczelniach publicznych, a przynajmniej tak są odbierane przez tam studiujących. Opinię o zdecydowanym przesyceniu planów studiów treściami teoretycznymi wyraziło 35,1% badanych studentów kształcących się na uczelniach niepublicznych i aż 47,0% ankietowanych studentów z uczelni publicznych. Różnice widoczne są także w odniesieniu do odsetka studentów zadowolonych z aktualnie obowiązujących proporcji. Odpowiedź: „uważam, że zachowane są odpowiednie proporcje wymiaru treści teoretycznych i praktycznych” wybrało 15,6% badanych studentów uczelni publicznych i 25,1% ankietowanych z uczelni niepublicznych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 76.

Tabela 76. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwzględnieniem podziału na studentów uczelni publicznych (N = 841) i uczelni niepublicznych (N = 573)

	Studenci uczelni publicznych		Studenci uczelni niepublicznych	
	Liczebność	%	Liczebność	%
zdecydowanie za dużo teorii	395	47	201	35,1
raczej za dużo teorii, a za mało praktyki	300	35,7	226	39,4
uważam, że zachowane są odpowiednie proporcje	131	15,6	144	25,1
raczej za mało teorii, a za dużo praktyki	14	1,6	1	0,2
zdecydowanie za mało teorii, a za dużo praktyki	1	0,1	1	0,2

Źródło: Opracowanie własne.

2.2. Praktyki zawodowe

Uzupełnieniem kwestii związanych z praktycznym nauczaniem w ramach kształcenia studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna było zadanie badanym studentom pytań dotyczących obligatoryjności wykonania praktyk zawodowych oraz ich pożądanego wymiaru. Zdecydowana większość badanych (90,9%) była zdania, że praktyki zawodowe wykonywane w trakcie studiów są niezbędne. Informacje na temat rozkładu opinii na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów prezentuje tabela 77.

Tabela 77. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów (N = 1424)

Czy uważasz, że praktyki zawodowe w trakcie studiów są niezbędne?	Liczebność	%
tak	1295	90,9
nie	129	9,1

Źródło: Opracowanie własne.

Pomimo wysokiego odsetka badanych postulujących konieczność obowiązkowej realizacji praktyk w trakcie studiów analiza otrzymanych wyników badań wskazuje na subtelne różnice w opiniach na ten temat w zależności od rodzaju uczelni, na której studiują ankietowani, oraz ich średniej ocen z toku studiów. Okazuje się bowiem, że studenci uczelni publicznych w znacznie większym stopniu deklarują poparcie dla obowiązkowych praktyk realizowanych w trakcie studiów. Tego zdania było 93,8% badanych studentów uczelni publicznych, zaś wśród ankietowanych studentów uczelni niepublicznych po-

gład ten wyraziło 86,5% badanych. Być może różnice w tym zakresie wynikają z faktu, że uczelnie niepubliczne, jak wynika z wcześniej przedstawionych analiz, w znacznie większym stopniu niż uczelnie publiczne kładą nacisk na kształcenie praktyczne, przez co studenci nie dostrzegają konieczności weryfikowania uzyskanej wiedzy w praktyce. Opinie ankietowanych studentów na temat niezbędności realizowania praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem rodzaju uczelni, na jakiej studiują, przedstawia tabela 78.

Tabela 78. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem podziału na studentów uczelni publicznych (N = 853) i uczelni niepublicznych (N = 564)

Czy uważasz, że praktyki zawodowe w trakcie studiów są niezbędne?	Studenci uczelni publicznych		Studenci uczelni niepublicznych	
	Liczebność	%	Liczebność	%
tak	800	93,8	488	86,5
nie	53	6,2	76	13,5

Źródło: Opracowanie własne.

Charakterystyczne jest również to, iż poparcie dla konieczności realizowania praktyk w trakcie studiów rośnie wraz z wynikami kształcenia studentów mierzonymi średnią ocen z toku studiów. Największe poparcie dla realizacji praktyk wyrażane jest przez ankietowanych studentów ze średnią ocen przekraczającą 4,5. 93,1% spośród nich jest zdania, że praktyki w trakcie studiów są niezbędne, podczas gdy wśród studentów o najniższej średniej (nieprzekraczającej 3,5) opinię taką wyraziło 72,7% badanych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w zakresie niezbędności realizowania praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem podziału studentów ze względu na średnią ocen z toku studiów przedstawia tabela 79.

Tabela 79. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem podziału ze względu na wysokość średniej z toku studiów (N = 1418)

Czy uważasz, że praktyki zawodowe w trakcie studiów są niezbędne?	Średnia z toku studiów							
	niższa niż 3,5 (N = 22)		3,5-4 (N = 431)		4-4,5 (N = 645)		powyżej 4,5 (N = 320)	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
tak	16	72,7	382	88,6	595	92,2	298	93,1
nie	6	27,3	49	11,4	50	7,8	22	6,9

Źródło: Opracowanie własne.

Skłonność badanych studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej do preferowania zajęć praktycznych nad teoretycznymi jest uwidocznioma również w opiniach ankietowanych na temat pożądanego przez nich wymiaru obowiązkowych praktyk zawodowych realizowanych w trakcie studiów. Największa grupa respondentów (42,2%) wybrała największy wymiar proponowany w kafeterii i uznała, że obowiązkowe praktyki zawodowe powinny stanowić więcej niż 30% godzin, ujętych w planach studiów. Jedynie 7,9% ankietowanych uznała zaś, że praktyki zawodowe powinny stanowić mniej niż 10% wymiaru godzinowego planów studiów. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie prezentuje tabela 80.

Tabela 80. Opinie badanych na temat wymiaru obowiązkowych praktyk zawodowych (N = 1334)

Jaką część (w %) planów studiów powinny stanowić praktyki zawodowe?	Liczebność	%
mniej niż 10%	106	7,9
od 11% do 20%	274	20,6
od 21% do 30%	391	29,3
więcej niż 30%	563	42,2

Źródło: Opracowanie własne.

Wydaje się, że praktyki zawodowe realizowane w trakcie toku studiów powinny odbywać się w miejscu wybranym przez studenta, z uwzględnieniem jego profilu zainteresowań i planów zawodowych. Uczelnia może (powinna) pomagać w organizacji praktyk zawodowych, ich organizacja finalnie leży jednak po stronie studentów. Niezależnie od zdobywania wiedzy w trakcie realizacji praktyk zawodowych ankietowani studenci bardzo wyraźnie wskazują na inny aspekt nauczania treści praktycznych – organizację części zajęć dydaktycznych poza uczelnią. Najczęściej wskazywanymi lokalizacjami takiej praktycznej dydaktyki były: studio telewizyjne (95,4%) oraz redakcja radiowa (92,8%). Niewiele rzadziej ankietowani wskazywali na redakcję prasową (89,7%), agencję public relations (83,7%) i agencję reklamową (83,7%). Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 81.

Tabela 81. Opinie badanych na temat realizacji zajęć praktycznych poza uczelnią

Czy uważasz, że część zajęć w trakcie studiów powinna odbywać się w:	studiu telewizyjnym (N = 1324)		studiu/redakcji radiowej (N = 1300)		redakcji prasowej (N = 1326)		agencji public relations (N = 1303)		agencji reklamowej (N = 1315)	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
tak	1263	95,4	1207	92,8	1189	89,7	1090	83,7	1100	83,7
nie	58	4,4	93	7,2	1357	10,4	213	16,3	215	16,3

Źródło: Opracowanie własne.

Realizacja zajęć dydaktycznych poza uczelnią, jak również konieczność odbycia praktyk zawodowych, ma służyć wykształceniu u studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna konkretnych umiejętności, które mogą okazać się przydatne w ich przyszłym życiu zawodowym. W katalogu umiejętności najczęściej wskazywanych przez ankietowanych studentów jako te, które chcieliby osiągnąć w wyniku studiowania, pierwsze miejsce zajmuje pisanie artykułów (54,9%). W dalszej kolejności ankietowani wskazali m.in. na przygotowanie do wystąpień publicznych (52,5%) oraz przygotowywanie narzędzi promocyjnych (45,9%). Szczegółowy rozkład odpowiedzi w zakresie pożądanых umiejętności praktycznych wykształconych w trakcie studiów prezentuje tabela 82.

Tabela 82. Opinie badanych na temat pożądanых umiejętności praktycznych wykształconych w trakcie studiów (N = 1410)

Jakie praktyczne umiejętności chciałbyś zdobyć w trakcie studiów?	Liczebność	%
pisanie artykułów	774	54,9
przygotowanie do wystąpień publicznych	740	52,5
przygotowywanie narzędzi promocyjnych	647	45,9
zbieranie materiałów do publikacji dziennikarskich	588	41,7
przygotowywanie grafiki dla potrzeb mediów	535	37,9
inne umiejętności praktyczne	64	4,5

Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ ankietowani mogli wybrać kilka odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

64 osoby spośród ankietowanych (4,5%) wskazały na inne umiejętności praktyczne, które chciałyby osiągnąć w wyniku studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Wśród najczęściej pojawiających się propozycji w tym zakresie były:

- fotografowanie,
- realizacja obrazu,
- kreowanie wizerunku osób i organizacji.

2.3. Efektywność zajęć dydaktycznych

Swoistym podsumowaniem analizy opinii studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja objętych badaniem na temat praktycznych aspektów kształcenia w tym zakresie była ocena efektywności wybranych form zajęć praktycznych. Pod uwagę wzięte zostały podstawowe formy zajęć praktycznych, najczęściej występujące w polskich uczelniach. Były to:

- ćwiczenia – zdefiniowane jako zajęcia o praktycznym charakterze, których zadaniem jest rozwinięcie zagadnień teoretycznych realizowanych w trakcie wykładów. Są to zwykle zajęcia realizowane w grupach ok. 30-osobowych,
- warsztaty – realizowane w grupach podobnych liczebnie do ćwiczeniowych (lub mniejszych, wykorzystujących zasady pracy zespołowej), prowadzone zwykle przez praktyków (dziennikarzy, fotografów, pracowników agencji promocyjnych). Ich zadaniem jest wykształcenie u studentów i przećwiczenie konkretnych umiejętności zawodowych przydatnych w późniejszej pracy,
- laboratoria – realizowane w grupach o liczebności nieprzekraczającej kilkunastu osób, stosowane zwykle w odniesieniu do przedmiotów o charakterze technicznym (fotografia, grafika, projektowanie),
- projekty – realizowane indywidualnie lub zespołowo, pod opieką i merytorycznym kierownictwem prowadzącego zajęcia. Nie muszą mieć charakteru klasycznych zajęć dydaktycznych – mogą być realizowane samodzielnie przez studentów poza zajęciami. Ich zadaniem jest rozwiązanie problemu, wykonanie konkretnego zadania mającego ściśle związek z realnymi sytuacjami zawodowymi,
- *distance learning* – zajęcia realizowane na zasadach kształcenia na odległość. Jest to raczej technika prowadzenia zajęć, za pomocą której realizowane mogą być zarówno wykłady, konwersatoria, jak i wyżej wymienione formy ćwiczeniowo-praktyczne.

Analizując opinie ankietowanych studentów, należy zauważyć, iż najwyżej cenią sobie oni zajęcia warsztatowe, zapewne z uwagi na ich wybitnie praktyczny charakter, jak również udział prowadzących-praktyków przekazujących wiedzę znacznie bardziej przydatną z zawodowego punktu widzenia, niż ma to miejsce w trakcie zajęć teoretycznych. Warsztaty jako najefektywniejszą formę kształcenia praktycznego wskazało 50,6%. Opinię najmniej efektywnych z praktycznego punktu widzenia mają zajęcia realizowane w technikach kształcenia na odległość. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia tabela 83.

Tabela 83. Opinie badanych na temat efektywności form zajęć praktycznych (N = 1420)

Którą z praktycznych form zajęć uważasz za najefektywniejszą?	Liczebność	%
warsztaty	718	50,6
ćwiczenia	424	29,8
projekty	178	12,5
laboratoria	79	5,6
<i>distance learning</i>	21	1,5

Źródło: Opracowanie własne.

3. Ocena przydatności zawodowej studiów dziennikarskich

Ciekawe odpowiedzi uzyskano na pytanie: „W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?”. Odpowiedzi na nie udzieliło łącznie 1 325 osób, co stanowiło 92,4% ogółu respondentów. Podobnie jak w przypadku poprzedniego pytania w momencie korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Jak zwykle brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe błędy.

Przy zastosowaniu zmiennej płeć do analizy odpowiedzi na powyższe pytanie nie można – jak wynika z danych zawartych w tabeli 84 – dostrzec istotnych różnic pomiędzy odpowiedziami kobiet i mężczyzn.

Tabela 84. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według płci (N = 1325)

W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?	Płeć					
	kobiety		mężczyźni		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w bardzo dużym stopniu	89	9,8	42	10,1	131	9,9
w dużym stopniu	268	29,5	123	29,5	391	29,5
trudno ocenić	462	50,9	216	51,8	678	51,2
w małym stopniu	61	6,7	25	6	86	6,5
w bardzo małym stopniu	28	3,1	11	2,6	39	2,9
Ogółem	908	100	417	100	1325	100

Źródło: Opracowanie własne.

Co dziesiąty respondent (niewielka przewaga mężczyzn) uznaje, że studia z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej w bardzo dużym stopniu przydadzą się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie. Odpowiedź mówiąca o tym, że przydadzą się one w dużym stopniu, zyskała identyczne poparcie kobiet i mężczyzn – na poziomie 29,5%. Bardzo podobny odsetek kobiet i mężczyzn wskazał małą (ogólnie 6,5% – nieco więcej kobiet) oraz bardzo małą (ogólnie 2,9% – nieco więcej kobiet) przydatność studiów w procesie poszukiwania pracy. Połowa respondentów (niewielka przewaga mężczyzn) nie potrafi ocenić, w jakim stopniu ich studia będą przydatne. Istotnie, pytanie było nieco trudne, gdyż wartościową, prawdziwą odpowiedź na nie mogą znać jedynie ci, którzy podjęli już starania o uzyskanie pracy (jak wynika z wcześniej przedstawionych danych – jest ich całkiem dużo), pozostali mogą jedynie przypuszczać. Niemniej – nawet uwzględniając te zastrzeżenia, wydaje się, że ogólny wynik, w którym zaledwie co trzecia osoba twierdzi, że jej studia przydadzą się do uzyskania pracy w wybranym zawodzie, może skłonić do refleksji. Oznacza to bowiem, że zdecydowana większość studentów uważa, że to nie studia decydują o powodzeniu w poszukiwaniu pracy, a inne czynniki.

Niemal identycznie – z jednym, ale zasadniczym wyjątkiem – przedstawia się rozkład odpowiedzi na to pytanie przy uwzględnieniu rozkładu odpowiedzi ze względu na typ uczelni. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczono w tabeli 85.

Tabela 85. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według typu uczelni (N = 1324)

W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?	Tryb uczelni			
	uczelnia publiczna		uczelnia niepubliczna	
	Liczebność	%	Liczebność	%
w bardzo dużym stopniu	74	9,3	57	10,8
w dużym stopniu	233	29,3	155	29,4
trudno ocenić	397	49,9	282	53,4
w małym stopniu	70	8,8	16	3
w bardzo małym stopniu	22	2,8	18	3,4
Ogółem	796	100	528	100

Źródło: Opracowanie własne.

Studenci uczelni niepublicznych prezentują bardziej optymistyczną postawę, częściej twierdząc, że studia dziennikarstwo i komunikacja społeczna przydadzą się w stopniu dużym lub bardzo dużym. Zasadnicza różnica pojawia się w wariancie odpowiedzi „w małym stopniu”. W tym przypadku odsetek wskazań respondentów pochodzących z uczelni publicznych wyniósł

8,8%, zaś z uczelni niepublicznych – zaledwie 3%. Studenci studiujący na uczelniach publicznych są też bardziej zdecydowani w swoich odpowiedziach od studentów studiujących na uczelniach niepublicznych – odsetek wskazań wariantu „trudno ocenić” wyniósł odpowiednio: 49,9% i 53,4%.

Bardzo ciekawe informacje przyniosło zastosowanie do analizy zmiennej niezależnej dotychczasowa średnia ocen. Okazuje się, że najmniej zróżnicowane są odpowiedzi osób ze średnią ocen poniżej 3,5. Szczegółowe dane zawiera tabela 86.

Tabela 86. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według dotychczasowej średniej ocen (N = 1325)

W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?	Dotychczasowa średnia ocen							
	niższa niż 3,5		3,5-4		4,1-4,5		powyżej 4,5	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w bardzo dużym stopniu	1	5	30	7,7	64	10,6	36	11,6
w dużym stopniu	9	45	112	28,6	170	28,1	100	32,4
trudno ocenić	9	45	226	57,8	307	50,7	137	44,3
w małym stopniu	1	5	18	4,6	46	7,6	21	6,8
w bardzo małym stopniu	0	0	5	1,3	18	3	15	4,9
Ogółem	20	100	391	100	605	100	309	100

Źródło: Opracowanie własne.

Co prawda 45% badanych ze średnią poniżej 3,5 uważa, że trudno ocenić, w jakim stopniu studia przydadzą się w znalezieniu pracy, ale też trzeba zaznaczyć, że połowa najgorszych studentów wyraża przekonanie, że studia przydadzą się w tym zakresie w stopniu dużym lub bardzo dużym. Nieco mniej wskazań uznających istotną przydatność studiów jest wśród studentów najlepszych (odpowiedzi: 11,7% – przydadzą się w bardzo dużym stopniu, 32,4% – w dużym stopniu). Na kolejnym miejscu znajdują się studenci ze średnią 4,1-4,5 (łącznie blisko 40% wskazań uznających przydatność studiów), za nimi zaś (na poziomie wskazań ok. 36%) studenci deklarujący średnią ocen pomiędzy 3,5 a 4. Nie da się więc w tym zakresie uchwycić żadnej istotnej tendencji.

Zastosowanie kolejnej zmiennej (tryb studiów) również nie przyniosło zaskakujących wyników. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 87.

Tabela 87. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według trybu studiów (N = 1326)

W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?	Tryb studiów			
	stacjonarny		niestacjonarny	
	Liczebność	%	Liczebność	%
w bardzo dużym stopniu	68	9,8	63	9,9
w dużym stopniu	210	30,3	181	28,6
trudno ocenić	350	50,6	328	51,7
w małym stopniu	47	6,8	39	6,2
w bardzo małym stopniu	17	2,5	23	3,6
Ogółem	692	100	634	100

Źródło: Opracowanie własne.

Można jedynie zaznaczyć, że przydatność studiów lepiej oceniają studenci studiów stacjonarnych. Są oni też częściej (choć w niewielkim stopniu) bardziej zdecydowani w postawach, rzadziej uciekają w odpowiedź „trudno ocenić” przydatność studiów.

Ostatnią z zastosowanych zmiennych w analizie odpowiedzi na to pytanie był rok studiów. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 88.

Tabela 88. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według roku studiów (N = 1329)

W jakim stopniu dziennikarstwo i komunikacja społeczna przyda Ci się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie?	Rok studiów									
	I – studia I stopnia		II – studia I stopnia		III – studia I stopnia		I – studia II stopnia		II – studia II stopnia	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w bardzo dużym stopniu	62	13,8	26	7,7	21	9,4	13	8,6	9	5,4
w dużym stopniu	138	30,8	102	30,1	63	28,1	48	31,8	42	25,1
trudno ocenić	212	47,3	184	54,3	112	50	79	52,3	92	55,1
w małym stopniu	24	5,4	23	6,8	16	7,1	8	5,3	15	9
w bardzo małym stopniu	12	2,7	4	1,2	12	5,4	3	2	9	5,4
Ogółem	448	100	339	100	224	100	151	100	167	100

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku zastosowania tej zmiennej otrzymano wynik mówiący o tym, że największymi zwolennikami stanowiska o przydatności studiów w procesie poszukiwania pracy są studenci pierwszego roku studiów I stopnia (13,8% – wskazań odpowiedzi „w bardzo dużym stopniu”; i 30,8% – „w dużym stopniu”) oraz studenci pierwszego roku studiów II stopnia (18,6% – „w bardzo dużym stopniu”; 31,8% – „w dużym stopniu”). Nieco mniejsze poparcie ma to stanowisko wśród studentów drugiego i trzeciego roku studiów licencjackich, a najmniejszym powodzeniem cieszy się ono wśród osób kończący studia magisterskie: zaledwie co dwudziesty student ostatniego roku uważa, że studia dziennikarstwo i komunikacja społeczna w „bardzo dużym stopniu” przydadzą się w znalezieniu pracy w wybranym zawodzie. Tylko co czwarty twierdzi, że przydadzą się w stopniu dużym. Wśród studentów drugiego roku studiów II stopnia jest też najwięcej osób niezdecydowanych – aż 55%.

ROZDZIAŁ V

OCZEKIWANIA STUDENTÓW WOBEC JAKOŚCI KSZTAŁCENIA

1. Oczekiwane kierunki kształcenia

Stawiając hipotezę, iż studenci na ogół nie będą zadowoleni z wyboru specjalności kształcenia (która się potwierdziła), na etapie projektowania badań uznano, iż cenne dla rozwoju kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz dla samych uczelni kształcących w tym zakresie byłyby uzyskanie odpowiedzi na pytanie o to, jakie specjalności powinny znaleźć się w ofercie dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

Na pytanie to odpowiedziało – wysuwając co najmniej jedną propozycję – 1 107 osób (76,9% badanych). Z tej grupy 45 osób wpisało, iż dostępna na rynku edukacyjnym oferta specjalności na kierunku dziennikarstwa i komunikacji społecznej jest wystarczająca i/lub nie ma potrzeby tworzenia nowych specjalności kształcenia. Kolejne tabele prezentują propozycje 1 062 osób, które uznały, iż ofertę tę należy poszerzyć (czasem tylko w obrębie uczelni badanego, wiele osób proponowało bowiem specjalności, które są dostępne na innych uczelniach w ramach dziennikarstwa i komunikacji społecznej).

Zaproponowane przez studentów specjalności skategoryzowano według dziedziny wiedzy, do której można je przyporządkować, względnie umiejętności, jakie daje konkretna specjalność. Głównym kryterium podziału był – podobnie jak w przypadku pytania o wybór specjalności – fakt powiązania danej specjalności z dziennikarstwem *sensu stricto*. Dzięki temu kryterium wyróżniono specjalności dziennikarskie i pozadziennikarskie oraz „inne” – które z różnych powodów nie mogły być jednoznacznie przypisane. W ramach kategorii specjalności pozadziennikarskich wyróżniono podkategorie – specjalności: promocja (w jej ramach specjalności związane z public relations i z reklamą), artystyczne, ekonomiczne oraz związane z szeroko pojętą produkcją mediów. Rozkład częstości oraz liczbę zaproponowanych w każdej kategorii specjalności prezentuje tabela 89.

Tabela 89. Proponowane przez studentów specjalności, o które powinna zostać poszerzona oferta dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 775)

Proponowane przez studentów specjalności kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna:	Liczebność	Liczba zaproponowanych specjalności
dziennikarskie	508	34
pozadziennikarskie ogółem	400	41
promocja ogółem	182	17
PR	150	13
reklama	32	4
artystyczne ogółem	84	5
fotografia	59	4
grafika komputerowa w mediach	25	1
ekonomiczne ogółem	78	14
marketing	30	6
zarządzanie mediami	48	8
produkcja mediów	56	5
inne	154	50
liczba specjalności/specjalizacji jest wystarczająca	45	-
Ogółem	1107	217

Źródło: Opracowanie własne.

Istotny w interpretacji uzyskanych wyników jest fakt, który zasygnalizowano już wcześniej, iż wielu studentów na pytanie: „Jakie jeszcze specjalności powinny znaleźć się w ofercie dziennikarstwa i komunikacji społecznej?” odpowiadało, przepisując nazwy specjalności z zaproponowanej wcześniej kafeterii, które to specjalności nie były lub nie są dostępne na uczelniach, na których badani studiuje. Część z nich podkreślała zresztą ten fakt, dodając adnotację, iż te specjalności „powinny być dostępne na naszej uczelni”. Drugą grupę stanowią propozycje niewymienione w ankiecie, a więc niedostępne dla studentów żadnej z przebadanych uczelni. Pomijając kategorię „inne”, która zawiera 50 bardzo różnych propozycji, można stwierdzić, iż studenci zaproponowali więcej specjalności niezwiązanych z dziennikarstwem *sensu stricto* (41) niż z nim związanych (34). Natomiast badani częściej proponowali specjalności dziennikarskie (508 osób) niż pozadziennikarskie (400 osób). Ten drugi fakt może wynikać z tego, iż w większości studenci nie posiadają wiedzy na temat możliwych kierunków kształcenia związanych z pracą w mediach i szeroko pojętej branży komunikacji społecznej/marketingowej – łatwiej było im więc wymienić znane im, popularne i łatwo kojarzące się z dziennikarstwem nazwy

specjalności – choćby zaczerpnięte z innych uczelni. Spośród specjalności pozadziennikarskich najwięcej związanych było z promocją (17). W drugiej kolejności studenci zaproponowali sporą liczbę specjalności ekonomicznych (14). Podkategorie specjalności artystycznych i związanych z produkcją mediów zyskały po 5 propozycji. Warto zauważyć, że w przypadku propozycji artystycznych badani nie wyszli poza znane powszechnie i istniejące już specjalności – grafikę komputerową oraz fotografię.

Tabele 90-95 prezentują zaproponowane przez studentów specjalności, które ich zdaniem powinny znaleźć się w ofercie kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Sugerowane specjalności połączone w kategorie:

- specjalności dziennikarskie,
- specjalności pozadziennikarskie,
- specjalności artystyczne
- specjalności ekonomiczne
- specjalności związane z produkcją przekazów medialnych
- pozostałe.

Tabela 90. Proponowane przez studentów specjalności dziennikarskie w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Specjalności dziennikarskie	Liczebność
dziennikarstwo muzyczne	71
dziennikarstwo telewizyjne	67
dziennikarstwo radiowe	66
dziennikarstwo sportowe	58
dziennikarstwo internetowe	49
dziennikarstwo śledcze	23
dziennikarstwo prasowe	20
korespondent wojenny	18
dziennikarstwo filmowe	16
reporter	16
krytyka filmowa/literacka	11
dziennikarstwo finansowe/gospodarcze/ekonomiczne	10
dziennikarstwo kulturalne	10
dziennikarstwo motoryzacyjne	10
korespondent zagraniczny	9
dziennikarstwo polityczne	8
dziennikarstwo erotyczne	6

Specjalności dziennikarskie	Liczebność
dziennikarstwo mody	6
dziennikarska	5
prezenter telewizyjny	5
publicystyka	5
dziennikarstwo obcojęzyczne	3
dziennikarstwo i komunikacja społeczna z filologią romańską	2
dziennikarstwo i historia gier video	2
dziennikarstwo kulturowe	2
dziennikarstwo obywatelskie	2
dziennikarstwo architektoniczne	1
dziennikarstwo dokumentalne	1
dziennikarstwo historyczne	1
dziennikarstwo kolorowych magazynów	1
dziennikarstwo połączone z reklamą	1
dziennikarstwo przyrodnicze	1
dziennikarstwo socjalne	1
komentarz polityczny i historyczny	1
Ogółem	508

Źródło: Opracowanie własne.

Spośród ciekawszych propozycji w zakresie specjalności dziennikarskich, które mogą zostać uznane za poważne, a nie są dostępne (przynajmniej na badanych uczelniach), warto wymienić dziennikarstwo śledcze, dziennikarstwo mody, dziennikarstwo filmowe, czy też krytykę filmową i literacką, korespondenta zagranicznego. Warto także zauważyć, że wśród propozycji pojawiają się takie specjalności, jak dziennikarstwo przyrodnicze, dokumentalne, motoryzacyjne, filmowe – i wiele innych, które mają charakter „tematyczny” – co potwierdza wcześniejsze spostrzeżenia odnośnie do zainteresowań studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej nastawionych na ścieżkę „dziennikarską” (druga główna ścieżka to – ogólnie rzecz ujmując – komunikacja społeczna). Można stwierdzić, iż chcą oni kształcić się w obrębie poszczególnych tematów, którymi zajmują się media, a nie tylko pod kątem specyfiki pracy w różnych typach mediów.

W przypadku specjalności pozadziennikarskich do ciekawszych w grupie związanej z promocją należą: *internal PR* (czyli wewnętrzna komunikacja w organizacji), rzecznik prasowy, reklama społeczna, reklama w mediach elektronicznych. W porównaniu z propozycjami w obszarze specjalności dziennikarskich zauważalne jest dużo mniejsze zróżnicowanie, jak i mniejsza szczegółowość czy też szerszy zakres proponowanych specjalności.

Tabela 91. Proponowane przez studentów specjalności pozadziennikarskie w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Promocja	
Public relations	Liczebność
PR i reklama	56
PR	32
rzecznik prasowy	17
kreowanie wizerunku	11
<i>corporate identity</i>	7
PR z innymi elementami	6
komunikacja społeczna	6
promocja firmy	5
organizacja wydarzeń	3
<i>media relations</i>	3
<i>internal PR</i>	2
<i>product manager</i>	1
czarny PR	1
Reklama	Liczebność
reklama	24
reklama (z marketingiem, promocją firmy)	6
reklama społeczna	1
reklama w mediach elektronicznych	1
Ogółem	182

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 92. Proponowane przez studentów specjalności artystyczne w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Artystyczne	Liczebność
fotografia prasowa	50
grafika komputerowa w mediach	25
fotografia reklamowa	6
fotografia artystyczna	2
fotografia cyfrowa i analogowa	1
Ogółem	84

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o specjalności artystyczne, propozycje – choć wysunięte przez dość dużą liczbę respondentów – nie były zróżnicowane. Najwięcej osób (50) deklaroowało, iż ich zdaniem w ofercie kierunku powinna znaleźć się fotografia prasowa. O połowę mniej chętnie przyjąłoby możliwość wyboru grafiki komputerowej w mediach. Kilka osób zaproponowało fotografię reklamową, artystyczną oraz fotografię cyfrową i analogową.

Tabela 93. Proponowane przez studentów specjalności ekonomiczne w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Zarządzanie mediami	Liczebność
menedżer mediów	16
zarządzanie w mediach	13
zarządzanie zasobami ludzkimi	5
zarządzanie informacją	4
menedżer muzyczny	4
zarządzanie sytuacjami kryzysowymi	3
ekonomia mediów	2
zarządzanie stacją radiową	1
Marketing	Liczebność
marketing (z reklamą, zarządzaniem, promocją, medialny)	13
marketing polityczny	11
marketing interaktywny	2
marketing internetowy	2
marketing międzynarodowy	1
marketing sportowy	1
Ogółem	78

Źródło: Opracowanie własne.

Znaczna liczba studentów (78) zainteresowana była włączeniem do oferty kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna specjalności o charakterze ekonomicznym – związanych z zarządzaniem instytucjami medialnymi oraz marketingiem. Pojawiły się tak odległe od dziennikarstwa propozycje jak zarządzanie zasobami ludzkimi czy marketing międzynarodowy.

Zaskakująco dużo, choć proporcjonalnie do innych kategorii propozycji, pojawiło się w propozycjach studentów specjalności związanych z szeroko pojętą produkcją mediów. Należy przez to sformułowanie rozumieć specjalności kształcące specyficzne umiejętności i warsztat służące później w pracy osób odpowiedzialnych za techniczną stronę tworzenia mediów i przekazów

medialnych. 54 respondentów uważa, iż w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna powinny się znaleźć specjalności, na których wykształcą się realizatorzy dźwięku i obrazu, operatorzy kamery i montażyści.

Tabela 94. Proponowane przez studentów specjalności związane z produkcją mediów w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Produkcja mediów	Liczebność
produkcja mediów (radiowa, telewizyjna, muzyczna, reklamowa)	24
realizacja mediów (radiowa, telewizyjna)	9
operator kamery	8
montaż obrazu i dźwięku	7
projektowanie medialne	6
Ogółem	54

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 95. Pozostałe specjalności proponowane przez studentów w ramach dziennikarstwo i komunikację społeczną

Inne specjalności	Liczebność
media cyfrowe / elektroniczne / nowe media	14
medioznawstwo/prasoznawstwo	12
kultura i komunikacja społeczna / kulturoznawstwo	12
<i>creative writing</i>	10
komunikacja międzykulturowa	8
agent medialny	7
<i>coach</i>	6
<i>copywriter</i>	6
negocjator	5
psychologia / socjologia komunikowania społecznego i PR	4
stosunki międzykulturowe / międzynarodowe	4
stosunki międzynarodowe	4
<i>corporate design</i>	4
<i>design</i>	4
obsługa portali internetowych	3
komunikacja wizualna	3
korektorstwo dziennikarskie	3
edukacja medialna	3

Inne specjalności	Liczebność
<i>branding</i>	3
redagowanie pism kolorowych	2
socjologia mediów i cyberprzestrzeni	2
zaplecze dziennikarskie – <i>researcher</i>	2
gwarantujące zdobycie pracy	2
historia mediów	2
agent muzyczny/literacki	2
badanie rynku mediów	2
dykcja	2
neuromarketing	1
programowanie neurolingwistyczne	1
prawa i obowiązki konstytucyjne	1
prawo mediów	1
reżyseria programów TV	1
scenopisarstwo	1
skandalistyka	1
stylistyka i kultura języka	1
systemy medialne	1
szpiegostwo międzynarodowe	1
teatroznawstwo	1
używanie mediów w rozwiązywaniu konfliktów	1
warsztat reżyserski	1
wystąpienia publiczne	1
wzornictwo reklamowe	1
komunikacja lokalna	1
komunikacja w biznesie	1
lobbying	1
edytorstwo	1
agencja prasowa	1
agent reklamy	1
animacja kultury	1
bezpieczeństwo narodowe	1
Ogółem	154

Źródło: Opracowanie własne.

W kategorii „inne” prócz specjalności niedających się przypisać do kategorii głównych znalazły się specjalności, które – choć możliwe do skategoryzowania – miały niewielkie – jednoosobowe poparcie, a mogłyby okazać się propozycjami ciekawymi, lub też obnażają, jak niepoprawnie identyfikują niektórzy studenci cele kształcenia w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Do najciekawszych propozycji wartych rozważenia należą z pewnością specjalności takie, jak media cyfrowe/..., *creative writing*, copywriter, researcher, reżyseria programów telewizyjnych czy komunikacja wizualna.

2. Treści kształcenia

Ocena treści określonych standardami kształcenia uzupełniona jest propozycjami formułowanymi przez badanych w zakresie nowych treści i przedmiotów, o jakie wzbogacone powinny być plany studiów. Odpowiedzi na pytanie o dostrzegane braki w programach nauczania ujawniły rzeczywiste oczekiwania badanych studentów w zakresie tematyki pożądanej przez nich z punktu widzenia zainteresowań i przyszłej pracy zawodowej. Wśród udzielanych odpowiedzi przeważały głosy podkreślające brak wystarczającej liczby zajęć o charakterze praktycznym. Analiza zebranych opinii, przedstawiona w tabeli 96, ujawnia wyraźne nastawienie ankietowanych na zdobywanie wiedzy o ściśle zawodowym charakterze.

Wśród innych odpowiedzi udzielonych łącznie przez 79 badanych pojawiły się następujące propozycje:

- *copywriting*,
- *branding*,
- *mediaplanning*,
- lobbying,
- dziennikarstwo sportowe,
- dziennikarstwo śledcze,
- nowe media,
- dziennikarstwo obywatelskie,
- *web design*,
- zarządzanie informacją,
- programowanie neurolingwistyczne.

Analiza odpowiedzi na pytanie o braki w planach i programach nauczania na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz propozycje w tym zakresie, pomija odpowiedzi związane z przedmiotami już występującymi w standardach kształcenia (z wyjątkiem sytuacji, w których ankietowani wskazywali na większą liczbę konkretnych zajęć, np. więcej zajęć poświęconych reklamie) oraz odpowiedzi: „nie wiem” i „niczego nie brakuje”.

Tabela 96. Propozycje badanych w zakresie treści i przedmiotów, których brakuje w planach studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 414)

Jakich treści/przedmiotów brakuje w planach studiów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna?	Liczebność	%
przedmioty praktyczne	185	44,7
przedmioty związane z fotografią	71	17,1
zajęcia dotyczące montażu audio i video	62	15
zajęcia graficzne i multimedialne	48	11,6
dykcja i emisja głosu	39	9,4
więcej zajęć z języka obcego	36	8,7
więcej zajęć związanych z public relations	36	8,7
dziennikarstwo muzyczne	34	8,2
psychologia (społeczna i negocjacji)	29	7
więcej zajęć poświęconych reklamie	19	4,6
niczego nie brakuje	19	4,6
komunikacja międzyludzka	17	4,1
reportaż	14	3,4
edytorstwo	14	3,4
dziennikarstwo i krytyka filmowa oraz literacka	13	3,1
<i>creative writing</i>	11	2,7
komunikacja niewerbalna	11	2,7
autoprezentacja	11	2,7
inne	79	19,1

Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ ankietowani mieli możliwość wpisania maksymalnie pięciu odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne.

Oprócz propozycji zawartych w tabeli 96 warto zwrócić uwagę na to, iż kilkunastu badanych – studentów studiów I stopnia – wskazało na istotne, jak się wydaje, braki w standardach kształcenia. Negatywnie odnieśli się do braku nauczania języka obcego na studiach II stopnia oraz zarzucali zbyt małą część zajęć poświęconych na tematy praktyczne, o charakterze zawodowym w porównaniu do obszerności treści teoretycznych, zwłaszcza w porównaniu z kształceniem na studiach I stopnia.

3. Forma ukończenia studiów

W środowisku akademickim w Polsce od pewnego czasu trwa dyskusja na temat ewentualnej zmiany formy ukończenia studiów. Wśród różnorodnych

postulatów zmierzających do zastąpienia obecnej formuły przygotowywania pracy dyplomowej (licencjackiej lub magisterskiej) i jej komisyjnej obrony dają się słyszeć głosy zarówno popierające liberalizację obowiązujących rozwiązań, jak i zaostrenie kryteriów. Należy przy tym zwrócić uwagę na to, iż koncepcja likwidacji obrony pracy dyplomowej zgłaszana jest najczęściej w odniesieniu do studiów I stopnia. Wśród licznych argumentów podnosi się m.in. zawodowy charakter tych studiów oraz niską jakość merytoryczną przygotowywanych prac, z założenia pozbawionych naukowego charakteru. Wśród pojawiających się propozycji zmiany obecnie obowiązującego systemu wymienić należy możliwość ukończenia studiów na podstawie:

- egzaminu praktycznego (lub oceny dorobku praktycznego),
- egzaminu sprawdzającego poziom wiedzy zdobytej w czasie całego toku studiów,
- kilku egzaminów sprawdzających wiedzę studenta z wybranych przedmiotów, kluczowych dla danego kierunku studiów.

Studenci biorący udział w badaniu poproszeni zostali o ocenę zasadności czterech możliwych form ukończenia studiów poprzez udzielenie odpowiedzi na pytania, czy ukończenie studiów powinno wiązać się z:

- obroną pracy dyplomowej,
- zdaniem kilku egzaminów sprawdzających poziom nabytej wiedzy,
- zdaniem jednego egzaminu sprawdzającego poziom nabytej wiedzy,
- zdaniem egzaminu praktycznego.

Ankietowani mieli możliwość rozłącznej oceny wszystkich czterech propozycji traktowanych jako wykluczające się możliwości. Przyjęcie takiego rozwiązania pozwoliło na rzetelną ocenę proponowanych rozwiązań zamiast tworzenia rankingu preferowanych rozwiązań. Ułatwiło to również wyartykułowanie opinii tym badanym, którzy pozytywnie odnoszą się do więcej niż jednej spośród zaproponowanych możliwości.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi na temat opinii badanych studentów dotyczących różnych propozycji form zakończenia kształcenia na studiach przedstawia tabela 97.

Zdecydowanie największa część ankietowanych opowiedziała się za utrzymaniem *status quo* polegającego na formule zakończenia studiów przygotowaniem i obroną pracy dyplomowej. Łącznie odpowiedzi pozytywnych w tym zakresie udzieliło 82% badanych (w tym aż 55,7% wybrało odpowiedź „zdecydowanie tak”, a 26,3% – „raczej tak”). Jedynie 12,3% ankietowanych studentów zgadza się z propozycją reformy systemu kształcenia wyższego polegającą na odstąpieniu od przygotowywania prac dyplomowych.

Istotna część badanych przychylnie odniosła się do propozycji ukończenia studiów wyłącznie na podstawie wyników przeprowadzonego egzaminu praktycznego (lub oceny dorobku praktycznego studenta). Łącznie aż 57,3% ankietowanych uznało, że to dobry pomysł. Opór przed ewentualnym wprowadzaniem takiego rozwiązania zgłosił niemal co czwarty badany (23,9%).

Dość duży odsetek badanych (18,8%) nie potrafi ocenić tego pomysłu i nie ma w tej kwestii zdania.

Tabela 97. Opinie badanych studentów na temat formy ukończenia studiów I stopnia

	Ukończenie studiów powinno się wiązać z obroną pracy dyplomowej (N = 1409)		Ukończenie studiów powinno się wiązać ze zdaniem kilku egzaminów sprawdzających poziom nabytej wiedzy (N = 1357)		Ukończenie studiów powinno się wiązać ze zdaniem jednego egzaminu sprawdzającego poziom nabytej wiedzy (N = 1355)		Ukończenie studiów powinno się wiązać ze zdaniem egzaminu praktycznego (N = 1267)	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
zdecydowanie tak	785	55,7	188	13,8	145	10,7	306	24,2
raczej tak	371	26,3	408	30,1	343	25,3	420	33,1
raczej nie	113	8	339	25	372	27,5	206	16,3
zdecydowanie nie	60	4,3	215	15,8	210	15,5	96	7,6
nie mam zdania	80	5,7	207	15,3	285	21	238	18,8
Ogółem	1409	100	1357	100	1355	100	1267	100

Źródło: Opracowanie własne.

Umiarkowaną popularnością wśród ankietowanych studentów cieszył się pomysł zastąpienia obrony pracy dyplomowej wprowadzeniem konieczności zaliczenia kilku egzaminów podsumowujących studia i sprawdzających poziom wiedzy absolwentów z wybranych przedmiotów, kluczowych z punktu widzenia specyfiki kierunku. 44% badanych stwierdziło, że to dobry pomysł, jednak jedynie 13,9% ogółu badanych w sposób zdecydowany opowiedziało by się za takim rozwiązaniem. Propozycja ta spotkała się z negatywnych przyjęciem 40,8% ankietowanych.

Najmniejszym poparciem wśród studentów objętych badaniem cieszyła się koncepcja zastąpienia obrony pracy dyplomowej jednym egzaminem sprawdzającym poziom wiedzy studenta z całego zakresu studiów. Co dziesiąty ankietowany (10,7%) opowiedział się w zdecydowany sposób za taką formą ukończenia studiów, 25,3% badanych wybrało zaś bardziej stonowaną odpowiedź – „raczej tak”. Opór przed wprowadzaniem takiego rozwiązania okazało 43% badanych.

ROZDZIAŁ VI

STUDENCI I ABSOLWENCI NA RYNKU PRACY

Niniejsza część opracowania dotyczy szeroko rozumianej sytuacji absolwentów studiów dziennikarskich na rynku pracy w sytuacji obecnej, ale też zamierzeń dotyczących planowanej kariery zawodowej. W tym kontekście studenci poproszeni zostali m.in. o określenie przydatności studiów dziennikarskich w znalezieniu pracy w wybranym przez nich zawodzie oraz o ocenę stopnia, w jakim studia te przygotowują ich do konkretnych (powiązanych merytorycznie z tematyką studiów) zawodów.

1. Aktualna sytuacja zawodowa

Pytanie, które miało pomóc w określeniu sytuacji studentów na rynku pracy, było próbą ustalenia, jaki odsetek spośród badanych obecnie pracuje. Istotne było dokładne określenie obecnego obrazu w tym zakresie, w czym pomogło zastosowanie wielu zmiennych niezależnych.

Na pytanie „Czy obecnie pracujesz?” odpowiedzi udzieliło łącznie 1 430 osób, co stanowi 99,3% ogółu pytaných. W przypadku korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Ponownie brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na błędy.

Tabela 98. Aktywność zawodowa studentów według płci (N = 1426)

Płeć	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
kobiety	447	45,4	538	54,6	985	100
mężczyźni	208	47,2	233	52,8	441	100
Ogółem	655	45,9	771	54,1	1426	100

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 98, nie ma w tej kwestii wyraźnych różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami. Można co prawda zauważyć, że w trakcie studiów pracuje nieco więcej mężczyzn (47,2% w stosunku do 45,4% kobiet), jednak nie jest to przewaga na tyle znacząca, aby na tej podstawie wyciągać jakiegokolwiek wnioski.

Korelacja wyników ze zmienną typ uczelni pozwoliła na pierwszy rzut oka zauważyć pojawiające się różnice. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 99.

Tabela 99. Aktywność zawodowa studentów według typu uczelni (N = 1425)

Typ uczelni	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
publiczna	346	40,6	506	59,4	852	100
niepubliczna	310	54,1	263	45,9	573	100

Źródło: Opracowanie własne.

Twierdząco na postawione pytanie odpowiedziało nieco ponad 54% respondentów będących studentami uczelni niepublicznych w stosunku do nieco ponad 40% studentów studiujących na uczelni publicznych. Mając na uwadze fakt, że studia na uczelniach publicznych wciąż jeszcze są bezpłatne, a studiując na uczelni niepublicznej, trzeba ponosić określone koszty, można było się spodziewać takiego wyniku. Podkreślić jednak należy, że różnica jest znacząca, wynosi bowiem aż 13,5% i nie wydaje się możliwe, aby jedyną przyczyną takiego stanu rzeczy była wspomniana konieczność ponoszenia wydatków związanych ze studiowaniem na uczelni niepublicznej. Można więc domniemywać, że studenci z uczelni niepublicznych są bardziej przedsiębiorczy, co z kolei ma bezpośrednie przełożenie na ich szanse na rynku pracy po ukończeniu studiów. Prawdopodobne jest, że ich sytuacja w stosunku do absolwentów uczelni publicznych może być – przynajmniej w tym zakresie – korzystniejsza.

Analizując zawarte w tabeli 100 dane, zauważyć można bardzo wyraźne zależności. O ile na pierwszym i na drugim roku studiów I stopnia fakt pracowania potwierdza 4 na 10 respondentów, o tyle w dalszych latach widać w tym zakresie wyraźny wzrost. Na trzecim roku studiów to, że obecnie pracuje, deklaruje już blisko 46% studentów, z kolei na obydwu latach studiów II stopnia 6 na 10 pytanych studentów odpowiada twierdząco na to pytanie.

Tabela 100. Aktywność zawodowa studentów według roku studiów (N = 1430)

Rok studiów	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
I – studia I stopnia	208	41,4	294	58,6	502	100
II – studia I stopnia	142	40,2	211	59,8	353	100
III – studia I stopnia	117	45,9	138	54,1	255	100
I – studia II stopnia	89	58,9	62	41,1	151	100
II – studia II stopnia	101	59,8	68	40,2	169	100

Źródło: Opracowanie własne.

Wnosząc na podstawie powyższych danych, stwierdzić można, że im bliżej końca studiów, tym studenci wyraźnie chętniej podejmują pracę, z pewnością – w pewnej mierze – planując już przyszłą karierę zawodową. Poza tym należy podkreślić, iż na końcowych latach studiów program nauczania jest zwykle mniej obciążony zajęciami obowiązkowymi, co z pewnością umożliwia podjęcie pracy.

W tym miejscu nasuwa się jeszcze jeden wniosek. Jeśli już od pierwszego roku studiów istotna część studentów podejmuje pracę, a na studiach magisterskich jest to prawie 2/3 pytaných, to uznać można, że są to wielkości znaczące. Wydaje się więc uzasadnione, aby w przyszłości pogłębić badania w tym zakresie i spróbować dociec przyczyn takiego stanu rzeczy. W kontekście dynamicznie zmieniającej się sytuacji na rynku pracy, w tym pojawienia się zupełnie nowych zawodów (które w znaczącej części wykonywane są właśnie przez ludzi młodych), wyniki takich badań byłyby z pewnością niezwykle interesujące.

Tabela 101 prezentująca wyniki przy uwzględnieniu zmiennej niezależnej dotyczącej średniej ocen pozwoliła zauważyć wyraźną zależność pomiędzy pozytywną odpowiedzią na postawione pytanie a dotychczas uzyskaną średnią ocen.

Tabela 101. Aktywność zawodowa studentów według średniej ocen z toku studiów (N = 1426)

Dotychczasowa średnia studiów	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
niższa niż 3,5	14	63,6	8	36,4	22	100
3,5-4	210	48,4	224	51,6	434	100
4,1-4,5	299	45,9	352	54,1	651	100
powyżej 4,5	132	41,4	187	58,6	319	100

Źródło: Opracowanie własne.

Co prawda studentów, którzy zadeklarowali, że posiadają średnią poniżej 3,5 (a więc najniższy poziom spośród odpowiedzi sugerowanych w metryczce), było stosunkowo niewiele (22 osoby), jednak aż 2/3 z nich zadeklarowało, że obecnie pracuje. Im zaś była wyższa deklarowana średnia tym niższy był odsetek pracujących. Wśród osób posiadających średnią ocen pomiędzy 3,5 a 4 pracuje 48,4%. Wśród osób ze średnią pomiędzy 4,1 a 4,5 jest to 45,5%, a wśród osób z najwyższą średnią (powyżej 4,5) fakt podejmowania pracy potwierdza zaledwie 4 na 10 pytanych.

Z pewnością ciekawe rezultaty przyniosłaby analiza przyczyn takiego stanu rzeczy. Jako pierwszy narzuca się wniosek, że osoby z wyższą średnią rzadziej pracują, ponieważ mają inne źródła dochodów (stypendia, nagrody itp.). Niemniej jednak nie można wykluczyć również sytuacji odwrotnej (istnieje tutaj wyraźne sprzężenie zwrotne pomiędzy zmiennymi), kiedy to ktoś ma niższą średnią z uzyskiwanych ocen, ponieważ zmuszony jest pracować i nie wystarcza mu czasu na naukę, co za tym idzie – ma mniejszą możliwość uzyskiwania lepszych ocen od tych osób, które pracować nie muszą.

Kolejną zmienną, którą wzięto pod uwagę w analizie odpowiedzi na pytanie o fakt pracy, było miejsce zamieszkania. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczono w tabeli 102.

Tabela 102. Aktywność zawodowa studentów według miejsca zamieszkania (N = 1427)

Miejsce zamieszkania	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
wieś	99	40,1	148	59,9	247	100
miasto do 100 tys. mieszkańców	213	45,6	254	54,4	467	100
miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	97	42,2	133	57,8	230	100
miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	247	51,1	236	48,9	483	100

Źródło: Opracowanie własne.

Mając na uwadze ogólną liczbę respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na to pytanie, stwierdzić można, że w trakcie studiów pracuje bardzo wysoki odsetek studentów – łącznie 46%. Zauważyć można jedną istotną tendencję. Studenci zamieszkujący bardzo duże miasta (pow. 500 tys. mieszkańców) pracują zdecydowanie częściej od studentów będących mieszkańcami wsi

(poziom deklaracji: 51,1% w stosunku do 40,1%). Przyczyn takiego stanu rzeczy można się doszukiwać zapewne w uwarunkowaniach rynkowych – podaż na rynku pracy w dużym mieście jest zwykle zdecydowanie wyższa od podaży na wsi czy w małych miastach. Niewielka różnica w tej kwestii występuje pomiędzy odpowiedziami studentów zamieszkujących miasta do 100 tys. mieszkańców z odpowiedziami studentów zamieszkujących miasta od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców.

Tryb studiów był ostatnią z zastosowanych zmiennych w analizie odpowiedzi na pytanie: „Czy obecnie pracujesz?”. Wyniki tej korelacji zamieszczone zostały w tabeli 103. Jak można było przypuszczać, zdecydowanie wyższy odsetek osób pracujących jest wśród studentów studiów niestacjonarnych – pracuje blisko 57% spośród nich. Wśród osób studiujących na studiach stacjonarnych fakt pozostawania w stosunku pracy potwierdziła ponad 1/3.

Tabela 103. Aktywność zawodowa studentów według trybu studiów (N = 1427)

Tryb studiów	Czy obecnie pracujesz?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
stacjonarny	260	35,6	471	64,4	731	100
niestacjonarny	396	56,9	300	43,1	696	100

Źródło: Opracowanie własne.

Próbując ustalić przyczynę tej wyraźnej dysproporcji, należy przede wszystkim skierować uwagę na zdecydowanie większą elastyczność czasową studentów zaocznych – studia weekendowe umożliwiają podjęcie pracy w trakcie tygodnia, często w pełnym wymiarze godzin. Niemniej jednak nie jest to z pewnością przyczyna jedyna. Kolejną mogą być uwarunkowania ekonomiczne – studia niestacjonarne, nawet na uczelni publicznej, wiążą się z koniecznością ponoszenia określonych opłat. Wydaje się oczywiste, że przynajmniej część studentów (w tym – a może przede wszystkim – studentów studiujących w trybie niestacjonarnym) stara się samodzielnie zarobić na studia. Pozostawanie w stosunku pracy (zwykle w ramach umowy zlecenia lub umowy o dzieło, rzadziej na etacie) podczas studiów staje się też coraz bardziej popularne. Są wręcz zawody, a nawet grupy zawodów, które swój potencjał opierają w głównej mierze na studentach. Analiza tego złożonego zjawiska to temat na kolejne badania.

Ciekawych danych dostarczył materiał empiryczny uzyskany w związku z pytaniem „W jakiej branży pracujesz?”. Odpowiedzi na nie udzieliło łącznie 658 osób. Odpowiadali tylko ci respondenci, którzy w poprzednim pytaniu zadeklarowali, że obecnie pracują. Podobnie jednak jak w przypadku

poprzedniego pytania w przypadku korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe błędy.

Chcąc przedstawić sytuację w całej populacji pytaných studentów, należy na początku zaznaczyć, że prawie co piąty pytany wskazał, że pracuje w mediach, co siódmy – w branży marketingowo-promocyjnej, nieco ponad 4% – w branży reklamowej. Pozostała część, a więc prawie 6 na 10 studentów, zadeklarowała pracę w branży niezwiązanej z wybranym kierunkiem kształcenia.

Odpowiedzi z uwzględnieniem płci respondentów prezentuje tabela 104. W pytaniu tym respondenci mieli możliwość wskazania jednego z trzech zaproponowanych obszarów bezpośrednio powiązanych z zakresem merytorycznym studiów w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Były to: media, branża marketingowo-promocyjna oraz branża reklamowa. Mogli oni również wskazać odpowiedź otwartą oznaczającą, że nie pracują oni w branży związanej z podjętym kierunkiem studiów.

Tabela 104. Branże, w których pracują studenci, według płci (N = 656)

Płeć	W jakiej branży pracujesz?									
	media		branża marketingowo-promocyjna		branża reklamowa		inna branża		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
kobieta	87	19,4	76	17	16	3,6	269	60	448	100
mężczyzna	66	31,7	25	12	12	5,8	105	50,5	208	100
Ogółem	153	23,3	101	15,4	28	4,3	374	57	656	100

Źródło: Opracowanie własne.

Z możliwości wskazania tej właśnie odpowiedzi skorzystało aż 6 na 10 pytaných kobiet i połowę mężczyzn. Nasuwa się wniosek, że studenci w dużej mierze podejmują pracę w celach innych niż chęć praktycznego zbliżenia się do specyfiki zawodu dziennikarza i zapoczątkowania kariery zawodowej związanej z wybranym kierunkiem studiów.

Spośród tych, którzy wskazali obszar związany z kierunkiem studiów, najwięcej osób pracuje w mediach – co piąta kobieta i co trzeci mężczyzna. W branży marketingowo-promocyjnej pracuje odpowiednio: 17% kobiet i 12% mężczyzn. Najmniejszym powodzeniem wśród pytaných cieszy się branża reklamowa – pracuje w niej 3,6% kobiet i niecałe 6% mężczyzn.

Skorelowanie pytania ze zmienną tryb studiów pozwoliło uchwycić interesujące zależności. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 105.

Tabela 105. Branże, w których pracują studenci, według trybu studiów (N = 657)

Tryb studiów	W jakiej branży pracujesz?									
	media		branża marketingowo-promocyjna		branża reklamowa		inna branża		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
stacjonarny	74	28,6	49	18,9	13	5	123	47,5	259	100
niestacjonarny	79	19,8	52	13,1	15	3,8	252	63,3	398	100

Źródło: Opracowanie własne.

W branży niezwiązanej z kierunkiem studiów pracuje zdecydowanie więcej studentów zaocznych niż dziennych (odpowiednio: 63,3% i 47,5%). Wynik ten spowodował, że studenci studiów stacjonarnych mają zdecydowaną przewagę w pozostałych odpowiedziach. Najwyraźniej zauważyć ją można w przypadku pracy w mediach – pracuje tam 28,6% studentów dziennych i co piąty student zaoczny. W branży marketingowo-promocyjnej pracuje prawie co piąty student studiów stacjonarnych i 13,1% studentów studiów niestacjonarnych. Najmniejsza zauważalna przewaga jest w przypadku pracy w branży reklamowej (odpowiednio: 5% i 3,8%).

Na podstawie przedstawionych powyżej danych można zaryzykować wniosek, że studenci studiów stacjonarnych deklarują większy związek z obszarem merytorycznym swoich studiów, czego dowodem jest zdecydowanie częstsze wybieranie miejsca pracy zgodnego z kierunkiem kształcenia. Potwierdza to szerszy (funkcjonujący w dyskusjach – choć oczywiście na swój sposób kontrowersyjny) wniosek o większej wartości studiów stacjonarnych – studenci mają możliwość uczestniczenia w większej liczbie zajęć, które rozłożone są w dłuższym czasie, co pozwala spokojnie przygotowywać się do zajęć, poza tym na studiach stacjonarnych zauważalnie większa jest integracja środowiska studenckiego, co (oprócz niezaprzeczalnego waloru towarzyskiego) również przyczynia się do głębszego utożsamiania się studenta ze studiovanym kierunkiem.

Wprowadzenie do analizy odpowiedzi na to pytanie zmiennej rok studiów nie pozwoliło uchwycić jakichś istotnych zależności. Co prawda spośród osób pracujących w branży niezwiązanej z kierunkiem kształcenia

najczęściej pojawiali się studenci pierwszego roku studiów I stopnia, jednak tylko nieznacznie niższy był odsetek wskazań wśród studentów trzeciego roku. Najmniej osób pracujących w innej branży jest wśród studentów ostatniego roku studiów II stopnia, niemniej różnice nie są tak znaczące, aby można było mówić o jakiejś wyraźnej tendencji.

Analizując odpowiedzi na to pytanie w korelacji ze zmienną rok studiów, zauważyć można, że najmniej spośród pytanych osób pracuje w branży reklamowej, przy czym stosunkowo dużo na pierwszym roku studiów I i II stopnia. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 106.

Tabela 106. Branże, w których pracują studenci, według roku studiów (N = 658)

Rok studiów	W jakiej branży pracujesz?									
	media		branża marketingowo-promocyjna		branża reklamowa		inna branża		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
I – studia I stopnia	39	18,1	27	12,6	14	6,5	135	62,8	215	100
II – studia I stopnia	41	30,4	19	14,0	2	1,5	73	54,1	135	100
III – studia I stopnia	20	17,6	20	17,6	3	2,6	71	62,2	114	100
I – studia II stopnia	25	27,5	13	14,3	7	7,7	46	50,5	91	100
II – studia II stopnia	28	27,2	23	22,3	2	1,9	50	48,6	103	100

Źródło: Opracowanie własne.

Być może jest to związane z faktem, że (szczególnie w dużych miastach) podjąć pracę w branży reklamowej jest stosunkowo łatwo, a studenci rozpoczynający (być może pierwszą w swoim życiu) pracę zaczynają od rzeczy łatwo dostępnych, z czasem stawiając i rynkowi pracy, i sobie wyższe wymagania. Więcej osób niż w branży reklamowej pracuje w obszarze marketingu i promocji – w całej populacji jest to ponad 15% respondentów. Na tle pozostałych lat szczególnie wyróżnia się ostatni rok studiów, na którym we wspomnianym obszarze pracuje ponad 22% badanych w stosunku do kilkunastoprocentowego udziału w pozostałych latach.

Najwięcej spośród wszystkich osób pracuje w obszarze związanym z mediami, szczególnie na drugim roku studiów I stopnia (30,4% badanych), a także na pierwszym i drugim roku studiów II stopnia (odpowiednio: 27,5% oraz 27,2%).

Zaskakujących danych dostarczyła analiza otrzymanych wyników przy uwzględnieniu zmiennej niezależnej dotyczącej średniej ocen. Odpowiedzi zamieszczono w tabeli 107.

Tabela 107. Branże, w których pracują studenci, według dotychczasowej średniej ocen (N = 656)

Dotychczasowa średnia	W jakiej branży pracujesz?									
	media		branża marketingowo-promocyjna		branża reklamowa		inna branża		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
niższa niż 3,5	6	42,8	4	28,6	0	0	4	28,6	14	100
3,5-4	40	18,8	25	11,7	13	6,1	135	63,4	213	100
4,1-4,5	62	20,9	49	16,6	10	3,4	175	59,1	296	100
powyżej 4,5	45	33,8	24	18	5	3,8	59	44,4	133	100

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z danych zaprezentowanych w tabeli 107, najbardziej związani z pracą zgodną z kierunkiem kształcenia są studenci teoretycznie najslabsi – tylko 28,6% z nich wskazało, że pracuje w innej branży. Na drugim miejscu znajdują się studenci najlepsi – 44,4% wskazań. Odpowiedzi osób z dwóch pozostałych grup są na podobnym względem siebie poziomie. W branży związanej z mediami pracuje 4 na 10 studentów najslabszych, co piąty student deklarujący średnią ocen 3,5-4 lub 4,1-4,5 oraz co trzeci spośród studentów najlepszych. Branża marketingowo-promocyjna cieszy się największym powodzeniem wśród studentów najslabszych (28,6%). Na kolejnym miejscu znajdują się studenci najlepsi (18%), w dalszej kolejności natomiast studenci ze średnią 3,5-4 (11,7%).

Branża reklamowa cieszy się dużo mniejszym zainteresowaniem, przy czym stosunkowo najczęściej wybierają ją studenci ze średnią od 3,5 do 4 (ponad 6%).

2. Plany zawodowe

Na pytanie: „Gdzie chciałbyś pracować?” odpowiedzi udzieliło łącznie 1 391 osób, co stanowiło 96,6% ogółu pytanym. Podobnie jak w pozostałych przypadkach, także w tym pytaniu w momencie korelacji odpowiedzi z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość

odpowiedzi ważnych. Brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe błędy.

Tabela 108 pokazuje wyniki przy zastosowaniu zmiennej niezależnej płeć. Na podstawie ich analizy trudno dopatrzeć się wyraźnych różnic w odpowiedziach kobiet i mężczyzn.

Tabela 108. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według płci (N = 1385)

Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów?	Płeć					
	kobiety		mężczyźni		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w telewizji jako dziennikarz	143	15	75	17,5	218	15,8
w radiu jako dziennikarz	76	7,9	31	7,2	107	7,7
w gazecie lub czasopiśmie jako dziennikarz	136	14,2	76	17,7	212	15,3
w portalu internetowym jako dziennikarz	22	2,3	17	4	39	2,8
w agencji informacyjnej jako dziennikarz	5	0,5	1	0,2	6	0,4
w telewizji, ale nie jako dziennikarz	34	3,6	11	2,6	45	3,2
w radiu, ale nie jako dziennikarz	11	1,2	12	2,8	23	1,7
w gazecie lub czasopiśmie, ale nie jako dziennikarz	19	2	5	1,2	24	1,7
w portalu internetowym, ale nie jako dziennikarz	7	0,7	5	1,2	12	0,9
w agencji informacyjnej, ale nie jako dziennikarz	7	0,7	3	0,7	10	0,7
w agencji reklamowej	144	15,1	57	13,3	201	14,5
w agencji PR	148	15,5	50	11,7	198	14,3
w biurze prasowym	13	1,4	6	1,4	19	1,4
w dowolnej instytucji lub organizacji jako rzecznik prasowy	49	5,1	14	3,2	63	4,6
jeszcze nie zdecydowałem	119	12,4	58	13,5	177	12,8
w innym miejscu	23	2,4	8	1,8	31	2,2
Ogółem	956	100	429	100	1385	100

Źródło: Opracowanie własne.

Odpowiadając na to pytanie, respondenci ujawniali niejako swoje marzenia, a na pewno zamierzenia co do planów na przyszłość. Analiza danych zawartych w tabeli 108 pozwala zauważyć pewne tendencje mówiące bardzo wiele o popularności (lub jej braku) poszczególnych zawodów wśród studentów.

Do najpopularniejszych miejsc przyszłej pracy wskazywanych przez studentki należały: agencja PR (15,5%), agencja reklamowa (15,1%), praca jako dziennikarz telewizyjny (15%) oraz jako dziennikarz prasowy (14,2%). Mężczyźni najczęściej wskazywali pracę na stanowisku dziennikarza prasowego (17,7%) i telewizyjnego (17,5%). Podobnie do kobiet często wskazywali też na agencję reklamową (13,3%) lub agencję PR (11,7%) jako na przyszłe miejsce pracy. Co siódmy mężczyzna i co ósma kobieta jeszcze nie zdecydowali, gdzie zechcieliby pracować.

Warto zauważyć, że znikomą popularnością cieszy się posada dziennikarza w agencji informacyjnej, a także praca w takiej agencji w charakterze innym niż dziennikarz. Bardzo nisko jest też zainteresowanie studentów (tak kobiet, jak i mężczyzn) pracą w biurze prasowym. Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój Internetu i tzw. nowych mediów, wydawać się może zaskakująco niski odsetek osób chcących pracować w portalach internetowych. Nieco częściej chęć na pracę w tym obszarze wyrażają mężczyźni, niemniej jednak nie jest to wynik, którego można by się spodziewać. Za przyszłe miejsce pracy studenci w zdecydowanej większości wybierają media tradycyjne.

Po wprowadzeniu kolejnej zmiennej typ uczelni uzyskujemy ciekawe wyniki ukazujące różnicę pomiędzy studentami uczelni publicznych i niepublicznych w zakresie preferencji co do wybranego miejsca pracy. Nie są to różnice znaczne, niemniej jednak w kilku wypadkach rzecz wymaga podkreślenia. Wyniki zamieszczono w tabeli 109.

Najwięcej spośród badanych osób zamierza zostać dziennikarzem telewizyjnym, przy czym nieco częściej (poziom wskaźnik: 16,9% do 15%) wskazywali tę odpowiedź studenci uczelni niepublicznych. Na drugim miejscu w rankingu popularności przyszłych miejsc pracy znajduje się praca w charakterze dziennikarza prasowego. W tym przypadku dwa razy częściej wybierali tę możliwość studenci uczelni publicznych – co piąty z nich chce być dziennikarzem prasowym, wśród studentów uczelni niepublicznych zaledwie co dziesiąty. Na kolejnych miejscach wskazywano pracę w agencji reklamowej, agencji PR (częściej studenci uczelni niepublicznych). Podobny odsetek studentów z obydwu typów uczelni nie zdecydował jeszcze, gdzie zamierza podjąć pracę.

Osoby kształcące się na uczelniach publicznych częściej od swoich kolegów z uczelni niepublicznych jako przyszłe miejsce pracy wskazywały pracę dziennikarza radiowego lub dziennikarza w agencji informacyjnej, a także pracę w radiu i portalach internetowych, jednak w charakterze innym niż dziennikarz. Dwa razy częściej wskazywały one chęć pracy w innym miejscu – niemniej jednak odsetek wskaźników „innego miejsca”, tzn. pracy poza branżą,

nie jest wysoki (łącznie jest to nieco ponad 2%). Mając na uwadze wyniki uzyskane w pytaniu o aktualne miejsce pracy, należy zauważyć, że studenci co prawda aktualnie pracują częściej poza branżą, jednak swoją przyszłość w zdecydowanej większości wiążą z szeroko rozumianymi mediami, choć niekoniecznie pracą w zawodzie dziennikarza.

Tabela 109. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według typu uczelni (N = 1384)

Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów?	Typ uczelni			
	uczelnia publiczna		uczelnia niepubliczna	
	Liczebność	%	Liczebność	%
w telewizji jako dziennikarz	124	15	94	16,9
w radiu jako dziennikarz	70	8,5	37	6,7
w gazecie lub czasopiśmie jako dziennikarz	160	19,3	53	9,8
w portalu internetowym jako dziennikarz	20	2,4	19	3,4
w agencji informacyjnej jako dziennikarz	5	0,6	1	0,2
w telewizji, ale nie jako dziennikarz	25	3	20	3,6
w radiu, ale nie jako dziennikarz	5	0,6	18	3,2
w gazecie lub czasopiśmie, ale nie jako dziennikarz	11	1,3	13	2,3
w portalu internetowym, ale nie jako dziennikarz	8	1	4	0,7
w agencji informacyjnej, ale nie jako dziennikarz	10	1,2	0	0
w agencji reklamowej	109	13,2	89	16
w agencji PR	105	12,7	93	16,7
w biurze prasowym	10	1,2	9	1,6
w dowolnej instytucji lub organizacji jako rzecznik prasowy	31	3,7	32	5,7
jeszcze nie zdecydowałem	111	13,4	67	12
w innym miejscu	24	2,9	7	1,2
Ogółem	828	100	556	100

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując odpowiedzi na to pytanie, przy uwzględnieniu zmiennej rok studiów można odnieść generalne wrażenie, że nie ma ona zasadniczego znaczenia dla kwestii wyboru przyszłego miejsca pracy, a jeśli takie zależności można wskazać, to tylko w niewielu przypadkach.

Tabela 110. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według roku studiów (N = 1389)

Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów?	Rok studiów									
	I – studia I stopnia		II – studia I stopnia		III – studia I stopnia		I – studia II stopnia		II – studia II stopnia	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w telewizji jako dziennikarz	92	19	56	16,3	34	13,7	17	11,4	19	11,6
w radiu jako dziennikarz	57	11,8	22	6,4	7	2,8	10	6,8	11	6,8
w gazecie lub czasopiśmie jako dziennikarz	76	15,7	53	15,5	32	12,9	26	17,6	28	17,1
w portalu internetowym jako dziennikarz	7	1,4	12	3,5	7	2,8	7	4,7	6	3,7
w agencji informacyjnej jako dziennikarz	0	0	4	1,2	0	0	2	1,3	0	0
w telewizji, ale nie jako dziennikarz	17	3,5	6	1,7	11	4,4	8	5,4	3	1,8
w radiu, ale nie jako dziennikarz	5	1	6	1,7	2	0,8	5	3,4	5	3
w gazecie lub czasopiśmie, ale nie jako dziennikarz	7	1,4	5	1,5	2	0,8	5	3,4	5	3
w portalu internetowym, ale nie jako dziennikarz	7	1,4	2	0,6	1	0,4	0	0	2	1,2
w agencji informacyjnej, ale nie jako dziennikarz	2	0,4	1	0,3	3	1,2	1	0,7	3	1,8
w agencji reklamowej	71	14,7	48	14	44	17,7	21	14,2	17	10,4
w agencji PR	62	12,8	47	13,7	49	19,7	18	12,2	22	13,4
w biurze prasowym	5	1	6	1,8	5	2	1	0,7	2	1,2
w dowolnej instytucji lub organizacji jako rzecznik prasowy	20	4,1	13	3,8	15	6	7	4,7	8	4,9
jeszcze nie zdecydowałem	53	11	55	16	24	9,6	18	12,2	28	17,1
w innym miejscu	4	0,8	7	2	13	5,2	2	1,3	5	3
Ogółem	485	100	343	100	249	100	148	100	164	100

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 110, w najpopularniejszym zawodzie (dziennikarz telewizyjny) najchętniej, tj. co piąty z nich, chcą pracować pierwszorocznicy, wobec pozostałych wskazań na poziomie od 11,5% do 16,3%. Podobnie w przypadku chęci bycia dziennikarzem radiowym dominują w tym zakresie osoby rozpoczynające swoje kształcenie. Niewykluczone, że popularność tych zawodów na początkowych latach studiów wynika z nieco bezkrytycznych wyobrażeń adeptów dziennikarstwa, którzy nie mają jeszcze szerokich perspektyw, w tym świadomości, że praca po ukończeniu dziennikarstwa i komunikacji społecznej nie wiąże się obowiązkowo z koniecznością występowania na wizji czy za radiowym „sitkiem” i że tego rodzaju kariery należą do rzadkości. Zostawanie dziennikarzem po „dziennikarstwie” było pewną normą kilka (lub nawet kilkanaście) lat temu, kiedy kierunek ten funkcjonował zaledwie w kilku uczelniach w kraju i każdy, kto go ukończył, miał realne szanse na pracę w zawodzie. Dziś bycie dziennikarzem to zaledwie jedna z wielu możliwości, jakie stoją przed absolwentami kierunku. Druga strona medalu jest taka, że do tego, by zostać dziennikarzem, nie wystarczą same studia. Klucz do sukcesu w tym zakresie leży gdzie indziej – bardziej w determinacji w dążeniu do celu, w nieustannym udowadnianiu swojej przydatności, w pracowitości, a w końcu w talencie i wrodzonych predyspozycjach. Ukończenie studiów wydaje się obecnie zaledwie jednym z elementów złożonej układanki.

Praca dziennikarza prasowego ceniona jest na podobnym poziomie przez studentów wszystkich lat. Podobnie praca w agencji reklamowej, z tym że najwięcej osób chce tam pracować spośród studentów trzeciego roku studiów I stopnia, a najmniej spośród studentów drugiego roku studiów magisterskich. W przypadku chęci pracy w agencji PR zaznacza się wyraźna przewaga studentów trzeciego roku nad pozostałymi grupami – co piąty student wybiera taką ewentualność. Dodatkowo, należy stwierdzić, że najbardziej zdecydowani co do swojego przyszłego miejsca pracy są studenci pierwszego i trzeciego roku studiów I stopnia, najmniej natomiast ci, którzy kończą właśnie studia magisterskie.

Ciekawe wnioski pozwala wyciągnąć analiza uzyskanych wyników przy uwzględnieniu zmiennej niezależnej tryb studiów. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 111.

Studenci studiów stacjonarnych bardziej od swoich kolegów ze studiów niestacjonarnych chcą być dziennikarzem telewizyjnym, prasowym i internetowym. Chętniej też podjęliby pracę w agencji reklamowej oraz agencji informacyjnej, rzadziej zaś wybierają pracę w mediach w charakterze innym niż dziennikarz. Rzadziej też wskazywali na chęć pracy w biurze prasowym czy w dowolnej instytucji lub organizacji w charakterze rzecznika prasowego. W przypadku pozostałych potencjalnych miejsc pracy nie można zauważyć zasadniczych różnic pomiędzy osobami studiującym w trybie stacjonarnym a tymi, które studiują w trybie niestacjonarnym.

Tabela 111. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według trybu studiów (N = 1387)

Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów?	Tryb studiów			
	stacjonarny		niestacjonarny	
	Liczebność	%	Liczebność	%
w telewizji jako dziennikarz	125	17,7	93	13,7
w radiu jako dziennikarz	53	7,5	54	7,9
w gazecie lub czasopiśmie jako dziennikarz	113	16	101	14,8
w portalu internetowym jako dziennikarz	22	3,1	17	2,5
w agencji informacyjnej jako dziennikarz	4	0,6	2	0,3
w telewizji, ale nie jako dziennikarz	20	2,8	24	3,5
w radiu, ale nie jako dziennikarz	7	1	16	2,3
w gazecie lub czasopiśmie, ale nie jako dziennikarz	9	1,3	15	2,2
w portalu internetowym, ale nie jako dziennikarz	7	1	6	0,9
w agencji informacyjnej, ale nie jako dziennikarz	5	0,7	5	0,7
w agencji reklamowej	107	15,2	93	13,7
w agencji PR	99	14	99	14,5
w biurze prasowym	6	0,9	13	1,9
w dowolnej instytucji lub organizacji jako rzecznik prasowy	22	3,1	41	6
jeszcze nie zdecydowałem	88	12,5	90	13,2
w innym miejscu	18	2,6	13	1,9
Ogółem	705	100	682	100

Źródło: Opracowanie własne.

Wziąwszy pod uwagę zmienną dotychczasowa średnia ocen, można dostrzec kilka kwestii, które wydają się ważne podkreślenia. Odpowiedzi zamieszczono w tabeli 112.

Tabela 112. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według dotychczasowej średniej ocen (N = 1385)

Gdzie chciałbyś pracować po ukończeniu studiów?	Dotychczasowa średnia							
	niższa niż 3,5		3,5-4		4,1-4,5		powyżej 4,5	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
w telewizji jako dziennikarz	4	19	59	13,8	96	15,3	59	19,2
w radiu jako dziennikarz	2	9,5	29	6,8	56	8,9	20	6,5
w gazecie lub czasopiśmie jako dziennikarz	2	9,5	51	11,9	102	16,2	58	18,8
w portalu internetowym jako dziennikarz	0	0	20	4,7	16	2,5	3	1
w agencji informacyjnej jako dziennikarz	0	0	5	1,2	1	0,2	0	0
w telewizji, ale nie jako dziennikarz	0	0	10	2,3	26	4,1	9	2,9
w radiu, ale nie jako dziennikarz	0	0	4	0,9	7	1,1	12	3,9
w gazecie lub czasopiśmie, ale nie jako dziennikarz	0	0	9	2,1	13	2,1	2	0,7
w portalu internetowym, ale nie jako dziennikarz	0	0	10	2,3	2	0,3	0	0
w agencji informacyjnej, ale nie jako dziennikarz	0	0	3	0,7	7	1,1	0	0
w agencji reklamowej	5	23,8	64	15	99	15,7	33	10,7
w agencji PR	0	0	64	15	93	14,8	41	13,3
w biurze prasowym	0	0	7	1,7	11	1,8	1	0,3
w dowolnej instytucji lub organizacji jako rzecznik prasowy	2	9,5	23	5,4	25	4	13	4,2
jeszcze nie zdecydowałem	6	28,7	63	14,8	66	10,5	41	13,3
w innym miejscu	0	0	6	1,4	9	1,4	16	5,2
Ogółem	21	100	427	100	629	100	308	100

Źródło: Opracowanie własne.

Okazało się, że jako dziennikarz telewizyjny najchętniej pracowaliby studenci najlepsi i najgorsi z punktu widzenia średniej ocen (odpowiednio: 19% i 19,2%). Chęć zostania dziennikarzem radiowym najczęściej wskazywali studenci najgorsi, niewiele mniej wskazań było w grupie studentów ze średnią 4,1-4,5. Studenci najgorsi najchętniej chcieliby pracować w agencji reklamowej (23,8%), a 28,6% z nich jeszcze nie zdecydowało. Grupa studentów o nieco wyższej średniej (3,5-4) jako swoje przyszłe miejsce pracy najchętniej widziałaby agencję reklamową i agencję PR (po 15%), najrzadziej wskazywała pracę w agencji informacyjnej oraz w radiu w charakterze innym niż dziennikarz (odpowiednio: 0,7% i 0,9%). Studenci ze średnią od 4,1 do 4,5 oprócz pracy dziennikarza telewizyjnego najchętniej deklarowali chęć pracy jako dziennikarz prasowy (16,2%) oraz pracę w agencji reklamowej lub agencji PR (odpowiednio: 15,7% i 14,8%). Najrzadziej wybierali oni pracę dziennikarza w agencji informacyjnej (0,2%) oraz pracę w portalu internetowym w charakterze innym niż dziennikarz (0,3%). Studenci najlepsi widzą siebie w roli dziennikarza prasowego (18,8%), a także w charakterze pracownika agencji PR lub agencji reklamowej (odpowiednio: 13,3% oraz 10,7%). Nikt spośród najlepszych studentów nie zamierza pracować w agencji informacyjnej bez względu na charakter pracy, nikt także nie chce podjąć pracy w portalu internetowym w charakterze innym niż praca dziennikarska. Ponad 13% najlepszych studentów nie zdecydowało jeszcze, gdzie zamierza pracować.

Chcąc krótko podsumować odpowiedzi uzyskane na pytanie o pożądane miejsce pracy, można zaproponować kilka istotnych wniosków. Po pierwsze, studenci cenią zawód dziennikarza, jeśli chcą pracować w mediach, to bardziej jako dziennikarze. Po drugie, stosunkowo dużo osób nie wie jeszcze, gdzie chce pracować – i nie ma tutaj większego znaczenia (jakby się mogło wydawać) ani rok, ani tryb studiów. Po trzecie, w odpowiedziach dotyczących pożądanego miejsca pracy nie ma zasadniczych różnic pomiędzy stanowiskiem kobiet i mężczyzn. Różnice, które się pojawiają, nie wydają się szczególnie istotne. Po czwarte, bardzo ceniona jest przez studentów praca w agencjach reklamowych i PR, natomiast omijają będą one agencje informacyjne – to bardzo ciekawa informacja, tym bardziej, że w standardach studiów pojawiają się przedmioty zawierające treści dotyczące funkcjonowania agencji informacyjnych, wydawałoby się więc, że przynajmniej część studentów weźmie je pod uwagę jako ewentualne miejsce swojej przyszłej pracy.

Ostatni wniosek jest zastanawiający: studenci bardziej cenią sobie dziennikarstwo w mediach tradycyjnych od dziennikarstwa internetowego. Tam upatrują swojej przyszłości. Dziennikarstwo internetowe ciągle się rozwija, jest oczywiście w pewnym sensie wciąż niezdefiniowane, budzi więc jako nowa forma pewne uzasadnione obawy przed nieznanym. Nie można jednak udawać, że dziennikarstwa internetowego nie ma. Można wręcz stwierdzić, że to Internet będzie w przyszłości jedynym albo przynajmniej dominującym

polem aktywności dziennikarskiej (już teraz siła argumentów zdaje się przemawiać na korzyść Internetu), a więc im szybszy start w tym zakresie, tym lepiej dla startującego – tym bardziej że ludzie młodzi nie mają zazwyczaj żadnych problemów w zakresie operowania nowoczesną technologią, czym wygrywają rywalizację z istotną częścią starszych dziennikarzy.

Na zakończenie analizy odpowiedzi na to pytanie należy jeszcze stwierdzić, że 31 osób odpowiedziało, że chciałoby pracować w innym miejscu niż miejsca proponowane w kafeterii. Osoby te mogły samodzielnie wskazać, gdzie chciałyby pracować. Zestaw proponowanych odpowiedzi był bardzo urozmaicony, zdecydowana większość propozycji pojawiała się jednokrotnie. Ci, którzy samodzielnie wskazywali miejsce swojej przyszłej pracy, chcą pracować w agencjach (brandingowej, koncertowej, eventowej lub reklamowej – specjalistycznej), działach promocji i informacji urzędów samorządowych, działach personalnych i organizacyjnych firm działających w różnych branżach, działach public relations korporacji z branży nowych technologii, działach zajmujących się grafiką komputerową, na uczelni wyższej lub w szkole jako nauczyciel, w centrach sztuki, promocji kultury, własnym magazynie internetowym.

Wymieniano też konkretne stanowiska pracy: fotograf, fotoreporter – wolny strzelec, dziennikarz w terenie, trener medialny czy pisarz. Kilkanaście osób nie zamierza pracować w branży związanej z dziennikarstwem lub komunikacją społeczną, chce jednak posiadać własne firmy o niesprecyzowanym w odpowiedzi profilu.

3. Oczekiwania finansowe

Ostatnie z pytań, jakie zadano, chcąc określić sytuację studentów (ale też absolwentów) na rynku pracy, miało za zadanie zdiagnozować poziom żądań zarobkowych młodzieży akademickiej. Na pytanie: „Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po ukończeniu studiów?” odpowiedzi udzieliły łącznie 1 323 osoby, co stanowiło 91,9% ogółu pytanych. Podobnie jak w przypadku poprzedniego pytania w momencie korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe błędy.

Na podstawie analizy uzyskanych wyników z uwzględnieniem zmiennej płęć można stwierdzić, że mężczyźni mają zdecydowanie wyższe aspiracje zarobkowe od kobiet. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 113.

Powyżej 3 tys. zł chciałby zarabiać co trzeci mężczyzna i zaledwie co piąta kobieta. Nieco mniej, bo od 2,5 tys. do 3 tys. zł, chciałoby zarabiać 16% mężczyzn i niecałe 15% kobiet, podobnie na kolejnym poziomie (od 2 tys. do 2,5 tys.) przewaga mężczyzn jest znacząca – taką stawkę chciałoby zarabiać prawie 23% mężczyzn i 15% kobiet. Wnioskować zatem można, że

aspiracje zawodowe mężczyzn są wyższe, ale też żądania te są zapewne poparte świadomością sytuacji na rynku pracy, który (jak pokazuje większość badań) wciąż jeszcze – pod względem np. wysokości zarobków czy szybkością awansu – uprzywilejowuje mężczyzn.

Tabela 113. Oczekiwania zarobkowe według płci (N = 1319)

Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po skończeniu studiów?	Płeć					
	kobiety		mężczyźni		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
powyżej 3000 zł	191	21	140	34,1	331	25
od 2501 do 3000 zł	134	14,8	66	16,1	200	15,2
od 2001 do 2500 zł	223	24,6	93	22,6	316	24
od 1501 do 2000 zł	298	32,8	96	23,3	394	29,9
od 1000 do 1500 zł	62	6,8	16	3,9	78	5,9
Ogółem	908	100	411	100	1319	100

Źródło: Opracowanie własne.

Mając na uwadze kolejną zmienną – rok studiów – należy stwierdzić, że studenci ze wszystkich lat na podobnym poziomie – mniej więcej co czwarty student z wyjątkiem pierwszego roku studiów magisterskich – stwierdzają, że chcieliby zarabiać najwyższą z zaproponowanych stawek. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 114.

Tabela 114. Oczekiwania zarobkowe według roku studiów (N = 1321)

Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po skończeniu studiów?	Rok studiów									
	I – studia I stopnia		II – studia I stopnia		III – studia I stopnia		I – studia II stopnia		II – studia II stopnia	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
powyżej 3000 zł	115	26	83	24,6	60	26,4	32	21,6	41	24,6
od 2501 do 3000 zł	71	16,1	55	16,4	22	9,7	27	18,2	25	15
od 2001 do 2500 zł	104	23,5	78	23,1	46	20,3	38	25,7	51	30,5
od 1501 do 2000 zł	127	28,7	99	29,4	78	34,4	46	31,1	45	26,9
od 1000 do 1500 zł	25	5,7	22	6,5	21	9,2	5	3,4	5	3
Ogółem	442	100	337	100	227	100	148	100	167	100

Źródło: Opracowanie własne.

Nieco mniejszymi pieniędzmi zadowoliliby się zwykle do 15% do 18% studentów z wyjątkiem ostatniego roku studiów I stopnia, gdzie co dziesiąty pytany wskazał takie odpowiedzi. Kwota 2-2,5 tys. zł zadowoliliby średnio co czwartego studenta, przy czym najwyższy procent wskazań ta odpowiedź uzyskała wśród studentów ostatniego roku studiów II stopnia, a najniższy – wśród studentów ostatniego roku studiów I stopnia. Średnio co trzeci student zgodziłby się pracować za kwotę 1,5-2 tys. zł miesięcznie – najrzadziej odpowiedź tę wskazywali studenci kończący studia II stopnia, najczęściej ci, którzy kończą studia I stopnia. Akceptacja dla zarobków na poziomie 1-1,5 tys. zł wynosi średnio niecałe 6%. Najczęściej wskazywali je studenci kończący studia licencjackie – co dziesiąta odpowiedź.

Analizując odpowiedzi zawarte w tabeli 115 uwzględniającej wyniki ze zmienną typ uczelni, nie można jednoznacznie stwierdzić, którzy studenci mają wyższe aspiracje w kontekście swoich przyszłych zarobków.

Tabela 115. Oczekiwanie zarobkowe według typu uczelni (N = 1318)

Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po skończeniu studiów?	Typ uczelni			
	uczelnia publiczna		uczelnia niepubliczna	
	Liczebność	%	Liczebność	%
powyżej 3000 zł	192	24,1	139	26,6
od 2501 do 3000 zł	134	16,8	65	12,5
od 2001 do 2500 zł	189	23,8	126	24,1
od 1501 do 2000 zł	231	29	164	31,4
od 1000 do 1500 zł	50	6,3	28	5,4
Ogółem	796	100	522	100

Źródło: Opracowanie własne.

Odpowiedzi jednej i drugiej grupy są zazwyczaj na podobnym poziomie, z minimalnie wyższymi aspiracjami studentów uczelni publicznych – tzn. sumując wynik dla dwóch najwyższych stawek zarobków, otrzymujemy 1% więcej wskazań studentów uczelni publicznych. Nie wydaje się jednak w tym przypadku uzasadnione stawianie wniosku o jakichkolwiek istotnych różnicach.

Ciekawe wnioski przynosi natomiast analiza uzyskanych odpowiedzi z uwzględnieniem zmiennej niezależnej dotychczasowa średnia ocen. Wartość N wyniosła w tym przypadku 1 321, co stanowi 100% dla dalszych analiz dotyczących tego pytania. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 116.

Analiza danych zamieszczonych w tabeli ukazuje istnienie zasadniczej różnicy pomiędzy studentami wykazującymi się poszczególnymi poziomami średniej z ocen. Najwyższą proponowaną stawkę chciałby zarabiać co czwarty student, najbardziej studenci najsłabsi. W przypadku kolejnego

poziomu zarobku (od 2,5 tys. do 3 tys.) zaznaczyć należy, że nie zyskał on w ogóle aprobaty studentów najsłabszych. Poziom ten był wskazywany średnio przez co siódmego studenta – najrzadziej wskazywali go studenci najlepsi. Co czwarty student chciałby zarabiać od 2 tys. do 2,5 tys., a co trzeci od 1,5 do 2 tys. zł. W tych dwóch odpowiedziach odsetek wskazań na poszczególnych latach studiów był na podobnym poziomie. Analogicznie sytuacja wyglądała w przypadku najniższej z proponowanych stawek.

Tabela 116. Oczekiwania zarobkowe według dotychczasowej średniej (N = 1321)

Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po skończeniu studiów?	Dotychczasowa średnia							
	niższa niż 3,5		3,5-4		4,1-4,5		powyżej 4,5	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
powyżej 3000 zł	4	20	94	23,8	144	23,9	89	29,3
od 2501 do 3000 zł	0	0	66	16,7	92	15,3	42	13,8
od 2001 do 2500 zł	9	45	89	22,6	147	24,4	72	23,7
od 1501 do 2000 zł	6	30	117	29,6	186	30,9	86	28,3
od 1000 do 1500 zł	1	5	29	7,3	33	5,5	15	4,9
Ogółem	20	100	395	100	602	100	304	100

Źródło: Opracowanie własne.

Ostatnią z zastosowanych zmiennych był tryb studiów. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczono w tabeli 117.

Tabela 117. Oczekiwania zarobkowe według trybu studiów (N = 1319)

Ile chciałbyś zarabiać bezpośrednio po skończeniu studiów?	Tryb studiów			
	stacjonarny		niestacjonarny	
	Liczebność	%	Liczebność	%
powyżej 3000 zł	201	29,2	130	20,7
od 2501 do 3000 zł	94	13,6	106	16,8
od 2001 do 2500 zł	149	21,6	166	26,3
od 1501 do 2000 zł	203	29,5	192	30,5
od 1000 do 1500 zł	42	6,1	36	5,7
Ogółem	689	100	630	100

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie wyników w niej zamieszczonych wnioskować można, że studenci studiów stacjonarnych chcieliby zarabiać stosunkowo więcej niż studenci studiów niestacjonarnych. Najwyższą stawkę wskazał co trzeci student studiów stacjonarnych i co piąty – zaocznych. Kwota od 2,5 tys. do 3 tys. zadowoliła by 16,8% studentów niestacjonarnych i 13,6% – stacjonarnych. Podobnie na kolejnym, niższym poziomie wskazania studentów niestacjonarnych są częste. Najwyższe z zaproponowanych stawek znalazły uznanie wśród takiego samego odsetka studentów studiujących w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym.

4. Praca bez wynagrodzenia

Istotną wskazówką pomagającą stworzyć obraz sytuacji studenta (a po części również absolwenta) dziennikarstwa na rynku pracy jest jego gotowość na podejmowanie przedsięwzięć długoterminowych, których efekt nie jest natychmiastowy, a rozłożony w czasie, przedsięwzięć, które wymagają zaangażowania siły, ale przede wszystkim czasu i poświęcenia w imię celu, który zamierza się osiągnąć za czas jakiś. Do takich przedsięwzięć należy z pewnością zgoda na czasową pracę bez wynagrodzenia, tym bardziej, że wiele redakcji dziennikarskich tego typu rozwiązanie traktuje jako sprawdzian przyszłego pracownika i w początkowym okresie nie wypłaca w ogóle wynagrodzenia (pracę traktując jak realizację praktyk) albo też wypłacając wynagrodzenie częściowe (np. w formie zapłaty jedynie za „wierszówkę” itp.). Każde z tych rozwiązań ma swoje wady i zalety, niemniej jednak podstawą jest zgoda studenta (lub absolwenta) na takie rozwiązanie.

Na pytanie: „Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?” odpowiedzi udzieliło łącznie 1 330 osób, co stanowiło 92,4% ogółu pytanym. Tak jak w poprzednich pytaniach w przypadku korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Brano pod uwagę jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe błędy.

Na podstawie danych zamieszczonych w tabeli 118 można zaproponować wniosek, że kobiety dużo częściej niż mężczyźni są skłonne zgodzić się na początkową pracę bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu.

Istotne byłoby dotarcie do powodów deklaracji takich postaw – niemniej jednak już teraz można zaryzykować stwierdzenie, że z racji zauważalnej gorszej sytuacji kobiet na rynku pracy są one w stanie więcej poświęcić, aby zrealizować swoje zamierzenia zawodowe.

Biorąc pod uwagę rok studiów respondentów, należy przede wszystkim zauważyć, że studenci ostatniego roku studiów raczej niechętnie odnoszą się do idei pracy bez wynagrodzenia. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 119.

Tabela 118. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według płci (N = 1322)

Płeć	Czy bylibyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
kobiety	500	55,2	405	44,8	905	100
mężczyźni	184	44,1	233	55,9	417	100
Ogółem	684	51,7	638	48,3	1322	100

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 119. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według roku studiów (N = 1327)

Rok studiów	Czy bylibyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
I – studia I stopnia	230	51,9	213	48,1	443	100
II – studia I stopnia	196	57,6	144	42,3	340	100
III – studia I stopnia	114	50,7	111	49,3	225	100
I – studia II stopnia	83	55,3	67	44,7	150	100
II – studia II stopnia	64	38,1	104	61,9	168	100

Źródło: Opracowanie własne.

Być może jest to spowodowane tym, że istotna część z nich już pracuje, a skoro tak się dzieje, to nie widzą oni potrzeby, dla której należałoby rezygnować z wynagrodzenia, nawet w imię wyższych celów. Stosunkowo najchętniej zgodziliby się pracować bez wynagrodzenia studenci drugiego roku studiów I stopnia oraz studenci rozpoczynający studia II stopnia.

Ciekawe informacje otrzymać można po zastosowaniu w tym pytaniu zmiennej niezależnej typ uczelni. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczono w tabeli 120.

Jak można zauważyć, zdecydowanie częściej z ideą możliwości początkowej pracy bez wynagrodzenia zgadzają się studenci uczelni publicznych – ponad 58% zgodziłoby się na takie rozwiązanie w stosunku do niecałych 42% studentów studiujących na uczelniach niepublicznych.

Wziąwszy pod uwagę kolejną zmienną, zauważyć można, że to studenci najgorsi najczęściej wyrażali zgodę na możliwość pracy bez wynagrodzenia. Bezpośrednio za nimi uplasowali się studenci najlepsi. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 121.

Tabela 120. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według typu uczelni (N = 1321)

Typ uczelni	Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
uczelnia publiczna	466	58,3	333	41,7	799	100
uczelnia niepubliczna	219	41,9	303	58,1	522	100

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 121. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według dotychczasowej średniej ocen (N = 1322)

Dotychczasowa średnia	Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
niższa niż 3,5	12	60	8	40	20	100
3,5-4	189	48	205	52	394	100
4,1-4,5	300	50,1	299	49,9	599	100
powyżej 4,5	182	58,9	127	41,1	309	100

Źródło: Opracowanie własne.

Można domniemywać, że na ich postawę wpływ mają inne przyczyny, jednak ich diagnoza wymagałaby szerszego, odrębnego opracowania. Ponad 10% niższe poparcie uzyskuje idea pracy bez wynagrodzenia wśród studentów średnich, więc tych ze średnią ocen pomiędzy 3,5 a 4 (48%) oraz ze średnią pomiędzy 4,1-4,5 (49,9%).

Dane zaprezentowane w tabeli 122 pozwalają zaproponować wniosek, że studenci stacjonarni nieco częściej (54,1%) niż ich koledzy ze studiów niestacjonarnych (48,7%) zgodziliby się pracować bez wynagrodzenia, jeśli umożliwiłoby im to dostanie się do wybranego zawodu.

Ciekawe wnioski otrzymano podczas analizy odpowiedzi na to pytanie z uwzględnieniem zmiennej niezależnej miejsce zamieszkania – wartość N = 1323, co stanowi 100% dla dalszych analiz. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 123.

Tabela 122. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według trybu studiów (N = 1323)

Tryb studiów	Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
stacjonarny	373	54,3	314	45,7	687	100
niestacjonarny	310	48,7	326	51,3	636	100

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 123. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według miejsca zamieszkania (N = 1323)

Miejsce zamieszkania	Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?					
	tak		nie		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
wieś	101	44,9	124	55,1	225	100
miasto do 100 tys. mieszkańców	230	53	204	47	434	100
miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	117	57,6	86	42,4	203	100
miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	236	51,2	225	48,8	461	100

Źródło: Opracowanie własne.

Na podstawie wyników w niej umieszczonych wnioskować można, że najmniej przychylni idei pracy bez wynagrodzenia są studenci zamieszkali na wsi (44,5%), natomiast najbardziej – studenci zamieszkujący miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców – w tej grupie zanotowano odsetek 57,6% wskazań na tak. Początkową pracę bez wynagrodzenia zaakceptowaliby w dalszej kolejności mieszkańcy miast do 100 tys. mieszkańców (53%) oraz mieszkańcy największych miast (51,2%).

Na pytanie: „Czy byłbyś skłonny bezpośrednio po studiach pracować bez wynagrodzenia, aby dzięki temu dostać się do wybranego zawodu?” pozytywnie odpowiedziało w sumie 637 osób. Zapytano więc, jakie powody mogłyby ich skłonić do podjęcia takiej decyzji. Na tak postawione pytanie uzyskano w sumie 1 442 odpowiedzi, co stanowi 75,5% odpowiedzi możliwych do uzyskania, ponieważ każdy z respondentów mógł wskazać do 3 własnych propozycji. Suma

uzyskanych odpowiedzi stanowiła podstawę do wyliczenia udziału poszczególnych odpowiedzi w całości zebranego materiału dotyczącego tego pytania.

Pomimo tego, że respondenci sami mogli wskazywać powody, dla których byliby skłonni podjąć się pracy bez wynagrodzenia (a więc spodziewana była ich duża różnorodność), zdecydowaną większość (92%) wskazywanych propozycji można uszeregować w 25 ogólniejszych stwierdzeniach.

Bezsprzecznie na pierwszym miejscu plasuje się chęć zdobycia doświadczenia – odpowiedź ta stanowiła 28% wszystkich uzyskanych, przy czym doświadczenie jest tu rozumiane bardzo szeroko, bowiem zwykle wskazywano jedynie ogólne sformułowania „doświadczenie”, ale też dość często pojawiały się rozbudowane wypowiedzi dotyczące konkretnych elementów, które na owo doświadczenie się składają. Studenci chcą więc przyjrzeć się „od kuchni” pracy redakcji lub agencji reklamowych, chcą też mieć orientację w codziennych działaniach w pracy dziennikarza, aby poznać praktyczny wymiar zawodu, który zamierzają wykonywać.

Na drugim miejscu (z udziałem nieco powyżej 10%) znalazła się grupa odpowiedzi wskazujących na chęć pracy bez wynagrodzenia pod warunkiem pewności przyszłego zatrudnienia. W dużej mierze studenci wskazywali, że chcieliby pracować zarobkowo w tym samym miejscu, w którym podjęliby się pracy bez wynagrodzenia, jednak nie był to wskaźnik dominujący. Wyraźnie da się jednak zauważyć, że studenci dbają o swoją przyszłość i już podczas studiów planują przyszłą karierę, ponieważ odpowiedzi mieszczące się w tej grupie były często rozbudowane i nacechowane emocjonalnie.

Nieco mniejszy (ale również istotny – na poziomie ponad 7%) udział w zestawie wszystkich odpowiedzi ma chęć wyrobienia sobie znajomości wśród dziennikarzy, „ludzi z branży”, czyli szeroko rozumianym środowisku. Studenci wskazywali tutaj na fakt, iż nieodzownym elementem efektywnej pracy jest dobra znajomość branży, w której zamierza się pracować. Nabycie niezbędnych kontaktów pozwalających dobrze pracować było więc wskazywane w ponad 100 odpowiedziach.

Kolejnym powodem (84 odpowiedzi, co stanowiło blisko 6% ogółu wskazań) była chęć pracy ze znanymi dziennikarzami, przy czym dla niektórych studentów sama możliwość takiej pracy była wystarczającą nobilitacją – prowadzącą do zgody na rezygnację z wynagrodzenia. Dla większości jednak był to jedynie świadomy krok w celu podpatrzenia u nich umiejętności, zachowań, praktyk w codziennej pracy. Chęć pracy z „branżowymi autorytetami” była wskazywana dość często i często również w sposób rozbudowany uzasadniana.

Na kolejnym miejscu (blisko 5% udziału) znalazły się odpowiedzi wskazujące na chęć podszkolenia, czy wręcz zdobycia warsztatu – tak dziennikarskiego, jak i z zakresu innych zawodów związanych z komunikacją społeczną. Często wskazywano na fakt, że podczas studiów zbyt mało jest zajęć praktycznych, warsztatowych, ale też, że nawet gdy już są prowadzone, to zwykle odbywa się

to w pośpiechu, nieumiejętnie i – według studentów – z pewnością nie przynosi pozytywnych rezultatów. Dopiero praca „na miejscu”, w redakcji pisma, studiu radiowym lub agencji reklamowej czy PR pozwala nabyć wartościowe umiejętności praktyczne niezbędne do wykonywania obowiązków służbowych.

Ponad 4% udziału wśród wszystkich odpowiedzi miały te wskazujące na szeroko rozumiany rozwój, samorealizację czy chęć zaspokojenia pasji życiowych. Były to zazwyczaj odpowiedzi entuzjastyczne, wskazujące na idealistycznie nastawienie respondenta, często jednak pozbawione głębszej refleksji.

Nieco mniej, bo ok. 50 wskazań (co stanowi ok. 3,5% ogółu), miały odpowiedzi wskazujące na powody związane z prestiżem zawodu lub pracodawcy. Dla istotnej części osób możliwość pracy w „Gazecie Wyborczej”, Radiu Zet czy Radiu RMF wydawała się wystarczającym powodem, aby zrezygnować z pobierania wynagrodzenia przynajmniej przez pewien czas. Jak można zauważyć, magia marek medialnych jest dla studentów czynnikiem dość istotnym.

Podobny poziom uzyskała grupa odpowiedzi wskazujących na to, że powodem rezygnacji z wynagrodzenia byłaby możliwość zdobycia referencji niezbędnych do dalszego poszukiwania pracy, czy wręcz możliwości zamieszczenia w CV stosownych informacji o pracy w danej redakcji czy agencji lub przynajmniej o odbyciu tam praktyk zawodowych.

Nieco ponad 2% odpowiedzi stanowiły te mówiące o ciekawej pracy lub ciekawych zadaniach do wykonania jako o powodach chwilowej rezygnacji z wynagrodzenia. Podobny poziom uzyskały odpowiedzi sugerujące, że powodem takim byłoby bezrobocie, ale też – z drugiej strony – praca zarobkowa w innym miejscu, która umożliwiłaby zabezpieczenie materialne, tak aby praca w zakresie komunikacji społecznej mogła być rodzajem hobby, pracą dla „frajdy”.

Wskazania na poziomie ok. 2% otrzymały też odpowiedzi mówiące o tym, że to pojawiające się wyzwania stanowiłyby powód do możliwości rezygnacji z wynagrodzenia albo też że takim powodem byłaby chęć wyrobienia sobie nazwiska w branży. Mniejszy poziom wskazań (w okolicach 1% i mniej) uzyskiwały odpowiedzi wskazujące na powody w postaci:

- wypróbowania samego siebie – sprawdzenia się,
- realizacji nieambitnych, krótkotrwałych zadań,
- możliwości dostępu do informacji nieznanych w społeczeństwie,
- nudy,
- obiecanego szybkiego awansu.

Pojedyncze odpowiedzi jako powód ewentualnej rezygnacji z wynagrodzenia wskazywały:

- elastyczne godziny pracy,
- doświadczenia rodzinne,
- możliwość pracy za granicą,
- lokalizację pracy blisko miejsca zamieszkania,
- poznanie rynku,

- poznanie konkurencji,
- przywileje związane z wykonywanym zawodem.

5. Aktywność w dziennikarskich organizacjach zawodowych

Ankietowani studenci zostali zapytani o to, czy zamierzają należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej. Postawienie takiego pytania uzasadnione było m.in. świadomością roli, jaką organizacje te odgrywały niegdyś w rozwoju polskiego dziennikarstwa, ale także wewnątrzśrodowiskowymi sporami obserwowanymi od wielu lat, a mającymi przecież negatywny wpływ na spójność środowiska i jego siłę. Poznanie odpowiedzi studentów pozwoliło pośrednio określić ich stosunek do tych kwestii. Otrzymane wyniki nie napawają optymizmem.

Odpowiedzi na pytanie: „Czy chcesz należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej” udzieliło łącznie 1 428 osób, co stanowi 92,2% ogółu pytanym. Należy jednak zaznaczyć, że w przypadku korelacji odpowiedzi na to pytanie z kolejnymi (istotnymi) zmiennymi niezależnymi pojawia się różna wartość odpowiedzi ważnych. Dzieje się tak dlatego, że respondenci nie zawsze w sposób dokładny wypełniali dane w metryczce. W takim przypadku brano pod uwagę (tzn. uwzględniano w prezentacji tabelkowej oraz poddawano analizie) jedynie wartości ważne, pomijając wartości wykluczone ze względu na zaistniałe, odnotowywane błędy. Szczegółowe odpowiedzi na pytanie o chęć przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej z uwzględnieniem zmiennej płeć zamieszczone zostały w tabeli 124.

Pozytywnie na to pytanie odpowiadał prawie co trzeci mężczyzna i co trzecia kobieta, natomiast w przypadku odpowiedzi negatywnej zauważyć można wyraźną (wynoszącą ponad 8%) przewagę mężczyzn. Na podstawie powyższych danych wnioskować można, że studentom w bardzo umiarkowanym stopniu zależy na przynależności do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej, przy czym „chłodniejszy” stosunek do takiej inicjatywy mają mężczyźni.

Tabela 124. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według płci (N = 1422)

Płeć	Czy chcesz należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej?							
	tak		nie		nie mam zdania		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
kobiety	293	29,9	207	21,1	480	49	980	100
mężczyźni	136	30,8	129	29,2	177	40	442	100
Ogółem	429	30,2	336	23,6	657	46,2	1422	100

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 124, prawie połowa kobiet i 4 na 10 mężczyzn nie potrafiło określić swojego zdania w tej kwestii. Wydaje się, że jest to wynik niepokojący, a zauważalna ucieczka od zajęcia stanowiska jest być może spowodowana zniechęceniem wywołanym sporami środowiskowymi obserwowanymi przecież przez studentów i mogącymi mieć realny wpływ na ich decyzje. Poza tym, co potwierdzają badania społeczne, Polacy generalnie stronią od stowarzyszania się. Wciąż (pomimo 20 lat funkcjonowania nowego ustroju, w tym dążeń różnych czynników społecznych do tworzenia społeczeństwa obywatelskiego) wyraźnie zauważalny jest brak poziomu pośredniego pomiędzy jednostką (rodziną) a państwem. W istotnej mierze różnimy się w tym zakresie od społeczeństw o tradycyjnym kapitalizmie, szczególnie od państw anglosaskich. Można przypuszczać, że studenci (będąc w pewnym zakresie emanacją społeczeństwa) dziedziczą w jakimś stopniu tę cechę.

To samo pytanie skorelowane z rokiem studiów respondentów pozwoliło ujawnić pewne interesujące tendencje. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 125.

Podobnie jak przy zastosowaniu zmiennej płeć, tak i tym razem największy odsetek respondentów nie określił swojego zdania w rozpatrywanej kwestii, przy czym zdecydowanie najwięcej jest takich odpowiedzi wśród studentów trzeciego roku studiów I stopnia. Zaraz za nimi plasują się studenci drugiego roku studiów II stopnia.

Tabela 125. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według roku studiów (N = 1426)

Rok studiów	Czy chcesz należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej?							
	tak		nie		nie mam zdania		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
I – studia I stopnia	182	36,3	97	19,3	223	44,4	502	100
II – studia I stopnia	104	29,6	90	25,6	157	44,8	351	100
III – studia I stopnia	73	28,7	49	19,3	132	52	254	100
I – studia II stopnia	39	25,8	44	29,1	68	45,1	151	100
II – studia II stopnia	32	19,1	57	33,9	79	47	168	100

Źródło: Opracowanie własne.

Wnioskować można zatem, że im bliżej zakończenia studiów, tym studenci są mniej zdecydowani w kwestii chęci stowarzyszania się. Wyraźniejsza tendencja zauważalna jest w zakresie pozytywnych odpowiedzi. Największego poparcia dla idei przynależności do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej udzielili studenci pierwszego roku studiów I stopnia (nieco ponad 36%). Im wyższe lata studiów, tym wyraźniej spada poparcie dla tego pomysłu, aż do poziomu 19% na drugim roku studiów II stopnia. Jak łatwo się domyśleć, właśnie na tym roku najczęściej jest przeciwników idei – co trzeci student kończący studia magisterskie nie zamierza ubiegać się o przyjęcie do dziennikarskiej organizacji zawodowej.

Na podstawie przedstawionych danych wnioskować można, że wraz z upływem czasu spędzonego na studiach dziennikarskich studenci tracą początkowe chęci przynależności do organizacji zawodowej, a nawet stają się wyraźnymi przeciwnikami takiego pomysłu.

W przypadku odpowiedzi na analizowane pytanie z uwzględnieniem zmiennej niezależnej tryb studiów nie można zauważyć wyraźnych różnic w odpowiedziach studentów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych. Szczegółowe odpowiedzi zamieszczone zostały w tabeli 126.

Tabela 126. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według trybu studiów (N = 1423)

Tryb studiów	Czy chcesz należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej?							
	tak		nie		nie mam zdania		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
stacjonarny	228	31,2	184	25,2	319	43,6	731	100
niestacjonarny	201	29,1	151	21,8	340	49,1	692	100

Źródło: Opracowanie własne.

Minimalnie więcej wśród studentów stacjonarnych jest zarówno zwolenników, jak i przeciwników tej idei. Sytuacja taka wynika z faktu, że studenci studiów niestacjonarnych są dużo bardziej niezdecydowani – co drugi nie potrafi określić swojego zdania. Wśród studentów stacjonarnych odsetek niezdecydowanych wynosi 43,6%. Na podstawie powyższych danych nie można jednoznacznie stwierdzić różnicy w stosunku do omawianej kwestii pomiędzy studentami różnych trybów studiów.

Analizując wyniki zamieszczone w tabeli 127, zauważyć można bardzo wyraźne różnice pomiędzy stanowiskiem studentów studiujących w uczelniach publicznych od studentów studiujących w uczelniach niepublicznych.

Tabela 127. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według typu uczelni (N = 1421)

Typ uczelni	Czy chcesz należeć do jakiejś dziennikarskiej organizacji zawodowej?							
	tak		nie		nie mam zdania		Ogółem	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
uczelnia publiczna	222	26,2	225	26,6	400	47,2	847	100
uczelnia niepubliczna	208	36,2	110	19,2	256	44,6	574	100

Źródło: Opracowanie własne.

Idea przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej wyraźnie bliższa jest tym drugim – zyskuje nieco ponad 36% poparcia. Jednocześnie tylko co piąty student uczelni niepublicznej odrzuca ten pomysł. Wśród studentów studiujących na uczelni publicznej pomysł ten ma tyle samo zwolenników co przeciwników, przy czym studenci ci są nieco mniej zdecydowani od studentów uczelni niepublicznych.

Podsumowując powyższe dane, można zaproponować wniosek, że osoby studiujące na uczelniach niepublicznych wyrażają większą wolę przynależności do organizacji zawodowej, są więc bardziej skłonne do zrzeszania się, co za tym idzie – wyrażają większe poparcie dla realizacji określonych interesów grupowych poprzez działanie zorganizowane. Niewykluczone, że zauważone postawy są wynikiem praktyk stosowanych w uczelniach niepublicznych, które – dużo częściej niż uczelnie publiczne – proponują, czy wręcz namawiają swoich studentów do różnego rodzaju aktywności pozanaukowej, licząc zapewne na pobudzenie obywatelskie młodzieży akademickiej. Wyniki takich praktyk mogą być różne, jednak należy docenić wynik uzyskany na tak postawione pytanie w kontekście dostrzeżenia różnic pomiędzy studentami uczelni publicznych a niepublicznych.

ROZDZIAŁ VII

OCENA WSPÓŁCZESNYCH MEDIÓW

Chcąc poznać opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na tematy medioznawcze, w kwestionariuszu ankiety zawarto pytania dotyczące postaw respondentów względem funkcjonowania, istnienia i finansowania mediów publicznych w Polsce, autorytetów dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz internetowego, zagrożeń stojących przed współczesnymi mediami w Polsce.

1. Stosunek do mediów publicznych

Kontrowersyjnym tematem podnoszonym wielokrotnie w ostatnim czasie przez opinię publiczną, który podzielił również badanych respondentów, są media publiczne. Ponad połowa z nich (53,2%) uważa, że media publiczne powinny istnieć, ale państwo powinno je finansować częściowo, w ograniczonym zakresie. Prawie 1/4 studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (24,4%) ma bardziej konserwatywne poglądy – popierają istnienie mediów publicznych oraz całkowite ich finansowanie z budżetu państwa. Zaledwie co dziewiąty ankietowany (12%) jest przeciwnikiem istnienia mediów publicznych, uważając, iż nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym systemie medialnym.

Tabela 128. Opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na temat funkcjonowania mediów publicznych w Polsce (N = 1440)

Dokończ zdanie: Media publiczne... (TVP, Polskie Radio)...	Liczebność	%
powinny istnieć i być w całości finansowane przez Skarb Państwa	352	24,4
powinny istnieć i być częściowo finansowane przez Skarb Państwa	766	53,2
nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym polskim systemie medialnym	150	10,4
brak danych	172	12
Ogółem	1440	100

Źródło: Opracowanie własne.

Testy statystyczne dowodzą, że na powyższe opinie wpływ mają następujące cechy demograficzno-społeczne:

- płeć,
- miejsce zamieszkania,
- średnia z toku studiów,
- rodzaj uczelni.

Największy odsetek respondentów będących za istnieniem mediów publicznych finansowanych ze Skarbu Państwa to mieszkańcy wsi (38,9%). Ponad 2/3 studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej mieszkających w małych (66,8%) oraz średnich (61,7%) miastach uważa, że media misyjne powinny być finansowane z budżetu tylko częściowo. Najwięcej zwolenników całkowitego urynkowania mediów publicznych znajdziemy wśród studentów pochodzących z wielkich miast (15,3%). Szczegółowe dane prezentuje tabela 129.

Tabela 129. Miejsce zamieszkania a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1265)

Media publiczne w Polsce...	Miejsce zamieszkania				Ogółem
	wieś	miasto do 100 tys. mieszkańców	miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	
powinny istnieć i być w całości finansowane przez Skarb Państwa	84	101	53	112	350
	38,9%	24,8%	27,5%	25%	27,7%
powinny istnieć i być częściowo finansowane przez Skarb Państwa	106	272	119	268	765
	49,1%	66,8%	61,7%	59,7%	60,5%
nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym polskim systemie medialnym	26	34	21	69	150
	12%	8,4%	10,8%	15,3%	11,8%
Ogółem	216	407	193	449	1265
	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Co czwarta kobieta (26,9%) i co trzeci mężczyzna (29,6%) popierają istnienie mediów publicznych oparte na całkowitym ich finansowaniu z budżetu państwa. W przypadku ograniczonego finansowania bardziej konserwatywne są kobiety studiujące dziennikarstwo i komunikację społeczną (odpowiedź tę zaznaczyło 63% z nich), natomiast mężczyźni wydają się bardziej liberalni (analogicznie – 55,2%). Tendencję tę potwierdza również odsetek studentów płci męskiej, którzy

zaznaczyli odpowiedź, iż nie ma miejsca dla mediów publicznych w dzisiejszym polskim systemie medialnym (15,4%), w stosunku do kobiet wybierających to samo stwierdzenie (10,1%). Szczegółowe dane prezentuje tabela 130.

Tabela 130. Płeć a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1264)

Media publiczne w Polsce...	Płeć		Ogółem
	kobiety	mężczyźni	
powinny istnieć i być w całości finansowane przez Skarb Państwa	232	118	350
	26,9%	29,4%	27,7%
powinny istnieć i być częściowo finansowane przez Skarb Państwa	543	222	765
	63%	55,2%	60,5%
nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym polskim systemie medialnym	87	62	149
	10,1%	15,4%	11,8%
Ogółem	862	402	1264
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Osoby osiągające najwyższe wyniki w nauce (średnia powyżej 4,5) trzykrotnie częściej niż studenci z najniższą średnią (poniżej 3,5) kategorycznie optują za wolnymi i komercyjnym mediami, nie dopuszczając istnienia mediów finansowanych przez Skarb Państwa. Najczęstszymi zwolennikami całkowitego finansowania mediów misyjnych są studenci z przeciętnymi wynikami w nauce, ze średnią pomiędzy 3,5-4 (36,1%). Szczegółowe dane przedstawia tabela 131.

Również rodzaj uczelni determinuje poglądy studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na temat funkcjonowania i finansowania mediów publicznych w Polsce. Zarówno wśród studentów uczelni publicznych (64,1%), jak i niepublicznych (55%), największy odsetek (64,1%) mają umiarkowane poglądy popierające istnienie mediów publicznych, ale częściowo urynkowanych. Subtelna różnicę widać w radykalnym stwierdzeniu, iż nie ma miejsca w dzisiejszym systemie medialnym dla mediów publicznych, a mianowicie ankietowani z uczelni niepublicznych częściej zaznaczyli tę odpowiedź (13,9%). Szczegółowe dane prezentuje tabela 132.

Tabela 131. Średnia z studiów a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1266)

Media publiczne w Polsce...	Dotychczasowa średnia ocen				Ogółem
	niższa niż 3,5	3,5-4	4,1-4,5	powyżej 4,5	
powinny istnieć i być w całości finansowane przez Skarb Państwa	4	134	161	51	350
	20%	36,1%	27,9%	17,2%	27,6%
powinny istnieć i być częściowo finansowane przez Skarb Państwa	15	196	356	199	766
	75%	52,8%	61,6%	67%	60,5%
nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym polskim systemie medialnym	1	41	61	47	150
	5%	11,1%	10,5%	15,8%	11,9%
Ogółem	20	371	578	297	1266
	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 132. Rodzaj uczelni a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1263)

Media publiczne w Polsce...	Typ uczelni		Ogółem
	publiczna	niepubliczna	
powinny istnieć i być w całości finansowane przez Skarb Państwa	193	156	349
	25,4%	31,1%	27,6%
powinny istnieć i być częściowo finansowane przez Skarb Państwa	488	276	764
	64,1%	55%	60,5%
nie ma dla nich miejsca w dzisiejszym polskim systemie medialnym	80	70	150
	10,5%	13,9%	11,9%
Ogółem	761	502	1263
	100%	100%	100%

Źródło: Opracowanie własne.

2. Autorytety dziennikarskie

Wiele mówi się o kryzysie autorytetów, szczególnie u ludzi młodych, wychowanych w szybkiej, „zmakdonaldyzowanej” rzeczywistości. Ankietowanym studentom zadano pytanie, czy jako przyszli dziennikarze oraz specjaliści od komunikacji społecznej mogą wskazać osoby z branży medialnej,

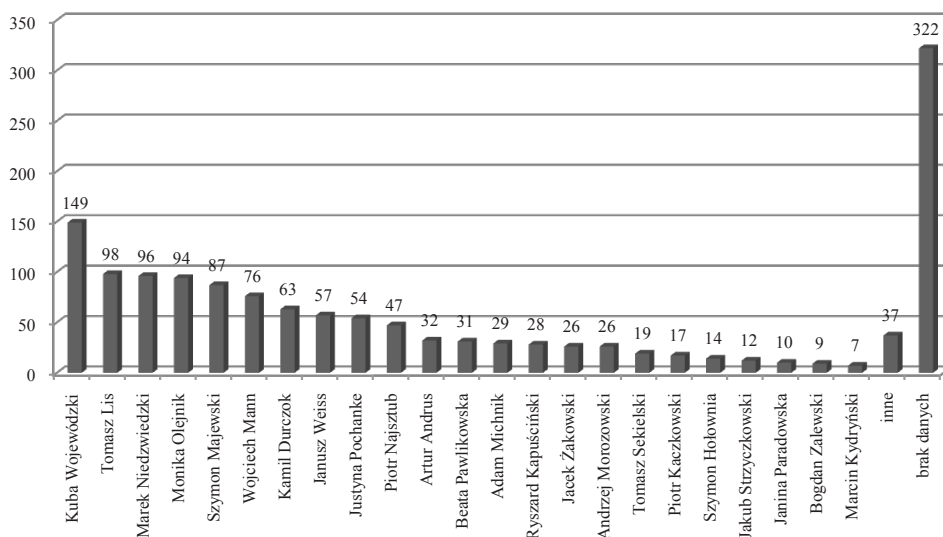
które cieszą się ich uznaniem, mają kredyt zaufania co do profesjonalizmu, prawdomówności i bezstronności w ocenie jakiegoś zjawiska lub wydarzenia, są godne naśladowania. Na wstępie na szczególną uwagę zasługuje fakt, iż 322 osoby nie wskazały nikogo, zatem można założyć, iż nie mają autorytetu dziennikarza lub – co gorsze – nie potrafią wskazać kilku nazwisk znanych dziennikarzy. Jest to duży odsetek badanych (28%), biorąc pod uwagę, że wszystkich ankietowanych było 1 440.

Spośród wielu padających nazwisk w pierwszej piątce autorytetów dziennikarskich najczęściej wymieniano:

- Kubę Wojewódzkiego – 149 wskazań (10,3%),
- Tomasza Lisa – 98 wskazań (6,8%),
- Marka Niedźwiedzkiego – 96 wskazań (6,6%),
- Monikę Olejnik – 94 wskazania (6,5%);
- Szymona Majewskiego – 87 wskazań (6%).

Szczegółowe dane prezentuje wykres 17.

Wykres 17. Ranking dziennikarskich autorytetów wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)



Analizując zarówno „zwycięzców rankingu”, jak i pozostałe nazwiska, nasuwa się kilka wniosków:

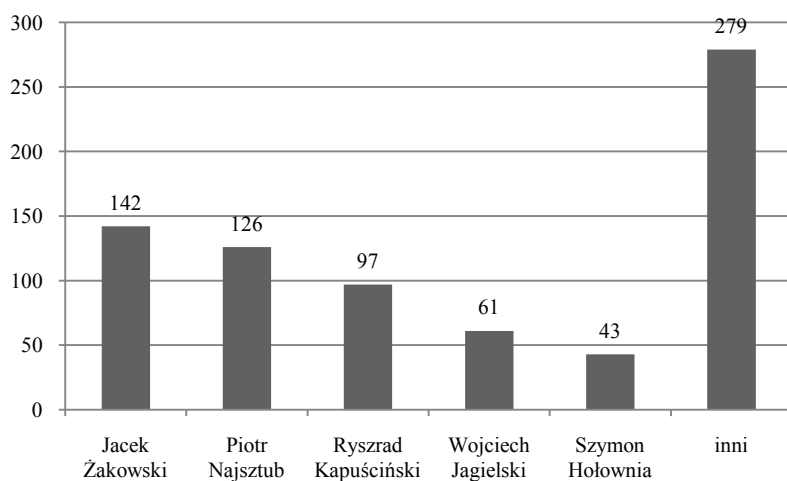
- wszystkie wymieniane nazwiska to znane osobowości medialne, o łatwo rozpoznawalnych twarzach, promowane przez swoje redakcje, stacje telewizyjne czy radiowe,

- są to dziennikarze pracujący w ogólnopolskich mediach, nie zaś reprezentanci lokalnych interesów, spraw, wydarzeń,
- w pierwszej piątce znalazły się dwa nazwiska ze świata dziennikarstwa o charakterze rozrywkowym, na pograniczu z showbiznesem (Kuba Wojewódzki oraz Szymon Majewski), co świadczy o postawach i potrzebach młodych ludzi.

Nieco inaczej sytuacja zarysowała się, gdy poproszono studentów o podanie swoich dziennikarskich autorytetów w rozbiciu na branżę prasową, telewizyjną oraz radiową.

W pierwszej piątce najbardziej uznanych dziennikarzy prasowych znaleźli się następujący redaktorzy: Jacek Żakowski (18,9%), Piotr Najsztub (16,8%), Ryszard Kapuściński (12,9%), Wojciech Jagielski (8,1%) oraz Szymon Hołownia (5,7%). Warto zauważyć, iż 692 osoby nie potrafiły wskazać ani jednego autorytetu w dziedzinie dziennikarstwa prasowego, co stanowi 48,2% wszystkich badanych. Szczegółowe dane prezentuje wykres 18.

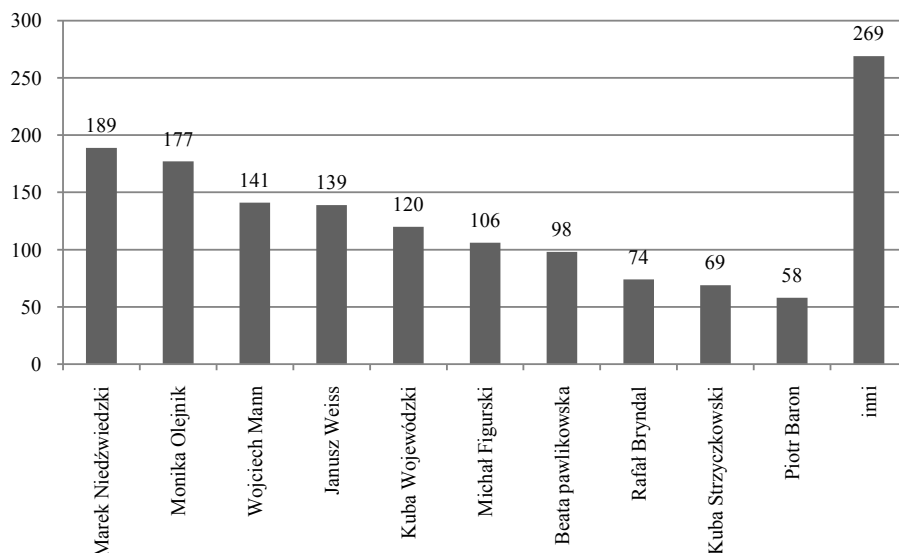
Wykres 18. Ranking dziennikarskich autorytetów prasowych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 748)



Źródło: Opracowanie własne.

Największym szacunkiem w kategorii radiowców godnych naśladowania wśród ankietowanych studentów cieszą się: Marek Niedźwiedzki (13,9%), Monika Olejnik (12,2%), Wojciech Mann (9,7%), Janusz Weiss (9,6%), Kuba Wojewódzki (8,3%), Michał Figurski (7,3%), Beata Pawlikowska (6,8%), Rafał Bryndał (5,1%), Kuba Strzyczkowski (4,7%) oraz Piotr Baron (4%). Szczegółowe dane prezentuje wykres 19.

Wykres 19. Ranking dziennikarskich autorytetów radiowych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)



Źródło: Opracowanie własne.

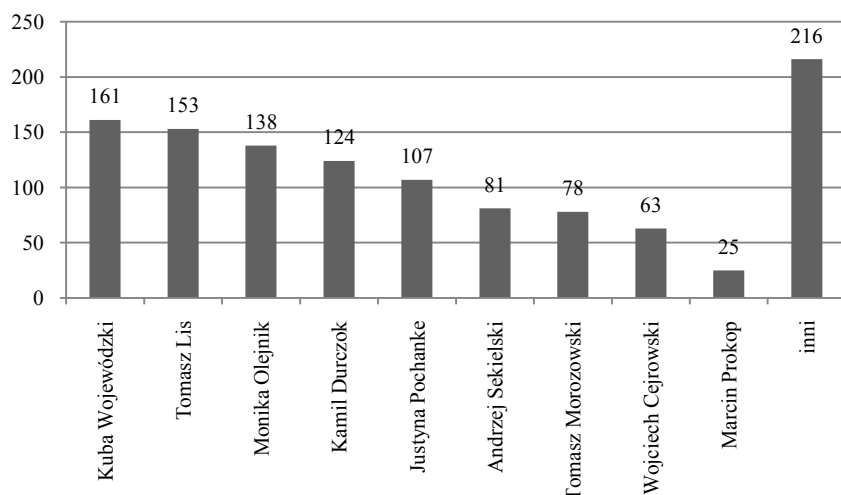
Wśród dziennikarzy pracujących dla stacji telewizyjnych najczęściej wskazywanymi osobami, kojarzonymi z profesjonalizmem byli: Kuba Wojewódzki, Tomasz Lis, Monika Olejnik, Kamil Durczok, Justyna Pochanke, Andrzej Sekielski, Tomasz Morozowski, Wojciech Cejrowski oraz Marcin Prokop. Szczegółowe dane prezentuje wykres 20.

Warto zauważyć, że aż siedem powyższych nazwisk to pracownicy TVN i koncernu ITI. W sposób dość wyraźny pokazuje to upodobania młodych ludzi w zakresie oferty, stylu czy programu stacji telewizyjnych.

Krytycy mediów, szczególnie masowych, co raz to ogłaszają kolejne teorie o negatywnych skutkach ich działalności dla współczesnych społeczeństw. Nasuwa się wiele pytań: czy media zwiększają poczucie zagrożenia człowieka, czy też je zmniejszają; służą społeczeństwu, czy też manipulują nimi; więcej w nich fanatyzmu i stereotypu czy twórczego poszukiwania kompromisów; mass media bardziej dziś tworzą wartości czy też bardziej demoralizują, pogłębiając w nas poczucie osamotnienia i chaosu.

Dyskusja na ten kontrowersyjny temat trwa i trwać będzie, należałoby jednak również stanąć po drugiej stronie „barykady” i zastanowić się, jakie zagrożenia stoją przed współczesnymi mediami. O tę właśnie kwestię zapytano badanych studentów dziennikarstwa.

Wykres 20. Ranking dziennikarskich autorytetów telewizyjnych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)



Źródło: Opracowanie własne.

3. Zagrożenia dla mediów i dziennikarstwa

Ponad 1/5 ankietowanych (259 odpowiedzi, co stanowi 17,9% wszystkich respondentów) nie odpowiedziało na to pytanie, pozostawiając pustą rubrykę w kwestionariuszu ankiety. Można interpretować tę sytuację trojako:

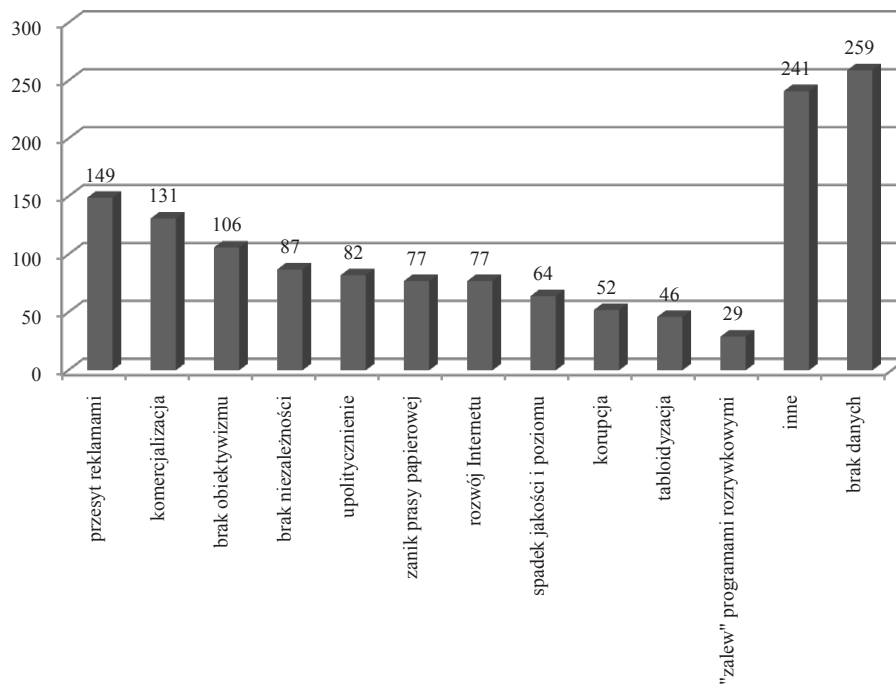
- są optymistami – studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej nie widzą żadnych zagrożeń stojących przed mediami w Polsce,
- są pesymistami – zagrożeń tych jest aż tyle, że trudno wyrazić je słowami w kilku liniach tekstu,
- są ignorantami – nie zastanawiają się w ogóle nad tą kwestią, ignorują problem.

Pośród wskazanych zagrożeń najczęściej padały następujące określenia:

- brak obiektywizmu i niezależności, upolitycznienie – łącznie 275 wskazań (19,1%),
- przesył, znudzenie, zmęczenie reklamami – 149 wskazań (10,3%),
- komercjalizacja, odejście od „misyjności”, nastawienie na pomnażanie zysków – 131 wskazań (9,1%),
- zanik prasy papierowej wymuszony wirtualną konkurencją – 77 wskazań (5,3%),
- rozwój Internetu – 77 wskazań (5,3%).

Do pozostałych zagrożeń wymienianych przez ankietowanych studentów należą: spadek jakości przekazów medialnych i poziomu dziennikarskiego, korupcja, tabloidyżacja oraz przesył programami rozrywkowymi. Szczegółowe dane prezentuje wykres 21.

Wykres 21. Lista zagrożeń stojących przed współczesnymi mediami w Polsce w opinii studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)



Źródło: Opracowanie własne.

SPIS TABEL

Tabela 1. Struktura respondentów według uczelni (N = 1440)	19
Tabela 2. Struktura respondentów według rodzaju szkoły wyższej (N = 1440).....	20
Tabela 3. Struktura respondentów według trybu studiów (N = 1435).....	20
Tabela 4. Struktura respondentów według rodzaju uczelni i trybu studiów (N = 1430)	21
Tabela 5. Struktura respondentów według roku studiów i trybu studiów (N = 1434).....	22
Tabela 6. Struktura respondentów według uczelni oraz roku studiów (N = 1438).....	23
Tabela 7. Struktura respondentów według płci i uczelni (N = 1434)	24
Tabela 8. Struktura respondentów według roku studiów oraz płci (N = 1434)	25
Tabela 9. Struktura respondentów według typu szkoły oraz średniej ocen (N = 1431)	26
Tabela 10. Struktura respondentów według trybu studiów oraz średniej ocen (N = 1431).....	27
Tabela 11. Struktura respondentów według płci i średniej ocen (N = 1432).....	28
Tabela 12. Struktura respondentów według rodzaju ukończonej szkoły średniej oraz trybu studiów (N = 1424)	29
Tabela 13. Struktura respondentów według rodzaju ukończonej szkoły średniej oraz rodzaju uczelni (N = 1424)	29
Tabela 14. Struktura respondentów według miejsca zamieszkania (N = 1437)	30
Tabela 15. Studenci według miejsca zamieszkania oraz rodzaju uczelni (N = 1432)	31
Tabela 16. Struktura respondentów według średniej ze studiów oraz miejsca zamieszkania (N = 1433)	31
Tabela 17. Motywacje do podjęcia studiów wyższych (N = 1426)	34
Tabela 18. Motywacje podjęcia studiów według płci (N = 1420)	35
Tabela 19. Motywacja do podjęcia studiów a typ ukończonej szkoły średniej (N = 1413)	36
Tabela 20. Motywacja podjęcia studiów a miejsce zamieszkania badanych (N = 1421)	37
Tabela 21. Motywacja podjęcia studiów a średnia z toku studiów (N = 1420)	38
Tabela 22. Motywacja do podjęcia studiów a tryb studiów (N = 1421)	39
Tabela 23. Motywacja do podjęcia studiów a typ uczelni (N = 1426)	40
Tabela 24. Motywacja do podjęcia studiów przez badanych według ankietowanych szkół wyższych (N = 1426).....	40
Tabela 25. Struktura respondentów według kryterium kolejności wyboru / wyłączności kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1432)	41
Tabela 26. Kolejność/wyłączność wyboru dziennikarstwa i komunikacji społecznej według płci (N = 1432).....	43
Tabela 27. Respondenci, którzy nie mają sprecyzowanych planów zawodowych, według kryterium kolejności wyboru/wyłączności kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 700)	43
Tabela 28. Struktura respondentów według motywacji wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1407).....	45
Tabela 29. Motywacja wyboru kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna według płci respondentów (N = 1401)	46

Tabela 30. Struktura respondentów według wybranej specjalności (N = 1154).....	46
Tabela 31. Struktura respondentów według wybranej specjalności/specjalizacji (N = 762)....	53
Tabela 32. Studenci badanych uczelni według motywacji wyboru specjalności/specjalizacji (N = 758)	54
Tabela 33. Ranking specjalności, które zostałyby wybrane przez studentów, gdyby mogli ponownie dokonać wyboru (N = 748).....	55
Tabela 34. Porównanie popularności specjalności wybranych przez studentów oraz specjalności, które zostałyby przez nich wybrane, gdyby mogli powtórzyć wybór.....	57
Tabela 35. Popularność kategorii specjalności wybranych przez studentów oraz specjalności, które wybraliby, gdyby mogli ponowić wybór (N = 748)	59
Tabela 36. Ramowe treści kształcenia na studiach I stopnia narzucone standardami kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	65
Tabela 37. Ramowe treści kształcenia na studiach II stopnia narzucone standardami kształcenia dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	66
Tabela 38. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z filozofią (N = 1404)	67
Tabela 39. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z socjologią (N = 1403).....	68
Tabela 40. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem (N = 1410)	69
Tabela 41. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z ekonomią (N = 1404)	71
Tabela 42. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z historią Polski XX w. (N = 1403).....	72
Tabela 43. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z nauką o komunikowaniu (N = 1403).....	73
Tabela 44. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze współczesnymi systemami politycznymi (N = 1393)	75
Tabela 45. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z historią mediów (N = 1402)	76
Tabela 46. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z polskim systemem medialnym (N = 1399)	77
Tabela 47. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z systemami medialnymi na świecie (N = 1400)	78
Tabela 48. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z kulturą języka (N = 1402)	80
Tabela 49. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z retoryką i erystyką (N = 1404)	81
Tabela 50. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z gatunkami dziennikarskimi (N = 1408)	82
Tabela 51. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem mediów (N = 1405)	83
Tabela 52. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z etyką dziennikarską (N = 1403)	84
Tabela 53. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z warsztatem dziennikarskim (N = 1403)	85
Tabela 54. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z public relations (N = 1393)	87
Tabela 55. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z dziennikarskimi źródłami informacji (N = 1401)	88

Tabela 56. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z psychologią społeczną (N = 361)	89
Tabela 57. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z głównymi nurtami kultury światowej i polskiej XX i XXI w. (N = 364).....	90
Tabela 58. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze stosunkami międzynarodowymi (N = 365)	91
Tabela 59. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z teorią komunikowania masowego (N = 361)	92
Tabela 60. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z metodami badań medioznawczych (N = 360).....	93
Tabela 61. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej ze społecznymi i kulturowymi oddziaływaniami mediów (N = 351)	94
Tabela 62. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z komunikowaniem międzynarodowym i międzykulturowym (N = 356)	96
Tabela 63. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z ekonomiką mediów (N = 358)	97
Tabela 64. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z prawem autorskim (N = 360)	98
Tabela 65. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z pragmatyką językową (N = 357)	99
Tabela 66. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z analizą dyskursu medialnego (N = 359).....	100
Tabela 67. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z mediami lokalnymi i środowiskowymi (N = 361)	102
Tabela 68. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z opinią publiczną (N = 358).....	103
Tabela 69. Ocena stopnia przydatności w przyszłej pracy zawodowej wiedzy związanej z marketingiem i reklamą (N = 363)	104
Tabela 70. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia I stopnia	105
Tabela 71. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia II stopnia	106
Tabela 72. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia braku przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia I stopnia.....	108
Tabela 73. Ranking treści kształcenia wynikających ze standardów nauczania z punktu widzenia braku przydatności postrzeganej przez badanych studentów – studia II stopnia	109
Tabela 74. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1421)	110
Tabela 75. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwzględnieniem podziału na studentów I stopnia (N = 1103) i II stopnia (N = 316)	111
Tabela 76. Opinie badanych dotyczące proporcji zajęć praktycznych do teoretycznych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z uwzględnieniem podziału na studentów uczelni publicznych (N = 841) i uczelni niepublicznych (N = 573)	112
Tabela 77. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów (N = 1424)	112
Tabela 78. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem podziału na studentów uczelni publicznych (N = 853) i uczelni niepublicznych (N = 564).....	113

Tabela 79. Opinie badanych studentów na temat niezbędności praktyk zawodowych w trakcie studiów z uwzględnieniem podziału ze względu na wysokość średniej z toku studiów (N = 1418).....	113
Tabela 80. Opinie badanych na temat wymiaru obowiązkowych praktyk zawodowych (N = 1334).....	114
Tabela 81. Opinie badanych na temat realizacji zajęć praktycznych poza uczelnią.....	115
Tabela 82. Opinie badanych na temat pożądanych umiejętności praktycznych wykształconych w trakcie studiów (N = 1410).....	115
Tabela 83. Opinie badanych na temat efektywności form zajęć praktycznych (N = 1420) ...	117
Tabela 84. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według płci (N = 1325).....	117
Tabela 85. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według typu uczelni (N = 1324).....	118
Tabela 86. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według dotychczasowej średniej ocen (N = 1325).....	119
Tabela 87. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według trybu studiów (N = 1326).....	120
Tabela 88. Przydatność studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna do znalezienia pracy w wybranym zawodzie według roku studiów (N = 1329).....	120
Tabela 89. Proponowane przez studentów specjalności, o które powinna zostać poszerzona oferta dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 775).....	124
Tabela 90. Proponowane przez studentów specjalności dziennikarskie w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.....	125
Tabela 91. Proponowane przez studentów specjalności pozadziennikarskie w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.....	127
Tabela 92. Proponowane przez studentów specjalności artystyczne w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.....	127
Tabela 93. Proponowane przez studentów specjalności ekonomiczne w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.....	128
Tabela 94. Proponowane przez studentów specjalności związane z produkcją mediów w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.....	129
Tabela 95. Pozostałe specjalności proponowane przez studentów w ramach dziennikarstwo i komunikację społeczną.....	129
Tabela 96. Propozycje badanych w zakresie treści i przedmiotów, których brakuje w planach studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 414).....	132
Tabela 97. Opinie badanych studentów na temat formy ukończenia studiów I stopnia.....	134
Tabela 98. Aktywność zawodowa studentów według płci (N = 1426).....	135
Tabela 99. Aktywność zawodowa studentów według typu uczelni (N = 1425).....	136
Tabela 100. Aktywność zawodowa studentów według roku studiów (N = 1430).....	137
Tabela 101. Aktywność zawodowa studentów według średniej ocen z toku studiów (N = 1426).....	137
Tabela 102. Aktywność zawodowa studentów według miejsca zamieszkania (N = 1427).....	138
Tabela 103. Aktywność zawodowa studentów według trybu studiów (N = 1427).....	139
Tabela 104. Branże, w których pracują studenci, według płci (N = 656).....	140
Tabela 105. Branże, w których pracują studenci, według trybu studiów (N = 657).....	141
Tabela 106. Branże, w których pracują studenci, według roku studiów (N = 658).....	142
Tabela 107. Branże, w których pracują studenci, według dotychczasowej średniej ocen (N = 656).....	143
Tabela 108. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według płci (N = 1385).....	144

Tabela 109. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według typu uczelni (N = 1384).....	146
Tabela 110. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według roku studiów (N = 1389).....	147
Tabela 111. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według trybu studiów (N = 1387).....	149
Tabela 112. Miejsca i zawody, w których studenci chcieliby pracować, według dotychczasowej średniej ocen (N = 1385).....	150
Tabela 113. Oczekiwanie zarobkowe według płci (N = 1319).....	153
Tabela 114. Oczekiwanie zarobkowe według roku studiów (N = 1321).....	153
Tabela 115. Oczekiwanie zarobkowe według typu uczelni (N = 1318).....	154
Tabela 116. Oczekiwanie zarobkowe według dotychczasowej średniej (N = 1321).....	155
Tabela 117. Oczekiwanie zarobkowe według trybu studiów (N = 1319).....	155
Tabela 118. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według płci (N = 1322).....	157
Tabela 119. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według roku studiów (N = 1327).....	157
Tabela 120. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według typu uczelni (N = 1321).....	158
Tabela 121. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według dotychczasowej średniej ocen (N = 1322).....	158
Tabela 122. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według trybu studiów (N = 1323).....	159
Tabela 123. Gotowość do czasowej pracy bez wynagrodzenia według miejsca zamieszkania (N = 1323).....	159
Tabela 124. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według płci (N = 1422).....	162
Tabela 125. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według roku studiów (N = 1426).....	163
Tabela 126. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według trybu studiów (N = 1423).....	164
Tabela 127. Opinie na temat przynależności do dziennikarskiej organizacji zawodowej według typu uczelni (N = 1421).....	165
Tabela 128. Opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na temat funkcjonowania mediów publicznych w Polsce (N = 1440).....	167
Tabela 129. Miejsce zamieszkania a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1265).....	168
Tabela 130. Płeć a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1264).....	169
Tabela 131. Średnia z studiów a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1266).....	170
Tabela 132. Rodzaj uczelni a opinie studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej w sprawie mediów publicznych (N = 1263).....	170

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Struktura respondentów według rocznika studiów (N = 1440)	21
Wykres 2. Struktura respondentów według płci (N=1434)	24
Wykres 3. Struktura respondentów według średniej z toku studiów (N = 1440)	26
Wykres 4. Struktura respondentów według typu ukończonej szkoły średniej (N = 1427).....	28
Wykres 5. Struktura respondentów według kryterium kolejności wyboru/wyłączości kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (N = 1432)	42
Wykres 6. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Warszawskiego (N = 169)	47
Wykres 7. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Łódzkiego (N = 71).....	48
Wykres 8. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (N = 143)	48
Wykres 9. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania (N = 132).....	49
Wykres 10. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Wrocławskiego (N = 135).....	49
Wykres 11. Specjalności wybrane przez studentów Uniwersytetu Jagiellońskiego (N = 133).....	50
Wykres 12. Specjalności wybrane przez studentów Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (N = 142).....	50
Wykres 13. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja” (N = 95)	51
Wykres 14. Specjalności wybrane przez studentów Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu (N = 140)	51
Wykres 15. Motywacje wyboru specjalności kształcenia studentów (N = 1235).....	54
Wykres 16. Specjalności wybrane przez studentów (w ramach kategorii) oraz specjalności, które wybraliby, gdyby mogli ponowić wybór (N = 748)	59
Wykres 17. Ranking dziennikarskich autorytetów wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)	171
Wykres 18. Ranking dziennikarskich autorytetów prasowych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 748)	172
Wykres 19. Ranking dziennikarskich autorytetów radiowych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)	173
Wykres 20. Ranking dziennikarskich autorytetów telewizyjnych wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440)	174
Wykres 21. Lista zagrożeń stojących przed współczesnymi mediami w Polsce w opinii studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (N = 1440).....	175

LITERATURA

- Adamowski J., *Raport podsumowujący ocenę jakości kształcenia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”*, [w:] *Działalność Państwowej Komisji Akredytacyjnej w 2007 roku*, ASPRA-JR, Warszawa 2008.
- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2004.
- Dyoniziak R., *Sondaże a manipulowanie społeczeństwem*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2004.
- Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zyski S-ka, Poznań 2001.
- Gawroński S., Polak R., Leonowicz-Bukała I., Kurek O., *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania środowiska naukowo-dydaktycznego*, Konsorcjum Akademickie, Kraków – Rzeszów – Zamość 2009.
- Goban-Klas T., *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych*, „Sprawy Nauki” 2008, nr 12/141.
- Gruszczyński L. A., *Elementy metod i technik badań socjologicznych*, Śląskie Wydawnictwa Naukowe, Tychy 2002.