

Jakub Czopek*

ETYKA DZIENNIKARZY W OPINII STUDENTÓW KIERUNKU DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO

Streszczenie

Dziennikarstwo jako forma służby publicznej wymaga od wykonujących tę profesję osób kierowania się pewnymi szczególnymi zasadami etyki zawodowej. To od niej zależy jakość przekazów dziennikarskich, a tym samym także sposób, w jaki odbiorcy tych przekazów poznają rzeczywistość. Celem zaprezentowanych w artykule badań było poznanie opinii studentów dziennikarstwa na temat tego, jak postrzegają oni dziennikarzy pod kątem stosowanych przez nich zasad etycznych w ich pracy nad materiałami informacyjnymi. Badaniami objęto studentów wszystkich roczników dziennikarstwa i komunikacji społecznej Uniwersytetu Rzeszowskiego. Wyniki badań pokazują, że ocena ta jest stosunkowo krytyczna – badani postrzegają dziennikarzy jako okazjonalnie łamiących pewne standardy i kierujących się na równi interesem społecznym, jak i pragmatycznie postrzeganym rozwojem własnej kariery.

Słowa kluczowe: etyka dziennikarska, badania, wartości dziennikarskie

Wstęp

Rola mediów we współczesnym świecie i ich wpływ na postrzeganie rzeczywistości przez człowieka są już od wielu lat przedmiotem refleksji medioznawczej. Potocznie to znaczenie mediów sprowadzane jest do metafory „okna na świat”. Już od kilkudziesięciu lat telewizor, a od kilkunastu lat ekrany komputera i smartfona są zwierciadłem, w którym odbija się cała różnorodność świata. W McLuhanowskiej globalnej wiosce wiemy niemal natychmiast o wszystkim, co wydarza się zarówno tuż obok nas, jak i po drugiej stronie kuli ziemskiej. Jednakże ta potoczna metafora pomija pewien bardzo istotny aspekt – media nie są jedynie przekazańnikiem, transparentną taflą szkła, która przekazuje obraz rzeczy-

* Uniwersytet Rzeszowski, e-mail: jczopek@ur.edu.pl, ORCID: 0000-0002-8009-6852.

wistości społecznej. Są także, a może przede wszystkim, współtwórcą tej rzeczywistości, zniekształcającą ją krzywym zwierciadłem. I o ile jest to niejako naturalna, obiektywna cecha mediów, to nakłada się na nią subiektywny czynnik kreacji medialnej, zależny od świadomego działania dziennikarzy i mediów¹. Prowadzi to do kolejnej refleksji – od etycznego postępowania dziennikarza zależy to, w jaki sposób odbiorcy zobaczą rzeczywistość i jak się do niej ustosunkują. W świecie, w którym prawie wszystko, co wiemy, pochodzi z mediów², to dziennikarze i media determinują naszą wiedzę. Charakter tego determinizmu jest co prawda dyskusyjny – swoich zwolenników znajdują zarówno koncepcje „twardego”, jak i „miękkiego” determinizmu³ – niewątpliwie jednak to od mediów zależą nasze codzienne wybory i stosunek do poznawanej rzeczywistości.

Stawia to przed dziennikarzami konieczność reprezentowania szczególnych standardów etycznych, które pozwolą im wywiązywać się z nałożonych na nich przez tak funkcjonujący system komunikowania powinności. T. Kononiuk pisze wprost o odpowiedzialności będącej jednocześnie aktem tworzenia przestrzeni moralnej między dziennikarzem a odbiorcą⁴. Odpowiedzialność ta niejako znajduje swoje urzeczywistnienie w normach wyznaczających określone obowiązki moralne związane z wykonywanym zawodem dziennikarza, konstytuujących tym samym etykę zawodu dziennikarza⁵. Szczególnie mocno etyka zawodowa akcentowana jest w przypadku zawodów o charakterze służby społecznej, a za takowy bezsprzecznie należy uznać zawód dziennikarza⁶.

Kodyfikacja etyki dziennikarskiej wiąże się z dość rozproszonym systemem, w którego skład wchodzi unormowania o różnej szczegółowości⁷. Tym niemniej można wskazać kilka najważniejszych norm, czy raczej standardów etycznych, których respektowanie umożliwia rzetelne wypełnianie powinności zawodowych, takich jak obowiązek przedsta-

¹ M. Iłowiecki, *Pilnowanie strażników. Etyka dziennikarska w praktyce*, Warszawa 2012, s. 33.

² J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska i dziennikarstwa*, Warszawa 2015, s. 18.

³ Zob. P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006.

⁴ T. Kononiuk, *Odpowiedzialność etyczna dziennikarza* [w:] *Zawód dziennikarza wobec współczesnych wyzwań*, red. T. Kononiuk, K. Kakareko, Warszawa 2016, s. 130.

⁵ Zob. J. Krokos, *Fundamenty etyki dziennikarskiej* [w:] *Zagadnienie etyki zawodowej*, red. A. Andrzejuk, Warszawa 1998.

⁶ W. Pisarek, *Kodeksy etyki dziennikarskiej* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2004, s. 424.

⁷ Zob. J. Mrozek, *Kodeksy etyki dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, Warszawa 2014.

wiania prawdy materialnej, obiektywizm relacji, ochrona tajemnicy zawodowej, ochrona sfery życia prywatnego jednostki, jej czci i godności, poszanowanie własności intelektualnej czy powstrzymanie się od nieuczciwego uzyskiwania korzyści majątkowych⁸.

Stosunek dziennikarzy do tych zasad był wielokrotnie przedmiotem refleksji badaczy. Z. Bajka poruszał ten temat w swoich badaniach z lat 80.⁹ i 90.¹⁰, podobnie czynili także W. Pisarek¹¹ i J. Olędzki¹², a bardziej współcześnie M. Chlebowski¹³. Dziennikarze oceniają w tych badaniach sami siebie, często nawet bardzo krytycznie. Niniejsze opracowanie przyjmuje nieco inną perspektywę. Zamierzeniem autora nie jest spojrzenie na etykę zawodu dziennikarza „od wewnątrz”, poznając opinie samych dziennikarzy, ale raczej „od zewnątrz”, z perspektywy odbiorców, a konkretniej szczególnej ich grupy – studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna studiujących na Uniwersytecie Rzeszowskim (UR). Głównym celem badania było poznanie odpowiedzi na pytanie – jak pracę dziennikarzy i postępowanie przez nich wedle najważniejszych zasad etycznych charakterystycznych dla tego zawodu oceniają studenci dziennikarstwa na UR?

Metodologia badań własnych

Celem badania było poznanie opinii studentów dziennikarstwa na temat tego, jak oceniają oni dziennikarzy pod kątem stosowanych przez nich zasad etycznych w ich pracy nad materiałami informacyjnymi. Osoby studiujące na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna uznać należy za nieco lepiej przygotowane (przynajmniej w teorii) do kontaktu z mediami. W toku swoich studiów poznają oni m.in. mechanizmy ich funkcjonowania oraz teoretyczne podwaliny tej profesji, w tym także zagadnienia z zakresu etyki zawodowej charakterystycznej dla dziennikarstwa. Tym samym wzrastają ich kompetencje do oceny przekazów dziennikarskich pod kątem ich etyczności. Co ważne, badani

⁸ T. Kononiuk, *Rzetelne dziennikarstwo. Aksjologia i deontologia*, Warszawa 2018, s. 148–156.

⁹ Z. Bajka, *Dziennikarze*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1991, nr 1–2, s. 149–159.

¹⁰ *Idem*, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2000, nr 3–4, s. 42–63.

¹¹ W. Pisarek, *Kwalifikacje dziennikarzy w opinii redaktorów naczelnych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1995, nr 1–2, s. 153–163.

¹² J. Olędzki, *Profesjonalizm w zawodzie dziennikarskim: teoria i praktyka* [w:] *Polskie przemiany lat 90-tych. Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez WDiNP UW w dniach 1–2.12.1994 r.*, Warszawa 1994, s. 267–290.

¹³ M. Chlebowski, *Dziennikarzy portret własny*, Kraków 2020.

zostali poproszeni o skupienie się w swoich odpowiedziach na dziennikarskich przekazach informacyjnych z dowolnych mediów, z którymi obcowali w ostatnich tygodniach poprzedzających badanie (ankiety dystrybuowano między 28 lutego a 20 marca 2022 r.).

Do badania wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego i technikę ankiety, którą dystrybuowano online wśród studentów dziennikarstwa Uniwersytetu Rzeszowskiego za pomocą uczelnianego systemu komunikacji elektronicznej. W ten sposób udało się zebrać 156 wypełnionych ankiet. Ankietowani reprezentowali wszystkie roczniki studiów, zarówno pierwszego, jak i drugiego stopnia; 71% badanych stanowiły kobiety, a 29% mężczyźni.

Ankieta składała się z dwóch części. Pierwszą stanowiło 13 pytań zamkniętych związanych z głównymi zasadami etycznymi obowiązującymi w polskim dziennikarstwie. Do ich opracowania posłużono się zapisami *Karty Etycznej Mediów*. Ten podpisany w 1995 r. przez przedstawicieli 15 dziennikarskich stowarzyszeń i związków zawodowych dokument zawiera siedem zasad, jakimi powinni kierować się w swojej pracy dziennikarze. Są to: zasada prawdy, zasada obiektywizmu, zasada oddzielania informacji od komentarza, zasada uczciwości, zasada szacunku i tolerancji, zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy oraz zasada wolności i odpowiedzialności¹⁴.

Druga część ankiety składała się z pięciu hipotetycznych sytuacji opisujących zachowania dziennikarzy, które badani mieli ocenić w skali od 0 (zachowanie skrajnie nieetyczne) do 10 (zachowanie wysoce etyczne).

Wyniki

Pierwsze pytanie, na jakie odpowiadali ankietowani, brzmiało – „czy dziennikarze łamią zasady etyczne?”. Odpowiedzi „nie, nigdy” udzieliło tylko 4% respondentów. Aż 77% wskazało odpowiedź „czasami”, a 19% – „często”, co może świadczyć o stosunkowo krytycznej ocenie standardów etycznych prezentowanych przez środowisko dziennikarskie. Przytłaczająca większość badanych zakłada występowanie przypadków naruszania zasad etycznych przez dziennikarzy. Co ciekawe, żadna z badanych osób nie udzieliła odpowiedzi „zawsze”. Można więc uznać tę ocenę za dość ambiwalentną – w ocenie ankietowanych dziennikarzom zdarzają się odstępstwa od etycznych norm, funkcjonują

¹⁴ Zob. *Karta Etyczna Mediów*, Rada Etyki Mediów, www.rem.net.pl (20.05.2022); D. Popielec, *Przestrzeganie standardów dziennikarskich w świetle wybranych stanowisk Rady Etyki Mediów* [w:] *Naprawić media. Wybrane aspekty etyczne i prawne*, red. R. Sajna-Kunowsky, A. Garczewska, Bydgoszcz 2020, s. 48–51.

raczej w szarej strefie; z tego powodu nie można określić ich jako jednoznacznie etycznych, jak i jednoznacznie nieetycznych.

Rozszerzeniem tego pytania było kolejne, o powody, dla których dziennikarze łamią zasady etyczne zdaniem badanych. Pytanie miało możliwość wielokrotnego wyboru. Najwięcej wskazań otrzymała odpowiedź „by zwiększyć sensacyjność materiału” – 86%. Na kolejnych miejscach znalazły się odpowiedzi „bo zmusza ich do tego wydawca i/lub redaktor naczelny” (45%) i „by zdobyć sympatię określonych osób (np. polityków, biznesmenów)” (43%) oraz „by ułatwić sobie pracę (np. poprzez skrócenie czasu koniecznego do przygotowania materiału dziennikarskiego)” – 28%. Odpowiedzi te wiążą się bezpośrednio z kolejnym pytaniem – o wartości, jakie zdaniem respondentów są najważniejsze dla dziennikarzy. Tutaj również była możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi. Wyniki przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Odpowiedzi na pytanie – „Jakie wartości są Twoim zdaniem najważniejsze dla dziennikarzy?”

Wartość	Procent wskazań
Dobro odbiorcy	35%
Dążenie do prawdy	68%
Interes społeczny	56%
Pieniądze	36%
Prestiż	23%
Szacunek w oczach odbiorców	48%
Szacunek w oczach przełożonych, właścicieli mediów	45%
Sukces zawodowy, kariera	69%
Interes wydawcy	23%
Interes reklamodawców	11%
Inne	1%

Źródło: badania własne.

Za dominujące respondenci uznali takie wartości, jak sukces zawodowy, dążenie do prawdy i interes społeczny – te odpowiedzi jako jedyne zdobyły ponad 50% wskazań. O ile dążenie do prawdy i interes społeczny należy rozpatrywać jako wartości w pewnym sensie nadrzędne, związane z powinnościami dziennikarza wobec społeczności, to sukces zawodowy wiąże się raczej z pragmatycznie rozumianym rozwojem jednostki. Można go oczywiście rozpatrywać jako konsekwencję realizowania powinności wobec odbiorców, wszak sukces powinni odnosić ci dziennikarze, którzy występują w obronie interesu społecznego i nie manipulują prawdą. Jednakże kariera traktowana jako wartość sama w sobie wiąże się zdecydowanie bardziej ze skupieniem się na własnym dobrostanie niż dobrostanie otoczenia.

Badani nie mają też dobrego zdania na temat obiektywizmu dziennikarzy. Poproszeni o ocenę, czy dziennikarskie przekazy informacyjne są bardziej obiektywne czy stronnicze, oceniają je jednak jako stronnicze – suma odpowiedzi „zdecydowanie stronnicze” i „na ogół stronnicze” to 63%. „Równie często stronnicze, jak obiektywne” są dla 29% respondentów, natomiast obiektywne – dla 8%, przy czym są to jedynie odpowiedzi „na ogół obiektywne”. Nikt nie zaznaczył odpowiedzi „zdecydowanie obiektywne”. Podobne wyniki otrzymano w pytaniu o to, jak często zdaniem ankietowanych dziennikarze w swojej pracy kierują się zasadą bezstronności: odpowiedź „zawsze” nie została wskazana ani razu, najczęściej wybierano odpowiedzi „rzadko” (40%) i „czasami” (38%), a odpowiedź „często” padała niemal dwukrotnie rzadziej – wskazała ją tylko 20% badanych. Odpowiedzi na to oraz na pozostałe pytania związane z zasadami zawartymi w *Karcie Etycznej Mediów* przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Rozkład odpowiedzi badanych na pytania związane z zasadami zawartymi w *Karcie Etycznej Mediów* (dane w proc.)

Treść pytania	Odpowiedzi				
	Nigdy	Rzadko	Czasami	Często	Zawsze
<i>1</i>	2	3	4	5	6
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze przekazują informacje zgodne z prawdą?	0	4	43	51	0
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze w swojej pracy kierują się zasadą bezstronności?	2	41	38	19	0
Jak często Twoim zdaniem informacyjne przekazy dziennikarskie pozwalają na jasne odróżnienie faktów i opinii?	1	33	43	22	1
Jak często Twoim zdaniem przekazy dziennikarskie pozwalają na jasne określenie poglądów ich autorów?	1	7	31	56	5
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze działają w zgodzie z dobrem odbiorcy?	4	18	47	30	1

1	2	3	4	5	6
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze relacjonują wydarzenia, o których wiedza jest niezbędna dla ich odbiorców?	0	5	25	58	12
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze podkreślają sensacyjny charakter wydarzenia, by przyciągnąć większą liczbę odbiorców?	0	0	5	53	42
Jak często Twoim zdaniem dziennikarze kierują się zasadą szacunku i tolerancji?	0	7	48	42	3
Jak często Twoim zdaniem dziennikarskie przekazy informacyjne szanują godność pojawiających się w nich bohaterów?	0	12	44	35	9

Źródło: badania własne.

Jak można zauważyć w powyższych danych, badani, generalnie rzecz biorąc, stronią od skrajnych odpowiedzi. Nie oceniają także dziennikarzy i ich pracy jako jednoznacznie etycznej, dominują tu odpowiedzi „czasami” i „często”, co należy odczytywać jako świadomość istnienia mniej lub bardziej sporadycznych przypadków naruszania zasad etycznych przez dziennikarzy. Za negatywny należy uznać też stosunek do podkreślania sensacyjnego charakteru materiałów dziennikarskich jedynie dla przyciągnięcia większej liczby odbiorców – aż 42% stwierdziło, że taka sytuacja ma miejsce „zawsze”, a kolejne 53%, że „często”.

W drugiej części ankiety badani zostali poproszeni o ocenę kilku hipotetycznych sytuacji pod względem etyczności przedstawionego w nich zachowania dziennikarza. Podobne narzędzie zastosował M. Chlebowski¹⁵, z tym, że wykorzystał je do wywiadów pogłębionych z dziennikarzami. Skala ocen zamykała się w przedziale od 1 (zachowanie skrajnie nieetyczne) do 10 (zachowanie wysoce etyczne). Sytuacja nr 1 dotyczy kwestii obiektywizmu, sytuacja nr 2 – rzetelności i staranności w przygotowywaniu materiałów dziennikarskich, sytuacja nr 3 – przyjmowania gratyfikacji od potencjalnych bohaterów tekstów, sytuacja nr 4 – języka debaty publicznej,

¹⁵ M. Chlebowski, *op. cit.*, s. 210–211.

sytuacja nr 5 – prawa dziennikarza do manifestowania własnego światopoglądu. Wyniki tej części badania zaprezentowano w tabeli 3.

Można wyraźnie zauważyć, że żadna z przedstawionych sytuacji nie była określana jednoznacznie negatywnie lub pozytywnie, chociaż we wszystkich przypadkach przeważają jednak niskie oceny. Jest to w pewnym sensie naturalne, jako że każda z przedstawionych do oceny sytuacji stanowi przykład naruszania pewnych norm zawodowych przez dziennikarzy. Należy jednak zauważyć, że mimo dominacji niskich ocen, w przypadku wszystkich sytuacji pojawiają się także oceny z przeciwnego końca skali. Świadczyć to może o pewnej ambiwalencji badanych oraz być może o nie do końca ukształtowanych kompetencjach do oceny takich sytuacji, co wiązać się może z szerszym problemem dotyczącym kształcenia takich kompetencji na studiach dziennikarskich. Największą rozbieżność ocen widać w przypadku sytuacji nr 5. Zarazem jest to sytuacja, która ma najwyższy uśredniony wynik. Najniższy wynik uzyskała z kolei sytuacja nr 4. Może to wynikać pośrednio z faktu, że wykorzystany w niej zwrot językowy „kula w łeb” jest wyjątkowo jaskrawym przykładem niskich standardów debaty publicznej, przez co cała sytuacja jest stosunkowo łatwa do jednoznacznej oceny – chociaż kilkoro badanych nie widzi w przedstawionym zachowaniu dziennikarza niczego nagannego i przyznaje w tym wypadku oceny 8 i więcej.

Tabela 3. Ocena zachowania dziennikarzy w przedstawionych sytuacjach

Opis sytuacji	Skala ocen										Średnia ocena
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Dziennikarz zaprasza do rozmowy w studio kilku polityków, wszyscy reprezentują to samo ugrupowanie.	44	25	21	11	24	9	4	7	5	3	3,49
2. Dziennikarz otrzymuje ważną wiadomość na temat znanego polityka od jego kolegi z tej samej partii. Niezwłocznie umieszcza ją w serwisie internetowym swojej gazety.	49	28	25	12	18	8	7	5	1	0	3,03
3. Dziennikarz piszący o nowoczesnych technologiach przyjmuje od producenta telefonów nowego smartfona do prywatnego użytku.	29	16	21	12	32	13	13	5	5	7	4,29

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4. W trakcie realizowanej na żywo audycji radiowej jeden z rozmówców wypowiada zdanie „ci ludzie nie powinni mieć żadnych praw, za takie decyzje należy się kula w łeb”. Prowadzący audycję dziennikarz nie reaguje.	89	20	15	10	8	3	2	2	3	1	2,22
5. Dziennikarz odmawia przełożonemu napisania relacji z demonstracji środowisk proaborcyjnych, argumentując to niezgodnością demonstrowanych idei z wyznawanym przez niego światopoglądem.	33	12	10	8	21	9	14	13	11	22	5,22

Źródło: badania własne.

Pewne ciekawe różnice w ocenie przedstawionych sytuacji widać, gdy wziąć pod uwagę płeć respondentów. Dane na ten temat zamieszczono w tabeli 4. Największą rozbieżność ocen zauważyć można w przypadku sytuacji nr 1, gdzie kobiety są nieco bardziej pobłażliwe od mężczyzn i przyznają nieco wyższe od nich oceny, oraz sytuacji nr 5, gdzie z kolei są dużo bardziej krytyczne. Z drugiej strony najbardziej zbliżone są oceny sytuacji nr 3.

Tabela 4. Średnia ocen zachowania dziennikarzy w przedstawionych sytuacjach z podziałem na płeć respondentów

	Średnia odpowiedzi kobiet	Średnia odpowiedzi mężczyzn
1	2	3
1. Dziennikarz zaprasza do rozmowy w studio kilku polityków, wszyscy reprezentują to samo ugrupowanie.	3,78	2,73
2. Dziennikarz otrzymuje ważną wiadomość na temat znanego polityka od jego kolegi z tej samej partii. Niezwłocznie umieszcza ją w serwisie internetowym swojej gazety.	2,81	3,59
3. Dziennikarz piszący o nowoczesnych technologiach przyjmuje od producenta telefonów nowego smartfona do prywatnego użytku.	4,36	4,15

1	2	3
4. W trakcie realizowanej na żywo audycji radiowej jeden z rozmówców wypowiada zdanie „ci ludzie nie powinni mieć żadnych praw, za takie decyzje należy się kula w łeb”. Prowadzący audycję dziennikarz nie reaguje.	2,00	2,79
5. Dziennikarz odmawia przełożonemu napisania relacji z demonstracji środowisk proaborcyjnych, argumentując to niezgodnością demonstrowanych idei z wyznaczonym przez niego światopoglądem.	4,84	6,19

Źródło: badania własne.

Podobne zestawienie wykonane z uwzględnieniem roku studiów badanych osób nie ujawniło już tak znaczących różnic.

Zakończenie

Badani studenci wykazują, generalnie rzecz biorąc, krytyczne podejście, jeżeli chodzi o standardy etyczne prezentowane przez dziennikarzy. Oceniają ich jako kierujących się niemal na równi dobrem odbiorców i interesem społecznym, jak i pragmatyzmem zawodowym i budowaniem własnej kariery. Dostrzegają przypadki łamania tych standardów i tym samym nie traktują dziennikarzy jako postępujących zawsze etycznie. Aczkolwiek już ocena konkretnych sytuacji pod względem etyczności postępowania przedstawionych w nich dziennikarzy nie jest jednoznaczna. Tym samym otwiera się w tym miejscu pole do dyskusji na temat kształcenia studentów dziennikarstwa w obszarze etyki zawodowej – czy, a jeżeli tak, to w jakim zakresie taki przedmiot powinien pojawić się na studiach dziennikarskich? Cenną uwagą w tej kwestii mogą być odpowiedzi na ostatnie pytanie, jakie zadano badanym w ankiecie – jak oceniasz liczbę godzin poświęconych etyce dziennikarskiej na Twoich studiach na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna? W programie studiów dziennikarskich na UR etyka dziennikarska nie funkcjonuje jako osobny wykład, ale pojawia się w sylabusach trzech przedmiotów na I stopniu studiów – pracowni: prasowej, radiowej i telewizyjnej, z których każda ma w nazwie dopisek „z etyką dziennikarską” i liczy 30 godzin ćwiczeń. 50% badanych stwierdziło, że tych godzin jest za mało, a jedynie 1% – że za dużo. Dla 49% liczba godzin była „w sam raz”. Proporcje te są zbliżone dla każdego z roczników studiów. Konieczność kształcenia w zakresie etyki dziennikarskiej nie jest wobec tego jedynie teoretycznym wymogiem związanym z zasadami ułożenia pełnego programu studiów, ale realną potrzebą zgłaszaną przez samych zainteresowanych – przyszłych dziennikarzy. Do podobnych wniosków doszła M. La-

skowska w swoich badaniach poświęconych już bezpośrednio kształceniu w zakresie etyki na studiach dziennikarskich¹⁶. Jako że badaną grupą byli studenci tylko jednej uczelni, przedstawione wyniki badań można traktować jako pilotaż i punkt wyjścia do szerszej zakrojonych badań.

Bibliografia

- Bajka Z., *Dziennikarze*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1991, nr 1–2.
- Bajka Z., *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2000, nr 3–4.
- Chlebowski M., *Dziennikarzy portret własny*, Kraków 2020.
- Howiecki M., *Pilnowanie strażników. Etyka dziennikarska w praktyce*, Warszawa 2012.
- Karta Etyczna Mediów*, Rada Etyki Mediów, www.rem.net.pl (20.05.2022).
- Kononiuk T., *Odpowiedzialność etyczna dziennikarza [w:] Zawód dziennikarza wobec współczesnych wyzwań*, red. T. Kononiuk, K. Kakareko, Warszawa 2016.
- Kononiuk T., *Rzetelne dziennikarstwo. Aksjologia i deontologia*, Warszawa 2018.
- Krokos J., *Fundamenty etyki dziennikarskiej [w:] Zagadnienie etyki zawodowej*, red. A. Andrzejuk, Warszawa 1998.
- Laskowska M., *Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej w kontekście mediów społecznościowych*, Warszawa 2018.
- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006.
- Mrozek J., *Kodeksy etyki dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, Warszawa 2014.
- Ołędzki J., *Profesjonalizm w zawodzie dziennikarskim: teoria i praktyka [w:] Polskie przemiany lat 90-tych. Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez WDiNP UW w dniach 1–2.12.1994 r.*, Warszawa 1994.
- Pisarek W., *Kodeksy etyki dziennikarskiej [w:] Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2004.
- Pisarek W., *Kwalifikacje dziennikarzy w opinii redaktorów naczelnych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1995, nr 1–2.
- Pleszczyński J., *Etyka dziennikarska i dziennikarstwa*, Warszawa 2015.
- Popielec D., *Przestrzeganie standardów dziennikarskich w świetle wybranych stanowisk Rady Etyki Mediów [w:] Naprawić media. Wybrane aspekty etyczne i prawne*, red. R. Sajna-Kunowsky, A. Garczewska, Bydgoszcz 2020.

Ethics of journalists in the opinion of students of journalism and social communication at the University of Rzeszów

Summary

Journalism, as a form of public service, requires for the journalists to be guided by specific rules of professional ethics. The quality of journalistic messages depends on it, and thus also the way in which the recipients of these messages learn about reality. The

¹⁶ M. Laskowska, *Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej w kontekście mediów społecznościowych*, Warszawa 2018, s. 348–357.

aim of the research presented in the article was to find out the opinions of journalism students on how they perceive journalists in terms of the ethical principles they apply in their work. The research covered students of journalism and social communication at the University of Rzeszów. The results of the research shows that this assessment is relatively critical – journalists are perceived as occasionally breaking certain standards and guided by both the social interest and the pragmatical development of their own careers.

Keywords: journalistic ethics, research, journalistic values