

Liliana Radkiewicz

UNIWERSYTET MIKOŁAJA KOPERNIKA W TORUNIU

liliana.radkiewicz@umk.pl

Czy potrzebujemy autorytetów? Znaczenie autorytetu zawodowego wśród studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu

Do we need authority figures? The importance of professional authority among students of journalism and social communication at Nicolaus Copernicus University in Toruń

ABSTRAKT

Rola autorytetu we współczesnym świecie to złożony temat. Z jednej strony lider obdarzony charyzmą, z którego postawy można czerpać wzory zachowań, wydaje się być wyjątkowo ważny w świecie pogrążonym przez chaos. Nie brakuje jednak głosów osób krytycznych kreowaniu idealistycznego wzorca, który może pozbawiać ludzi nawyku krytycznego myślenia. Czy w spolaryzowanym świecie jest jeszcze miejsce na autorytety? W artykule głównym tematem jest pojęcie autorytetu zawodowego w środowisku dziennikarskim. Przedstawiam w nim wyniki autorskich badań prowadzonych na studentach i studentkach dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Badania prowadzone są w odstępach pięciu lat (w 2019 i 2024 roku). W niniejszej pracy podejmuję się porównania obu ankiet by przekonać się, czy w ciągu pięciu ostatnich lat, kiedy społeczeństwa doświadczyły wielu światowych kryzysów, nastąpiły istotne zmiany w myśleniu młodych adeptów dziennikarstwa w postrzeganiu roli autorytetu.

SŁOWA KLUCZOWE: AUTORYTET, DZIENNIKARSTWO, ETYKA ZAWODOWA, BADANIA SONDAŻOWE, IDOL

ABSTRACT

The role of authority in the modern world is a complex subject. On the one hand, a leader endowed with charisma, from whose behavioural patterns can be drawn, seems exceptionally important in a chaotic world. However, there is no shortage of voices from those critical of the creation of an idealistic role model, which can deprive people of the habit of critical thinking. Is there still a place for authorities in a polarized world? The main topic of the article is the concept of professional authority in the journalistic community. I present the results of the author's research on journalism and social communication students at Nicolaus Copernicus University in Toruń. The research is conducted five years apart (in 2019 and 2024). In this paper, I compare the two surveys to see whether there have been significant changes in the thinking of young journalism students in their perception of the role of authority over the past five years when societies have experienced many global crises.

KEYWORDS: AUTHORITY, JOURNALISM, WORKS ETHICS, RESEARCH, IDOL

WPROWADZENIE

Wybór przyszłej drogi zawodowej opiera się często na idealistycznych wyobrażeniach. Zwykle osoby, które decydują się na studia dziennikarskie, liczą, że to początek przygody, która swój finał znajdzie w dużej redakcji. Studia pomogą im – zgodnie z marzeniami – wykształcić zestaw umiejętności, które zostaną wykorzystane w codziennej pracy z dziennikarzami, których do tej pory znali wyłącznie z telewizji, radia czy innych mediów. Osoby ambitne mogą zdawać sobie sprawę, że droga prowadząca na szczyt może być trudna i mozolna, jednak wierzą, że ciężka praca prędzej czy później przyniesie owoce i doprowadzi je do celu.

Z pewnością nie bez znaczenia dla realizacji planów jest wybranie autorytetu zawodowego. Młoda osoba, która decyduje się na studia dziennikarskie z myślą o karierze medialnej, ma wyobrażenia swojej idealnej ścieżki zawodowej – wie, jakie medium najlepiej odpowiada jej osobowości i umiejętnościom, która stacja lub tytuł głosi światopogląd przystający do idei, którymi kieruje się w codziennym życiu aspirujący dziennikarz, oraz w jakiej dziedzinie najpełniej zrealizuje swoje pasje. Na końcu takiej ścieżki może stać konkretna osoba, której kariera staje się inspiracją do podjęcia próby realizacji własnych planów.

Posiadanie autorytetu nie jest jednak warunkiem koniecznym do osiągnięcia sukcesu. Z pewnością nie każda osoba, która wspięła się wysoko po szczeblach kariery, inspirowała się człowiekiem, który osiągnął wiele w danej dziedzinie. Autorytet zawodowy należy zatem rozpatrywać nie jako czynnik stały i niezmienny, ale element pomocny, dodatkowo motywujący do pracy.

Należy również podkreślić, że pojęcie autorytetu może być błędnie utożsamiane z idolem, dlatego warto zdefiniować oba określenia i zwrócić uwagę na różnice między nimi. Autorytet to „poważanie, jakim cieszy się osoba lub instytucja ze względu na swoją wiedzę, postawę moralną, osoba stawiana za wzór do naśladowania, mająca wpływ na postawy i myślenie innych ludzi, a także ciesząca się dużym szacunkiem” (Wasylewicz, 2016, s. 100). Autorytetem może być zatem taka osoba, której postawa moralna jest godna naśladowania, a sam wyróżniony tym mianem człowiek nie jest nastawiony na osiąganie jakichkolwiek korzyści z tego tytułu. Nie tworzy wokół siebie grona fanów, a zmieniająca się moda nie ma wpływu na trwałość estymy, którą się cieszy. Obalenie autorytetu może być spowodowane przede wszystkim zmianą postawy moralnej, rażącymi błędami lub nagannym zachowaniem, które podważają jego wiarygodność. Dla osoby poszukującej

tego typu przewodnika znaczenie mają przede wszystkim dokonania, a nie sposób życia lub wygląd.

Wspólnym mianownikiem autorytetu i idola jest bycie życiowym drogowskazem dla pewnej grupy ludzi. Na wybór takiego przewodnika w obu przypadkach mogą mieć wpływ talent lub życiowe dokonania. Warto zatem przyjrzeć się, jak definiowane jest pojęcie idola. Jak wskazuje Magdalena Wasylewicz:

„Słowo «idol» kojarzy się przede wszystkim z osobą popularną, otoczoną zainteresowaniem, mającą swoich fanów. Miano idola najczęściej przypisuje się sławnym sportowcom, aktorom, piosenkarzom. Ponadto bohaterowie filmów, seriali i programów rozrywkowych zyskują miano idoli, osób, z którymi utożsamiają się dzisiejsze dzieci i młodzież, które z kolei przejmują ich styl życia, poglądy, stosunek do świata, zachowania, a nawet ubiór i słownictwo. To telewizyjni celebryci stanowią źródło wiedzy o życiu, wskazują drogę rozwiązywania problemów, które napotyka na swej drodze młody człowiek” (Wasylewicz, 2016, s. 104).

Chociaż zarówno autorytet, jak i idol mogą mieć znaczący wpływ na społeczeństwa, to rolę idola należy postrzegać jako ograniczoną w czasie, podporządkowaną trwającej modzie, niekoniecznie związaną z wartościami godnymi naśladowania. Ważną rolę idola jest także zdobywanie posłuchu w społeczeństwie ze względu na osiągnięcie korzyści majątkowych. Na siłę autorytetu upływający czas nie ma takiego wpływu jak na idoli, którzy często mogą być zastępowani kolejnymi, w jakiś sposób wyróżniającymi się w przestrzeni medialnej. Wasylewicz pisze o „telewizyjnych celebrytach”, choć współcześnie młodzi ludzie swoich idoli znajdują przede wszystkim w mediach społecznościowych, które mają dodatkowy, ale ważny atut – są interaktywne. Idol nie jest już zatem wyłącznie postacią po drugiej stronie szklanego ekranu, ale osobą, która dostrzega działania swoich fanów i może na nie zareagować. Współcześni celebryci to niekoniecznie osoby o pewnych kwalifikacjach, statusie społecznym lub umiejętnościach, ale mogą to być ludzie, którzy dzięki pomysłowi na siebie i algorytmom zostali zauważeni i zyskali fanów. To skrócenie dystansu pomiędzy nadawcą a odbiorcą treści jest dla młodzieży sygnałem, że każdy może spróbować stać się popularny i zyskać grupę fanów, która – jak dawniej miłośnicy określonych gatunków muzycznych – tworzy krótkotrwałą subkulturę.

Wśród dziennikarzy nie brakuje osób, którym przypisałibyśmy raczej rolę idola niż autorytetu. Wpływ na taki stan rzeczy mają wspomniane media społecznościowe, które pozwoliły tym przedstawicielom mediów pokazać swoje życie, nawiązać współpracy reklamowe i wyrażać swoje prywatne poglądy. Dzięki temu mogą inspirować także osoby aspirujące do pracy w mediach, przez co określenie jasnej roli, czy jest to idol, czy autorytet, staje się trudne do jednoznacznego rozstrzygnięcia.

Celem tego artykułu jest wskazanie, czy dla osób współcześnie studiujących dziennikarstwo instytucja autorytetu jest istotna. W tym celu przeprowadziłam dwa badania sondażowe wśród studentów i studentek dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu: pierwsze w 2019, a drugie pięć lat później, w 2024 roku. W niniejszej pracy porównuję otrzymane wyniki obu ankiet, by sprawdzić, czy znaczenie autorytetu, jako ważnej kategorii motywującej do działania, zmieniło się na przestrzeni czasu i czy zbieżne jest z globalnymi zmianami i kryzysami, które uwydatniły znaczenie dostępu do informacji.

Przed przystąpieniem do tworzenia ankiety w 2019 roku postawiłam dwie kluczowe hipotezy. Założyłam, że studenci mają autorytety zawodowe oraz dostrzegają zagrożenia, jakie niesie ze sobą posiadanie wzoru godnego do naśladowania. Po pięciu latach powtórzyłam badanie zawierające ten sam zestaw pytań, by móc zestawić ze sobą odpowiedzi i porównać statystyki obu ankiet.

WSPÓŁCZESNE AUTORYTETY

Bycie dziennikarzem to nie tylko przywilej; na przedstawicielach tego zawodu spoczywa duża odpowiedzialność. Twórcy medialni są kreatorami rzeczywistości, a ich zadaniem jest przekazywanie odbiorcom informacji, które będą zgodne ze stanem rzeczywistym. Od osoby, która miałaby zostać autorytetem, wymaga się jednak więcej. Jej przekaz ma być nie tylko rzetelny, ale i ważny społecznie, wyjątkowy i pozostawiający po sobie długotrwały i pozytywny efekt. Dorobek takiej osoby jest znaczący i nie traci wartości nawet po jej śmierci; nie jest doceniany tylko w indywidualnych zestawieniach. Dobrym przykładem może być uhonorowanie autorytetu przez nadanie jego imienia (np. Ryszarda Kapuścińskiego, Teresy Torańskiej) ważnej nagrodzie medialnej. Dodanie nazwisk autorytetów środowiskowych nagrodzie dodatkowo nadaje

jej powagi i znaczenia, bo często w tym przypadku chodzi o docenienie osób, które naznacza się jako kontynuatorów myśli patronów odznaczenia.

Styl pracy, zaangażowanie i pasja wyróżniają autorytet z całej masy dziennikarzy. Jednak nie tylko o charyzmę tutaj chodzi. Ważne jest także, aby kierować się w pracy etyką zawodową i stosować reguły, które wyznacza kodeks moralny. Można dojść zatem do wniosku, że bycie autorytetem to nie tylko bycie doskonałym w swojej pracy, ale także etyczne postępowanie w codziennym życiu. Trudno bowiem byłoby zaufać osobie, która napisałaby ważny społecznie reportaż literacki w obronie jakiejś krzywdzonej lub dyskryminowanej grupy, a jednocześnie bezlitośnie znęcała się nad zwierzętami.

Warto zastanowić się jednak, czy współcześnie znalezienie kogoś nieskazitelnego, kto zasługiwałby na miano autorytetu, jest potrzebne, a nawet możliwe. Justyna Kopińska jednemu ze swoich felietonów dla magazynu „Vogue” nadała tytuł *Musisz zabić autorytety*. Autorka powołuje się w nim na eksperyment Stanleya Milgrama, w którym badani mieli karać uczestników eksperymentu wstrząsem elektrycznym za każdą niewłaściwą odpowiedź. Gdy badany był przypinany do elektrod, pytał badacza, czy wstrząsy mogą być niebezpieczne dla jego zdrowia, ponieważ cierpi na chorobę serca. Badacz odpowiadał, że wstrząsy mogą być bolesne, ale nie stanowią zagrożenia dla jego życia. Za każdym razem świadkiem tej wymiany zdań był uczestnik eksperymentu, zaś „badacz” i „badany” byli specjalnie wynajętymi aktorami. Jeśli człowiek podłączony do elektrod popełniał błąd, powodowało to uruchomienie elektrowstrząsu, a jego wartość elektryczna wzrastała wraz z każdym kolejnym błędem. W pomieszczeniu, w którym badani sterowali siłą wstrząsów, był obecny także ekspert, którego zadaniem było zachęcanie do kontynuowania eksperymentu, kiedy pojawiały się obawy o zdrowie i życie uczestnika badań. Faktycznie wstrząsy nie stanowiły zagrożenia, ale uczestnicy eksperymentu o tym nie wiedzieli. Wyniki badań znacznie odbiegały od założeń Milgrama. Większość kontynuowała zadawanie bólu pomimo krzyków rzekomego badanego. W rzeczywistości chodziło bowiem o zbadanie posłuszeństwa wobec autorytetu (Milgram, 2008).

Justyna Kopińska w wielu wywiadach podkreślała silny wpływ autorytetów na swoje życie zawodowe. Wśród nich była również Teresa Torańska, wpływowa dziennikarka i pisarka. Torańska, zwracając się do Kopińskiej, powiedziała kiedyś:

– Musisz zabić autorytety – powiedziała mi Teresa Torańska. To było wiele lat temu. Zobaczyła, że interesuję się spotkaniem z nią. Bardzo ją podziwiałam. – Zabić wewnątrz, czyli nie pozwalać sobie

na porównywanie się do kogokolwiek – dodała. – Ważne, by być sobą. Nie przyłączać się do grup. A przede wszystkim nie mieć u boku klakierów. Po prostu wiedzieć, że twój głos ma znaczenie (Kopińska, 2018).

Teresa Torańska nie jest jedyną wpływową pisarką, która podkreślała zagrożenia związane z posiadaniem autorytetu. Kolejną światowej sławy publicystką, która zauważała, że rozważania na temat autorytetu należy rozpocząć od pytania o to, czym był, a nie czym jest, była Hannah Arendt. W jednym z rozdziałów swojej książki *Między czasem minionym a przyszłym* zauważa, że we współczesnym świecie autorytet już nie istnieje, że jesteśmy świadkami jego kryzysu.

Otóż autorytet – oparty zwykle, niczym na kamieniu węgielnym, na jakimś ustanowieniu mającym miejsce w przeszłości – daje światu trwałość i stabilność, których ludzie potrzebują właśnie dlatego, że są istotami śmiertelnymi, najbardziej nietrwałymi i kruchymi ze wszystkich. Zanik autorytetu jest równoznaczny ze zrujnowaniem postaw owego świata, który od tej pory zaczyna dryfować, zmieniać się i przeobrażać z jednej postaci w drugą z coraz większą gwałtownością, tak jakby nasze życie polegało na zmaganiu się z jakimś Prometeuszowym uniwersum, gdzie wszystko może w każdej chwili stać się czymś innym (Arendt, 1994, s. 113).

W odróżnieniu od postaw totalitarnych i autorytarnych pierwszej połowy XX wieku, autentyczny autorytet nie może być budowany na aparacie przemocy. Przywódca ludu, stosując represje i osiągając w ten sposób pożądaný przez siebie efekt poszanowania przez naród, nie będzie autorytetem. Faktycznie nie można zmusić nikogo do poszanowania tyrana, ponieważ jego przewaga jest wynikiem przemocy. Jak podkreślano już w tym artykule, autorytet to osoba, której przymioty są godne naśladowania, a nie człowiek, który zdobywa swoją pozycję siłą, opierając się na zastraszaniu. Marek Jeziński w książce *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu* zauważa:

Autorytet stoi zazwyczaj na szczególnej pozycji, dając profanom nie tylko pewną władzę i wskazówki dotyczące tego, jak ją wykorzystać, ale także funkcjonuje jako swego rodzaju społeczna instytucja, niosąca istotne dla danej grupy wartości, a więc wzór, do którego

można się odwołać jako do osoby kreującej ważne jakościowo opinie na dany temat. Autorytet danego człowieka budowany jest na zasadzie długotrwałej interakcji, bazującej na wiedzy, kompetencjach, przygotowaniu profesjonalnym, doświadczeniu czy ogólnie pojmowanej ludzkiej mądrości jako cechach przynależnych jedynie nielicznym jednostkom (Jeziński, 2017, s. 201–202).

W obliczu wspomnianego przez Arendt kryzysu autorytetu i słów Teresy Torañskiej o zagrożeniach związanych z porównywaniem się do podziwianej figury, warto zastanowić się nad rolą autorytetu dla współczesnych ludzi. Czy konieczne jest wyzbycie się ewentualnej potrzeby budowania swojej kariery w oparciu o osiągnięcia i postawę moralną uznanej w środowisku osoby, czy warto pomyśleć raczej o redefinicji pojęcia autorytetu? Barbara Skarga w książce *Człowiek to nie jest piękne zwierzę* zwraca uwagę na to, że kryzys autorytetu dotknął właściwie wszystkich sfer życia ludzkiego. W gruzach leży autorytet władzy państwowej, instytucji, takich jak Kościół lub uniwersytety, a nawet dotyczące poszczególnych grup zawodowych – nauczyciele, adwokaci czy lekarze nie cieszą się już taką estymą jak dawniej (Skarga, 2007, s. 94–95).

Pomimo tego negatywnego wydźwięku wypowiedzi wspomnianych wyżej publicystek warto podkreślić, że człowiek z natury potrzebuje jakiegoś punktu odniesienia, dzięki któremu będzie wiedział, co jest dla niego ważne i jak powinien postępować, żeby się rozwijać. Jako ludzkość od wieków dążymy do osiągnięcia pewnej stabilizacji. „Jeśli zatem dziś myślimy o autorytecie, to z poczucia lęku, niepewności co do naszego własnego życia przebiegającego w tej kryzysowej sytuacji” – pisze Skarga (2007, s. 95). Współczesny autorytet ma się zatem jawić jako swoisty przewodnik po życiu, który pokaże, jak należy postępować, również w odniesieniu do środowiska zawodowego.

AUTORYTET W ŚWIECIE DZIENNIKARSKIM

W tym artykule odnoszę się do autorytetów w świecie zawodowym, a konkretnie wśród młodych adeptów dziennikarstwa. Autorytet zawodowy jest zatem pojęciem węższym, ponieważ wskazuje na taką osobę, która jest podziwiana za wykonywaną pracę i kierowanie się normami etycznymi dla danego zawodu. W świecie dziennikarskim etyka zawodowa jest niezwykle

ważna, choć istnieje mnóstwo przykładów dziennikarzy, którzy niekoniecznie kierują się kodeksem etyki zawodowej. Jan Pleszczyński, autor podręcznika dotyczącego etyki dziennikarskiej, komentuje:

Z pojęciem «autorytetu» wiąże się etyka cnót, a nie etyka norm. Jest znamienne, że ci, którzy podważają autorytety, poszukują w nich braku jakiejś cnoty, jakiejś słabości charakteru. W dziennikarstwie, żeby zostać uznanym za autorytet, nie wystarczą sukcesy zawodowe ani nawet przestrzeganie norm kodeksowych; takich dziennikarzy jest wielu. Autorytet wyróżnia się cnotami, cechami charakteru (Pleszczyński, 2015, s. 183).

Nie ma jednakże jednego spójnego wzorca autorytetu, przez co jakiś człowiek lub instytucja może dla jednej osoby stanowić wzór, a dla drugiej już zupełnie nie. Zależy to bowiem także od wartości, które poszukujący autorytetu uznaje za ważne, kluczowe. Ze względu na różne postrzeganie wagi autorytetu w życiu człowieka wyróżniłam trzy wzory zachowań. Pierwszą grupę stanowią osoby, które nie przykładają żadnej wagi do posiadania autorytetu, co powoduje, że nigdy nie poszukiwali osoby, którą mogliby naśladować, są obojętne wobec autorytetów. Do drugiej grupy należą ci, którzy posiadają autorytet zawodowy i są zaangażowani w pracę nad sobą, aby zbliżyć się do ideału, do którego dążą. Postawa ta nie zakłada wiernego naśladowania autorytetu, ale wywołuje fascynację tym, czego dokonała osoba, której życie jest obserwowane. Niebezpieczeństwo obdarzenia bezwzględny zaufaniem takiej osoby polega na tym, że błąd, pomyłka czy celowe działanie autorytetu, które nie jest społecznie akceptowane, spowoduje zachwianie światopoglądu i fundamentu, na którym osadza się swój status zawodowy. W trzeciej grupie są natomiast takie osoby, które nie wykluczają posiadania autorytetu, lecz również nie podejmują działań, by go znaleźć. Do tego grona należy zaliczyć również osoby świadomie odmawiające poszukiwania autorytetu ze względu na zagrożenia, które towarzyszą stałemu porównywaniu się do wzorca. Osoby te kreują siebie na niezależnych indywidualistów, ludzi uczących się na własnych błędach, tym bardziej że w dynamicznie zmieniającym się świecie to nie wiedza wiedze prym wśród podziwianych przymiotów, o czym pisze także Barbara Skarga:

Tak bowiem jest, że autorytetem może być zarówno zręczny gangster, jak i znakomity specjalista w dziedzinie medycyny. Z jakich bowiem powodów w ogóle autorytetem ulegamy? Z powodu wiedzy,

umiejętności, którą może się odznaczać nie tylko wybitny znawca przedmiotu, jakiś ekspert czy profesor uniwersytetu, ale także świetny w swym fachu rzemieślnik, czy przede wszystkim z powodu skuteczności działania, z powodu zręcznie przeprowadzonej takiej lub innej operacji? W naszym stechniczowanym społeczeństwie skuteczność ceni się nadzwyczaj wysoko, zwykle wyżej niż wiedzę. Toteż nie powinno dziwić, że wielkim autorytetem cieszy się herszt młodocianych złoczyńców i wielki mafioso (Skarga, 2007, s. 98).

Dziennikarze pełnią tu szczególną rolę – nie tylko mogą stanowić dla wielu autorytet ze względu na bycie dobrym w swoim fachu, ale także mogą posłużyć się środkami masowego przekazu, aby wykreować jakiś wzorzec postępowania. Media masowe są zatem nie tylko udogodnieniem dla odbiorców, ale stanowią także zagrożenie związane z – często nieświadomym – przejęciem pewnych wzorców. Dlatego niezmiernie istotna wśród młodych adeptów tego zawodu jest nauka krytycznego myślenia i takich postaw etycznych, które dadzą poczucie misji wykonywanego zawodu i odpowiedzialności za propagowane treści. I również z tego względu warto rozpoznać, jaki stosunek do posiadania autorytetu mają młodzi ludzie u progu rozpoczęcia samodzielnej drogi zawodowej.

CO O AUTORYTETACH SĄDZĄ STUDENCI DZIENNIKARSTWA?

W grudniu 2012 roku CBOS udostępniło komunikat z badań opinii na temat pracy dziennikarzy (Olechowska, 2014)¹. Jak się okazuje, dla 52% ankietowanych dziennikarstwo to praca jak każda inna, niewiążąca się z pełnieniem misji społecznej. Warte uwagi są także odpowiedzi respondentów na pytanie, kto ich zdaniem lepiej dba o interes społeczny – dziennikarze czy politycy. Mimo że w raporcie „Prestiż zawodów 2013” można przeczytać, że politycy cieszą się najniższym prestiżem, a ich praca jest daleko mniej ceniona niż przedstawicieli innych zawodów, to w badaniu CBOS 52% osób odpowiedziało, że zarówno polityk, jak i dziennikarz nie dbają o interes społeczny.

¹ Autorka odwołuje się do badań CBOS „Prestiż zawodów 2013”, które zostały przeprowadzone 11–12 sierpnia 2013 roku na grupie 904 losowo wybranych dorosłych Polaków.

Jednym z pytań w ankiecie CBOS dotyczącym opinii na temat pracy dziennikarza (Omyła-Rudzka, 2012) było także to, jakie cechy przede wszystkim powinni mieć dziennikarze dobrze wykonujący swoją pracę. Ankietowani jako najważniejsze wskazali bezstronność i obiektywizm. Na drugim miejscu wskazywali dobrą znajomość omawianych spraw. 30% ankietowanych odpowiedziało natomiast, że ważne jest dla nich poczucie odpowiedzialności za słowo i za skutki swojej pracy. W poszukiwaniu swojej ścieżki zawodowej młodemu adeptowi dziennikarstwa może zatem pomóc znalezienie odpowiedniego autorytetu, który pomoże nie tylko w ustaleniu priorytetów, ale (być może przede wszystkim) skłoni do samokształcenia i chęci realizacji postaw, które okażą się godne naśladowania.

Z powodu ogromnego rozdźwięku pomiędzy znanymi publicystkami nawołującymi do porzucenia autorytetów i spadającym poziomem prestiżu dziennikarstwa a koniecznością nie tyle odrzucenia, co redefinicji autorytetu oraz palącej potrzeby odwoływania się współcześnie do moralnego wzorca, postanowiłam przekonać się, co faktycznie o instytucji autorytetu myślą studenci i studentki dziennikarstwa. W tym celu w 2019 roku przeprowadziłam badania sondażowe na grupie 198 osób, a każdy rok studiów pierwszego i drugiego stopnia miał przynajmniej siedemdziesięcioprocentową reprezentację. Najliczniejszą grupą byli wówczas studenci III roku studiów pierwszego stopnia (71 ankietowanych, co dało 75,53% wszystkich studentów III roku). Najmniej liczną grupę stanowili studenci II roku studiów drugiego stopnia, którzy stanowili zaledwie 9,6% wszystkich ankietowanych.

Metoda badawcza, którą wybrałam, pozwoliła mi na zebranie wyników od stosunkowo dużej grupy w jednym czasie, a tym samym poznanie ogólnych tendencji w myśleniu o autorytetach. Prostota i przejrzystość tego rodzaju badania pozwoliły na zgromadzenie satysfakcjonujących wyników, ponieważ respondenci pozostali anonimowi i mogli czuć się swobodnie w wyrażaniu własnych poglądów. Aby mieć pewność, że na pytania odpowiedzieli studenci dziennikarstwa, badania przeprowadziłam wśród osób zgromadzonych na sali podczas wybranych zajęć, korzystając z uprzejmości prowadzących w tym czasie wykłady. Ta metoda nie tylko pozwoliła mi na zebranie odpowiedzi od respondentów celowej grupy, ale także zwiększyła zwrotność ankiet w porównaniu z przeprowadzaniem sondażu online. Dobór próby w obu badaniach opierał się na dostępności respondentów, zatem była to próba nieprobabilistyczna.

Ankieta składała się z trzynastu pytań, w tym z dziesięciu pytań merytorycznych oraz trzech, które stanowią część metryczkową. Pierwsze pytanie dotyczyło tego, czy ankietowany chciałby związać swoją przyszłość

z zawodem, w kierunku którego się kształci. Drugim pytaniem otworzono cykl zagadnień związanych z autorytetem zawodowym. Zastanowiło mnie, czy posiadanie autorytetu jest uważane wśród badanych za ważne, czy ankietowani czują się zobligowani do posiadania autorytetu i czy sami go posiadają. Aby zweryfikować prawdziwość ostatniej odpowiedzi, w kolejnym pytaniu poprosiłam o wpisanie maksymalnie trzech nazwisk osób, którymi się inspirują. To dało mi nie tylko możliwość weryfikacji, czy faktycznie posiadają autorytety, ale także dowiedziałam się, jakie osoby mogą być współcześnie wskazywane jako wzór do naśladowania. W następnych pytaniach prosiłam także o wskazanie takich cech osobowości, które powinien oraz których nie powinien posiadać dziennikarz, który mógłby być uznany za autorytet zawodowy. Ankietowanych pytałam również o warunki, jakie musi spełnić dziennikarz, aby znaleźć się w gronie zawodowych liderów godnych naśladowania. W ostatnim omawianym w niniejszym artykule pytaniu merytorycznym pytałam studentów i studentki o zagrożenia, jakie niesie ze sobą posiadanie autorytetu. Ankietowani, którzy zauważyli prawdopodobieństwo negatywnego wpływu autorytetu, zostali poproszeni o pisemne uzasadnienie.

W 2019 roku na pierwsze pytanie w kwestionariuszu większość studentów (52,02%) odpowiedziała, że nie planuje podjąć pracy w zawodzie po ukończeniu studiów. Opcję „tak” lub „raczej tak” zaznaczyło łącznie 95 osób. Studenci dostrzegli jednocześnie, że posiadanie autorytetu jest ważne. „Zdecydowanie tak” zaznaczyły 72 osoby, a „raczej tak” – 93, co stanowi łącznie ponad 80% ankietowanych. W mniejszości znaleźli się studenci, którzy uważają, że posiadanie autorytetu nie jest ważne. Sześć osób zaznaczyło, że zdecydowanie nie jest to dla nich ważne, a 27 raczej nie przykładalo do tego wagi. Mimo że większość ankietowanych opowiedziała się za tym, że posiadanie autorytetu jest w większym lub mniejszym stopniu ważne, 60,1% respondentów deklaruje, że nie posiada żadnych autorytetów zawodowych i nie są w stanie wskazać nazwisk osób, które byłyby dla nich inspiracją do pracy nad własnym warsztatem. Niemal 40% zaznaczyło, że w świecie dziennikarskim istnieją takie osoby, które są warte naśladowania i w znaczący sposób wpływają na kształtowanie własnego stylu.

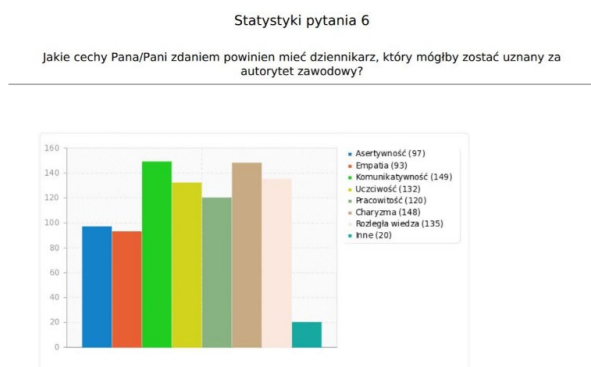
W pytaniu otwartym, w którym prosiłam o wpisanie nazwisk osób uznawanych przez ankietowanych za autorytet, wskazano 73 dziennikarzy i dziennikarek. Wiele wśród nich pojawiało się wielokrotnie, a wśród najczęściej wymienianych byli Martyna Wojciechowska (15 osób wskazało ją jako autorytet), Justyna Kopińska (10 osób) i Mateusz Borek (10 osób). Tuż za podium tego zestawienia uplasował się Ryszard Kapuściński (7 osób). Kolejne

cztery miejsca zajmują osoby, których nazwiska pojawiły się w ankietach sześciokrotnie: Tomasz Ćwiąkała, Wojciech Cejrowski, Tomasz Smokowski i Tomasz Sekielski. Zestawienie dziesięciu najpopularniejszych nazwisk zamknęło dwóch dziennikarzy, których ankietowani wskazali pięciokrotnie – Tomasz Lorek i Marcin Prokop. Wśród wszystkich wymienionych przez ankietowanych dziennikarzy autorytetami byli głównie Polacy. Nieliczni wskazywali, że inspiracją są dla nich dziennikarze zagraniczni, jak Oprah Winfrey czy Nellie Bly.

Z różnych względów ludzie mogą czuć się zobligowani do posiadania autorytetu. Dla niektórych może być to presja społeczna lub akademicka powinność. Z badania wynika, że większość (119 osób) studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na UMK nie czuło obowiązku posiadania wzoru do naśladowania.

W badaniu respondenci byli proszeni również o zaznaczenie takich cech charakteru, którymi powinien odznaczać się dziennikarz, który mógłby być uznany za autorytet. Oprócz wymienionych przeze mnie kilku najważniejszych, ankietowani mogli także dopisać swoje propozycje pozytywnych przymiotów. Najważniejszą cechą wyróżnioną przez studentów była komunikatywność – tę cechę zaznaczyło 149 ankietowanych. Niewiele mniej osób wskazało również charyzmę (148 osób), rozległą wiedzę (135 osób) i uczciwość (132 osoby). Szczegółowe statystyki pytania można prześledzić na poniższym wykresie.

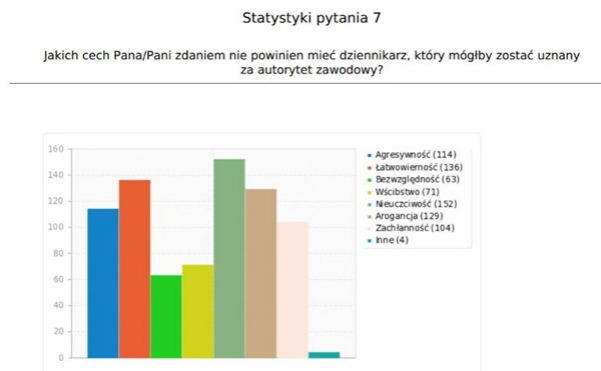
Rysunek 1. Odpowiedzi grupy badanej (198 osób ankietowanych) w 2019 roku na pytanie 6.



Respondenci byli zobligowani również do wskazania cech negatywnych, których autorytet nie powinien posiadać. Analogicznie do poprzedniego pytania wymieniałam siedem cech, spośród których studenci mogli wybrać te, które ich zdaniem nie licują z powagą autorytetu. Największa liczba badanych osób wskazała nieuczciwość. 136 ankietowanych przyznało,

że nie mogliby zaufać dziennikarzowi łatwowiernemu. Według 129 osób dziennikarz uchodzący za autorytet nie może wykazywać się arogancją. Ponad połowa ankietowanych wskazała także agresywność jako cechę niepożądaną. Dokładna reprezentacja poszczególnych głosów jest umieszczona na wykresie poniżej.

Rysunek 2. Odpowiedzi grupy badanej (198 osób ankietowanych) w 2019 roku na pytanie 7.

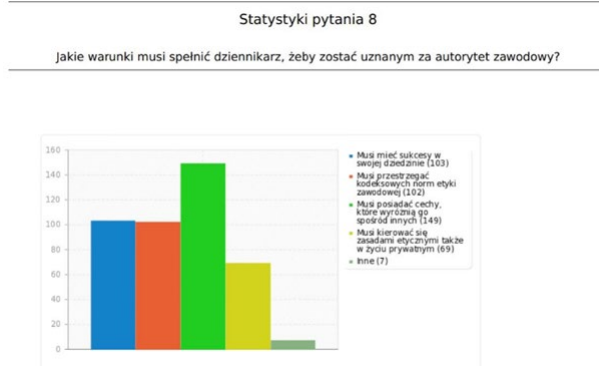


Ważnym aspektem mojej pracy było również uzyskanie odpowiedzi na pytanie dotyczące warunków, jakie musi spełnić dziennikarz, który mógłby zostać uznany za autorytet zawodowy. Ankietowani mieli do wyboru cztery odpowiedzi oraz możliwość dopisania własnej propozycji. Spośród dostępnych wariantów największa grupa badanych odpowiedziała, że autorytet powinien posiadać takie cechy, które wyróżnią go na tle innych dziennikarzy. 52% ankietowanych uznało za konieczne osiąganie sukcesów w swojej dziedzinie. Równie ważne okazało się dla badanych przestrzeganie norm etyki zawodowej. Według 102 osób dziennikarz powinien stosować się do norm etycznych zawartych w kodeksie Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich oraz powinien znać i stosować zasady zawarte w Karcie Etycznej Mediów, która nakazuje między innymi kierowanie się zasadą prawdy czy obiektywizmu. Dziennikarz powinien przede wszystkim być świadomy odpowiedzialności, która wiąże się z tworzeniem przez niego przekazem. Niemal 35% badanych wskazało ponadto, że autorytet powinien postępować etycznie nie tylko w pracy, ale także w życiu prywatnym. Dzięki licznym serwisom społecznościowym dziennikarze są często ważnymi członkami życia społecznego, które nie jest bezpośrednio związane z ich zawodem. Chętnie dzielą się prywatnymi informacjami o swoim życiu, rodzinie i działalności pozazawodowej, często komentują zjawiska społeczne, geopolityczne lub dotyczące gospodarki. Dzięki temu obserwatorzy mogą ich stale oceniać

nie tylko z perspektywy wykonywanego zawodu, ale także przez pryzmat ich prywatnych wyborów i poglądów.

Siedem osób postanowiło wpisać swoje propozycje warunków, które powinien spełnić dziennikarz, który pretenduje do miana autorytetu. Jeden z ankietowanych uważał, że wybór tych cech jest subiektywny i myśli, że autorytet powinien odgrywać znaczącą rolę w tworzeniu popkultury. Kolejny badany podkreślił, że dziennikarz powinien być dobry w tym, co robi. W jednej z ankiet podkreślono także, że autorytet to osoba, która cechuje się erudycją, szczególnie cechą, która wyróżnia go spośród innych, potocznie nazywana „tym czymś”. Kolejny badany rozwinął tę myśl i stwierdził, że autorytet to osoba, która znalazła pomysł na siebie i go zrealizowała, co również czyni ją wyjątkową w tłumie ludzi wykonujących ten zawód. Wśród dodatkowych propozycji pojawiła się też taka, która wskazuje na silny wpływ autorytetu na osobę, która decyduje się go naśladować. Podkreślono także rolę rozległej wiedzy w dziedzinie, którą uprawia wyróżniający się w środowisku dziennikarz, jego rzetelność i obiektywizm. Na poniższym wykresie słupkowym przedstawiono dokładne wyniki wraz z danymi liczbowymi głosujących.

Rysunek 3. Odpowiedzi grupy badanej (198 osób ankietowanych) w 2019 roku na pytanie 8.



Ostatnie ważne dla tego artykułu pytanie dotyczyło ewentualnych zagrożeń, jakie niesie ze sobą posiadanie autorytetu. Na 198 ankietowanych 103 osoby nie dostrzegały żadnych zagrożeń, natomiast 95 osób udzieliło odpowiedzi twierdzącej. Osoby, które odpowiedziały, że dostrzegają zagrożenia, zobligowane były do napisania dodatkowego, krótkiego komentarza, w którym zawarły uzasadnienie swojego wyboru. Część osób, które udzieliły dodatkowej odpowiedzi, zrozumiała pytanie opacznie i przedstawiła zagrożenia związane z byciem, a nie posiadaniem autorytetu. Większość badanych studentów, którzy odpowiedzieli twierdząco na to pytanie, zostawiła jednak komentarz merytoryczny, adekwatny do tematu pytania. Najczęściej pojawiającym się

zagrożeniem było zaślepienie. Studenci uważali, że „możemy ślepo podążać za zachowaniami autorytetu, bez kwestionowania ich”. Chęć bycia takim jak autorytet powoduje także zatracenie tożsamości i brak oryginalności w kreowaniu własnego stylu. Taki stan bezrefleksyjnego wpatżenia w osobę, która imponuje, może także powodować podatność na manipulację. Studenci obawiali się także, że bezkrytyczne myślenie może prowadzić do powielania tych samych błędów, w związku z czym istnieje ryzyko postawienia na piedestale kogoś, od kogo można czerpać negatywne wzorce. Badani zauważyli także, że posiadanie autorytetu wiąże się z dążeniem do ideału, którego *de facto* nie ma, co może powodować wygórowane oczekiwania nie tylko wobec tej osoby, ale także zawodu dziennikarza. Stawianie sobie celów trudnych do realizacji może powodować utratę zapału do pracy i rezygnację ze starań o zdobywanie coraz to nowych kompetencji. Studenci obawiali się także, że młodzi dziennikarze, którzy posiadają autorytet, będą patrzeć na siebie głównie przez pryzmat swoich niedoskonałości, wierząc, że nigdy nie będą w stanie dorównać swojemu idolowi. Niektórzy respondenci odpowiedzieli, że posiadanie autorytetu i inspiracja nim może spowodować nieświadome przejęcie części cech indywidualnego stylu dziennikarza, co doprowadzi do plagiatowania go. Najczęściej wymieniane przez respondentów zagrożenia związane z posiadaniem autorytetu wyraża komentarz jednego ze studentów, który napisał: „Posiadanie autorytetu może zacierać tożsamość i osobliwy styl. Autorytet zwykle widzimy jako osobę bez wad, nie zauważamy tego, że właściwie możemy być lepsi, staramy się wyłącznie dorównać. Ponadto każdy błąd, który popełni ktoś, kogo podziwiamy, może spowodować załamanie systemu wartości, który sami wyznajemy. Możemy zacząć usprawiedliwiać się za nasze niepowodzenia”.

BADANIE AUTORYTETÓW: PIĘĆ LAT PÓŹNIEJ

Z tym samym zestawem pytań w ankiecie zmierzyl się studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w grudniu 2024 roku. Odpowiedzi udzielili studenci i studentki drugiego i trzeciego roku studiów pierwszego stopnia oraz pierwszego roku drugiego stopnia. W sumie ankiety wypełniło 89 osób, a najliczniejszą grupą badanych byli studenci drugiego roku studiów pierwszego stopnia (47,2% ankietowanych). Większość badanej grupy planowała wówczas związać swoją przyszłość

z dziennikarstwem – opcje „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” wybrało 51 osób, co stanowi 57,3% odpowiedzi. Dla większości posiadanie autorytetu było ważne – żaden z ankietowanych nie wybrał opcji „zdecydowanie nie”, natomiast pozytywnej odpowiedzi na to pytanie udzieliło 71 studentów (niemal 80%). Jednocześnie 64% badanych nie czuło się zobligowanych do posiadania autorytetu i również większość (niemal 60%) deklarowało, że nie ma zawodowego wzorca osobowego.

Wyniki z 2019 i 2024 roku z pierwszej części ankiety w dużej mierze nie odbiegają od siebie. Wśród aktualnych studentów widać wzrost aspiracji do kontynuowania kariery w zawodzie dziennikarza po studiach i w porównaniu do wyników z 2019 roku to wzrost o ok. 10 punktów procentowych. Nie ma znaczących różnic w wynikach odnośnie do pozostałych pytań – dla ok. 80% ankietowanych w 2019 i 2024 roku posiadanie autorytetu było ważne, a jednocześnie 60% tej grupy wskazało, że go nie ma.

Widoczną różnicę można jednak dostrzec, przyglądając się odpowiedziom w pytaniu otwartym, w którym prosiłam studentów o wskazanie nazwisk konkretnych osób, które są źródłem inspiracji w budowaniu świadomej drogi zawodowej. W 2019 roku 198 ankietowanych wpisało łącznie 73 osoby, a wiele nazwisk pojawiało się w ankietach wielokrotnie. Grupa badanych w 2024 roku (89 osób) wyróżniła nazwiska 54 dziennikarzy, z czego aż 44 pojawiły się w ankiecie tylko raz. W porównaniu do wyników z 2019 roku wśród wskazanych dziennikarzy stanowiących inspirację dla adeptów tego zawodu pojawiły się osoby z Ukrainy, co z pewnością jest związane ze wzrostem liczby studentów zza wschodniej granicy. Wśród nazwisk, które pojawiły się wielokrotnie, ponownie prym wiodła Martyna Wojciechowska, którą wskazało sześć osób, choć w 2019 roku dysproporcja między pierwszym a drugim najczęściej wskazywanym dziennikarzem była znacząca (Wojciechowską wskazało wówczas piętnastu ankietowanych, a drugą z kolei Justynę Kopińską – dziewięć). W 2024 roku pierwsze miejsce wśród najczęściej wskazywanych jako autorytet dziennikarzy razem z Martyną Wojciechowską zajął Radomir Wit. Na drugim miejscu uplasował się Mateusz Świąćicki, którego wymieniło czworo ankietowanych. Trzecie miejsce zajęli *ex aequo* Tomasz Ćwiąkała, Bogdan Rymanowski i Krzysztof Stanowski, których nazwiska wymieniono w ankietach trzykrotnie. Więcej niż raz w badaniu pojawił się także Robert Mazurek, Wojciech Bojanowski i Konrad Piasecki.

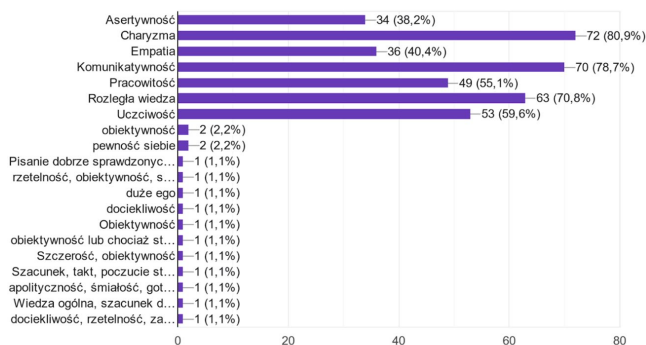
Znacząca różnica pomiędzy tymi nazwiskami dotyczy także dziedzin, którymi zajmują się osoby wskazywane jako inspiracja – w 2019 roku na czoło wysuwały się nazwiska osób, które związane były ze sportem. W 2024 roku

studenci o wiele częściej wskazywali dziennikarzy zajmujących się publicystyką i informacją. Nadal wśród wskazywanych idoli dominują dziennikarze z Polski, a nieliczne nazwiska profesjonalistów zagranicznych to głównie osoby z Ukrainy, m.in. Alla Mazur i Marija Jefrisynina. Warto zwrócić uwagę, że o ile w 2019 roku wśród wymienianych nazwisk pojawiały się takie ponadczasowe, jak choćby Ryszard Kapuściński, o tyle współcześnie, pomimo szerokiego wachlarza osób pretendujących do miana autorytetu dziennikarskiego, nikt nie wskazał żadnej osoby od lat znanej w środowisku lub takiej, która jest związana z reportażem literackim. Znaczące w wynikach najnowszych badań jest również to, że coraz częściej jako autorytety wskazuje się osoby widoczne i popularne w mediach różnego rodzaju, które nie zajmują się dziennikarstwem zgodnie z definicją prawną, ale prowadzą swoje konta w mediach społecznościowych, są podcasterami, youtuberami lub tiktokerami.

Wśród najczęściej wskazywanych cech, które powinien posiadać dziennikarz mianowany autorytetem, jest charyzma (wskazana przez 72 osoby), komunikatywność (70 osób) i rozległa wiedza (63 osoby). Kilka osób wpisało także dodatkowo swoje odpowiedzi, w których wskazywano również m.in. obiektywność, rzetelność i dociekliwość. Poniższy wykres prezentuje rozkład głosów studentów.

Rysunek 4. Odpowiedzi grupy badanej (89 osób ankietowanych) w 2024 roku na pytanie 6.

6. Jakie cechy Pana/Pani zdaniem powinien mieć dziennikarz, który mógłby zostać uznany za autorytet zawodowy? (Pytanie wielokrotnego wyboru)
89 odpowiedzi

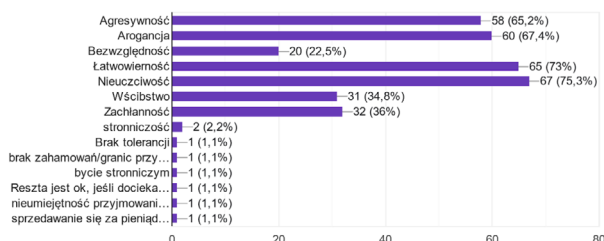


Studenci wskazali również cechy, których nie powinien posiadać dziennikarz będący autorytetem. Wśród tych cech najczęściej zaznaczali nieuczciwość (75,3%), łatwowierność (73%), arogancję (67,4%) i agresywność (65,2%). Pozostałe przymioty były wskazywane o wiele rzadziej, a wśród dodatkowych odpowiedzi wpisywano również m.in. bycie stronnikiem

i przyjmowanie korzyści majątkowych w zamian za przychyłność. Rozkład procentowy głosów przedstawia poniższy wykres.

Rysunek 5. Odpowiedzi grupy badanej (89 osób ankietowanych) w 2024 roku na pytanie 7.

7. Jakich cech Pana/Pani zdaniem nie powinien mieć dziennikarz, który mógłby być uznany za autorytet zawodowy? (Pytanie wielokrotnego wyboru)
89 odpowiedzi

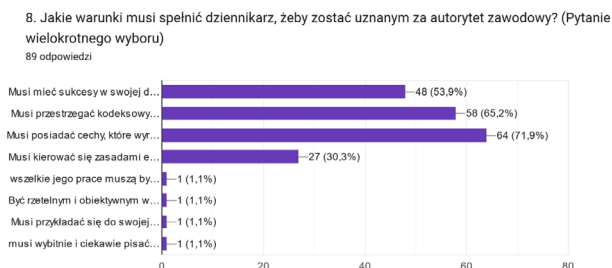


Bardzo zaskakujące w porównaniu wyników obu badań z 2019 i 2024 roku jest to, że kolejność cech wskazywanych najczęściej jako pozytywne i negatywne jest taka sama. Wyniki badań wskazują, że dla studentów, zarówno wtedy, jak i dziś, najważniejsze były charyzma, komunikatywność i rozległa wiedza, a niepożądana jest nieuczciwość, łatwowierność i arogancja. Taki wybór może wskazywać na pewną uniwersalność cnót, jakich studenci poszukują w osobach, na których chcą się wzorować. Są to także przymioty, które doskonale oddają charakter nietuzinkowego dziennikarza, który przyciągnie nie tylko miłośników swojego talentu, ale również będzie przekonujący dla swoich interlokutorów i będzie potrafił zachęcić ich do ciekawych rozmów. Studenci wskazali także te negatywne cechy, które wyjątkowo nie pasują do przedstawicieli mediów odpowiedzialnych za prawdziwość przekazów. Zarówno nieuczciwy, jak i łatwowierny dziennikarz nie dołoży należytej staranności do przekazania prawdy, a różnica w tych przypadkach polega jedynie na intencji. Równie niepożądaną cechą jest zatem arogancja, szczególnie wówczas, gdy od dobrego dziennikarza wymaga się komunikatywności.

Na fakt, że badani studenci poszukują wyjątkowych i nietuzinkowych wzorców może wskazywać również odpowiedź na kolejne pytanie. Najważniejszym warunkiem, jaki według badanych w 2024 roku adeptów dziennikarstwa musi spełnić dziennikarz, aby być uznanym za autorytet, najwięcej ankietowanych odpowiedziało, że musi mieć cechy, które wyróżnią go spośród innych. Dla 65% badanych ważne było także to, żeby przestrzegać kodeksowych norm etyki zawodowej. Na sukcesy dziennikarza studenci zwracają uwagę dopiero w trzeciej kolejności, a kierowanie się zasadami etycznymi także w życiu prywatnym jest najmniej ważnym warunkiem. Studenci w tym

pytaniu mogli dodawać również swoje odpowiedzi, na co zdecydowało się kilkoro uczestników badania. Wszystkie one odnoszą się do zasadniczego argumentu bycia rzetelnym w swojej pracy. Dokładne wyniki przedstawia poniższy wykres.

Rysunek 6. Odpowiedzi grupy badanej (89 osób ankietowanych) w 2024 roku na pytanie 8.



W tym przypadku wyniki obu badań również przedstawiają się podobnie. Dla studentów badanych w 2019 i 2024 roku najważniejsze było posiadanie zestawu cech i umiejętności, które wyróżniają zawodowca spośród masy innych ludzi parających się tą samą profesją. Niemal *ex aequo*, bo różnicą tylko jednego głosu, studenci w 2019 roku wybrali odniesienie sukcesu w swojej dziedzinie ponad przestrzeganie norm kodeksowych. Dla studentów badanych w 2024 roku wyraźnie ważniejsza była etyka pracy. W przypadku obu badanych grup najmniej ważne jest kierowanie się zasadami etycznymi także w życiu prywatnym.

Znaczącą zmianą w porównaniu do badań z 2019 roku jest także to, że obecnie większość ankietowanych dostrzegła zagrożenia związane z posiadaniem autorytetu. Podczas pierwszego badania na 198 osób odpowiedzi twierdzącej udzieliło 95, co daje ok. 48% wszystkich ankietowanych. Najnowsze badania wykazały, że zagrożenia dostrzega ponad 66% ankietowanych (59 osób na 89 biorących udział w badaniu). Podobnie jak w przypadku pierwszego badania, część osób, które udzieliły dodatkowej odpowiedzi i uzasadniały swój wybór, zrozumiała pytanie opacznie, wpisując zagrożenia, jakie wiążą się z byciem autorytetem, a nie jego posiadaniem. Obawy obu grup studentów również są podobne – badani obawiali się przede wszystkim obdarzenia autorytetu zbyt dużym zaufaniem, co może spowodować brak kwestionowania jego wyborów i ślepe podążanie za jego zachowaniami. Studenci obawiali się również, że w przypadku, kiedy dziennikarz, którego podziwiają, dokona złych wyborów, zachwieje się również ich osobisty fundament, na którym budują swoją karierę. Wśród odpowiedzi nie brakowało też głosów, że stałe

porównywanie się do wzorca może z jednej strony prowadzić do obniżenia nastroju („nigdy nie będę taki jak mój autorytet”) lub szybkiego wypalenia zawodowego („pracowałem na sukces tak ciężko, że już nie mam siły”). Obawy studentów były związane również z utraceniem umiejętności obiektywnego postrzegania rzeczywistości – osądy autorytetu mogą stać się tymi jedynie prawdziwymi. Kilka osób zwróciło także uwagę, że naśladowanie wzorca może spowodować zatracenie indywidualnego stylu na rzecz plagiatowania osoby podziwianej.

Obawy związane z posiadaniem autorytetu nie zmieniły się zatem na przestrzeni lat. Podobnych odpowiedzi udzielali studenci badani w 2019 roku, którzy również najczęściej wspominali o „ślepych podążaniu za zachowaniami autorytetu, bez kwestionowania ich”.

ZAKOŃCZENIE

Współcześnie zasadność pytania o posiadanie autorytetu w zawodzie dziennikarza wydaje się jeszcze ważniejsza niż przed laty. Środowisko dziennikarskie jest bowiem daleko bardziej hermetyczne niż mogłoby się wydawać, jeśli wziąć pod uwagę punkt widzenia odbiorców mediów. Dla ogółu społeczeństwa, niezwiązanego z pracą w mediach, to środowisko może wydawać się bardzo otwarte, mało zhierarchizowane, a praca ekscytująca i inspirująca. Rzeczywistość pokazuje, że jest inaczej; na wokandy trafiają sprawy o mobbing w redakcjach, a wielu uznanych dziennikarzy okazuje się rządowymi władzami szefami, oczekującymi od swoich podwładnych bezwzględnego posłuszeństwa. Wiele osób jest zatrudnianych w redakcjach na tzw. śmieciowe umowy, co powoduje brak stabilności zatrudnienia i poczucia bezpieczeństwa, a wyłącznie rosnącą presję na to, by pracować ponad siły, aby nie zostać zwolnionym. Szczególnie ważne w tym kontekście jest nie tylko nieprzychylnie środowisko pracy, ale także stale rosnące wymagania dotyczące tworzenia artykułów na tematy niemające żadnego znaczenia dla społeczeństwa, a nastawionych wyłącznie na zyski wynikające z kontraktów z reklamodawcami i sponsorami. Przez stale rosnącą presję na generowanie poczytnych treści dziennikarze rezygnują z pracy lub szefowie podejmują decyzję o ich dalszym niezatrudnianiu, często ze względu na rzekome cięcia budżetowe. Biorąc pod uwagę przytaczane także w tym artykule badania

wskazujące na malejący prestiż zawodu dziennikarza, można zastanowić się, czy w takich czasach warto w ogóle myśleć o karierze w mediach.

W kontekście moich badań można pokusić się również o refleksję nad autorytetami w relacji uczeń – mistrz. Wymiana kadrowa dużych redakcji odbywa się tak szybko, że trudno jest nawiązać stałą współpracę z kimś, kto swoje stanowisko piastuje od wielu lat i od kogo można nauczyć się warsztatu. Nie ma też na to miejsca w redakcjach nastawionych na zysk, a nie naukę fachu. Pracę zaczynają nowi, często niemający pojęcia o pracy w mediach ludzie, którzy uczą się nie od najlepszych, ale rzućeni od razu na głęboką wodę działają zgodnie z wytycznymi szefostwa, często po omacku. Píše o tym m.in. Paulina Januszewska w książce *Gównodziennikarstwo. Dlaczego w polskich mediach pracuje się tak źle*:

Dziennikarki portaloż z wielkimi ambicjami narzekają, że obok nich pracują całe zastępy dziewczyn i chłopaków, dla których wzorem dziennikarstwa jest Kuba Wojewódzki i ludzie prowadzący śniadaniówki, którzy za zdjęcie na Instagram z celebrytą są gotowi oddać wiele. Nie potrafią skleić poprawnego tekstu, napisać samodzielnie prac dyplomowych na studiach, a nazywają się dziennikarzami i takimi tytułują ich przełożeni, a potem produkują materiały pod tytułem «Postaw cebulę w sypialni. Będiesz zaskoczona pozytywnym efektem» (Januszewska, 2024, s. 131).

Wątpliwości dotyczące tego, czy w dzisiejszych czasach można wyznaczyć wśród dziennikarzy kogoś, kogo można byłoby nazwać autorytetem, ma także Andrzej Andrysiak, wybrany Dziennikarzem Roku 2024. W rozmowie z Januszką mówi: „Nie wiem, czy kogokolwiek jednak da się teraz nazwać guru dziennikarskim, który kształtuje debatę publiczną. Chyba trzeba by było mieć do tego szacunek w całej branży. A to w dobie tak wielkiej polaryzacji jest raczej niemożliwe” (Januszewska, 2024, s. 314).

Nic dziwnego, że instytucja autorytetu dziennikarskiego upada, skoro media znalazły się w kiepskim położeniu. Przed nastaniem internetu i mediów społecznościowych redakcje były potrzebne społeczeństwu do przekazywania informacji lokalnych, ogólnokrajowych i ze świata. Media nie tylko informowały o zdarzeniach, ale także tłumaczyły zawiłości i przedstawiały konteksty. Redakcje nie działały też w takim pośpiechu, więc był czas, aby stworzyć dobry i wartościowy materiał. Odkąd pojawiły się media społecznościowe, a sytuacja zawodowa dziennikarzy nie jest jasno określona prawem, każdy

może stać się twórcą treści, każdy też jest ich odbiorcą. Zaciera się zatem granica pomiędzy tym, co sprawdzone, a tym, co jest plotką.

Biorąc pod uwagę sytuację na rynku medialnym, dobrze zwrócić zatem szczególną uwagę na studentów i studentki dziennikarstwa – jak postrzegają świat, o jakiej karierze zawodowej myślą i kto ich inspiruje. Jak pokazały wyniki badań, na przestrzeni ostatnich pięciu lat hierarchia najważniejszych pozytywnych cech dziennikarza, który miałby być wzorem, nie zmieniła się ani trochę. Podobnie nie zmienił się zestaw cech niepożądanych u człowieka mediów. To wyraźny sygnał, że młodzi ludzie, mający już przecież jakiś zasób wiedzy na temat mediów, potrafią stworzyć profil osoby będącej, jak potocznie można powiedzieć, częścią czwartej władzy. Wielu studentów zdaje sobie sprawę z wagi krytycznego myślenia. To ważne, żeby osoby będące u progu kariery wiedziały, że prawdziwość informacji należy sprawdzać w kilku źródłach i nie należy wierzyć we wszystko, co się usłyszy.

Różnice między wynikami badań w obu grupach, które dzieli pięć lat, wynikają nie tyle ze zmian w mentalności, ile raczej z sytuacji geopolitycznej i pewnej rewolucji porządku świata. Studenci w 2019 roku nie mieli jeszcze pojęcia, że stoją u progu światowej pandemii, kryzysu ekonomicznego i pełnoskalowej agresji Rosji na Ukrainę oraz innych konfliktów zbrojnych niepozostających bez znaczenia dla układu sił na świecie. Właśnie w tych rewolucjach upatruję zmiany na liście osób wskazywanych jako osobiste autorytety. Publicyści i dziennikarze informacyjni zyskali na znaczeniu w obliczu chaosu informacyjnego. To oni musieli dołożyć wszelkich starań, by przekazywane przez nich wiadomości pokrywały się z prawdą. To był istotny sprawdzian wartości mediów.

Pojawiające się na tej liście nazwiska znanych z serwisów społecznościowych twórców medialnych, których specjaliści nie określiliby mianem dziennikarzy, są wynikiem zatarcia się statusu autorytetu, dokładnej jego definicji. Choć na początku kwestionariusza zawarłam informację o tym, jak należy rozumieć to pojęcie, co mogło stanowić wskazówkę do przemyślanego wyboru nazwisk, potoczne rozumienie autorytetu może zlewać się z kimś uchodzącym za idola. Jak wskazywałam na początku artykułu, różnica semantyczna między autorytetem a idolem może być dla młodych nieznacząca, a oba te pojęcia są dla nich bliskoznaczne. Współcześnie autorytet, podobnie jak idol, może być wzorem do naśladowania przez jakiś czas. Nie jest to związane wyłącznie z samym autorytetem, którego dobre imię może być poddane próbie, ale także z dynamicznie zmieniającym się światem i reorganizacją hierarchii osobistych wartości. Nie jest to nic

nowego – wraz z rozwojem i dojrzewaniem zmieniają się również priorytety, niezależnie od czasów, w których żyjemy.

Jak wspominałam wyżej, niektórzy studenci błędnie odczytali moją prośbę związaną z wymienieniem zagrożeń związanych z posiadaniem autorytetu i wpisywali niebezpieczeństwa bycia autorytetem. Abstrahując od niewłaściwej interpretacji zadania, trzeba stwierdzić, że ich spostrzeżenia okazały się dla mnie równie wartościowe i zwróciły uwagę na inny punkt widzenia. W obu grupach badanych pojawiały się opinie, że bycie autorytetem to ogromna presja dla jednostki. Zapewne zdaje sobie ona sprawę z tego, że oceniana jest nie tylko przez pryzmat swoich zadań zawodowych, ale także prywatnych wyborów i poglądów. Taka sytuacja może wpływać na szczególny rodzaj autocenzury – trzeba stale pilnować, żeby nie popełniać błędów, hamować instynkty, nie burzyć pewnego ładu wynikającego z harmonii pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym.

Konfrontując otrzymane wyniki z postawionymi przed przeprowadzeniem badań hipotezami, warto zauważyć, że pierwsza z nich nie potwierdziła się. Choć założyłam, że studenci dziennikarstwa posiadają autorytety zawodowe, większość respondentów (60%) w 2019 i 2024 roku zadeklarowała, że na nikim się nie wzoruje. Warto zauważyć, że w 2019 roku większość badanych (52%) nie planowała pracy w zawodzie. Można zatem uznać, że brak autorytetów nie wynika wyłącznie z omawianego w tym artykule kryzysu, ale związany jest przede wszystkim z brakiem potrzeby poszukiwania takiego przewodnika. Wśród badanych w 2024 roku studentów większość zadeklarowała natomiast, że planuje związać swoją karierę z wyuczonym zawodem – taką opcję wybrało 57,3% ankietowanych.

Druga hipoteza zakładała, że studenci dostrzegają zagrożenia posiadania autorytetu. Aby sprawdzić, czy istnieje istotna statystycznie różnica w postrzeganiu niebezpieczeństw między studentami badanymi w 2019 i 2024 roku, przeprowadziłam test dla dwóch proporcji. W grupie z 2019 roku zagrożenia dostrzegało 95 na 198 badanych studentów (48%), natomiast w grupie z 2024 roku – 59 na 88 studentów (66%). Wyniki wskazują na istotną statystycznie różnicę między grupami ($Z = 2,88$, $p = 0,004$). Może to świadczyć o zwiększającej się wśród młodych osób świadomości, że autorytet zawodowy odgrywa ważną rolę w kształtowaniu profilu swojej kariery.

W swoich badaniach skupiałam się na autorytetach w zawodzie dziennikarza, choć bardziej aktualnym zagadnieniem z perspektywy przeciętnego człowieka byłby kazus autorytetu w ogóle, nie tylko w perspektywie zawodowej. Czy w dobie tak spolaryzowanego świata, którego jesteśmy częścią, wybór autorytetów jest jeszcze możliwy?

BIBLIOGRAFIA

- Arendt, H. (1994). *Między czasem minionym a przyszłym. Osiem ćwiczeń z myśli politycznej*. Warszawa: Aletheia.
- Januszczyńska, P. (2024). *Gównodziennikarstwo. Dlaczego w polskich mediach pracuje się tak źle*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Jeziński, M. (2017). *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Kopińska, J. (2018). *Musisz zabić autorytety*. Pobrane z: www.vogue.pl/a/musisz-zabic-autorytety/ (dostęp: 26.09.2018).
- Milgram, S. (2008). *Posłuszeństwo wobec autorytetu*. przeł. M. Hołda. Kraków: WAM.
- Olechowska, E. (2014). *Dziennikarz przyzwoity. Porozmawiamy o samoregulacji w mediach*. Pobrane z: <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/elzbieta-olechowska-samoregulacja/> (dostęp: 24.02.2024).
- Omyła-Rudzka, M. (2012). *Opinie na temat pracy dziennikarzy. Komunikat z badań CBOS. BS/164/2012*. Warszawa: Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Pleszczyński, J. (2015). *Etyka dziennikarska i dziennikarstwa*. Warszawa: Difin.
- Skarga, B. (2007). *Człowiek to nie jest piękne zwierzę*. Kraków: Znak.
- Wasylewicz, M. (2016). Autorytety medialne – starcie czy wsparcie (?) autorytetów realnych współczesnej młodzieży, *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, t. XXXV, z. 1.