

BS/164/2012

**OPINIE NA TEMAT PRACY
DZIENNIKARZY**



Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku
11 stycznia 2012 roku

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

Ostatnio wiele się mówi na temat tabloidyacji mediów, przyczyn tego zjawiska i odpowiedzialności za ten stan rzeczy. Medioznawcy wskazują w tym kontekście na szereg problemów, m.in. na obniżanie standardów dziennikarskich, upraszczanie przekazu medialnego, pogoń za sensacją, drugorzędną rolę rzetelnej weryfikacji informacji wobec szybkości jej podawania. Podkreślają jednocześnie, że kryzys gospodarczy zmuszający media z jednej strony do minimalizowania kosztów, a z drugiej – do jeszcze większej walki o odbiorcę, dodatkowo pogłębia te problemy.

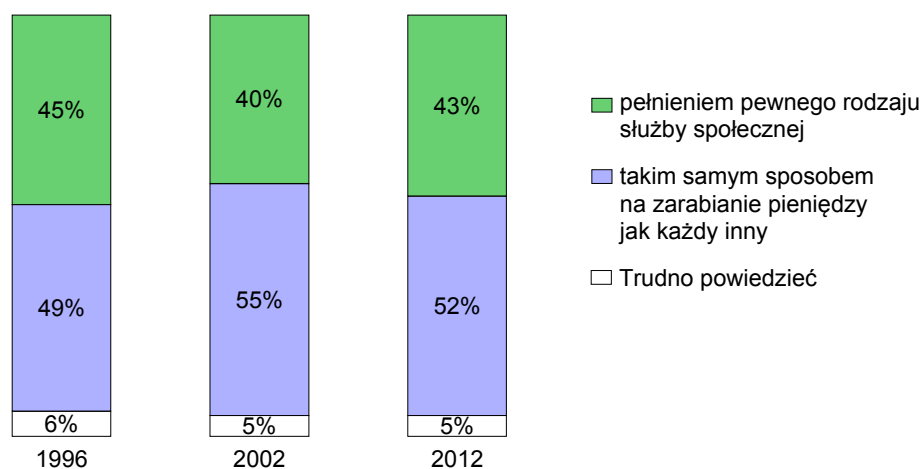
Jak Polacy postrzegają pracę dziennikarzy? Czy darzą ich zaufaniem? Jacy są, a jacy powinni być dziennikarze? Czy praca w zawodzie dziennikarza jest takim samym sposobem zarabiania pieniędzy jak każdy inny, czy też jest pewnego rodzaju służbą, misją społeczną? Między innymi na te pytania próbowaliśmy znaleźć odpowiedź w jednym z naszych ostatnich sondaży¹. O większość tych kwestii pytaliśmy też dziesięć lat temu, mamy więc możliwość porównania, jak zmieniło się postrzeganie pracy dziennikarzy w ciągu ostatniej dekady.

ZAWÓD DZIENNIKARZA – MISJA SPOŁECZNA CZY PRACA JAK KAŻDA INNA?

Czy praca w zawodzie dziennikarza wiąże się z realizacją pewnej misji społecznej, czy też jest takim samym sposobem na zarabianie pieniędzy jak każdy inny? Opinie Polaków w tej sprawie są podzielone, jednak przeważa pogląd, że jest to praca jak każda inna (52%), jednocześnie duża grupa badanych (43%) twierdzi, że wykonywanie zawodu dziennikarza wiąże się z pełnieniem pewnego rodzaju służby społecznej.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (269) przeprowadzono w dniach 4 – 10 października 2012 roku na liczącej 1007 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

RYS. 1. CZY, PANA(I) ZDANIEM, PRACA W ZAWODZIE DZIENNIKARZA JEST:



Szesnaście lat temu, gdy po raz pierwszy pytaliśmy o tę kwestię, pogląd, że praca w zawodzie dziennikarza wiąże się z pełnieniem pewnej misji społecznej był niemal równie często podzielany, co przekonanie, że jest to zawód jak każdy inny. Natomiast dziesięć lat temu opinia, że praca dziennikarza to taki sam sposób na zarabianie pieniędzy jak każdy inny wyraźnie przeważała i tak pozostało do dziś – choć przewaga nie jest tak duża jak w 2002 roku.

Na poglądy w tej sprawie wpływa wykształcenie badanych – im jest ono wyższe, tym częściej pracę dziennikarza traktuje się jako pewnego rodzaju służbę społeczną. Wśród absolwentów wyższych uczelni opinia ta przeważa (56%) nad przekonaniem, że jest to taki sam sposób na zarabianie pieniędzy jak każdy inny (44%).

W grupach społeczno-zawodowych większą skłonność do traktowania pracy dziennikarskiej w kategoriach służby społecznej niż zwykłej działalności zarobkowej przejawia kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem, pracujący na własny rachunek, a także uczniowie i studenci. Również dla osób często uczestniczących w praktykach religijnych – kilka razy w tygodniu – praca w zawodzie dziennikarza częściej wiąże się z pewnego rodzaju posłannictwem społecznym niż zwyczajnym zarabianiem pieniędzy.

Dosyć istotnie opinie w tej kwestii różnicuje zainteresowanie polityką. Osoby bardziej nią zainteresowane częściej uważają, że praca dziennikarza to pewnego rodzaju misja społeczna, rzadziej natomiast, że to praca jak każda inna. Dla badanych deklarujących duże zainteresowanie polityką, prawie dwukrotnie częściej wykonywanie pracy dziennikarza jest społecznym posłannictwem niż zwykłą pracą zarobkową.

Tabela 1

Zainteresowanie polityką	Czy, Pana(i) zdaniem, praca w zawodzie dziennikarza jest:		
	pełnieniem pewnego rodzaju służby społecznej	takim samym sposobem na zarabianie pieniędzy jak każdy inny	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Duże	64	34	2
Średnie	47	52	1
Małe	35	61	4
Żadne	33	53	14

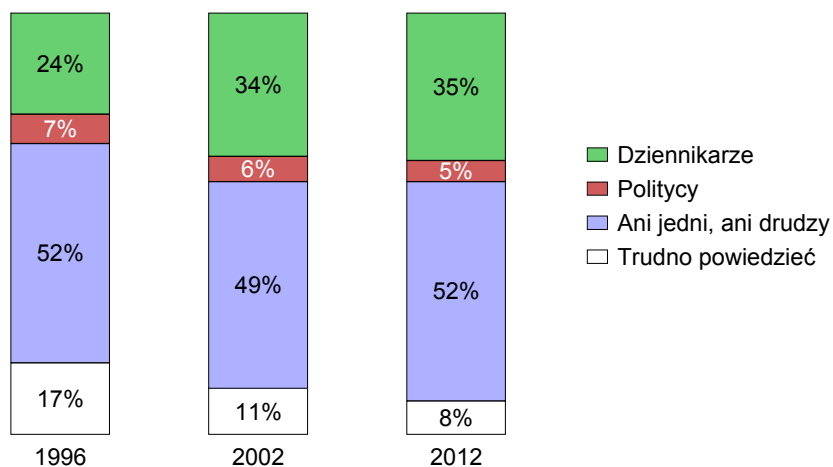
Traktowaniu pracy dziennikarskiej w kategoriach misji, posłannictwa społecznego sprzyja również czytanie gazet codziennych. Zwraca także uwagę, że badani czerpiący informacje o kraju i świecie przede wszystkim z internetu, którzy, jak można przypuszczać, częściej są odbiorcami dziennikarstwa obywatelskiego, bardziej skłonni są postrzegać dziennikarstwo jako służbę społeczną (50%).

Tabela 2

Czy czyta Pan(i) jakąś gazetę codzienną?	Czy, Pana(i) zdaniem, praca w zawodzie dziennikarza jest:		
	pełnieniem pewnego rodzaju służby społecznej	takim samym sposobem na zarabianie pieniędzy jak każdy inny	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Tak, co najmniej 2–3 razy w tygodniu	51	46	3
Tak, okazjonalnie, wydania sobotnio-niedzielne	45	51	4
W ogóle nie czytam gazet codziennych	39	56	5

Niezależnie od sprawdzenia, czy badani wiążą pracę w zawodzie dziennikarza z pewną misją społeczną, zapytaliśmy respondentów, kto ich zdaniem w większym stopniu dba o interes społeczny – dziennikarze czy politycy. Większość ankietowanych (52%) uważa, że ani jedni ani drudzy, mniej więcej co trzeci badany (35%) większą dbałość o interes społeczny przypisuje dziennikarzom, natomiast zaledwie co dwudziesty (5%) politykom.

RYS. 2. KTO, PANA(I) ZDANIEM, BARDZIEJ DBA O INTERES SPOŁECZNY?



Ostatnie wyniki są bardzo zbliżone do tych sprzed dziesięciu lat, natomiast w stosunku do badania z 1996 roku, zwiększył się odsetek ankietowanych przekonanych, że dziennikarze bardziej niż politycy dbają o interes społeczny.

Badani traktujący pracę dziennikarzy jako pewnego rodzaju służbę społeczną bardziej też doceniają ich dbałość o interes społeczny niż ci, dla których praca dziennikarza to zawód jak każdy inny. Prawie co drugi ankietowany wiążący pracę dziennikarską z realizacją pewnej misji społecznej uważa, że przedstawiciele tego zawodu lepiej niż politycy dbają o interes społeczny. Natomiast większość respondentów postrzegających pracę w zawodzie dziennikarza jako zwykłą pracę zarobkową jest zdania, że ani politycy, ani dziennikarze nie dbają o interes społeczny.

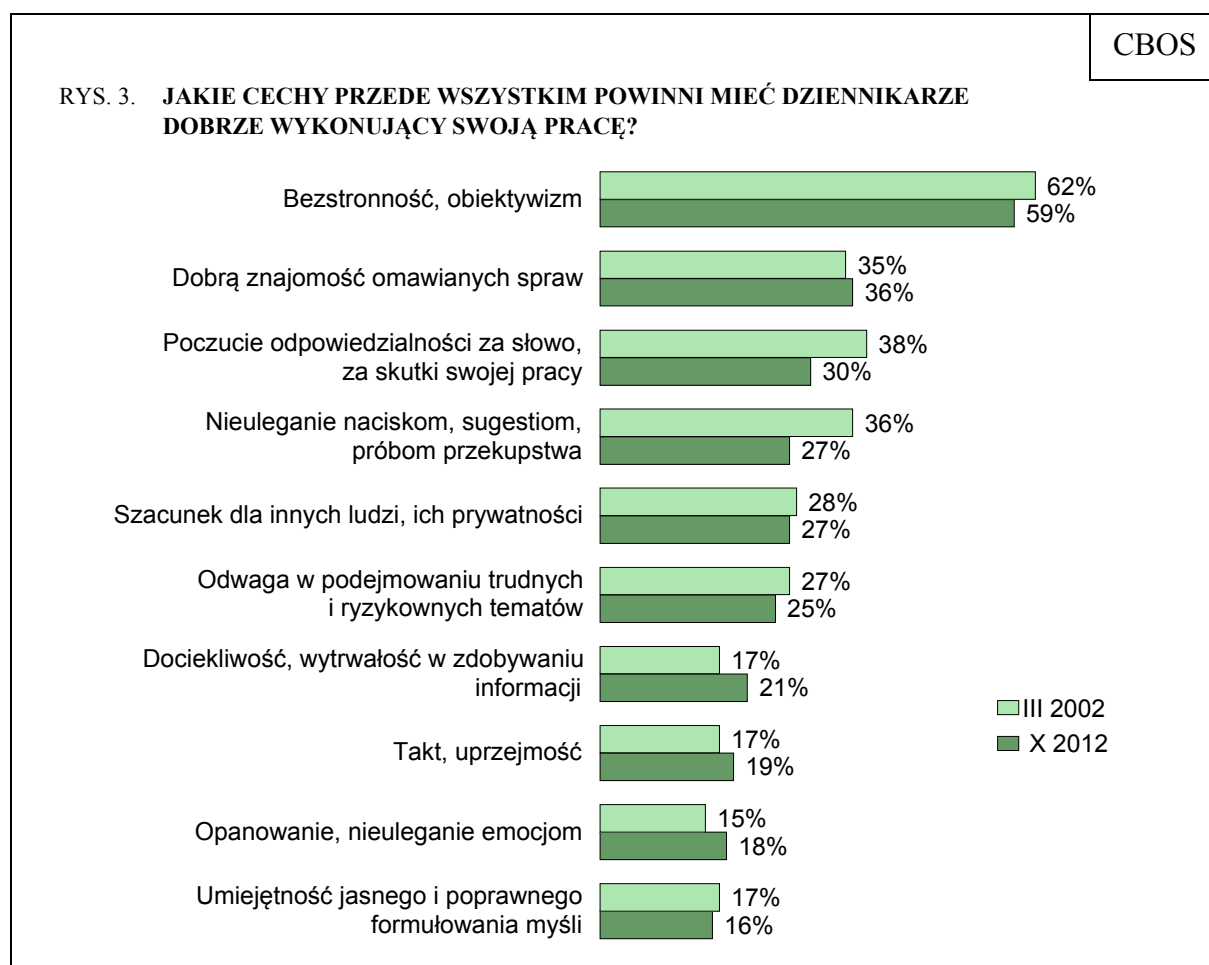
Tabela 3

Czy, Pana(i) zdaniem, praca w zawodzie dziennikarza jest:	Kto, Pana(i) zdaniem, bardziej dba o interes społeczny?			
	Dziennikarze	Politycy	Ani jedni, ani drudzy	Trudno powiedzieć
	w procentach			
– pełnieniem pewnego rodzaju służby społecznej	47	6	41	6
– taki samym sposobem na zarabianie pieniędzy jak każdy inny	28	5	61	6
Trudno powiedzieć	9	2	41	48

DZIENNIKARZE W POLSCE – OCZEKIWANIA A RZECZYWISTOŚĆ

W celu ustalenia społecznych oczekiwań wobec pracy dziennikarskiej przedstawiliśmy ankietowanym listę dziesięciu cech i poprosiliśmy o wybranie trzech najważniejszych, które powinny charakteryzować dobrego dziennikarza.

Bezstronność i obiektywizm – to cechy dziennikarza dobrze wykonującego swoją pracę, wskazywane przez respondentów zdecydowanie najczęściej (59%). Inne bardzo pożądane przymioty to: dobra znajomość omawianych spraw (36%) oraz poczucie odpowiedzialności za słowo (30%). Nieco rzadziej wymieniane było nieuleganie naciskom, sugestiom, próbom przekupstwa (27%), szacunek dla innych ludzi, ich prywatności (27%) oraz odwaga w podejmowaniu trudnych i ryzykownych tematów (25%). Mniej więcej co piąty respondent do najważniejszych cech dobrego dziennikarza zaliczał dociekliwość, wytrwałość w zdobywaniu informacji (21%), takt, uprzejmość (19%), opanowanie, nieuleganie emocjom (18%) oraz umiejętność jasnego i poprawnego formułowania myśli (16%).



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wskazać trzy cechy

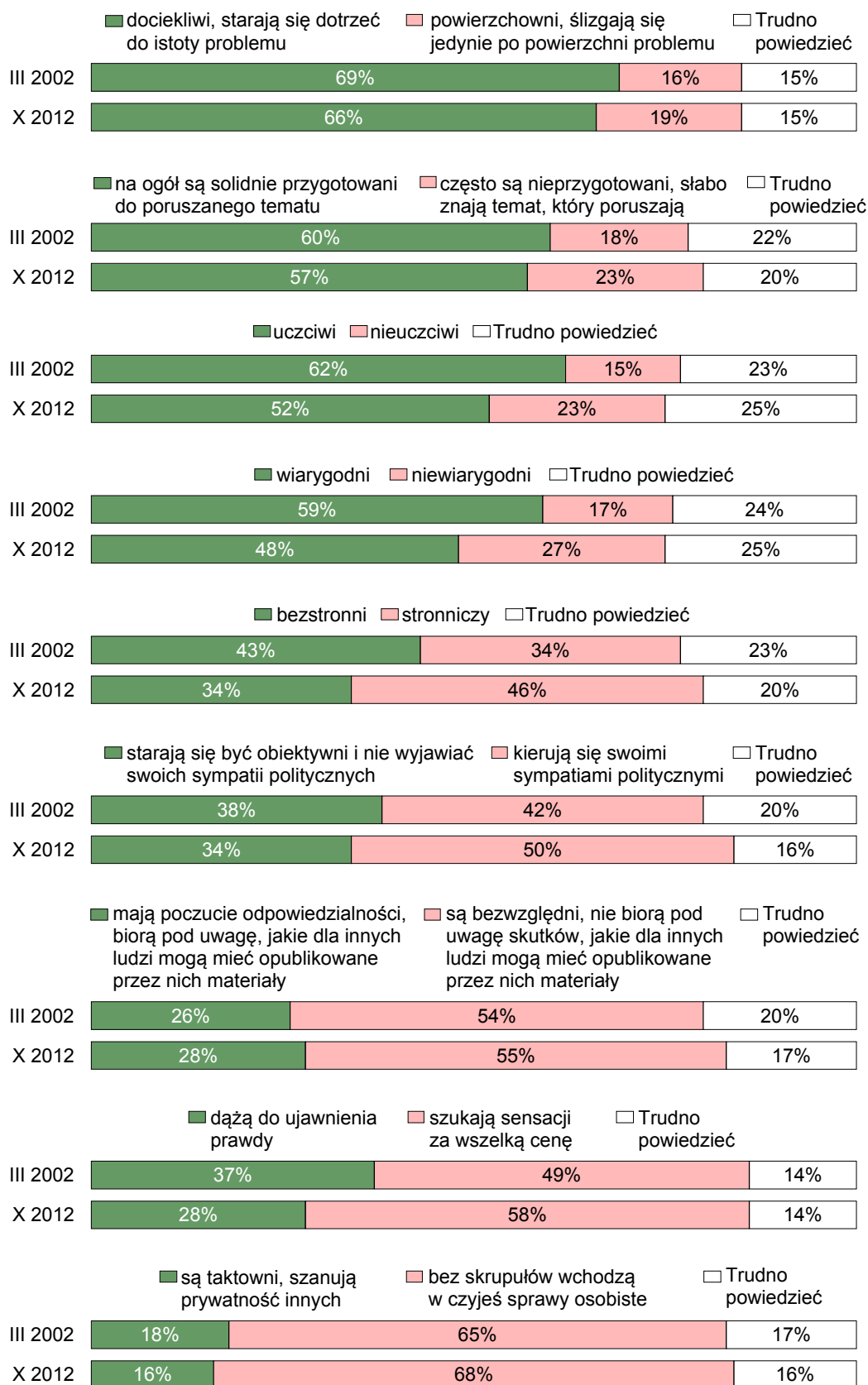
W porównaniu z wynikami sprzed dziesięciu lat, straciło na znaczeniu nieuleganie naciskom, sugestiom, próbom przekupstwa (odsetek wskazań zmalał z 36% do 27%) oraz poczucie odpowiedzialności za słowo (z 38% do 30%). Znaczenie i częstość wskazywania pozostałych cech nie uległa większym zmianom.

Postulowane cechy dobrego dziennikarza zależne są w znacznej mierze od poziomu wykształcenia. Badani lepiej wykształceni, a zwłaszcza absolwenci wyższych uczelni, większe znaczenie niż osoby gorzej wykształcone przypisują bezstronności, obiektywizmowi, dobrej znajomości omawianych spraw, nieuleganiu naciskom, próbom przekupstwa oraz odpowiedzialności za słowo. Dodać jednak należy, że niezależnie od poziomu wykształcenia, bezstronność i obiektywizm to według wszystkich ankietowanych najbardziej pożądane cechy dziennikarzy. Z kolei badani gorzej wykształceni – z wykształceniem podstawowym bądź zasadniczym zawodowym – większą wagę niż pozostali przywiązują do taktu i uprzejmości.

Chcąc sprawdzić, w jaki sposób postrzegani są dziennikarze, zapytaliśmy respondentów, jak oceniają przedstawicieli tego zawodu pod względem wybranych cech – odnoszących się zarówno do sfery ściśle zawodowej, jak i pewnych przymiotów natury moralnej.

Z deklaracji badanych wynika, że najmocniejszą cechą dziennikarzy jest dociekliwość. Dwie trzecie badanych (66%) dostrzega tę cechę u większości dziennikarzy, a niespełna co piąty (19%) jest przeciwnego zdania i twierdzi, że są powierzchowni, ślizgają się jedynie po powierzchni problemu. Dziennikarze są również pozytywnie oceniani w zakresie przygotowania do poruszanych tematów – w tym przypadku również opinie korzystne zdecydowanie przeważają nad negatywnymi (57% wobec 23%). Nieco gorzej oceniana jest ich uczciwość oraz wiarygodność, choć w przypadku tych cech również więcej jest opinii pozytywnych niż krytycznych. Mniej więcej co drugi ankietowany jest zdania, że dziennikarze są uczciwi (52%) i wiarygodni (48%), natomiast mniej więcej co czwarty zarzuca im brak uczciwości (23%) oraz brak wiarygodności (27%).

**RYS. 4. JAK OKREŚLIŁ(A)BY PAN(I) WIĘKSZOŚĆ DZIENNIKARZY?
CZY, PANA(I) ZDANIEM, SĄ ONI:**



Do najsłabszych stron dziennikarzy respondenci zaliczają brak poszanowania dla prywatności innych osób, pogoń za sensacją oraz nieliczenie się ze skutkami, jakie mogą mieć publikowane przez nich materiały. Ponad dwie trzecie respondentów (68%) uważa, że dziennikarze bez skrupułów wchodzi w czyjeś sprawy osobiste, a jedynie co szósty (16%) twierdzi, że są taktowni i szanują prywatność innych. Większość ankietowanych zarzuca dziennikarzom pogoń za sensacją (58%), a zdecydowanie mniejsza grupa badanych uważa, że dążą do ujawniania prawdy (28%). Jednocześnie ponad połowa respondentów (55%) jest zdania, że dziennikarze w swej pracy nie uwzględniają skutków, jakie dla innych ludzi mogą mieć publikowane przez nich materiały, a dwukrotnie rzadziej cenią ich za poczucie odpowiedzialności (28%).

Bezstronność i obiektywizm – najbardziej pożądane, zdaniem badanych, cechy dziennikarzy – również nie są oceniane najlepiej. Prawie połowa respondentów uważa, że dziennikarze są stronniczy (46%) i kierują się swoimi sympatiami politycznymi (50%), a jedynie co trzeci sądzi, że są bezstronni (34%), obiektywni i nie wyjawiają swoich preferencji politycznych (34%).

W porównaniu z wynikami sprzed dziesięciu lat opinie o pracy dziennikarzy pogorszyły się. Wzrosło przekonanie o ich stronniczości (z 34% do 46%) i nieobiektywności, (z 42% do 50%). Postawa moralna dziennikarzy także oceniana jest krytyczniej niż w 2002 roku – znacząco zmalał odsetek badanych przekonanych o ich uczciwości (z 62% do 52%) oraz wiarygodności (z 59% do 48%). Jednocześnie ubyło respondentów uważających, że dążą oni do ujawnienia prawdy (z 37% do 28%), a przybyło przekonanych, że szukają sensacji za wszelką cenę (z 49% do 58%).

ZAUFAŃIE DO DZIENNIKARZY

Poprosiliśmy również respondentów, by na siedmiostopniowej skali określili swoje zaufanie do polskich dziennikarzy. Średnia wartość na tak skonstruowanej skali wynosi „4” i mniej więcej na tym poziomie lokuje się obecnie zaufanie do polskich dziennikarzy (4,02).

Tabela 4

Czy ogólnie rzecz biorąc ma Pan(i) zaufanie do polskich dziennikarzy, czy też nie?	Wskazania według terminów badań		
	VI 2003	XI 2006	X 2012
Średnie na skali, na skali od 1 do 7, na której „1” oznacza całkowity brak zaufania do polskich dziennikarzy (respondent w ogóle nie ma zaufania do polskich dziennikarzy) a „7”, że ma pełne zaufanie do polskich dziennikarzy	4,67	4,87	4,02
Odchylenie standardowe	1,41	1,44	1,45
Liczba osób	1170	912	974

W taki sam sposób o zaufanie do tej profesji pytaliśmy przed sześciu i dziewięciu laty. W okresie od 2003 do 2006 roku, poziom zaufania nie zmienił się znacząco, a różnice między uzyskanymi średnimi mieściły się praktycznie w granicach błędu statystycznego², natomiast obecnie poziom zaufania do dziennikarzy jest znacząco niższy.

Zaufanie do dziennikarzy zależne jest w pewnej mierze od wieku i wykształcenia badanych. Absolwenci wyższych uczelni dużo krytyczniej podchodzą do przedstawicieli tego zawodu niż badani gorzej wykształceni. Mniejszym zaufaniem obdarzają dziennikarzy również młodszy badani.



W ciągu ostatniej dekady zaszły pewne niekorzystne zmiany w postrzeganiu pracy dziennikarzy. Wzrosło przekonanie, że szukają oni sensacji za wszelką cenę, a nie dążą do ujawniania prawdy. Gorzej oceniana jest ich uczciwość i wiarygodność. Częściej niż dziesięć lat temu postrzegani są jako stronniczy, kierujący się własnymi sympatiami politycznymi. Tymczasem właśnie bezstronność i obiektywizm to najbardziej pożądane, zdaniem ankietowanych, cechy dobrego dziennikarza i w tym zakresie nic się nie zmieniło w ciągu ostatnich dziesięciu lat. W porównaniu z 2002 rokiem mniejszą wagę respondenci przywiązują obecnie do takich cech dziennikarza jak nieuleganie naciskom i poczucie odpowiedzialności za słowo.

W kontekście tych negatywnych zmian w obrazie polskiego dziennikarstwa nie dziwi spadek zaufania do zawodu dziennikarza, jaki nastąpił w ciągu ostatnich kilku lat.

Opracowała
Małgorzata OMYŁA-RUDZKA

² Przy założonym poziomie istotności 0,05.