

IWONA HOFMAN

ORCID: 0000-0003-0492-5169

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ, LUBLIN

MAGDALENA PATAJ

ORCID: 0000-0003-1578-8075

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ, LUBLIN

Dydaktyka dziennikarska w Polsce po 1989 roku

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (oraz pokrewne kierunki wynikające z paradygmatu nauk o mediach) od lat należą do najpopularniejszych kierunków kształcenia w Polsce na uczelniach publicznych i prywatnych. Kierunki te, a wcześniej specjalności, realizowane są najczęściej na wydziałach nauk społecznych (szczególnie w związku z politologią) lub filologicznych, co podkreśla genezę dyscypliny nauki o mediach i nadal obecne tradycje badań teoretycznoliterackich i fenomenologicznych. Kandydaci na te studia pytani o motywację wyboru wymieniają przede wszystkim atrakcyjność pracy i prestiż zawodu, jednocześnie dostrzegając jednak negatywne zjawiska, takie jak: brak stabilizacji etatowej, obniżenie standardów zawodowych, polityzacja i/lub instrumentalizacja dziennikarstwa. Oczekują wiedzy, kompetencji i umiejęt-

ności praktycznych ułatwiających start zawodowy w sferach *public relations*, *media relations*, marketing, reklama, zarządzanie komunikacją społeczną; relatywnie słabo pozycjonują zatrudnienie w mediach jako reporterzy, dziennikarze informacyjni, miejscy itp. Studia o profilu ogólnoakademickim, dominujące w Polsce, częściowo rozczarowują nadmiarem teorii, jak zgodnie określają to studenci, ale podczas środowiskowych dyskusji i konferencji kadry zarządzającej wydziałami i instytutami medioznawczymi wyraźne są głosy o niewystarczających kompetencjach językowych, świadomości gatunkowej czy znajomości logiki procesów komunikacji wśród studentów. Profile praktyczne (zawodowe), zwłaszcza na studiach I stopnia (licencjackich), wydają się ciekawą alternatywą mimo trudności z zapewnieniem odpowiednich miejsc praktyk zawodowych i zatrudnianiem dziennikarzy do prowadzenia zajęć warsztatowych oraz laboratoryjnych. Dla studentów korzystających z możliwości wyboru różnych ścieżek kształcenia studia dziennikarskie o profilu praktycznym podejmowane jako drugi kierunek istotnie zwiększają szanse na atrakcyjne zatrudnienie, szczególnie w kontekście tak pożądanym współcześnie „kompetencji miękkich” (komunikacyjnych).

Zgodnie z aktualną nadal definicją Juliana Maślanki dziennikarstwo to umiejętność wykonywania zawodu, ogół dziennikarzy, nauka o dziennikarstwie, a zatem wiedza o świecie, znajomość faktów, hierarchizacja informacji i wartości, kompetencje komunikacyjne charakteryzujące jako zbiór profesjonalną atrybucję zawodu¹. W Polsce badania nad podstawami dziennikarstwa prowadzone są od lat pięćdziesiątych XX wieku — w pierwszym etapie w Zakładzie Historii Czasopiśmiennictwa

¹ *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976.

PAN (1953–1958), Wydziale Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego (1953–1960), Zakładzie Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” (1955–1959), a także Ośrodka Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” w Krakowie (1956). W latach sześćdziesiątych XX wieku Mieczysław Kafel proponował badania w płaszczyźnie funkcji i oddziaływania środków komunikacji masowej, a Irena Tetelowska — perspektywę interdyscyplinarną, tak zwaną uwzględniającą (uwarunkowania polityczne, społeczne, prawne, ekonomiczne, kulturowe funkcjonowania mediów)². Można przyjąć, że koncepcja Tetelowskiej wpłynęła na myślenie o multigenetyczności dyscypliny³. W 1976 roku Tomasz Goban-Klas przedstawił interdyscyplinarną strukturę przyszłej (postulowanej) nauki o komunikowaniu, zawierającej elementy antropologii, socjologii, psychologii, semiotyki, historii, politologii, ekonomii, prawa, estetyki i teorii literatury⁴.

Odnosząc się do kierunków rozwoju i tendencji poznawczych prasoznawstwa w Polsce do roku 1990, Pisarek ocenił sytuację następująco:

Rozwój i osiągnięcia polskiego prasoznawstwa zgodnie z koncepcją Ireny Tetelowskiej (jeśli by pominąć ściśle medioznawczy składnik prasoznawstwa, tzw. funkcjonalny opis samych kanałów i ich wartości) można by sprowadzić do osiągnięć socjologii, psychologii i ewentualnie innych dyscyplin, które właściwymi sobie metodami i technikami badawczymi przyczyniły się do poznania procesów komunikowania masowego za pośrednictwem prasy. Natomiast zgodnie z dominującym w Polsce od lat 70. komunikologicznym punktem widzenia, zdeterminowanym przez którykolwiek z modeli procesu

² Por. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.

³ I. Hofman, *Multigenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, „Roczniki Nauk Społecznych” 7 (43), 2015, nr 3, s. 115–124.

⁴ T. Goban-Klas, *Od wielo- do interdyscyplinarności*, „Studia Filozoficzne” 1976, nr 2, s. 77–90.

komunikacji, wszystkie wyniki badań dotyczących problematyki prasoznawczej składają się na dorobek nauki o periodycznym komunikowaniu masowym⁵.

Rozwój kształcenia na kierunkach dziennikarskich, a zwłaszcza poszerzenie programu po zaniechaniu w 2012 roku standaryzacji (obejmującej obligatoryjnie następujące przedmioty: komunikacja językowa, gatunki dziennikarskie, filozofia, socjologia, psychologia, historia najnowsza Polski i świata, współczesna myśl polityczna, retoryka i erystyka, systemy medialne w Polsce i na świecie, teoria komunikowania społecznego, prawo mediów, warsztaty dziennikarskie) skłonił dalej Pisarka do stwierdzenia, że

w wieku XXI dyscypliną dominującą dla nauki o komunikowaniu medialnym stała się prawdopodobnie politologia, usuwając na drugi plan pozostałe dyscypliny: przejawia się to przede wszystkim w wyjaśnianiu zjawisk zachodzących w sferze mediów czynnikami politycznymi⁶.

Badacz przedstawił także ciekawą hierarchizację i zależności między dyscypliną nauki o mediach (synonimicznie traktując naukę o dziennikarstwie, prasoznawstwo i medioznawstwo) a innymi, zakorzenionymi w klasyfikacjach naukami: bibliografią, historią, teorią literatury (dzieje prasy, biografie redaktorów i dziennikarzy, gatunki wypowiedzi), psychologią, psychologią społeczną, socjologią⁷, dostrzegając ciągłość i typowość tych związków od XIX wieku.

Formalizacja praktyki badawczej i dydaktycznej w sferze mediów nastąpiła w 2011 roku przez wyodrębnienie dyscypliny nauki o mediach (rozporządzenie Mini-

⁵ W. Pisarek, *op. cit.*, s. 238.

⁶ *Ibidem*, s. 241. Zdaniem nestora polskich prasoznawców współczesne medioznawstwo uprawiają studenci socjologii, psychologii, prawniczej, filologii, politologii i dziennikarstwa.

⁷ *Ibidem*.

stra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Dz.U. Nr 65, poz. 595 z późn. zm.). Zgodnie z przyjętą klasyfikacją nauk wyodrębnienie dyscypliny stało się możliwe po stwierdzeniu autonomii przedmiotu badań, zaawansowania środków i rezultatów uprawiania nauki, stopnia metanaukowego samookreślania się oraz stanu organizacyjno-informacyjnego, w tym kształcenia w zakresie dyscypliny⁸.

Okres po 1989 roku oznacza relatywnie dynamiczne przeobrażenia w podejściu do mediów jako przedmiotu badań i dydaktyki, czego najbardziej wyrazistym dowodem jest wprowadzenie w 1992 roku kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na I (licencjat) i II (magisterium) stopniu kształcenia akademickiego⁹. W większości uniwersytetów w Polsce realizowano jednak głównie specjalność dziennikarską lub medialną, redaktorską na kierunkach: politologia, filologia, kulturoznawstwo. Czynnikiem determinującym rozwój kierunku, ale nadal nie dyscypliny, były między innymi prestiż zawodu, wyobrażenia o pracy dziennikarskiej kształtowane przez obserwację życia zawodowego i towarzyskiego gwiazdorów, nowe płaszczyzny i kanały komunikacji, popyt na specjalistów w zawodach nazwanych okołomediальnymi (reklama, marketing, PR) czy uwolniony rynek mediów generujący zapotrzebowanie na dziennikarzy wyspecjalizowanych, ale i omnibusów w wypadku mediów lokalnych i hiperlokalnych.

Badania prowadzone w latach 2008–2009 przez zespół Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rze-

⁸ S. Kamiński, *Nauka i metoda. Pojęcie nauki i klasyfikacja nauki*, „Pisma wybrane”, t. 4, Lublin 1992, s. 253.

⁹ Dla porównania początki kształcenia dziennikarskiego w USA wyznacza uruchomienie czteroletnich studiów na kierunku uniwersytetu w Illinois w 1904 roku; w Europie tradycja kształcenia sięga okresu po I wojnie światowej. Por. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 108.

szowie w ramach projektu „Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Nowe potrzeby — nowe standardy” potwierdziły nie tylko wysoką atrakcyjność kierunku na rynku edukacyjnym, lecz także przewagę w programie kształcenia ścieżki „komunikacja społeczna”; w tej formule mieszczą się specjaliści *public relations*, komunikacja marketingowa, reklama, marketing polityczny, komunikacja wizualna¹⁰.

Jak wynika z następných badań, przeprowadzonych w latach 2013–2015 przez zespół pod kierunkiem Agnieszki Stępińskiej (UAM), koordynującej polską część międzynarodowego projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe”, studenci kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna bardzo dobrze oceniają program kształcenia pod kątem oczekiwanych przez pracodawców umiejętności zawodowych w mediach i zawodach okołomedialnych i wiążą swoją przyszłość z uzyskanym wykształceniem¹¹.

Zmiana paradygmatu dziennikarstwa w Polsce po 1989 roku determinuje zmiany w kształceniu uwzględniające różne sposoby funkcjonowania badań i dydaktyki w świecie, a szczególnie w obszarze komunikacyjnym Europy Środkowej i Wschodniej. Punktem odniesienia jest klasyfikacja OECD, w której jako dyscyplina występują

¹⁰ Por. S. Gawroński, R. Polak, *Dziennikarstwo i komunikacja społeczna — nowe wyzwania. Kierunki zmian w kształceniu w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, Kraków-Rzeszów-Zamość 2010; S. Gawroński, *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania studentów*, Kraków-Rzeszów-Zamość 2009; *idem*, *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania środowiska naukowo-dydaktycznego*, Rzeszów 2009.

¹¹ Pełna dokumentacja projektu znajduje się na stronie <http://www.journalisticperformance.org> (dostęp: 24.01.2016). Wcześniej, w latach 2007–2009, takie badanie przeprowadził zespół Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie w ramach projektu „Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Nowe potrzeby — nowe standardy”. Por. S. Gawroński, R. Polak, *op. cit.*; S. Gawroński, *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania studentów...*; *idem*, *Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Opinie i oczekiwania środowiska...*

nauki o mediach i komunikacji. Konieczne jest ustalenie typu korelacji między dziennikarstwem a komunikacją społeczną, traktowanymi dzisiaj łącznie w nazwie kierunku dydaktycznego. Istotne są odpowiedzi na pytania o miejsce etyki i standardów zawodowych w programach kształcenia, o teorie oddziaływania społecznego i kulturowego mediów, granice wolności wypowiedzi, odpowiedzialności wobec odbiorców, rozumienie edukacji medialnej. W dobie mediatyzacji polityki ważne jest zdefiniowanie przedmiotu badań subdyscypliny komunikowanie polityczne, a zwłaszcza uwolnienie badaczy od frustrującego obowiązku bieżącego komentowania wydarzeń w mediach. Postulat przywracający rangę nauce, lecz trudny do zrealizowania, to oderwanie przedmiotu badań od aktualnego kontekstu przejawów tabloidyżacji, *infotainment*, celebrytyzacji.

W okresie konsultacyjnym, poprzedzającym przyjęcie ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (ustawa zwana konstytucją dla nauki weszła w życie 1 października 2018 roku), badacze mediów w Polsce podjęli duży wysiłek na rzecz utrwalenia statusu dyscypliny oraz poszerzenia jej paradygmatu. W 2017 roku uczestnicy corocznej konferencji dziekanów wydziałów i dyrektorów instytutów kształcących na kierunkach medioznawczych przedstawili informacje dotyczące organizacji, struktury, kierunków i specjalności realizowanych w związku z dyscypliną nauki o mediach¹². Równolegle w obiegu naukowym pojawiła się niezwykle publikacja stanowiąca zbiór wypowiedzi czołowych przedstawicieli dyscypliny oraz kadry zarządzającej kształceniem na kierunkach medio-

¹² Por. I. Hofman, *Status dyscypliny nauki o mediach. Konieczna zmiana*, [w:] *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, red. A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk, Warszawa 2017, s. 41–54.

znawczych i pokrewnych, tak zwane kompendium *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*. Pogłębiona, dwupoziomowa dyskusja dostarczyła argumentów popierających stabilizację rozbudowanej dyscypliny nauki o mediach i komunikacji społecznej (argumentów skutecznych, gdyż rozporządzenie do ustawy zawiera postulowany opis). Działając w imieniu i na rzecz środowiska Iwona Hofman, prezes Polskiego Towarzystwa i Komunikacji Społecznej, wystosowała list do dra Jarosława Gowina, ministra nauki i szkolnictwa wyższego, z apelem

o dokonanie zmiany w opisie dyscypliny nauki o mediach, aby postulowana nazwa — nauki o mediach i komunikacji społecznej — formalizowała status badań i dydaktyki w Polsce oraz była adekwatna do subdyscyplin naukowych i specjalności kształcenia¹³.

Apel ten w oddzielnych uchwałach i listach poparli dziekani i dyrektorzy zaangażowani w prace wspomnianej konferencji.

W liście przewodnim napisano:

Odpowiednikiem dydaktycznym paradygmatu nauk o mediach (i subdyscyplin takich, jak m.in. historia mediów i medioznawstwa, język mediów, technologia mediów, ekonomika i zarządzanie mediami, *public relations* i marketing, teorie systemów medialnych) są kierunki kształcenia Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (realizowana jako podstawowy kierunek w 16 uniwersytetach w Polsce), Logistyka i administrowanie w mediach, Produkcja medialna, Projektowanie komunikacji wizualnej i narracji, Zarządzanie komunikacją organizacji, Media kreatywne. Kierunki te posiadają w nazwie lub specjalnościach i modułach wyraźny sygnał profilowania badań i dydaktyki na procesy komunikacji społecznej (przykładowe specjalności to m.in. ogólnodziennikarska, marketing medialny, wizerunek, promocja i reklama, broker informacji, research medialny, komunikacja polityczna, organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej)¹⁴.

¹³ Dokument wewnętrzny, list datowany na 12.04.2017 r., archiwum PTKS.

¹⁴ *Ibidem*.

Sformułowano także przesłanki przemawiające za postulowanym rozwiązaniem. Są to:

— uporządkowanie obszarów badań w kontekście tożsamości dyscypliny, przy jednoczesnym uwzględnieniu transdyscyplinarności jako wartości nauki w świecie;

— wyrównanie statusu badań i dydaktyki w zakresie mediów i komunikacji społecznej (analiza sytuacji wydziałów w aspekcie specyfiki badań, realizowanych kierunków kształcenia, specjalności, wydawanych czasopism potwierdza, że przesłanka ta formalizuje istniejący stan rzeczy);

— stworzenie jednolitych kryteriów oceny osiągnięć naukowych i badawczych w dyscyplinie, w szczególności w procedurach grantowych i eksperckich (jak dotąd dyscyplina nauki o mediach jest przypisana różnym panelom Narodowego Centrum Nauki);

— potrzeba upracticznienia dydaktyki kierunkowej, zwłaszcza procedury dyplomowania, odbywania staży zawodowych, uruchomienia programów stypendialnych przez pracodawców niebędących redakcjami lub ośrodkami mediów;

— tworzenie perspektywy uzyskiwania uprawnień do nadawania stopnia doktora i doktora habilitowanego w dyscyplinie (obecnie uprawnienia te posiada odpowiednio 5 i 2 ośrodki akademickie);

— przyjęcie łączności badań mediów i procesów komunikacji społecznej zgodnie z tendencjami w nauce światowej (praktyka współpracy międzynarodowej ośrodków medioznawczych w Polsce wskazuje, że partnerzy zagraniczni przywiązują dużą wagę do łączności zakresu badań jako modelowego i zakorzenionego w obszarze nauk humanistycznych i społecznych)¹⁵.

Można powiedzieć, że w 2018 roku w związku z reformą szkolnictwa wyższego przed środowiskiem medioznawców w Polsce pojawiły się nowe wyzwania wynikające z klasyfikacji nauk. Warto w tym kontekście scharakteryzować potencjał naukowy i dydaktyczny uczelni publicznych kształcących na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz kierunkach pokrewnych. Zamieszczone poniżej zestawienie obejmuje dziewiętnaście uniwersytetów, w tym sześć wydziałów nauk

¹⁵ *Ibidem.*

społecznych, pięć wydziałów filologicznych i jednaście innych. Rozbieżność liczbowa wynika z istnienia przypadków realizowania kierunków dziennikarskich (lub pokrewnych) bądź istnienia jednostek zajmujących się badaniami nad dziennikarstwem w różnych wydziałach jednego podmiotu. Taki rozkład skłania do refleksji nad specyfiką studiów nad dziennikarstwem, a także koresponduje ze stwierdzeniem o silnym zakorzenieniu badań w naukach społecznych i humanistycznych, zamieszczonym na początku artykułu. W przedstawionym dalej zestawieniu pod uwagę wzięto kierunki oferowane w trybie stacjonarym. Źródłem informacji o ścieżkach kształcenia i jednostkach organizacyjnych były strony internetowe podmiotów oraz udostępnione przez nie w 2018 roku oferty edukacyjne. Należy zaznaczyć, że wymienione zostały wyłącznie jednostki związane z mediami i dziennikarstwem, dlatego w niektórych wypadkach nie uwzględniono wszystkich podmiotów funkcjonujących na danym wydziale.

Ciekawą tendencją są proponowane kierunki pokrewne dziennikarstwu i komunikacji społecznej, pojawiające się w nietypowych kontekstach. Może to świadczyć o wysokim potencjale dyscypliny nauk o mediach oraz jej atrakcyjności dla studentów oraz pracowników naukowych. W większości zamieszczonych dalej przypadków w ofercie dydaktycznej wymieniony został kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna (bądź dziennikarstwo i medioznawstwo, dziennikarstwo i zarządzanie mediami lub dziennikarstwo międzynarodowe). Jako kierunki pokrewne uwzględniono między innymi produkcję medialną, *public relations*, logistykę i administrowanie w mediach. W charakterystyce tych kierunków widoczna jest dominanta problemowa funkcjonowania mediów. W ofercie specjalizacji przeważają jednak ścieżki związane z branżą reklamową oraz *public relations*. W ofercie

też studenci mogą wybierać także profil dziennikarski, z uwzględnieniem podziału na nośniki treści. Wyraźnie zaznacza się więc tendencja do rozwijania zarówno ścieżek ściśle dziennikarskich, jak i nacechowanych marketingowo. Może to świadczyć o zmieniającym się rynku pracy oraz oczekiwaniach studentów, którzy często widzą swoją przyszłość w branżach okołomedialnych. W ofertach dydaktycznych można zauważyć również zainteresowanie nowymi mediami oraz szeroko pojętą kulturą wizualną. Pojawiają się także propozycje studiów obcojęzycznych. Poniższe zestawienie jest próbą uchwycenia struktury kształcenia dziennikarzy i specjalistów w zakresie komunikacji społecznej w uczelniach publicznych w Polsce.

1. Katolicki Uniwersytet Lubelski, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej:

a. Katedry:

- Katedra Języka Mediów i Komunikacji Społecznej,
- Katedra Komunikacji Wizualnej,
- Katedra Kultury Medialnej,
- Katedra Medialnej Komunikacji Społecznej,
- Katedra Semiotyki i Retoryki Dziennikarstwa Audiowizualnego,

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna

(specjalności I stopnia: media audiowizualne: radio i telewizja, nowe media — prasa — edytorstwo, *public relations* — reklama — komunikacja marketingowa, *research dziennikarski* i kultura medialna);

2. Uniwersytet Gdański, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa:

a. Zakłady i Studia:

- Zakład Antropologii Obrazu,
- Zakład Dziennikarstwa i Mediów,

- Zakład Komunikacji Społecznej i Kulturowej,
 - Studio Radiowe Radio MORS,
 - Zakład Teorii, Historii i Języka Mediów;
 - b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności II stopnia: reklama i *public relations*, fotografia medialna i reklamowa);
3. Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny¹⁶:
- a. Katedry i Zakłady:
 - Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej,
 - Zakład Teorii i Praktyki Komunikacji;
 - b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalizacje I stopnia: dziennikarstwo i krytyka medialna, reklama, *design* i komunikacja wizualna, *research* medialny; specjalizacje II stopnia: odmiany specjalistyczne dziennikarstwa, *public relations* i *branding*, *research* medialny), dziennikarstwo międzynarodowe (specjalności I stopnia: dziennikarstwo z językiem i kulturą niemiecką, dziennikarstwo z językiem i kulturą rosyjską);
4. Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa¹⁷:
- a. Zakłady:
 - Zakład Dziennikarstwa,

¹⁶ W wykazie ujęto kierunki dziennikarskie i pokrewne, okołomediálne. Na Uniwersytecie Łódzkim pojawiają się propozycje takich kierunków, jak: filmoznawstwo (specjalności I stopnia: scenopisarstwo, krytyka filmowa, edukacja audiowizualna i promocja kina), nowe media i kultura cyfrowa (specjalności I stopnia: gry komputerowe, media społeczne, sztuka nowych mediów), produkcja teatralna i organizacja wydarzeń artystycznych (studia I stopnia).

¹⁷ Z kolei na Wydziale Filologicznym działają: Instytut Filmu, Mediów i Sztuk Audiowizualnych, Instytut Teatru i Sztuki Mediów, realizowane są między innymi kierunki wiedza o teatrze, filmoznawstwo i kultura mediów oraz media interaktywne i widowiska.

- Zakład Komunikacji Społecznej,
- Zakład Marketingu Politycznego i Socjotechniki,
- Zakład Systemów Prasowych i Prawa Prasowego;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo, marketing online, reklama i promocja; specjalności II stopnia: dziennikarstwo, dziennikarstwo sportowe i zarządzanie w sporcie, nowe media, reklama i promocja, zarządzanie i komunikowanie w biznesie), dziennikarstwo i komunikacja społeczna — studia II stopnia w języku angielskim (specjalności: *new media*);

5. Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej¹⁸:

a. Instytuty:

- Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej;

b. Katedry i Zakłady:

- Katedra Ośrodek Badań Prasoznawczych,
- Zakład Badań nad Mediatyzacją,
- Zakład Genologii Dziennikarskiej i Historii Mediów,
- Zakład Komunikowania i Mediów Społecznych,
- Zakład Komunikowania Międzynarodowego i Mediów,
- Zakład Komunikowania Politycznego i Mediów,
- Zakład Semiotyki Mediów i Komunikacji Wizualnej;

c. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalizacje I stopnia: dziennikarstwo, reklama i PR, nowe media, komunikacja polityczna; specjalizacje II stopnia: produkcja multimedialna i logistyka mediów, promocyjna, analiza i monitoring mediów);

¹⁸ Instytut Sztuk Audiowizualnych UJ kształci na kierunku filmoznawstwo i wiedza o nowych mediach.

6. Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydział Humanistyczny, Instytut Dziennikarstwa i Informatyki:

a. Zakłady i Pracownie:

- Zakład Dziennikarstwa,
- Zakład Historii Mediów,
- Pracownia Informatyki i Nowych Mediów,
- Zakład Medioznawstwa;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo nowych mediów, realizacja radiowo-telewizyjna, wizerunek, promocja i reklama; specjalności II stopnia: menadżer mediów i reklamy, współczesne dziennikarstwo);

7. Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Wydział Teologiczny:

a. Instytuty:

- Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa;

b. Katedry:

- Katedra Edukacji Medialnej i Języka Mediów,
- Katedra Internetu i Komunikacji Cyfrowej,
- Katedra Public Relations i Komunikacji Marketingowej,

- Katedra Teologii Środków Społecznego Przekazu,

- Katedra Teorii, Aksjologii i Prawa Mediów;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo ogólne, komunikacja medialno-kulturowa; specjalności II stopnia: komunikacja medialno-marketingowa);

8. Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Wydział Humanistyczny:

a. Katedry:

- Katedra Dziennikarstwa, Nowych Mediów i Komunikacji Społecznej;

b. Pracownie i Zakłady:

- Pracownia Humanistyki 2.o.,
- Pracownia Praktyki Dziennikarskiej,
- Zakład Komunikacji Językowej i Dyskursu Medialnego,
- Zakład Komunikowania Politycznego i Badań nad Mediami;

c. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo sportowe, reklama, promocja, rzecznictwo prasowe; specjalności II stopnia: dziennikarstwo międzynarodowe i nowe media — *international journalism and new media*, reklama, promocja, rzecznictwo prasowe);

9. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Politologii:

a. Zakłady i Pracownie:

- Zakład Dziennikarstwa,
- Pracownia Badań nad Instytutem Literackim w Paryżu,

- Zakład Komunikacji Społecznej,

- Pracownia Badań nad Reportażem;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczne (specjalności I stopnia: marketing polityczny, medialna; specjalności II stopnia: redaktorska, *public relations*, dziennikarstwo online, *digital media*), produkcja medialna (specjalności I stopnia: multimedia, organizacja produkcji medialnej; specjalności II stopnia: produkcja w branży gier, produkcja wydarzenia multimedialnego, realizacja filmowo-telewizyjna);

10. Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Politologii i Stosunków Międzynarodowych:

a. Katedry:

- Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I i II stopnia: dziennikarstwo i nowe media, *branding* i *public relations*);

11. Uniwersytet Opolski, Wydział Nauk Społecznych:

a. Instytuty:

— Instytut Politologii;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalizacje I stopnia: prasowa, *public relations* i reklama, radiowo-telewizyjna), *public relations* (specjalizacje I stopnia: PR w administracji, PR w instytucjach kultury, PR w organizacjach pozarządowych; specjalizacje II stopnia: grywalizacja, *media relations*, PR w Internecie);

12. Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej:

a. Katedry:

— Katedra Duchowości Mediów i Relacji Społecznych,

— Katedra Dziennikarstwa,

— Katedra Edukacji Medialnej,

— Katedra Gatunków Medialnych,

— Katedra Mediów i Komunikacji Społecznej,

— Katedra Prawa Mediów,

— Katedra Teologii Mediów;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo 2.0, edukacja medialna — *media relations*, *public relations*, realizacja radiowo-telewizyjna, technologia komunikowania i grafika medialna; specjalności II stopnia: dziennikarstwo 2.0, edukacja medialna — *media relations*, produkcja radiowo-telewizyjna, zarządzanie w mediach i kulturze, promocja, reklama, *branding*, *public relations*);

13. Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Filologiczny:

a. Instytuty:

— Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopień: media i broker informacji (*researcher*), reklama, *concierge*, *public relations*, II stopień: *copywriting* i *community manager*, redaktorska;

14. Uniwersytet Szczeciński, Wydział Filologiczny, Instytut Polonistyki, Kulturoznawstwa i Dziennikarstwa¹⁹:

a. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: *public relations*, szkoła krytyki i publicystyki kulturalnej, szkoła reportażu, dziennikarstwo internetowe), dziennikarstwo i zarządzanie mediami (specjalności II stopnia: dziennikarstwo regionalne i transgraniczne, menadżer w mediach, teoria i praktyka dziennikarstwa);

15. Uniwersytet Śląski w Katowicach:

15.1. Wydział Nauk Społecznych, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa:

a. Zakłady:

— Zakład Dziennikarstwa,

— Zakład Komunikacji Społecznej,

— Zakład Komunikowania Międzynarodowego i Systemów Medialnych;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna;

15.2. Wydział Filologiczny, Instytut Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych:

¹⁹ Na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Szczecińskiego realizowany jest kierunek media i cywilizacja, ze specjalnościami *public relations* w mediach współczesnych oraz archiwistyka.

a. Zakłady i Pracownie:

- Zakład Estetyki i Antropologii Przestrzeni,
- Zakład Filmoznawstwa i Wiedzy o Mediach,
- Pracownia Mediów,
- Zakład Komunikacji Kulturowej,
- Pracownia Języka w Mediach,
- Zakład Kultury Literackiej,
- Zakład Teatru i Dramatu,
- Zakład Teorii i Historii Kultury,
- Pracownia Dziejów Regionu w drugiej połowie

XX wieku;

b. Kierunki: kultury mediów (specjalności I stopnia: nowe media; specjalności II stopnia: komunikacja medialna, kultury wizualne: fotografia, film, media, estetyka wizualności, publicystyka nowomedierna, widowiska kulturowe);

15.3. Wydział Radia i Telewizji im. Krzysztofa Kieślowskiego Uniwersytetu Śląskiego:

a. Zakłady:

- Zakład Realizacji Obrazu Telewizyjno-Filmowego,
- Zakład Reżyserii Filmowo-Telewizyjnej,
- Zakład Zarządzania Mediami i Organizacji Produkcji Filmowej i Telewizyjnej;

b. Kierunki: organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej, realizacja obrazu filmowego, telewizyjnego i fotografia, reżyseria;

16. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Wydział Humanistyczny:

a. Instytuty:

- Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej;

b. Zakłady:

- Zakład Filmu, Telewizji i Nowych Mediów,
- Zakład Historii Mediów i Metod Badań Medioznawczych,

- Zakład Komunikacji Społecznej i Języka Mediów,
- Zakład Kultury Mediów;

c. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dokumentalistyka medialna, nowe media; specjalności II stopnia: komunikacja wizerunkowa, radiowo-telewizyjna);

17. Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii:

a. Katedry i Pracownie:

- Katedra Antropologii Mediów,
- Katedra Fotografii i Genologii Dziennikarskiej,
- Katedra Języka Mediów,
- Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations,

tions,

- Katedra Książki i Historii Mediów,
- Katedra Prawa Mediów,
- Katedra Systemów Medialnych,
- Katedra Technologii Informacyjnych Mediów,
- Pracownia Laboratorium Badań Medioznawczych;

ych;

b. Kierunki: dziennikarstwo i medioznawstwo (specjalności I stopnia: dziennikarstwo—telewizyjne, radiowe, prasowe, online, multimedialne, *public relations* i marketing medialny, fotografia prasowa, reklamowa i wydawnicza; specjalności II stopnia: dokumentalistyka, reportaż, film tv, dziennikarstwo — telewizyjne, radiowe, prasowe, online, multimedialne, fotografia prasowa, reklamowa i wydawnicza, *public relations* i marketing medialny), *journalism and information studies*—dziennikarstwo i informacja, logistyka i administrowanie w mediach (specjalności I stopnia: logistyka i marketing w mediach, zarządzanie i technologie mediów; specjalności II stopnia: zarządzanie i marketing w mediach, zarządzanie nowymi technologiami w mediach);

18. Uniwersytet Wrocławski:

18.1. Wydział Nauk Społecznych, Instytut Politologii²⁰:

a. Zakłady:

— Zakład Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa;

18.2. Wydział Filologiczny, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej:

a. Pracownie i Zakłady:

— Interdyscyplinarna Pracownia Antropologii Mediów i Komunikatów Miasta,

— Laboratorium Badań Komunikacji, Wizerunku i Mediów,

— Pracownia Filozofii Komunikacji,

— Zakład Dziennikarstwa,

— Zakład Form Literackich i Dziennikarskich,

— Zakład Komunikacji Międzykulturowej,

— Zakład Komunikacji Wizerunkowej,

— Zakład Medioznawstwa,

— Zakład Projektowania i Komunikacji,

— Zakład Sztuk Audiowizualnych,

— Zakład Teorii Komunikacji Społecznej;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: dziennikarstwo prasowe i online, dziennikarstwo radiowo-telewizyjne, fotografia dziennikarska, reklamowa i artystyczna, dziennikarstwo muzyczne, dziennikarstwo sportowe, pisanie twórcze — *creative writing*, film — teatr — telewizja; specjalności II stopnia: dziennikarstwo radiowo-telewizyjne, *media relations*, dziennikarstwo specjalistyczne, fotografia i film, *journalism and social communication*, produkcja medialna),

²⁰ Na Wydziale brakuje kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, istnieją natomiast specjalności dziennikarskie i medialne w obrębie innych kierunków realizowanych w jednostce.

komunikacja wizerunkowa (specjalności I stopnia: *branding, communication design, public relations*; specjalności II stopnia: *branding, communication design, public relations, communication management*);

19. Uniwersytet Zielonogórski, Wydział Humanistyczny, Instytut Filologii Polskiej:

a. Pracownie:

— Pracownia Dziennikarstwa;

b. Kierunki: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (specjalności I stopnia: broker informacji lub inne oferowane przez Instytut; specjalności II stopnia: dziennikarstwo internetowe lub inne oferowane przez Instytut²¹).

Omówienie struktury organizacyjnej, kierunków i specjalności dydaktycznych realizowanych w związku z dyscypliną nauki o mediach pozwala sformułować pozytywne wnioski. W relatywnie krótkim czasie (siedem lat) sformalizowanego funkcjonowania dyscypliny istotnie wzrosła świadomość odrębności badań i dydaktyki w zakresie mediów. Można mówić o tożsamości przedmiotu badań i metodologii, będących podstawą sprawnego implementowania rezultatów badań do procesu dydaktycznego. Świadczą o tym między innymi zróżnicowane specjalności medioznawcze, często będące kontynuacją badań i specjalności zapoczątkowanych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, jeszcze w warunkach ich przyporządkowania do nauk o polityce, filologii, prawa itp.

Biorąc pod uwagę przepisy nowej ustawy oraz rozporządzenie dotyczące klasyfikacji nauki, w którym występuje dyscyplina nauki o komunikacji społecznej i mediach, należy postawić kilka pytań: czy model kształcenia zwany potocznie „trzy plus dwa” jest wystarczający, by sprostać oczekiwaniom studentów oczekujących uprak-

²¹ Uniwersytet Zielonogórski jako jedyny spośród analizowanych umożliwia studentom realizację specjalności na innych kierunkach.

tycznienia studiów? Jaki model kształcenia jest adekwatny do zmieniającego się otoczenia medialnego? Jak przełożyć jakość kształcenia na poziom dziennikarstwa? Na jaki rynek pracy trafiają absolwenci studiów dziennikarskich i okołomedialnych. Jakie kompetencje są kluczowe, aby absolwenci odnaleźli się w zawodzie, który — w opinii środowiska — ulega erozji? Dla kadry zarządzającej istotne są ponadto rozstrzygnięcia dotyczące trybu rekrutacji (czy egzaminy lub rozmowy kwalifikacyjne spowodują, że studia dziennikarskie będą wybierane nie z tak zwanego owczego pędu?), czasu wprowadzenia specjalizacji, zasad organizacji praktyk (płatnych!), doświadczeń kształcenia dualnego lub udziału dziennikarzy w procesie dydaktycznym w profilu ogólnoakademickim. Problemy te mogą być dyskutowane w kolejnej edycji „Kliniki Dziennikarstwa”.