

Oczekiwania pracodawców wobec dziennikarzy — na podstawie analizy ofert rekrutacyjnych

Employers expectations towards journalists — based on the analysis of recruitment offers

Dariusz Krawczyk*

Abstrakt

W artykule zaprezentowano wnioski z weryfikacji ogłoszeń zawierających oferty pracy dla dziennikarzy i redaktorów opublikowanych w 2016 roku. Wśród podstawowych oczekiwań pracodawców wymienić należy doświadczenie redakcyjne zapisane jako wymóg w 72% analizowanych anonsov. Kandydaci odpowiadając na propozycje podmiotów rynku medialnego, powinni także cechować się znajomością języków obcych (45%), umiejętnością obsługi komputerów i wykorzystania narzędzi internetowych (44%), a także wykształceniem wyższym lub średnim (30%). Większość wydawców pragnie pozyskać osoby o rozległej wiedzy, wyjątkowych zdolnościach komunikacyjnych i zamiłowaniu do pracy. Dyspozycyjność wraz z zaangażowaniem, kreatywnością i odpornością na stres ułatwić mogą znalezienie zatrudnienia w zawodzie, którego formuła wykonywa-

Abstract

This paper presents the conclusions from verification of job offer advertisements for journalists and editors, published in 2016. The main expectations of employers include experience as an editor, specified as a requirement in 72 percent of the analysed advertisements. Candidates replying to the offers of the media market should also know foreign languages (45 percent), have computer skills and be able to use Internet tools (44 percent), and be educated to a degree level or to a secondary school level (30 percent). Most publishers want to acquire individuals with vast knowledge, excellent communication skills and engaged in their jobs. Availability combined with engagement, creativity and resistance to stress may make finding a job in the profession, the practical formula of which is continuously transformed as a result of technological progress, easier.

* Urząd Miejski w Zabrze (d.krawczyk@olpress.pl)

nia — wraz z postępem technologicznym — ulega stałym przekształceniom.

Słowa kluczowe: dziennikarstwo, praca w mediach, oczekiwania wobec reporterów, współczesne media

Key words: journalism, media jobs, expectations for reporters, modern media

Wstęp

W myśl prawa prasowego dziennikarzem „jest osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”¹, a redaktor to „dziennikarz decydujący lub współdecydujący o publikacji materiałów prasowych”². Definityjne ujęcie zakresu zadań merytorycznych pracowników środków masowego przekazu nie oddaje w pełni różnorodności charakteru aktywności zawodowej osób zatrudnionych w prasie, radiu, telewizji oraz działających na rzecz nadawców internetowych. Nie dotyczy to tylko różnic wynikających z odmienności nośników wykorzystywanych do upowszechniania materiałów prasowych, a co za tym idzie — postępującej specjalizacji czynności redakcyjnych. Bez wątplenia specyfika pracy dziennikarza „wiąże się ze zdobywaniem i przetwarzaniem informacji; chodzi tu nie tylko o umiejętności wyłącznie techniczne, lecz także o intelektualne przygotowanie ułatwiające ocenę, wybór i sposób przedstawienia zebranych danych”³. Rozwój technologiczny, a szczególnie konsekwencje procesu konwergencji, zdecydowanie wpływają na zakres obowiązków przypisanych dziennikarzowi lub redaktorowi. Od struktury organizacyjnej i procedur obowiązujących w konkretnej redakcji zależy, czym faktycznie zajmuje się osoba zatrudniona na dziennikarskim stanowisku pracy. Przykładowo — zadaniem dziennikarza prasowego może być wyłącznie zbieranie informacji i tworzenie artykułów do bieżącego wydania gazety, lecz do jego obowiązków może należeć również między innymi wykonywanie fotografii, utrwalanie materiałów audiowizualnych, montaż i dystrybucja plików multimedialnych na potrzeby portali, aplikacje mobilnych, kanałów filmowych czy profili obsługiwanych przez redakcję lub korporację wydawniczą, publikowanie zapowiedzi danego wydarzenia w mediach społecznościowych, udział w zarządzaniu komunikacją zwrotną w cyberprzestrzeni,

¹ Art. 7, ust. 2, pkt 5 i 6 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe (Dz.U. z 1984 r., nr 5, poz. 24).

² Ibidem.

³ T. SASIŃSKA-KLAS: *Dziennikarstwo — zawód czy wyzwanie*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Nowa edycja. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków 2008, s. 471.

a także opracowywanie i aktualizowanie zawartości artykułów upowszechnianych w internecie itd.

W pierwszym przypadku redakcja zapewne posiadać musi wyodrębnione działy fotografii czy komunikacji internetowej, a w drugim na dziennikarzach spoczywa realizacja zadań związanych zarówno z przygotowaniem tradycyjnego (papierowego) wydania gazety, jak też różnorodnych form upubliczniania przekazów w wersji elektronicznej. Faktem jest więc, że „możliwość łączenia różnych mediów w przestrzeni cyfrowej oznacza liczne zmiany również dla samego środowiska dziennikarskiego, które w dobie konwergencji mediów stoi przed poważnym wyzwaniem”⁴. Wraz z przekształceniami formy wykonywania obowiązków zmianie ulegają wymogi pracodawców wobec osób zamierzających podjąć pracę redakcyjną. Informacje o procesach rekrutacyjnych prowadzonych przez podmioty rynku medialnego stanowią mogą ciekawy obszar badawczy pozwalający uchwycić tendencje w ewoluowaniu warunków stawianych osobom pragnącym rozpocząć lub zmienić pracę. Dlatego na potrzeby niniejszego artykułu przeprowadzona została analiza zawartości ofert pracy⁵ z branżowego portalu przeznaczonego dla dziennikarzy oraz redaktorów prasy, radia, telewizji i redakcji internetowych. Badaniu podlegały przede wszystkim oczekiwania pracodawców wobec członków zespołów redakcyjnych, preferowane umiejętności i postawy pracowników, ich kompetencje zawodowe oraz dodatkowe umiejętności mające wpływ na przebieg procesu rekrutacji. Przedmiotem weryfikacji były także techniczne i finansowe warunki świadczenia pracy oraz zakres obowiązków przypisanych do danego stanowiska.

Oczekiwania pracodawców wobec kandydatów na dziennikarzy

Analiza treści ogłoszeń opublikowanych w 2016 roku pozwalała sformułować wniosek, że pracodawcy poszukujący dziennikarzy oczekiwali aplikacji głównie od erudytów cechujących się nie tylko — co oczywiste — znajomością języka polskiego, ale także kreatywnością, dyspozycyjnością, zaangażowaniem i innowacyjnością, a nade wszystko doświadczeniem redakcyjnym. Często powtarzano zarazem sformułowanie, że dziennikarzy wyróżniać powinno

⁴ M. WIĘCKIEWICZ: *Czy radio może być telewizją, a telewizja radiem? Analiza zjawiska konwergencji mediów na przykładzie Programu IV Polskiego Radia i stacji TNV24*. W: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*. Red. M. GIERULA, P. SZOSTOK. T. 2. Katowice 2012, s. 182.

⁵ Badanie własne autora polegało na weryfikacji 219 ogłoszeń o naborze do pracy w charakterze dziennikarza lub redaktora opublikowanych od stycznia do grudnia 2016 r. przez branżowy portal Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich pod adresem — <http://sdp.pl/praca> (dostęp: 2.01.2017).

twz. lekkie pióro. Słownik frazeologiczny podaje, iż zwrot „mieć lekkie pióro” oznacza „łatwość formułowania myśli na piśmie, pisanie w sposób zrozumiały; pisanie z łatwością”⁶, chociaż na rynku medialnym oznaczać może na przykład „umiejętności pisanie pod kątem potrzeb docelowej grupy czytelniczej (lekkie pióro)”⁷. Jeden z wydawców sformułowanie „lekkie pióro” określił następująco: „[...] umiejętność jasnego, precyzyjnego wyrażania myśli w formie pisemnej”⁸. Co ciekawe, znajomość języka polskiego doprecyzowywano, wskazując na konieczność prawidłowego posługiwania się zasadami „stylistyki, interpunkcji, gramatyki oraz ortografii”⁹.

Szczegółowe wymagania poszczególnych pracodawców — podobnie jak w innych sektorach — podzielić można na: 1) warunki konieczne do spełnienia oraz 2) kryteria pożądane. Wiele zależy od charakteru redakcji, zasięgu terytorialnego, a także kategorii odbiorców, do których adresowany jest przekaz. I tak „doświadczenie w pracy lokalnego dziennikarza newsowego” może zostać określone jako „wymóg bezwzględny”¹⁰ w procesie rekrutacji dziennikarza do lokalnego serwisu informacyjnego, lecz w przypadku innych redakcji jest tylko mile widzianym elementem odpowiadającym charakterystyce stanowiska.

Najczęściej formułowanym wymogiem koniecznym — występującym w 72% badanych ogłoszeń — było posiadanie doświadczenia redakcyjnego. Zazwyczaj wystarczał jakikolwiek staż pracy na podobnych stanowiskach w innych redakcjach, chociaż zdarzały się precyzyjne dyspozycje typu: „minimum 3-letnie doświadczenie dziennikarskie (mile widziane doświadczenie w dziennikarstwie informacyjnym)”¹¹. Dokładność w określeniu wymagań determinował nierzadko zakres specjalistycznych obowiązków dziennikarskich, który w przypadku przywołanego ogłoszenia o naborze redaktora w wydawnictwie podatkowym przedstawiał się następująco: „[...] pisanie artykułów i udzielanie odpowiedzi na pytania czytelników dotyczące podatku dochodowego, w tym m.in.: opodatkowania podatkiem dochodowym podmiotów gospodarczych i osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, obowiązków płatników podatku dochodowego; przygotowywanie opracowań o zmianach w prawie podatkowym

⁶ *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego. Wyrażenia, zwroty, frazy.* Red. P. MÜLDNER-NIECKOWSKI. Warszawa 2004, s. 531.

⁷ Definicja pojęcia podana w ogłoszeniu Wydawnictwa Bauer poszukującego „Redaktora Prowadzącego wydania specjalne”. Publikacja z 18.05.2016 r.

⁸ Ogłoszenie o poszukiwaniu przez Zespół Doradców Gospodarczych TOR kandydata na stanowisko „Korespondenta portali internetowych”. Publikacja z 17.02.2016 r.

⁹ Ogłoszenie o naborze „Dziennikarza/Reportera Lokalnego” do serwisu Fakt24.pl należącego do Ringier Axel Springer Polska. Publikacja z 2.03.2016 r.

¹⁰ Wymagania dla „Dziennikarza/Reportera Lokalnego” serwisu Fakty24.pl należącego do Ringier Axel Springer Polska. Ofertę adresowano dla kandydatów poszukujących zatrudnienia w Suwałkach, Białymstoku, Lublinie, Rzeszowie”. Publikacja z 2.03.2016 r.

¹¹ Ogłoszenie Polskiej Agencji Prasowej poszukującej „Dziennikarza gospodarczego”. Publikacja z 3.11.2016 r.

i jego interpretacjach¹². Oczywiście jest, że w takim przypadku doświadczenie dziennikarza newsowego może okazać się niewystarczające. Wsparte lub wręcz zastąpione — zdaniem pracodawcy — powinno być wiedzą księgową i doświadczeniem z zakresu ekonomii, a konkretnie systemów podatkowych.

Preferowane kierunki studiów

Pracodawcy rekrutujący dziennikarzy i redaktorów brali też pod uwagę wykształcenie kandydatów. Oczekiwania dotyczące ukończenia studiów (lub zdecydowanie rzadziej — szkoły średniej) umieszczono w około 30% ogłoszeń poddanych analizie. Generalnie pracodawcy preferowali osoby posiadające wykształcenie wyższe — w tym szczególnie dziennikarskie. Określając profil, na przykład „dziennikarstwo i/lub dodatkowo public relations”, niekiedy formułowano dalsze wymogi, zakładając jednak, że absolwent podczas studiów posiadał umiejętność „nienagannego posługiwania się językiem polskim, zarówno w mowie, jak i piśmie”¹³. Kolejny kierunek cieszący się zainteresowaniem pracodawców, to filologia (jeśli podstawowym wymogiem była dobra znajomość języka polskiego wskazywano na przykład: „[...] najmiej widziani absolwenci filologii polskiej”¹⁴). Wydawcy poszukiwali też absolwentów studiów ekonomicznych lub prawnych. Czasami kierunek studiów miał być branżowo związany z profilem przyszłej pracy jak na przykład „[...] wykształcenie wyższe ogrodnicze, rolnicze lub pokrewne”¹⁵ dla redaktora portalu ogrodniczego. Incydentalnie zdarzały się, adresowane również do studentów, ogłoszenia typu: „[...] do współpracy zapraszamy zarówno absolwentów uczelni wyższych, jak i studentów 4. oraz 5. roku studiów”¹⁶, „[...] mile widziane wykształcenie wyższe lub student ostatnich lat studiów zaocznych”¹⁷ bądź „[...] ukończone studia wyższe lub studenci 5. roku (filologia polska)”¹⁸. Propozycje pracy adresowano też do osób

¹² W anonsie Wydawnictwa Podatkowego GOFIN. Poszukującego „Redaktora z zakresu podatku dochodowego”. Publikacja z 13.01.2016 r.

¹³ Z ogłoszenia o poszukiwaniu dziennikarza przez Serwis Agencyjny MondayNews. Publikacja z 21.09.2016 r.

¹⁴ Z anonsu o naborze „Młodszego redaktora” przez wydawcę „Dziennika Ubezpieczeniowego” oraz „Miesięcznika Ubezpieczeniowego”. Publikacja z 20.07.2016 r.

¹⁵ W ogłoszeniu Oficyny Wydawniczej OIKOS poszukującego „Redaktora”. Publikacja z 29.06.2016 r.

¹⁶ Informacja o naborze na stanowisko „Dziennikarz w sekcji Nowych Mediów” organizowanym przez Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Koszalinie Radio Koszalin. Publikacja z 24.02. 2016 r.

¹⁷ Informacja o naborze „Redaktora w Sekcji Lifestyle” telewizji TVN. Publikacja z 6.04. 2016 r.

¹⁸ Anons o poszukiwaniu przez Loc At Heart osoby na stanowisko „Redaktor — Korektor — Tłumacz”. Publikacja z 28.09.2016 r.

posiadających wykształcenie średnie lub „studium dziennikarstwa w trybie zaocznym”¹⁹.

Spodziewane cechy, postawy i kompetencje

Od przyszłych pracowników wymagano kompetencji w zakresie działań komunikacyjnych — niekiedy potwierdzonych wykształceniem kierunkowym, lecz częściej opierających się na samoocenie kandydata. Prowadzący nabór do pracy w środkach masowego przekazu zdawali się preferować osoby nie tylko posługujące się nienaganną polszczyzną, lecz też cechujące się postawą twórczą, zdolnością do odnajdywania oryginalnych rozwiązań, samodzielnością, inicjatywą, ciekawością świata i „otwartą głową”²⁰. W ten obszar wpisują się również — zaczerpnięte jako cytaty z analizowanych ogłoszeń — takie walory, jak: dobra organizacja pracy, odporność na stres, umiejętność funkcjonowania w zespole redakcyjnym, umiejętność analitycznego myślenia, wysoka motywacja, precyzja, systematyczność, odpowiedzialność, aktywność, pomysłowość, spostrzegawczość, dokładność, skrupulatność, samodyscyplina, punktualność, zdolność do działania pod presją czasu, a także wysoka kultura osobista. Zespół cech, umiejętności i postaw oczekiwanych od kandydatów zwięźle określił ogłoszeniodawca poszukujący członka zespołu redakcyjnego, który będzie osobą „multizadaniową”²¹.

Prócz tak szeroko pojętych predyspozycji liczyły się jednak dla pracodawców też konkretne umiejętności, do których należało na przykład tworzenie poszczególnych form wypowiedzi pasowych zgodnych ze specyfiką gatunków dziennikarskich, korekta i adiustacja tekstów. W przypadku mediów elektronicznych liczyła się także między innymi umiejętność przygotowywania materiałów wideo, miła aparycja osób pragnących wykonywać obowiązki prezentera telewizyjnego, biegła obsługa internetowych narzędzi komunikacyjnych czy nawet tworzenie galerii zdjęć, ankiet i quizów. Dla zainteresowanych pracą w stacjach telewizyjnych i radiowych ważnym kryterium była nienaganna dykcja oraz tzw. dobry głos. Znajdowało to bezpośrednie odzwierciedlenie w stawianych wymaganiach, gdzie potencjalny pracodawca oczekiwał: „doświadczenia w pracy przed mikrofonem, doskonałego głosu i dykcji”²². Potwierdzeniem miały być na

¹⁹ Wymagania firmy Web INnovative Software poszukującej dziennikarza do pracy we Wrocławiu. Publikacja z 10.02.2016 r.

²⁰ Ogłoszenie TVN S.A. o poszukiwaniu Redaktora dla TVN24 (Lokalizacja: Warszawa). Publikacja z 28.09.2016 r.

²¹ Określenie użyte w ogłoszeniu o naborze „Autora newsowego serwisu Gazeta.pl” należącego do Agory. Publikacja z 13.01.2016 r.

²² Informacja o poszukiwaniu kandydatów na stanowisko „Dziennikarz/Reporter” w Radiu ESKA we Wrocławiu należącej do Grupa ZPR Media. Publikacja z 24.02.2016 r.

przykład nagrania „demo” w formacie mp3 stanowiące obowiązkowy załącznik do aplikacji zawierającej CV kandydata.

Znajomość języków obcych

Blisko 45% ogłoszeń zawierało wymóg znajomości języków obcych. Zwykle dotyczyło to języka angielskiego. Zarówno polskie redakcje, jak też międzynarodowe koncerny wydawnicze od kandydatów na dziennikarzy lub redaktorów oczekiwanie to stawiały często w formie wymogu niezbędnego. Przykładowo, wydawnictwo będące przedstawicielem w Polsce niemieckiego holdingu wymagało znajomości „języka angielskiego i/lub niemieckiego w mowie i w piśmie”, co uzasadniano zakresem obowiązków redaktora złożonym między innymi z „obsługi dziennikarskiej konferencji prasowych, targów i innych wydarzeń w kraju i za granicą oraz kontaktów z firmami, będącymi uczestnikami opisywanego rynku”²³. Oczekiwanie „bardzo dobrej znajomości języka angielskiego” przez portal zajmujący się promocją polskiej gospodarki morskiej uzasadniano zakresem obowiązków dziennikarskich, w którego skład wchodzić miało „pisanie i redagowanie tekstów dziennikarskich w języku polskim i angielskim”²⁴. Z kolei wymóg „znajomości języka niemieckiego na poziomie mocnego B2” polska firma posiadająca przedstawicielstwa między innymi w Berlinie i Zurychu wyjaśniała, oczekując „gotowości do wyjazdów do Niemiec”²⁵. Zazwyczaj jednak w przypadku biegłości językowej pracodawcy nie podawali preferowanego poziomu tych umiejętności w określonej klasyfikacji, ograniczając się do sformułowania typu: „dobra znajomość języków obcych”, „znajomość języka angielskiego” czy „znajomość przynajmniej jednego języka obcego”, chociaż sporadycznie występowały też oczekiwania typu: „znajomość języka angielskiego na poziomie komunikatywnym i umożliwiającym rozumienie tekstu pisanego”²⁶. Ciekawostką jest, że wśród preferowanych umiejętności lingwistycznych znalazła się również „znajomość języka kaszubskiego”²⁷.

²³ Propozycja pracy dla „Redaktora” w firmie Raven Media. Publikacja z 3.11.2016 r.

²⁴ Postępowanie rekrutacyjne na stanowisko „Redaktor ds. giełdy i finansów” spółki Media-press.tv. Publikacja z 20.01.2016 r.

²⁵ Ogłoszenie o naborze „Dziennikarza” do portalu GospodarkaMorska.pl. Publikacja z 6.04.2016 r.

²⁶ Informacja z ogłoszenia o naborze „Redaktora/ki Online” do redakcji portalu Gala.pl należącego do Burda Publishing Polska. Publikacja z 3.02.2016 r.

²⁷ Z ogłoszenia o poszukiwaniu dziennikarza przez „Twoją Telewizję Morską”. Publikacja z 21.09.2016 r.

Obsługa komputerów i komunikacja w cyberprzestrzeni

Potencjalni pracodawcy akcentowali także oczekiwania wobec dziennikarzy związane z aktywnością komunikacyjną w cyberprzestrzeni. W nieco ponad 44% analizowanych ogłoszeń znajdowały się wzmianki o umiejętności obsługi komputerów czy wykorzystania specjalistycznego oprogramowania albo też swobodnego poruszania się w sieci komputerowej ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych.

Oprócz prostego wskazania na kompetencje w zakresie technologii internetowych poszukujący pracowników na stanowiska redakcyjne niekiedy mniej lub bardziej szczegółowo doprecyzowywali wymagania, licząc na przykład na „zainteresowanie i znajomość kanałów social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Google+ i inne)”²⁸. Jeśli jednak specyfika przyszłej pracy opierać się miała wprost na aktywności w Internecie, od osoby aplikującej oczekiwano profesjonalnego posługiwania się narzędziami internetowymi w celach komunikacyjnych, czyli na przykład „zainteresowania i bardzo dobrej znajomości social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Google+ i inne), znajomości narzędzi do profesjonalnej obsługi kanałów social media (Facebook Ads, Facebook Business Manager, Power Editor), a także zewnętrznych narzędzi do analizy i monitorowania swoich profili oraz Google Analytics”²⁹, co znacznie przekraczało zwyczajowy poziom wymagań od kandydata na stanowisko redakcyjne.

Kwalifikacje branżowe

Wśród wymogów stawianych kandydatom na dziennikarzy znajdowały się umiejętności ogólne oraz ważne dla specyfiki pracy w konkretnej redakcji. Stąd niezbędna okazywała się na przykład „znajomość historii Warszawy” czy „świetna znajomość problemów i topografii Stolicy”³⁰ dla zainteresowanego aplikowaniem do stołecznego serwisu informacyjnego, „znajomość tematyki zdrowia i diety” to ważne kryterium weryfikacji kandydatów do pracy w czasopiśmie „o zdrowiu”³¹, a „doskonała znajomość przepisów w zakresie podatku dochodowego w praktyce”³² przesądzać miała o zatrudnieniu redaktora

²⁸ Anons o poszukiwaniu „Redaktora/Dziennikarza” do Wydawnictwa Inżynieria sp. z o.o. Publikacja z 21.09.2016 r.

²⁹ Wymogi określone w ogłoszeniu Wydawnictwa Inżynieria sp. z o.o. Publikacja z 8.06.2016 r.

³⁰ Ogłoszenie dla kandydatów do warszawskiego serwisu internetowego „Wawalove” pragnących podjąć pracę w charakterze „Redaktora”. Publikacja z 3.11.2016 r.

³¹ Anons firmy AVT — Korporacji sp. z o.o. poszukującej „Redaktora i autora tekstów do czasopisma o zdrowiu”. Publikacja z 13.01.2016 r.

³² Informacja o naborze na stanowisko „Redaktora” w Wydawnictwie Podatkowym Gofin. Publikacja z 13.01.2016 r.

w czasopiśmie o tematyce fiskalnej. Oczywistym wymogiem wobec kandydata na stanowisko „Redaktor serwisów motoryzacyjnych” była „szeroka wiedza o motoryzacji i znajomość branży motoryzacyjnej”³³, a „pasja do podróżowania i znajomość branży turystycznej”³⁴ okazywały się niezbędne w przypadku kandydata na stanowisko „Redaktor serwisów turystycznych”³⁵. W tej kategorii mieściło się wiele innych wymogów dedykowanych konkretnym stanowiskom pracy, jak na przykład „gust i wyczucie stylu oraz [...] zrozumienie grupy docelowej kobiety 30+”³⁶.

Gotowość do wykonywania obowiązków redakcyjnych w chwili, gdy dojdzie do nadzwyczajnego wydarzenia lub — coraz częściej — w każdym wskazanym przez pracodawcę momencie, wydaje się przypisana do zawodu dziennikarza. Ogłoszeniodawcy niekiedy wskazują na stałość tej relacji, podkreślając znaczenie dyspozycyjności: „[...] dołączając do naszego zespołu, będziesz pracować zmianowo, również w weekendy i święta”³⁷, informując o pracy „w trybie zmianowym oraz w weekendy”³⁸. Oczywiście mobilność dziennikarza uzależniona jest od formuły funkcjonowania redakcji i niekiedy opis zadań przedstawiać się może następująco: „[...] praca zdalna z domu, ale wymagane chodzenie m.in. na konferencje prasowe czy spotkania”³⁹. Z kolei wydawca czasopism z branży elektrotechnicznej wymagając od kandydatów na redaktora posiadania prawa jazdy, uzasadniał to dodatkowym oczekiwaniem w postaci „gotowości do podróży służbowych”⁴⁰.

Systemy wynagradzania

Analiza ogłoszeń przyniosła szczątkowe dane o finansowych warunkach wykonywania zawodu dziennikarza. Wśród ofert przeważały bowiem anonse zapowiadające przykładowo „atrakcyjne formy zatrudnienia” lub „stałą umowę”,

³³ Ogłoszenie Grupy Wirtualna Polska. Publikacja z 24.02.2016 r.

³⁴ Ibidem. Publikacja z 23.03.2016 r.

³⁵ Ibidem.

³⁶ Ogłoszenie o naborze „Redaktora-Stylisty” przez Westwing.pl. Publikacja z 6.04.2016 r.

³⁷ Anons o poszukiwaniu „Redaktora działu wideo Wyborcza.pl” spółki Agora. Publikacja z 20.01.2016 r.

³⁸ Informacja o rekrutacji na stanowisko „Redaktora” w Grupa Defence24. Publikacja z 24.02.2016 r.

³⁹ Anons o poszukiwaniu „Dziennikarza” do redakcji portalu branży medialnej, reklamowej, internetowej, telekomunikacyjnej i *public relations* Wirtualnemedial.pl. Publikacja z 28.09.2016 r.

⁴⁰ Ogłoszenie firmy Publikatech poszukującej „Redaktora prowadzącego”. Publikacja z 10.02.2016 r.

a w najlepszym razie „etat”. W niewielu przypadkach zawierały one przedział kwotowy przewidzianych uposażeń lub — jeszcze rzadziej — konkretną sumę. Częściej podawano zasady kształtowania pensji typu: „wynagrodzenie: podstawa + premia od wyników”⁴¹ dla redaktora naczelnego. Posługiwano się też sformułowaniami „o wynagrodzeniu adekwatnym do wykonywanej pracy, na podstawie umowy o dzieło”⁴² lub — jeszcze szerzej — proponując „wynagrodzenie adekwatne do doświadczenia i kompetencji”⁴³. Chętnie opisywano też formę relacji zawodowych, jak na przykład „zatrudnienie w oparciu o wybraną formę współpracy — umowę o pracę, umowę cywilnoprawną bądź własną działalność gospodarczą”⁴⁴. Podawano też rodzaj umowy (np. na zastępstwo około 1 roku) bądź ogólne informacje typu: „[...] najlepszym kandydatom oferujemy: umowę zlecenie (ok. 120h miesięcznie)”⁴⁵. Zdarzało się, że pracodawcy zamiast informacji o wynagrodzeniu wymagali — jak można się domyślać — udziału w procedurze aukcyjnej, gdyż prosili o przesłanie aplikacji zawierającej „propozycje: stawki godzinowej lub stawki za dyżur (8 godz.) lub miesięcznego wynagrodzenia przy założeniu, że praca będzie się odbywała w przedziale 40 godz. tygodniowo”⁴⁶.

Oferaty pracy zawierające wysokość wynagrodzenia przewidzianego dla osoby wyłonionej w procesie rekrutacji występowały raczej w formie przedziału kwotowego, przykładowo: poszukiwany był „Redaktor — Korektor” gotowy podjąć pracę za „wynagrodzenie: 2—4 tys. zł”⁴⁷. Konkretną wysokość uposażenia podano w przypadku dziennikarza odpowiedzialnego za „pisanie, redagowanie i publikację tekstów, reportaży i wywiadów, wykonywanie zdjęć do publikacji, publikację galerii i plików foto/wideo”⁴⁸, który poza „przyjazną

⁴¹ Anons o poszukiwaniu kandydata na „Redaktora naczelnego” do podmiotu „Mfind it” prowadzącego serwis ubezpieczeniowy i administrującego porównywarką ubezpieczeń komunikacyjnych. Publikacja z 13.04.2016 r.

⁴² Ogłoszenie Wydawnictwa Bauer o rekrutacji kandydata na stanowisko redaktora do współpracy z wrocławską redakcją magazynu „Świat Wiedzy” oraz pomocy w pracach redakcyjnych w tworzeniu magazynów z grupy „Świat Wiedzy” — w tym „Świat Wiedzy Historia”, „Świat Wiedzy Ludzie” oraz „Świat Wiedzy: Sekrety Medycyny”. Publikacja z 13.04.2016 r.

⁴³ Ogłoszenie o poszukiwaniu „Dziennikarza/Redaktora” przez portal wSensie.pl. Publikacja z 20.04.2016 r.

⁴⁴ Informacja z anonsu o poszukiwaniu przez spółkę Agora osoby na stanowisko „Redaktor Next Gazeta.pl”. Publikacja z 27.04.2016 r.

⁴⁵ Z anonsu o poszukiwaniu „Redaktora” do pracy w Aptece Internetowej z siedzibą w Łodzi. Publikacja z 7.12.2016 r.

⁴⁶ Z ogłoszenia Serwisu Agencyjnego MondayNews poszukującego „Dziennikarza”. Publikacja z 21.09.2016 r.

⁴⁷ Oferta Wydawnictwa ITEM Publishing specjalizującego się w publikacjach medycznych przygotowywanych dla lekarzy, pacjentów i farmaceutów poszukującego „Redaktora”. Publikacja z 3.11.2016 r.

⁴⁸ Stawka z ogłoszenia firmy Milenium Media poszukującej osoby do pracy na stanowisku „Dziennikarza”. Publikacja z 3.02.2016 r.

i twórczą atmosferą w zespole”⁴⁹ liczyć mógł na wynagrodzenie „w oparciu o umowę o dzieło (ok. 2000 zł netto)”⁵⁰. Natomiast dziennikarz branżowego magazynu ekonomicznego adresowanego do osób zarządzających i właścicieli autoryzowanych stacji samochodowych (podejmującego tematy z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem, biznesu, finansów, sprzedaży i marketingu) pracę podejmował za „wynagrodzenie między 3,5 a 4 tys. zł brutto”⁵¹. Pensja obejmowała zakres obowiązków złożony między innymi z codziennego przeglądu prasy, współtworzenia strony internetowej czasopisma oraz pisanie tekstów. Natomiast „wynagrodzenie od 2500 do 6000 PLN”⁵² przygotowano dla „Redaktora — Specjalisty ds. Kontentu”, który obok pracy redakcyjnej miał utrzymywać relacje z „partnerami merytorycznymi w zakresie materiałów związanych ze szkoleniami”⁵³, a także „partnerami technologicznymi w zakresie treści związanych z promocją/informacją dotyczącą technologii/rozwiązań prezentowanych na portalu”⁵⁴ oraz „odpowiednimi komórkami partnerskich korporacji samorządu terytorialnego”⁵⁵.

Techniczne warunki pracy

Analiza zawartości ogłoszeń wskazuje, że przed rozmową kwalifikacyjną osoba zainteresowana złożeniem aplikacji wysokości pensji raczej nie pozna, lecz za to przeczytać może opis z zaakcentowaniem możliwości pracy w przyjaznym, młodym i profesjonalnym zespole, udziale w nowych, ciekawych projektach, szansach na ciekawe wyjazdy zagraniczne, poznanie fantastycznych ludzi, możliwości realizacji własnych pomysłów. Niektóre redakcje oferowały takie „profity”, przykładowo: możliwość publikacji tekstów czy niezbędne narzędzia pracy. Niekiedy pojęcia te były jednak dookreślone i przybierały postać na przykład laptopu, telefonu oraz systemu CRM, czyli rozwiązań informatycznych (ang. Customer Relationship Management) służących poprawie kontaktu między organizacją a jej otoczeniem. Pisanie tekstów na rzecz redakcji — zdaniem pracodawców — pozwalało natomiast na budowę swojej marki jako dziennikarza czy poszerzenie portfolio własnych publikacji o eksperckie artykuły tematyczne oraz wywiady z przedstawicielami korporacji, działających w skali ogólno-

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Informacja firmy Dealer Consulting Group Konieczny i Wspólnicy o poszukiwaniu „Dziennikarza” do miesięcznika „Dealer”. Publikacja z 24.04.2016 r.

⁵² Informacja firmy Twigger ukierunkowanej na działalność doradczą, szkoleniową i wydawniczą. Publikacja z 11.05.2016 r

⁵³ Ibidem.

⁵⁴ Ibidem.

⁵⁵ Ibidem.

polskiej i międzynarodowej. Trzeba odnotować, że oprócz dość iluzorycznych, z pracowniczego punktu widzenia, atutów zatrudnienia wymieniano także konkretne zalety, typu: prywatna opieka medyczna, karta Multisport, zajęcia sportowe, kursy języków obcych, vouchery подарunkowe oraz bony świąteczne, śniadania firmowe, firmowy ośrodek wypoczynkowy. Oferowano ponadto: możliwość poznania innych mediów z grupy, pakiet szkoleń wewnętrznych w ramach adaptacji do stanowiska pracy, bezpłatne szkolenia (w tym studia podyplomowe), pracę blisko centrum miasta z możliwością parkowania samochodu na bezpłatnym parkingu itd. Zatrudnienie z możliwością awansu uzupełniała możliwość dalszego kształcenia się i rozwijania kompetencji zawodowych pod okiem doświadczonych kolegów. Deklarowano też *coaching* przez cały okres trwania współpracy, czyli oparty na wykorzystaniu zasad psychologii trening optymalizujący aktywność zawodową. Możliwość przychodzenia do pracy z psami miała z kolei podnieść komfort pracy sekretarza redakcji ogólnopolskiego magazynu modowego. Ale odpowiadając na większość ogłoszeń, kandydaci spodziewać się mogli raczej pojedynków na redakcyjnym PlayStation niż samochodu służbowego.

Niestandardowe formy współpracy

W gronie klasycznych pracodawców poszukujących osób do wykonywania prac redakcyjnych zdarzali się przedsiębiorcy zainteresowani pozyskaniem dziennikarzy (w zespołach dwu- lub trzyosobowych) do prowadzenia miejskich portali informacyjnych. Zasady współpracy przedstawiali następująco: „[...] my udostępniamy serwis, domenę, szablon i pełne wsparcie techniczne, a Ty i Twoi współpracownicy zapełniasz stronę treścią redakcyjną i prowadzisz regularne działania związane z prowadzeniem serwisu informacyjnego”⁵⁶, co więcej, „nie ingerujemy w charakter strony, nie interesuje nas sposób pozyskiwania klientów reklamowych, nie przeszkadzamy w tworzeniu treści — udostępniamy jedynie know-how, a cała reszta należy do Was”⁵⁷, co w efekcie powodowało, że „90% zysków z artykułów sponsorowanych i reklam również trafiają w Wasze ręce”⁵⁸. Współdziałanie takie ograniczało się więc do umożliwienia działań redakcyjno-marketingowych w wykupionych w skali całego kraju obszarach cyberprzestrzeni i czerpania z tego tyłu korzyści opartych na efekcie synergii.

⁵⁶ Anons podmiotu Times Press poszukujący „Dziennikarza”. Publikacja z 15.06.2016 r.

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ Ibidem.

Zakres obowiązków redakcyjnych

Redakcja w opinii pracodawców to nie tylko zakład pracy, lecz niekiedy też „sposób na realizację swoich zawodowych ambicji, ale też miejsce, gdzie spotykają się ludzie otwarci, którzy tworzą kreatywną atmosferę w miejscu pracy i poza nim”⁵⁹. Specyfika redakcji determinowała cele i zadania pracowników. Stąd sytuacje, gdy misję profesji dziennikarskiej (rozumianą jako sens wykonywania zawodu) zdefiniowano następująco: „pokazywanie roli budownictwa mieszkaniowego w społeczeństwie”⁶⁰. W zależności od indywidualnego charakteru funkcjonowania poszczególnych redakcji w ogłoszeniach ewoluowały zakresy obowiązków dziennikarzy. Dominującą tendencją było ukierunkowywanie czynności zawodowych na sferę technologii cyfrowych, choć czasem znajomość nowych mediów mogła nie wystarczyć, gdy pracodawca poszukiwał osób „koniecznie z doświadczeniem w prasie — najlepiej lokalnej lub regionalnej. Konieczna znajomość tematyki lokalnej, samorządowej, społecznej, kryminalnej”⁶¹, podkreślając jednoznacznie: „[...] szukamy tylko osób z doświadczeniem w prasie — nie w Internecie, blogach itp.”⁶². Zdecydowanie przeważały jednak ogłoszenia łączące dziennikarstwo z cyberprzestrzenią, nierzadko już w samej nazwie stanowiska, gdy pracownik stawał się na przykład „Redaktorem Online”. Wtedy zakres jego czynności może przedstawiać się następująco: „[...] tworzenie artykułów własnych i redagowanie gotowych materiałów, współpraca z Biurem Reklamy przy organizacji i obsłudze akcji specjalnych, redagowanie i optymalizacja treści pod wyszukiwarki internetowe, szukanie/kreacja tematów, zbieranie materiałów, pozyskiwanie tekstów do publikacji w serwisie, tworzenie nowych działań mających na celu zwiększenie atrakcyjności serwisu, wymyślanie interakcji do poszczególnych tekstów/tematów, prace redaktorskie, w tym obróbka tekstów i umieszczenie ich w systemie CMS”⁶³.

Multizadaniowość dziennikarska

Pracodawcy chętnie korzystali też ze skondensowanej formuły świadczenia pracy przez dziennikarza, którego obowiązkiem jest przygotowywanie mate-

⁵⁹ Ogłoszenie firmy Business Insider poszukującej „Redaktora”. Publikacja z 13.01.2016 r.

⁶⁰ Ogłoszenie firmy Murapol S.A. poszukującej „Dziennikarzy” do ogólnopolskiego magazynu (wraz z internetowym serwisem informacyjnym) poświęconego szeroko rozumianej branży deweloperskiej. Publikacja z 13.01.2016 r.

⁶¹ Ogłoszenie spółki Milenium Media poszukującej „Dziennikarza” do pracy w Sochaczewie. Publikacja z 14.09.2016 r.

⁶² Ibidem.

⁶³ Informacja o rekrutacji na stanowisko „Redaktorki/Redaktora Online” do serwisu Gotujmy.pl zarządzanego przez Edipresse Polska. Publikacja z 27.04.2016 r.

riałów zarówno do tradycyjnych (papierowych) wydań gazety, jak też jej wersji elektronicznych oraz wszelkich innych narzędzi komunikacyjnych dostępnych w cyberprzestrzeni, a stosowanych w polityce redakcyjnej. Dlatego obowiązkiem dziennikarza bywa przykładowo „tworzenie tekstów dziennikarskich do wszelkich wydań print i online produkowanych przez wydawnictwo”⁶⁴, a redaktor zajmuje się przede wszystkim „pisanem prasówek z prasy zagranicznej, przekładaniem tekstów z papieru do internetu, redagowaniem tytułów i leadów”⁶⁵.

Analiza zawartości ofert pracy wskazuje, że w niektórych redakcjach dziennikarz może też mieć znacznie zawężony zakres obowiązków. Niekiedy definicyjne redagowanie, tworzenie lub przygotowywanie materiałów prasowych ogranicza się przede wszystkim do części działań związanych z etapem wstępnym lub fazą montażową, jak na przykład zakres działań obejmujący „proponowanie tematów reportażu i sposobu ich realizacji, dokumentację i realizację materiałów reporterskich, pracę przy postprodukcji”⁶⁶.

Z kolei obowiązkiem dziennikarza telewizyjnego może być precyzyjnie rozpisany zakres zadań, jak na przykład „zbieranie i przekazywanie informacji i wiadomości o faktach, wydarzeniach, poglądach i opiniach interesujących opinię publiczną; opracowywanie, selekcja i redagowanie tekstów; utrzymywanie kontaktu z instytucjami życia społeczno-politycznego, gospodarczego i kulturalnego; przeprowadzanie rozmów, wywiadów i opracowywanie ich w formie gotowej do publikacji; współpraca z grafikami, operatorami telewizyjnymi i działem technicznym, w celu nadania odpowiedniego kształtu graficznego i wizualnego materiałom przeznaczonym do publikacji”⁶⁷.

Między informacją a promocją

Zakres kompetencyjny redaktora obrazowo przedstawiał anons wyjaśniający, że osoba taka zajmuje się „decydowaniem o tym, jakie tematy są gorące, a które nikogo nie obchodzą”⁶⁸. W praktyce redaktor zajmuje się też „tworzeniem tekstów redakcyjnych: artykułów, wywiadów, komentarzy, materiałów referencyjnych, studiów przypadku oraz tworzeniem tekstów marketingowych:

⁶⁴ Z anonsu o poszukiwaniu kandydata do pracy dziennikarskiej w Myszkowie przez wydawnictwo Polska Press Grupa. Publikacja z 7.09.2016 r.

⁶⁵ Ogłoszenie o poszukiwaniu osoby na stanowisko „Redaktor/Redaktorka serwisu Wysokie Obcasy” Grupy Medialnej AGORA. Publikacja z 14.09.2016 r.

⁶⁶ Informacja o naborze „Dziennikarza” do „redakcji programu o profilu interwencyjnym i para-newsowym telewizji TVN”. Publikacja z 20.01.2016 r.

⁶⁷ Ogłoszenie o poszukiwaniu „Dziennikarza” do pracy w stacji „Twoja Telewizja Morska”. Publikacja z 21.09.2016 r.

⁶⁸ Ogłoszenie o naborze „Redaktora serwisów rozrywkowych portalu gazeta.pl”. Publikacja z 7.09.2016 r.

broszur, ulotek, haseł, infografik, prezentacji”⁶⁹. Wśród zadań redaktora znalazło się „poszukiwanie autorów i nawiązywanie współpracy z nimi”⁷⁰.

Do zwyczajowo przyjętej nazwy stanowiska „redaktor” determinującej zakres kompetencji zawodowych niektórzy pracodawcy dodają określenia typu „kreatywny”, aby wzbogacić sferę wymagań i obowiązków na przykład o potrzebę „braku ograniczeń, by wyjść ze strefy komfortu, zaczepiać obcych ludzi i zasypywać ich niewygodnymi pytaniami lub zadaniami”⁷¹. Wobec redaktora formułowano ponadto wymogi (budzące kontrowersje w gronie zwolenników tradycyjnego modelu dziennikarstwa) typu: „wspieranie zespołu sprzedażowego”⁷². Na marginesie warto dodać, że redaktor to coraz częściej zawod nie tylko ze sfery przekazu informacji, lecz także komunikacji perswazyjnej, co dokumentują takie ogłoszenia, jak anons o poszukiwaniu „kandydata na stanowisko młodszego redaktora kreatywnego w obszarze: reklama natywna”⁷³. Dotyczy to aktywności reklamowej (ang. *native advertising*) mającej sprawić wrażenie treści redakcyjnej lub przynajmniej wkomponowanej w stylistykę danego nośnika bądź w umiejętny sposób lokującą dany produkt.

Podsumowanie

Po weryfikacji ofert rekrutacyjnych można sformułować wniosek, że na rynku medialnym największe szanse uzyskania zatrudnienia mają osoby mające doświadczenie redakcyjne. Stażu pracy w zawodzie dziennikarza wprost oczekuje bowiem aż 72% firm lub instytucji poszukujących pracowników. Kolejne artykułowane oczekiwania dotyczą również znajomości języków obcych (45% wskazań), umiejętności sprawnego poruszania się w cyberprzestrzeni z wykorzystaniem internetowych narzędzi komunikacyjnych (44% wskazań) oraz posiadania odpowiedniego wykształcenia (30% wskazań).

Analiza wymogów stawianych przez pracodawców potwierdziła zarazem, że od kandydatów na dziennikarzy oczekuje się kompetencji w zakresie funkcjonowania podmiotów medialnych w sieci komputerowej. Obszar ten łączyć

⁶⁹ Ogłoszenie o poszukiwaniu „Redaktora” przez firmę Business Edge. Publikacja z 2.03.2016 r.

⁷⁰ Anons o poszukiwaniu kandydata na stanowisko „Redaktor ds. prawa budowlanego” w Wydawnictwie C.H.Beck. Publikacja z 24.02.2016 r.

⁷¹ Z zakresu obowiązków „Redaktora Kreatywnego” Grupy Onet-RAS Polska. Publikacja z 26.11.2016 r.

⁷² Wymogi dla kandydata na „Redaktora” w spółce Raven Media. Publikacja z 3.11.2016 r.

⁷³ Komunikat firmy Media Impact Polska, która jest spółką powstałą z połączenia biur reklamy Grupy Onet.pl, Zumi i Ringier Axel Springer Polska. Publikacja z 27.01.2016 r.

może zazwyczaj oczekiwane doświadczenie dziennikarskie z potrzebą znajomości języka angielskiego i koniecznością użytkowania specjalistycznego oprogramowania pozwalającego redakcji funkcjonować w cyberprzestrzeni. Sprawna obsługa nowych mediów to istotne wyzwanie dla nadawców, gdyż „posiadają one zdolność komunikowania asynchronicznego oraz archiwizowania tekstów stanowiących bazy danych dostępnych w każdej chwili i na każde żądanie. W dodatku stanowią podstawę kontaktów interpersonalnych — zapośredniczonych. Odbiorcy zatem nie są skazani na komunikaty płynące z mediów tradycyjnych obarczonych wpływami finansowo-ekonomicznymi, a także politycznymi i kulturowymi”⁷⁴. Także dzięki temu popularność nowych mediów wzrasta. Zainteresowanie odbiorców powoduje naturalne dążenie wydawców do implementacji mechanizmów pozwalających w tej przestrzeni generować korzyści ekonomiczne. Wpływy z reklam lub sprzedaży abonamentowej wymagają jednak zwiększania atrakcyjności czytelniczej również poprzez udostępnianie produktów zawierających treści informacyjne i publicystyczne. Sytuacja taka znajduje odzwierciedlenie w zakresie obowiązków dziennikarza, a także technicznych i finansowych warunkach pracy redakcyjnej.

Rozwój technologiczny przyczynił się „do poszerzenia sfery aktywności zawodowej dziennikarza i zwiększenia obciążeń związanych z pracą na rzecz dynamicznie rozwijających się pól eksploatacji determinowanych uruchamianiem przez redakcje kolejnych portali internetowych, kanałów filmowych, profili w mediach środowiskowych, aplikacji na urządzenia mobilne itd.”⁷⁵. W ten sposób wiele zarówno koncernów medialnych jak też małych firm wydawniczych z wielokrotnością liczby czynności, które w ramach stosunku pracy wykonywać ma pracownik redakcji bez zwiększania nakładów na wynagrodzenia lub honoraria. Wprowadzając tego typu racjonalizacje, czyli redukując koszty bieżącej działalności, podmioty wpływały jednak na obniżanie atrakcyjności wykonywania profesji dziennikarza. Deprecjonowanie zawodu, czyniącego przecież wolne media tzw. czwartą władzą, przejawiało się nawet treścią niektórych ogłoszeń o pracę typu: jeżeli „robisz zdjęcia swoim telefonem [...]”. To znaczy, że masz zadatki na dziennikarza”⁷⁶. Obniżanie uposażeń, ograniczanie znaczenia w organizacji, a w konsekwencji spadek społecznego autorytetu wpisuje się — niestety ze szkodą zarówno dla dziennikarza jak też publiczności medialnej — w kierunek utożsamiania dziennikarstwa ze sprawnością w obsłudze sprzętu redakcyjnego.

⁷⁴ S. MICHALCZYK: *Jednostka i społeczeństwo w świecie mediów. Klasyczne i współczesne idee w teoriach średniego zasięgu*. Katowice 2015, s. 202.

⁷⁵ D. KRAWCZYK: *Zmiany w społecznym postrzeganiu prestiżu zawodu dziennikarza wobec przekształceń rynku medialnego*. W: *Teorie komunikacji i mediów*. T. 9: *Seria projektowanie komunikacji*. Red. M. GRASZEWICZ, M. WSZOŁEK. Wrocław 2016, s. 240.

⁷⁶ Ogłoszenie o poszukiwaniu „Dziennikarza Kuriera Mrągowskiego”. Publikacja z 30.11.2016 r.

Bibliografia

- KRAWCZYK D.: *Zmiany w społecznym postrzeganiu prestiżu zawodu dziennikarza wobec przekształceń rynku medialnego*. W: *Teorie komunikacji i mediów*. T. 9: *Seria projektowanie komunikacji*. Red. M. GRASZEWICZ, M. WSZOLEK. Wrocław 2016.
- MICHALCZYK S.: *Jednostka i społeczeństwo w świecie mediów. Klasyczne i współczesne idee w teoriach średniego zasięgu*. Katowice 2015.
- SASIŃSKA-KLAS T.: *Dziennikarstwo — zawód czy wyzwanie*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków 2008.
- WIĘCKIEWICZ M.: *Czy radio może być telewizją, a telewizja radiem? Analiza zjawiska konwergencji mediów na przykładzie Programu IV Polskiego Radia i stacji TNV24*. W: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*. Red. M. GIERULA, P. SZOSTOK. T. 2. Katowice 2012.

Dariusz Krawczyk, dr, wykładowca akademicki, członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.