

Małgorzata Laskowska
Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
ORCID: 0000-0003-2192-9006

doi.org/10.34765/sp.0323.a04

KOMPETENCJA ETYCZNA: MODEL NAUCZANIA WEDŁUG NATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION

Streszczenie

Kompetencja etyczna to dziś – nie tylko w mediach, ale w każdym miejscu pracy – szczególnie cenna umiejętność. Zdobywana czy doskonalona jest m.in. podczas edukacji, np. w ramach zajęć z etyki komunikacji. A zatem celem badawczym było określenie modelu nauczania etyki komunikacji (*communication ethics*) według amerykańskiego stowarzyszenia National Communication Association. Niniejszy model nauczania określono na podstawie opisów kursów z etyki komunikacji, dostępnych na stronie stowarzyszenia. Pytania badawcze to m.in.: Jaki model nauczania etyki komunikacji jest popularyzowany przez National Communication Association? Jaka tematyka podejmowana jest w ramach nauczania etyki komunikacji?

Jedna z hipotez badawczych brzmi: Nauczanie etyki komunikacji w ujęciu National Communication Association ma charakter uniwersalny, tj. odpowiedni nie tylko dla dziennikarzy, ale także dla innych zawodów. W badaniu posłużono się metodą analizy treści. Uzyskane wyniki mogą posłużyć międzynarodowej wymianie edukacyjnej w doskonaleniu nauczania formalnego i poza formalnego etyki komunikacji i mediów.

Słowa kluczowe: kompetencja etyczna, etyka komunikacji, National Communication Association, edukacja dziennikarska, nauczanie etyki.

Kody JEL: Y90

ETHICAL COMPETENCE: TEACHING MODEL ACCORDING TO THE NATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION

Summary

Ethical competence is now, not only in the media but in every workplace, a particularly valuable skill. It is acquired or refined, among other ways, during education, such as in communication ethics classes. Therefore, the research objective was to determine the teaching model of communication ethics according to the American association, the National Communication Association. This teaching model was identified based on descriptions of communication ethics courses available on the association's website. Research questions included, among others, What teaching model of communication ethics is promoted by the National Communication Association? What topics are addressed in the teaching of communication ethics? One of the research hypotheses is: Teaching communication ethics according to the National Communication Association is universal, suitable not only for journalists but also for other professions. The content analysis method was employed in the study. The obtained results can contribute to international educational exchange in improving both formal and informal teaching of communication and media ethics.

Keywords: ethical competence, communication ethics, National Communication Association, journalism education, teaching ethics.

JEL Codes: Y90

Wprowadzenie

National Communication Association jest naukowym stowarzyszeniem z siedzibą w Waszyngtonie, propagującym przede wszystkim edukację wyższą oraz badania w zakresie komunikacji społecznej, dziennikarstwa i mediów. W jego misję wpisana jest m.in. popularyzacja badań społecznych i humanistycznych, a także edukacji w dyscyplinie naukowej o nazwie „komunikacja” (*communication*)¹. Stowarzyszenie to zrzesza badaczy, wykładowców, ale

¹ W USA dyscyplina „*communication*” funkcjonuje od 1982 r., choć jej korzenie sięgają lat wcześniejszych. Przeszła ona długą drogę ewolucji (zwłaszcza w latach 1964–1982), jeśli chodzi o jej umiejscowienie w przestrzeni akademickiej, edukacyjnej (Eadie 2021).

również praktyków, zajmujących się komunikacją oraz dziennikarstwem. Poprzez działalność naukową, organizację szkoleń, konferencji, paneli dyskusyjnych, publikacje, promuje znaczenie komunikacji w życiu publicznym oraz prywatnym, ideę kompetentnej komunikacji, mającej na celu poprawę jakości życia i relacji międzyludzkich, a także zdolność wykorzystania wiedzy na temat komunikacji w codziennym rozwiązywaniu problemów (National Communication Association 2023a). Wśród obszarów badawczych, ale również edukacyjnych, zgłębianych czy popularyzowanych przez stowarzyszenie wymienia się także kompetencje etyczną. A ta z kolei zwłaszcza dziś – w erze kompetencji oraz swego rodzaju mody na etykę zawodową – jest w każdym miejscu pracy cenną umiejętnością. Jest ona zdobywana czy doskonalona m.in. podczas edukacji, np. w ramach zajęć z etyki komunikacji.

Założenia metodologiczne

W zawodzie dziennikarza wymagana jest wiedza na tematy bieżące oraz ogólna: o świecie, polityce, historii i społeczeństwie. Konieczne są również umiejętności odzwierciedlające dobry warsztat dziennikarza prasowego, radiowego, telewizyjnego lub internetowego. Oprócz tego ważna jest także postawa, określająca wartości, przekonania i działania zawodowe. Tego rodzaju wiedza, umiejętności i postawa w zawodzie dziennikarza składają się na jego kompetencję etyczną, stanowiącą podstawę dla dziennikarstwa deontologicznego, czyli dziennikarstwa, w ramach którego etyka dziennikarstwa wpisuje się w podstawowe standardy zawodowe (Fischer 2024, s. 213; Jastrzębski 2024, s. 213; Raczkowska 2024, s. 215). W tym kontekście można zadać pytanie: w jaki sposób zdobyć lub udoskonalić posiadaną już kompetencję etyczną tak, aby być dobrym dziennikarzem? Ze względu na szeroki zakres tego zagadnienia – w niniejszym artykule – odniesiono się do propozycji National Communication Association na temat nauczania etyki komunikacji jako przedmiotu akademickiego, w którego efektach nauczania znajduje się doskonalenie kompetencji etycznej².

Głównym celem badawczym zaprezentowanych badań było określenie modelu nauczania etyki komunikacji (*communication ethics*) według

² Rozwój kompetencji etycznej wpisane jest również w efekty nauczania innych przedmiotów akademickich, np. takich, jak: etyka dziennikarska, etyka biznesu, etyka zawodowa. O potrzebie posiadania kompetencji etycznej mowa również przy sztuce wystąpień publicznych czy innych zajęciach retorycznych (Marcyński 2020).

amerykańskiego stowarzyszenia National Communication Association. Na niniejszy model nauczania składają się przede wszystkim tematyka podejmowana w ramach zajęć, opisanych na stronie stowarzyszenia, w zakładce *Academic & Professional Resources/Syllabi*³ oraz forma nauczania – przekazu treści na temat etyki komunikacji. Cel badawczy można ukazać w formie następujących pytań badawczych: Jaki model nauczania etyki komunikacji jest popularyzowany przez National Communication Association? Jaka tematyka podejmowana jest w ramach nauczania etyki komunikacji w zajęciach opisanych na stronie stowarzyszenia? Na co szczególnie zwraca się uwagę w nauczaniu etyki komunikacji? Co można powiedzieć o formie przekazu treści na temat etyki komunikacji na podstawie dostępnych sylabusów na stronie stowarzyszenia (metody dydaktyczne, formuła zajęć: warsztat/wykład)?

Sformułowano następujące hipotezy badawcze:

- H1: Nauczanie etyki komunikacji w ujęciu National Communication Association ma charakter uniwersalny, tj. odpowiedni nie tylko dla dziennikarzy, ale także dla innych zawodów, w których komunikacja interpersonalna jest istotnym elementem.
- H2: Nauczanie etyki komunikacji w ujęciu National Communication Association ma charakter dynamiczny, warsztatowy, bazując na przekazie wiedzy o etyce w sposób komunikatywny, interaktywny.
- H3: Oferta tematyczna kursów z etyki komunikacji National Communication Association jest zróżnicowana, wynikająca ze szczegółowych obszarów badawczych jego autorów.

W badaniu posłużono się metodą analizy treści z uwzględnieniem modelu korelacyjnego, według którego badacz dąży do poszukiwania zależności między elementami (Magdziarz-Lisowska 2004). Przygotowując założenia metodologiczne, odwołano się także do prac Rogera Wimmera oraz Josepha Dominicka (2013, s. 158–190). Kategorie analityczne, wzięte pod uwagę w analizie, to: 1) tematyka zajęć, 2) metody dydaktyczne, 3) forma/specyfika zajęć: praktyczna (warsztat, ćwiczenia)/akademicka (wykład).

³ <https://www.natcom.org/academic-professional-resources/teaching-and-learning/classroom/undergraduate-course-syllabi> [dostęp: 13.06.2023]. Na tej stronie są również dostępne sylabusy do innych zajęć, m.in.: Applied Communication, Communication Education, Communication Theory, Feminist Organizing, Organizational Communication.

Materiał badawczy stanowiło sześć sylabusów zajęć z etyki komunikacji dostępnych na stronie National Communication Association, w zakładce *Communication Ethics* (www1). Oto ich tytuły oraz autorzy:

- *Human Communication: Introduction to Communication Ethics* – dr Josina Makau
- *Communication Ethics* – dr Leeanne M. Bell McManus
- *Communication Ethics* – dr Melba Hoffer
- *Ethics in Human Communication* – dr Paula Tompkins
- *Truth, Ethics and Deception* (2015) – dr Darrin J. Griffin
- *Truth, Ethics, and Deception* (2019) – dr Darrin J. Griffin

Każdy z tych sylabusów składa się z następujących części: 1) Podręczniki do kursu; 2) Cel kursu; 3) Efekty uczenia się; 4) Wymagania dotyczące kursu; 5) Wstępny, tygodniowy harmonogram. Biorąc pod uwagę programy zajęć przygotowane przez członków stowarzyszenia można dostrzec konkretny model nauczania w zakresie etyki komunikacji, proponowany i popularyzowany przez National Communication Association, który może być nauką i dydaktyczną inspiracją dla prowadzących zajęcia z etyki komunikacji w różnych zakątkach świata.

Wyjaśnienie terminologii

Termin „kompetencja” należy do często używanych, szczególnie w przestrzeni zawodowej. Tam, gdzie mowa o rozwoju czy potrzebie rozwoju – na etapie przygotowania się do zawodu, ale również podejmowania pracy zawodowej – zwraca się uwagę na zdobywanie konkretnych kompetencji i konieczność ich nieustannego doskonalenia. Wśród najbardziej oczekiwanych na rynku kompetencji zawodowych wymienia się: kreatywność, krytyczne myślenie, kompleksowe rozwiązywanie problemów, współpraca z innymi, otwartość na rozwój (motywacja do nauki), zdolność adaptacji, zorientowanie na klienta, umiejętności komunikacyjne, interpersonalne, zdolności organizacyjne, szacunek dla innych i ich pomysłów, ale także nadal kompetencje językowe oraz umiejętność odnalezienia się w zmiennym środowisku, zarządzanie projektami, umiejętność szukania informacji (Symetria 2023; „Gazeta Prawna” 2017; Gojtowska 2020).

Natomiast jeśli chodzi o kompetencje „przyszłości” na rynku pracy – według badań przeprowadzonych przez Pearson, Nestię oraz Oxford Martin School, w których wzięto pod uwagę postęp technologiczny i jego wpływ na sposób wykonywania pracy – to nadal wymienia się umiejętności miękkie, ciągłą naukę i doskonalenie. A zatem wśród pożądanych zawodowych kompetencji mile widziane będą m.in. następujące: zdolność uczenia się oraz nau czania, aktywna nauka, słuchanie, współdziałanie, sztuka dedukcji, kompleksowe rozwiązywanie problemów, koordynacja, myślenie logiczne i krytyczne, ocena i podejmowanie decyzji, zarządzanie zasobami finansowymi, zarządzanie zasobami ludzkimi, monitorowanie, ocena wyników, negocjowanie i perswazja, jasne komunikowanie się, wizualizowanie, instruowanie (www2). Biorąc pod uwagę wyżej wymienione kompetencje zawodowe, można zauważyć, że coraz większą rolę pełnią, i będą pełnić: kompetencja komunikacyjna (Marcyński 2017, s. 21) oraz kompetencja etyczna, szczególnie w zawodzie dziennikarza.

Na każdy rodzaj kompetencji składają się: wiedza, umiejętności i postawa. Jest ona dyspozycją człowieka, „którą osiąga się w ciągu życia poprzez wyuczenie. Poziom określonej sprawności warunkuje efektywne działanie w danej dziedzinie” (Leopold, s. 156; Marcyński 2017, s. 167–168). Kompetencja etyczna (*ethical competence*) rozumiana jest jako znajomość obowiązujących etycznych reguł oraz umiejętność ich zastosowania w realnych kontaktach – w codziennej komunikacji. Pisząc o „kompetencji etycznej, pojmowanej jako znajomość obowiązujących reguł etycznych, należy wspomnieć o sprawności organizacyjnej, terminowości, fachowości, otwartości na zgłaszane problemy występujące w środowisku pracy, ale także o szacunku, wiarygodności i o zwykłej codziennej uprzejmości w kontaktach z innymi osobami” (Sadłowska-Wrzesińska, Gruszka 2017, s. 187). A zatem kompetencja etyczna jest to wiedza na temat etycznych zasad (np. charakterystycznych dla pracy dziennikarskiej), umiejętność zastosowania ich w realnych kontaktach, w codziennej komunikacji zawodowej, oraz postawa wyrażona w odpowiedzialności, szacunku dla rozmówcy, mówieniu i pisaniu prawdy. Kompetencja etyczna jest również traktowana jako wyznacznik jakości pracy, przekładającej się na sposób wykonywania powierzonych obowiązków, a także sposobie traktowania współpracowników i przełożonych (Sadłowska-Wrzesińska, Gruszka 2017, s. 194). W tym znaczeniu na kompetencję etyczną składają się: kultura pracy oraz kultura komunikacji w przestrzeni zawodowej. Posiadanie wysokiego poziomu kompetencji etycznej, bądź też jej brak, przekłada się na wewnętrzną i zewnętrzną komunikację organizacji. A im bardziej skomplikowana jej

struktura i działania – co zauważa Anna Malitowska w kontekście pracy inżyniera – wymagany jest jej wyższy poziom (Malitowska 2017, s. 12). Uwaga ta jednakże odnosi się również do pracy dziennikarza. Mając bowiem na względzie jego współczesne narzędzia pracy, nowy, złożony jej kontekst cyfrowy, technologiczny, przestrzenny, wymagany jest wyższy poziom kompetencji etycznej. Zdecydowanie bowiem trudniej jest pracować, podejmować słuszne decyzje, w redakcji, która nie ma „granic”, ścian i funkcjonuje w dużej mierze w sieci, społeczności niż wcześniej, gdy pracowano głównie w czterech ścianach redakcji, wśród kilku pracowników redakcji dla odbiorców niemających w zasadzie możliwości zabrania głosu czy szybkiego skontaktowania się z dziennikarzem.

Na tle ogromnego zainteresowania rozwojem kompetencji, a tym samym dyskusji na temat efektywności współczesnego kształcenia wyższego w ich zakresie, pojawia się m.in. pytanie, na ile – w ramach kształcenia uniwersyteckiego – można odpowiednio i dostatecznie przygotować studentów, czyli przyszłych pracowników różnych sektorów rynku pracy, w zakresie kompetencji zawodowych, w tym szczególnie kompetencji etycznej? Edukacja uniwersytecka w dyskursie publicznym kojarzy się głównie z przekazem kompetencji merytorycznej, czyli wiedzy. Oprócz wiedzy na uniwersytecie można także zdobyć kompetencje warsztatowe, w zależności od podjętego kierunku studiów. Kształcenie w zakresie kompetencji merytorycznej oraz warsztatowej to bardzo dużo i często tyle wystarcza do tego, aby zostać specjalistą w wybranym zawodzie. Niemniej jednak w niektórych profesjach wiedza i warsztat to zdecydowanie za mało, to swego rodzaju jedynie minimum kompetencyjne. Oprócz bowiem wiedzy i warsztatu jakże ważna jest postawa, wyrażona głównie w kompetencji etycznej. Warto zatem zapoznać się z modelem nauczania etyki komunikacji, w ramach której doskonalona jest kompetencja etyczna, według dr Josiny Makau, dr Leeanne'y M. Bell McManus, dr Melby Hoffer, dr Pauli Tompkins, dra Darrina J. Griffina z National Communication Association.

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu Josiny M. Makau

Autorem pierwszego analizowanego sylabusu z etyki komunikacji jest Josina M. Makau, emerytowana profesor z Wydziału Komunikacji w California State University, Monterey Bay (Seaside, CA, USA), autorka m.in.: *Cooperative*

Argumentation: A Model for Deliberative Community (2001) oraz *Reasoning and Communication: Thinking Critically About Arguments* (1990). W jednym z wywiadów zaznaczyła, że każda komunikacja zawiera jakiś element etyczny. Nawet decyzja o uśmiechnięciu się czy nie uśmiechnięciu się, w czasie spotkania na ulicy, ma wymiar etyczny. Jest bowiem konkretnym wyborem i podjęta decyzja skutkuje określonymi konsekwencjami (Makau 2013, s. 72).

Dokładny tytuł przedmiotu, opisanego przez Josinę M. Makau, brzmi: *Komunikacja ludzka: wstęp do etyki komunikacji (Human Communication: Introduction to Communication Ethics)*. Głównym celem kursu jest określenie i scharakteryzowanie kontekstu etycznego komunikacji interpersonalnej, zawodowej, publicznej oraz obywatelskiej. Przykładowe tematy, podejmowane w ramach zajęć, to: refleksja etyczna w życiu codziennym, podział zadań indywidualnych i grupowych, indywidualizm antagonizujący, różnorodne podejścia do komunikacji, etyka komunikacji w różnych kontekstach, komunikacja i jej współzależność z etyką, omówienie różnych teorii etycznych (m.in. konsekwencjalizm, utylitaryzm, deontologia, aretologia i etyka cnoty), poza tym: relatywizm kulturowy i indywidualny, teoria prawa naturalnego, dochodzenie deliberatywne w etyce komunikacji, deliberatywne umiejętności zadawania pytań, wprowadzenie różnych typów wiedzy, wglądu i informacji, znaczenie faktów, wartości, przekonań w komunikacji, ocena wiarygodności źródła i wiarygodności informacji, dialog i uprzejmość, prawdomówność, dialogiczne umiejętności i wrażliwość, inteligencja emocjonalna, konstruktywna konfrontacja (Makau 2014).

Sylabus Josiny M. Makau różni się znacząco od pozostałych. Rozpiętość tematyczna jest bardzo duża, a zakres problematyki różnorodny, szczegółowy, a w porównaniu z innymi opisami zajęć – nie zawsze wydaje się logiczny. Niemniej jednak jest to intersujący pomysł na nauczanie etyki komunikacji. Porządkując opis tematyki, można zauważyć, iż jej filarami są dwa słowa: dialog oraz deliberacja. Autorka wyjaśnia etykę komunikacji w obszarze tych dwóch zagadnień z życia codziennego każdego człowieka. Kurs przygotowany jest i realizowany na podstawie książki, nawiązującej do tych zagadnień, pt. *Dialogue and Deliberation* (2013). Założeniem zajęć jest omówienie praw oraz obowiązków członków różnych społeczności o mikro- i makrostrukturze w odniesieniu do komunikacji społecznej. Autorka zaznaczyła również w sylabusie, iż – poprzez omówienie wyżej wymienionych przykładowych tematów – student uczy się nazywania i rozumienia różnego rodzaju kontrowersji w komunikacji społecznej, potrafi też określić etyczny wymiar kontrowersji

i różnych dylematów w komunikacji, umie analizować te sytuacje w odniesieniu do różnych systemów czy teorii etycznych.

Na podstawie analizy sylabusu można wywnioskować, iż forma przekazu treści na temat etyki komunikacji ma charakter akademicki, wykładowy z elementami warsztatowymi (nie jest nigdzie zapisana w sylabusie informacja na ten temat). Te warsztatowe elementy zajęć to m.in.:

opis wybranego przypadku i związanego z nim dylematu etycznego (przykład wybrany przez studentów z codziennych sytuacji komunikacyjnych), raport wypracowany wspólnie z grupą (w grupie wybierany jest najpierw jeden przypadek wyzwania lub trudności związanych z komunikacją międzyludzką, po czym przedyskutowany na forum i następnie wypracowany w wyniku wspólnej pracy raport o dobranej wspólnie decyzji odnoszącej się do danego przypadku), esej z prezentacją odpowiednio dobranej argumentacji własnego stanowiska z uwzględnieniem etycznych zasad dyskusji, esej napisany podczas egzaminu końcowego (student wybiera jedną spośród dwóch sytuacji trudnych, odnosi się do niej, biorąc pod uwagę przede wszystkim zdobytą w czasie kursu wiedzę, lektury omawiane lub zadane, esej problemowy, w którym autor „dyskutuje” z jakąś treścią poznaną w czasie kursu. W tego typu pracy można dostrzec reakcje studenta na etyczne zasady, reguły. Dzięki temu zadaniu możliwa jest także zdolność poznania samodzielnego myślenia krytycznego.

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu Leanne M. Bell McManus

Leanne M. Bell McManus jest badaczem i wykładowcą z Uniwersytetu Stevenson. Jest współautorką m.in. następujących książek: *Communication Ethics: Activities for Critical Thinking and Reflection* (2021), *Communication Ethics: Dialogue and Difference* (2018), *Conflict between Persons: The Origins of Leadership* (2017). Pełniła funkcję zastępcy przewodniczącego Division of Communication Ethics – odrębnej sekcji National Communication Association, której członkowie zajmują się badaniami oraz popularyzacją etyki komunikacji, także dbałością o jakość kształcenia w tym obszarze (National Communication Association 2023b). Leanne M. Bell McManus była również przewodniczącą Eastern Communication Association. Prowadzi zajęcia

dydaktyczne oraz działalność badawczą w zakresie głównie etyki komunikacji, przywództwa i komunikacji interpersonalnej (Stevenson University 2023).

Tytuł kursu autorstwa McManus, którego opis zamieszczony jest na stronie National Communication Association, to „etyka komunikacji”. Jego opis ma charakter mniej akademicki, naukowy, a bardziej popularny, warsztatowy – komunikatywny, atrakcyjny i współczesny. Na jego podstawie można wywnioskować, iż główną cechą charakterystyczną zajęć jest komunikatywność i dyskusja. Stąd też tematy opisane w sylabusie mają często charakter problemowy, stanowiący punkt wyjścia do rozmowy czy również nietypowego sposobu podejścia do analizy zjawisk natury etycznej w komunikacji. Autorka już we wstępie opisu kursu zaznaczyła, że najważniejsze dla zajęć pytania to: „jak” i „dlaczego”. Zajęcia mają zatem charakter dynamiczny, interaktywny, przy założeniu dużego zaangażowania uczestników we wspólne odkrywanie treści związanych z etyką komunikacji.

Tematy zapisane w sylabusie posiadają formę pytań. Kurs obejmuje osiem zagadnień i są to m.in. następujące: Co to jest etyka komunikacji? Dlaczego etyka komunikacji jest ważna? Dlaczego powinniśmy studiować etykę komunikacji? Co to jest etyka dialogiczna (*dialogic ethics*)? Co to jest interpersonalna etyka komunikacji (*interpersonal communication ethics*)? Czym jest organizacyjna etyka komunikacji (*organizational communication ethics*)? Czym jest interkulturowa etyka komunikacji (*intercultural communication ethics*)? Czym jest etyka komunikacji w sektorze opieki zdrowia (*health care communication ethics*)? Podsumowując zakres tematyczny kursu Leeanne M. Bell McManus, można zauważyć, iż dialog/ dialogiczność jest istotnym elementem omawianych zagadnień. Tematy natomiast mają charakter specjalistyczny, ściśle określony – odnoszą się do różnych wymiarów życia indywidualnego, społecznego i publicznego. Tematy przedstawione jako pytania są wyrazem problemu stawianego podczas zajęć i warsztatowej formy zajęć, bazującej głównie na rozmowie oraz zespołowej analizie materiałów dydaktycznych. Wykorzystane w kursie pomoce dydaktyczne to m.in.: film *Les Misérables (Nędznicy)* oraz prezentacje Power Point z autorskimi treściami prowadzącej, a także quizy, weryfikujące wiedzę, ale przede wszystkim umiejętność krytycznego myślenia i wyrażania samodzielnego zdania na dany temat. Na podstawie opisu zajęć można także wywnioskować, że prowadzącej zależy na jak największym zaangażowaniu uczestników w dyskusję i samodzielne wypracowywanie niektórych treści, w tym np. rozumienia i definicji poszczególnych typów etyki komunikacji (McManus 2023).

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu Melby Hoffer

Dr Melba Hoffer jest wykładowcą i badaczem z Uniwersytetu Stanowego w Grand Valley (Allendale, MI, USA). Obszary jej badań obejmują etykę komunikacji, estetykę komunikacji, filozofię, komunikację ekologiczną, historię intelektualną Ameryki Łacińskiej oraz Karaibów. Jest autorką m.in. publikacji o następujących tytułach: *On Pragmatism and Esteema* (2012), *Conservation as a Protonorm for Moral Communication* (2014).

Tytuł kursu autorstwa Hoffer, którego opis zamieszczony jest na stronie National Communication Association, brzmi *Etyka komunikacji*. Tematy zaproponowane przez prowadzącą mają charakter ogólny i akademicki. Przykładowe zagadnienia to: logika i argumentacja (trzy jednostki kursu), wprowadzenie do uniwersalnej etyki, wprowadzenie do deontologii, deontologia, wprowadzenie do konsekwencjalizmu, konsekwencjalizm (pięć jednostek kursu), wprowadzenie do etyki cnót (pięć jednostek). Przy każdym temacie zapisana jest informacja o konkretnym fragmencie książki, na podstawie którego dana treść będzie omawiana. Przykładowo, do zagadnienia „deontologia” przyporządkowany jest fragment książki Immanuela Kanta pt. *Grounding for the metaphysics of morals: On a supposed right to lie. Because of philanthropic concerns*, wydanej w 1981 r. (tłum. James W. Ellington, Indianapolis, IN: Hackett). Temat etyki uniwersalnej omawiany jest na podstawie publikacji autorstwa Richarda L. Johannesena, Kathleen S. Valde oraz Karen Wheabee pt. *Ethics in Human Communication*, wydanej w 2008 r. (Long Grove, IL: Waveland Press).

W opisie zajęć prowadząca zaznaczyła, iż ten kurs ma na celu pomóc studentom zauważyć korzyści, ale i dylematy związane z etyką komunikacji międzyludzkiej. Studenci będą zapoznawać się z wieloma poglądami na temat dobra i zła, poczynsz od uniwersalnych, a skończywszy na indywidualnych perspektywach, z uwzględnieniem klasycznej tradycji deontologii, konsekwencjalizmu oraz etyki cnót.

Kurs – jeśli chodzi o formę – ma charakter dynamiczny, warsztatowy. Autorka zaznaczyła, iż umiejętności zdobyte podczas zajęć to umiejętności przede wszystkim oralne (zdolność wyrażenia swego stanowiska na dany temat, przemawianie przed grupą z zastosowaniem odpowiednio dobranej argumentacji, debata w grupie na zakończenie zajęć), umiejętności współpracy (praca w grupach), umiejętności korelacji i syntezy faktów, rozumienia

danych i aplikowania ich do określonej postawy w różnych sytuacjach życiowych i zawodowych (Hoffer 2023).

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu Pauli S. Tompkins

Dr. Paula S. Tompkins to emerytowany wykładowca głównie etyki komunikacji oraz retoryki z Uniwersytetu Stanowego w St. Cloud (Minnesota, USA). Badawczo także zajmowała się tymi zagadnieniami i dodatkowo zagadnieniem aktywnego słuchania (współpracująca dziś z Global Listening Centre). Badaczka postrzega umiejętność słuchania jako ważny element etyki komunikacji, w tym współtworzenia wartości, np. sprawiedliwości. W swojej pracy naukowej i dydaktycznej, szkoleniowej kieruje się zasadą: jeśli etyka komunikacji ma być częścią relacji społecznych, musi być widoczna w komunikacji codziennej, w społecznościach małych. Swoją pracę, w tym zwłaszcza publikacjami, popularyzowała praktykę komunikacji, której podstawą jest etyka. Przykładem tego jest książka pt. *Practicing Communication Ethics: Development, Discernment and Decision Making* (publikowana w trzech wydaniach: Routledge 2010, 2018, 2023). W książce autorka łączy teorię komunikacji, etykę jako filozofię praktyczną i psychologię moralności dla wypracowania praktycznej pomocy dla czytelników, chcących podnieść poziom swej kompetencji etycznej. Podejmuje także temat technik wspierających rozwój etycznej wrażliwości i promujących wyobraźnię moralną, które są kluczowe w praktykowaniu etycznie odpowiedzialnej komunikacji.

Tompkins była również członkiem zespołu badawczego, zajmującego się analizą programów nauczania kursów z etyki komunikacji prowadzonych w Ameryce Północnej, co spotkało się z wielkim uznaniem ze strony National Communication Association⁴.

Badaczka przynależy do Division of Communication Ethics – sekcji badawczej National Communication Association. W ramach działalności stowarzyszenia Tompkins brała m.in. udział w pracach nad *NCA Credo for Ethical Communication*, dokumentem zawierającym najważniejsze zasady etyki komunikacji przygotowane dla osób spoza środowiska akademickiego. Ma on

⁴ Efektem tego są następujące opracowania: Tompkins, McManus, Hoffer i in. (2014); Tompkins, Holba, Lepper i in. (2015).

charakter krótki, praktyczny i uniwersalny przydatny w każdej sytuacji komunikacyjnej (NCA Credo 2017).

Nazwa jej kursu, opisanego w sylabusie na stronie stowarzyszenia brzmi: *Etyka w komunikacji człowieka (Ethics in Human Communication)*. Przykładowe tematy podejmowane na kursie to m.in.: Dlaczego warto studiować etykę? Skąd pochodzi etyka? Etyka a okres wczesnej dorosłości, rozumowanie etyczne, wyobrażenia „moralna”, wartości w komunikacji – prawda, sprawiedliwość, wolność; wartości etyczne – uczynić je swoimi; stosowanie zasad etycznych – absolutyzm, relatywizm i kazuistyka; prawa moralne: czy istnieją w komunikacji? Etyka komunikacji a komunikacja międzykulturowa; etyka komunikacji a komunikacja cyfrowa (Tompkins 2015).

Celem tego kursu jest rozwinięcie wiedzy i umiejętności związanych z rozpoznawaniem i myśleniem etycznym w różnych sytuacjach komunikacyjnych. Po ukończeniu tego kursu – jak zaznaczyła autorka – student powinien m.in. umieć rozpoznawać dylematy etyczne w sytuacjach komunikacyjnych, przedstawiać różnorodne perspektywy etyczne, analizować sytuacje komunikacyjne z perspektywy etycznej (Tompkins 2015).

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu Darrina J. Griffina

Dr Darrin J. Griffin z Uniwersytetu Alabama The University of Alabama naukowo zajmuje się m.in. następującymi obszarami badawczymi: komunikacja niewerbalna, rola poczucia humoru w komunikacji i edukacji, przywództwo w edukacji, źródła wiarygodnej informacji, kontekst w komunikacji (Scholars proquest 2023; Griffin, Knapp 2015). Podejmuje również problematykę związaną z etyką komunikacji – jest np. współautorem książki na temat kłamstwa i szeroko pojętych oszustw w codziennych interakcjach (Knapp, Griffin, Earnest i in. 2015). Punktem wyjścia rozważań w tej książce są media społecznościowe, stwarzające nowe możliwości różnego rodzaju manipulacjom i nadużyciom.

Tytuł zajęć opisanych w dwóch sylabusach na stronie stowarzyszenia brzmi: *Prawda, etyka i oszustwo (Truth, Ethics, and Deception)* i jest to kurs przygotowany na podstawie wspomnianej tu książki. Zajęcia mają na celu – jak podał autor – nauczyć studentów rozpoznawać współczesne oszustwa w internecie, cyberkłamstwa i manipulacje, ale również zachowania oszukańcze w różnych

sytuacjach komunikacyjnych w życiu zawodowych oraz prywatnym. W podstawowych założeniach kursu znajduje się także konieczność ukazania konsekwencji oszukiwania innych, manipulowania i okłamywania ich. W tym celu zostaną oni zapoznani z teorią oraz badaniami na temat kłamstwa i oszustw. Tematem wiodącym zajęć jest zatem kłamstwo w komunikacji – oszustwo, ale pośrednio wybrzmieć ma przede wszystkim zagadnienie znaczenia prawdy w komunikacji.

Przechodząc do szczegółowej tematyki zajęć, opisanych w pierwszym sylabusie Griffina z 2015 r., przede wszystkim należy zaznaczyć, że nie jest ona wypisana w sylabusie. Z opisu można wywnioskować, iż zajęcia mają charakter warsztatowy, z zaangażowaniem studentów niemalże na każdym zajęciu. Kurs polega na wykonywaniu przez uczestników projektów i ich prezentacji przed grupą przy ścisłej moderacji prowadzącego. Przykładem takiego projektu jest dwuminutowe przemówienie, które każdy student jest zobowiązany przygotować i ma ono dotyczyć przedmiotu – jak zaznaczył Griffin – legalnego i bezpiecznego w użyciu, który uczestnicy mają przynieść na zajęcia i który kojarzy im się z oszustwem. Wokół tego przedmiotu należy przygotować narrację całego przemówienia na temat współczesnych oszustw. Inny zadany studentom temat polega na znalezieniu oszustw czy po prostu nieprawdziwych informacji zawartych w hasłach Wikipedii. Następnie zadaniem uczestników będzie dokonanie korekty haseł z uwzględnieniem informacji prawdziwych (Griffin 2015). Podsumowując opis zajęć Griffina z 2015 r. należy zaznaczyć, iż trudno wykazać bardziej szczegółową tematykę zajęć. Można pewne treści przedstawić na podstawie zadań semestralnych, które mają przygotować studentów. Natomiast więcej konkretnych zagadnień znajduje się w sylabusie dla zajęć z 2019 r. i są to m.in. następujące: perspektywy kłamstwa i prawdy; oszustwa publiczne, polityczne; oszukiwanie samego siebie; specjaliści od oszustwa; wykrywanie oszustw; oszustwo wizualne.

Model nauczania etyki komunikacji w ujęciu National Communication Assotiation – synteza danych i podsumowanie

Model nauczania w zakresie kompetencji etycznej na świecie jest bardzo różnorodny, zależny od wielu czynników: kontekstu kulturowego, zwłaszcza komunikacyjnego danego rejonu (m.in. jaka jest świadomość komunikacji w danym

państwie, koncentracja na rozwoju kompetencji związanych z komunikacją, w tym kompetencji etycznej, kultura pracy i kondycja etyczna miejsc pracy instytucji medialnych, dziennikarskich i innych związanych z komunikacją). Interesującą propozycję nauczania w zakresie etyki komunikacji stanowi model nauczania tego tematu przez National Communication Assotiation. Na podstawie opisu sylabusów trudno oczywiście wykazać pełny obraz tego modelu, natomiast już taka analiza jest wartościową pomocą dla nauczycieli i trenerów, zajmujących się problematyką deontologiczną. Jak zatem można scharakteryzować model nauczania etyki komunikacji w ujęciu tytułowego stowarzyszenia, ściśle związanego ze zdobywaniem i pogłębianiem kompetencji etycznej?

Pierwszą jego cechą jest warsztatowa, komunikatywna forma przekazu treści, co dla zagadnień etycznych jest często dużym wyzwaniem. Większość z autorów analizowanych sylabusów prowadzi zajęcia w sposób bardzo interaktywny, problemowy, przy dużym zaangażowaniu studentów. Wyrazem tej warsztatowej i komunikatywnej formy zajęć jest np. formułowanie tematów w sposób współczesny, atrakcyjny, z dużą dynamiką, zmienność i problemowość prac zadanych studentom (aktualne tematy do dyskusji, argumentacja swojego stanowiska, krytyczne podejście do omawianej kwestii: intepretowanie jej z różnych stanowisk). Do tej cechy modelu odnosiła się hipoteza druga, o brzmieniu: H2: Nauczanie etyki komunikacji w ujęciu National Communication Assotiation ma charakter dynamiczny, warsztatowy, bazując na przekazie wiedzy o etyce w sposób komunikatywny, interaktywny.

Została ona potwierdzona wynikami badań.

Drugą cechą modelu nauczania etyki komunikacji National Communication Assotiation jest duże ukierunkowanie na przekaz praktycznych umiejętności studentom, wpisujących się w kompetencję etyczną, i są to m.in.: umiejętność rozpoznawania manipulacji, kłamstwa, oszustw (medialnych i poza medialnych), umiejętność obrony prawdy przy odpowiednim doborze argumentacji w wypowiedzi, umiejętność porozumiewania się z innymi z szacunkiem, umiejętność aplikowania wybranych zasadę etycznych do konkretnych sytuacji komunikacyjnych. Praktyczny wymiar zajęć jest bardzo pomocnym elementem w wypracowaniu w sobie nawykowych wręcz reakcji w etycznym komunikowaniu się.

Kolejną cechą modelu nauczania etyki komunikacji National Communication Assotiation jest duża różnorodność tematyczna. Analizowane sylabusy mają charakter autorski, oryginalny, czyli każdy z nich jest odmienny od pozostałych. Owszem, można wykazać tematy podobne do siebie, ale przede

wszystkim zauważa się, że w przypadku tych opisów mamy do czynienia z pięcioma odmiennymi propozycjami nauczania w zakresie etyki komunikacji (pięcioma, bo piąty i szósty analizowany sylabus są jednego autora). A zatem, wracając do hipotez:

H1: Nauczanie etyki komunikacji w ujęciu National Communication Association ma charakter uniwersalny, tj. odpowiedni nie tylko dla dziennikarzy, ale także dla innych zawodów, w których komunikacja interpersonalna jest istotnym elementem;

H3: Oferta tematyczna kursów z etyki komunikacji National Communication Association jest zróżnicowana, wynikająca ze szczegółowych obszarów badawczych jego autorów, można stwierdzić, iż zostały one pozytywnie zweryfikowane.

Ta sytuacja wynika także z faktu, iż etyka komunikacji jest rozpatrywana przez badaczy z różnych perspektyw, stąd też istnieją zróżnicowane podejścia do badania, ale także nauczania etyki komunikacji (Arneson 2007). W związku z tym trudno o jednolity model nauczania etyki komunikacji. Tak też jest w przypadku modelu nauczania zaproponowanego przez National Communication Association. Jest on różnorodny, z uwzględnieniem indywidualnych programów nauczania poszczególnych prowadzących, natomiast – jak najbardziej – można wymienić kilka charakterystycznych jego cech, co też uczyniono w niniejszym opracowaniu.

Przy różnorodności tematycznej należy zwrócić szczególną uwagę na łączenie przez autorów sylabusów zagadnień etycznych z umiejętnościami związanymi z komunikacją interpersonalną. Zapewne to wynika z hipotezy, iż wysoki poziom kompetencji etycznej jest następstwem dobrze rozwiniętej kompetencji komunikacyjnej. Przykładowo, dobry słuchacz ma większą szansę na podjęcie moralnie dobrej decyzji. Biorąc natomiast pod uwagę psychologię komunikacji, ale także historię różnych wielkich osobowości, które wpłynęły znacząco na losy świata, zauważa się, że nie jest tak zawsze. Czasem bywa wręcz przeciwnie. Ktoś, kto posiada kompetencję komunikacyjną na wysokim poziomie rozwoju, może być etycznie bardzo złym człowiekiem. Niemniej jednak – gdyby przyszło dokonać oceny łączenia kompetencji etycznej z kompetencją komunikacyjną w nauczaniu etyki komunikacji – z pełnym przekonaniem można by uznać to za bardzo dobrą praktykę i poniekąd też naturalną. Akcentowanie relacji interpersonalnych, umiejętności komunikacyjnych w nauczaniu etyki komunikacji jest dla Amerykanów bardzo charakterystyczne, ponieważ komunikacja bezpośrednia, twarzą w twarz, jest

dla nich kulturowo bardzo ważnym elementem życia codziennego. W Polsce, w nauczaniu etyki dziennikarskiej, etyki mediów, występuje podobny element w formie „postawy” (wiedza, umiejętności i postawa jako podstawowa triada efektów uczenia się w szkolnictwie wyższym), natomiast w nieco w innej formie, co można by zdecydowanie opisać w osobnym artykule.

Biorąc pod uwagę charakterystykę modelu nauczania etyki komunikacji National Communication Association, należy zaznaczyć, iż uzyskane wyniki mogą posłużyć międzynarodowej wymianie edukacyjnej w doskonaleniu nauczania formalnego i pozaformalnego etyki komunikacji i mediów. Amerykański model nauczania, na przykładzie wspomnianego stowarzyszenia, stanowi bowiem cenną inspirację dla prowadzących zajęcia np. w Europie. Przeprowadzona analiza może być również impulsem do kolejnych badań w tym temacie, np. próby określenia modelu nauczania etyki komunikacji w konkretnych krajach Europy, szczególnie we Francji, Włoszech czy Niemczech. Byłaby to zapewne interesująca diagnoza, pomocna dla zajmujących się doskonaleniem nauczania w obszarze etyki komunikacji.

Bibliografia

- Arneson P. (2007), *Exploring communication ethics: Interviews with influential scholars in the field*, Peter Lang Inc., New York.
- Arnett R.C., Bell McManus L.M., McKendree A.G. (2017), *Conflict Between Persons: The Origins of Leadership* (2nd Ed.), Kendall Hunt, Dubuque.
- Arnett R.C., Fritz J.H., Bell McManus L.M. (2018), *Communication Ethics: Dialogue & Difference* (2nd Ed.), Kendall Hunt, Dubuque.
- Communication Cache (2023), *A Conversation about Communication Ethics with Josina M. Makau*, http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/a_conversation_about_communication_ethics_with_josina_m._makau.pdf [dostęp: 20.06.2023].
- Eadie W. (2021), *When Communication Became a Discipline*, Lexington Books, Lanham, MD.
- „Gazeta Prawna” (2017), *6 kompetencji miękkich niezbędnych do znalezienia pracy*, <http://serwisy.gazetaprawna.pl/praca-i-kariera/artykuly/1073053,kompetencje-miekkie-rekrutacja.html> [dostęp: 13.06.2023].

- Griffin D.J. (2015), *Truth, Ethics and Deception*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/UG_Course_Syllabi_Comm_Ethics_Griffin.pdf [dostęp: 13.06.2023].
- Griffin D.J. (2019), *Truth, Ethics, and Deception*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/Griffin-Truth_Ethics_and_Deception_COM320Fall2019.pdf [dostęp: 13.06.2023].
- Fischer B. (2024), *Etyka dziennikarska*, (w:) Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K. i in. (red.), *Leksykon terminów medialnych*, t. 1, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Hoffer M. (2012), *On Pragmatism and Esteem*, „Cultural Studies ↔ Critical Methodologies”, No. 12(4).
- Hoffer M. (2014), *Conservation as a Protonorm for Moral Communication*, „Journal of Mass Media Ethics”, No. 29(4).
- Hoffer M. (2015), *Communication Ethics*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/UG_Course_Syllabi_Comm_Ethics_Hoffer.pdf [dostęp: 13.06.2023].
- Jastrzębski J. (2024), *Etyka dziennikarstwa cyfrowego*, (w:) Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K. i in. (red.), *Leksykon terminów medialnych*, t. 1, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Johannesen R.L., Valde K.S., Whedbee K. (2008), *Ethics in Human Communication*, Waveland Press Long Grove, IL.
- Jovanovic S., Bell McManus M.A., Ballard R.L., Leavitt M.A. i in. (2021), *Communication Ethics: Activities for Critical Thinking and Reflection*, Kendall Hunt, Dubuque.
- Kant I. (1981), *Grounding for the Metaphysics of Morals: On a Supposed Right to Lie. Because of Philanthropic Concerns*, Hackett, Indianapolis, IN.
- Knapp M.L., McGlone M.S., Earnest W.J., Griffin D.J. (2015), *Lying and Deception in Human Interaction*, Kendall Hunt Publishing, Dubuque.
- Leopold M.A. (2001), *Rozumienie pojęcia kompetencja emocjonalna*, „Polskie Forum Psychologiczne”, nr 6(2).
- Lisowska-Magdziarz M. (2004), *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów*, Uniwersytet Jagielloński (Zeszyty Wydziałowe – Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej), Kraków.
- Makau J.M. (1990), *Reasoning and Communication: Thinking Critically About Arguments*, Wadsworth Pub Co, Belmont, CA.
- Makau J.M. (2014), *Human Communication: Introduction to Communication Ethics*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/UG_Course_Syllabi_Comm_Ethics_Makau.pdf [dostęp: 13.06.2023].

- Makau J.M., Debian L.M. (2001), *Cooperative Argumentation: A Model for Deliberative Community*, Waveland Press, Inc., Long Grove, IL.
- Makau J.M., Marty D. (2013), *Dialogue and Deliberation*, Waveland Press, Long Grove, IL.
- Malitowska A. (2017), *Jakich kompetencji etycznych potrzebuje inżynier?*, <https://www.simp-poznan.pl/file/page/140/jakichkompetencjietycznychpotrzebujczynier5df23bb0a3222576617078-5f70e57cbcdf96.73673269.pdf> [dostęp: 15.06.2023].
- Marcyński K. (2017), *Kompetencja komunikacyjna. Studium medioznawcze*, Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa.
- Marcyński K. (2020), *Stosowność jako warunek sine qua non kompetencji komunikacyjnej*, „Res Rhetorica”, nr 7(3).
- Marcyński K. (2024), *Dyplomatyczna kompetencja komunikacyjna*, (w:) Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K. i in. (red.), *Leksykon terminów medialnych*, t. 1, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- McManus L.B. (2014), *Communication Ethics*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/UG_Course_Syllabi_Comm_Ethics_McManus.pdf [dostęp: 13.06.2023].
- Natcom.org (2017), *Credo for Ethical Communication*, https://www.natcom.org/sites/default/files/Public_Statement_Credo_for_Ethical_Communication_2017.pdf [dostęp: 20.06.2023].
- National Communication Association (2023), *Credo for Ethical Communication*, https://www.natcom.org/sites/default/files/Public_Statement_Credo_for_Ethical_Communication_2017.pdf [dostęp: 17.06.2023].
- National Communication Association (2023a), *About NCA*, <https://www.natcom.org/about-nca/what-nca> [dostęp: 13.11.2023].
- National Communication Association (2023b), *Communication Ethics Division*, <https://www.natcom.org/communication-ethics-division-0> [dostęp: 20.11.2023].
- Raczkowska A. (2024), *Etyka mediów*, (w:) Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K. i in. (red.), *Leksykon terminów medialnych*, t. 1, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Sadłowska-Wrzesińska J., Gruszka J. (2017), *Kompetencja etyczna – kluczowy element jakościowych aspektów zarządzania bezpieczeństwem pracy*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie”, nr 72.
- Scholars proquest (2023), *Darrin J. Griffin*, <https://scholars.proquest.com/gallery/ua/profiles/F53F2A1DAC1BA51A567FD13F21478E14> [dostęp: 20.06.2023].

- Stevenson University (2023), *Dr. McManus Ph.D.*, <https://www.stevenson.edu/academics/schools/school-design/sod-faculty/leeanne-bell-mcmanus/> [dostęp: 20.06.2023].
- Symetria (2023), *Symetria między człowiekiem a technologią. Kompetencje przyszłości*, <https://symetria.pl/academy/kompetencje-przyszlosci/> [dostęp: 13.06.2023].
- Tompkins P.S. (2010), *Practicing Communication Ethics: Development, Discernment and Decision Making*, Routledge, London (książka publikowana w trzech wydaniach: 2010, 2018, 2023).
- Tompkins P.S. (2015), *Ethics in Human Communication*, https://www.natcom.org/sites/default/files/pages/UG_Course_Syllabi_Comm_Ethics_Tompkins.pdf [dostęp: 13.06.2023].
- Tompkins P.S., Holba A.M., Hoffer M.L. i in. (2014), *Teaching Communication Ethics as Central to the Discipline*, „Journal of the Association for Communication Administration”, No. 33(2).
- Tompkins P.S., Holba A.M., Lepper T.S. i in. (2015), *Communication Ethics in the Communication Curriculum: United States, Canada, and Puerto Rico*, „Communication Education”, No. 64(4).
- Umiejętności 2030 (2023), *Umiejętności przyszłości*, <http://umiejtnosci2030.pl/#umiejtnosci-przyszlosci> [dostęp: 13.06.2023].
- Wimmer R.D., Dominick J.R. (2013), *Mass Media Research: An Introduction*, Wadsworth Inc Fulfillment, Ohio.
- (www1) <https://www.natcom.org/academic-professional-resources/teaching-and-learning/classroom/undergraduate-course-syllabi> [dostęp: 14.06.2023].
- (www2) <http://umiejtnosci2030.pl/> [dostęp: 14.04.2023].

Afiliacja: dr hab. Małgorzata Laskowska, prof. ucz.

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Katedra Teorii, Języka i Etyki Mediów
ul. Dewajtis 5
01-815 Warszawa
e-mail: m.laskowska@uksw.edu.pl