

Rozszerzanie granic

Expanding the boundaries

Monika Grzelka

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Abstract: The article undertakes the issue of university education at the meeting point of the concept of *universitas* and the free market in the context of the *journalism and public relations* specialization held at the Institute of Polish Philology of Adam Mickiewicz University in Poznań. It has been observed that the mission of the modern university is the development of the skills needed for recognition and analysis of various discourses and formation of attitudes based on the active participation in these discourses. The effect of such recognition is highlighting the significance of the specialization and the influence of this underestimation at the creation of new university program. While creating the specialization program, multigenomic of journalism has been used. It has been observed that all of the journalism and PR-related actions are subordinate to information, operational actions performed on information and its processing, while it is communicativeness and creativity that should constitute graduates' dominant competencies.

Merging theory and practice brings real benefits - knowledge and skills from exercises and workshops characterized by academic freedom and safety (the risk of unsuccessful completion of a task) are confronted with authentic needs of the institution functioning on a market. A graduate must be aware of the need for lifelong learning, self-improvement and development of his or her strengths, as well as work on the growth of soft and hard skills.

Key words: specialization, university education, communication, creativity, project.

Streszczenie: W artykule podjęto zagadnienie kształcenia uniwersyteckiego na styku idei *universitas* oraz wolnego rynku w kontekście specjalizacji *dziennikarstwo i public relations* prowadzonej w Instytucie Filologii Polskiej UAM w Poznaniu. Zauważono, że misją współczesnego uniwersytetu jest kształtowanie umiejętności rozpoznawania i analizowania rozmaitych dyskursów oraz formowanie postaw opartych na czynnym uczestnictwie w tych dyskursach. Efektem tego rozpoznania jest podkreślenie rangi specjalizacji i wpływ tego doszacowania na konstruowanie nowych programów uniwersyteckich. Budując program specjalizacji, wykorzystano multigenetyczność dziennikarstwa. Zauważono, że wszystkie działania dziennikarskie i PR-owe podporządkowane są informacji, operacjach na niej oraz jej obróbce, a dominującymi kompetencjami absolwentów powinny być komunikatywność i kreatywność.

Z połączenia teorii z praktyką wynikają realne korzyści – wiedza i umiejętności z ćwiczeń i warsztatów cechujących się akademicką swobodą i bezpieczeństwem konfrontują się z autentycznymi potrzebami instytucji funkcjonującej na rynku. Absolwent musi mieć świadomość konieczności uczenia się przez całe życie, samodoskonalenia i rozwijania swoich mocnych stron, pracy nad wzrostem kompetencji twardych i miękkich.

Słowa kluczowe: specjalizacja, dydaktyka uniwersytecka, komunikatywność, kreatywność, projekt.

Podobno geniusz

to wynik 1% natchnienia i 99% wypocenia

T. A. Edison

1.

Uniwersytet od wielu lat jest tematem debaty publicznej – nie tylko wewnątrzakademickiej czy ogólniej – intelektualnej, ale często także wchodzi w obręb dyskusji i programów politycznych. Kondycja uniwersytetu jest bowiem miarą wolności i cywilizacyjnego rozwoju, ale także sferą wpływów. Stawia się więc pytania dotyczące samej istoty akademii, kwestionuje się jej rolę czy misję, przeformułowuje się zadania, dookreśla pomysły zmian. Uniwersytet jest ideą umożliwiającą konstrukcję modelowych ujęć rzeczywistości oraz metod jej naukowego poznania i opisu, a wykorzystanie tej wiedzy służyć ma doskonaleniu praktyki społecznej. Reprezentacje świata obecne w nauce uobecniają się w toku badań, dociekań oraz akademickiego kształcenia.

Misją uniwersytetu w płaszczyźnie dydaktycznej jest kształtowanie umiejętności rozpoznawania i analizowania rozmaitych dyskursów oraz formowanie postaw opartych na czynnym uczestnictwie w tych dyskursach. Zgodnie z tym rozpoznaniem student przygotowuje się do funkcjonowania w heterogenicznym świecie, w którym istotną umiejętnością jest rozumienie tekstów oraz ich wieloaspektowa interpretacja uwarunkowana zróżnicowanymi czynnikami. Akademicy otwierają przed studentami wielowymiarowy świat metod, teorii i stanowisk, wskazują granice wąskich i szerokich kontekstów kulturowych, a także definiują wrażliwość człowieka wykształconego na sztukę słowa, jego walor etyczny, estetyczny i merytoryczny.

To, co dla jednych jest jedyną akceptowalną postacią idei uniwersytetu, dla innych staje się asumptem do jej krytyki. Słychać zatem głosy, że tam, gdzie zaczyna się wolny rynek, gdzie uruchomione zostają ekonomiczne mechanizmy opłacalności, kończy się uniwersytet¹. Ujawnia się wówczas wizja uczelni odmienionej, która rozumiana jest jako instytucja funkcjonująca tak, jak przedsiębiorstwo oferujące swoje usługi. Transakcje w jej

¹ Zob. *Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna*, 2012, Żardecka-Nowak M., Skrzypek-Faluszcak J. (red.), Rzeszów.

obrębie dotyczą oferty edukacyjnej, która wynika z analizy potrzeb wolnego rynku, zatem trzon kształcenia tworzą wiedza i umiejętności praktyczne. Marginalizacji ulegają funkcje kulturowe uniwersytetu, a zarządzanie wiedzą (jej wytwarzanie, aktualizowanie, przechowywanie i rozpowszechnianie) podporządkowane zostaje procedurom urzędniczym i rozciąga się na osi cytowalność//punkty - pieniądze//granty.

Tendencje do urynkowania uniwersytetu skutkują rozdrobnieniem oferowanych studentom kierunków, specjalności i profili, ich wyraźnej specjalizacji, często bardzo wąskiej, szczegółowej i jednokierunkowej. Z jednej strony zarzuca się im pobieżność i powierzchowność, a z drugiej zbytne ograniczenie i zawężenie. Bardzo często oferuje się studentom kierunki, które z akademickimi tradycjami nigdy nie miały nic wspólnego, motywacją ich utworzenia na uniwersytetach jest wyłącznie moda, gwarantująca ich popularność wśród maturzystów. Tymczasem warunkiem koniecznym istnienia nowoczesnego uniwersytetu jest zrównoważenie relacji pomiędzy nastawieniem pragmatycznym a nastawieniem instrumentalnym. W rezultacie edukacja zyskuje wymiar uniwersalny - student poznaje narzędzia i poszerza posiadane instrumentarium oraz musi wiedzieć, jak i po co go używać. Zakresy trywialne (związane z *trivium*, *artes liberales*) powinny być sprzężone z kształceniem celowościowym, które zgodnie z oczekiwaniami studentów umożliwi im odnalezienie się na rynku pracy, wyposaży w kompetencje zawodowe tak, by mogli znaleźć po studiach zatrudnienie zgodne z wykształceniem, by to właśnie wykształcenie odnosiło się do doświadczenia, praktyki, umiejętności pragmatycznych.

Współzależność uniwersytetu i wolnego rynku nie może być kwestionowana, jednak nauka w akademii nie może być pojmowana jako wybór takich czy innych umiejętności ze straganu z ofertą edukacyjną. W europejskim kręgu kulturowym (inaczej niż w Stanach Zjednoczonych) uniwersytet wiązany jest z wartościami oraz ich kształtowaniem, a zatem nie zachodzi w nim relacja tylko i wyłącznie pobierania nauk jak z banku (danych, umiejętności itp.). Celowościowe nauczanie obligatoryjnie musi być zrównoważone zagadnieniami uniwersalnymi. Aleksander Bobko i Stanisław Gałkowski postulują konieczność „poszukiwania właściwej proporcji między specjalnością a uniwersalnością” (Bobko, Gałkowski 2012, 65). Autorzy za nieużyteczne i bezzasadne uważają negowanie walorów nawet wąsko pojmowanej specjalizacji, bowiem w czasach ścisłej zależności społeczeństw i technologii specjaliści są niezbędni i nieocenieni.

Kształcenie od dawna nie jest już zindywidualizowanym procesem, w którym dominuje relacja mistrz - uczeń, ufundowana na wzajemnej przyjaźni i szacunku. Robert Spaemann twierdzi, że człowieka wykształconego od niewykształconego różni rozwinięta skłonność i zdolność do przyjaźnienia się (Spaemann 2006, 543), a tej nie sposób osiągnąć w zatłoczonych salach wykładowych czy nawet na ograniczonych liczebnie seminariach. Obecnie istotą uniwersyteckiego działania, nauczania jest wymierność, precyzyjne

ustalanie efektów kształcenia, które z jednej strony mają dać obiektywny zestaw wiedzy, kompetencji i umiejętności na różnych płaszczyznach oraz umożliwiać międzyuniwersytecką mobilność, z drugiej jednakże blokują wytworzenie ściślejszych więzi pomiędzy uczącymi i nauczonymi. Ducha akademii uosabiał profesor (Newman 1990, 277), którego potencjał kulturowy nie był mierzalny, nie dawał się ująć w żadne ramy. Współczesność narzuciła profesorowi nowe zadania, lokując go w urzędniczej machinie pensów, planów, sprawozdań.

Sebastian Karwala wskazuje, że być może w nauczaniu specjalistycznym rola mistrza, nauczyciela, profesora zrównuje się z rolą mentora – inspirującego, stymulującego rozwój, motywującego do działania, wspierającego i przekazującego wiedzę oraz pomagającego w samoocenie. Mentor potrafi rozbudzić świadomość jednostki i zmobilizować do samokształcenia i samorozwoju.

Mentoring to niezwykła relacja oparta na spotkaniu dwóch indywidualności, które są świadome korzyści dla własnego rozwoju, wynikających z wymiany doświadczeń i wiedzy. To wspólna wędrówka, podczas której mentor nie narzuca swojego kierunku i nie daje gotowych odpowiedzi, ale inspiruje i pomaga odkryć pragnienia. Przekazuje też podstawową wiedzę o tym, jak samemu się rozwijać i doskonalić, jednocześnie aktywnie słuchając *mentee*, który swoim czynnym wkładem wzbogaca relację i dynamizuje proces wspólnego rozwoju (Karwala 2009, 124).

2.

Konstruując nowe programy uniwersyteckie, nie należy zapominać, że uniwersytet to nie jest szkoła zawodowa, nie jest powołany po to, by kształcić profesjonalistów, powinien rozwijać intelekt, myślenie, umiejętności refleksyjne, kształcić postawę krytycznego namysłu nad rzeczywistością, wyposażać w instrumentarium dyskursywnego włączania się w tę rzeczywistość. Istotność tego spostrzeżenia uwidacznia się zwłaszcza w przypadku kierunków, które kształtowane są przez swoiste mody, aktualne trendy, nowoczesne wynalazki czy innowacje. Wiedza związana z przekazywaniem informacji, związana z komunikacyjnymi możliwościami technologicznymi, odnosząca się do przemian kulturowych dezaktualizuje się bardzo szybko i ma zbyt krótki „termin przydatności”, by stać się posagiem fundującym przyszłość zawodową, społeczną i kulturową absolwentów.

Dobre efekty daje sprzężanie uniwersalności i aktualności, łączenie ciężaru teoretycznego z lekkością praktyki. Formuła dzisiejszego humanistycznego studiowania obejmuje stojące w centrum treści filologowie niezbędne (historia i teoria literatury, językoznawstwo, wiedza o kulturze itp.) oraz peryferyjnie zorientowane specjalności. Mają one stanowić rodzaj uzupełnienia wykształcenia akademickiego. Specjalności funkcjonujące w ramach studiów magisterskich uzupełniających są tymi formami wzbogacania kompetencji absolwentów kierunków filologicznych, które wiążą

teoretyczno-metodologiczną orientację syntetyzującą z pragmatycznymi dyspozycjami funkcjonalnymi.

Nauczanie specjalistyczne wymaga niejednokrotnie dyspozycji utylitarnych, jest kształceniem pragmatycznym, w którym znaczenie ma wszystko, co przydatne natychmiastowo i bezpośrednio użyteczne. To ten etap akademickiej edukacji, który ma najbliższy związek z rzeczywistością pozauczelnianą – w ramach współpracy z instytucjami zewnętrznymi i technokratami reprezentującymi rozmaite specjalności, przy okazji praktyk i doświadczeń stażowych czy spotkań gościnnych i zajęć warsztatowych. Studenci cenią sobie bardzo możliwość konfrontacji z rynkiem jeszcze w czasie studiowania (wielu z nich zresztą podejmuje stałą pracę, korzystając z możliwości samodzielnego ułożenia sobie planu zajęć). Są świadomi oczekiwań swoich potencjalnych pracodawców.

Powołaniu do życia specjalności *dziennikarstwo i public relations* na studiach uzupełniających magisterskich na Wydziale Filologii Polskiej i Klasycznej Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu towarzyszyło kilka okoliczności, z których najważniejsza była potrzeba zróżnicowania programu i rozgraniczenia nowego profilu od specjalności dziennikarskiej prowadzonej na studiach licencjackich. Absolwenci studiów pierwszego stopnia mogli kontynuować naukę na drugim stopniu także w ramach specjalności *dziennikarstwo i PR* bez ryzyka powtarzania treści. Nadmienić trzeba, że prowadzenie obu specjalności w Zakładzie Retoryki, Pragmalingwistyki i Dziennikarstwa umożliwiło jednoznaczny rozdział obu specjalności. Bardzo ważnym czynnikiem, który należało uwzględnić przy planowaniu, okazało się zróżnicowanie kompetencji studentów *ante portas*, często przybierające kształt rozbieżności, a nawet przepaści.

Budując nowy program, wykorzystano multigenetyczność dziennikarstwa, czyli wielość możliwości ujmowania go jako działalności profesjonalnej oraz jako subobszaru w naukach społecznych (Hofman 2015). Ponieważ profesjonalny wymiar tego zawodu wyznaczają kompetencje komunikacyjne, wiedza o świecie i zarządzanie informacjami dostrzeżono możliwość splotu z wymiarem *public relations*, dla którego podstawę stanowią wiedza i umiejętności komunikacyjne. Siatkę utworzyło dwanaście przedmiotów zorganizowanych wokół kluczowych zagadnień wspólnych dziennikarstwu i sferze *public relations* oraz zajęcia praktyczne w ramach wybranej pracowni dziennikarskiej, a całość dopełniły praktyki. Wszystkie one opierają się na polonistycznych czy też ogólnohumanistycznych kompetencjach, które związane są ze sprawnym tworzeniem fortunnnych (skutecznych) tekstów pisanych i mówionych, rozwijaniem umiejętności komunikowania interpersonalnego, wykorzystaniem instrumentarium retorycznego w konstruowaniu przekazów, poznaniem mechanizmów działania mediów, orientacją w obiegu informacji i przekazów we współczesnej kulturze (zwłaszcza mediosferze). Dyskusje towarzyszące powstawaniu nowego programu skupiały się na jego uniwersalności, chciano uniknąć ryzyka

jego szybkiego zdezaktualizowania w czasie dynamicznych zmian cywilizacyjnych w obszarze komunikacji i przekazywania informacji (Tapscott 2010). Drugim aspektem tego namysłu było wypracowanie ścisłej relacji pomiędzy studiami filologicznymi (językoznawczymi, literaturoznawczymi czy kulturowymi) a specjalnością. Tradycyjnie bowiem obie płaszczyzny – zarówno dziennikarstwo, jak i *public relations* spowinowacane są z innymi dyscyplinami – naukami społecznymi czy ekonomicznymi. Formuła specjalności została tak pomyślana, aby wiedza, umiejętności i kompetencje filologiczne stanowiły o wyraźnej przewadze absolwentów polonistyki na rynku pracy. Specjalność *dziennikarstwo i PR* jest niejako implementacją wiedzy nabytej w trakcie studiów filologicznych do pragmatycznego, zawodowego przygotowania studentów. Można oczywiście skończyć studia bez znajomości Platona czy Kanta, Łukasza Dwornickiego czy Jerzego Andrzejewskiego, dzieł Tycjana czy Akiry Kurosawy, teorii Harolda Blooma czy też prac Jürgena Habermasa, ale absolwent rozpoznający te nazwiska, kojarzący teksty czy twórczość, mający wiedzę na temat nurtów, prądów i stanowisk jest szczególnie pożądanym i cenionym w przestrzeni medialnej. Tworzy teksty dojrzałe, gra słowem, bawi się asocjacjami, jest twórczy, wynalazczy i odkrywczy (Piaget 1977), świadomy walorów estetycznych słowa, dźwięku i obrazu, a nade wszystko ma intelektualną przewagę nad konkurentami. Potrafi też odnaleźć swoją przestrzeń na rozmaitych pograniczach (rozumianych tematycznie, formalnie czy kulturowo).

Generalizując, można stwierdzić, że wszystkie działania dziennikarskie i PR-owe podporządkowane są informacji, operacjach na niej oraz jej obróbce. Informacja jest bez wątpienia domeną współczesności – tak więc jej powstawanie, przepływanie, selekcja, hierarchizacja, gromadzenie i rozpowszechnianie są kośćcem kształcenia specjalnościowego. Na wszystkich przedmiotach kształcone są umiejętności związane z zarządzaniem informacjami takie, jak: identyfikowanie i ewaluacja źródeł, ocena przydatności informacji, ich analizowanie, wartościowanie, krytyczne i strategiczne myślenie, wybór, formy podawcze i układy kompozycyjne, manipulacje, redagowanie, neutralność i nacechowanie, dostosowanie do odbiorcy, czasu, medium, okoliczności, typu dyskursu dominującego itp. Niezależnie od sposobu postępowania z danymi, studenci muszą mieć świadomość potencjalnych skutków swojego działania, konieczne jest także uświadomienie sobie własnych przekonań oraz umiejętność dostrzegania i rozróżniania przekonań i wartości, z którymi przyjdzie się studentom stykać.

3.

Jak przygotować do wykonywania zawodu, który jest tak bardzo wielowymiarowy, specjalizuje się, dzieli się na wiele odmian i wariantów, zasiedla mnóstwo nisz? Specjalność *dziennikarstwo i PR* oparta jest na wzbogacaniu wiedzy oraz wykształcaniu lub doskonaleniu umiejętności i kompetencji

zgrupowanych w kilka zasadniczych typów. Są to przede wszystkim: komunikatywność, kreatywność, rzetelność, otwartość, samodzielność i praca w zespole. Co ważniejsze, nie jest to arbitralny wybór twórców specjalności, lecz w miarę uniwersalny zestaw oczekiwań pracodawców sygnalizowany przez nich bardzo często np. w opiniach po praktykach, ocenach przygotowania stażystów czy w trakcie bezpośrednich spotkań z władzami uczelni. Wymieniony zestaw nie jest wyczerpujący i zamknięty, jest jednak podstawowy, łączy w sobie tzw. kompetencje twarde i miękkie, czyli wiedzę i umiejętności pozyskane w trakcie nauki z cechami psychofizycznymi i umiejętnościami społecznymi. Rozwijanie tych kompetencji wzmacnia pozycję polonistów w trakcie aplikowania o stanowiska w obszarze dziennikarstwa i PR. Szczegółowo opisane zostaną dwie pierwsze – komunikatywność oraz kreatywność jako uniwersalne wymagania w obszarze dziennikarstwa i *public relations*.

Komunikatywność

W obszarze kompetencji filologicznych związanych z komunikatywnością, mieszczą się zagadnienia dotyczące pisania, mówienia czy szeroko rozumianej komunikacji. Wydaje się, że studia filologiczne gwarantują „płynną znajomość języka polskiego” czy „poprawne posługiwanie się językiem polskim”, jednak praktyka dydaktyczna wskazuje na różny stopień przygotowania absolwentów w tym zakresie. Dostrzega się kłopoty z precyzyjnym formułowaniem myśli, przekazywaniem treści w sposób zrozumiały dla odbiorcy, doбором odpowiednich środków do realizacji zakładanych celów, adekwatnych do kontekstu wypowiedzi czy efektywnym, aktywnym słuchaniem wyrażającym się artykulacją konstruktywnej informacji zwrotnej.

W bloku zajęć warsztatowych pojawiają się zajęcia redakcyjne, a ich skrócona formuła to Stasiukowe motto: „Pisać, pisać, kreślić, pisać, czytać, poprawiać, pisać, kreślić...”. Są one nakierowane na kształtowanie umiejętności sprawnego, samodzielnego, oryginalnego pisania, mają zniwelować tzw. lęk przed pustą kartką i wypracować lekkie pióro. Wiele ćwiczeń powiązanych jest z różnymi zadaniami formalnymi, a konieczne zagadnienia teoretyczne splatają się ściśle z praktycznymi zadaniami pisarskimi (redagowaniem tekstów na okładkę książki, wpisów na blogu, reportaży, wywiadów czy wspomnień, ale także artykułów sponsorowanych, advertoriali, sprawozdań, informacji, newsletterów oraz np. przygotowaniem prezentacji, konferencji prasowych i briefingów). Lokują się one w kręgu zróżnicowanych odmian polszczyzny (odmiany, języki, slangi, gwary, style), są też przeznaczone dla różnorodnych grup odbiorczych (uwzględnia się parametry wieku, płci, wykształcenia, pochodzenia, dochodów, stylu życia), rozmaitych mediów (starych, nowych i nowych nowych), a nierzadko muszą wpisać się w określoną konwencję, wzorzec, plan, serię lub schemat.

Ważnym elementem zajęć są też operacje prowadzone na tekstach, w tym również na tekstach własnych. – zwłaszcza umiejętność krytycznej lektury, wyrażania opinii o pracach cudzych i własnych, szacowanie ich walorów i mankamentów ze względu na kryterium oryginalności, powtarzalności, zgodności z poleceniem.

Zajęcia komunikacyjne obejmują cykle poświęcone konkretnym zagadnieniom, np. autoprezentację, wystąpienia publiczne czy negocjacje. Są one tak pomyślane, by integrować wiedzę o technikach, strategiach, środkach językowych i modelach komunikacyjnych z umiejętnościami praktycznymi – prowadzeniem konferencji prasowej, przygotowaniem się do rozmowy, zapowiadaniem kolejnych punktów w programie czy wreszcie wydobyciem od kogoś informacji. Studenci poznają podstawowe zasady przygotowania i realizacji zróżnicowanych wystąpień publicznych, uczą się technik wpływu oraz stosowania środków werbalnych i niewerbalnych dla osiągnięcia pożądanego celu. W trakcie zajęć zaznajamiają się z technikami negocjacyjnymi, uczą się określać oraz wybierać indywidualny i skuteczny styl negocjowania, a także uzyskiwać kontrolę nad przebiegiem negocjacji. Charakter warsztatowy umożliwia przećwiczenie zadań szczegółowych np. manipulowania wrażeniem w zależności od przyjmowanej roli czy twórczego rozwiązywania konfliktów. Ponieważ dziennikarstwo i PR są płaszczyznami kontaktu i komunikacji, studenci muszą zostać przygotowani do korzystnego zaprezentowania siebie i swojej oferty, nawiązania i podtrzymania kontaktu, skutecznego porozumiewania się w rozmaitych sytuacjach zawodowych, rozwiązywania sytuacji konfliktowych, radzenia sobie ze stresem. Dlatego tak ważne są zasady i style komunikacyjne, ich umiejętny wybór, umiejętność kooperacji oraz poznanie etycznego wymiaru komunikacji (okazywanie szacunku drugiemu człowiekowi, empatia, zainteresowanie opiniami drugiej osoby, odpowiedzialność).

Kreatywność

Naturalnym potencjałem każdego człowieka jest kreatywność, która niestymulowana, nierozwijana, niepielęgnowana zanika lub ogranicza się. Wśród czynników hamujących utrzymanie naturalnej kreatywności lub jej wzrost wymienia się przede wszystkim predyspozycje indywidualne związane z brakiem gotowości do podejmowania ryzyka, brakiem bodźców motywacyjnych, elastyczności czy inicjatywy, obawą przed popełnieniem błędu, lękiem przed narażeniem się na śmieszność czy strachem przed ewentualnym wywołaniem konfliktu. Obserwuje się również, że osoby o niskiej kreatywności cechuje silny opór przed możliwościami zmiany dotychczasowego stanu rzeczy oraz brak odwagi przed uczestnictwem w sytuacjach konfliktowych, konfrontacyjnych, dyskusjach, polemikach. Osoby takie unikają samodzielności, w związku z czym przesadnie ufają ekspertom, są

oni dla nich bardzo ważną instancją rozstrzygającą w sytuacjach niepewności i wątpliwości.

Na zajęciach specjalnościowych wykorzystywane są w wielu zróżnicowanych kontekstach mechanizmy, które sprzyjają kreatywności, pozwalają przełamać opór studentów przed uczestnictwem w sytuacjach wymykających się tradycyjnemu modelowi uczenia uniwersyteckiego. Wykorzystuje się wtedy efekt zaskoczenia i przełamania stereotypów łączących się z samoświadomością i wyobrażeniem na temat samego siebie. Preferowane są zatem otwartość i tolerancja, elastyczność, wrażliwość i ciekawość. Wiele z tych cech wymaga „odświeżenia”, „przypomnienia sobie”, co ciekawe są one naturalnymi wyróżnikami wieku dziecięcego. Kultura, zwłaszcza socjalizacja, eliminują te właściwości, ludzie z czasem o nich zapominają, przykrywają je wyobrażeniami, stereotypami i narzuconymi odgórnie normami czy rygorami społecznymi. Tymczasem w pracy dziennikarza czy też specjalisty PR kreatywność jest jedną z najbardziej pożądanых cech – ich praca opiera się na generowaniu nowych pomysłów, przedsięwzięciu twórczych, nieszablonowych działań, łamaniu utartych formuł i naruszaniu skostniałych schematów.

Świadomość rozwijania innowacyjnego potencjału studentów towarzysząca wszystkim zajęciom na specjalności *dziennikarstwo i PR* ukierunkowuje działania dydaktyczne tak, by aktywizować, zmuszać do przyjmowania postawy ciekawości i inicjatywy, wzmagać gotowość do podejmowania ryzyka, intensyfikować wysiłek związany z przyjmowaniem krytyki czy koniecznością poddawania się ocenie. Kreatywność jest najbardziej rozwijana, gdy zniweluje się obawę przed popełnieniem błędu – tego obciążenia pozbawione są zajęcia z projektów kreatywnych, na których podkreślana jest swoboda w realizacji pomysłów, gdzie nie ma jednego prawidłowego rozwiązania, gdzie miarą jakości prac jest ich niepowtarzalność, oryginalność i nowatorstwo. Ważne jest także ocenianie zadań w grupie, mierzenie ich skuteczności w rozmaitych grupach odbiorczych.

Na warsztatach kreatywnych pogłębia się umiejętność rozpoznawania obecnych w kulturze wybranych kategorii estetycznych i twórczego ich wykorzystania w samodzielnie tworzonych przekazach czy pomysłach na nie. Analityczny przegląd wybranych realizacji komizmu, tragizmu, absurdu, ironii, patosu itp. w dziełach z różnych dziedzin sztuki jest dla studentów inspiracją do zadań praktycznych. W trakcie zajęć przygotowuje się teksty lub projekty (dziennikarskie, reklamowe, promocyjne, eventy, zdarzenia jednorazowe i seryjne itp.) utrzymane w rozmaitych konwencjach estetycznych, dla zróżnicowanego odbiorcy i na rozmaite okoliczności.

4.

Na czym polega specyfika specjalizacji *dziennikarstwo i PR*? Najważniejszym jej atrybutem jest nacisk położony na działanie projektowe

i znaczne przesunięcie ciężaru związanego z działaniami praktycznymi na czas pozazajęciowy. Sporo miejsca zajmuje także analiza, interpretacja i ewaluacja efektów pracy – dyskusje, rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia, umiejętność wskazania mocnych i słabych stron danych prac. Projekty realizowane na zajęciach – ćwiczeniach i warsztatach, mają zróżnicowany charakter, czasami przyjmują postać prac indywidualnych, czasami grupowych (grupy utworzone są dobrowolnie lub ich skład jest narzucony). Często wymagają uruchomienia wiedzy z dziedzin spokrewnionych z filologią czy nauką o mediach lub też zdobycia nowej wiedzy z dyscyplin odległych. Projekty wykorzystywane są w trakcie wszystkich zajęć, a ich tematyka zazwyczaj wynika z negocjowanych zagadnień. Studenci przygotowywali więc projekty z dziedziny *human resources* (HR) dotyczące kompetencji twardych i miękkich w dziennikarstwie i PR, antropologiczne projekty poświęcone modelom funkcjonowania polonistów na rynku pracy, kulturoznawcze – obejmujące dzieła kultury i ich konteksty czy retoryczne – związane ze sposobami autokreacji.

Projektom towarzyszą często prezentacje multimedialne (zróżnicowane w zależności od etapu zaawansowania prac nad wybranym zagadnieniem). Czasami upublicznienie i omówienie wyników przeprowadzonych obserwacji czy badań w związku z projektami odbywa się w formule konferencyjnej, otwartej na osoby z zewnątrz lub z zaproszonymi gośćmi. Praca w grupie i jednocześnie samodzielność, umiejętność formułowania indywidualnych wniosków i ocen, przyjmowania krytyki i spojrzenia na nowo na osoby, z którymi trudno się zgodzić, ale także sztuka atrakcyjnego intelektualnie i estetycznie prezentowania wyników własnej pracy – to tylko niektóre efekty, na których osiągnięcie pozwala projekt.

5.

Orientacja w przestrzeniach zawodowych skutkuje szybkim diagnozowaniem i identyfikowaniem zadań czy ról, jakie przychodzi odgrywać absolwentom w czasie wykonywania pracy w różnych miejscach (redakcje medialne, działy PR, sekcje promocji i reklamy, agencje kreatywne lub reklamowe, instytucje kultury, przedsiębiorstwa, własne firmy itp.).

Bloki zajęć *stricto* zawodowych (techniki gromadzenia informacji, modele zawodowe w dziennikarstwie i PR, pracownia dziennikarska, praktyki i staże zawodowe) modelują wiedzę o wymiarze profesjonalnym i możliwościach rozwoju kariery po ukończeniu studiów. Jeśli potraktować obszar dziennikarstwa i PR metaforycznie, można by ująć go jako płaszczyznę spotkania. Rynek pracy oferuje absolwentom (a często jeszcze studentom) *dziennikarstwa i PR* bardzo duże możliwości, dając im szeroki wybór pracy jako: reporter, prezenter, dziennikarz śledczy, interwencyjny, sportowy itp., reportażysta, komentator, sprawozdawca, rzecznik prasowy, media planner, account manager, specjalista od event marketingu, online

editor, copywriter, specjalista PR. Popularność tych profesji poświadczają także sprawozdania z praktyk i staży, które studenci odbywają w trakcie studiów. To nabywanie profesjonalnych szlifów przy zadaniach wykonywanych „naprawdę”, odpowiedzialność za projekty i współpraca z zespołem w rozgłośni radiowej, redakcji lokalnego pisma, gazety festiwalowej czy z grupą odpowiedzialną za kontakty z mediami przy targach regionalnych są najbardziej cenione przez studentów. Połączenie teorii z praktyką przynosi realne korzyści – wiedza i umiejętności z ćwiczeń czy warsztatów cechujących się akademicką swobodą, ale także bezpieczeństwem (ryzyko niezaliczenia zadania) konfrontują się z autentycznymi potrzebami instytucji funkcjonującej na rynku. W tym starciu fikcji z rzeczywistością, potencjalności z realnością dochodzi do transformacji kompetencji, które poddane są presji czasu, wyniku, konkurencyjności i stresu. Absolwent musi mieć świadomość konieczności uczenia się przez całe życie, samodoskonalenia i rozwijania swoich mocnych stron, pracy nad wzrostem kompetencji twardych i miękkich, „Świat nie potrzebuje więcej dziennikarzy. Świat potrzebuje ludzi rozumnych, którzy umieją pisać. Konstruować teksty, logicznie stawiać argumenty i formułować myśli” (Wilcz-Grzędzińska, Wróblewski 2011, 11).

Bibliografia

- Bobko Aleksander, Gałkowski Stanisław, 2012, *Uniwersytet – tradycja i współczesne wyzwania*, w: *Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna*, Żardecka-Nowak M., Skrzypek-Faluszczyk J. (red.), Rzeszów, s. 52-66.
- Hofman Iwona, 2015, *Multigenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, „Roczniki Nauk Społecznych”, t. 7 (43), nr 3, s. 113-124.
- Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna*, 2012, Żardecka-Nowak M., Skrzypek-Faluszczyk J., Rzeszów.
- Karwala Sebastian, 2009, *Mentoring jako strategia wspierająca wszechstronny rozwój osobisty*, Nowy Sącz.
- Koch Jan, *Kreatywność się opłaca*, www.ipo.pl/zarzadzanie_w_firmie/artykuly/kreatywnosc_sie_oplaca_592639_2.html (dostęp 4.03.2013).
- Maćkiewicz Jolanta, 2010, *Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu*, Warszawa.
- Martens Anna, 2011, *Mentoring – inspiracja, motywacja. Praktyczne aspekty kształcenia dziennikarzy – o niezbędnych kompetencjach i mapie kontekstów*, w: *Dydaktyka dziennikarstwa. Opinie i postulaty*, Gawroński S. (red.), Kraków-Rzeszów-Zamość, s. 161-183.
- Mead Margaret, 2000, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Hołówka J. (przeł.), Warszawa.
- Newman John Henry, 1990, *Idea uniwersytetu*, Mroczkowski P. (przeł.), Warszawa.
- Piaget Jean, 1977, *Dokąd zmierza edukacja*, Warszawa.
- Spaemann Robert, 2006, *Kim jest człowiek wykształcony?*, w: *Granice*.

O etycznym wymiarze działania, Merecki J. (przeł.), Warszawa.

Tapscott Don, 2010, *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Cypryański P. (przeł.), Warszawa.

W poszukiwaniu utraconego mistrza. Z profesorem Tadeuszem Gadaczem rozmawia Joanna Klimczyk, 2002, „Res Publica Nowa”, nr 11.

Weber Max, 1990, *Nauka jako zawód i powołanie*, Dybel P. (przeł.), w: Krasnodębski Z., 1999, *Max Weber*, Warszawa.

Wilcz-Grzędzińska Ewa, Wróblewski Tomasz, 2011, *Pisać skutecznie. Strategie dla każdego autora*, Wrocław.

O Autorce:

Monika Grzelka – adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej UAM, językoznawczyni. Interesuje się współczesnym językiem w jego zróżnicowanych aspektach (stylistycznym, komunikacyjnym, retorycznym, tożsamościowym). Prowadzi zajęcia warsztatowe oraz konwersatoria poświęcone współczesnej polszczyźnie, genologii, dziennikarstwu specjalistycznemu. Bada dyskurs intelektualny i jego gatunki (zwłaszcza te oparte na interakcji – wywiady, polemiki, dyskusje).