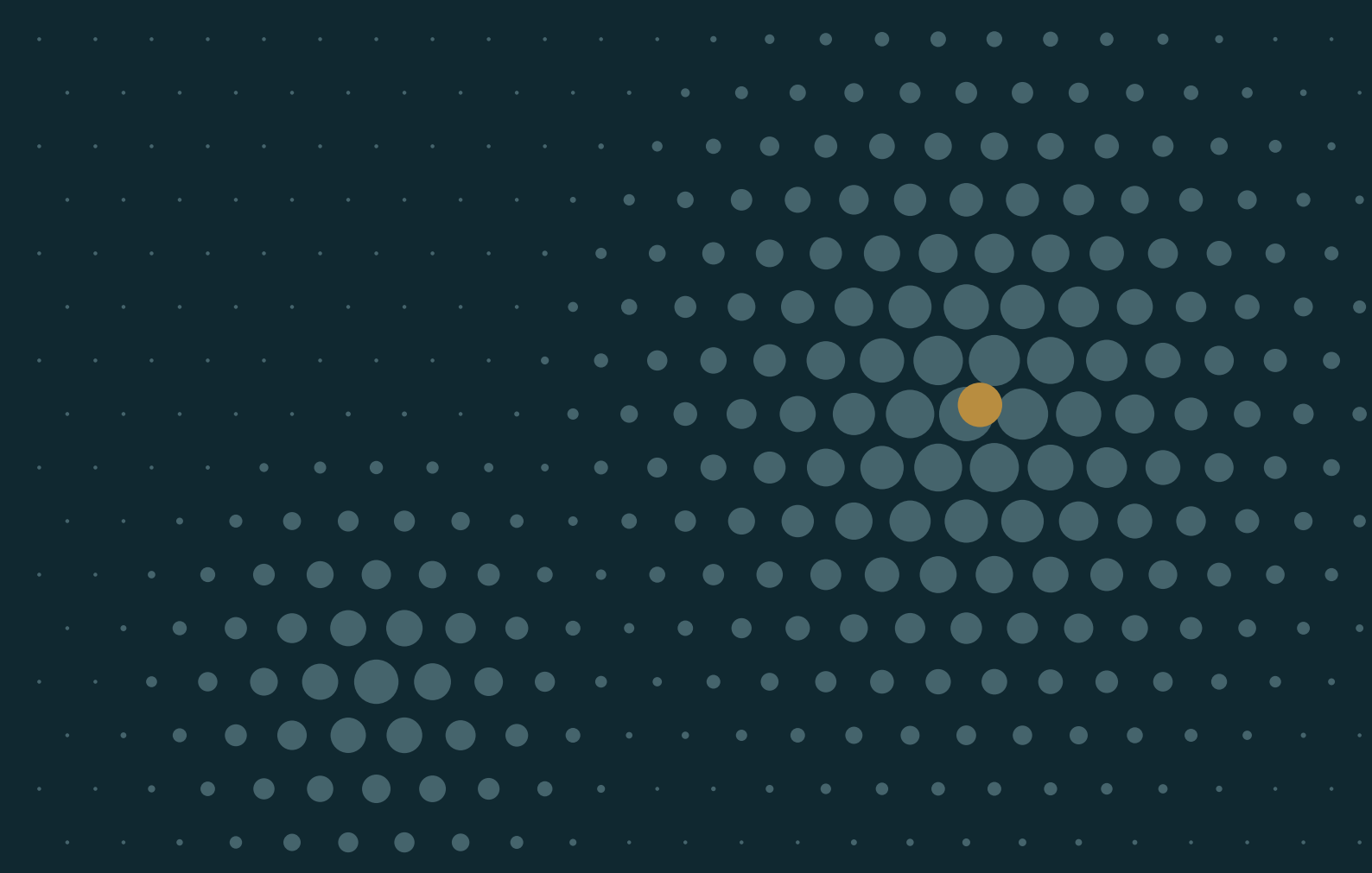




PRZEWODNIK KIERUNKOWY · DZIENNIKARSTWO

Jak napisać pracę magisterską z dziennikarstwa

Od pytania o media do obrony: teorie komunikowania, analiza zawartości i dyskursu, badania odbiorców, redakcji i etyka.

Spis treści

Jak korzystać z tego przewodnika	1
1 Specyfika pracy z dziennikarstwa	2
1.1 Medioznawstwo jako dziedzina	2
1.2 Typy prac	2
1.3 Czego oczekuje recenzent	3
2 Temat i problem badawczy	4
2.1 Od zjawiska do problemu	4
2.2 Rodzaje pytań	4
2.3 Neutralność tematu	5
2.4 Wykonalność	5
3 Teorie komunikowania i stan badań	6
3.1 Najczęściej wykorzystywane koncepcje	6
3.2 Teoria w hipotezach i kategoriach	6
3.3 Stan badań	7
4 System medialny, przepisy i dane o rynku	8
4.1 Podstawy prawne	8
4.2 Dane o zasięgu i widowni	8
4.3 Dane o zaufaniu i konsumpcji informacji	9
5 Analiza zawartości	10
5.1 Dobór próby	10
5.2 Klucz kategoryzacyjny	10
5.3 Rzetelność kodowania	11
5.4 Analiza ilościowa i jakościowa	11
6 Analiza dyskursu i ramowania	12
6.1 Analiza ramowania	12
6.2 Krytyczna analiza dyskursu	12
6.3 Dobór tekstów i procedura	13
6.4 Neutralność badacza	13
7 Badania mediów społecznościowych i platform	14
7.1 Co można zbadać	14
7.2 Pozyskiwanie danych	14
7.3 Wskaźniki zaangażowania	14
7.4 Komentarze użytkowników	15
8 Badania odbiorców	16

8.1	Ankieta	16
8.2	Próba	16
8.3	Wywiady i grupy fokusowe	16
8.4	Pomiar zaufania	17
9	Badania redakcji i dziennikarzy	18
9.1	Wywiady z dziennikarzami	18
9.2	Anonimowość i autoryzacja	18
9.3	Obserwacja w redakcji	18
9.4	Dokumenty redakcyjne	19
10	Projekt medialny z częścią badawczą	20
10.1	Wymagania formalne	20
10.2	Elementy pracy projektowej	20
10.3	Ocena projektu	20
10.4	Prawa i zgody	21
11	Analiza danych	22
11.1	Dane z analizy zawartości	22
11.2	Wskaźniki z platform	22
11.3	Dane ankietowe	22
11.4	Analiza jakościowa	23
11.5	Wizualizacja	23
12	Etyka, prawo i neutralność badacza	24
12.1	Prawo cytatu i materiały medialne	24
12.2	Rozmówcy i uczestnicy badań	24
12.3	Neutralność wobec sporów politycznych	24
12.4	Weryfikacja i rzetelność	25
13	Wyniki, dyskusja i wnioski	26
13.1	Prezentacja wyników	26
13.2	Dyskusja	26
13.3	Wnioski i rekomendacje	26
13.4	Zakończenie	27
14	Struktura pracy i redakcja	28
14.1	Typowy układ	28
14.2	Proporcje	28
14.3	Styl	28
14.4	Opis materiałów medialnych w bibliografii	29
15	Finisz: ostatnie tygodnie	30
15.1	Kolejność	30
15.2	Aneksy	30
15.3	Antyplagiat i złożenie pracy	31
16	Obrona	32
16.1	Prezentacja	32
16.2	Pytania do pracy	32
16.3	Pytania z zakresu studiów	33

Jak korzystać z tego przewodnika

Ten przewodnik powstał dla studentki lub studenta dziennikarstwa i komunikacji społecznej, który ma przed sobą pracę magisterską i chce ją napisać dobrze. Nie powtarza rad o „pracach dyplomowych w ogóle”. Każdy rozdział, przykład i checklista dotyczą badań nad mediami: teorii komunikowania, systemu medialnego i danych o rynku, analizy zawartości, dyskursu i ramowania, mediów społecznościowych, badań odbiorców i redakcji, projektów medialnych, a także etyki i prawa prasowego.

Dziennikarstwo jest kierunkiem, na którym łatwo o pracę publicystyczną, a trudniej o badawczą. Temat bywa gorący, autor ma wyrobione zdanie o mediach, a materiał dobiera tak, by to zdanie potwierdzić. Recenzent oczekuje czegoś innego: pytania badawczego, jawnych kryteriów doboru materiału, narzędzia analizy, które da się powtórzyć, i wniosków, które wynikają z danych, a nie z sympatii do jednych mediów i niechęci do innych.

Rozdziały od pierwszego do czwartego i od jedenastego do szesnastego są wspólne dla wszystkich prac. Rozdziały od piątego do dziesiątego opisują warsztat: analizę zawartości, analizę dyskursu i ramowania, badania mediów społecznościowych, badania odbiorców, badania redakcji i dziennikarzy oraz projekt medialny. Czytaj te, które dotyczą Twojej pracy.

Po drodze spotkasz pięć rodzajów ramek. **Definicje** porządkują pojęcia. **Przykłady z praktyki** pokazują, jak zasada wygląda w gotowym tekście. **Pułapki** opisują błędy, które powtarzają się w pracach z dziennikarstwa. **Checklisty** pozwalają sprawdzić rozdział przed wysłaniem go promotorowi. Ramki **Okiem recenzenta** pokazują, na co patrzy osoba, która wystawi ocenę.

Rynek mediów, platformy i przepisy zmieniają się szybko. Fakty w przewodniku odpowiadają stanowi z 2026 roku, ale przed rozpoczęciem badań sprawdź aktualne dane i regulaminy platform. Przykłady dotyczą fikcyjnych mediów oznaczonych literami i nie odnoszą się do sporów politycznych.

Powodzenia. Dobra praca magisterska z dziennikarstwa uczy tego, czego potrzebuje każdy dziennikarz i medioznawca: dokładności, weryfikacji i oddzielania faktów od opinii.

01

Specyfika pracy z dziennikarstwa

Prace magisterskie z dziennikarstwa i komunikacji społecznej dotyczą mediów jako instytucji, treści, praktyk zawodowych i doświadczeń odbiorców. Tematy wyrastają z bieżących wydarzeń i obserwacji: dezinformacja, podcasty, dziennikarstwo lokalne, influencerzy, sztuczna inteligencja w redakcjach. Ten rozdział wyjaśnia, czego recenzent oczekuje od pracy medioznawczej i jakie drogi badawcze są dostępne.

1.1 Medioznawstwo jako dziedzina

Badania nad mediami łączą perspektywy nauk o komunikacji społecznej i mediach, socjologii, politologii, językoznawstwa i prawa. Praca z dziennikarstwa może analizować treści medialne, badać odbiorców, opisywać funkcjonowanie redakcji i rynku, analizować regulacje albo łączyć projekt medialny z refleksją badawczą. We wszystkich przypadkach praca ma badać media, a nie je oceniać z pozycji publicysty.

Praca badawcza a publicystyka

Publicystyka przedstawia opinię autora i dobiera argumenty, które ją wspierają. Praca badawcza stawia pytanie, określa materiał i metodę przed poznaniem wyników i przedstawia wyniki niezależnie od tego, czy potwierdzają przypuszczenia autora. Sformułowania w rodzaju „media manipulują odbiorcami” mogą być wnioskiem badania, jeśli wynikają z danych, ale nie mogą być jego założeniem.

1.2 Typy prac

Typ pracy	Pytanie w centrum	Materiał	Przykładowy temat
Analiza zawartości	Co i jak często pojawia się w przekazach?	Artykuły, audycje, wpisy	Obecność ekspertów w materiałach o zdrowiu w portalach informacyjnych
Analiza dyskursu i ramowania	Jak przekazy konstruuja obraz zjawiska?	Wybrane teksty i materiały	Ramy interpretacyjne w relacjach o zmianach klimatu w prasie regionalnej
Badanie mediów społecznościowych	Jak komunikują się nadawcy i użytkownicy platform?	Wpisy, komentarze, filmy	Strategie komunikacji lokalnych redakcji w serwisach wideo
Badanie odbiorców	Jak ludzie korzystają z mediów i jak je oceniają?	Ankiety, wywiady, grupy fokusowe	Zaufanie studentów do informacji z podcastów

Typ pracy	Pytanie w centrum	Materiał	Przykładowy temat
Badanie redakcji i dziennikarzy	Jak pracują redakcje i dziennikarze?	Wywiady, obserwacja, dokumenty	Weryfikacja informacji w redakcjach portali lokalnych
Analiza rynku i regulacji	Jak działają instytucje i rynek mediów?	Dane rynkowe, dokumenty, przepisy	Model finansowania mediów lokalnych opartych na darowiznach
Projekt medialny z częścią badawczą	Jak zaprojektować i ocenić przekaz lub produkt medialny?	Własny projekt, testy z odbiorcami	Projekt serii podcastów popularnonaukowych i ocena ich odbioru

1.3 Czego oczekuje recenzent

Dobra praca z dziennikarstwa ma pytanie osadzone w teorii komunikowania, opisuje materiał i kryteria jego doboru, stosuje narzędzie analizy, które da się powtórzyć, przedstawia wyniki bez ocen politycznych i formułuje wnioski w granicach badanego materiału. Na kierunku, który uczy pisania, recenzent zwraca też uwagę na jasność i poprawność tekstu.

Teza postawiona przed badaniem

Praca zaczyna się od stwierdzenia, że „media publiczne są stronnicze”, a do analizy wybrano kilka materiałów, które autor uznał za przykłady stronniczości. Materiały innych nadawców nie zostały przeanalizowane, a kryteria oceny stronniczości nie są opisane. Wniosek był znany przed badaniem. Ustal pytanie, próbę i kategorie analizy przed zebraniem materiału i stosuj je do wszystkich przekazów.

Okiem recenzenta

Najpierw sprawdzam, czy autor bada media, czy o nich pisze publicystycznie: czy jest pytanie, jawne kryteria doboru materiału i narzędzie analizy. Potem patrzę na teorię i wnioski. Praca, w której dane dobrano do tezy, nie spełnia moim zdaniem wymagań stawianych pracy magisterskiej, nawet jeśli teza jest ciekawa.

Zanim zaczniesz

- ☐ Wiesz, czy badasz treści, odbiorców, redakcje, rynek, czy łączysz projekt z badaniem
- ☐ Umiesz odróżnić pytanie badawcze od tezy publicystycznej
- ☐ Wiesz, jaki materiał zbierzesz i skąd
- ☐ Sprawdziłeś wymagania instytutu co do prac projektowych
- ☐ Umiesz w jednym zdaniu powiedzieć, co praca wniesie