

Postawy studentów - przyszłych dziennikarzy, politologów, urzędników, wobec zagadnień etycznych w komunikowaniu – doniesienie z badań

ZBIGNIEW CHMIELEWSKI

Uniwersytet Wrocławski

Streszczenie

Artykuł stanowi doniesienie z badań jakie autor przeprowadził na grupie 389 studentów kierunków politologia, dziennikarstwo i komunikacja społeczna, prawo i administracja na 7 polskich uczelniach. Prezentowane wyniki obrazują przekonania i postawy badanych – przyszłych dziennikarzy, politologów, PR-owców, urzędników administracji, wobec kwestii etyki w komunikowaniu. Wskazują na dominujące motywacje przy dokonywaniu wyborów w sytuacjach dylematu moralnego, a także postawy i decyzje respondentów w realnych sytuacjach wymagających wyboru pomiędzy regułami etyki a zagrożeniem realizacji celów czy poniesienia straty np. materialnej. Artykuł mówi również o poziomie przyzwolenia na pewne praktyki, które w kodeksach branżowych są uznawane obecnie za naganne. Prezentowane wyniki badania wskazują też na samoocenę studentów pod względem ich własnego poziomu etyki i zestawiane są z ich deklaracjami co do postępowania w określonych sytuacjach. Badania stanowią przyczynek do prognozy przyszłego stanu komunikowania publicznego i jego spodziewanych standardów etycznych.

Słowa-klucze: *Public relations, komunikowanie masowe, etyka komunikowania, manipulacja, informowanie, media*

Abstract

The attitudes of students - future journalists, political scientists, officials - towards the ethical aspects of communication:

The paper is a report from the research on 389 students of political science, journalism and social communication, law and administration on 7 Polish universities. The research results show the future journalists', political scientists', PR managers' and officials' attitude towards the communication ethics. They point out the crucial motivations connected with moral choices as well as decisions made in real situations requiring the choice between ethics and a certain goal. The paper is also about some socially accepted practices which are meant to be reprehensible in contemporary professional codes. At the same time, the research results describe the students' self-assessment connected with ethics and are correlated with their declarations about acting in certain situations. The research is the starting point for the future state of public communication and its expected ethical standards.

Key words: *public relations, mass communications, communications ethics, manipulations, informations, media*

I. WPROWADZENIE

Jakość życia publicznego, styl uprawiania dziennikarstwa, polityki, debaty publicznej, poziom dyskursu i jego język, z jakim mamy do czynienia, w istotnej mierze zależne są od stanu moralności i stosunku do zagadnień etycznych jego uczestników. Z całą pewnością zależy to od postawy wszystkich stron dialogu, jednak nie sposób nie zauważyć, że stroną narzucającą standardy i charakter relacji jest grupa bardziej słyszalna, mająca dostęp do mediów, formułująca oficjalne komunikaty, a więc dziennikarze, urzędnicy, prawnicy, politycy, samorządowcy. O tym, jaki będzie obraz tej rzeczywistości w perspektywie kilku, kilkunastu najbliższych lat, zadecyduje pokolenie obecnych dwudziestokilkulatków, studentów kierunków dziennikarskich, politologicznych, prawniczych, komunikacji społecznej. To oni bowiem będą sukcesywnie powiększać szeregi kadr urzędniczych, prawniczych, wchodzić do redakcji mediów, kandydować w wyborach. Z czasem zajmą kierownicze stanowiska, niektórzy być może staną się gatekeeperami w opiniotwórczych mediach. Jakimi wartościami będą się kierować? Co będą skłonni akceptować, a czego nie? Jakie zasady uznają za „święte”, a które będą skłonni złamać i czym to usprawiedliwią?

II. PROBLEM BADAWCZY

Aby móc podjąć próbę prognozowania kierunku, w jakim zmierza publiczne komunikowanie pod względem tego co akceptowalne, a co nie, jak będą w nadchodzącej przyszłości rozumiane etyczne aspekty publicznego dialogu, a także które z pryncypiów niekwestionowanych obecnie, mogą w niedalekiej przyszłości przestać być oczywiste, należy zbadać zagadnienie postawy wobec problemów etycznych tych, którzy za 5-10 lat będą decydować o kształcie komunikacji publicznej, dziennikarstwa, polityki, prawa. Jaki jest ich stosunek do wymogów etyki? Czy i w jakim stopniu są skłonni akceptować praktyki dotychczas uznawane za naganne? Które z obszarów i w jakim stopniu niezmiennie objęte są w ich świadomości szczególną ochroną? Jak oceniają sami siebie pod względem poziomu postawy etycznej? Te poglądy i postawy z dużym prawdopodobieństwem będą kształtowały nasze życie publiczne w nadchodzącej przyszłości.

III. HIPOTEZY BADAWCZE

Przystępując do badań, autor zamierzał zweryfikować następujące hipotezy:

- obecni studenci, przyszli dziennikarze, politycy, prawnicy, nie traktują pryncypiów etyki jako wartości bezwzględnych ale podporządkowują je wymogom skuteczności i efektywności w osiąganiu innych celów – np. zdania egzaminu, zaliczenia przedmiotu, a więc w przyszłości również cel i skuteczność w jego osiągnięciu będą dominować nad wartościami etycznymi,
- pomimo świadomości, iż praktyki dziennikarskie czy PR-owe naganne, odbiegające od zasad etycznych przyjętych w tych zawodach, są coraz powszechniejsze, istnieje znaczny poziom przyzwolenia na ich stosowanie,
- pomimo świadomości łamania zasad etyki, istnieje tendencja do przyznawania sobie relatywnie wysokiej oceny poziomu moralności przez przyszłych dziennikarzy, polityków, prawników, a liczne okoliczności są „usprawiedliwieniem” takiej postawy.

IV. METODOLOGIA BADAŃ

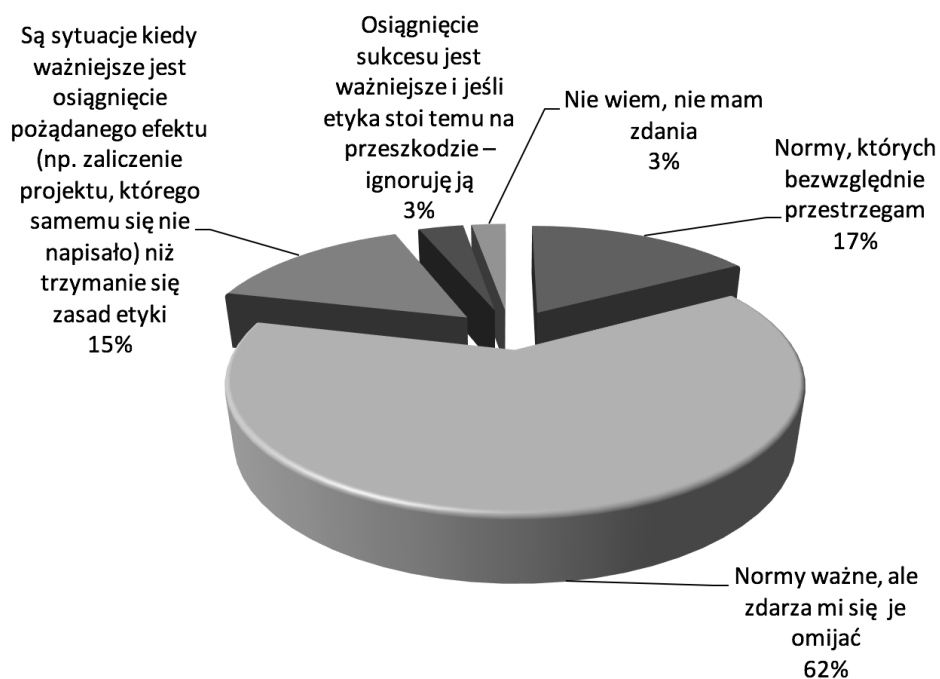
Badania były prowadzone od marca do maja 2014 roku, objęto nimi 389 studentów dziennych i zaocznych, różnych lat dziennikarstwa, komunikacji społecznej, politologii, prawa i administracji

z 7 wyższych uczelni spośród prowadzących te kierunki - z Warszawy, Koszalina, Krakowa, Rzeszowa i Wrocławia. Badani otrzymywali kwestionariusz ankietowy, który wypełniali samodzielnie w obecności ankietera. Kwestionariusz składał się z metryczki oraz 10 pytań zamkniętych, przy czym w kafeterii niektórych z nich znajdowały się odpowiedzi umożliwiające wpisanie własnych wskazań, innych niż zaproponowane w kwestionariuszu. Ponieważ na niektóre pytania udzielono odpowiedzi w sposób błędny (np. zaznaczono dwie odpowiedzi w pytaniu na które można udzielić tylko jednej odpowiedzi, albo nie zaznaczono żadnej, w poszczególnych pytaniach wartość N odpowiada rzeczywistej liczbie udzielonych odpowiedzi, nie zaś całkowitej liczbie ankietowanych. Na wykresach kołowych wartości odsetek zaokrąglono do pełnych liczb.

V. WYNIKI BADAŃ

1. Z byciem studentem wiąże się pewien kodeks etyczny regulujący co jest dopuszczalne a co naganne w tym środowisku. Czym dla Pana/i są zasady etyczne? Proszę zaznaczyć odpowiedź najbliższą Pana/i przekonaniu.

Tylko 17 proc. spośród badanych twierdzi, że przestrzega zasad etyki w sposób bezwzględny.

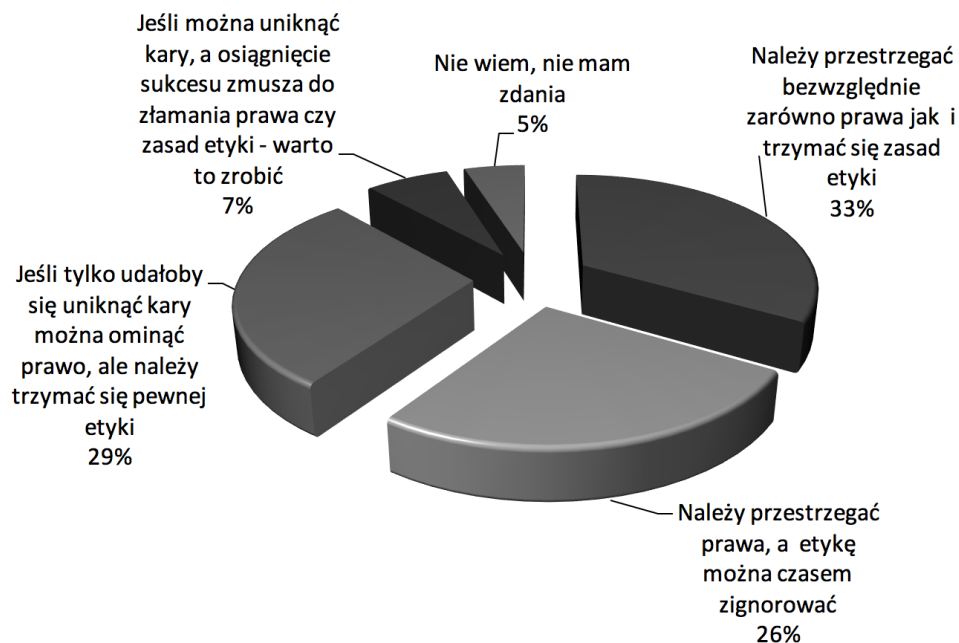


Rysunek 1: Czym są dla mnie zasady etyki? N=387. Źródło: badania własne

Pozostali przyznają że są rzeczy ważniejsze i sytuacje, w których etyka schodzi na drugi plan. Normy etyczne za ważne uznaje 62 proc. respondentów, jednak przyznają, że zdarza im się je omijać. 15 proc. uważa, że są sytuacje i sprawy na tyle ważne, że aby je zrealizować można zignorować etykę. 3 proc. studentów jednoznacznie stwierdza, że jeśli etyka stoi na przeszkodzie osiągnięciu sukcesu – ignoruje ją. Podobna liczba ankietowanych nie ma zdania w tej sprawie.

2. Łamanie prawa (np. kodeksu karnego lub drogowego) wiąże się na ogół z poniesieniem kary – np. grzywny, więzienia. Łamanie zasad etycznych nie niesie takich konsekwencji. Jaki jest Pana/i stosunek do przestrzegania prawa i zasad etyki?

Największa grupa – 1/3 zapytanych jest zdania, że bezwzględnie należy przestrzegać i prawa i za-

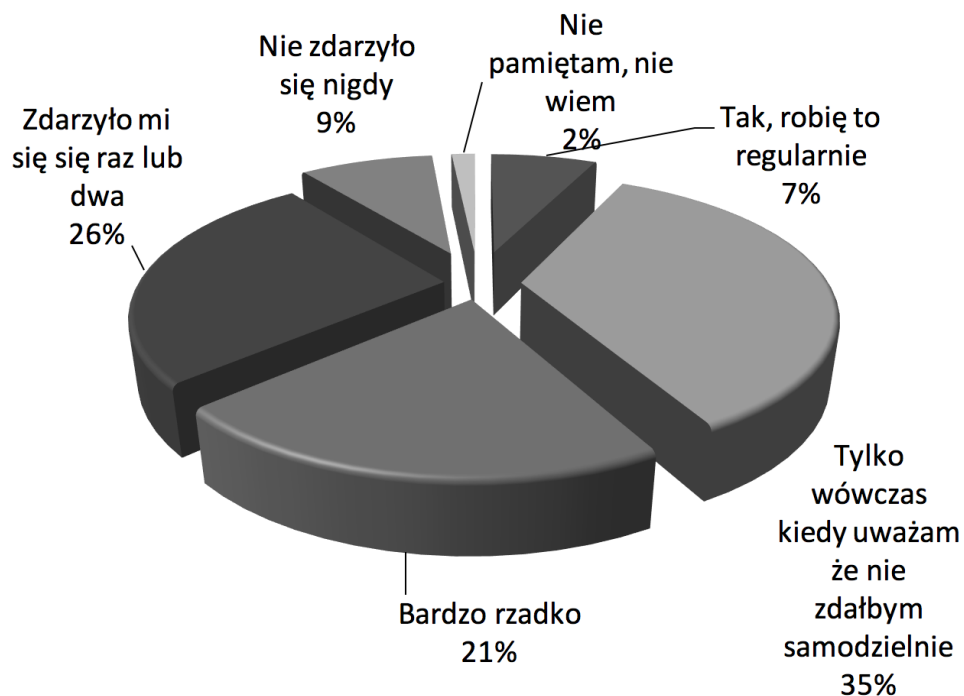


Rysunek 2: Stosunek do przestrzegania prawa i zasad etyki. N=384. Źródło: badania własne

sad etyki. Jednak tylko nieco mniejsza liczba studentów – 29 proc. jest skłonna ominąć prawo jeśli tylko udałoby się uniknąć kary, przy czym uważa że trzeba trzymać się pewnych zasad etycznych. Mniejsza grupa – 26 proc. badanych uznaje z kolei, że to prawa należy przestrzegać, a czasem można zignorować etykę. Prymat skuteczności w dążeniu do sukcesu nad przestrzeganiem norm etyki i prawa uznaje 7 proc. badanych studentów. 5 proc. respondentów nie ma zdania na ten temat.

3. Czasem aby zdać egzamin niezbędne jest odpisanie od kolegi/koleżanki lub posłużenie się „ściąga”. Czy zdarzyło się Panu/i w czasie studiów na egzaminie (zaliczeniu) korzystać z takich form?

35 proc. respondentów, w sytuacji kiedy nie czuje się na siłach zdać egzamin samodzielnie sięga

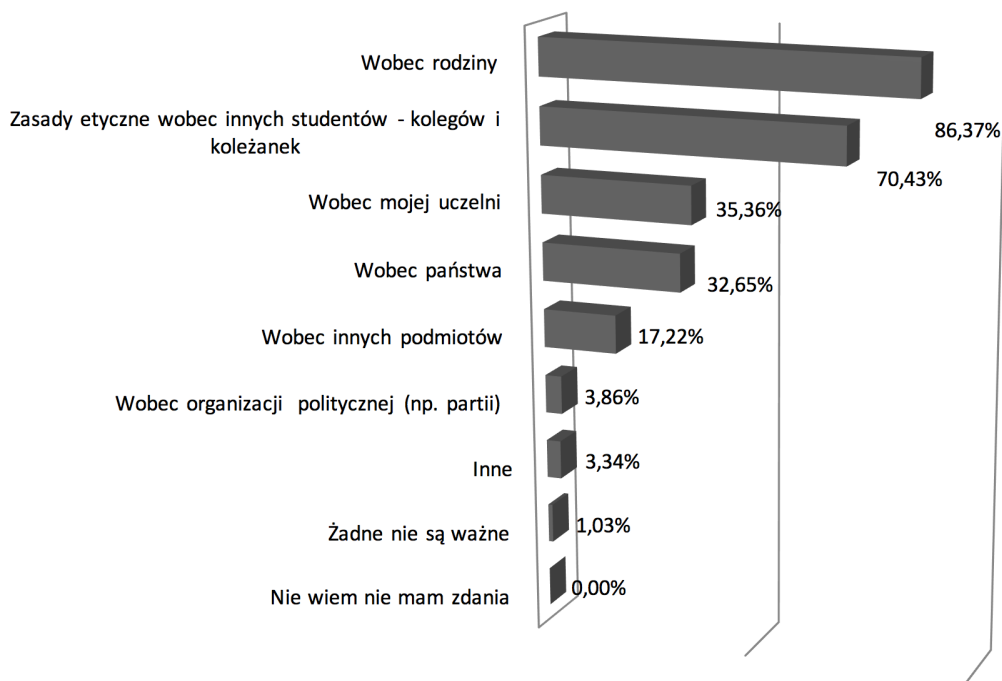


Rysunek 3: Czy zdarzyło się Panu Pani korzystać ze „ściągi” na egzaminie? N=387. Źródło: badania własne

po ściągawkę, natomiast 26 proc. zdarzyło się to raz lub dwa w czasie studiów. Bardzo rzadko ucieka się do takiej metody 21 proc. badanych. Blisko co dziesiąty nie robi tego nigdy, zaś 7 proc. regularnie korzysta ze ściągi.

4. Zasady etyki studenta odnoszą się do relacji z różnymi grupami otoczenia. Które obszary uważa Pan/i za najważniejsze jeśli chodzi o przestrzeganie norm etycznych? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Osoby wobec których studenci czują się w obowiązku w największym stopniu przestrzegać

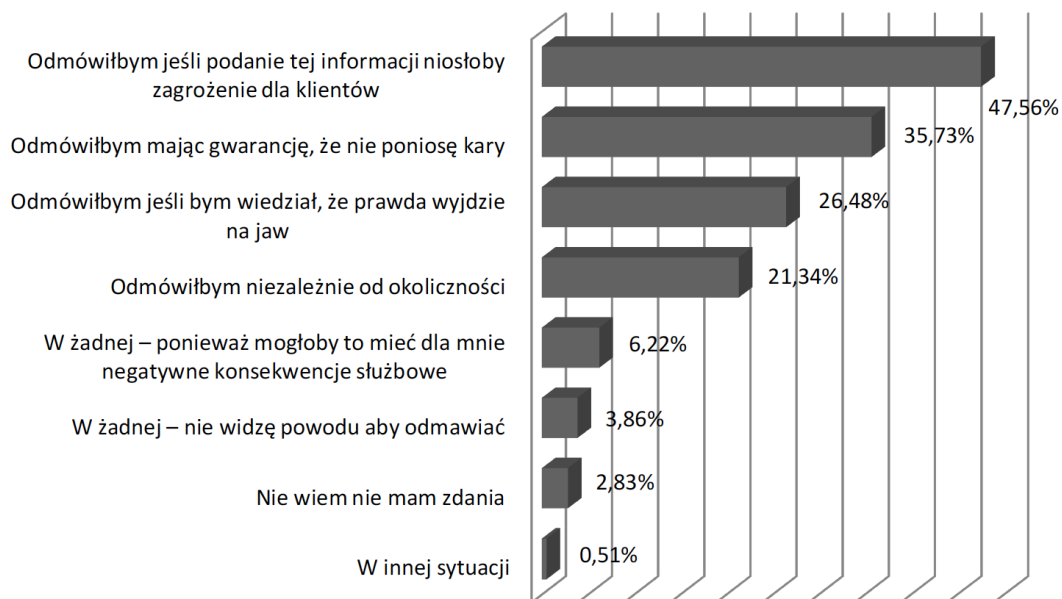


Rysunek 4: Najważniejsze obszary w których obowiązują zasady etyczne. N=389. Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Źródło: badania własne

norm etycznych to rodzina – ponad 86 proc. wskazań, a zaraz potem koledzy i koleżanki – inni studenci – ponad 70 proc. odpowiedzi. Znacznie mniej osób – 35 proc. wskazuje na swoją uczelnię jako te wobec której szczególnie ważne są etyczne postawy, a niespełna 33 proc. wskazuje na państwo. Ponad 17 proc. badanych jest skłonna uznawać za ważne, postawy etyczne wobec innych podmiotów – firmy, instytucje społeczne, społeczności internetowe, ale już tylko niespełna 4 proc. wobec partii politycznej. Nieco ponad 3 proc. wskazuje na inne osoby i instytucje – w pytaniu otwartym wymieniane są np. „przyjaciele”, „kościół”, „ludzie którym ufam z wzajemnością”. 1 proc. badanych uważa zaś, że żadne nie są ważne.

5. Gdyby był Pan/i rzecznikiem prasowym przedsiębiorstwa i kierownictwo żądałoby podania przez Pana/ią, do publicznej wiadomości, nieprawdziwej informacji. W jakiej sytuacji odmówiłby Pan tego? Można wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Za okoliczność uzasadniającą odmowę opublikowania nieprawdziwej informacji największy

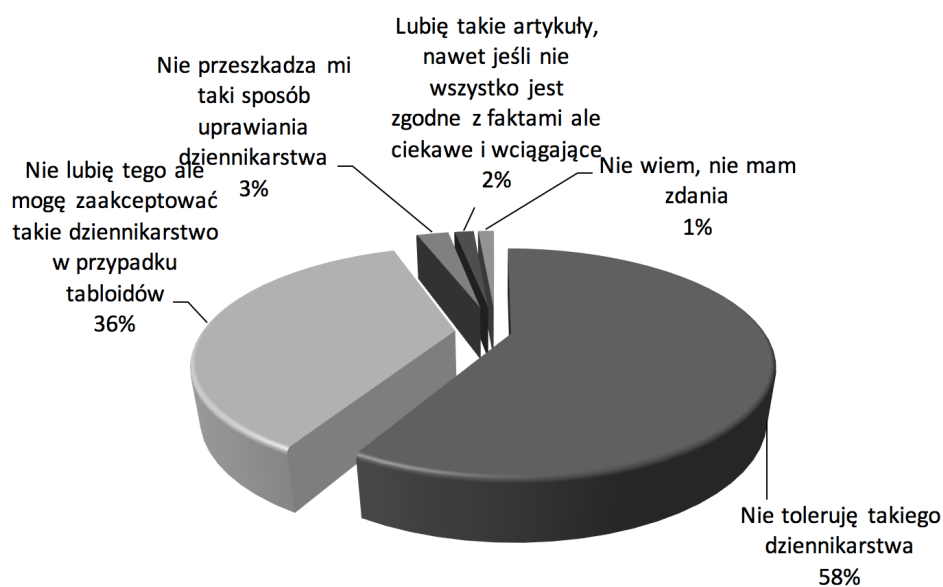


Rysunek 5: Odmowa opublikowania nieprawdziwych informacji. N=389. Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Źródło: badania własne

odsetek respondentów (47,56 proc.) uznaje zagrożenie dla klientów, ale 35,73 proc. wskazuje że zrobiłoby to mając gwarancję, że nie poniosą kary, a 26,48 proc. odmówiłoby wówczas gdyby spodziewali się że prawda wyjdzie na jaw. Tylko nieco ponad 1/5 badanych odmówiłaby niezależnie od okoliczności. Co dziesiąty z badanych studentów nie odmówiłby takiej publikacji z powodu obawy o negatywne konsekwencje służbowe (6,22 proc) albo po prostu nie widząc powodu aby odmawiać (3,86 proc). 2,83 proc respondentów nie ma w tej sprawie zdania.

6. Zdarza się że dziennikarze, zwłaszcza w tak zwanych tabloidach (prasie brukowej, bulwarówkach), a coraz częściej też w gazetach poważnych, dla dodania dramaturgii i sensacyjności, naginają fakty, nie prezentują stanowiska obu stron np. konfliktu, stosują przesadnie dramatyczne tytuły (fałszujące rzeczywistość). Jaki jest Pana/i stosunek do takich praktyk?

Przeważająca większość badanych deklaruje że nie odpowiada jej dziennikarstwo stosujące

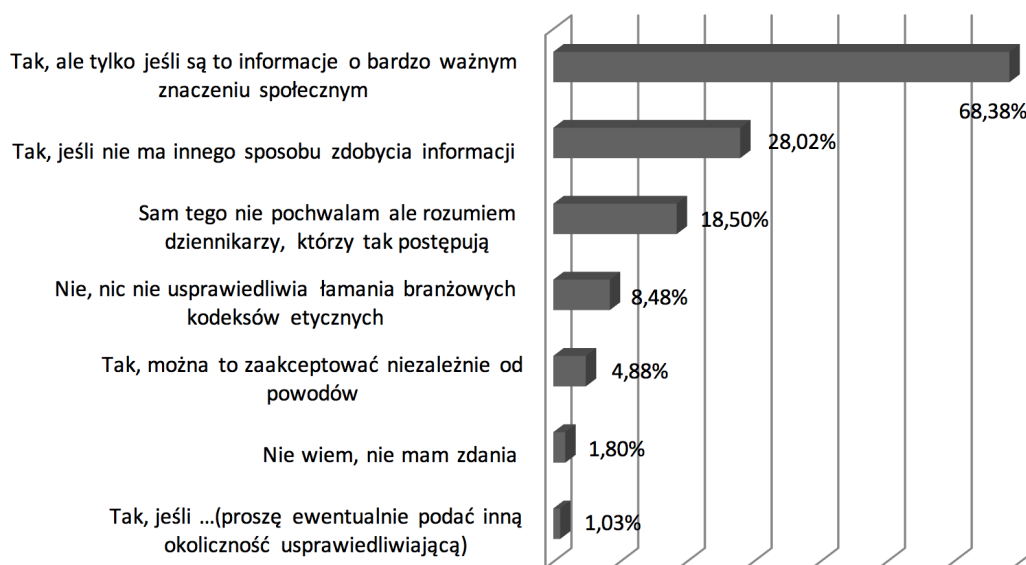


Rysunek 6: Stosunek respondentów do naginania faktów przez dziennikarzy. N=384. Źródło: badania własne

praktyki polegające na naginaniu faktów, sztucznym dramatyzowaniu, czy niezgodnym z etyką przedstawianiu nieprawdziwej rzeczywistości. Jednak ponad 1/3 badanych (36 proc.) jest gotowa zaakceptować takie praktyki w przypadku tabloidów. Co dwudziestemu z ankietowanych nie przeszkadzają takie praktyki, a nawet są skłonni uznać, że lubią takie artykuły.

7. Zdobyć atrakcyjnych informacji i tematu na artykuł, może dla dziennikarza wiązać się z koniecznością naruszenia zasad branżowej etyki zawodowej. Czy Pana/i zdaniem, dotarcie do prawdy i możliwość poinformowania opinii publicznej o interesujących (sensacyjnych) faktach, usprawiedliwia takie naruszenie?

Zdobyć informacji o bardzo ważnym znaczeniu społecznym zdaniem ponad 68 proc. respon-

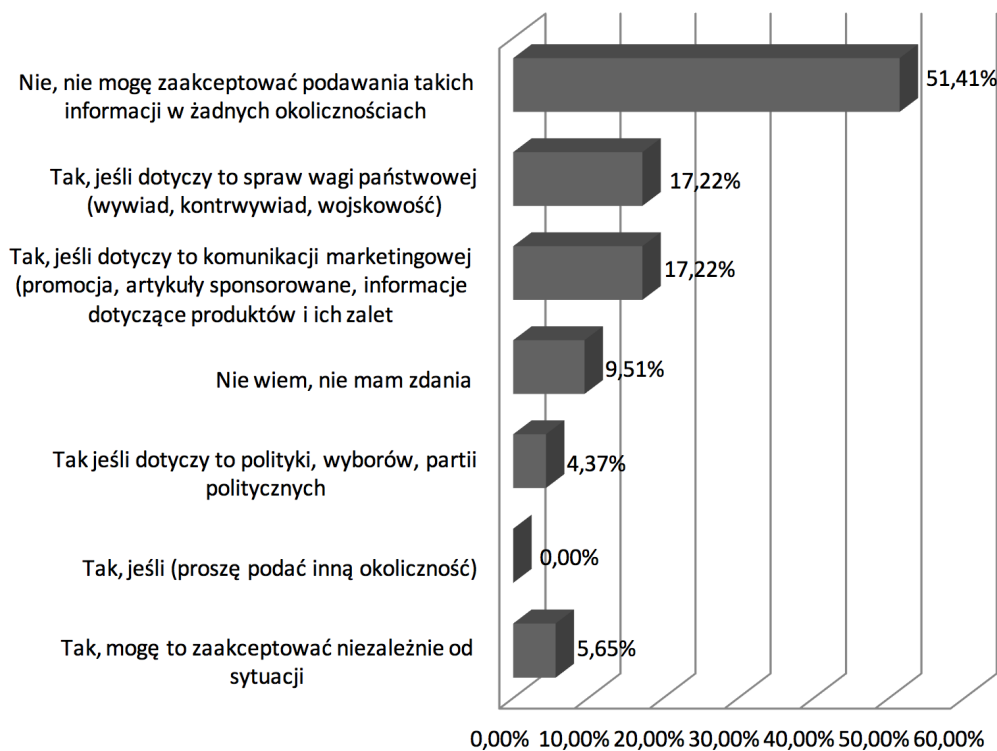


Rysunek 7: Czy coś może usprawiedliwiać naruszenie zasad etyki zawodowej? N=389. Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Źródło: badania własne

dentów usprawiedliwia zastosowanie metod naruszających zasady etyki dziennikarskiej, zaś dla 28 proc. taką okolicznością jest niemożność zdobycia informacji w inny sposób. Ponad 18 proc. badanych wprawdzie nie pochwała takich sposobów pozyskiwania informacji ale jest w stanie zrozumieć dziennikarzy, którzy tak postępują. Jedynie niespełna 8,5 proc. respondentów uważa że nic nie usprawiedliwia łamania etycznych kodeksów branżowych, a blisko 4,9 proc. Jest w stanie zaakceptować pozyskiwanie informacji z naruszeniem etyki niezależnie od powodów. Przez 1 proc. badanych podawane są też inne okoliczności usprawiedliwiające – zwalczanie przestępczości, kontrola klasy politycznej, uniknięcie zagrożenia.

8. Czy Pana/i zadaniem można zaakceptować, a jeśli tak, to w jakiej sytuacji, podawanie przez komórki public relations instytucji, firm, urzędów, do publicznej wiadomości informacji nieścisłych, nie w pełni prawdziwych lub nieprawdziwych?

Ponad połowa badanych (51,41 proc.) nie akceptuje praktyki publikowania nieścisłych lub

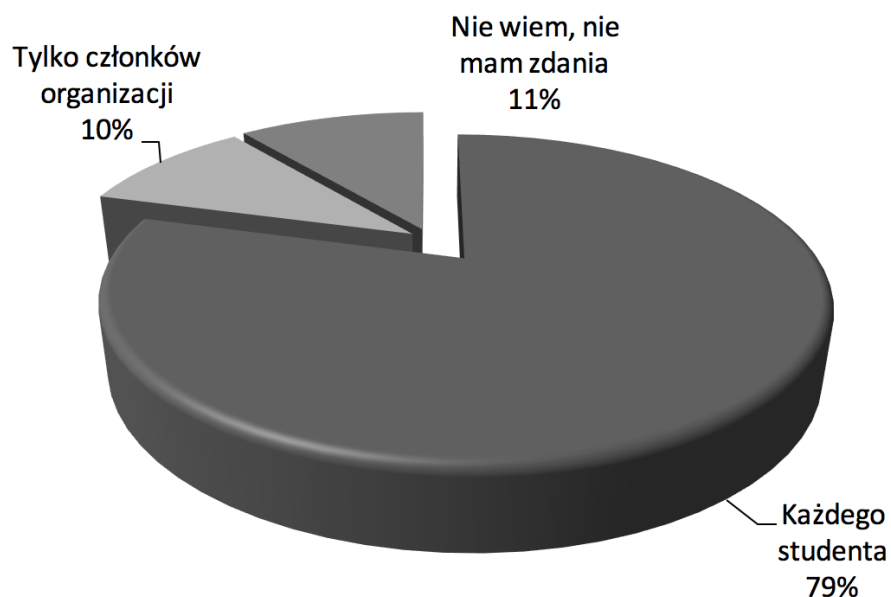


Rysunek 8: Akceptacja dla podawania nieprawdziwych informacji. N=389. Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Źródło: badania własne

nieprawdziwych informacji, zaś nieco ponad 17 proc. jest w stanie zaakceptować to ale w przypadku kiedy wiąże się to ze sprawami tajemnicy państwowej czy wojskowej. Taki sam odsetek jest skłonny usprawiedliwić podawanie nieprawdziwych informacji w komunikacji marketingowej. Ponad 9,5 proc. respondentów nie ma w tej kwestii zdania. Jeśli rzecz dotyczy kwestii politycznych (np. wyborów), 4,37 proc. ankieterów jest skłonnych zaakceptować publikowanie nieprawdziwych informacji, a 5,65 proc. uznaje to za dopuszczalne niezależnie od okoliczności.

9. Do kodeksów i zasad etyki odwołują się i oczekują ich przestrzegania różne organizacje studenckie, związki, stowarzyszenia studentów. Czy Pana/i zdaniem normy etyczne obowiązują tylko członków tych organizacji czy każdego studenta?

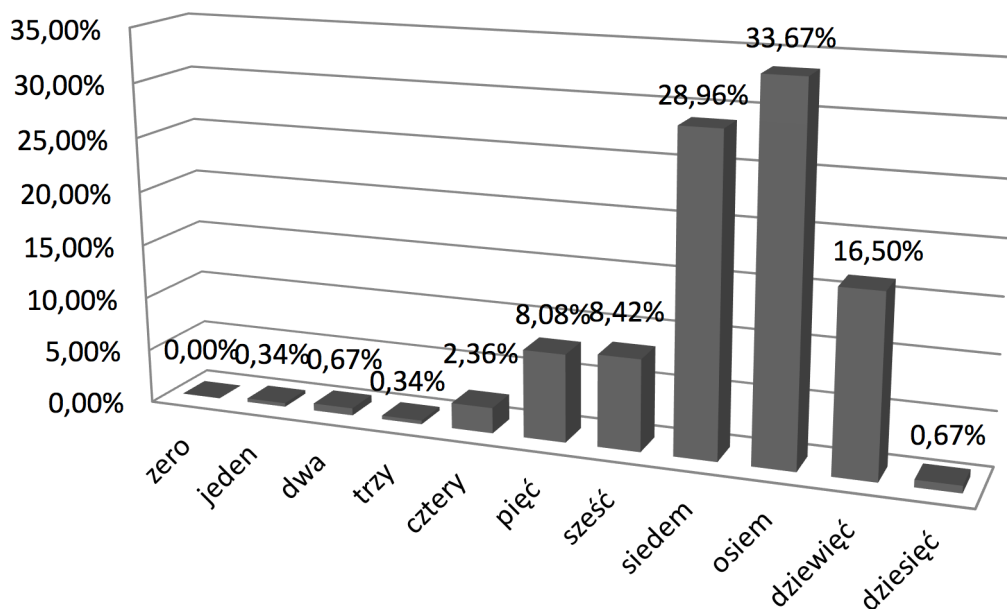
Zdecydowana większość – 79 proc. badanych uważa, że przestrzeganie zasad etyki jest obli-



Rysunek 9: Kogo obowiązują zasady etyki? N=379. Źródło: badania własne

toryjne dla wszystkich studentów nie tylko członków organizacji studenckich. Jednak 21 proc. ma w tej kwestii wątpliwości. Co dziesiąty respondent jest zdania że zasady etyki nie dotyczą każdego ale jedynie osoby zrzeszone w organizacjach. Więcej, bo 11 proc. nie ma w tej kwestii zdania.

10. Zakładając że poziom 0 określa całkowite ignorowanie zasad etyki, a poziom 10 przestrzeganie ich zawsze w 100 procentach, proszę ocenić swoją postawę etyczną jako studenta. Ponad 1/3 respondentów ocenia swoją postawę etyczną na 8, w 10-cio stopniowej skali, gdzie



Rysunek 10: Ocena własnej postawy etycznej studentów. N=297. Źródło: badania własne

10 oznacza przestrzeganie etyki w pełni. Nieco mniej – niespełna 29 proc. wskazuje poziom 7, zaś 16,5 proc podaje poziom 9. Średnia dla wszystkich badanych wyniosła 7,30.

Respondenci, którzy oceniają swoją postawę powyżej średniej, przyznają się jednocześnie do omijania norm etycznych. 41,5 proc. stwierdza, że „są to normy ważne ale zdarza mi się je omijać”, a blisko 8,5 proc. uważa że „są sytuacje, kiedy ważniejsze jest osiągnięcie pożądanego efektu, niż trzymanie się zasad etyki”.

Spośród respondentów, którzy stwierdzają, iż etyka to „normy, których bezwzględnie przestrzegam” (65 zapytanych) aż 55 osób przyznaje, że **w pewnych sytuacjach dopuszcza się nieuczciwości podczas egzaminów** (korzysta ze ściągawek). W tym 3 osoby robią to regularnie, 14 wówczas kiedy nie zdaliby bez ściągawki, a 16 - bardzo rzadko¹. Jeszcze większy odsetek, przyznaje się do naruszania zasad etyki wśród tych, którzy twierdzą, że „są to normy ważne, ale zdarza mi się je omijać”. W tej grupie (240 spośród badanych), blisko 43 proc. korzysta ze ściągawek na egzaminach regularnie, bądź wówczas, kiedy uważają, że nie zdałyby samodzielnie, zaś 25 proc. „rzadko” i 25 proc. „raz lub dwa”.

Interesujące, iż wśród osób, które w skali od 0 do 10, oceniają swoją postawę etyczną na 6,7,8,9, a więc powyżej średniej, znacząca liczba przyznaje zarazem, **iż nie zawsze podchodzi uczciwie do zdawania egzaminów i zaliczeń**. W tej grupie tylko 9,16 proc. deklaruje że nigdy nie odpisywały ani nie korzystały ze „ściągawek” na egzaminach. Pozostali robili to co najmniej raz czy dwa, a 34,30 proc, a więc ponad 1/3 nie waha się korzystać z takich form wówczas kiedy uważa że nie zda samodzielnie. **5,72 proc. robi to natomiast regularnie. Łamanie zasad etyki studenta nie jest zatem dla wielu respondentów przeszkodą do przyznawania sobie wysokiej oceny postawy moralnej.**

Podobnie, dla wysokiej samooceny nie jest przeszkodą przekonanie, że podawanie do publicznej wiadomości nieprawdziwych informacji może być usprawiedliwione. Jedynie 22,90 proc. badanych z grupy oceniających swoją postawę etyczną powyżej średniej, odmówiłoby podania nieprawdziwej informacji niezależnie od okoliczności. Pozostali wprawdzie odmówiliby ale pod różnymi warunkami – dla blisko 30 proc. odmowa wiąże się z obawą że prawda jednak wyjdzie na jaw, dla 50,50 proc. okolicznością, w której nie podaliby takiej informacji jest zagrożenie klientów, a 36,64 proc odmówiłoby podania nieprawdziwej informacji pod warunkiem że mieliby pewność że nie poniosą za to kary. **8,77 proc. spośród oceniających swoją postawę etyczną na 6 lub więcej punktów deklaruje, że na żądanie pracodawcy podaliby do publicznej wiadomości nieprawdziwe informacje niezależnie od okoliczności.**

Tendencja do przyznawania sobie relatywnie wysokiej oceny za postawę etyczną przy jednoczesnym przyzwoleniu na naruszanie zasad, które dziś są uznawane za fundamentalne i zapisane są w kodeksach etyki zawodowej, zarówno PR-owca, jak i dziennikarskich, potwierdza się też, kiedy zestawimy samoocenę respondentów z odpowiedziami na pytanie o to, czy dotarcie do prawdy i możliwość poinformowania opinii publicznej o interesujących (sensacyjnych) faktach, usprawiedliwia zdobycie informacji z naruszeniem zasad etyki zawodowej. Spośród 235 osób które przyznały sobie ocenę 7, 8 lub 9 jedynie 9,36 proc. uważa, że nic nie usprawiedliwia łamania kodeksów etyki branżowej lub nie ma na ten temat zdania. Pozostali, a więc ponad 90 proc. spośród wysoko oceniających swoją postawę etyczną, znajduje różne okoliczności uzasadniające naruszanie zasad w konkretnych sytuacjach².

¹Ponieważ łączna liczba respondentów, którzy udzieliły odpowiedzi „normy, których bezwzględnie przestrzegam” wyniosła 65, a więc poniżej 100. Nie wyliczono odsetek lecz podano liczebności dla poszczególnych odpowiedzi.

²Zob też. Z. Chmielewski, *Principia i kompromisy etyczne w zakresie komunikowania, nadchodzącego pokolenia dziennikarzy, PR-owców, urzędników – refleksje badawcze*, [w.] *Dziennikarstwo i media*, nr 5/2014, pod red. I. Borkowskiego, wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2014.

VI. PODSUMOWANIE

Wyniki badań zdają się potwierdzać hipotezę postawioną na wstępie badań, iż ankietowani studenci, przyszli dziennikarze, politycy, prawnicy, nie traktują pryncypiów etyki jako wartości bezwzględnych ale podporządkowują je wymogom skuteczności i efektywności w osiąganiu innych celów – np. zdania egzaminu, zaliczenia przedmiotu. Istnieje więc prawdopodobieństwo że w przyszłości również cel i skuteczność w jego osiągnięciu będą dominować nad wartościami etycznymi w tej grupie badanych.

Druga z hipotez - *pomimo świadomości, iż praktyki dziennikarskie czy PR-owe naganne, odbiegające od zasad etycznych przyjętych w tych zawodach, są coraz powszechniejsze, Istnieje znaczny poziom przyzwolenia na ich stosowanie*, potwierdza się częściowo. Zwłaszcza w odniesieniu do komunikacji marketingowej, a także tabloidów i dziennikarstwa tego rodzaju, mamy do czynienia z dużym zakresem przyzwolenia na naruszanie etyki. Istnieje jednak wśród badanych istotny poziom niezgody na naganne praktyki szczególnie w postaci publikowania kłamstw i stwarzania zagrożenia dla społeczeństwa. Jednak wielu badanych znajduje liczne uzasadnienia dla łamania zasad kodeksów branżowych.

Trzecia hipoteza, mówiąca że *pomimo świadomości łamania zasad etyki, istnieje tendencja do przyznawania sobie relatywnie wysokiej oceny poziomu moralności przez przyszłych dziennikarzy, polityków, prawników, a liczne okoliczności są „usprawiedliwieniem” takiej postawy*, również została zweryfikowana pozytywnie. Pomimo deklarowanej świadomości znaczenia etyki oraz przyznawaniu się do naruszania jej zasad, respondenci przyznają sobie oceny moralne na średnim poziomie 7,3 czyli wyraźnie powyżej średniej (w skali od 0 do 10). Jednocześnie badani w dużym procencie wskazali wiele „usprawiedliwień” i okoliczności kiedy ich zdaniem wolno złamać zasady etyki kodeksów branżowych związanych z komunikowaniem.

LITERATURA

Brandt R. B., *Etyka. Zagadnienia etyki normatywnej i metafizyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.

Jackson J., *Biznes i moralność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.

Kotarbiński T., *Życie zaczyna się*, Wydawnictwo Nasza Księgarnia, Warszawa 1989.

Macierzyński W.ZŁ., *Public relations w opinii Polaków. Perspektywa czasu niepewności*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, Radom 2008.

Muszyński H., *Rozwój moralny*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1987.

Ołędzki J., *Etyka w polskim public relations. Refleksje Badawcze*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2009.

Solska J., *Młodość idzie w klapkach*, "Polityka" 13.10.2009.

Źródła internetowe:

<http://adage.com>

www.egospodarka.pl

www.e-mentor.edu.pl

www.nowymarketing.pl

www.procontent.pl

www.polskipr.pl

www.repr.pl

www.polskatimes.pl

www.radaetykipr.pl

www.press.pl