

**SPRAWOZDANIE Z MIĘDZYNARODOWEJ
KONFERENCJI NAUKOWEJ: *MEDIA-BIZNES-KULTURA*,
INSTYTUT FILOZOFII, SOCJOLOGII I DZIENNIKARSTWA
UNIwersYTETU GDAŃSKIEGO
12–13 października 2017 r.**

Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego był organizatorem Międzynarodowej Konferencji Naukowej *Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2017*, która odbyła się w dniach 12–13 października 2017 r. w Europejskim Centrum Solidarności w Gdańsku oraz w gmachu Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego. Obszar tematyczny spotkania, odnoszący się do zagadnień komunikacji medialnej w perspektywie relacji mediów, biznesu i kultury, zgromadził liczne grono praszczawców, socjologów, psychologów, językoznawców, historyków i ekspertów z zakresu komunikacji społecznej. Ogółem w październikowej konferencji wzięło udział blisko 100 prelegentów. Do współorganizatorów spotkania naukowego należeli: Europejskie Centrum Solidarności oraz Zespół Etyki Słowa przy Radzie Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk. Słowo powitania skierowała do przybyłych na konferencję gości Alina Kietrys, redaktor Studia Radiowego Radio MORS. Otwarcia zaś sesji dokonali w imieniu rektora Uniwersytetu Gdańskiego: dziekan Wydziału Nauk Społecznych prof. UG dr hab. Tadeusz Dmochowski, prodziekan ds. nauki prof. UG dr hab. Małgorzata Lipowska oraz zastępca dyrektora Wydziału Myśli Społecznej Europejskiego Centrum Solidarności dr Jacek Kołtan. Patronat honorowy nad konferencją objęli rektor Uniwersytetu Gdańskiego prof. UG dr hab. Jerzy Gwizdała, Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, marszałek Województwa Pomorskiego Mieczysław Struzik, prezydent Miasta Gdańsk Paweł Adamowicz oraz portal internetowy Gdynia – moje miasto.

Pierwszy referat panelu głównego, zatytułowany *Etyczność komunikacji a jakość kultury*, zaprezentowała prof. dr hab. Jadwiga Puzynina. Polska językoznawczyni i badaczka literatury zwróciła uwagę na znaczenie humanizmu we współczesnej kulturze. W tym kontekście prof. Puzynina dość szeroko omówiła zjawisko kultury konsumeryzmu i oddalania się człowieka od norm moralności, które, jej zdaniem, stanowią istotny kontekst współczesnego życia. Promowane przez media zachowania społeczne, uznające za podstawowy wyznacznik życia wielkość zgromadzonych środków materialnych, powinny skłonić do pytania o sposób obrony duchowości współczesnego człowieka i o rozumienie godności człowieczeństwa jako takiego. Prelegentka odwołała się do zapisów Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka z 10 grudnia 1948 r. oraz do Karty podstawowej Unii Europejskiej z 7 grudnia 2000 r. Profesor Puzynina zwróciła uwagę na książkę prof. Andrzeja Bliklego *Doktryna jakości*, która w jej ocenie, prezentuje strategię dobrze prosperującego przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem fundamentalnego zagadnienia etyki biznesu. Polska uczona podkreśliła w kontekście monografii prof. Bliklego doniosłość następujących zagadnień: podstawowych paradygmatów zarządzania kompleksową jakością TQM, komunikacji interpersonalnej, zarządzania procesowego. Prelegentka przybliżyła również uczestnikom konferencji prace Ogólnopolskiego Kongresu Obywatelskiego oraz jej inicjatora i organizatora dr Jana Szomburga, prezesa Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową.

Profesor dr hab. Iwona Hofman w swojej prezentacji *Etyczny wymiar dziennikarstwa poważnego* podjęła naukową refleksję nad niektórymi zagadnieniami deontologii dziennikarskiej. Prezes Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej zwróciła uwagę na doniosłość jednej z wypowiedzi długoletniego redaktora „Tygodnika Powszechnego”, ks. Adama Bonieckiego, odnoszącej się do moralnej odpowiedzialności za słowo¹. Dziekan Wydziału Politologii UMCS w Lublinie wskazała z jednej strony zjawisko dysfunkcjonalności lekceważonych przez dziennikarzy kodeksów etyki, a z drugiej osobiste przekonanie, że etyka nie może podlegać zapisom prawnym. W opinii Pani Dziekan, deontologia dziennikarska sytuuje się gdzieś między prawem a przyzwyczajeniami. Przypomniała postać Jerzego Giedroycia, który był wydawcą w latach 1947–2000 paryskiego miesięcznika „Kultura”. Zdaniem prezeski PTKS, Giedroyc, polski publicysta i działacz emigracyjny, reprezentuje dziennikarstwo poważne. Charakteryzuje się ono wysokimi standardami pracy dziennikarza opartymi na poszanowaniu prawa mediów i kodeksów etyki dziennikarskiej. Ten rodzaj dziennikarstwa odnosi się do zagadnień istotnych dla odbiorcy w perspektywie globalnej lub lokalnej, jest wiarygodny siłą autorytetu autora, który w stosowny sposób traktuje swojego interlokutora. Pani Profesor zauważyła, że wysokie etyczne standardy dziennikarskie, nawet jeżeli nie przyczyniają się do poprawy sytuacji w zachowywaniu norm deontologicznych przez środowiska dziennikarskie, to przynajmniej mogą przeciwdziałać „równaniu w dół” – upadkowi profesji dziennikarskiej w jej etycznej perspektywie. Prelegentka nie pominęła w referacie oceny aktualnej kondycji etycznej dziennikarza i mediów, dokonanej przez autorytetów świata dziennikarskiego, takich jak: Jan Pleszczyński, Ewa Milewicz, Magdalena Środa, Adam Szostkiewicz, Jacek Żakowski, Jacek Karnowski, Paolo Mancini. Polskim mediom i dziennikarstwu potrzebne są wysokie standardy etyczne, nawet jeśli bylejakosć stanowi nieustające ich zagrożenie. Profesor Hofman przypomniała również uczestnikom konferencji podstawowe zasady deontologii dziennikarskiej i zwróciła uwagę na doniosłość wiarygodnego dziennikarstwa.

Referat prof. dr hab. Teresy Sasińskiej-Klas zatytułowany *Manipulacja medialna w erze postpolityki. Doświadczenia polskie*, odniósł się do zagadnień postpolityki i manipulacji medialnej. Pracownik naukowy Uniwersytetu Jagiellońskiego zauważyła, że zagadnienie postprawdy należy łączyć z zagadnieniem propagandy, zważywszy, że termin „postprawda” odwołuje się zasadniczo do emocji i osobistych przekonań, a nie do faktów. Zdaniem Pani Profesor współczesna polityka – postpolityka, objawia grę pozorów, w której kluczową rolę odgrywają specjaliści z zakresu *public relations* oraz marketingu politycznego. Jest ona powiązana z postprawdą, będącą chorobą demokracji. Postpolityka jest zerwaniem z dotychczasowymi zasadami i standardami etycznymi. Słowa nabierają innego znaczenia od sensu pierwotnego. W epoce postprawdy traci na znaczeniu prawda, a ważniejsze stają się niedopowiedzenia i dezinformacja, co prowadzi do stosowania różnych działań manipulacyjnych, w których ważną rolę odgrywają media. Prelegentka wyjaśniła obszernie w tym kontekście m.in. procesy selekcji informacji, kreację faktów postpolitycznych, niesprawdzone przecieki, spiralę milczenia, ingrację, procesy manipulacji w mediach społecznościowych oraz zjawisko paralelizmu politycznego. W opinii prof. Sasińskiej-Klas, zadaniem medioznawców jest zdekodować procesy postpolityki i postprawdy, a następnie zakomunikować to społeczeństwu. Ukazała na wybranych przykładach zastosowanie ww. technik w dyskursie medialnym, m.in. na temat przyjmowania przez Polskę uchodźców.

Referat ks. prof. UPJPII dr hab. Michała Drożdża *Medialny świat postprawdy w świetle etyczności* miał zasadniczo charakter postulatyczny. Książka Profesor zauważył, że etyka nie jest egzekutywą

¹ W debacie *Między wolnością a odpowiedzialnością za słowo* w Sali koncertowej Polskiej Filharmonii Bałtyckiej na Ołowiance 14 listopada 2004 r. ks. redaktor Adam Boniecki powiedział m.in.: „Bardziej subtelną sferą odpowiedzialności za słowo jest odpowiedzialność moralna. Odpowiedzialność moralna, którą próbują ujmować kodeksy etyki zawodowej dziennikarzy, dwa mamy takie kodeksy w Polsce, odpowiedzialność mniej uchwytne. Odpowiedzialność za słowo niewypowiedziane, bo zabrakło męstwa, bo napisanie tego oznaczałoby ryzyko, bo nie byłoby poprawne politycznie. Odpowiedzialność za słowo wypowiedziane niefortunnie, bez roztropności. Odpowiedzialność za słowo puszczone bezkarnie wtedy, kiedy należało reagować. Odpowiedzialność za słowo padające z ust, wychodzące spod pióra kogoś, kto ma autorytet, relatywizujące wartości, siejące zamęt. Cnota mądrości czasem nakazuje milczeć, zamiast wygłaszać twierdzenia, pytać”. <http://www.arcopag.pl/art.php?rok=2004&nr=06> [dostęp: 14.10.2017]

zewnątrzną i nie należy jej pojmować w kategoriach jurydycznych. Na etykę mediów należy spoglądać jako na swoiste narzędzie przyczyniające się do tego, aby prawda była wartością mediów i dziennikarskich powinności. Prelegent uczynił zagadnienie prawdy zagadnieniem centralnym swojego wystąpienia. Pracownik naukowy Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie zaprosił uczestników sesji do spojrzenia na prawdę jako na wartość poznawczą. Zwrócił również uwagę na to, że definicja postprawdy nie odwołuje się do wartości. Media z kolei wyrażają świat wartości i antywartości, a etyka dziennikarska pomaga urzeczywistniać świat wartości. Tym samym istnieje podstawowa różnica między ww. kategoriami. Ksiądz prof. Drożdż w kontekście problemu wiarygodności informacji podkreślił dyferencję między obiektywnością informacji i subiektywnością opinii, która czasami może przeradzać się w stronniczość. Dyrektor Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UPJPII w Krakowie zauważył, że istnieje dziś problem przełożenia na praktykę standardów dziennikarskich zapisanych w kodeksach i regulacjach. Prelegent przypomniał również uczestnikom konferencji treść dwóch ważnych dokumentów odnoszących się do zagadnienia etyczności mediów: Rezolucji 1003. Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1993 r. oraz dokumentu wydanego przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu *Etyka w środkach społecznego przekazu* z 2000 r. Był to jednocześnie przyczynek do wyrażenia przez Księdza Profesora refleksji nad problemem etycznej odpowiedzialności mediów wobec społeczeństwa, oderwania kompetencji komunikacyjnych od etyki słowa, prawa do prawdy jako podstawowego prawa człowieka, a także problemu kompetencji odbiorców dotyczącej odróżniania prawdy od nieprawdy.

Profesor dr hab. Włodzimierz Gogołek zaprezentował następujący temat: *Potencjał informacyjny rafinacji Big Data. Biznes i media*. Pracownik naukowy Uniwersytetu Warszawskiego zapoznał uczestników konferencji: ze sposobem analizy dużych baz danych, sposobem używania Big Data, procesem rafinacji informacji sieciowych, technologią OCR – służącą do optycznego rozpoznawania znaków oraz technologią ACR – pozwalającą rozpoznawać teksty w postaci audio.

W referacie prof. dr hab. Jacka Sobczaka (Uniwersytet SWPS w Warszawie) i dr Ksenii Karkareko (Uniwersytet Warszawski) *Prawo autorskie a dozwolony użytek. Zasady etyki w działalności gospodarczej* obecne były m.in. następujące zagadnienia medioznawcze: próba użytkowania własności bez naruszania prawa autorskiego, fenomen współczesnych stron internetowych nie objętych prawem autorskim, kwestie nielegalnego źródła a prawa autorskie, usługi hostingowe, problem interpretacji obrony praw wydawcy.

Po zakończeniu obrad plenarnych uczestnicy konferencji mieli możliwość uczestniczyć w dwóch panelach dyskusyjnych z udziałem ekspertów, praktyków i dziennikarzy. Pierwszy z nich zatytułowany był *Etyka i standardy odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. Międzynarodowe wytyczne, krajowe praktyki*. Wzięli w nim udział Ewa Bałdyga (Martis Consulting), Jacqueline Kacprzak (Ministerstwo Rozwoju), Robert Krool (Fundacja LifeSkills), dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdżarz (Uniwersytet Jagielloński), Ewa Sowińska (Krajowa Rada Biegłych Rewidentów), dr Robert Sroka (Ernst&Young), dr Tomasz Szymczak (Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości). W drugim z kolei panelu *Spokojnie, to tylko... media. Kryzys komunikacyjny w organizacjach* głos zabrali: Mikołaj Chrzan („Gazeta Wyborcza” Trójmiasto), prof. UKSW dr hab. Monika Przybysz (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego), Magdalena Skorupka-Kaczmarek (Urząd Miasta Gdańsk), Maciej Goniszewski (Radio Uniwersytetu Gdańskiego MORs), Martyna Węgrzyn (Danone), Waldemar Zbytek (Centrum Prawa Bankowego i Informacji, Warszawski Instytut Bankowości).

Zakończenie pierwszego dnia konferencji oraz drugi dzień konferencji stanowiły obrady w sekcjach. Prelegenci obradowali w następujących grupach: „Media a rynek”, „Media a polityka”, „Obcy w polskich mediach. Między etyką a wykluczeniem”, „Etyka słowa w życiu publicznym”, „Media w kulturze i życiu społecznym”. Oto przykłady niektórych z tematów prezentacji: dr Olga Białek-Szwed (Katolicki Uniwersytet Lubelski) – *Kobiety w polskiej polityce a sposób ich postrzegania przez media*, dr Marta Cichy (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) – *Informacyjne polityczne w serwisach informacyjnych w Polskim Radiu 24 i w radiu TOK FM*, dr Katarzyna Maciejewska-Mieszkowska (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) – *Między misyjnością a oglądalnością*, dr hab. Anita Frankowiak (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) – *Strategiczna funkcja mediów w kształtowaniu opinii społecznej na przykładzie polskich tygodników opinii*, dr Karolina Brylska (Uniwersytet Warszawski) – *Reforma OFE w ocenie*

ekspertów, polityków i urzędników – ekspozycja stanowisk pro et contra w polskim dyskursie prasowym, dr Kamila Kamińska-Chełminiak (Uniwersytet Warszawski) – *Stefana Kisielewskiego rozbrat z „Tygodnikiem Powszechnym”*, dr Katarzyna Drąg (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie) – *Dyskusja o profesjonalizmie dziennikarskim. Reminiscencje z końca XIX stulecia*, dr Tadeusz Sznajderski (Uniwersytet Gdański) – *Jean Buadrillarda charakterystyka społeczeństwa i kultury*, dr Dominik Chomik (Uniwersytet Gdański) – *Odbiorca a antyklerykalizm medialny. Przypadek portalu Fakt24.pl*, dr Anna Lusińska (Uniwersytet Gdański) – *Rola mediów w procesie kształtowania postaw widowni wobec obrazów przemocy na przykładzie wybranych seriali emitowanych na kanale HBO*, dr Karolina Aszyk (Uniwersytet Gdański) – *Niezmiennosc struktur utworów Harry’ego Collahana – schematyzm czy kreatywnosc*, dr hab. Tomasz Gackowski (Uniwersytet Warszawski) – *Czy widzieć znaczy rozumieć? Memy krymskie w oczach dwóch pokoleń*, dr hab. Agata Brajerska-Mazur (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej) – *Lojalność w pracy tłumacza*, dr Magdalena Wojcik-Jurkiewicz (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) – *Imperatyw społecznej odpowiedzialności w mediach*.

Konferencję zamknęło podsumowanie dokonane przez prof. UG dr hab. Annę Ryłko-Kurpiewską oraz prof. dr hab. Iwonę Hofman, w którym podkreślono wysoką wartość merytoryczną referatów i dyskusji, klimat wzajemnej życzliwości oraz dalsze perspektywy współpracy polskich ośrodków medialno-zawodowych. Następną konferencją z cyklu *Media – Biznes – Kultura* została zaplanowana na 2019 r.

ks. Rafał Leśniczak

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

SPRAWOZDANIE Z KONFERENCJI NAUKOWEJ ORGANIZOWANEJ Z OKAZJI 25-LECIA ISTNIENIA STUDIÓW DZIENNIKARSKICH NA WYDZIALE TEOLOGICZNYM UKSW 25 października 2017 r.

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie (IEMiD) był organizatorem specjalnej konferencji naukowej z okazji 25-lecia studiów dziennikarskich na Wydziale Teologicznym, która odbyła się 25 października 2017 r. w auli Jana Pawła II kampusu UKSW przy ul. Dewajtis 5. Główne tematy konferencji obejmowały teologię środków społecznego przekazu w naukach o mediach oraz tożsamość studiów medialno-zawodowych na Wydziale Teologicznym UKSW w Warszawie.

Konferencję poprzedziła, 24 października 2017 r. na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego, uroczystość wręczenia doktoratu *honoris causa* w zakresie teologii środków społecznego przekazu o. Federico Lombardiemu, długoletniemu dyrektorowi Biura Prasowego Stolicy Apostolskiej, za wiarygodne zaangażowanie w komunikacji społecznej trzech papieży i Kościoła. Następca legendarnego rzecznika papieża Jana Pawła II, Joaquína Navarro-Vallsa, kierował Watykańskim Radiem i Ośrodkiem Telewizyjnym. Ojciec Lombardi pełni aktualnie obowiązki prezesa zarządu Fundacji Watykańskiej Joseph Ratzinger – Benedykt XVI, która wspiera badania nad myślą tego wybitnego niemieckiego teologa. Oprócz warszawskiej uczelni włoski jezuita otrzymał już trzy akademickie tytuły honorowe: Uniwersytetów w Toronto, w Salamance i Papieskiego Uniwersytetu Salezjańskiego w Rzymie. Laudację z okazji nadania mu honorowego wyróżnienia jezuita wygłosił prof. dr hab. Jerzy Olędzki. Dyrektor Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa wskazał przykłady medialnego posługiwania Kościołowi przez o. Federica Lombardiego, jego osobistą wiedzę, kompetencje i osiągnięcia w zakresie zarządzania komunikacją centralnych instytucji Kościoła i trzech papieży, które uzasadniają przyznane wyróżnienie. Ponadto prof. Olędzki zauważył, że o. Lombardi wykazuje