

Katarzyna Plewka

Konferencja "Współczesne media – kryzys w mediach", Lublin, 12-13 kwiecień 2011 r. : [sprawozdanie]

Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio K, Politologia 18/1, 147-149

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

parlamentarnej, samorządowej oraz prezydenckiej, zaś mgr Sylwia Nocoń w wystąpieniu „Wizerunek polityczny w mediach – media a kampanie wyborcze” analizowała wpływ mediów na kształtowanie wizerunku polityka.

W ostatniej części konferencji, jako pierwsza głos zabrała mgr Katarzyna Bochenek-Cichoń, która w referacie „Wizerunek zabójczyni” dokonała analizy motywów i okoliczności popełniania zabójstw przez kobiety oraz spróbowała odpowiedzieć na pytanie, czy kobiety i mężczyźni są tak samo oceniani za analogiczne czyny przestępcze. W następnej kolejności głos zabrała dr Katarzyna Bernat, która zaprezentowała wystąpienie zatytułowane „Rola public relations w komunikowaniu się Kościoła katolickiego”. Mówiła w nim m.in. o przykładach działań Kościoła, który dostosowuje swoje metody komunikowania i słownictwo do zapotrzebowania współczesnego społeczeństwa. Uzupełnieniem konferencji były referaty przygotowane przez studentów skupionych w Studenckim Kole Naukowym Societas. Konferencję zakończyła dyskusja, podczas której najwięcej emocji wśród uczestników wzbudziło stosowanie technik public relations przez Kościół katolicki.

Dodać należy, że organizatorzy przewidują wydanie materiałów zawierających wystąpienia prelegentów.

Katarzyna Plewka, konferencja *Współczesne media – kryzys w mediach*, Lublin, 12-13 kwietnia 2011 r.

W dniach 12-13 kwietnia 2011 roku odbyła się na Wydziale Politologii UMCS konferencja naukowa *Współczesne media – kryzys w mediach* zorganizowana przez Zakład Dziennikarstwa pod kierunkiem prof. dr hab. Iwony Hofman. Lubelskie spotkanie medioznawców pod hasłem *Współczesne media* odbyło się już po raz trzeci. Tym razem podjęto temat szeroko pojętego kryzysu: jego związków z mediami i jego medialnych reprezentacji.

Konferencję oficjalnie otworzyli Jego Magnificencja Rektor UMCS prof. dr hab. Andrzej Dąbrowski oraz Dziekan Wydziału Politologii prof. dr hab. Grzegorz Janusz. Po części powitalnej rozpoczęły się, pod przewodnictwem prof. dr hab. Ewy Maj, obrady plenarne. Jako pierwszy głos zabrał prof. dr hab. Stanisław Michalczyk, który w wystąpieniu pod tytułem *Krytyczne teorie mediów publicznych: upadek, czy rozwój* dzielił się ze słuchaczami refleksją nad kondycją mediów publicznych. Również wystąpienie prof. dr hab. Stanisława Jędrzejewskiego (*Jak z tego wyjść? Public Service Media – w kierunku nowej formuły mediów publicznych*) odnosiło się do mediów publicznych i było próbą nakreślenia pozytywnego scenariusza ich dalszego rozwoju. Obrady plenarne zakończyły się dyskusją.

W kolejnych częściach konferencji uczestnicy prezentowali wyniki swoich badań w dyskusjach panelowych. Pierwszego dnia odbyły się dwa panele: pierwszy poświęcony *Kryzysowi wartości i kryzysowi prawa w mediach* (przewodniczył prof. dr hab. Stanisława Michalczyk), drugi zatytułowany został *Kryzys czy zmiana formy* (przewodniczył prof. dr hab. Stanisław Jędrzejewski) i dotyczył zagadnień związanych z formą komunikatu medialnego w kontekście analizy języka i gatunku wypowiedzi.

Podczas obrad w panelu *Kryzys wartości i kryzys prawa w mediach* badacze zwracali szczególną uwagę na aksjologiczne aspekty reklamy. Dr Dorota Filar w prezentacji *Aksjologia*

reklamy mówiła o sferze wartości, jakie reprezentuje reklama, a jakie powinna reprezentować. Monika Wasilonek w wystąpieniu *Prowokacja jako narzędzie reklamy* zdefiniowała oraz zaprezentowała na przykładach prowokację jako narzędzie oddziaływania na konsumenta. Na szczególną uwagę zasługują rozważania na temat etyki w zawodzie dziennikarza. Dr Maria Łoszewska-Ołowska w referacie *Prawno-etyczne wymogi stawiane w zawodzie dziennikarza, a rzeczywistość polskiej prasy (analiza wybranych przypadków)* pokazała realizację standardów etycznych w polskiej prasie. Natomiast dr Olga Białek-Szwed w wystąpieniu *Granice prywatności we współczesnych mediach* mówiła o etycznych aspektach voyeuryzmu medialnego. Warto zwrócić uwagę na referaty prof. dr hab. Ewy Maj, która analizowała aksjologię w prasie neoneoeddeckiej (*Kryzys wartości narodowych: na podstawie neoeddeckiej publicystyki prasowej*). Równie interesujące były analizy dr Katarzyny Grucholi (*Kulturotwórcza rola mediów publicznych: upadek czy rozwój?*), pokazujące znaczenie sfery mediów dla popularyzacji kultury oraz mgr Katarzyny Kolman na temat sposobu pokazywania religijności w telewizji (*Sacrum twarzy telewizyjnej*).

Podczas popołudniowych obrad dr Wojciech Lis analizował prawne aspekty działalności językowej w mediach, w szczególności sposoby ochrony języka w kontekście przemian, którym jest on poddawany (*Ochrona prawna języka polskiego w działalności prasowej*). Z kolei dr Piotr Wiśniewski nakreślił obraz kryzysu w KRRiT oraz jego wpływ na współczesną rzeczywistość medialną w Polsce (*Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – sposób powoływania składu oraz oceny działalności jako jedna z przyczyn i przejawów kryzysu mediów*).

Z kolei w panelu poświęconym kryzysowi formy mówiono m.in. o: obniżeniu standardów języka w mediach (prof. dr hab. Mariusz Rutkowski, *Wulgaryzacja języka przekazu medialnego*), poziomie polskiego dziennikarstwa w oczach samych dziennikarzy (prof. dr hab. Iwona Hofman, *Dziennikarstwo poważne a deprofesjonalizacja zawodu dziennikarza*), tabloidyzacji (mgr Anna Szwed, *Tabloidyzacja tygodników opinii na przykładzie Wprost i Polityki*). Szczególną uwagę warto zwrócić na prezentacje: dr Magdaleny Trysińskiej, która na materiale filmowym pokazała, jak rutyna i brak inwencji mogą skutkować kryzysem formy w filmach animowanych dla dzieci (*Jak przeciwdziałać kryzysowi formy – o języku kreskówek dla dzieci*) oraz dr Anny Granat (*Kryzys delimitacji wypowiedzi medialnej*), pokazującej jak trudno we współczesnych tekstach medialnych dostrzec początek i koniec. Interesującą prezentację przedstawiła dr Joanna Szyłko-Kwas, która na przykładzie telewizji śniadaniowej pokazała, jak pojemnym gatunkiem jest telewizyjny magazyn i jak różnorodnie (zarówno pod względem treści, jak i formy) materiały może zawierać (*Telewizja śniadaniowa w Polsce, czyli ile można zmieścić w jednym programie telewizyjnym*). Mgr Katarzyna Plewka, z kolei, mówiła o początkach talk-show w Polsce (*Geneza i początki funkcjonowania gatunku talk-show w Polsce*).

W popołudniowej sesji panelu *Kryzys czy zmiana formy?* mgr Aleksandra Pawlik mówiła o funkcjonowaniu Teatru Polskiego Radia w wystąpieniu *Czy rzeczywiście kryzys? O Teatrze Polskiego Radia*. Natomiast temat przejawów kryzysu w mediach zagranicznych podjęli: mgr Justyna Kmieć: *Kryzys prasy brytyjskiej?* i mgr Stanisław Dunin-Wilczyński: *Problemy amerykańskich programów informacyjnych w obiektywie programu satyrycznego The Daily Show*.

Pierwszy dzień konferencji uświetnił wykład Leszka Mądziaka zatytułowany *Bezsłowny przekaz – szanse i zagrożenia*, poświęcony formie przekazu teatralnego, wykorzystywanej przy przygotowaniu przedstawień na Scenie Plastikowej KUL – teatrze stworzonym przez autora wykładu.

Podczas drugiego dnia konferencji odbyły się trzy panele: pierwszy zatytułowany był *Sytuacje kryzysowe w mediach* (przewodniczył prof. dr hab. Włodzimierz Mich) i dotyczył sposobu mówienia w mediach o sprawach trudnych (katastrofach: mgr Wojciech Maguś – *Media wobec katastrofy smoleńskiej, śmierci*; red. mgr Maria Kołtunowska – *Telewizyjny serwis informacyjny w sytuacji śmierci ważnej postaci i żałoby po niej, na przykładzie śmierci Jana Pawła II. Analiza serwisów informacyjnych TVP1 Wiadomości*, dr Wioletta Kochmańska – *Wyrazić niewyraźne – o śmierci bliskich w języku*, kryzysie ekonomicznym (dr Marek Czyrka – *Kryzys w Grecji na łamach prasy polskiej*, dr Jakub Nowak – *Kryzys, protest i social media. Nowe media narzędziem organizacji protestów społecznych*).

Drugi tego dnia panel poświęcony został *Starym i nowym mediom lokalnym* (przewodniczyła dr Maria Łoszevska-Ołowska). Dr Weronika Świerczyńska-Głownia mówiła o nowym sposobie rozumienia mediów lokalnych w referacie *Redefinicja mediów lokalnych i regionalnych – w kierunku masowej indywidualizacji*, mgr Krzysztof Flasiński analizował trudności, z jakimi muszą borykać się media lokalne w czasie kryzysu ekonomicznego (*Konsekwencje kryzysu ekonomicznego w prasie lokalnej i regionalnej na przykładzie mediów szczecińskich*), natomiast dr Ilona Biernacka-Ligieza prezentowała szanse i zagrożenia, jakie niosą za sobą nowe technologie w codziennej pracy najmniejszej jednostki samorządowej w Polsce i Norwegii (*Gmina wirtualna czy realna? – Internet jako współczesna przestrzeń publiczna w Polsce i Norwegii*).

Natomiast ostatni poświęcono *Kryzysowi wizerunku medialnego i wizerunkowi po kryzysie* – tu referenci dyskutowali pod przewodnictwem prof. dr hab. Iwony Hofman. Mgr Justyna Maguś omówiła przykłady kryzysu wizerunkowego senatora Krzysztofa Piesiewicza i innych polityków. Mgr Małgorzata Adamik-Szysiak mówiła o kreacji wizerunku Jarosława Kaczyńskiego w spotach telewizyjnych przed i po katastrofie smoleńskiej, natomiast mgr Anna Mazurek przedstawiła z perspektywy teoretycznej zjawisko mediatyzacji polityki (*Zjawisko mediatyzacji polityki – pomiędzy komunikowaniem a próbą kreowania rzeczywistości*).

Prezentacje uczestników stanowiły w każdym z paneli przyczynek do owocnych dyskusji, których celem było nie tylko postawienie diagnozy kondycji współczesnych środków masowego przekazu, czy pokazanie, w jaki sposób media przedstawiają sytuacje kryzysowe, ale również wskazanie rozwiązań poprawienia obecnego stanu mediów.

Organizatorzy zapowiadają kolejną edycję konferencji naukowej *Współczesne media* w 2012 roku. Pokłosiem tegorocznego spotkania naukowego będzie publikacja zawierająca pozytywnie zrecenzowane referaty, które zostały wygłoszone podczas konferencji.