

RAFAŁ LEŚNICZAK

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

SPRAWOZDANIE Z MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI NAUKOWEJ
ETYKA MEDIÓW. ETYCZNOŚĆ W MEDIACH

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ
UNIwersYTETU PAPIESKIEGO JANA PAWŁA II W KRAKOWIE,
18–19 V 2016 r.

18–19 maja 2016 r. w Bibliotece Głównej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II oraz w siedzibie Wydziału Nauk Społecznych UP JP II w Krakowie odbyła się X Międzynarodowa Konferencja Naukowa zatytułowana *Etyka mediów. Etyczność w mediach*. Organizatorami konferencji byli: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UP JP II oraz Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej. Celem spotkania była refleksja aksjologiczna nad medialno-dziennikarskim potencjałem oddziaływania na społeczeństwo. Patronat honorowy nad konferencją objęli: metropolita krakowski kardynał Stanisław Dziwisz, minister nauki i szkolnictwa wyższego Jarosław Gowin, wojewoda małopolski Józef Plich, marszałek województwa małopolskiego Jacek Krupa.

W zaproszeniu skierowanym do uczestników konferencji jej organizatorzy zauważyli, że „głównym problemem współczesnej mediosfery nie jest brak odpowiednich kodeksów etyki dziennikarskiej i etyki mediów w różnych obszarach komunikowania społecznego, ale raczej trudności w praktycznej realizacji zasad etyki oraz problem jakości etyki i jej realnego wpływu na działania człowieka”¹. Spotkanie zgromadziło kilkudziesięciu uczestników, którzy podjęli dyskusję na temat etyki mediów z różnych perspektyw badawczych: teologicznej, filozoficznej, politologicznej, socjologicznej, prawniczej. Główne obszary badawcze odnosiły się m.in. do następujących zagadnień: znaczenia kodeksów etycznych w mediach, kontekstów i regulacji etycznych w różnych obszarach komunikowania społecznego, relacji etyki i prawa w kontekście podstawowych obowiązków dziennikarskich, etyczności medialnego komunikowania politycznego, etyczności w nowych mediach, etyczności mediów w kontekście misji i nauczania Kościoła, etyczności w mediach w kontekście dziennikarskim, marketingowym, prawnym i psychologicznym, etyczności w kontekście nowych technologii medialnych, etyczności odpowiedzialności odbiorców mediów. W ramach sesji plenarnych wygłoszono 15 referatów, a w ramach sesji tematycznych 64 referaty. W sprawozdaniu autor nieco szerzej omówił niektóre tylko wystąpienia referujących. Pełna wersja referatów, poprawiona i uzupełniona, zgodnie z intencją organizatorów, zostanie opublikowana w recenzowanej monografii naukowej z serii *Etyka mediów*, wydawanej przez Wydawnictwo Biblos.

Profesor Tomasz Goban-Klas w wystąpieniu zatytułowanym *‘Blisko, bliżej, najbliżej’: zasady komunikacji papieża Franciszka* przedstawił różne werbalne i niewerbalne sposoby komunikowania, które stosuje Jorge Bergoglio.

Ksiądz dr hab. prof. UKSW Józef Kloch zaprezentował referat *Etyczna odpowiedzialność internautów w kontekście wskazań Stolicy Apostolskiej*. Pracownik naukowy Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW zapoznał audytorium z kwestią anonimowości w Internecie oraz z wynikami badań brytyjskiego fizyka Timothy Bernersa-Lee, dotyczącymi współczesnych najpopularniejszych usług internetowych, ukazał również różnice między światem wirtualnym i realnym. Ponadto ks. Kloch wskazał podstawowe dokumenty Stolicy Apostolskiej, w których Kościół katolicki w swoim nauczaniu odnosi się do nowych mediów (m.in. *Etyka w Internecie*, *Kościół a Internet*, *Orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*). Wieloletni rzecznik Konferencji Episkopatu Polski zaprezentował aplikację mobilną *Misericors*, której celem jest motywowanie do czynienia dobrych uczynków oraz dzielenia się nimi, by inspirować znajomych.

Doktor hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, w referacie *Mediofilia i mediofobia w erze medialnej partycypacji*, podjęła temat współczesnej kultury partycypacji oraz przybliżyła charakterystykę

¹ *Etyka mediów. Zaproszenie*, <http://www.etykamediiow.pl/index.php/zaproszenie> (dostęp: 27.06.2016).

dwóch postaw: mediofilii i mediofobii. Zdaniem pracownika naukowego Uniwersytetu Jagiellońskiego kategoria uczestnictwa uwydatnia się we wspólnym procesie komunikowania, w który zaangażowany jest zarówno nadawca, jak i odbiorca. Rola nadającego komunikat i rola odbiorcy w erze medialnej partycypacji są wymienne. Mediofilia to postawa otwartości i zaufania wobec mediów i pracy dziennikarskiej. Umożliwia ona procesy demokracji bezpośredniej oraz zwiększa doświadczenie udziału jednostki w kulturze. Mediofobia z kolei to kultura strachu, w której media postrzegane są jako zagrożenie prywatności człowieka. Profesor Lisowska-Magdziarz zauważyła, że konsekwencją obecności mediów partycypacyjnych w kulturze współczesnej jest renegocjowanie twórczości innych jednostek oraz uczestnictwo w dyskursie publicznym.

Profesor Karol Klauza w referacie *Zasadność zastosowania dekalogu retora w praktyce nadawców medialnych* zwrócił uwagę na doniosłość personalistycznego wymiaru poszukiwania etyczności nadawcy. Zdaniem kierownika Katedry Semantyki i Retoryki Dziennikarskiej na Wydziale Nauk Społecznych KUL, dziennikarz w swojej pracy jest zobowiązany, podobnie jak retor, zwracać szczególną uwagę na zachowanie przed prezentacją komunikatu, w trakcie oraz po jego zakończeniu. Retoryczne *inventio, dispositio, elocutio, memoria* oraz *pronuntiatio* powinno mieć, zdaniem prof. Klauzy, zastosowanie w doskonaleniu warsztatu dziennikarskiego.

Wystąpienie ks. prof. Wojciecha Misztala *Misja mediów w świetle nauczania papieża Franciszka* było zwróceniem uwagi na następujące zagadnienia podjęte w papieskich orędziach na Dzień Środków Społecznego Przekazu: nadmierna determinacja życia społecznego przez mass media, konsekwencje teologii narracyjnej mediów, humanizacja przestrzeni technologicznej, mistyka cyfryzacji, relacje istniejące pomiędzy komunikowaniem a miłosierdziem.

Profesor Jerzy Jastrzębski w zaprezentowanym temacie *Etyka mediów jako ideologia i praktyka* zauważył, że współczesnym problemem deontologii dziennikarskiej jest brak bezpośredniego przejścia od ideologii do rzeczywistości, brak jasnej różnicy między utopią a ideologią. Pracownik Papieskiego Uniwersytetu Jana Pawła II w Krakowie postawił ważne pytania, m.in.: Czy można dziś mówić o etosie służby społecznej dziennikarza? Czy współczesna ideologia rozumiana jako wspólnota światopoglądów odwołuje się do uczuć czy do rozumu, w konsekwencji, czy można z ideologią wiązać określoną racjonalność, czy też nie należy tego czynić? Niebezpieczeństwem współczesnej etyki dziennikarskiej jest podporządkowanie funkcji mediów i teorii nauk o mediach i komunikowaniu, takich jak: *gatekeeping, framing, agenda-setting, Elaboration Likelihood Model*, partykularnym interesom właścicieli koncernów medialnych.

Ksiądz dr hab. Robert Nęcek omówił istotę i charakterystykę cyberstalkingu jako nowego zjawiska, które dokonuje się przez Internet. Referat *Cyberstalking jako przemoc w nowoczesnym stylu* przybliżył audytorium zagadnienia związane z przestępstwami dokonującymi się w przestrzeni elektronicznej, szczególnie związanymi ze złośliwym i powtarzającym się naprzykrzaniem, skutkującym poczuciem zagrożenia u ofiary. Ksiądz Nęcek wskazał różne formy cyberstalkingu (np. rozpowszechnianie informacji o ofierze, używanie fałszywego profilu w mediach społecznościowych, na różnych forach, czatach, czyli podszywanie się pod daną osobę, włamywanie się do osobistych komputerów, zamieszczenie niechcianych zdjęć i informacji o ofierze w Internecie) oraz metody obrony przed cyberprzemocą. Pracownik naukowy Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie zauważył, że potencjalnymi ofiarami cyberstalkingu są wszyscy użytkownicy Internetu. Ksiądz prof. Nęcek przedstawił audytorium kilka rad dotyczących obrony przed cyberprzemocą, m.in.: ostrożność dotyczącą umieszczenia w środowisku elektronicznym zbyt prywatnych informacji, podejrzliwość wobec wiadomości, w których zawarta jest prośba o podanie informacji identyfikujących naszą tożsamość, nieodpisywanie na maile od osób nieznanym, zachowywanie wiadomości elektronicznych od stręczycieli.

Doktor hab. prof. UW Alicja Jaskiernia w referacie *Ochrona prywatności w erze cyfrowej – wyzwania normatywne i etyczne w perspektywie rozwiązań europejskich* obszernie zaprezentowała zmiany w prawie odnośnie do ochrony danych osobowych, w związku z przyjętym przez Parlament Europejski 14 kwietnia 2016 r. *Rozporządzeniem o ochronie danych osobowych*. Celem nowo opublikowanego dokumentu, który wejdzie w życie we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej w ciągu dwóch lat, tj. do 14 IV 2018 r., jest przyjęcie uniwersalnej ochrony danych osobowych dostosowanej do postępu technologicznego. Pracownik naukowy Uniwersytetu Warszawskiego wskazała

najważniejsze zmiany związane z zastąpieniem przez unijne rozporządzenie dotychczasowej *Dyrektywy 95/46/WE* oraz *Ustawy o ochronie danych osobowych* z 29 sierpnia 1997 r. Do nich należą m.in.: wprowadzenie wysokich kar finansowych dla podmiotów, które naruszają przepisy *Rozporządzenia* (do 4% całkowitego rocznego światowego obrotu), wyrażenie zgody na przetwarzanie danych osobowych na stronie internetowej nie będzie dokonywało się poprzez automatyczne zaznaczenie stosownego pola lub niewybranie żadnego pola, ale będzie musiało być zaznaczone przez użytkownika. Osoby poniżej określonego wieku, bez zgody opiekunów prawnych, nie będą mogły zakładać kont na mediach społecznościowych. Ponadto konsumenci będą mieć także „prawo do bycia zapomnianym”, czyli prawo do wymazania swych danych z baz firm je przetwarzających, chyba że są uzasadnione powody ich przechowywania. *Rozporządzenie* stanowi, że dla przedsiębiorców wprowadzony zostanie obowiązek zgłaszania do Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych naruszeń w zakresie ochrony danych osobowych, natomiast w przypadkach uzasadnionych – poinformowanie także osób, których dane zostały zagrożone².

Doktor hab. Mariusz Wojewoda z Uniwersytetu Śląskiego w referacie zatytułowanym *Czy etyka mediów jest utopią?* zwrócił uwagę na doniosłość rozróżnienia pojęć „utopia” i „utopizm”. W jego opinii należy dziś mówić o iluzji władzy nad mediami, tzn. poprzez władzę nad mediami nie dokona się zmiana rzeczywistości. Z kolei dr Mariusz Makowski, z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w wystąpieniu *Przeobrażenia w polskiej sferze medialnej na przestrzeni ostatniej dekady* obszernie wyjaśnił nowe sposoby stosowania lokowania produktu (*product placement*), wśród których wyróżnił *screen placement* (forma wizualna), *script placement* (forma werbalna) oraz *plot placement* (wplatanie lokowania produktów i marek w fabułę filmów).

Wśród wielu innych interesujących referatów autor pragnie jeszcze zwrócić uwagę na referat dr hab. Lidii Pokrzyckiej (UMCS) *Etyka w mediach islandzkich*, który przybliżył audytorium specyfikę niewielkiego rynku mediów islandzkich oraz doniosłej roli Unii Dziennikarzy Islandzkich (*Union of Icelandic Journalists*) w respektowaniu zasad deontologii dziennikarskiej.

W podsumowaniu konferencji ks. dr hab. prof. UP JPII Michał Drożdż podziękował uczestnikom konferencji za podjęcie refleksji naukowej nad zagadnieniami dotyczącymi etyki mediów i wyraził nadzieję na kontynuowanie współpracy naukowej w ramach kolejnych konferencji naukowych z cyklu „Etyka mediów”.

² Por. *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego o ochronie danych*, <http://www.giodo.gov.pl/1520147/id/art/9228/j/pl> (dostęp: 29.06.2016).