

Kamila Rączy¹

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ORCID ID: 0000-0003-0070-1715

e-mail: kamila.raczy@upjp2.edu.pl

Anna Teler

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ORCID ID: 0000-0002-1424-9478

e-mail: anna.teler@doktorant.upjp2.edu.pl

Etyka mediów w perspektywie konferencyjnej. O możliwościach pogłębiania dyskursu naukowego

ABSTRAKT

Etyka mediów pełni ważną rolę dla mediasfery, a także dla społeczeństwa. Dyskusja na temat etyki mediów i etyki w mediach jest podejmowana i obecna w dyskursie naukowym, stanowiąc nie tylko interesujący obszar badawczy, ale również fundament edukacji, komunikacji i dialogu. Analizując obszar dyskursu konferencyjnego zidentyfikowano lukę badawczą dotyczącą opracowań dyskursu konferencyjnego w kontekście etyki mediów.

Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie o potrzebę etyki mediów w dyskursie naukowym oraz zweryfikowanie możliwości pogłębiania dyskursu naukowego wokół etyki mediów. Postawiono dwie hipotezy badawcze: Podejmowanie tematu etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym jest potrzebne oraz Dyskurs naukowy o etyce mediów jest pogłębiany podczas konferencji naukowych. Prezentowane wnioski badawcze sformułowano na podstawie badań: wywiadu eksperckiego oraz analizy zawartości programów konferencyjnych Konferencji Naukowej Etyki Mediów w latach 2009-2019.

Powyższe badania potwierdziły hipotezy badawcze i pozwalają uznać, że obecność etyki mediów w dyskursie naukowym jest potrzebna, a nawet konieczna; oraz że konferencyjny dyskurs naukowy nie tylko pogłębia refleksję o etyce mediów, ale także oddziałuje na przestrzeń naukową (poprzez integrację i kształtowanie społeczności naukowej) oraz kształtuje obszary naukowe: ważne etycznie i medialnie.

SŁOWA KLUCZOWE: etyka mediów, konferencyjny dyskurs naukowy, komunikacja, dialog, integracja

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 21.07.2020 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 4.12.2020 r.

Wprowadzenie

Jeśli mediosfera ma swój kod genetyczny, to z pewnością etyka jest w niego wpisana. Od początku istnienia mediów etyczność była jednym z wymiarów przekazu medialnego, dziennikarstwa czy zarządzania mediami, a obecnie u progu rewolucji mediów cyfrowych: internetu i wdrażania rozwiązań z zakresu *artificial intelligence* – kwestie etyczne nie są wcale mniejsze czy mniej ważne. Rola etyki w mediach jest niezmienna i istotna dla dyskursu naukowego². Środki społecznego przekazu oddziałują na społeczeństwo, dlatego można wnioskować, że istnieje ścisły związek pomiędzy etyką a komunikacją. Normy etyczne w środowisku dziennikarskim określane są dzięki przepisom istniejącego prawa, jednak regulacja środowiskowa oparta o normy prawne nie dzieje się samoistnie. Mimo rozbudowanych przepisów w dalszym ciągu system samoregulacji etycznej mediów postrzegany jest jako najskuteczniejszy regulator³. Na zasadzie wnioskowania paralelnego można postawić hipotezę, że istnieje związek między etyką mediów a dyskursem naukowym. Szczególnie istotne zdaje się kształtowanie i inicjowanie przestrzeni wymiany myśli oraz prezentowania badań na polu etyki mediów na konferencjach naukowych. Pojęcie dyskursu na potrzeby tej pracy i badań rozumiane jest jako: dyskusja na tematy naukowe; proces rozumowania, który polega na dążeniu do jakiegoś celu poznawczego poprzez pośrednie operacje myślowe, różne od spostrzeżenia lub intuicji – w oparciu o wywodzące się z łaciny pojęcie *discursus*, czyli: rozmowa, rozprawa, rozumowanie⁴. Warto nadmienić, że pojęcie to zostało użyte celowo w kontekście konferencji naukowych, ponieważ „dyskurs powstaje w grupie społecznej jako efekt interakcji jej członków, ale kiedy już istnieje – wpływa na ich komunikacyjne zachowania⁵”.

W pierwszej kolejności poddano analizie obecność etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym. *Research* przeprowadzono w oparciu o dostępne dane internetowe. Wśród zagranicznych konferencji naukowych – w całości poświęconych etyce mediów – należy wymienić: odbywającą się co dwa lata międzynarodową konferencję w Hiszpanii (International Conference on Media Ethics Seville: 2011, 2013, 2015, 2017, 2019), międzynarodową konferencję w Finlandii (ProCom International Communication, PR and Media Ethics Conference in Helsinki: 2016, 2018, 2019, 2020), sympozjum w Austrii (Symposium of Media Ethics at the St. Pölten UAS: 2016, 2019), międzynarodową konferencję w Kanadzie

² Por. K. Konarska, *Etyka mediów – czym jest i dlaczego jej nie ma? Rozważania o zagubionych wartościach i zmarnowanych zależnościach*, „Colloquia Anthropologica et Communicativa” 2016, 9.

³ Por. M. Geryk, *Wpływ mediów na postawy etyczne w środowisku akademickim*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe”, nr 1–2/43–44/2014, s. 48.

⁴ Por. D. Brzozowska, *Dyskurs i jego kolokacje*, [w:] *Dyskurs w perspektywie akademickiej*, Komisja Lingwistyki Dyskursu. Międzynarodowy Komitet Słowistów, Olsztyn 2014, s. 12.

⁵ Por. T. Piekot, *Trzy sposoby rozumienia słowa dyskurs*, [w:] *Dyskurs w perspektywie akademickiej*, Komisja Lingwistyki Dyskursu. Międzynarodowy Komitet Słowistów, Olsztyn 2014, s. 16.

(Media Ethics International Conference in Toronto: 2018-2020), międzynarodową konferencję w Indiach (International Conference on 'Media Ethics' in India: 2019), konferencję w Stanach Zjednoczonych (Ethics Conference, The University of Central Oklahoma Department of Mass Communication: 2015, 2016, 2017, 2018, 2019), coroczne warsztaty etyki mediów w Stanach Zjednoczonych (Poynter KSU Media Ethics Workshop in St. Petersburg, Florida, 2005-2019). Kwestia wyzwań i powinności etycznych regularnie powraca jako temat główny podczas wielu zagranicznych konferencji, dotyczących mediów, informacji, branży high-tech, komunikacji czy dziennikarstwa. Zjawisko to sygnalizuje i potwierdza ważność powyższego zagadnienia. W polskim dyskursie naukowym obecnym na konferencjach na szczególną uwagę zasługuje Konferencja Naukowa Etyki Mediów organizowana od 2007 roku w Krakowie⁶ i w całości poświęcona etyce i aksjologii w mediosferze.

Obecność etyki mediów na konferencjach naukowych nie była dotychczas przedmiotem badań naukowych⁷. Można więc uznać, że prezentowany artykuł wypełnia lukę badawczą, oferując nowe spojrzenie na korelację etyki mediów z nauką w przestrzeni konferencyjnej. Dokonano zawężenia obszaru badawczego, na podstawie kryterium geograficznego, do dyskursu konferencyjnego o etyce mediów w Polsce.

Metody badań i proces badawczy

Na podstawie obserwacji mediosfery i wyzwań etycznych, a także przeglądu obecności tej tematyki w dyskursie konferencyjnym, sformułowano dwie hipotezy badawcze:

h1: podejmowanie tematu etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym jest potrzebne.

h2: dyskurs naukowy o etyce mediów jest pogłębiany podczas konferencji naukowych.

Aby zweryfikować postawione hipotezy przeprowadzono dwa rodzaje badań:

- jakościowe, oparte o wywiad ekspercki, zakorzeniony w naukach humanistycznych, doceniając wgląd w doświadczenie i wiedzę wybranego respondenta. Badanie przeprowadziły dwie badaczki, które aktywnie uczestniczyły w opracowaniu pytań, jak również i w samym wywiadzie;

⁶ Przez Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie pod patronatem Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.

⁷ Według wiedzy autorek, po przeprowadzeniu researchu materiałów źródłowych.

- ilościowe, które objęły swoim zakresem okres pełnych 10 lat i skoncentrowane były na analizie zawartości programów konferencyjnych z Konferencji Naukowej Etyki Mediów, organizowanej w Krakowie⁸.

Zdecydowano się na dwa rodzaje badań ze względu na przekonanie, że badania ilościowe i jakościowe – o ile można je przeprowadzić równolegle – dają pełniejszy wgląd w problematykę badawczą. Dyscyplina nauk o komunikacji społecznej i mediach – jako że jest różnorodna i czerpie z bogatego dorobku metodologicznego – umożliwia swobodne wykorzystywanie różnych metod i narzędzi badawczych.

W 2019 roku przeprowadzono wywiad ekspercki z ks. prof. dr. hab. Michałem Drożdżem, inicjatorem i organizatorem corocznego naukowego przedsięwzięcia. Po dokonaniu transkrypcji wyszczególniono obszar dotyczący etyki mediów i konferencji naukowej – a następnie poddano go wnikliwej analizie w kontekście sformułowanych hipotez. Przeprowadzono także analizę zawartości programów konferencyjnych z Konferencji Naukowej Etyki Mediów z lat 2009-2019 pod kątem: liczebności prelegentów, paneli tematycznych oraz podejmowanej tematyki według przyjętego klucza kategoryzacyjnego.

Zgodnie z praktyką wykorzystania analizy zawartości, już na etapie preanalizy określono poszczególne kategorie badawcze i opracowano klucz kategoryzacyjny⁹. Wielość kategorii jest podyktowana tym, że na klucz powinny się składać kategorie istotne, rozłączne, wyczerpujące oraz jednoznaczne, a więc uniemożliwiające zaklasyfikowanie jednego tematu do więcej niż jednej kategorii¹⁰.

Z uwagi na zainteresowanie potencjałem konferencyjnego dyskursu naukowego, jak również z powodu aktywnego zaangażowania i czynnego udziału w Konferencji Naukowej Etyki Mediów – autorki zdecydowały się postawić hipotezy badawcze oraz przeprowadzić badania weryfikujące.

a) Wywiad ekspercki

Wykorzystywanie wiedzy eksperckiej jest znaną metodą badawczą, osadzoną głównie w naukach socjologicznych, ale także psychologicznych i pedagogicznych – jednak nieco niedocenianą¹¹. Wieloletnie doświadczenie i obserwacje danej dziedziny (tutaj: mediosfery i etyki) dają podstawy do rozumienia mechanizmów,

⁸ www.etykamediiow.pl/media/attachments/2018/05/05/ix-konferencja-etyki-mediow.pdf

⁹ Por. A. Hess, *Dialog obywatelski w metodologii badań medioznawczych*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, (red.) Agnieszka Szymańska, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Agnieszka Hess, Kraków 2018, s. 263.

¹⁰ Por. R. Klepka, J. Idzik, *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata?*, [w:] *Medialne obrazy świata. Tom 2. Polityka i bezpieczeństwo w relacjach medialnych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2019, s. 22-23.

¹¹ Por. J. R. Stempień, W. A. Rostocki, *Wywiady eksperckie i wywiady delfickie w socjologii – możliwości i konsekwencje wykorzystania. Przykłady doświadczeń badawczych*, „Przegląd Socjologiczny” 2013, 62 (1), s. 89-90.

zjawisk i tendencji na dużo głębszym poziomie i w odniesieniu do szerszego kontekstu. Eksperti w danej dziedzinie, otrzymując pytania o fakty i stosunek do nich, mają możliwość

„ich wyjaśniania i przewidywania. Przyjmuje się zarazem, że respondenci cechujący się dużym dorobkiem zawodowym lub dobrą quasi-profesjonalną wiedzą na dany temat, mogą prezentować interesujące propozycje analityczne. Dzięki wiedzy fachowej i «*wyobraźni osadzonej w realiach*» mogą również tworzyć wartościowe (realistyczne) prognozy rozwoju sytuacji w danym fragmencie rzeczywistości społecznej¹²”.

Wywiad ekspercki, nazywany niekiedy wywiadem z respondentem, przeprowadza się ze specjalistą (specjalistami) z danej branży. Na ogół wywiady eksperckie przybierają formę wywiadów niestandardizowanych, które w badaniach rynkowych określane są pogłębionymi, natomiast w socjologii: wywiadami swobodnymi, ukierunkowanymi¹³.

Wywiad ekspercki został przeprowadzony w 2019 roku z twórcą i pomysłodawcą Konferencji Naukowej Etyki Mediów, ks. prof. dr. hab. Michałem Drożdżem. W perspektywie wielu lat profesor obserwował i badał przestrzeń mediów, poprzez zaangażowanie w działania promujące etykę mediów w Polsce. Wywiad miał charakter niestandardizowany, swobodny oraz nastawiony na dłuższe, narracyjne odpowiedzi. Opierał się o starannie przygotowane pytania zawierające tezy, hipotezy lub odwołania o charakterze naukowym, by skłonić respondenta do dłuższych wypowiedzi z zakresu jego wiedzy eksperckiej¹⁴ lub polemiki. Zgodnie z techniką wywiadu niestandardizowanego pytania miały charakter otwarty, następnie podzielono je na działy tematyczne (w każdym około 10). Prezentowane wyniki badawcze odnoszą się tylko do fragmentu wywiadu: do działu poświęconego etyce mediów, dyskursowi naukowemu oraz Konferencji Naukowej Etyki Mediów. Po dokonaniu transkrypcji powstał bogaty materiał badawczy. Poniższa tabela przedstawia – w kontekście celu badawczego – najważniejsze poruszone aspekty, uwzględniając zagadnienia związane z etyką mediów w dyskursie konferencyjnym poparte krótkim cytatem¹⁵:

¹² *Ibidem*, s. 90-91.

¹³ Por. I. Przybyłowska, *Wywiad swobodny ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji i możliwości jego zastosowania w badaniach socjologicznych*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich we Wrocławiu, Wrocław 1978, s. 15.

¹⁴ Por. K. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa 2000, <http://qsr.webd.pl/KKonecki/publikacje/publikacja2.html/#roz8> (1.03.2020).

¹⁵ Zapis słów ks. prof. dr. hab. Michała Drożdża, 2019.

Tabela nr 1: Zagadnienia związane z etyką mediów w dyskursie konferencyjnym

aspekty	cytat z wywiadu eksperckiego
korelacja etyki, mediów i nauki	zasadna, potrzebna „Media potrzebują etyki”; „Bez etyki media są ślepe. Media nie mają orientacji, i zależą od ludzi, którzy są ich twórcami i odbiorcami. Ci zaś zawsze posługują się świadomie bądź nieświadomie jakimiś kryteriami aksjologicznymi”.
rola dyskursu konferencyjnego	zakorzenie, inspirowanie, rozwój „Młodzi naukowcy przyjeżdżają do nas [na Konferencję Naukową Etyki Mediów] i zakorzeniają się w tym środowisku, a być może i inspirować się myślami, które się tu pojawiają, do tego, aby przekształcić lub przeformatować swoje pole badawcze, w które włączają refleksję etyczną”; „Konferencja jest dla szerokiego grona osób zainteresowanych światem wartości w mediach, analizą aksjologiczną i etyczną współczesnej mediosfery”.
charakter konferencyjnego dyskursu naukowego	różnorodny, różnicujący „Poruszamy się w obszarze dyskursu naukowego, a dyskurs różnicujący i prezentowanie poglądów etycznych jest możliwe, jeśli dyskutujemy w oparciu o argumenty i wiedzę o podstawach etyki. (...) Nie chcemy i nie pozwolimy, by Konferencja Naukowa Etyki Mediów stała się konferencją o charakterze światopoglądowo-ideologicznym”.
podjęmowana tematyka	aktualna, istotna „Tematyka konferencji, odzwierciedla wartości ważne i aktualne, dlatego nie jest przygotowywana z dużym wyprzedzeniem. (...) Tematyka rodzi się z aktualnej potrzeby, możliwości czy sytuacji współczesnych mediów”; „Dlatego podejmujemy tematy istotne i stają się one tematami naszych konferencji, ale w sposób, który wyrasta z praktyki medialnej. Ta praktyka dotyka tendencji rozwoju technologii medialnych i nowych form komunikowania społecznego, z których czerpiemy inspiracje do tematów naszej Konferencji Naukowej Etyki Mediów”.
oczekiwane efekty i potencjał dyskursu konferencyjnego	kreowanie i integrowanie środowiska naukowego „Przyciągamy wielu znakomitych naukowców, zarówno już o utrwalonym, jak i nieutrwalonym statusie naukowym. Młodzi naukowcy przyjeżdżają do nas i zakorzeniają się w tym środowisku (...)”; „Chcemy (...) pokazać wszystkie wartości ważne w dyskusjach współczesnych mediów. Dlatego podejmujemy tematy istotne i stają się one tematami naszych konferencji, ale w sposób, który wyrasta z praktyki medialnej”.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego wywiadu.

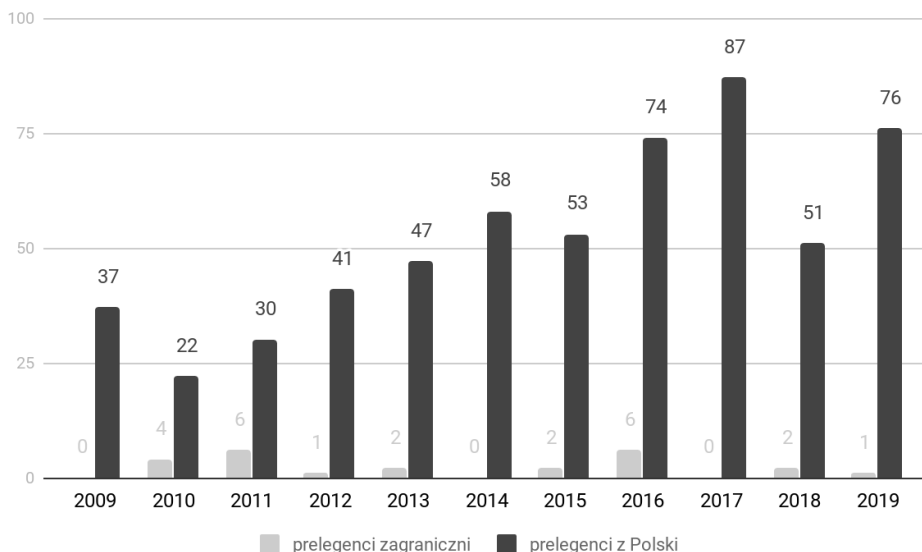
b) Analiza ilościowa zawartości programów konferencyjnych Konferencji Naukowej Etyki Mediów w Krakowie w latach 2009-2019

Opracowany klucz kategoryzacyjny umożliwił dokonanie analizy ilościowej, a następnie sformułowanie wniosków na temat liczebności prelegentów (polskich i zagranicznych), ilości paneli tematycznych i liczby wystąpień prelegentów w badanym okresie. Zebrane dane ilościowe – uzyskane z programów konferencyjnych w latach 2009-2019 – przedstawiono graficznie: w formie

diagramów, wykresów i tabel.

W kontekście liczebności prelegentów z Polski i zagranicy w latach 2009-2019 podkreślenia wymaga fakt, że w latach 2009-2016 Konferencja Naukowa Etyki Mediów miała wymiar międzynarodowy, natomiast w latach 2017-2019 krajowy. Ilustracją reprezentacji prelegentów jest wykres pierwszy:

Wykres nr 1: Liczebność prelegentów w latach 2009-2019



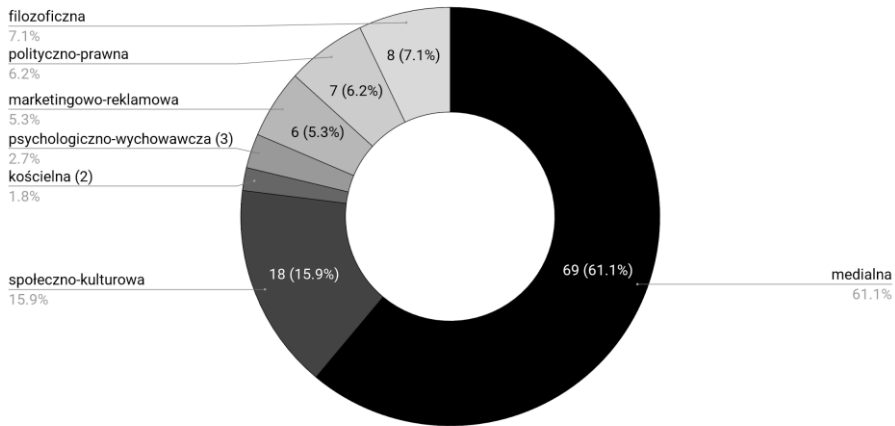
Źródło: Opracowanie własne.

Zaproponowano podział na: panele tematyczne oraz tematykę wystąpień prelegentów. Panele tematyczne to założenia organizatorów konferencji, natomiast tematyka wystąpień to inicjatywa prelegentów (w proponowanym co roku obszarze tematycznym¹⁶). Z tego względu należy uznać zgłoszenia prelegentów oraz tematykę paneli za niezupełnie zależne od siebie i poddać je odrębnej analizie.

Diagram pierwszy ilustruje zsumowane kategorie oraz udział procentowy dla paneli tematycznych, sformułowanych przez organizatorów konferencji w badanym okresie.

¹⁶ Warto podkreślić, że co roku organizatorzy proponują temat przewodni, zgodnie z praktyką konferencyjną. Przykładowo w 2019 roku hasło przewodnie brzmiało: *Godność osoby w mediach – media godne osoby*, w 2018 r.: *Prawdziwe media – uczciwość i prawda w mediach*, w 2017 r.: *Zaufanie w mediach – zaufanie do mediów*. Por. <http://www.etykamediiow.pl/index.php/archiwum>.

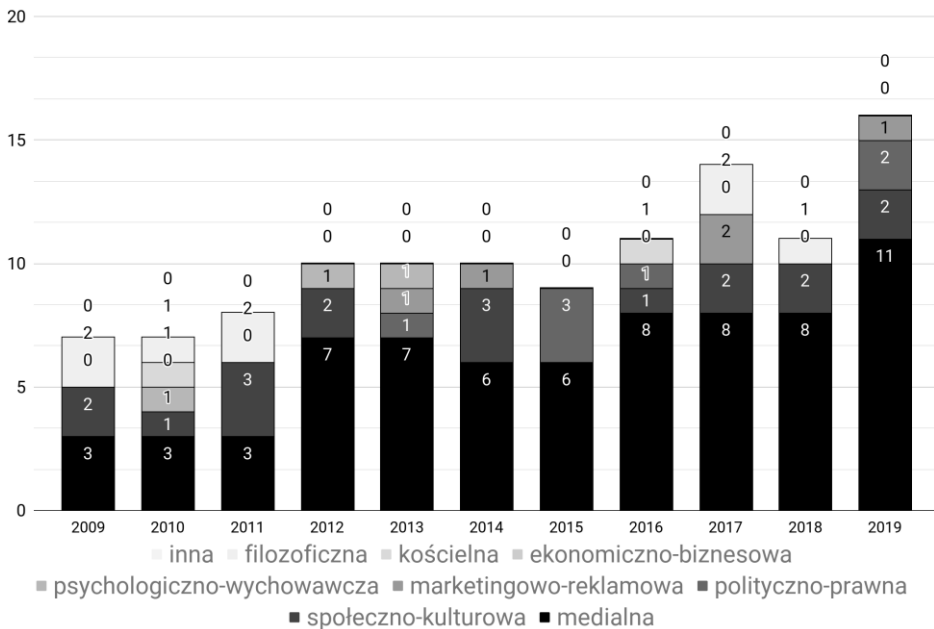
Diagram nr 1: Tematyka paneli w latach 2009-2019 (udział procentowy i liczbowy)



Źródło: Opracowanie własne.

Wykres drugi ilustruje dokładny udział liczbowy paneli tematycznych, sformułowanych przez organizatorów konferencji w poszczególnych latach i kategoriach w badanym okresie.

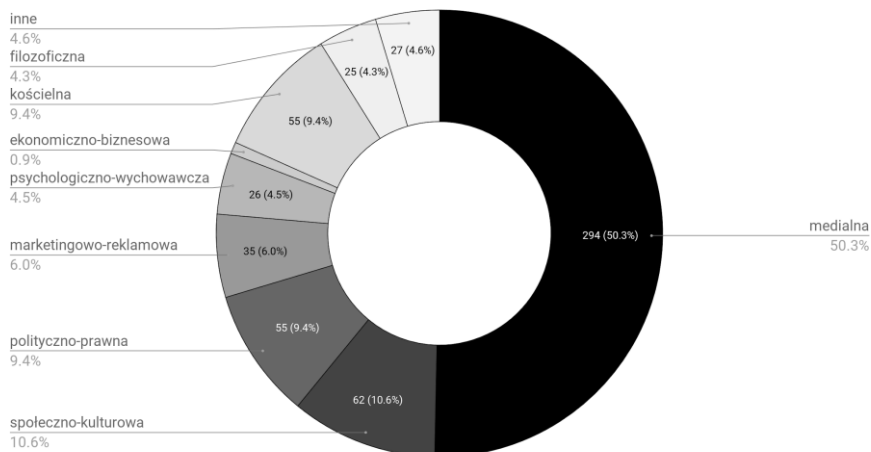
Wykres nr 2: Tematyka paneli w latach 2009-2019



Źródło: Opracowanie własne.

Za pomocą diagramu drugiego zaprezentowano zsumowane kategorie oraz udział procentowy zgłoszeń prelegentów w kategoriach w badanym okresie.

Diagram nr 2: Tematyka wystąpień prelegentów w latach 2009-2019 (udział procentowy)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela trzecia ilustruje dokładny udział liczbowy zgłoszeń prelegentów w poszczególnych latach i kategoriach w badanym okresie.

Tabela nr 3: Tematyka wystąpień prelegentów w latach 2009-2019 (liczbowo)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
medialna	14	12	22	24	23	24	27	34	48	28	38
społeczno-kulturowa	3	2	1	1	5	14	6	11	6	7	6
polityczno-prawna	8	2	3	3	3	4	7	6	4	5	10
marketingowo-reklamowa	2	0	4	1	2	2	3	2	10	4	5
psychologiczno-wychowawcza	0	3	1	3	7	0	2	6	3	0	1
ekonomiczno-biznesowa	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
kościelna	1	3	3	5	4	6	2	12	6	3	10
filozoficzna	4	2	2	2	1	5	2	3	0	2	2

inne	4	0	0	0	3	3	5	4	4	0	4
łącznie	37	24	36	40	48	58	55	78	81	50	77

Źródło: Opracowanie własne.

c) Podsumowanie procesu badawczego

Zrealizowane badania czerpią z ugruntowanych metod badawczych, jakimi są wywiad ekspercki oraz analiza zawartości. Badania dostarczyły danych o charakterze ilościowym, a także o charakterze jakościowym. Dane zostały zebrane, ujednolicone, opracowane, a następnie przedstawione graficznie – zaprezentowano jedynie tę część wyników, która jest związana z celem badawczym oraz postawionymi hipotezami. Przeprowadzenie różnych rodzajów badań miało na celu poszerzenie perspektywy i umożliwiło sformułowanie różnorodnych wniosków.

Wnioski badawcze

Obserwacja mediosfery i wyzwań etycznych (wywiad ekspercki) oraz przegląd tematów podejmowanych w dyskursie konferencyjnym (analiza zawartości ilościowa i jakościowa) umożliwiły weryfikację postawionych hipotez badawczych:
h1: podejmowanie tematu etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym jest potrzebne.

h2: dyskurs naukowy o etyce mediów jest pogłębiany podczas konferencji naukowych.

Wyjaśnienia wymaga, czym jest *pogłębianie* dyskursu konferencyjnego. Autorki uznają, że jest to nieustanna reinterpretacja rzeczywistości poparta opisem i oceną względem przeszłości w wybranym obszarze. To miara subiektywna i niepretendująca do wskaźnika liczbowego. *Pogłębianie* dyskursu przejawia się w różnorodności tematyki, zróżnicowaniu perspektyw i powracaniu do tematów najbardziej kluczowych podczas kolejnych edycji. W dalszej części pracy zostaną omówione bardziej szczegółowe konkluzje. Przeprowadzone badania ujawniły, że istotne w pogłębianiu dyskursu jest oferowanie różnych perspektyw: filozoficznych, wychowawczych, psychologicznych czy społeczno-kulturowych, zaś krytyczne ujęcia i analizy przyczyniają się do konfrontacji światopoglądowej i wychodzenia poza stereotypy.

W toku badań hipotezy zostały uznane za prawdziwe. Autorki sformułowały następujące wnioski:

a) Wnioski z wywiadu eksperckiego

Pogłębiona refleksja naukowa na temat etyki mediów jest nie tylko potrzebna, ale i konieczna. Ważne, by była obecna także w naukowym dyskursie konferencyjnym.

Sformułowane tutaj wnioski nawiązują do tabeli pierwszej. Analiza i obserwacja naukowego dyskursu konferencyjnego wokół etyki mediów ujawnia, że korelacja etyki, mediów i nauki jest potrzebna. Zauważyć można, że spełnia on także rolę zakorzeniania, inspirowania, rozwoju, przy jednoczesnej różnorodności i różnicowaniu. Realizacja dyskursu ma aktualny i istotny wymiar, a w swoim potencjale jawi się jako czynnik kreujący i integrujący środowisko naukowe.

Podjęcie tematu etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym jest potrzebne (a nawet konieczne), a ponadto dyskurs naukowy o etyce mediów jest pogłębiany podczas konferencji naukowych.

Można uznać, że Konferencja Naukowa Etyki Mediów kształtuje przestrzeń naukową. Istnienie przestrzeni naukowej, w której zachodzi wymiana doświadczeń oraz wiedzy, przyczynia się do integrowania środowiska i budowania dyskursu. Wnioskowość można, że Konferencja Naukowa Etyki Mediów naświetla, a nieraz kształtuje również obszary naukowo, etycznie i medialnie ważne. Konferencja akcentuje te obszary tematyczne, które wymagają szczegółowej analizy, a następnie badań i wniosków, co skutkuje powstaniem literatury naukowej¹⁷ i pogłębianiem dyskursu naukowego. Audytorium Konferencji Naukowej Etyki Mediów odgrywa ważną rolę: to ludzie tworzą miejsca, dialog buduje mosty, a połączenie tych dwóch aspektów skutkuje powstaniem wspólnotowości. Jednym z założeń konferencji, wielokrotnie podkreślanym przez organizatorów, jest fakt, że audytorium i uczestnicy konferencji reprezentują środowisko akademickie.

b) Wnioski z analizy programów konferencyjnych Konferencji Naukowej Etyki Mediów

Liczebność prelegentów

Prowadzone badania pod kątem liczebności prelegentów umożliwiły zdiagnozowanie tendencji: wzrostu, spadku czy też stałości, oraz ustalenia, jakie są proporcje zagranicznych prelegentów i polskich prelegentów. W latach 2010-2017 można zaobserwować tendencję wzrostową, którą prezentuje wykres pierwszy. W 2018 roku odnotowano spadek do poziomu z lat 2013-2015. W 2019 roku widoczny jest znaczący wzrost względem roku poprzedniego i powrót do poziomu

¹⁷ Każdego roku organizatorzy prowadzą nabór tekstów do monografii pokonferencyjnej.

z lat 2016-2017. Liczebność prelegentów zagranicznych jest niewielka: nie osiąga 10% liczby wszystkich uczestników. Trudno więc mówić o charakterze międzynarodowym. Organizatorzy pierwotnie zakładali udział zagranicznych przedstawicieli dziedzin naukowych¹⁸, stąd też konferencja początkowo uznawana była za międzynarodową, włącznie do 2016 roku. Od 2017 roku Konferencja Naukowa Etyki Mediów ma charakter ogólnopolski. Wyniki badań jednoznacznie wykazują dominującą obecność prelegentów z Polski. Konferencja Naukowa Etyki Mediów cechuje się cyklicznością i regularnością nieprzerwanie od 2007 roku. Widoczna jest popularność konferencji wśród polskich prelegentów.

Zagraniczne konferencje oraz kongresy etyczno-medialne, które poddano analizie na potrzeby powyższego artykułu, przejawiają podobną tendencję do zrzeszania prelegentów lokalnych, rodzimych. Widoczne jest jednak, że prelegenci w doborze tematów nie ograniczają się jedynie do badania polskiej mediosfery, ale naturalnie wychodzą poza ramy geograficzne czy czasowe.

Zaobserwować można tendencję wzrostową (z jednorocznym spadkiem: 2015 rok) liczebności prelegentów zgłaszających swój udział w Konferencji Naukowej Etyki Mediów. Przeważają prelegenci polskojęzyczni, rodzimi – co zdaje się być korzystne, biorąc pod uwagę, że Konferencja Naukowa Etyki Mediów jest jedyną konferencją poświęconą w całości etyce mediów w Polsce.

Panele tematyczne

W tej części badań zweryfikowano tematykę zaproponowaną przez organizatorów konferencji jako panele tematyczne, która jest wiodąca, a która marginalna. Sprawdzone, czy tematy paneli korespondują z treścią wystąpień prelegentów oraz jakie tematy pojawiają się w kategorii inne i o czym to świadczy.

Ze zrozumiałych przyczyn¹⁹ organizatorzy konferencji poruszają się po dużym poziomie ogólności podczas planowania paneli tematycznych. Zwraca uwagę, że klucz kategoryzacyjny nie został w pełni wykorzystany. Do kategorii ekonomiczno-biznesowej i inne nie przydzielono żadnych tematów. Zaś propozycje tematyczne wyróżniają się pojemnością i różnorodnością poprzez łączenie dziedzin od siebie dość odległych, jak w przypadku dwóch paneli tematycznych: *Etyczne, prawne i psychologiczne aspekty prywatności w mediach* (2015) czy *Prawda w komunikacji marketingowej oraz w filmie* (2018).

¹⁸ Udział zagranicznych prelegentów prognozowano na podstawie deklaracji i wyrażania zainteresowania podczas wspólnych międzyuczelnianych projektów, udziału w pokrewnych konferencjach naukowych, jak również poprzez kontakty prywatne.

¹⁹ Panele tematyczne na konferencjach są z natury budowane na ogólnym poziomie, a zakres tematyczny jest szeroki.

Tematyka paneli w latach 2009-2019 zawarta na diagramie pierwszym ilustruje udział procentowy kategorii tematycznych względem całości. Widoczna jest znaczna przewaga tematyki o charakterze medialnym: ponad połowa dotyczy zagadnień typowo medialnych (61,1%). Na kolejnej pozycji znajduje się kategoria społeczno-kulturowa z przydziałem na poziomie 15,9%. Zarówno przestrzeń społeczna, jak i kulturowa w kontekście mediów co roku wzbudza zainteresowanie wśród prelegentów. Pozostały udział procentowy rozkłada się na tematy z obszaru filozofii, w tym etyki (7,1%), polityki i zagadnień z obszaru prawa (6,2%) oraz marketingu i reklamy (5,3%). Tematy dotyczące aspektów i zagadnień psychologiczno-wychowawczych uzyskały 2,7%, zaś tematy kościelne: 1,8%. W kontekście idei Konferencji Naukowej Etyki Mediów – którą jest naukowa refleksja nad etyką mediów i etyką w mediach – można uznać, że organizatorzy nie marginalizują tematów mniej popularnych, np. kościelnych czy politycznych, a raczej dbają o różnorodność i wielowymiarowość konferencji w określonych granicach. Zdaje się, że szczególnie wymiar społeczno-kulturowy i filozoficzny jest powiązany z etyką i mediami.

Tematyka paneli w latach 2009-2019 zaprezentowana na wykresie drugim umożliwia określenie tendencji układu tematycznego proponowanego przez organizatorów. Widoczna jest tendencja wzrostowa w przypadku tematyki medialnej. Z kolei tematyka społeczno-kulturowa do 2014 roku wykazywała tendencję wzrostu, a od 2015 utrzymuje się na stałym poziomie. Tematyka psychologiczno-wychowawcza oraz kościelna wykazują niezmiennie stałą obecność, niemniej na niskim poziomie. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku tematyki filozoficznej, polityczno-prawnej i marketingowo-reklamowej, które po wzroście zaczęły utrzymywać tendencję stałą.

Tematy wystąpień prelegentów

W dalszej kolejności przebadano zgłoszone przez prelegentów wystąpienia. Analizie poddano obecność dominującej oraz marginalnej tematyki w określonym przedziale czasu, diagnozowano, czy koresponduje ona z panelami tematycznymi proponowanymi przez organizatorów, a także wyciągnięto ogólne wnioski.

Diagram drugi ilustruje tematykę wystąpień prelegentów w latach 2009-2019, ujawniając także udział procentowy względem całości badanego okresu.

W latach 2009-2019 dominuje tematyka medialna, w której znalazły się wystąpienia związane z mediami tradycyjnymi, cyfrowymi, dziennikarstwem i komunikacją społeczną, a także technologiami, formatami audiowizualnymi, takimi jak: filmy, seriale, gry, treści rozrywkowe. Połowa podejmowanych tematów zgłoszonych przez prelegentów dotyczyła zagadnień wprost medialnych (50,3%) w kontekście etyki, powinności, wyzwań czy przemian mediosfery. Z widocznie dużo niższym wynikiem na drugim miejscu co do popularności tematów

uplasowała się kategoria społeczno-kulturowa (10,6%). Prelegenci podejmowali kwestie społeczne, koncentrując się m.in. na migracji i uchodźcach, osobach z niepełnosprawnościami, grupach etycznych, tabu, kwestiach międzykulturowych czy współczesnej kondycji sfery publicznej. Na pozycji trzeciej znalazły się *ex aequo* dwie kategorie tematyczne: polityczno-prawna (9,4%) oraz kościelna (9,4%). Prelegenci poruszali szczególnie kwestie związane z prawem i ustawodawstwem, które dotyczą obszaru medialnego, choćby w kontekście prawa prasowego, prawa autorskiego, ochrony prawnej, legalności, prywatności itd. A także tematy z obszaru zagadnień kościelnych – przeważająco dotyczyły kwestii związanych z nauczaniem papieskim w kontekście mediów, społeczeństwa czy dziennikarstwa religijnego. Widoczny jest wzrost zainteresowania tematyką kościelną w latach 2016 i 2019 i można tę sytuację odnieść do dwóch wydarzeń: (odpowiednio) organizacja Światowych Dni Młodzieży w Polsce oraz ujawnienie skandali pedofilskich i seksualnych nadużyć w Kościele w Polsce. Dalsze miejsce zajęła kategoria związana z marketingiem i reklamą (6%), ukazując problematykę m.in. godności osoby w komunikowaniu wizerunkowym, czy też paradoksy i zagrożenia współczesnego marketingu i reklamy. Pozostałe kategorie tematyczne nie przekraczają poziomu 5%. W kategorii inne (4,6%) obecne były zagadnienia z obszarów literatury, kwestii językowych, pamięci, zrozumienia, wyobraźni, dyplomacji czy nawet kwestii medycznych. Wśród tematów psychologiczno-wychowawczych (4,5%) najczęściej pojawiały się kwestie związane z rodziną, oddziaływaniem mediów na młodych odbiorców (dzieci), psychologią mediów i potrzebą edukacji medialnej. Kategorie dotyczące tematyki filozoficznej (4,3%) obejmowały propozycje wykorzystania filozofii moralnej w profesji dziennikarskiej, utopijne spojrzenie na etykę mediów, formułowanie traktatów o obłudzie, prezentowanie filozofii dialogu Karola Wojtyły czy Józefa Tischnera, a także zwiastowanie końca filozofii w rzeczywistości medialnie rozszerzonej. Najrzadziej zgłaszane tematy z obszaru ekonomiczno-biznesowego (0,9%) odnosiły się do poszukiwania źródeł przewagi konkurencyjnej oraz zarządzania kreatywnością i ludźmi w przedsiębiorstwach medialnych. Warto jednak podkreślić, że choć nie jest to kategoria w sposób oczywisty atrakcyjna, to jednak nosi w sobie ogromny potencjał, gdyż media mają wymiar nie tylko społeczny, kulturowy czy polityczny, ale także gospodarczy, tj. realizują zadania biznesowe – szczególnie naznaczone potrzebą orientacji etycznej.

Tabela trzecia dotyczy tematyki wystąpień prelegentów w latach 2009-2019 (liczbowo) z podziałem na poszczególne lata, a zarazem koresponduje z diagramem drugim, tj. rocznym zestawieniem podejmowanych kategorii tematycznych. Powyższe zestawienie obrazuje niezaprzeczalną popularność kategorii medialnej przez całe dziesięć lat poddanych analizie. 2016, 2017 oraz 2019 rok to lata, w których kategoria osiągnęła szczególnie wysokie wyniki. Kategoria społeczno-kulturowa największą popularnością cieszyła się w 2014 i w 2016 roku. Prelegenci podejmowali badania m.in. w obszarze możliwości dialogu w świecie konsumpcji,

dialogu międzykulturowego, pokoleniowego, czy też dialogu rodzinnego. Z kolei kategoria polityczno-prawna największe zainteresowanie przejawiała w pierwszym roku poddanym analizie (2009) oraz w ostatnim (2019), koncentrując się na tematyce dotyczącej np.: analizy skarg do KRRiT, aspektów prawnych ustawy o radiofonii i telewizji, czy też wolności prasy a ochrony prywatności osób powszechnie znanych, jak również mediatyzacji w kontekście osób znanych itd. Kategoria marketingowo-reklamowa popularna była w 2017 roku. Pozostałe kategorie: ekonomiczno-biznesowa, filozoficzna oraz inne utrzymują się zazwyczaj na stałym, lecz niskim poziomie.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że połowa zgłoszonych wystąpień dotyczy tematów typowo medialnych, zaś druga połowa odnosi się do kwestii z pozostałych kategorii klucza kategoryzacyjnego. Można zaobserwować wyraźne związki proponowanej i omawianej tematyki konferencyjnej w konkretnych latach z wydarzeniami w kraju czy nastrojami społecznymi. W ostatnich latach, tj. 2017-2019 prelegenci koncentrowali się na wartościach niezwykle aktualnych społecznie i medialnie, takich jak: zaufanie, prawda oraz godność. Powyższa triada daje szerokie perspektywy badawcze w kontekście nie tylko mediów, ale także tematów społecznych i kulturowych. W roku 2018 tematem przewodnim była *prawda*. Większość uczestników skupiła się na analizie mediów jako komunikatorów prawdy, a także na weryfikowaniu i diagnozowaniu, czy media społecznościowe oraz elektroniczne dostarczają prawdziwe informacje. Nie brakowało konstruktywnych propozycji przeciwstawiania się manipulacji, dezinformacji i *fake newsom*. Z kolei w 2019 roku poruszano zagadnienia z obszaru godności, co ciekawe najczęściej w kontekście mediów i tematyki kościelnej. W związku z wyborami do sejmu, jak również oburzeniem społecznym, związanym z wyjściem na światło dzienne informacji o pedofili (m.in. w polskim Kościele katolickim), wybór powyższej tematyki był częsty, bowiem skupiał wokół siebie wiele aktualnych i kontrowersyjnych tematów.

Konferencja Naukowa Etyki Mediów porusza zagadnienia typowo medialne w kontekście etyki, a także pozostaje wyjątkowo różnorodna i aktualna względem kwestii medialnych, społeczno-kulturowych, polityczno-prawnych, marketingowo-reklamowych, psychologiczno-wychowawczych, ekonomiczno-biznesowych, kościelnych, filozoficznych i innych. Koresponduje z proponowanymi przez organizatorów panelami tematycznymi. Można odnotować wysoki poziom różnorodności i szczegółowości zainteresowań prelegentów. Natomiast organizatorzy, proponując panele tematyczne, wykazują się większą ogólnością proponowanej tematyki.

c) Wnioski ogólne

Wnioski z badań zdają się być nie tylko zbieżne, ale także komplementarne. Badania ilościowe dostarczyły danych liczbowych, wskazując pewne tendencje i kierunki – konieczna jest jednak interpretacja wyników, oparta o badania jakościowe. W tym przypadku zdaje się, że przeprowadzenie dwóch rodzajów badań było konieczne dla osiągnięcia zamierzonych celów i weryfikacji hipotez naukowych oraz umożliwiło sformułowanie pełniejszych wniosków. Autorki oceniają tę decyzję jako wartościową. Uzyskane wnioski z badań cząstkowych ujednolicono do wniosków ogólnych.

Przeprowadzone badania wykazały, że podejmowanie tematu etyki mediów w konferencyjnym dyskursie naukowym jest potrzebne. Tak jak media potrzebują etyki, by móc dobrze służyć człowiekowi, tak człowiek potrzebuje mediów, by egzystować we współczesnym świecie – jednak to media mają służyć człowiekowi, a nie człowiek mediom.

Wnioski badawcze wyraźnie ukazują, że dyskurs naukowy wokół etyki mediów jest pogłębiany podczas corocznych konferencji naukowych. Proces pogłębiania dyskursu kształtuje się następująco:

1. Pogłębienie jako różnorodność: różne perspektywy światopoglądowe i badawcze.
2. Pogłębienie jako cykliczność.
3. Pogłębienie jako różnicowanie: dyskusja, debata.
4. Pogłębienie jako analiza krytyczna.

Konferencja Naukowa Etyki Mediów przyczynia się do rozwoju naukowego dyskursu, a jego uczestnicy są zapraszani do zakorzeniania się w przestrzeni etycznych propozycji wobec mediów. Grono uczestników co roku bada, odkrywa i propaguje świat wartości, potrzebny we współczesnej mediosferze.

Tematyka konferencji odzwierciedla stan oraz aktualne potrzeby mediosfery²⁰. Konferencja Naukowa Etyki Mediów współ-kształtuje przestrzeń, która pogłębia rozumienie i opis praktyki medialnej, odnosi się nowatorskich badań i analiz, stawia odważne diagnozy i nie unika ważnych pytań. Dyskurs naukowy jest różnorodny oraz różnicujący, bowiem kluczowa staje się już sama polemika i dialog, oparte o wiedzę i doświadczenie. Etyczne fundamenty, naukowy przekaz oraz merytoryczna dyskusja stanowią podstawę funkcjonowania naukowych spotkań. Konferencja nie stanowi bowiem przestrzeni do prezentowania treści światopoglądowo-ideologicznych, zaś pełni rolę centrum komunikowania wartości i dialogu. Badania pokazują także, że konferencja ta kreuje i integruje środowisko

²⁰ Przez aktualne potrzeby mediosfery należy rozumieć tematy i kwestie związane z aktualnymi wydarzeniami społecznymi, politycznymi, kościelnymi, ekonomicznymi itd., które nie tylko wybrzmiewają w przekazach medialnych, ale także stanowią wyzwanie i *casusy* etyczne.

naukowe. Nie tylko znani i cenieni naukowcy stanowią grono prelegentów, ale także młodzi badacze, rozpoczynający swoją naukową karierę. Należy podkreślić, że istnienie przestrzeni realnej wymiany myśli i poglądów w konwencji *face-to-face* ma wymiar integrujący dla całego środowiska, umacnia poczucie wspólnoty, misji i przekonanie, że media bez etyki nie są godne człowieka.

Zrealizowane badania oferują nowy wgląd w dyskurs naukowy oraz ukazują, że istnieje silna potrzeba obecności aksjologii w dyskursie naukowym oraz w konferencyjnym dyskursie naukowym, jak również w życiu ludzi. Etyka mediów jest obszarem użytecznym, potrzebnym w dyskursie konferencyjnym, a nawet koniecznym w kontekście naukowym.

Obecna w kluczu kategoryzacyjnym kategoria „inne” okazała się być niezwykle interesująca. Dowodzi ona, że prelegenci umiejscawiają i identyfikują etykę w różnorodnym i bogatym kontekście. Bogactwo tej kategorii uwidaczniają przykładowe tytuły wystąpień prelegentów, tj. *„Socjolożki, pedalstwo i bojownicy o wolność”*. Czy neutralność w języku jest w ogóle możliwa? (2009), *Podmiotowość i pamięć wobec mediów w późnej twórczości Alexa Grossa* (2013), *„Żeby ktoś nas zrozumiał...” Koncepcja rozmowy zorientowanej na temat?* (2013), *Rola wyobraźni w procesach racjonalnego myślenia na podstawie neurologicznych badań nad uważnością* (2014), *Między światem starych mistrzów a współczesnością – dialog według Sztucznych Fiołków* (2014), *Prywatność dyplomaty w mediach społecznościowych: granica między nieoficjalną i oficjalną działalnością aktorów dyplomacji* (2015), *Mroczna strona kreatywności – makiawelizm medyczny* (2016), *Literacka i medialna wielojęzyczność w sferze publicznej jako kwestia zaufania* (2017), *Odczłowieczenie uniwersytetu w metaforach produkcyjnych. Dyskurs prasowy wokół tzw. reformy Kudryckiej (2011-2014)* (2019). Widoczne w kategorii „inne”: różnorodność, refleksyjność, krytyczność i stawianie pytań przez prelegentów dotyczy również pozostałych kategorii tematycznych.

Prężny rozwój środków społecznego przekazu, technologiczny i cyfrowy świat stwarzają wiele wyzwań przed odbiorcami treści medialnych, niezależnie od wieku. Kategoria ta również zawiera szerokie spektrum tematów aktualnych i istotnych w życiu człowieka, m.in. bada procesy komunikacyjne, narracyjne w kontekście odbioru. Świadczy to o różnorodności tematów godnych analizy i badań, dodatkowo wskazując przestrzenie wartę przeanalizowania. Już sama mnogość poruszanych zagadnień ukazuje szeroki obszar badawczy, wnoszący wiele istotnych informacji i perspektyw do dyskursu naukowego. Analiza badań uwidacznia rzeczywistą korelację pomiędzy różnymi dyscyplinami naukowymi. Warto zauważyć, że nauki o komunikacji społecznej i mediach wyróżniają się – na tle innych dyscyplin – znaczącą interdyscyplinarnością, łączą w sobie różne perspektywy, metodologie badań, pytania badawcze, a także oferują interpretacje i diagnozy wychodzące poza ramy dyscyplinarne. Podobne właściwości wykazuje dyskurs konferencyjny. Zatem praktykowanie nauki o komunikacji

społecznej i mediach podczas konferencji ma wymiar synergicznej różnorodności i metadyscyplinarności. Różnorodność tematyki obecnej w dyskursie konferencyjnym ujawnia także skonstruowany przez autorki klucz kategoryzacyjny. W toku badań zwracają uwagę związki mediów z obszarem: społeczno-kulturowym, polityczno-prawnym, marketingowo-reklamowym, psychologiczno-wychowawczym, ekonomiczno-biznesowym, kościelnym, filozoficznym, a także innymi obszarami.

Badania również potwierdzają wszechobecność mediów i ich wpływ na współczesnego człowieka. Analiza programów konferencyjnych Konferencji Naukowej Etyki Mediów na przestrzeni lat 2009-2019 pozwala uznać, że komunikowanie treści naukowych i merytorycznych nie jest zarezerwowane (w przypadku etyki mediów) tylko dla doświadczonych naukowców, ale może być praktykowane przez specjalistów dziedzin medialnych, a także młodych naukowców, którzy wnoszą w dyskurs konferencyjny świeże spojrzenie i perspektywę analizowania i rozumienia mediosfery, w której przyszło im egzystować już od urodzenia.

Analiza zagranicznych konferencji naukowych w całości poświęconych etyce mediów ujawniła pewną nieregularność w organizacji spotkań oraz – co pozytywne – podejmowanie działań przez ośrodki naukowe (Uniwersytet w Sewilli, Uniwersytet Nauk Stosowanych w St. Pölten, Uniwersytet St. Michael's College, kolegium Uniwersytetu w Toronto, Uniwersytet Tilak Maharashtra Vidyapeeth w Pune, Uniwersytet Central Oklahoma w Edmond, Oklahoma) czy naukowo-biznesowe (Fińskie Stowarzyszenie Specjalistów ds. Komunikacji), a nawet organizacje non-profit (Instytut Poyntera w St. Petersburgu na Florydzie). Konferencja Naukowa Etyki Mediów w Polsce na tym tle odznacza się regularnością (co rok) i długoletnią tradycją (od 2007).

Badania sugerują dalszą potrzebę prowadzenia analiz w zakresie potencjału i wpływu konferencyjnego dyskursu naukowego w temacie etyki mediów na środowisko akademickie.

Margines błędu badawczego

Należy podkreślić, że w przypadku analizy zawartości programów konferencyjnych w latach 2009-2019 istnieje możliwość wystąpienia co najmniej trzech nieścisłości.

Pierwsza wynika z rozbieżności, która może wystąpić na konferencjach w kontekście faktu zgłoszenia a realnego wystąpienia. Zdarza się, że z przyczyn losowych prelegenci nie pojawiają się na konferencji lub rezygnują z aktywnego udziału mimo zgłoszenia. Program nie jest aktualizowany po konferencji. Należy jednak przyjąć, że rozbieżność ta nie wpływa znacząco na wyniki badań w latach

2009-2019 oraz nie stanowi błędu w kontekście zgłaszanej tematyki wystąpień, gdyż samo zgłoszenie jest wyraźnym sygnałem zainteresowań naukowych. Rzeczywisty wpływ można odnotować w przypadku danych dotyczących liczebności prelegentów.

Proponowane przez prelegentów tematy niejednokrotnie mają formę gry słownej, metafory, wykorzystują cytaty lub nawiązanie – uniemożliwia to precyzyjną klasyfikację tematyczną (wówczas przydzielano wystąpienie do kategorii inne). Warto podać przykłady: *Jak czytamy mapy i jak mapy czytają nas?* (2015), *Komu wierzyć* (2017). W programach konferencyjnych brakuje abstraktów, słów kluczowych – jest to jednak zjawisko dość powszechne dla konferencji naukowych i programów konferencyjnych.

Trzecia nieściśłość dotyczy zmian tematu, które nie są uwzględniane w programie konferencyjnym. Należy jednak uznać, że ta nieściśłość, jakkolwiek może mieć wpływ na wyniki badań, pozostaje trudna do wychwycenia – i pośrednio może wskazywać na dynamikę potrzeb badawczych i wyzwania mediosfery.

Rekomendacje

Dyskurs naukowy może być systematycznie pogłębiany, dlatego autorki zdecydowały się także sformułować rekomendacje. Konferencja Naukowa Etyki Mediów dostarcza coraz nowszych wymiarów i możliwości pogłębiania dyskursu naukowego. Dalsze możliwości pogłębiania dyskursu kształtują się wokół haseł: międzynarodowość, krytyczne podejście, inicjowanie dyskusji, *networking*²¹ oraz wykorzystanie potencjału środowiska cyfrowego.

Ponieważ krajowy wymiar konferencji o etyce mediów oceniono jako typowy dla praktyk konferencyjnych na świecie, można zaproponować stopniowe wprowadzenie wymiaru międzynarodowego na skalę krajów Europy Środkowej: podobne uwarunkowania historyczne, podobieństwo systemów medialnych i kwestie kulturowe mogą sprzyjać wymianie doświadczeń i budowaniu wspólnej orientacji etycznej dla mediów.

Zdaje się, że niezwykle cenne jest rozwijanie w ramach dyskursu krytycznego podejścia do podejmowanych tematów. Konstruktywna krytyka i różnorodność perspektyw powinny być ze wszech miar podtrzymywane. Prelegenci i goście konferencyjni powinni wiedzieć i czuć, że wypracowany dyskurs konferencyjny jest otwarty na odmienność poglądów i chęć wychodzenia poza stereotypy. Krytyczny rys skłaniający do twórczych dyskusji może wnieść wiele pozytywnych cech, takich jak otwartość na analizę szerokiego spektrum dotąd nieznanych czy zupełnie nowych zagadnień.

²¹ Z j. ang. jest to szerokie pojęcie odnoszące się do nawiązywania kontaktów i utrzymania pozytywnych relacji w celu wymiany informacji oraz wzajemnego wsparcia w wybranej sferze, np. biznesowej, naukowej, socjalnej.

Inicjowanie podczas konferencji aktywnej debaty, dyskusji panelowych, uwzględnianie czasu i przestrzeni na pytania i odpowiedzi, otwiera prelegentów oraz uczestników na nowe perspektywy badawcze, ale także skłania do dialogu, argumentacji, refleksji na gruncie społecznym, politycznym, filozoficznym czy też kulturowym.

Integracja środowiska naukowego ma związki z coraz powszechniejszą propozycją *networkingu*: prelegentom jest umożliwiany i ułatwiany kontakt między sobą, co ma przyczyniać się do nawiązywania współpracy. Oczywiście, prelegenci mają możliwości podejmowania samodzielnych działań, jednak obserwuje się w przestrzeni naukowej czy naukowo-biznesowej tendencje do tworzenia przez organizatorów platformy cyfrowej, gdzie za zgodą zainteresowanych umieszczane są dane kontaktowe, zainteresowania naukowe, dotychczas realizowane projekty badawcze, czy też abstrakty do proponowanych referatów i wystąpień. W związku z powyższym zjawisko *networkingu* przyczynia się do wykorzystania zasobów, pomysłów i energii, swobodnego przepływu informacji oraz dzielenia się i otwartości, dając tym samym prelegentom możliwość tworzenia sieci kontaktów i nawiązywania wzajemnej współpracy.

Nowe technologie oraz postęp cyfryzacji wpływają na polepszenie funkcjonalności i dostępności konferencji naukowych. Przestrzeń cyfrowa niejednokrotnie jest wykorzystywana do realizacji (w całości lub częściowo) konferencji online, ale także do zamieszczania materiałów dodatkowych, raportów, publikacji, repozytoriów (upowszechniania wyników badań), a także nagrań wystąpień i dyskusji – dostępnych później dla uczestników czynnych (prelegentów) i uczestników biernych (zarejestrowanych gości czy słuchaczy). Wymiana treści zatem może zachodzić w jeszcze pełniejszym wymiarze na poziomie środowiska zorientowanego wokół etyki mediów.

Zakończenie

Dla auterek nie jest zaskoczeniem, że wyniki badań i opracowane konkluzje potwierdziły postawione hipotezy naukowe. Można jednak odkryć, że podejmowanie tematyki związanej z etyką mediów jest niezaprzeczalnie potrzebne w dyskursie naukowym, ale nade wszystko pogłębia go.

Pogłębienie dyskursu należy rozumieć jako stawianie w nowym świetle tematów znanych, podejmowanie tematów nowych, reinterpretację znaczeń i kontestowanie schematów czy stereotypów. Owszem, można uznać, że pogłębienie nie jest wskaźnikiem liczbowym i obiektywnym, niemniej w badaniach jakościowych interpretacja i opis świata zakłada subiektywną ocenę badacza. Autorki nie miały zamiaru dokonywać pomiaru pogłębienia, a jedynie wskazać, że w swojej głębokiej istocie – poprzez różnorodność, powtarzalność, cykliczność,

aktualność i wielość perspektyw – dyskurs konferencyjny dotyczący etyki mediów jest pogłębiany.

Potrzeba organizowania corocznej konferencji (a zatem systematycznego dialogu oraz integracji środowiska naukowego) dotyczącej etyki mediów, jest widoczna po przeprowadzonych badaniach. Można w tym miejscu posłużyć się cytatem z wywiadu eksperckiego: „Media potrzebują etyki. Ta teza jest słuszna, i skoro nie jest tylko jakąś hipotezą to powinna przekładać się na praktykę badawczą. Praktykę także w wymiarze funkcjonalności mediów. Bez etyki media są ślepe. Media nie mają orientacji, i zależą od ludzi, którzy są ich twórcami i odbiorcami. Ci zaś zawsze posługują się świadomie bądź nieświadomie jakimiś kryteriami aksjologicznymi. (...) Ten świat realny istnieje, w tym świecie żyjemy, dokonujemy wyborów i działań o charakterze etycznym. Stąd etyka z konieczności powinna zajmować się mediami²²”.

Konferencja Naukowa Etyki Mediów jest potrzebna w przestrzeni naukowej. Z jednej strony pogłębia dyskurs zorientowany wokół etyki mediów, a z drugiej strony ze względu na charakter dyskursu i dyscypliny naukowej (nauki o komunikacji społecznej i mediach) ma charakter interdyscyplinarny. Organizatorzy poruszają i motywują prelegentów do podejmowania aktualnej tematyki z obszarów: społeczno-kulturowych, polityczno-prawnych, marketingowo-reklamowych, psychologiczno-wychowawczych, ekonomiczno-biznesowych, kościelnych, filozoficznych, a także innych obszarów, w duchu przyświecających im wartości. Mowa tutaj o perspektywie łączącej obszary humanistyczne, które jako centrum stawiają człowieka, jego byt, egzystencję, wybory, a tym samym skutki podejmowanych działań.

Jakkolwiek Konferencja Naukowa Etyki Mediów oparta jest na fundamentach wartości oraz organizowana jest przez katolicką uczelnię, odznacza się wyraźnym obiektywizmem, wychodzeniem poza schematy myślowe oraz bezstronnością. Może o tym świadczyć fakt, że w 2019 roku, gdy uwaga całego kraju skupiła się na problemie pedofilii w polskim Kościele (i jego przemilczaniu), jeden z paneli tematycznych oraz debata zostały poświęcone powyższemu zjawisku, przelamując tym samym tabu. Zarówno osoby świeckie, jak i kościelne podejmowały temat skandali seksualnych i tuszowania ich w strukturach kościelnych. Prelegenci zareagowali na wydarzenia kontrowersyjne i bolesne w sposób zdecydowany i domagający się prawdy, sprawiedliwości i poszanowania godności.

Konferencja Naukowa Etyki Mediów w 2020 roku nie odbyła się w tradycyjnym terminie w formie stacjonarnej z uwagi na sytuację epidemiologiczną, jednakże organizatorzy zadbali o ciągłość naukowych, corocznych spotkań, organizując w grudniu jednodniowe spotkanie w formie online. To wydarzenie wpisuje się w rekomendowane wykorzystywanie osiągnięć technologicznych.

²² Fragment wywiadu z ks. prof. dr. hab. Michałem Drożdżem.

Wirus wywołujący chorobę COVID-19, który swoim zasięgiem objął cały świat i częściowo sparaliżował funkcjonowanie społeczeństwa, postawił przed człowiekiem szereg nowych wyzwań etycznych oraz społecznych. Przestrzeń medialna potrzebuje odpowiedzialnych i zaangażowanych ludzi, rozumiejących, że misja społeczna mediów i wymiar etyczny to kluczowe zagadnienia i zadania w najbliższych latach. Również przestrzeń naukowa odczuwa dotkliwie skutki epidemiologiczne, mianowicie m.in. rezygnację z przeprowadzania konferencji naukowych, przenoszenie zajęć dydaktycznych na uczelniach do przestrzeni cyfrowej w formie pracy i nauki zdalnej, czy też wstrzymanie prac ośrodków badawczych i realizacji badań. Należy jednak pamiętać, że dyskusja naukowa trwa nieprzerwanie i wchodzi w niezbadane, coraz ciekawsze obszary.

Chwilowy impas można potraktować jako nową perspektywę oraz szansę na czas i refleksje nad wartościami w ujęciu społecznym i indywidualnym. Możliwości pogłębiania dyskursu konferencyjnego wokół etyki mediów przybywa.

Podziękowania

Podziękowania składamy osobom, które udzieliły merytorycznego wsparcia, naukowego przekazu wiedzy, a także udostępniły potrzebne materiały: ks. prof. dr. hab. Michałowi Drożdżowi oraz dr Katarzynie Drąg – od 2007 roku organizatorom Konferencji Naukowej Etyki Mediów w Krakowie.

Acknowledgement

We would like to thank the people who provided substantive support, scientific transfer of knowledge, and also made available the necessary materials: prof. dr hab. Michał Drożdż and dr Katarzyna Drąg - since 2007 the organizers of the Scientific Conference on Media Ethics in Krakow²³.

Bibliografia

- Hess A., *Dialog obywatelski w metodologii badań medioznawczych*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, (red.) Agnieszka Szymańska, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Agnieszka Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Kraków 2018.
- Brzozowska D., *Dyskurs i jego kolokacje*, [w:] *Dyskurs w perspektywie akademickiej*, Komisja Lingwistyki Dyskursu. Międzynarodowy Komitet Słowistów, Olsztyn 2014.
- Przybyłowska I., *Wywiad swobodny ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji i możliwości*

²³ Por. M. Andruszkiewicz, *Wpływ języka na adresatów norm prawnych* [w:] „Przegląd Prawa Publicznego”, nr 7/8/2015, s. 35-44.

- jego zastosowania w badaniach socjologicznych*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich we Wrocławiu, Wrocław 1978.
- Stempien J. R., Rostocki W. A. *Wywiady eksperckie i wywiady delfickie w socjologii – możliwości i konsekwencje wykorzystania. Przykłady Doświadczeń Badawczych*, „Przegląd Socjologiczny” 2013, nr 62 (1).
- Konarska K., *Etyka mediów – czym jest i dlaczego jej nie ma? Rozważania o zagubionych wartościach i zmarnowanych zależnościach*, „Colloquia Anthropologica et Communicativa” 9, 2016.
- Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa 2000, <http://qsr.webd.pl/KKonecki/publikacje/publikacja2.html/#roz8> (1.03.2020).
- Geryk M., *Wpływ mediów na postawy etyczne w środowisku akademickim*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe”, 2014, nr 1–2/43–44.
- Klepka R., Idzik J., *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata?*, [w:] *Medialne obrazy świata. Tom 2. Polityka i bezpieczeństwo w relacjach medialnych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2019.
- Piekot T., *Trzy sposoby rozumienia słowa dyskurs*, [w:] *Dyskurs w perspektywie akademickiej*, Komisja Lingwistyki Dyskursu. Międzynarodowy Komitet Słowistów, Olsztyn 2014.

Źródła internetowe

Programy konferencyjne z lat 2015-2019, www.etykamediiow.pl/index.php/archiwum (10.03.2020).

Media Ethics in a Conference Perspective. Considerations on the possibilities of deepening the scientific discourse

Summary

Media ethics plays an important role for the media sphere as well as for society. The discussion on media ethics and ethics in the media is undertaken and present in the academic discourse, constituting not only an interesting research area, but also the foundation of education, communication and dialogue. By analyzing the area of conference discourse, a research gap was diagnosed. The aim of the present article sets out to answer the question about the need for media ethics in academic discourse and to verify the possibilities of deepening the academic discourse around media ethics. Two research hypotheses were formulated: it is necessary to take up the topic of media ethics in conference academic discourse and academic discourse on media ethics is deepened during academic conferences. The presented research conclusions were formulated on the basis of research: expert interview and analysis of the content of the conference programs of the Academic Conference on Media Ethics in 2009-2019. The above studies confirmed the research hypotheses and allow the authors to conclude that the presence of media ethics in the academic discourse is necessary and even urgent; and that conference academic discourse not only deepens the reflection on media ethics, but also affects the academic space (by integrating and shaping the academic community) and shapes academic areas: ethically and medially important.

Keywords: media ethics, conference scientific discourse, communication, dialogue, integration