



Konferencja Międzynarodowa Media-Biznes-Kultura. Pomorze 2019

Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa UG
Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna
Gdańsk, 21-22 października 2019 r.



PROGRAM

21 października (poniedziałek) 2019 r.

Wydział Nauk Społecznych, ul. Bażyńskiego 4, Gdańsk

8.30	Rejestracja uczestników
9.30-12.00	OBRADY PLENARNE Aula S207 prowadzenie: red. Alina Kietrys
9.30-10.00	Otwarcie konferencji i przywitanie gości
10.00-10.20	<i>Społeczna odpowiedzialność mediów: od praktyki komunikacji do przedmiotu badań</i> prof. zw. dr hab. Iwona Hofman, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
10.20-10.40	<i>O polityzacji mediów w Polsce – refleksje medioznawcy</i> prof. zw. dr hab. Janusz Adamowski, Uniwersytet Warszawski
10.40-11.00	<i>Odbiorcy mediów w świecie cyfrowym</i> prof. zw. dr hab. Teresa Sasińska-Klas, Uniwersytet Jagielloński
11.00-11.20	<i>Rafinacja Big Data. Nauka i Kultura</i> prof. zw. dr hab. inż. Włodzimierz Gogołek, Uniwersytet Warszawski
11.20-11.40	<i>Źródło krzywdy w mediach</i> prof. nadzw. dr hab. Tadeusz Kononiuk, Uniwersytet Warszawski
11.40-12.00	<i>Bezpieczeństwo etyczne w świecie (nie)etyczności słowa</i> ks. prof. nadzw. dr hab. Michał Drożdż Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
	Przerwa na kawę

PANEL DYSKUSJNY

Aula S208

Skuteczna komunikacja z perspektywy zawodowych komunikatorów
wprowadzenie oraz moderacja: prof. nadzw. dr hab. Dariusz Tworzydło
opieka naukowa: dr Beata Czechowska-Derkacz

12.00-13.15

Forum ekspertów:

Grzegorz Kubicki (redaktor naczelny Gazety Wyborczej w Trójmieście)
Cyprian Maciejewski (członek zarządu Polskiego Stowarzyszenia Public Relations)
Anna Kiryjow-Radzka (prezes Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich „PRom”)
Paweł Sanowski (prezes zarządu Instytutu Monitorowania Mediów)
Magdalena Hajdysz (rzecznik prasowy Gdańskiego Teatru Szekspirowskiego)

13.30-15.30

Obiad

SEKCJE STUDENCKO-DOKTORANCKIE

13.30-15.15

	Sala C211/212 SEKCJA I Przewodniczenie: dr Jacek Wojstław	Sala C213/214 SEKCJA II Przewodniczenie: dr Anna Lusińska	Sala D302 SEKCJA III Przewodniczenie: dr Konrad Knoch	Sala S317 SEKCJA IV Przewodniczenie: dr Dominik Chomik
13.30-13.45	<i>Media społecznościowe w Kościele afrykańskim</i> ks. Maciej Makuła Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	<i>Organizacje pozarządowe w mediach. Telewizyjne kampanie reklamowe i społeczne</i> Klara Mirecka Uniwersytet Gdański	<i>Budowa tajemnicy i suspensu w tytułach artykułów na przykładzie portali lifestylowych F5 i Art of Manliness</i> Mateusz Piotrowski, Marcin Wójcik Portal KawkaENTER	<i>Zjawisko odpowiedzialności w erze mediów cyfrowych: paradoks świata postprawdy</i> Natalia Lysovets Narodowy Uniwersytet Akademia Ostrogska

13.45-14.00	<i>Wirtualny pasterz - aktywność biskupów w serwisie społecznościowym Facebook</i> ks. Marek Weresa Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego	<i>Marketing społeczny, storytelling i wizualne aspekty reklamy "100 sekund dobra"</i> Daria Kuling, Aleksandra Mazurek Uniwersytet Gdański	<i>Rozwój i perspektywy Studenckich Kół Telewizyjnych na uczelniach w Polsce</i> Patryk Artemniak Uniwersytet Gdański	<i>Praca dziennikarki sportowej w polskich mediach</i> Agnieszka Musiał, Paula Dąbrowska Uniwersytet Gdański
14.00-14.15	<i>Między misyjnością a komercjalizacją. Reforma funkcjonowania i realizacji profilu społeczno-religijnego poznańskiego Radia Emaus</i> Krzysztof Grządzielski Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	<i>Reklama zaangażowana według Levi's®</i> Oliwia Sarnowska Uniwersytet Gdański	<i>Sześć lat radiofonii cyfrowej w Polsce – rozwój czy stagnacja?</i> Paweł Nowak Uniwersytet Jagielloński	<i>„Śmiało edytuj”, ale... pamiętaj o zwyczajach. Filary i reguły w polskiej wersji językowej Wikipedii</i> Patrycja Cybulska Uniwersytet Gdański
14.15-14.30	<i>Zamiast kapci – @. Social media jako symbol zmian w polskim świecie Muzeów na przykładzie Ośrodka Dokumentacji Sztuki Tadeusza Kantora – Cricoteka i Muzeum Emigracji w Gdyni</i> Jakub Szatek Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie	<i>Wpływ społeczności (fanowskiej) na wizerunek marki</i> Katarzyna Bolęba-Bocheńska Uniwersytet Jagielloński	<i>Dziennikarstwo śledcze na granicy prawa - analiza kryminologiczna</i> Weronika Majek Uniwersytet Gdański	<i>Świat na okładce tygodników opinii w XXI wieku na przykładzie „Polityki” i „Newsweek Polska”</i> Marta Kokoszczyńska Uniwersytet Gdański
14.30-14.45	<i>Ewolucja kulturologiczna człowieka w kontekście rozwoju Internetu</i> Andrii Kutsyk Wschodnioeuropejski Uniwersytet Narodowy im. Lesii Ukrainki	<i>Posiadanie i użytkowanie. Specyfika komunikowania na rynku usług</i> ks. Wojciech Kujaszewski Uniwersytet Gdański	<i>Komunikacja treści religijnych w serwisie społecznościowym Twitter na polskojęzycznych profilach sióstr i braci zakonnych</i> Magdalena Jeżak-Śmigielska Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego	<i>Polityka jest brutalną grą - medialny przypadek Mateusza Oszymańca</i> Przemysław Gawin Uniwersytet Gdański
14.45-15.00	<i>Post-prawda jako zjawisko neutralne. Próba redefinicji pojęcia</i> Maciej Żulpo Uniwersytet Gdański	<i>Internet jako współczesne medium komunikacji w przedsiębiorstwie motoryzacyjnym na przykładzie marki Serwis Haller</i> Katarzyna Połomska-Kwaśniewska Serwis Haller Sp. z o. o.	<i>Wydarzenia 1945 roku i ich skutki dla Warmii i Mazur (byłe Prusy Wschodnie) w reportażach z lat 1990-2015</i> Marta Wiśniewska Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	<i>Legendarny oszust. Analiza wizerunku medialnego Lance'a Armstronga w książkach i polskiej prasie</i> Krzysztof Błank Uniwersytet Gdański
15.00-15.15	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja

OBRADY W SEKCJACH

15.30-17.45

	Sala: C211/212	Sala: C213/214	Sala: D302	Sala: S317
	<p>MEDIA A RYNEK</p> <p>Przewodniczenie: prof. zw. dr hab. inż. Włodzimierz Gogołek</p>	<p>MEDIA W SPOŁECZEŃSTWIE I KULTURZE</p> <p>Przewodniczenie: prof. zw. dr hab. Teresa Sasińska-Klas</p>	<p>MEDIA A POLITYKA</p> <p>Przewodniczenie: prof. zw. dr hab. Iwona Hofman</p>	<p>MEDIA A ETYKA SŁOWA I GRZECZNOŚĆ JĘZYKOWA W ŻYCIU PUBLICZNYM</p> <p>Przewodniczenie: ks. prof. nadzw. dr hab. Michał Drożdż</p>
15.30-15.45	<p><i>Deepfake: między władzą algorytmu a wolnością użytkownika nowych mediów</i></p> <p>prof. nadzw. dr hab. Jan Kreft Uniwersytet Jagielloński</p>	<p><i>Specyfika przekazów o zdrowiu. Publicystyka dziennikarska a komunikacja w codziennej praktyce medycznej</i></p> <p>dr Olga Białek-Szwed Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II</p>	<p><i>Efekt odwrócenia. Rola mediów w dialogu obywatelskim</i></p> <p>prof. nadzw. dr hab. Agnieszka Hess Uniwersytet Jagielloński</p>	<p><i>Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych</i></p> <p>prof. zw. dr hab. Jolanta Maćkiewicz Uniwersytet Gdański</p>
15.45-16.30	<p><i>Podmiot czy przedmiot? Użytkownik internetu w dobie algorytmów</i></p> <p>dr Anna Miotk Uniwersytet Warszawski</p>	<p><i>Damy kontra czarownice? Style i drogi życiowe propagowane na łamach prasy kobiecej. Na przykładzie kobiecej prasy ezoterycznej i luksusowych magazynów</i></p> <p>dr Judyta Perczak Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach</p>	<p><i>Lider w strategiach komunikowania polskich ugrupowań politycznych na Facebooku. Przypadek kampanii wyborczej do Europarlamentu w 2019 roku</i></p> <p>dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie</p>	<p><i>Kompetencje komunikowania interpersonalnego miarą jakości relacji społecznych</i></p> <p>dr Katarzyna Dąg Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie</p>
16.30-16.45	<p>Biznesowe i prywatne blogi internetowe – podobieństwa i różnice</p> <p>prof. nadzw. dr hab. Piotr Kładoczny Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim</p>	<p><i>Fotografia prasowa jako (nie)zrozumiała dla odbiorcy treść dziennikarska – raport z badań</i></p> <p>dr Joanna Szyłko-Kwas Uniwersytet Warszawski</p>	<p><i>Sylwetki polityków na łamach magazynów luksusowych w latach 1989-2018. Analiza porównawcza</i></p> <p>dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach</p>	<p><i>Językowe elementy autopromocyjne w „Wiadomościach” TVP1. Analiza porównawcza 2015-2019</i></p> <p>dr hab. Krzysztof Kaszewski Uniwersytet Warszawski</p>

16.45-17.00	<i>Media jako kanał przekazów reklamowych w świetle prognoz Ogilvy'ego a współczesna rzeczywistość cyfrowa</i> dr hab. Krzysztof Stępnik Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	<i>Istota i znaczenie zakazu formułowania przedśądów w materiałach prasowych na przykładzie relacji po zatrzymaniu Jakuba A. podejrzewanego o zabójstwo 10-letniej Kristiny z Mrowin</i> dr hab. Maria Łoszevska-Ołowska Uniwersytet Warszawski	<i>Wykorzystanie mediów społecznościowych w działalności partii politycznych</i> dr Katarzyna Kamińska-Korolczuk Uniwersytet Gdański	<i>Dobroć a skuteczne komunikowanie się: nauczanie Jana Pawła II, Benedykta XVI i Franciszka na temat mediów</i> ks. prof. zw. dr hab. Wojciech Misztal, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
17.00-17.15	<i>Grzeczność i arogancja jako strategie marketingowe w dyskursie publicznym</i> dr Anna M. Kiełbiewska Polskie Towarzystwo Retoryczne Uniwersytet Warszawski	<i>Źródła medialnego tabu.</i> ks. dr Sławomir Soczyński Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie	<i>Facebook w komunikowaniu politycznym – jedno narzędzie – wiele zastosowań</i> dr Anna Kalinowska-Żeleźnik Uniwersytet Gdański	<i>Przemilczenie jako strategia komunikacyjna</i> dr hab. Barbara Sobczak Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
17.15-17.30	<i>Problemy współczesnej telewizji francuskiej. Cyfryzacja, nowe technologie, nowe potrzeby odbiorców</i> dr hab. Katarzyna Gajlewicz-Korab Uniwersytet Warszawski	<i>Commodifying the Oriental Other. Liberal American media and reproduction of racism</i> dr Ewelina Gutowska-Kozielska Uniwersytet Gdański	<i>Niezależna prasa związkowa w okresie Solidarności (1980-1981)</i> dr Konrad Knoch Uniwersytet Gdański	<i>Rola mediów w kampanii wyborczej przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2019 roku</i> dr Marta Cichy Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
17.30-17.45	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja
18.00-21.00	Benefis Redaktor Aliny Kietrys z okazji 50-lecia pracy zawodowej <i>Budynek Neofilologii Wydziału Filologicznego UG, Sala Teatralna, Kampus UG w Gdańsku Oliwie</i> Prezentacja jubileuszowej książki „Pani Redaktor. W kręgu mediów, kultury i polityki” pod red. Małgorzaty Łosiewicz i Beaty Czechowskiej-Derkacz Monodram „Fal-staff” w wykonaniu Krzysztofa Gordona, scenariusz Andrzej Żurowski na motywach dramatów Williama Szekspira Poczęstunek			

OBRADY W SEKCJACH

09.00-10.45

	Sala C211/212 MEDIA W SPOŁECZEŃSTWIE I KULTURZE Przewodniczenie: ks. prof. zw. dr hab. Wojciech Misztal	Sala C213/214 MEDIA W SPOŁECZEŃSTWIE I KULTURZE Przewodniczenie: dr hab. Małgorzata Adamik- Szysiak	Sala D302 MEDIA W SPOŁECZEŃSTWIE I KULTURZE Przewodniczenie: dr hab. Krzysztof Stępnia	Sala S207 MEDIA W SPOŁECZEŃSTWIE I KULTURZE Przewodniczenie: dr Barbara Świąder-Puchowska
09.00-09.15	<i>Dekodowanie obrazu za pomocą metod semiotyki wizualnej na podstawie wybranych przykładów fotografii reklamowej i dokumentalnej</i> prof. nadzw. dr hab. Zbigniew Treppa Uniwersytet Gdański	<i>Polityka informacyjna władz PZPR w latach 70. XX wieku</i> dr Jacek Wojśław Uniwersytet Gdański	<i>Media audiowizualne w ocenie społecznej</i> dr Katarzyna Maciejewska-Mieszowska Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	<i>Redefinicja polityki komunikacyjnej w trzecim sektorze</i> dr hab. Małgorzata Łosiewicz Uniwersytet Gdański
09.15-09.30	<i>Relacje między formą a przekazem. Świat w obiektywie Bogdana Dziworskiego</i> dr hab. Karolina Aszyk Uniwersytet Gdański	<i>Wykorzystanie stereotypów w reklamie na przykładzie kontrowersyjnej kampanii American Airlines</i> dr Klaudia Cymanow-Sosin Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie	<i>Wartości i antywartości algorytmów w komunikacji marketingowej</i> prof. nadzw. dr hab. Monika Przybysz Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie	<i>Propagowanie wartości w reklamie – przejaw polityki społecznej czy okazja do pozyskania konsumenta?</i> prof. nadzw. dr hab. Anna Ryłko-Kurpiewska Uniwersytet Gdański
09.30-09.45	<i>Rozliczanie historii. "Polacos" Anny Pamuły</i> dr Jan Miklas-Frankowski Uniwersytet Gdański	<i>Rola komunikacji społecznej we wdrażaniu kontrowersyjnych projektów inwestycyjnych</i> prof. nadzw. dr hab. Sylwia Mrozowska, Uniwersytet Gdański	<i>Program radiowy: normy, realizacja, ocena</i> dr Tadeusz Sznajderski Uniwersytet Gdański	<i>Pisarz jako marka. Sytuacja pisarza na współczesnym rynku książki</i> red. Wojciech Gustowski Novae Res
09.45-10.00	<i>Dychotomia znaczeniowa figury psa w filmie A. Panka „Wilkołak”</i> dr Grzegorz Kapuściński Uniwersytet Gdański	<i>Kryzys męskości w mediach tożsamościowych</i> dr Paweł Kozielski Uniwersytet Gdański	<i>Status ontologiczny eksperymentu audialnego</i> dr Natalia Kowalska Uniwersytet Łódzki	<i>Literaci i dziennikarze w powojennym Gdańsku</i> dr Jolanta Laskowska Uniwersytet Gdański

10.00-10.15	<i>Histotainment – czy śpiewając piosenki powstańcze lepiej rozumiemy przeszłość?</i> Sławomir Doległo Uniwersytet Jagielloński	<i>Autostereotyp nauczyciela w grupie facebookowej "Ja nauczyciel"</i> dr Michalina Rutka Uniwersytet Gdański	<i>Jeziora osobliwej muzyki. Zastosowanie nowoczesnych narzędzi crowdfundingu w projekcie: Ania Broda "Thousand Lakes". Studium przypadku</i> prof. zw. dr hab. Marek Sokołowski, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	<i>Marka autorska jako narzędzie komunikacji literackiej</i> dr hab. Katarzyna Kaczor Uniwersytet Gdański
10.15-10.30	<i>O szanowaniu wieloetniczności i wielokulturowości w przekazach emitowanych w mediach na przykładzie wybranych kampanii społecznych</i> dr Anna Lusińska Uniwersytet Gdański	<i>Wiarygodność finansowa poprzez media. Czy to możliwe? Na przykładzie platformy Score Hunter</i> Marcin Wąsik-Wiszniewski Nowoczesne Zarządzanie Biznesem	<i>Problem stygmatyzacji public relations w kontekście zasad etyki dziennikarskiej oraz etyki PR</i> dr Łukasz Przybysz Uniwersytet Warszawski	
10.30-10.45	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja	Dyskusja
10.45	Przerwa na kawę			
11.00-12.30	<p>PANEL DYSKUSJNY</p> <p>Aula S207</p> <p>Spółeczna odpowiedzialność w komunikacji</p> <p>Prowadzenie: Magdalena Skorupka-Kaczmarek</p> <p>Opieka naukowa: dr hab. Małgorzata Łosiewicz, prof. nadzw. dr hab. Anna Ryłko-Kurpiewska</p> <p>Forum ekspertów:</p> <p>Barbara Owsiak (wicedyrektor ds. edukacji i komunikacji społecznej w Gabinetie Prezesa ZUS)</p> <p>Dorota Michałowska, dyrektor Pionu Korporacyjnego NDI SA)</p> <p>Dorota Markiewicz-Kubik (dyrektor ds. HR, dyrektor ds. Komunikacji i Zaangażowania Społecznego Farm Frites Poland SA)</p> <p>Sebastian Bykowski (wiceprezes zarządu, dyrektor generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)</p> <p>prof. UKSW dr hab. Monika Przybysz (kierownik Katedry Public Relations i Komunikacji Marketingowej na Wydziale Teologicznym Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie)</p> <p>Michał Polak (dyrektor ds. programów edukacyjnych w Warszawskim Instytucie Bankowości)</p>			

WARSZTATY

12.45-16.45

SPOTKANIE Z GOŚCIEM SPECJALNYM

12.45-14.15

Sala C211/212

**WARSZTAT: WYKORZYSTANIE MONITORINGU MEDIÓW
W CZASIE KRYZYSU**

PRESS SERVICE:
Marcin Szczupak

lunch

Sala C213/214

**WARSZTAT: INFOGRAFIKA JAKO SKUTECZNY SPOSÓB
KOMUNIKACJI**

PRESS SERVICE:
Marcin Szczupak

Aula S207

**SPOTKANIE Z ANNA MIERZEJEWSKĄ
GOŚCIEM SPECJALNYM KONFERENCJI
„Media w czasach zagłady”**

Anna Mierzejewska – pierwsza w historii redaktor naczelna polskiej edycji magazynu Playboy. Funkcję objęła w wieku 27 lat, czyli dokładnie w tym samym, w którym Hugh Hefner stworzył ten kultowy magazyn w USA. Olsztynianka, absolwentka dziennikarstwa na Uniwersytecie Gdańskim. Od początku swojej kariery związana z Marquard Media Polska. Jako dziennikarka pracowała m.in. w drukowanych oraz internetowych wydaniach magazynów Cosmopolitan i Joy. Pracę łączy z edukacją w Polskiej Szkole Reportażu. Uwielbia góry, zwłaszcza Tatry. Codzienności nie wyobraża sobie bez dawki rock'n'rolla i zwierząt.

16.45-17.00

Zakończenie konferencji

ORGANIZATOR



Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa UG
Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna

WSPÓŁORGANIZATOR



Rektor Uniwersytetu Gdańskiego



PATRONAT HONOROWY KONFERENCJI

PATRONAT EDUKACYJNY



PATRONAT HONOROWY PANELI DYSKUSYJNYCH



PARTNERZY



WSPIERAJĄ NAS



PATRONAT MEDIALNY

