



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Wydział Nauk Społecznych
Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA, MEDIÓW I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ
WYDZIAŁU NAUK SPOŁECZNYCH
UNIwersYTETU PAPIESKIEGO JANA PAWŁA II W KRAKOWIE

zaprasza na

XVI KONFERENCJĘ NAUKOWĄ ETYKI MEDIÓW
Bezinteresowność w mediach – interesowne media
Disinterestedness in Media – Self-Interested Media
KRAKÓW, 18–19 MAJA 2022 ROKU

Przewodniczący Konferencji:

ks. prof. dr hab. Michał Drożdż

Zastępca Przewodniczącego i Sekretarz Konferencji:

dr Katarzyna Drąg

Współczesne media posiadają ogromny potencjał oddziaływania na ludzi w wymiarze indywidualnym i społecznym. Skala i jakość tego oddziaływania zależy od przekazywanych przez nie wartości oraz od jakości i wartości samych mediów. Dlatego postrzeganie mediów i całej przestrzeni komunikacji społecznej przez pryzmat wartości jest nie tylko naukowo-badawczą powinnością, ale stanowi konieczność dla naprawy i poprawy jakości współczesnej mediosfery, szczególnie po to, by media nie przyczyniały się do hamowania rozwoju społeczności i szkodenia integralnemu dobru człowieka.

Jedną z ważnych wartości w mediach jest bezinteresowność. Szkoda, że ta wartość w przestrzeni mediów i komunikacji społecznej bywa coraz częściej ironizowana, marginalizowana czy wręcz z niej eliminowana. Brak poważnego traktowania bezinteresowności pozbawia świat mediów najbardziej ludzkiego wymiaru. Bezinteresowność bowiem odsłania w mediach coraz częściej zapoznawane postawy i działania, takie jak: wzajemne obdarowanie, szlachetne intencje i motywacje przekazu, powołanie i misję dziennikarską, priorytet dobra odbiorcy, nieinteresowną afirmację osób obecnych w mediosferze. Bez uwzględnienia człowieka zdolnego do bezinteresowności nie można w ogóle mówić o ludzkim charakterze procesów komunikacji społecznej.

Współczesna komunikacja medialna funkcjonuje w różnego typu uwarunkowaniach społeczno-ekonomicznych, w których elementy komercji i ideologii stają się coraz bardziej jednym z głównych wyznaczników jej charakteru i jakości, czyniąc z mediów narzędzia interesownych: komercyjnych, politycznych i ideologicznych działań. Badawcza konfrontacja analiz bezinteresowności jako koniecznej wartości w mediach z analizą tendencji interesownych działań medialnych wydaje się być interesującą badawczo i poznawczo powinnością.

PL 31-044 Kraków, ul. Grodzka 40, II piętro
tel. +48 422 10 83, 12 426 41 70
idmiks@upjp2.edu.pl, www.upjp2.edu.pl



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

Wydział Nauk Społecznych

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej

W czasie tegorocznej **XVI Konferencji Naukowej Etyki Mediów w Krakowie, *Bezinteresowność w mediach – interesowne media (Disinterestedness in Media – Self-Interested Media)*, w dniach 18-19 maja 2022 roku**, będziemy analizować z różnych perspektyw medialnych, między innymi, następujące problemy:

- potrzeba bezinteresowności w interesownym świecie,
- bezinteresowność jako wartość w komunikowaniu interpersonalnym i komunikacji społecznej,
- etyczna troska o zasadę: media dla człowieka, a nie człowiek dla mediów,
- priorytet dobra odbiorcy jako wyznacznik bezinteresowności,
- bezinteresowność w postrzeganiu dziennikarstwa jako misji i zawodu zaufania publicznego,
- etyczna konieczność nieinteresownej afirmacji osób obecnych w mediasferze,
- pytania o możliwość bezinteresownych mediów,
- media jako narzędzia interesownych komercyjnych, politycznych i ideologicznych działań,
- intencje i motywacje przekazu w social media,
- pytanie o jakość działań influencerów - bezinteresowność porad czy interesowność komercyjna,
- bezinteresowność czy interesowność w języku mediów,
- interesowność w sieci algorytmów i sztucznej inteligencji,
- interesowna natura reklamy – granice perswazji dla dobra człowieka,
- interesowna komercjalizacja i marketing wartości w reklamie i public relations,
- interesowność działań public relations – z dylematami etycznymi czy bez nich,
- opinia publiczna – bezinteresowność badań i interesowność kształtowania,
- pytania o jakość interesowności odbiorców mediów,
- interesowność jako wartość w zarządzaniu mediami.

Zapraszamy Państwa do twórczego udziału w Konferencji, prosząc o **rejestrację uczestnictwa za pośrednictwem strony www.etykamediiow.pl w terminie od 25 lutego do 24 kwietnia 2022 r.**

Oплата konferencyjna w wysokości **400,- zł (dla Członków PTKS оплата wynosi 350,- zł)** obejmuje koszty pełnego uczestnictwa (materiały konferencyjne, catering, obiady i uroczysta kolacja) wraz z możliwością publikacji tekstów w serii *Etyka Mediów* (wydawnictwo 120 pkt, po uzyskaniu akceptacji recenzenta), nie obejmuje natomiast kosztów noclegów.

Wpłata na konto do 29 kwietnia 2022 roku: Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, ul. Kanonicza 25, 31-002 Kraków, **Alior Bank SA PLN 41 2490 0005 0000 4600 5727 1204**, cel: **etyka mediów – imię i nazwisko uczestnika.**

Kontakt: etykamediiow@upjp2.edu.pl.

Kolejne informacje organizacyjne prześlemy Państwu po potwierdzeniu uczestnictwa, natomiast ostateczny szczegółowy program Konferencji prześlemy **do dnia 9 maja**. Potrzebne informacje znajdą Państwo na stronach: www.etykamediiow.pl, www.upjp2.edu.pl, www.ptks.pl.

Z wyrazami szacunku i serdecznych pozdrowień

ks. prof. dr hab. Michał Drożdż

dr Katarzyna Drąg

PL 31-044 Kraków, ul. Grodzka 40, II piętro

tel. +48 422 10 83, 12 426 41 70

idmiks@upjp2.edu.pl, www.upjp2.edu.pl