

Monika
KACZMAREK-ŚLIWIŃSKA

Witold
MACHURA

**Sprawozdanie z I Ogólnopolskiej
Konferencji Naukowej
*Wolność a/i odpowiedzialność.
Problemy funkcjonowania
współczesnych mediów*
Opole 5–6.11.2010 r.**

**A Report from the 1st Polish Symposium on
*Freedom and Responsibility. Problems of the
Functioning of Modern Media***

W dniach 5–6 listopada 2010 roku w Opolu odbyła się I Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Wolność a/i odpowiedzialność. Problemy funkcjonowania współczesnych mediów*. Organizatorem konferencji było Wydawnictwo Naukowe Scriptorium Poznań–Opole. Patronat naukowy nad konferencją objęli: Polskie Towarzystwo Naukowe Prawa Prasowego, Komisja Prasoznawcza Oddziału PAN w Krakowie, Katedra Prawa Ochrony Własności Intelektualnej, Wydział Prawa Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej (Warszawa), Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, Zakład Public Relations, Wydział Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Dolnośląskiej Szkoły Wyższej (Wrocław) oraz Zachodniopomorskie Stowarzyszenie Public Relations.

W skład Komitetu Organizacyjnego weszli: prof. zw. dr hab. Jacek Sobczak (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej Warszawa) jako przewodniczący, mgr Witold Machura (Polskie Towarzystwo Naukowe Prawa Prasowego) pełniący funkcję sekretarza oraz członkowie: dr Stefan Kubów (Dolnośląska Szkoła Wyższa, Wrocław), mgr Marta Chalimoniuk-Nowak (Politechnika Opolska), dr Monika Kaczmarek-Śliwińska (Politechnika Koszalińska) i dr hab. prof. UP Krzysztof Woźniakowski (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie).

Konferencja została objęta patronatem medialnym: kwartalnika naukowego „Media i Medioznawstwo”, Telewizji Polskiej SA Oddział w Opolu, mediafm.net — portalu medialnego (Kraków) i Niezależnego Portalu Publicystów Kontrateksty (Warszawa).

Dr Zbigniew Girzyński (Uniwersytet im. Mikołaja Kopernika w Toruniu) przedstawił referat na temat „*Liberte*” po polsku. *Odrodzenie się polskiej prasy emigracyjnej we Francji po II wojnie światowej*. Przed wybuchem II wojny światowej Francję zamieszkiwała ponadpółmilionowa polska społeczność, skupiona głównie w północnych, górniczych rejonach tego kraju. Tak liczna i skoncentrowana na niewielkim obszarze polska emigracja we Francji wytworzyła wszelkie instytucje polskiego życia społecznego: od stowarzyszeń, klubów sportowych, własnych parafii po liczną polskojęzyczną prasę. Wybuch wojny i okupacja niemiecka zahamowały rozwój polskich instytucji we Francji. Ogromna większość polskich tytułów prasowych, ukazujących się dla emigrantów nad Sekwaną, przestała się ukazywać.

Wyzwolenie w roku 1944 i 1945 doprowadziło do ponownego rozkwitu polskiego czasopiśmiennictwa we Francji. To polskie „liberte”, czyli odrodzenie się polskiej prasy emigracyjnej we Francji po II wojnie światowej jest zjawiskiem fascynującym i godnym zbadania.

Dr Andrzej Ostrowski (Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu) zaprezentował problematykę *Telewizji jako imperium XXI wieku. Dylematy i zagrożenia*. Ekspansja mediów, a telewizji w szczególności, niesie za sobą pakiet zagrożeń społecznych. Dylemat „wolność a odpowiedzialność” jest kluczowym, lecz nie jedynym skutkiem istnienia imperium, którego wpływ na odbiorcę jest niewyobrażalny. Manipulacja w kontekście prawdy i fałszu, kształtowanie i narzucanie opinii oraz postaw społecznych, tworzenie „drugiej rzeczywistości”, relacje: „journalist-media worker”, zmiana profilu działania w obszarze czterech mediów, problemy prawne i warsztatowe — to główne aspekty referatu. Celem nadrzędnym było zwrócenie uwagi na dynamikę rozwoju i wpływu mediów elektronicznych, stających się powoli już nie „czwartą władzą”, lecz stałym, pełnoprawnym uczestnikiem i kreatorem rzeczywistości, co skutkuje rozpoczęciem procesu uwalniania się mediów spod kontroli odbiorcy i kontroli społecznej.

Mgr Piotr Pałaszewski (Katedra Prawa Karnego Wykonawczego Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego) przedstawił wystąpienie na temat *Przekaz medialny a rzeczywistość stadionowa. Rozważania na temat wizerunku kibica piłkarskiego w mediach*. W wystąpieniu starał się przekonywać o wartości kibiców, pokazywać ich dobre strony, akcje, które podejmują na rzecz swojego otoczenia czy też współpracę z klubami piłkarskimi np. w zakresie poprawy bezpieczeństwa na stadionach. Środowisko kibiców piłkarskich przez wiele lat postrzegane było generalnie — zarówno przez media, jak i innych obserwatorów sceny piłkarskiej w Polsce — niezbyt pozytywnie. Trudno się temu dziwić, gdyż to właśnie na ostatnie 20-lecie przypadł okres największej liczby zbiorowych naruszeń porządku publicznego podczas meczów piłkarskich. Powodowało to spięcia i niechęć

na linii: kibice — media. Celem wystąpienia była próba obiektywnej odpowiedzi na pytanie, czy możliwa jest pozytywna „współpraca” mediów z kibicami. Autor udowodnił tezę, że obecnie bardziej opłacalne dla mediów (i korzystniejsze dla wszystkich, którym dobro „kibicowskiej Polski” nie jest obce) jest przedstawianie relacji z meczów piłkarskich jako atrakcyjnych widowisk, w których główne role grają głośny i chórny doping oraz inne techniki organizacyjne i „narzędzia”, służące stworzeniu „odpowiedniej” oprawy meczu.

Dr Piotr Bielawski (Dolnośląska Szkoła Wyższa, Wrocław) przedstawił tezy swojego artykułu pod tytułem *Public Relations = zarządzanie informacjami*. Prelegent podnosił kwestię, że *public relations* są najbardziej zaniedbywaną dziedziną zarządzania w tej części Europy. Przedstawił także swój punkt widzenia na stan tej dyscypliny w Polsce oraz zdiagnozował przyczyny leżące u podstaw „wadliwego” funkcjonowania PR w Polsce.

Mgr Stanisław Nowicki (Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ, Pracownia Badań Rynku / Ośrodek Badań Prasoznawczych) w tekście złożonym do publikacji napisał m.in.:

Nie bez powodu można [...] traktować jako jedno z kryteriów tworzenia ładu informacyjnego podział na media „poważne” i działające w poczuciu misji oraz „powoływane do życia głównie z motywów komercyjnych” oraz tworzenia warunków (przesłanek) do angażowania tych mediów „z misją” w proces inwestowania w kapitał społeczny (czyli rozwój cywilizacyjny i kulturowy przyszłych pokoleń).

Rosnące zainteresowanie monitoringiem mediów jest prostym (i w oczywisty sposób logicznym) następstwem multiplikacji źródeł informacji i materiałów, które firmy tworzące globalny rynek muszą w zorganizowany sposób śledzić, by móc reagować na pojawiające się — i trafiające do przestrzeni publicznej (a więc także do aktualnych i potencjalnych konsumentów) — komunikaty lub całe kampanie medialne (zarówno własne, jak i... konkurencji).

Dr Witold Rynkiewicz (Dolnośląska Szkoła Wyższa we Wrocławiu) zaprezentował referat na temat *Wolność a odpowiedzialność mediów w sytuacjach zagrożeń bezpieczeństwa*. Przedstawione zostały przykłady pozytywnych i negatywnych relacji wojska z mediami, do jakich dochodziło w trakcie powstań narodowowyzwoleńczych oraz okresach zagrożeń bezpieczeństwa państwa. Autor podczas wystąpienia próbował odpowiedzieć na pytania: w jakim zakresie państwo i jego instytucje powinny być przygotowane do zarządzania informacjami w sytuacjach zagrożeń, kryzysów i konfliktów militarnych?, jak powinny zachować się media w obliczu zagrożenia czy tragedii narodowej?, kiedy i z jakich powodów można wprowadzić ograniczenia wolności wyrażania opinii, wolności słowa, wolnego dostępu do informacji, polegające na wprowadzeniu cenzury?, jakie to rodzi skutki w dobie nowych technologii komunikacyjnych i globalizacji? oraz czy instytucje rządowe i niezależne media mają ustalone zasady współdziałania w zakresie informowania opinii publicznej w okresie zagrożeń i kryzysów?

Prof. dr hab. Joachim Glensk w wystąpieniu *Z raptularza medialnego. O antologii cytatów prasowych* zaprezentował swoje przebogate zbiory anegdot, dykteryjek, aforyzmów, cytatów i innych form związanych i usystematyzowanych wokół haseł medioznawczych, a także haseł związanych z szeroko pojętym obszarem komunikowania społecznego.

Poza sesją plenarną obrady pierwszego dnia prowadzone były w podziale na trzy zespoły:

— Zespół I: *Prawne funkcjonowanie mediów* pod przewodnictwem prof. dr. hab. Jacka Sobczaka (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie),

— Zespół II: *Problemy warsztatowe współczesnego dziennikarstwa* pod przewodnictwem red. Piotra Rachtana (Niezależny Portal Publicystów Kantrateksty, Warszawa),

— Zespół III: *Public relations organizacji a media i dziennikarstwo* pod przewodnictwem dr Moniki Kaczmarek-Śliwińskiej (Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej).

W Zespole I wygłoszono cztery referaty:

1. Mgr Agnieszka Wachowska (doktorantka, Uniwersytet Jagielloński, Instytut Prawa Własności Intelektualnej) przedstawiła artykuł na temat *Prawnoautorskie granice wykorzystywania cudzej twórczości w internetowych materiałach i przekazach prasowych*. Referat porusza zagadnienie granic i możliwości wykorzystania cudzej twórczości w przekazach informacyjnych oraz innych materiałach prasowych zamieszczanych w internecie. Referat analizuje przesłanki stosowania instytucji dozwolonego użytku publicznego, takich jak: prawo cytatu oraz prawo przedruku w kontekście możliwości wykorzystania ich w działalności prasowej oraz działalności informacyjno-blogerskiej prowadzonej w Internecie. Szczególny nacisk położono na możliwość korzystania z instytucji dozwolonego użytku publicznego przez podmioty niebędące prasą w rozumieniu prawa prasowego, a prowadzące działalność paradiennikarską w Internecie.

2. Dr Dariusz Baran (Krakowska Akademia im. Frycza Modrzewskiego) zaprezentował referat na temat *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów — dylematy współczesnych środków przekazu*. Wskazał, że mediatyzacja polityki jest jedną z najważniejszych oznak zmian w sferze społeczno-politycznej i medialnej po 1989 roku, wynikłą z przekonania o władzy i sile wpływu mediów. Lecz nie tylko. W przypadku „polityczacji mediów” działania aktorów politycznych nakierowane są na środki przekazu i szybsze od konkurencji zdobycie sobie ich przychylności. Nie można także pominąć jednej z dziedzin PR — media relations — odnoszącej się do tworzonych relacji na linii polityki i mediów. Wszystkie te zabiegi medialne deformują rzeczywistość. W ich efekcie dziennikarz formułuje polityczny news według kryteriów medialności, polityk zaś osiąga polityczny cel formułując wypowiedź zgodnie z normami medialnymi.

3. Dr Lucyna Szot (Instytut Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego) w swoim wystąpieniu *Prawne aspekty kryptoreklamy* nawiązała do prawa reklamy w mediach, a szczególnie do formy tzw. ukrytej reklamy. Problematyka ta ma szczególne znaczenie polityczne. Każdy dziennikarz musi na co dzień samodzielnie rozstrzygać dylematy prawne czy etyczne, związane z domniemaniem zaistnienia kryptoreklamy. Intencja ustawodawcy nie jest w praktyce realizowana. Wystąpienie poświęcone było uwarunkowaniom prawnym, etycznym, a także praktycznym aspektom zjawiska kryptoreklamy.

4. Mgr Ksenia Kakareko (doktorantka, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu) przedstawiła wystąpienie *Prawo do prywatności a wolność prasy*, w którym podkreśliła, że określenie przez prawo granic wolności wypowiedzi jest bardzo trudne, ponieważ wyznaczając je należy pamiętać o tym, by nie naruszyć istoty tej wolności. Do takiej sytuacji może dojść zarówno w przypadku nadania wolności słowa charakteru absolutnego, jak i w razie nadmiernego jej ograniczenia. Za szerokim określeniem granic wolności słowa przemawiają nadrzędne wartości, którym ma ona służyć. Granice wolności słowa uzależnione są od sfery, której ona dotyczy, przy czym są one szersze w odniesieniu do wypowiedzi dotyczących debaty publicznej. Wątpliwości powstają, gdy wolność słowa prowadzi do naruszenia prywatności. Rozstrzygając tę antynomię na gruncie polskim, zarówno Trybunał Konstytucyjny, jak i sądy powszechne dawały wyraz swojemu przekonaniu, że prawo ochrony życia prywatnego, rodzinnego, czci i dobrego imienia oraz decydowania o swoim życiu osobistym nakłada na państwo z jednej strony obowiązek nieingerencji w konstytucyjnie określony zakres życia jednostek, z drugiej zaś — ma zapewnić stosowną ochronę w przypadku, gdy takowe działania zostały już podjęte. Obowiązek strzeżenia prywatności ciąży w szczególności na dziennikarzach.

W Zespole II wygłoszono trzy wystąpienia:

1. Dr Szymon Ossowski (Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu) zaprezentował referat pod tytułem *Polscy dziennikarze: cechy, wartości i standardy*. Przedstawił on niezwykle ciekawe wyniki badań, jakie pracownicy poznańskiej placówki przeprowadzili wśród dziennikarzy mediów ogólnopolskich. Znaczącym jest, że ankietą została skonstruowana w oparciu o zestaw pytań opracowanych przez badaczy skupionych wokół Davida Waevera. Okazało się, że jedynie 28% jest zatrudnionych na etacie (wśród wszystkich dziennikarzy wskaźnik ten wynosi 66%), niecałe 5% jest bardzo zadowolonych z pracy i aż ponad 9% — niezadowolonych. Są to najgorsze wyniki wśród badanych grup. Aż 5% badanych dziennikarzy telewizyjnych odmówiło podania odpowiedzi na pytanie, czy polityka redakcyjna jest ważna w ich pracy.

2. Dr Piotr Szarszewski (Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej) przedstawił wystąpienie na temat *Media a nowe ruchy religijne. Kilka uwag o warsztacie dziennikarskim*. Wystąpienie dotyczyło kwestii warsz-

tatu dziennikarskiego w kontekście medialnych doniesień o nowych ruchach religijnych, określanych przez publikatory najczęściej negatywnie konotującymi pojęciami typu sekta czy kult. Temat ten, choć obecnie coraz rzadziej poruszany w środkach masowego przekazu, stanowi doskonały materiał do rozważań dotyczących tak kwestii etyki mediów, jak i braku przestrzegania przez dziennikarzy podstawowych zasad konstruowania obiektywnego przekazu.

3. Mgr Krzysztof Flasiński (Uniwersytet Szczeciński) zaprezentował referat pod tytułem *Moderowanie zachowań użytkowników serwisu internetowego prasy lokalnej*. Wskazał na kwestie warsztatowe pracy dziennikarza, który zajmuje się moderacją zachowań czytelników gazety lokalnej. Autor przedstawił odpowiedzialne sposoby komunikacji redakcji z odbiorcami na przykładach z papierowego wydania bezpłatnego tygodnika „MM Moje Miasto Szczecin” oraz serwisu internetowego www.mmszczecin.pl.

W zespole III wygłoszono także 3 wystąpienia:

1. Dr Katarzyna Giereło-Klimaszewska (Dolnośląska Szkoła Wyższa, Wrocław): *Wybory prezydenckie 2010 w Internecie — PR czy propaganda? Autoprezentacja głównych aktorów politycznych*. Wybory 2010 roku były wyjątkowe — z wielu powodów. Jednym z nich niewątpliwie był poważny wzrost znaczenia Internetu dla tworzenia wizerunku kandydatów na prezydenta. Sieć była istotnym elementem, który kształtował ich wizerunek i sprawił, że konkurencja wyborcza była bardziej dynamiczna. Chociaż był to ważny czynnik, to powstało pytanie: czy owa kreacja odbywała się według klasycznych reguł *public relations* czy też była jedynie propagandą? Autorka dokonała analizy ze względu na prowadzoną komunikację, która doprowadziła do wniosku, że w kampanii królowała propaganda, a działania PR praktycznie nie były obecne.

2. Mgr Elwira Anna Bonisławska (Uniwersytet Warszawski) przedstawiła artykuł na temat *Copywriting, public relations i dziennikarstwo*, w którym omówiła specyfikę nowego zawodu oraz jego związki z zawodami już oształtowanymi na rynku, a mianowicie dziennikarzem i specjalistą *public relations*. Copywriting to sztuka trudna, bo wymagająca kreatywności, „lekkiego pióra”, elastyczności oraz wycucia właściwych i adekwatnych form współpracy z dziennikarzami. Autorka wystąpienia, zamykając trójkąt powiązań między copywritingiem, dziennikarstwem i *public relations*, nawiązuje również do problematyki kształcenia dziennikarzy w Polsce. Rynek pracy dla dziennikarzy kurczy się na rzecz innych zawodów pokrewnych dziennikarstwu, dlatego coraz mniej absolwentów dziennikarstwa zostaje dziennikarzami, za to coraz więcej z nich znajduje zatrudnienie w branży *public relations*.

3. Dr Alicja Badetko (Tychy) zaprezentowała artykuł pod tytułem *Świat Ezo TV*, w którym przedstawiona została problematyka telewizji ezoterycznej i całości przedsięwzięć z nią związanych. Poruszono zagadnienia odpowiedzialności takiej TV, biznesu, który jej towarzyszy i kwestii etycznych, szczególnie w kontekście wolności i odpowiedzialności mediów wobec najmłodszych jej odbiorców.

Podczas pierwszego dnia konferencji miało miejsce spotkanie autorskie z dr. Piotrem Szarszewskim (Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej), który prezentował swą najnowszą książkę pod tytułem *Antykultowy wizerunek nowych ruchów religijnych w perspektywie mediów*. Problematyka ujęta w monografii dotyczy wpływu, jaki na medialny wizerunek nietradycyjnych wspólnot wyznaniowych w Polsce wywarła działalność ośrodków antykultowych. Autor opracowania, po przedstawieniu stanu badań nad medialnym wizerunkiem nowych ruchów religijnych oraz problemów metodologicznych dotyczących ustalenia, na ile uzasadnione jest lokowanie danej wspólnoty wśród patologii życia duchowego, skupił swoją uwagę na doniesieniach medialnych dotyczących dwóch neohinduistycznych wspólnot: Międzynarodowego Towarzystwa Świadomości Kryszny (ISCON) i Instytucie Wiedzy o Tożsamości Misji Czajtanii (IWOT).

Drugi dzień obrad rozpoczął się podsumowaniami sesji tematycznych dnia poprzedniego. Wystąpienia drugiego dnia zdecydowanie bardziej koncentrowały się na zagadnieniach z obszaru komunikacji społecznej, w tym szczególnie *public relations* i pokazywały media jako środek w realizacji strategii.

Mgr Marta Chalimoniuk-Nowak (Politechnika Opolska) przedstawiła referat *Trendy jako wyznacznik tworzenia materiału dziennikarskiego*, który na przykładzie okresowo pojawiających się mód (np. na bieganie, nordic walking) pokazał, jak materiały PR-owe kolportowane są do mediów, czasami bezkrytycznie, bez zwracania uwagi na przydatność dla odbiorców mediów, bez obserwowania wyników badań naukowych.

Mgr Jolanta Jasińska-Mrukot (doktorantka na Uniwersytecie Opolskim) zaprezentowała artykuł *Wykluczenie społeczne w przekazie medialnym*. Przedstawiany w mediach obraz osób zagrożonych marginalizacją i wykluczeniem społecznym, który dociera do ogółu odbiorców, w żaden sposób nie obrazuje rzeczywistej sytuacji ani nie definiuje jej źródeł. Autorka artykułu pokazała, że zadaniem reportera nie jest dotarcie do sedna problemu i próba znalezienia rozwiązania, a jedynie przekazanie informacji.

Dr Monika Kaczmarek-Śliwińska (Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej) przedstawiła referat na temat *Media relations — dokąd zmierzamy?* Jego celem było przedstawienie realiów *media relations* (rozumianych jako relacje z mediami) w erze *social media*. Media tradycyjne, które bardzo silnie były obecne w pracy specjalistów *public relations*, w związku z pojawieniem się Internetu, stale zmieniają swoją rolę. Jednak największa rewolucja w procesie kształtowania relacji z mediami dokonała się dzięki obecności *social media*, które to całkowicie zmieniły optykę prowadzenia komunikacji. Poprzez maksymalizację interaktywności oraz indywidualizacji przekazu zmieniła się rola dziennikarzy oraz sposób przepływu informacji. Do tradycyjnej roli, jaką wypełniają dziennikarze w procesie *media relations*, dołączyły także społeczności, będące naturalną konsekwencją istnienia struktur sieciowych. Społeczności internetowe, według

autorki, są wciąż przez wielu niedoceniane. Autorka na poparcie swoich tez przedstawiła opracowany przez siebie schemat przepływu komunikatów PR w *social media*.

Mgr Maciej Krzysztosek (doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego) zaprezentował artykuł na temat *Wolność i pluralizm mediów na przykładzie włoskiego systemu medialnego*, w którym pokazał, że włoski system medialny należy do jednych z najbardziej upolitycznionych wśród krajów Unii Europejskiej. Wysoki poziom koncentracji i silne powiązania ze sferą polityki wyraźnie wpływają na ograniczenie wolności mediów w tym kraju i prezentowane za ich pośrednictwem treści. Proces ten odbywa się w granicach obowiązującego prawa, od lat krytykowanego przez Komisję Europejską i międzynarodowe organizacje. Według najnowszego raportu Reporters Without Borders (organizacji badającej wolność prasy na świecie), Włochy w tej kategorii znajdują się na końcu listy unijnych krajów.

Mgr Anna Dąbrowska (doktorantka w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie) przedstawiła problematykę *Edukacji medialnej w stołecznych szkołach podstawowych*. Autorka szukała odpowiedzi na pytania: czy edukacja medialna stanowi w Polsce źródło rozwoju, nabywania kompetencji medialnych i umiejętności krytycznego myślenia, przede wszystkim dla dzieci i młodzieży? A może jest tylko problematyczną jednostką dydaktyczną, którą — w miarę możliwości — ogranicza się do minimum? Jak naprawdę wygląda ta kwestia w szkołach podstawowych? Kto wychowuje/przygotowuje dzieci do korzystania z mediów w XXI wieku?

Mgr Paweł Pałaszewski (Katedra Prawa Finansowego Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego) w referacie na temat *Wpływ mediów na kształtowanie świadomości ubezpieczeniowej* pokazał rolę mediów jako jednego z najważniejszych elementów otoczenia sektora ubezpieczeniowego. Przejrzysta, uczciwa i skoordynowana polityka medialna daje szansę na zbudowanie zaufania konsumenta do zakładów ubezpieczeń i oferowanych przez nie produktów. Za pośrednictwem mediów firmy ubezpieczeniowe docierają do szerokiej opinii publicznej, będącej ich potencjalnymi klientami. Przedmiotem referatu było omówienie stopnia zainteresowania środków masowego przekazu tematyką ubezpieczeń gospodarczych, próba zdefiniowania miejsca ubezpieczeń w mediach oraz ich oddziaływanie na rozwój świadomości ubezpieczeniowej konsumenta.

Ostatnim wystąpieniem konferencyjnym był wykład dr. Stefana Kubowa (Dolnośląska Szkoła Wyższa, Wrocław), który przedstawił referat na temat *Problem odpowiedzialności bibliotek akademickich za przekaz informacji naukowej*. Podkreślił, że na bibliotekach spoczywa obowiązek edukacji informacyjnej społeczeństwa, polegający na ukazywaniu rozległości źródeł informacji oraz nauczaniu efektywnego ich wyszukiwania, z czym wiąże się konieczność doboru odpowiednich źródeł, nabycie umiejętności określania potrzeb informacyjnych, zbudowanie odpowiedniej strategii wyszukiwawczej, tak aby wyniki wyszukiwań były maksymalnie relewantne w stosunku do potrzeb. Więc to w największym stopniu biblioteki akademickie są odpo-

wiedzialne za budowę społeczeństwa informacyjnego, czyli rozumiejącego znaczenie informacji oraz kompetentnego w jej wyszukiwaniu i spożytkowywaniu. W wystąpieniu dr S. Kubów nawiązał także do problematyki odpowiedzialności w dobie Web 2.0.

Konferencja zakończyła się merytorycznym sukcesem. Wszystkie wystąpienia powodowały ożywioną dyskusję, a nieliczne przerwy wykorzystywane były na kolejną wymianę doświadczeń, wiedzy i opinii. Kończąc i podsumowując konferencję mgr W. Machura przedstawił także datę kolejnej konferencji tego cyklu w roku 2011.