



UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI

Wydział Nauk Społecznych

KATEDRA SOCJOLOGII

Pracownia Komunikacji Społecznej i Nowych Mediów

10-007 Olsztyn, ul. ks. F. Szrajbera 11

tel. (89) 533-83-90 fax (89) 533-83-91

MA ZASZCZYT I PRZYJEMNOŚĆ ZAPROSIC PAŃSTWA NA

OGÓLNOPOLSKĄ KONFERENCJĘ NAUKOWĄ

W stronę socjologii mediów. Tematy (nie) obecne

10-11.05.2017 r.

TEMATYKA KONFERENCJI:

Prognozowanie w świecie (nie tylko mediów), który tak szybko się zmienia w opinii jednych jest bardzo łatwe, drugich zaś niesłuchanie trudne. Co jednak łączy zarówno jednych jak i drugich? Przekonanie, iż zajęcie to jest kompletnie bezużyteczne, gdyż znacznie sensowniej jest wskazać na zjawiska i trendy, które mogą mieć największy wpływ na politykę i gospodarkę, rozwijaną dziś w oparciu o budowę sztucznej inteligencji, mechanizmu big data, czyli sposobu przetwarzania wielkich zbiorów niejednorodnych danych w sposób, który odsłania nowe prawdy o użytkownikach. Szykują się zmiany w rozrywce, a co za tym idzie, także w mediach, które będą ją rozpowszechniały. Rozwijają się nowe technologie: rzeczywistość wirtualna (VR) i rozszerzona (AR), oferując wrażenia nieporównywalne ze zwykłym siedzeniem przed ekranem komputera, telewizora, kina.

Jednakże jaki będzie obieg informacji w czasach post-prawdy, który to termin redaktorzy Oxford Dictionaries uczynili „Słowem Roku 2016”, uznając, iż „post-truth”, post- prawda, to przekaz oparty przede wszystkim na graniu na emocjach. Jak brzmi definicja słownikowa? „Post-prawda to okoliczności, w których fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej niż odwoływanie się do jej emocji i osobistych przekonań”. A zdumiewająca kariera medialna *fake newsów*? To zmyślone przez internautów informacje, które masowo i błyskawicznie wędrują w sieci, szczególnie za pomocą portali społecznościowych. W trakcie kampanii prezydenckiej w USA historie o papieżu Franciszku popierającym Donalda Trumpa i Hillary Clinton sprzedającej broń ISIS (tzw. państwu islamskiemu) rozprzestrzeniały się w błyskawicznym tempie. W ciągu trzech ostatnich tygodni przed wyborami 20 najpopularniejszych kłamliwych historii miało na Facebooku o półtora miliona więcej reakcji (lajków, udostępnień, komentarzy) niż prawdziwe newsy z „New York Timesa”, „Washington Post” czy NBC. Kończy się świat-system, jaki znaliśmy dotąd, kończą się media – jakie znaliśmy dotąd? A dziennikarstwo?

Czy jesteśmy już w takim miejscu historii, gdy sztuczna inteligencja dysponująca potężnym aparatem obliczeniowym może wziąć na siebie kwestię kreowania trendów i przewidywania tematów, które zainteresują odbiorców mediów? W 2016 roku świat zaczął poważnie traktować przypadki motywowanego agresją ujawniania

zhakowanych informacji. Liczba tego typu ataków prawdopodobnie wzrośnie, a cyberprzestępcy będą próbowali wykorzystać gotowość ludzi do przyjęcia takich danych jako fakt przez manipulowanie informacjami lub ich selektywne ujawnianie. Próbą odpowiedzi na zasygnalizowane kwestie jest zaproponowana tematyka badawcza, którą zamierzamy skupić wokół kilkunastu paneli tematycznych, uznając, iż poruszane zagadnienia są/były dotąd słabo obecne we współczesnej refleksji socjologicznej, medioznawczej, ale też politologicznej i kulturoznawczej.

PROPONOWANE PANELE TEMATYCZNE:

- I. Obieg informacji w czasach *interregnum*. Post-prawda czy manipulacja medialna?
- II. Media w obliczu wyzwań współczesnego świata. Teoria i praktyka
- III. Facebook i fałszywe newsy (*fake news*)
- IV. Twitterowa dyplomacja. Nowe media w służbie polityki
- V. *Sharing economy* – osobno, ale razem? Chwilowa moda czy trwały nowomediálny trend w spędzaniu wolnego czasu?
- VI. Nowe (?) wymiary rozszerzonej rzeczywistości (VR i AR), czyli nie tylko „Pokemon Go”
- VII. Wojna postu z karnawalem? Snapchat *versus* Facebook
- VIII. Big data. W stronę analizy zachowań konsumenckich użytkowników nowych mediów
- IX. Granice etyczne w mediach. Pomiędzy wolnością słowa a mową nienawiści
- X. Wpływ mediów na radykalizację nastrojów społecznych (nacjonalizm, ksenofobia, antysemityzm, islamofobia)
- XI. Pogoń za sensacją czy stereotypizacja inności? Medialne kreowanie wizerunku grup mniejszościowych i marginalizowanych
- XII. Socjologia mediów w Polsce – tradycje, szkoły, nurty
- XIII. Mediatyzacja społeczeństwa. W poszukiwaniu nowego języka opisu rzeczywistości społecznej

KOMITET NAUKOWY KONFERENCJI:

- **Prof. zw. dr hab. Tomasz Goban-Klas**, prof. em. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Katedra Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
- **Prof. zw. dr hab. Jerzy Jastrzębski**, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II, Kraków
- **Prof. dr hab. Marek Jeziński**, Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń
- **Prof. dr hab. Stanisław Jędrzejewski**, Katedra Nauk Społecznych, Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa
- **Prof. dr hab. Jan Kłós**, Instytut Filozofii, Katolicki Uniwersytet Lubelski

- **Prof. dr hab. Kazimierz Krzysztofek**, Instytut Nauk Społecznych, Uniwersytet SWPS, Warszawa
- **Prof. zw. dr hab. Tadeusz Miczka**, Instytut Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych, Uniwersytet Śląski, Katowice
- **Prof. zw. dr hab. Marek Sokołowski** (Przewodniczący Komitetu Naukowego), Katedra Socjologii, Uniwersytet Warmińsko–Mazurski w Olsztynie
- **Prof. zw. dr hab. Andrzej Staniszewski**, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Warmińsko- Mazurski w Olsztynie
- **Prof. dr hab. Jerzy Szyłak**, Instytut Badań nad Kulturą, Uniwersytet Gdański
- **Prof. zw. dr hab. Arkadiusz Żukowski**, Instytut Nauk Politycznych, Uniwersytet Warmińsko- Mazurski w Olsztynie.

KOMITET ORGANIZACYJNY KONFERENCJI:

Prof. zw. dr hab. Marek Sokołowski – przewodniczący

Dr Michał Łyszczarz – sekretarz, tel. 507-974-166, e-mail: michal.lyszczarz@interia.pl

Dr Radosław Sierocki – sekretarz, tel. 500-684-810, e-mail: rsierocki@wp.pl

ORGANIZACJA I UCZESTNICTWO:

- **Termin:** 10-11.05.2017 r.
- **Koszt uczestnictwa:** 400 PLN (cena zawiera bufet kawowy, udział w uroczystej kolacji, koszt publikacji)
- **Zgłoszenia udziału** (na załączonej karcie) w nieprzekraczalnym terminie **do 31.03.2017 r.**
- **Wniesienie opłaty konferencyjnej do 30.04.2017 r.** na konto UWM w Olsztynie:

Bank Handlowy w Warszawie S.A.

67 10301986 2700 0000 1988 0053

Tytułem: W stronę socjologii mediów, imię i nazwisko uczestnika

- **Przedstawione referaty zostaną opublikowane w recenzowanej monografii naukowej.**