

Beata Czechowska-Derkacz, Małgorzata Łosiewicz
Uniwersytet Gdański

Uczelnie w medialnym kryzysie – dychotomiczny obraz naukowca i uczelni wyższej w mediach

Wprowadzenie

Kryzys jest zjawiskiem powszechnie występującym w otoczeniu gospodarczym. Organizacje funkcjonujące na rynku, w tym również szkoły wyższe, są nieustannie narażone na sytuacje kryzysowe. Kryzys wpisuje się w specyfikę ich egzystencji. Mówi się o permanentności kryzysu, który dotykał, dotyka czy będzie dotykać daną instytucję. Należy brać zatem pod uwagę kryzys w jednym z trzech prezentowanych wymiarów czasowych i dokładnie rozpoznać swoją sytuację w odniesieniu do tej perspektywy. Powszechność zjawiska sprawia, że ze względu na swoją specyfikę, kryzys stał się modny. Wyszukiwarka internetowa Google pokazuje dla hasła „kryzys” w języku polskim ponad trzy miliony wyników, a dla angielskiego „crisis” ponad sto trzydzieści cztery miliony wyników¹. Bez wątplenia można stwierdzić, że kryzys to pojęcie i zjawisko rozpatrywane w wymiarze globalnym, które cieszy się dużym zainteresowaniem mediów. Wielu dziennikarzy zajmuje się tematyką kryzysów, pisząc o ich specyfice, klasyfikacji czy źródłach. Ze względu na dużą dynamikę i nieobliczalne skutki kryzys stał się podmiotem badań i analiz medialnych. Z drugiej strony media są postrzegane jako źródło i nośnik wielu kryzysów. Zasięg oddziaływania, szybkość przekazu powodują, że kryzysy generowane przez media stały się jednymi z najpopularniejszych i najbardziej spektakularnych.

Identyfikacja kryzysu

Etymologia słowa kryzys wywodzi się od greckiego *krisis*, oznaczającego wybór, rozstrzygnięcie. Dla anglojęzycznego *crisis* źródła słownikowe² podają punkt zwrotny,

¹ Wyszukiwania z dnia 01.09.2014 roku.

² M.in. The Webster's Encyclopedic Dictionary of the English Language, 1988.

przesilenie czy przełom. Także Władysław Kopaliński stosuje określenie kryzysu jako „momentu, okresu przełomu, przesilenia czy decydującego zwrotu”³. Przechodząc do definicji warto odnotować, że mamy do czynienia ze zjawiskiem dotyczącym wielu różnorodnych obszarów, które ujmują specyfikę poszczególnych dyscyplin. Dlatego w literaturze można spotkać kilkadziesiąt ujęć prezentujących poszczególne interpretacje. W odniesieniu do organizacji, którą jest szkoła wyższa, możemy ujmować kryzys jako każdą sytuację, która wyzwała negatywne reakcje wśród interesariuszy czyli osób, społeczności, instytucji czy urzędów wpływających na uczelnie lub będących pod wpływem jej działalności. Każda taka sytuacja destabilizuje prace uczelni lub zagraża jej normalnemu funkcjonowaniu⁴. Wojciech Budzyński poszerza powyższe ujęcie dokonując specyfikacji ryzyk, które może przynieść kryzys. Przestrzega przed:

- wzrostem intensywności zachodzących procesów i ewentualnej utraty kontroli nad nimi,
- wzmożonym zainteresowaniem sytuacją ze strony mediów i władzy,
- powstaniem ograniczeń w procesie podejmowania decyzji operacyjnych,
- zagrożeniem pozytywnego wizerunku firmy bądź jej pracowników,
- zaburzeniem podstawowych funkcji organizacji⁵.

Powyższe rozważania wskazują na możliwość dezorganizacji procesów komunikacyjnych zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz szkoły wyższej. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na cechy charakteryzujące kryzys. Główne z nich, a zarazem najgroźniejsze, to gwałtowny, nagły charakter zmian niosących za sobą niespodziewane wydarzenia. Presja czasu jest faktorem determinującym poszczególne etapy kryzysu oraz działań podejmowanych przez uczelnie w celu zarządzania kryzysem. Znamienne są także te wykazane przez B. Gillilanda i R. Jamesa, wśród których w odniesieniu do organizacji, także szkoły wyższej można zaliczyć⁶:

- występowanie zarówno zagrożenia, jak i szansy. Z jednej strony zagrożenie, które może doprowadzić uczelnię do dysfunkcji. Z drugiej szansa na poprawę wizerunku, przełamanie wewnętrznych czy zewnętrznych blokad uniemożliwiających prezentację pozytywnych cech i możliwości;

³ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1989.

⁴ Por. I. Kubicz, *Zarządzanie komunikacją w kryzysie – od profilaktyki do sanacji wizerunku. Narzędzia i techniki PR* [w:] *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności*, (red.) K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2012, s.146.

⁵ Szerzej W. Budzyński, *Wizerunek firmy: kreowanie, zarządzanie, efekty*, Poltext, Warszawa 2002, s.168 i następne.

⁶ B.E. Gilliland, P.K. James, *Crisis intervention strategies*, 1993.

- duży poziom skomplikowania. Kryzys nie jest procesem oczywistym, który pojawia się z jasnej przyczyny i skutkuje określonymi konsekwencjami. Kryzys jest zawsze wieloaspektowy, zróżnicowany kontekstowo. Dotyka wielu czynników, które nakładają się na siebie w ujęciach interdyscyplinarnych,
- brak równowagi i utrata kontroli nad biegiem spraw, co niesie pewien rodzaj lęku, który motywuje do podjęcia działania,
- brak gotowego panaceum i szybkich rozwiązań na wyjście organizacji z kryzysu. Istnieją studia przypadków i doświadczenia, ale każda sytuacja ma swój kod genetyczny, który wymaga rozwiązań „szytych na miarę”,
- brak odporności na kryzys. Każda uczelnia może znaleźć się w sytuacji kryzysowej bez względu na stopień jej rozwoju, poziom nowoczesności, wielkość czy parametry ekonomiczne.

Wykaz zaprezentowanych cech pokazuje, że trafne rozpoznanie i prawidłowa klasyfikacja kryzysów mogą wpłynąć na szybkość i skuteczność zarządzania nimi. Autorki koncentrują się na medialnych kryzysach dotyczących szkoły wyższej i ten kontekst posłuży do skonstruowania typologii. Wychodząc od najbardziej oczywistego podziału źródeł kryzysu na zewnętrzne i wewnętrzne można sklasyfikować medialne kryzysy uczelni na:

- **kryzysy związane z pozanaukowymi działaniami naukowców** (zaangażowanie i wypowiedzi naukowców w mediach, związane z bieżącymi gorącymi tematami politycznymi, społecznymi),
- **kryzysy na styku polityki i uczelni wyższej** (zawsze, kiedy w progi uczelni wkracza polityka, możliwy jest medialny kryzys; tak było w przypadku lustracji, tak dzieje się w przypadku zapraszania ludzi nauki i świata polityki, społeczników, czy nawet ludzi kultury na gościnne wykłady i spotkania ze społecznością akademicką),
- **kryzysy związane z działaniami studentów** (protesty, skargi do mediów, organizacja imprez),
- **kryzysy związane z pracą naukową** (badania i projekty naukowe – niedostatek informacji, nieprofesjonalna promocja w mediach, kontrowersyjne opinie i ekspertyzy związane z uprawianymi przez naukowców dziedzinami nauki, plagiaty)
- **kryzysy związane z łamaniem prawa** (oskarżenia, podejrzenia, udowodnione łamanie prawa, toczące się postępowania sądowe, zapowiedzi wniesienia sprawy do sądu)

Analizowane przykłady pokazują wybrane rodzaje kryzysów na uczelniach wyższych w odniesieniu do najpowszechniej stosowanych mechanizmów manipulacyjnych w mediach

(**tworzenie faktoidów**, sugerowanie sposobu postrzegania hierarchii ważności spraw poprzez **układanie określonej *agedna setting*** i **kreowanie wyselekcjonowanej rzeczywistości** poprzez definiowanie jej określonymi słowami, analogiami i metaforami)⁷.

Projekt Indect – storyscence o „Wielkim Bracie”

Wizerunkowy kryzys Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie, związany ze sposobem przedstawiania w mediach badawczego projektu Indect, jest przykładem manipulacji ujawniającej się poprzez kreowanie faktoidów, a w typologii kryzysów wpisuje się w te związane z pracą naukową.

Indect to projekt badawczy, który był realizowany w ramach 7. Programu Ramowego, finansowany ze środków UE oraz partnerów projektu (łącznie 15 milionów euro). W skład konsorcjum projektu wchodziło 11 uczelni wyższych z całej Europy, 4 firmy oraz 2 potencjalnych użytkowników (policja z Irlandii Północnej oraz z Polski). Projekt koordynowała Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie. Główne zdania obejmowały stworzenie na podstawie już istniejącego monitoringu miejskiego inteligentnego monitoringu do wykrywania zagrożeń (za pomocą algorytmów i nowoczesnych narzędzi badawczych, takich jak kryptografia kwantowa czy wodne znaki cyfrowe), wykrywanie zagrożeń w sieci (nielegalnych działań, takich jak na przykład dziecięca pornografia) oraz ochronę danych i prywatności. Projekt o takich możliwościach i wysokiej kwocie finansowania wzbudził zainteresowanie mediów. Naukowcy zaangażowani w badania oraz rzecznik prasowy uczelni wyjaśniali jego założenia i prezentowali możliwości, ale 25 marca 2011 roku w „Gazecie Krakowskiej” ukazał się artykuł pt. *Inteligentny system wyśledzi nawet to, co myślisz i czujesz*. Autorka zastosowała narracyjny sposób zaprezentowania projektu (dziennikarski storytelling) i opowiedziała historię o Wielkim Bracie, która zorganizowała sposób myślenia odbiorców o tym projekcie i znalazła naśladowców w innych mediach. Artykuł opublikowany w „Gazecie Krakowskiej” należącej do koncernu Polskapresse, był powielany na innych regionalnych portalach koncernu, który wydaje 10 dzienników regionalnych, w tym 8 połączonych wspólną marką „Polska”⁸. Możliwość dotarcia do odbiorców zwiększają

⁷ Por. m.in.: M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Wydawnictwo Gaudium, Lublin 2003, W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy*, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.

⁸ Są to „Dziennik Bałtycki”, „Dziennik Łódzki”, „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Krakowska”, „Gazeta Wrocławska”, „Głos Wielkopolski”, „Kurier Lubelski” i „Polska Metropolia Warszawska”.

bezpłatne regionalne wydania codziennej gazety „Nasze Miasto” i – także zregionalizowany – portal internetowy pod tym samym tytułem.

Naukowcy pracują nad projektem, który ma służyć do wykrywania przestępstw i walki z terroryzmem

Inteligentny system wyśledzi nawet to co myślisz i czujesz

Katarzyna Janiszewska

Inteligentny system będzie śledził każdy twój ruch, gest, każde słowo, wpis na internetowym forum. Zdobyte informacje szybko ze sobą zestawi i porówna. Jakikolwiek zachowanie odbiegające od normy zostanie zarejestrowane i przeanalizowane, a służby porządkowe odpowiednio zareagują. Już za dwa lata tak może wyglądać nasza rzeczywistość. Bo takie właśnie możliwości daje INDECT – unijny projekt za 15 mln euro, koordynowany przez krakowską Akademię Górniczo-Hutniczą.

Inteligentne mikroprocesory mają zostać zamontowane w niektórych kamery rozmieszczone w całym mieście.

Porządkowy z powrotem rozsiada się w fotelu. Masz jeszcze sprzątać raport dla Miejskiej Agencji Prewencji. Kraków, ul. Stawowińska, godz. 14.52, 18 marca 2015 roku. – zaczyna.

Inteligentne mikroprocesory mają zostać zamontowane w niektórych kamery rozmieszczone w całym mieście. System potrafi rozpoznawać m.in. ludzi, twarze i publicznie występujące samochody. Naukowcy pracują nad prototypami urządzeń do śledzenia



Raz namierzony niedoszły przestępca nie będzie miał najmniejszych szans ukrycia się

Trzeba zapytać: czy ludzie wolą być bezpieczni, czy wolni?

Z dr. Mirosławem Peczakiem, socjologiem z Uniwersytetu Warszawskiego, rozmawia Katarzyna Janiszewska

INDECT to spełnienie Orwellowskiej wizji świata?

To może oznaczać totalną kontrolę nad obywatelami. Prywatność przestaje mieć znaczenie. Jeśli władza zdecyduje się na wprowadzenie

wiele można na tym ugrać. Statystyki przestępstw pokazują jednak, że nie ma tragedii. Kampanie na rzecz rygorystyki prawnej nie są więc skorelowane ze stanem faktycznym.

Jakie widzi Pan zagrożenia w związku z wprowadzeniem INDECTU?

System daje możliwość nadzoru. Nowy kluczone, że będą się zdarzać pomyłki, manipulacje, szantaż. Kto zdecydował, jakie zachowania,

Obraz 1. Fragment artykułu z Gazety Krakowskiej, *Inteligentny system wyśledzi nawet to co myślisz i czujesz*.

Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

Artykuł spełnia warunki newsa: podkreśla niezwykłość opisywanych zdarzeń/faktów („właśnie spełnia się Orwellowska wizja świata”), ich wagę dla dużej grupy ludzi („Indect to próba stworzenia żandarma Europy, wprowadzenia totalnej inwigilacji”), małą dotychczasową widzę na ich temat („tworzymy narzędzie, a nie towarzyszy temu żadna publiczna debata”), podkreśla kontrowersje (są przeciwnicy i zwolennicy). Uwagę przyciąga tytuł i lid: „Inteligentny system będzie śledził każdy twój ruch, gest, każde słowo, wpis na internetowym forum. Zdobyte informacje szybko ze sobą zestawi i porówna. Jakikolwiek zachowanie odbiegające od normy zostanie zarejestrowane i przeanalizowane, a służby porządkowe odpowiednio zareagują. Już za dwa lata tak może wyglądać nasza rzeczywistość. Bo takie możliwości daje INDECT unijny projekt za 15 mln euro, koordynowany przez Karkowską AGH”⁹. Wykorzystana przez autorkę zasada obrazowego pisanie, która ma przybliżyć czytelnikowi temat/problem i sprawić, że zostanie lepiej zrozumiany, przekłada się na wymyśloną, sfabularyzowaną opowieść:

⁹ Cytaty pochodzą z artykułu Katarzyny Janiszewskiej, *Inteligentny system wyśledzi nawet to, co myślisz i czujesz*, „Gazeta Krakowska”, 25 marca 2011.

A będzie na przykład tak. „Czerwony guzik na pulpicie zaczyna migotać i wyć jak oszalały. Porządkowy, który siedział wyciągnięty w fotelu, z przymkniętymi powiekami i rękami założonymi za głowę, teraz zrywa się na równe nogi. Monitor główny pokazuje mężczyznę w ciemnym prochowcu. Przybliża obraz. Twarz nie zdradza niczego szczególnego. Jest blada, z lekkim zarostem i zapadniętymi oczami. Porządkowy szybko przegląda bazy danych. To 40-letni Alfred Bąk, ojciec trojga dzieci, maszynista, który kilka miesięcy temu stracił pracę. – Obiekt wchodzi do banku z zamiarem popełnienia przestępstwa – melduje porządkowy. – Może mieć przy sobie broń. Wyślijcie na miejsce wojsko. Zamykam wszystkie bramy. Niedoszły przestępca nie ma najmniejszych szans. Nawet gdyby udało mu się wydostać z budynku, przepadnie. Komputery zdążyły namierzyć odbicie jego fal mózgowych, świadczące o niecznych zamiarach. Od tego momentu każdy jego ruch śledzą kamery rozmieszczone w całym mieście. Porządkowy z powrotem rozsiada się w fotelu. Musi jeszcze sporządzić raport dla Miejskiej Agencji Prewencji. Kraków, ul. Starowiślna, godz. 14.52, 18 marca 2015 roku¹⁰.

Wybrane do artykułu wypowiedzi naukowców podkreślają bardzo ogólnie, że projekt ma służyć poprawie bezpieczeństwa i uwydatniają ich skłonność do unikania konsekwencji: „Jesteśmy naukowcami, tworzymy program – opowiada prof. Dziech. – To jak zostanie wykorzystany, zależy od użytkownika”. Głosy ekspertów to wypowiedź Katarzyny Szymielewicz z fundacji Panoptykon, która wyraża swoje wątpliwości oraz komentarz socjologa, dra Mirosława Pęczaka: „To może oznaczać totalną kontrolę nad obywatelami. Prywatność przestaje mieć znaczenie. Jeśli władza zechce, to mnie prześwietli”.

Śladem artykułu w „Gazecie Krakowskiej” projektem zaczęły interesować się inne media. Publikacja trafiła na główną stronę portalu Onet.pl., co zaskutkowało kilkoma tysiącami negatywnych wpisów. Po tego rodzaju „promocji” badań naukowych w mediach, naukowcy przestali się na ten temat wypowiadać. Informacją sprawnie zarządzał rzecznik prasowy AGH (w „Gazecie Wyborczej” ukazała się rozmowa Ewy Siedleckiej z drem Wojciechem Wiewiórowskim, a portal Onet.pl opublikował obszerną, wyjaśniającą założenia projektu rozmowę z prof. Andrzejem Dziechem, koordynatorem projektu¹¹), ale medialne zainteresowanie projektem nabrało tempa i wymknęło się spod informacyjnej kontroli na fali protestów przed przyjęciem przez Polskę zapisów ACTA. Naukowcy z Katedry

¹⁰ Tamże.

¹¹ P. Henzel, *Oto tajemnice projektu Indect. „Rośnie fala sprzeciwu”*, <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/oto-tajemnice-projektu-Indect-rosnie-fala-sprzeciwu/g21jd> (artykuł z dnia 3.11.2012, czas dostępu: 16.10.2014)

Telekomunikacji AGH zaczęli być postrzegani przez internautów jako „sprzedajni durnie, którzy za unijną kasę tworzą narzędzie permanentnej inwigilacji”¹². Łukasz Michalik na stronie internetowej „Gadzetomania. Internet” swój krytyczny artykuł *Projekt INDECT – AGH tworzy narzędzie masowej inwigilacji?*, rozpoczyna następującym lidem: „Pamiętacie Rok 1984? Wszechwiedząca władza, która bez trudu wykryje każdą nieprawomyślność i namierzy każdego obywatela, nie jest tylko literacką fikcją – dzięki staraniom m.in. AGH i innych polskich uczelni powstaje system rodem z Orwella i *Raportu mniejszości*”¹³. Powstała także strona internetowa „Stop INDECT”¹⁴, nie zyskała jednak wielu zwolenników (na facebooku „polubiło ją” 1125 osób, co w internetowych akcjach zrzeszających tysiące, a czasami setki tysięcy protestujących lub wspierających konkretne inicjatywy internautów, jest wynikiem bardzo słabym).

Jak wynika z analizy dynamiki kryzysów w wyższych uczelniach, nabierają one większego rozgłosu i wyraźnie się zaostrzają, kiedy w medialnej przestrzeni pojawiają się politycy. W przypadku projektu Indect zainteresowanie niemieckich mediów wzbudziły zapisy na stronie internetowej niemieckiej Partii Piratów, zajmującej się wzmocnieniem ochrony danych osobowych, przy jednoczesnym osłabieniu ochrony własności intelektualnej, pod hasłami legalizacji niekomercyjnej wymiany plików w internecie¹⁵. Można było tam przeczytać, że projekt Indect stworzy możliwość śledzenia obywateli przez drony, automatycznego ściągania danych osobowych, a dzięki biometrycznym danym w paszporcie, odcodowywania twarzy w monitoringu, policja opracuje bardzo szeroki indeks wykrywanych w monitoringu, niestandardowych zachowań.

W Polsce w sprawę zaangażowały się posłanki Barbara Bubula, która zwołała konferencję prasową i Izabela Kloc, która na antenie radiowej „Trójki” powtórzyła tezę o dronach. Do Sejmu wpłynęła poselska interpelacja. Polityczne zaangażowanie nadało medialnym artykułom prawdziwego rozgłosu – na przykład ogólnopolski dziennik „Polska. The Times”, opublikował na pierwszej stronie artykuł *Wielki Brat po polsku*. Na fali medialnego sprzeciwu Jacek Cichocki, ówczesny minister spraw wewnętrznych opublikował na stronie MSW

¹² To tylko jeden głos z forum strony Onet.pl, ukazało się ich kilka tysięcy.

¹³ Ł. Michalik, *Projekt INDECT – AGH tworzy narzędzie masowej inwigilacji?*, <http://internet.gadzetomania.pl/2012/04/16/projekt-Indect-agh-tworzy-narzedzie-masowej-inwigilacji> (czas dostępu 16.04.2012).

¹⁴ <https://www.facebook.com/IndectStop> (czas dostępu 16.10.2014).

¹⁵ Partia ta w 2008 roku w lokalnych wyborach zaczynała od poparcia w wysokości 0,3 procent, ale w roku 2012 zyskała już 7,8 procent, co dało jej prawa zasiadania w gremiach legislacyjnych niemieckich landów.

informację o wstrzymaniu współpracy policji nad projektem Indect¹⁶, a na stronie internetowej rządu ukazał się komunikat: *Rząd: NIE dla Indect* (w rzeczywistości już po podpisaniu badawczej umowy konsorcyjnej minister nie miał takich uprawnień, a uczelnia nigdy nie otrzymała oficjalnego pisma w tej sprawie).

Uczelnia zdecydowała w tej sytuacji o zwołaniu konferencji prasowej, po której – nieoczekiwanie – zyskano sojuszników w postaci dziennikarzy z radia RMF FM. Wreszcie 21 maja 2012 roku odbyła się w MSW debata z udziałem ministra Cichockiego, naukowców, władz uczelni, polityków, dziennikarzy, fundacji i organizacji pozarządowych. Wizerunek Indect w mediach się zmieniał; momentem przełomu okazał się reportaż Dariusza Kmiecika w TVN 24. Internauci jednak nie odpuścili, ogłoszono nawet, że powodem chuligańskich burd w czasie mistrzostw w piłce nożnej Euro 2012 było „testowanie systemu Indect”.

Media przeciw nagości na uczelniach wyższych – o wyborach Miss SGGW w Warszawie

PR-owcy na uczelniach wyższych są szczególnie wyczuleni na medialne doniesienia związane z aktywnością studentów. Mogą być źródłem spektakularnego sukcesu (nagrody, wyróżnienia, tworzenie przyjaznej studentom przestrzeni), ale i wizerunkowej klęski (studenckie protesty, źle funkcjonujące uczelniane procedury, organizowane przez studentów kontrowersyjne wydarzenia) Wybory Miss SGGW (Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego) to przykład kryzysu związanego z takimi właśnie, ryzykownymi, działaniami studentów, wpisujący się medialne kreowanie rzeczywistości poprzez definiowanie jej wyselekcjonowanymi określeniami.

W połowie kwietnia 2013 roku internetowy portal „Bez Dogmatu” opublikował list, protestacyjny przeciw wyborom Miss SGGW. List został opublikowany po wyborach 2013 roku, ale dotyczył tych, które odbyły się rok wcześniej. Przedmiotem krytyki był nie tylko pomysł zorganizowania takiego konkursu w szkole wyższej, ale przede wszystkim fragment imprezy przygotowany przez profesjonalnego reżysera: dwie studentki w skąpych strojach tańczyły wokół siedzącego na krześle (odzianego) studenta erotyczny układ, stylizowany na burleskę. Obie imprezy – ta z 2012 i ta z 2013 roku – zostały zorganizowane przez samorząd studencki SGGW. Po 2012 roku studenci wyciągnęli wnioski i tego rodzaju prezentacji w kolejnej edycji wyborów miss już nie było. Mimo wszystko uczelnia pogrążyła się w krótkotrwałym, ale bardzo intensywnym kryzysie – media zajęły się kontrowersyjnymi wyborami sprzed roku, bo te spełniały kryteria gorącego newsa.

¹⁶ Komunikat na stronie MSWiA z 13 kwietnia 2012 roku.

Redakcja kwartalnika „Bez Dogmatu” zaapelowała do uczelni o zmianę charakteru imprezy lub wycofanie się z jej organizowania. Podkreślono, że uczestniczki konkursu „z premedytacją prezentowane są jedynie jako obiekty seksualne – jednostki pasywne i o nikłej inteligencji. Konkurs powieliła szkodliwe, szowinistyczne schematy, które upokarzają kobiety”¹⁷. Na stronie internetowej można było składać podpisy poparcia pod protestem¹⁸. Medialny rezonans wywołały zdjęcia z oficjalnej strony konkursu, podlinkowane również na stronie „Bez Dogmatu”. Rzecznik prasowy SGGW, poproszony o komentarz przez dziennikarza portalu internetowego gazeta.pl, przekonany, że wypowiada się w sprawie wyborów z 2013 roku odpowiedział, że „to impreza kulturalna organizowana przez studentów od wielu lat i na wielu uczelniach”. Kiedy zawrzały internetowe fora, zorientował się, że chodzi o wybory sprzed roku. Wypowiedź jednak już rozeszła się w mediach i była traktowana jako oficjalne stanowisko, uczelni, nikt nie zwrócił uwagę na manipulację datami. „Dziewczyny w nocnej bieliźnie i szpilkach przeciągają się w pościeli. Tak promuje się publiczna warszawska uczelnia – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego. – <<Wybory miss uczelni to wydarzenie kulturalne>> – komentuje sprawę rzecznik SGGW, który w takiej formie zabawy nie widzi niczego niestosownego” – to jeden z przykładów zestawienia tych wydarzeń (Radio Tok FM).

W ciągu dwóch tygodni, od 24 kwietnia do 7 maja 2013 roku, w mediach ukazało się 135 materiałów na ten temat¹⁹. Jak wynika z danych uczelni, monitorującej dość szeroko social media – różnego rodzaju wypowiedzi i komentarzy ukazało się w tym czasie ponad 300²⁰. Najwięcej w internecie – 93 materiały i telewizji – 20. Najaktywniejsze w tym temacie media to, kolejno – TVN24, portal wyborcza.pl, www.tvnwarszawa.tvn24.pl, „Gazeta Wyborcza Warszawa”, www.tvn24.pl, a zatem nie tabloidy epatujące nagością, ale media uznawane za opiniotwórcze.

Jak wynika z analizy zebranego materiału z dwugodzinnej niemal imprezy do medialnej prezentacji przedostało się kilkadziesiąt sekund kontrowersyjnego tańca. „Gazeta Wyborcza” próbowała w wywiadach i artykułach rozwijać wątek szkodliwych kulturowych schematów (są to między innymi rozmowy Agnieszki Kublik z prof. Małgorzatą Fuszarą i dr Małgorzatą

¹⁷ <http://lewica.pl/?id=27917&tytul=%22Bez+Dogmatu%22+protestuje+przeciwko+wyborom+Miss+Polonia+SGGW> (czas dostępu 17.10.2014).

¹⁸ www.activism.com/pl_PL/petycja/protest-przeciw-wyborom-miss-sggw/43594

¹⁹ Dane na podstawie badania Press Service Monitoring Mediów, przygotowanego na potrzeby artykułu.

²⁰ Dane na podstawie monitoringu mediów prowadzonego przez SGGW.

Sikorską – *Nikt nie pomyślał na uczelni o wyborach mistera w błyszczących slipkach*)²¹, w większości jednak dziennikarze poprzestawali na krótkich fabularyzowanych opisach: „Klubowa muzyka, po scenie paradują młode dziewczyny. Mają na sobie koronkową bieliznę. Dotykają się, wyginają przed chłopakiem, który zadowolony siedzi na krześle. Siadają mu na kolanach. Publiczność szaleje”²². Warto zwrócić uwagę na identyczne niemal w tym czasie tytuły i nagłówki: *Zdjęcia roznegliżowanych studentek SGGW wzbudzają kontrowersje w sieci* (www.mmwarszawa.pl, 24.04.2013), *Wybory Miss SGGW. Studentki prezentują się półnagie w pościeli* (www.natablicy.pl, 24.04.2013), *Półnagie studentki w pościeli: „Wybory Miss SGGW to wydarzenie kulturalne”* (www.tokfm, 24.04.2013). Aby tę nagość zobrazować, niemal każdy materiał uatrakcyjniony jest roznegliżowanym zdjęciem studentek z konkursu. Paradoksalnie zatem przeciw nagości na konkursie miss protestując, tę samą nagość media promowały.



Obraz 2. Wybory Miss SGGW. Fragmenty artykułów z internetowych portali (kolejno) pudelek.pl oraz gazeta.pl. Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

Uczelnia starała się ratować wizerunek poprzez oficjalne przeprosiny rektora, które nie brzmiały jednak dla dziennikarzy przekonująco, gdyż znaleźli w materiale filmowych zdjęcia,

²¹ A. Kublik, *Prof. Fuszara: Nikt nie pomyślał na uczelni o wyborach mistera w błyszczących slipkach*, www.wyborcza.pl, 27 kwietnia 2013.

²² W. Karpieszuk, *Półnagie na uczelniach*, „Gazeta Wyborcza Warszawa”, 6 maja 2013, s.1.

na których widać go uczestniczącego w gali konkursu („[...] Muszę przyznać, że gdybym była zaproszona na taką imprezę i studentki tak rozebrane tańczyłyby przed mną i kolegami z uczelni erotyczny taniec, to bym wyszła. Dziwię się, że władze SGGW tak nie postąpiły” – skomentowała w rozmowie z Agnieszką Kublik prof. Małgorzata Fuszara)²³. Konkurs i decyzję władz SGGW skrytykowała na stronie internetowej MNiSW ówczesna minister nauki i szkolnictwa wyższego prof. Barbara Kudrycka, a oliwy do ognia dolali politycy, między innymi Joanna Senyszyn: „Można by zmienić nazwę SGGW na Szkołę Główną Gry Wstępnej”²⁴ i Janusz Palikot: „Straszne oburzenie na tańce erotyczne na uczelni SGGW, w ramach konkursu miss uczelni, rozśmieszyło mnie do łez! Wieje od niego z daleka katolickim resentymentem, średniowieczną nienawiścią do ciała, seksu i zmysłów [...]”²⁵.

Jedną z charakterystycznych cech tego kryzysu jest niemożność odróżnienia faktów od interpretacji zdarzeń (trudno się zorientować, o jakim konkursie mowa, tym z 2012 czy 2013 roku, czy w ogóle o wyborach miss, a stanowisko uczelni, ministra i opinie polityków łączone są z komentarzami blogerów), a także informacji istotnych (na przykład dyskusji o kulturowych stereotypach) od medialnego szumu (kolorowe fotki z konkursu). Efektem takiego pomieszania porządków jest wizerunkowy dualizm SGGW w tamtym czasie. Na internetowych forach bowiem komentarze były przychylne, a czasami entuzjastyczne. W rezultacie poprawiły się rekrutacyjne statystyki: w tym samym okresie naboru w roku 2012 (przed nagłośnieniem sprawy w mediach) na SGGW zapisało się 18 700 kandydatów, a w roku 2013, już po publikacjach – 19 200. Taki skok (500 kandydatów dla uczelni wyższej w okresie niżu demograficznego to dużo) uzasadnia reklamowy ekwiwalent tekstów o wyborach miss na SGGW. W okresie od 24 kwietnia do 7 maja 2013 roku, w ciągu zaledwie dwóch tygodni – wyniósł łącznie 1 261 695 złotych. A zatem, gdyby uczelnia za ten sam czas antenowy oraz powierzchnię w prasie i miejsce w internecie chciała zapłacić reklamując na przykład rekrutację, musiałaby wydać prawie milion trzysta tysięcy. Uwzględniając wady liczenia przez firmy monitorujące ekwiwalentu reklamowego, to i tak kwota na promocję dla uczelni nieosiągalna.

²³ A. Kublik, *Prof. Fuszara: Nikt nie pomyślał na uczelni o wyborach mistera w błyszczących slipkach*, www.wyborcza.pl, 23 kwietnia 2013.

²⁴ Senyszyn: *Wybory Miss SGGW jak casting do domu publicznego*, www.wprost.pl, 25.04.2013.

²⁵ Palikot o wyborach Miss SGGW: „Polacy chcą seksu”, www.wprost.pl, 29.04.2014.

| Typ | Wartość AVE [zł] |
|--------------|------------------|
| Internet | 100 833 |
| Prasa | 392 540 |
| Radio | 26 483 |
| Social media | 4 |
| Telewizja | 741 835 |
| Suma | 1 261 695 |

Tabela 1. Wartość szacunkowego ekwiwalentu reklamowego (AVE) – hasło „Wybory Miss SGGW” – w podziale na rodzaj medium. Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

Ideowa gorączka w mediach – wykłady profesora Zygmunta Baumana na uczelniach wyższych

Wizyty prof. Zygmunta Baumana na uczelniach w 2013 roku związane z zapraszaniem go do wygłoszenia otwartych wykładów z okazji jubileuszy, konferencji czy nadania mu tytułu doktora honoris causa zdominowały medialne przekazy w kontekście kontrowersji wokół jego postaci. Medialne doniesienia mają podobną dynamikę. Najpierw ukazują się zapowiedzi jego wykładów i wizyt, później – publikacje listów protestacyjnych (zazwyczaj skrajnych, politycznych środowisk pravicowych), wreszcie opis zdarzeń z użyciem wojennej retoryki i na koniec – dyskusja problemowa, na przykład wokół tolerancji dla głoszenia różnych poglądów na uczelniach wyższych czy też odradzania się faszyzmu. Analizy wykładów prof. Zygmunta Baumana i tezy, które stawia na temat współczesności, są pomijane lub ledwie zauważalne. Dyskusja zatem na temat istoty aktywności naukowców, ich badań, odkryć, idei, nie funkcjonuje w przestrzeni publicznej lub też jest reprezentowana bardzo słabo. To przykład kryzysów związanych z ideologicznymi sporami, które stawiają uczelnie wyższe w ogniu gorącego kryzysu komunikacyjnego, w praktyce nierozwiązywalnego. Szukanie przez dziennikarzy kontrowersji i dychotomizowanie spojrzenia na współczesną społeczno-

polityczną rzeczywistość sprawia bowiem, że zaproszenie każdej aktywnej postaci ze sceny politycznej, społecznej, naukowej może wywołać kryzys wizerunkowy w mediach, zaś koncentracja na sporze i wojennej retoryce prezentuje akademicki świat braku tolerancji, języka nienawiści, tchórzostwa uczelnianych władz, zachowawczości środowiska naukowców i konformizmu studentów.

Najgłośniejszą była interwencja policji podczas wykładu prof. Zygmunta Baumana na Uniwersytecie Wrocławskim (został zaproszony z okazji 150. rocznicy powstania niemieckiej socjaldemokracji, tytuł wykładu – *Dylematy socjaldemokracji: od Lassalle’a do płynnej nowoczesności*). W krótkim okresie trzech tygodni, od 15 czerwca do 7 lipca 2013 na temat wykładu prof. Baumana na Uniwersytecie Wrocławskim w mediach ukazały się 784 materiały, najwięcej w social media – 292, w internecie – 245, w radiu – 111, w telewizji – 58 i prasie – 78. 10 najaktywniejszych to facebook, portal wyborcza.pl, Polsat News, Radio Tok FM, portal wroclaw.gazeta.pl, „Gazeta Wyborcza Wrocław”, Polskie Radio Wrocław, „Gazeta Wyborcza” i Radio Zet.

Imponujący jest szacunkowy ekwiwalent reklamowy – łącznie ponad sześć milionów złotych.

| Typ | Wartość AVE [zł] |
|--------------|------------------|
| Internet | 301 925 |
| Prasa | 4 154 062 |
| Radio | 734 875 |
| Social media | 102 |
| Telewizja | 974 700 |
| Suma | 6 165 664 |

Tabela 2. Wartość szacunkowego ekwiwalentu reklamowego (AVE) w podziale na rodzaj medium, hasło: „Uniwersytet Wrocławski – Bauman”. Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

W tym samym czasie na temat Uniwersytetu Wrocławskiego z wykluczeniem słowa „Bauman” ukazało się niewiele więcej, bo 1006 materiałów. Szala publicznej uwagi

przechyliła się zatem w stronę Uniwersytetu Wrocławskiego przedstawionego jako pole walki, na którym uczelniane władze są bezradne.

Zapowiedzi tego spotkania w mediach były obiecujące, a wyjątkowość tej wizyty podkreślano zaznaczeniem autorytetu prof. Baumana, określając go jako „jednego z najwybitniejszych twórców koncepcji postmodernizmu”²⁶. Zaraz po tych zaproszeniach ukazały się obszerne cytaty z listu Narodowego Odrodzenia Polski: „[...] Protestujemy przeciwko zapraszaniu na państwową uczelnię – czyli utrzymywaną z naszych podatków – człowieka, którego przeszłość w komunistycznym aparacie terroru skreślać powinna całkowicie z życia publicznego na zawsze”²⁷. W dniu wykładu i niemal cały tydzień później medialny przekaz zdominowały opis policyjnej interwencji, co odzwierciedlają tytuły: *Antyterrorysty na wykładzie prof. Baumana, NOP zakłócił wykład prof. Baumana, Narodowcy na wykładzie profesora Baumana. Na salę musieli wkroczyć antyterrorysty, Narodowy atakują profesora Baumana. Zobacz akcje policji, Zadyma/incydent na wykładzie prof. Baumana, Antyterrorysty rozgonili narodowców, Awantura o Baumana*²⁸.

Awantura o Baumana

Kilkunastu wszechpolaków wywiesiło w piątek w CK Zamek transparent „Święto kulturalne czy promocja komunisty z KBW”. Zbiegło się to z otwarciem forum „Człowiek. Granice” festiwalu Malta. Uczestniczył w nim prof. Zygmunt Bauman

Jakub Łukaszewski

Członkowie Młodzieży Wszechpolskiej nie chcieli uczestniczyć w spotkaniu z prof. Baumaniem, które odbywało się w kinie Palacowym. Swoje transparenty wywiesili w holu głównym Zamku, tuż przy schodach prowadzących na wyższe kondygnacje. Na białej, szerokiej na kilka metrów płachcie materiału widniał czarny napis: „Święto kultury czy promocja komunisty z KBW” (KBW to Korpus Bezpieczeństwa Wewnętrznego, z tego skrótu i słowa „komunisty” na transparentie ściekała jeszcze czerwona farba). Po kilku minutach pojawili się policjanci. Funkcjonariusze było mniej więcej tyle samo co piskających narodowców. Publicznie spisałi wszechpolaków, sprawdzili ich dowody osobiste. W tym czasie transparent zdjęli



Interwencja brygady antyterrorystów podczas wykładu prof. Baumana na Uniwersytecie Wrocławskim. Zakłócił go zwoleńcy NOP i kibole Śląska

wnętrznego. Prof. Bauman, który w późniejszych latach PRL sam by represjonowany przez władze, swojej działalności w czasach stalinowskich nigdy nie krył. W wywiadach mówił, że hierze za nią odpowiedział niosąc. Wydarzenia w Zamku to kolejny atak skrajnej prawicy wymierzony w urodzonego w Poznaniu prof. Zygmunta Baumana, światowej sławy socjologa, autora pojęcia „płynna nowość”. Przed tygodniem ok. stu sympatyków Narodowego Odrodzenia Polski oraz kiboli Śląska Wrocław zakłóciło wykład prof. Baumana na Uniwersytecie Wrocławskim. Krzyczyli do niego „Wyp...”. Interweniowała brygada antyterrorystyczna. - Z Poznania nie da się wystraszyć - mówił nam w wywiadzie w grudniu ub. roku prof. Bauman, gdy przyjechał do Poznania przejąć tytuł doktora ho-

Obraz 3. Fragment artykułu z „Gazety Wyborczej. Poznań”, 29 czerwca 2013. Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

²⁶ www.wroclawdlastudentow.pl, 17 czerwca 2013.

²⁷ M. Patocki, *NOP chce zablokować wykład prof. Baumana we Wrocławiu*, www.mmwroclaw.pl, 21 czerwca 2013.

²⁸ Tytuły z monitoringu mediów w dniach 15 czerwca-7 lipca 2013. Źródło: *Monitoring mediów*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, portal dedykowany: strategiewizerunkowe.inforia.pl.

Przekaz wzmocniony był retoryką wojenną: *Więści z frontu* (to na stronie facebook NOP) czy *Szturm narodowców* („Metro”)²⁹, a także powielaniem wulgaryzmów i wykrzykiwanych przez narodowców haseł: „Wypier... tak narodowcy krzyczą do profesora! Gdy tylko gość, w towarzystwie prezydenta Wrocławia Rafała Dutkiewicza, pojawił się w sali, zaczęli krzyczeć m.in.: „ Wypier...”, „Raz sierpem, raz młotem czerwoną hołotę” i „Norymberga dla komuny”³⁰. Recenzje samego wykładu były sporadyczne, ukazała się właściwie jedna, dość skromnie cytowana na kilku portalach: *Bauman: Kryzysu na lewicy nie można szybko rozwiązać*³¹.

Spór w internecie toczył się na skrajnych opozycjach, deprecjonując rolę i znaczenie uniwersytetu: „Dzisiaj do naszego, wrocławskiego uniwersytetu przybył stalinista, żydowski komunista – Bauman. Uniwersytet we Wrocławiu, to dobry uniwersytet! Jest na miejscu 1 we Wrocławiu, a według Akademickiego Rankingu Uniwersytetów Świata jest na miejscu....hmmm...nie jest sklasyfikowany?!!! No, założmy, że jest na miejscu 894”³². Protesty wobec zajęć na uczelni sugerowały odpowiedzialność rektorskiego grona i całej akademickiej społeczności UWr: „[...] Haniebne zachowanie, wyzwiska, agresywne okrzyki uwydatniane transparentami, zmusiły organizatorów do naruszenia zasady autonomii Uczelni i wezwania policji i antyterrorystów. Jest to sytuacja, która kładzie się haniebnym cieniem na całej społeczności studenckiej naszego Uniwersytetu, jak również podważa jego dobre imię i apolityczność”³³.

Dyskusja o roli uczelni wyższej jako agory wymiany poglądów, zagrożeniu jej autonomiczności i odradzaniu się faszyzmu (mocny głos prof. Stanisława Obirka w rozmowie w „Gazecie Wyborczej”³⁴), która przetoczyła się w mediach, odsunęła na drugi plan wizerunkowy kryzys UWr, nie mniej sugestywne obrazy walk, prezentowane na czołówkach (a i samo wkroczenie policji na teren uczelni wyższej) wywarły negatywny oddźwięk.

W przypadku Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, która nadała prof. Baumanowi tytuł doktora honoris causa, wizerunkowy kryzys w mediach objawił się wprost i dotknął bezpośrednio władze uczelni. W okresie kryzysu komunikacyjnego, od 15 do 31 sierpnia 2013, ukazały się na ten temat 194 materiały w mediach: 115 w internecie, 22 w prasie i radio, 21 w social media i 14 w telewizji. W tym samym czasie – w wykluczeniu słowa „Bauman” – na temat

²⁹ Tamże.

³⁰ *Wypier... tak narodowcy krzyczą do profesora!*, www.fakt.pl, 23 czerwca 2013.

³¹ WWW.wiadomosci.gazeta.pl, 22 czerwca 2013.

³² *Katonzwyborczej*, www.forum.gazeta.pl, 22 czerwca 2014.

³³ www.petycje.pl, 24 czerwca 2013.

³⁴ D. Wodecka, *Palka zamiast argumentów*, „Gazeta Wyborcza Wrocław”, 24 czerwca 2013, s. 2.

uczelni można znaleźć jedynie 45 informacji. Kryzys przyniósł zatem imponujące publicity uczelni, niestety w negatywnym kontekście. Krytyka dotyczyła samej decyzji o nadaniu tego wyróżnienia: „[...]”. Gdybym ja był studentem takiej uczelni, to po wybryku władz tejże zgłosiłbym się do rektora z indeksem. Przekazałbym mu go z prośbą, żeby go sobie głęboko wsadził. Do szuflady czy teczki. Że poniósłbym stratę? Nie! Bo co będzie wart dyplom uczelni, która hołubi Baumana?³⁵ – napisał Sławomir Jastrzębowski, redaktor naczelny „Super Expressu” i se.pl. Ale także rezygnacja profesora z tego tytułu i decyzja władz DSW o wycofaniu się z organizacji samej uroczystości wywołały negatywne doniesienia i sugestie o tchórzostwie: *Bauman po cichu uhonorowany, DSW po cichu wręczy doktorat honoris causa Baumanowi*³⁶.

Szczególne była sytuacja Uniwersytetu Gdańskiego, który w ramach międzynarodowej konferencji naukowej „Śmieć w kulturze!” z udziałem wielu wybitnych socjologów, filozofów, politologów i medioznawców, zaprosił prof. Zygmunta Bauman do wygłoszenia wykładu otwierającego spotkanie pt. *O przemijaniu trwania*. Analizując hasło Uniwersytet Gdański w kontekście prof. Zygmunta Baumana w okresie od 17 do 25 listopada 2014 roku ukazały się mediach 83 materiały. W tym samym czasie hasło Uniwersytet Gdański z wykluczeniem słowa Bauman ukazało się w mediach aż 996 razy, co pokazuje, że inaczej niż w przypadku Uniwersytetu Wrocławskiego czy DSW dyskusja wokół kontrowersji związanych z postacią prof. Bauman nie zdominowała medialnych przekazów na temat uczelni. Przyczyniła się do tego strategia informacyjna. Na prośbę organizatorów, którzy wyszli z założenia, że media nie będą zainteresowane wykładem i konferencją, ale ewentualnymi zakłóceniami spokoju, informacja nie była rozsyłana standardowo do wszystkich dziennikarzy z bazy UG. Rzecznik UG zamieścił zapowiedź konferencji na głównej stronie internetowej uczelni i Wydziału Nauk Społecznych, uznając ją w ten sposób za publiczną i dostępną dla wszystkich. Dodatkowo imienne zaproszenia otrzymali redaktorzy naczelni i kierownicy działów kultury³⁷.

³⁵ S. Jastrzębowski, *Gdybym był studentem Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, czyli „wsadź pan sobie*, „Super Express” i se.pl, 20 sierpnia 2013, s. 4.

³⁶ Przykłady tytułów z monitoringu mediów w okresie od 15 do 31 sierpnia 2013.

³⁷ Wizerunek UG został jednak mocno nadszarpięty w czasie kryzysu komunikacyjnego związanego z odwołaniem spotkania na temat związków partnerskich, którego gościem miał być poseł Robert Biedroń, w ramach cyklu dyskusji „Europa bez fikcji”, połączonych z pokazami filmów dokumentalnych, organizowanych przez znaną w Trójmieście z licznych kulturalnych inicjatyw studencką organizację Akademickie Centrum Kultury UG Alternator. I chociaż to studenci zorganizowali, a potem odwołali spotkanie, mimo zapewnień władz o możliwości wzmocnienia bezpieczeństwa uczestników, do opinii publicznej przedostał się przekaz o zachowawczości i konformizmie władz uczelni, szczególnie rektora. Wiele środowisk politycznych słało listy protestacyjne, rektor UG odpowiadał, a rzecznik pisał sprostowania. Od 24 lutego do 10 marca 2014 roku na

Zakończenie

W 1895 roku Gustaw Le Bon w *Psychologii tłumu* opisał mechanizm wielokrotnego powtarzania jako najskuteczniejszej metody urabiania opinii publicznej:

Najlepszą metodą wszczepienia jakiejś idei w duszę tłumu jest twierdzenie wolne od wszelkiego rozumowania, pozbawione wszelkich dowodów i nie liczące się nawet ze znaną tłumowi rzeczywistością. Im myśl zawarta w twierdzeniu jest bardziej zwięzła, im bardziej pozbawiona nawet pozorów uzasadnienia i dowodu, tym większy zdobędzie autorytet, tym silniej oddziała na uczucia tłumu. [...] Twierdzenie dopiero wtedy wywrze pożądany wpływ, kiedy będzie ustawicznie powtarzane w tej samej formie. [...] Skoro pewne twierdzenie powtórzono odpowiednią ilość razy, zwłaszcza gdy powtarzanie to zyskuje zgodę większości zainteresowanych, wówczas powstaje opinia publiczna, pojawia się potężny mechanizm zaraźliwości. Idee, uczucia, wierzenia, poglądy itd., nurtujące tłum, mają taką zaraźliwą moc, jak najbardziej złośliwe bakterie³⁸.

Kreowany w mediach dualistyczny wizerunek naukowców i uczelni wyższej w mediach – na dwóch skrajnych biegunach „zbawców ludzkości” lub „groźnych szaleńców” tę wciąż aktualną strategię informacyjną potwierdza. Z takiej sytuacji korzystają współcześni propagandyści, epatując prostymi skojarzeniami, bombardując symbolami, strachem i widowiskowością pokazywanych problemów.

Bibliografia

- Anthonissen P.F. (red.), *Komunikacja kryzysowa*, przeł. A. Derlekowska, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010
- Budzyński W., *Wizerunek firmy: kreowanie, zarządzanie, efekty*, Poltext, Warszawa 2002
- Gilliland B.E., James P.K., *Crisis intervention strategies*, 1993

temat odwołanej debaty ukazało się 119 materiałów. Atmosferę wokół uczelni obrazują tytuły: *Młodzież Wszehpolska pisze list, więc na uniwersytecie odwołują debatę*, *Biedroń: Odwołanie na UG debaty hańbiące dla uczelni*, *Biedroń oburzony odwołaniem debaty: „UG zmienia się w wielkiego cenzora”*, *Zastraszeni studenci odwołują debatę po naciskach nacjonalistów*, *Uniwersytet boi się debaty*, *Wystraszyli się Wszehpolaków?* Kiedy atmosfera się uspokoiła i po kilku tygodniach spotkanie na UG, współorganizowane przez „Krytykę Polityczną” w Gdańsku się odbyło, fakt ten zauważyła jedynie „Gazeta Wyborcza” w jednym artykule. Zdecydowanie zatem bardziej zajmującym media tematem była debata o debacie, która się nie odbyła.

³⁸ G. Le Bon, *Psychologia tłumu*, przeł. Bolesław Kaprocki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, wyd. IV, s. 79-80.

Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007

Kubicz I., *Zarządzanie komunikacją w kryzysie – od profilaktyki do sanacji wizerunku. Narzędzia i techniki PR* [w:] *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności*, (red.) K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2012

Le Bon G., *Psychologia tłumu*, przeł. Bolesław Kaprocki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994

Pratkanis A., Aronson E., *Wiek propagandy*, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005

Źródła internetowe i prasa: w artykule wykorzystano materiały z mediów przygotowane na potrzeby publikacji przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Jednym z przejawów manipulacji w mediach jest dziś sposób kreowania w nich wizerunków osób i instytucji. Naukowcy i nauka w medialnym odbiciu pozostają obszarem słabo rozpoznanym. A warto się nim zająć, gdyż zainteresowanie mediów naukowcami w ostatnich latach wzrosło. Według badania Press Service, *Naukowiec. Analiza medialności*, odnotowano wzrost liczby informacji o 141 procent w 2013 roku względem roku 2009.

Skupienie uwagi mediów na newsowym sposobie prezentowania zjawisk i problemów sprawia jednak, że wizerunek naukowców i uczelni wyższych podlega opisowi poprzez skrajne, dualistyczne strategie i atrakcyjne tematy. Artykuł jest próbą pokazania sposobów prezentacji naukowców i instytucji nauki w mediach poprzez sytuacje kryzysowe, z uwzględnieniem punktu widzenia współtwórcy przekazu – specjalisty PR/rzecznika prasowego uczelni wyższej³⁹.

Abstrakt

Nowadays, one of the displays of manipulation in media is the creation of images of people and institutions. Academics and science remain hardly recognized there. It is worth to give attention to them due to the fact that in recent years, the interest of media in scientists significantly increased.

³⁹ Badania obecności poruszonych w referacie hasel przeprowadziła firma monitorująca media PRESS SERVICE z Poznania w ramach podpisanej z Uniwersytetem Gdańskim umowy o naukowo-dydaktycznej współpracy. Autorki prowadzą w ramach tej współpracy badania wizerunkowe polskiego naukowca i uczelni wyższych.

According to a research undertaken by Press Service: Naukowiec. Analiza medialności. in 2013 an increase by 141 percent has been noted in comparison to 2009.

In general, media focus mainly on the news-based presentation of phenomena and problems what causes that the image of scientists and academic institutions is described by extreme, dualistic strategies and appealing topics. This article is an attempt to show ways of presenting scientists and academic institutions in the media through crisis situations including the point of view of the co producer of the transmission – the PR specialist/ academic press spokesman⁴⁰.

Słowa klucze: kryzys komunikacyjny, wizerunek uczelni wyższej, wizerunek naukowca, dualizm, dychotomia, techniki manipulacyjne

⁴⁰ The research of presence of the concepts mentioned in this paper was undertaken by a media monitoring company PRESS SERVICE from Poznań in terms of the scientific-didactic agreement cooperation signed with University of Gdańsk. As a part of this agreement, authors are researching the image of a Polish scientist and academic institutions.