

Sprawozdanie z konferencji naukowej „Forma czy treść?, rzecz o wizerunku...”

(Kielce, 16–17 marca 2011 roku)

W marcu 2011 roku, już po raz dziewiąty, odbyła się kielecka konferencja marketingowa. Tym razem w gronie organizatorów, oprócz Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach, znalazła się Wyższa Szkoła Stosunków Międzynarodowych i Komunikacji Społecznej w Chełmie. W odróżnieniu od poprzednich konferencji, na miejsce tegorocznego spotkania wybrano salę konferencyjną Świętokrzyskiego Urzędu Wojewódzkiego. W obradach wzięło udział trzydziestu prelegentów, reprezentujących takie ośrodki, jak: Uniwersytet Jagielloński, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University w Nowym Sączu, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej oraz Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Uroczystego otwarcia obrad dokonali prof. dr hab. Kazimierz Kik (dyrektor Instytutu Nauk Politycznych UJK), dr Michał Gołoś (rektor WSSMiKS) oraz główna organizatorka kieleckich konferencji dr Agnieszka Kasińska-Metryka (UJK, WSSMiKS). Gości powitała także Bożentyna Pałka-Koruba (wojewoda świętokrzyski). Partycypowała ona również w sesji plenarnej, deliberując na temat „Budowania wizerunku administracji publicznej na przykładzie działań Wojewody Świętokrzyskiego”. Rozpoczynając swoje wystąpienie, szefowa administracji rządowej na terenie tego regionu – w nieco żartobliwy sposób – przypomniała, że na początku kadencji była krytykowana za upolitycznianie urzędu (między innymi przez profesora Kika). Taka niezłośliwa aluzja poprzedzała zasadniczą część wystąpienia, w której podkreślano nastawienie urzędu na realizację szeregu kampanii społecznych. Wśród nich wymieniono działanie „Kochaj życie” (propagowanie profilaktyki przeciwdziałania rakowi piersi), kampanię informacyjną „Pilnuj swojej szklanki” (przeciwdziałanie „pigułkom gwałtu”) oraz akcję „Kobieta silna pęć” (organizacja kursów samoobrony dla pań). Oprócz działań nastawionych na budowanie relacji z otoczeniem zewnętrznym, wskazano na szereg przedsięwzięć mających na celu usprawnienie współpracy wewnątrz tej organizacji.

Następnie głos zabrała prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas (UJ). W swoim wystąpieniu pt. „Ewolucja kampanii negatywnej w kontekście kreowania wizerunku polityki i polityków” zwróciła uwagę na cechy charakterystyczne takich kampanii, zjawisko „czarnego PR”, a przede wszystkim na demontaż sfery politycznej, za którego przyczynę uważa narzucanie przez media stylu publicznej debaty. Tezy zaprezentowane w wystąpieniu były, wieloletniej przewodniczącej Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych wywołały w dyskusji znaczące zainteresowanie. Szczególnie było to widoczne w postawie jednego z dziennikarzy Polskiego Radia, albowiem sprzeciwiał się on zrzucaniu na środowisko dziennikarskie odpowiedzialności za jakość politycznego dyskursu, podając przykłady zachowań lokalnych i regionalnych polityków (z województwa świętokrzyskiego) lekceważących standardy publicznej debaty, świadomie kierujących uwagę odbiorców z aspektów merytorycznych na wizerunkowe.

Profesor dr hab. Karol B. Janowski (WSFiZ Warszawa) – uczestnik wszystkich dotychczasowych kieleckich konferencji – w wystąpieniu „Politologii polskiej meandry...” oddał szacunek uczonym, których działalność naukowa przyczyniła się do wyodrębnienia politologii jako osobnej dyscypliny. Zwrócił przy tym uwagę na działania podejmowane przed 1989 rokiem, czyli w okresie, w którym swoboda badawcza była ograniczana przez ówczesny aparat władzy. Jednakże prelegent wielokrotnie wskazywał, że wyodrębnianie się pola badawczego politologii trwa w dalszym ciągu, a proces ten nie został jeszcze zakończony.

Profesor dr hab. Jerzy Jaskiernia (UJK), w odczycie pt. „Wizerunek Parlamentu Europejskiego jako przesłanka aspiracji wyborczych”, odniósł się przede wszystkim do obrazu tej instytucji w percepcji polskich kandydatów. Wielokrotnie zaznaczał, że wizerunek PE w umysłach rodzimych polityków jest dalece nieprawdziwy. Podkreślił, że gdyby skumulować wszystkie opinie na temat struktury i kompetencji tej instytucji, powstałby wizerunek diametralnie różniący się od rzeczywistego. Jako pozytywne prelegent wskazał ograniczone możliwości medialnego funkcjonowania w PE parlamentarzystów nastawionych na konflikt, co ilustrują chociażby przykłady Bogdana Pęka i Jacka Kurskiego.

Na koniec pierwszej części ożywione zainteresowanie wywołało wystąpienie prof. dr hab. Ryszarda Czarnego „Wizerunek dyplomacji i dyplomatów w świetle »rewelacji« Wikileaks”. Prelegent był zdania, że cały „wyciek informacji” przebiegał pod kontrolą rządu Stanów Zjednoczonych Ameryki, a do „wiadomości opinii publicznej przedostały się informacje, które miały się przedostać”. Miał o tym świadczyć brak znaczących reperkusji w stosunkach między najbardziej znaczącymi państwami. Dzięki temu udało się przywódcom światowym zmarginalizować wydźwięk innych, dominujących dotąd w mediach, wydarzeń. Na koniec swojego wystąpienia referent konkludował, że przez coraz bardziej intensywne upowszechnianie się Internetu jako środka komunikacji masowej ludzie tracą kontrolę nad światem, który sami stworzyli.

Znaczna część rozważań, zaprezentowanych w dalszych częściach konferencji, była poświęcona analizom przypadków kreowania wizerunku z ostatniej kampanii samorządowej. Przeciwwstawne wnioski zaprezentowali dr Marzena Cichosz (UWr) oraz dr hab. Krzysztof Gajdka (UP Kraków). Pierwsza w pokazie pt. „Wizerunek szyty na miarę” przedstawiła swoje rozważania, opierając się na przykładach spektakularnych zwycięstw w wyborach na urzędy prezydentów miast w województwie dolnośląskim. Z kolei Krzysztof Gajdka zaprezentował swoje przemyślenia na temat „Przegrani faworyci i niekwestionowane kampanie. Rzec o spektakularnych porażkach w wyborach samorządowych w roku 2010 na terenie województwa śląskiego”. Niekwestionowanym walorem wystąpienia dr Marzeny Cichosz było unaocznienie autorskiej klasyfikacji wizerunków politycznych „włodarzy miast” omawianego regionu. Natomiast dr hab. Krzysztof Gajdka z sukcesem zakończył poszukiwania odpowiedzi na pytanie, dlaczego wieloletni, doświadczeni prezydenci miast, pomimo sukcesów gospodarczych tych ośrodków, przegrali wybory. Prelegent konkludował, że zgubiła ich przesadna pewność siebie, co przejawiało się w lekceważeniu wyborczych konkurentów, a przede wszystkim w skromnych działaniach nastawionych na podtrzymanie przychylności elektoratu.

Konferencja obfitowała w szereg innych wystąpień, których z racji ograniczeń edytorskich nie sposób w tym sprawozdaniu omówić. Tradycyjnie organizatorzy zadbali nie tylko o stronę naukową, ale także o dobrą atmosferę. Te ostatnie czynniki były widoczne szczególnie podczas uroczystej kolacji, gdzie dobrze się znający, ale rzadko mający szansę się spotkać, uczestnicy konferencji w doskonałych nastrojach spędzali czas.

Wojciech Peszyński
(Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)