

Dr Dominika Narożna

Załącznik nr 2

**Autoreferat przedstawiający opis dorobku i osiągnięć naukowych
w języku polskim**

A U T O R E F E R A T

1. Imię i Nazwisko

Dominika Narożna

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej

W 2005 r. ukończyłam studia na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (UAM) na kierunku politologia z wynikiem *bardzo dobry*. Z racji studiowania 2 specjalności napisałam 2 prace magisterskie. Pierwsza, na specjalności *dziennikarstwo i komunikacja społeczna*, pt.: *Reality show w telewizji publicznej*, napisana pod kierunkiem prof. zw. dra hab. J. Sobczaka, gdzie recenzentem był dr hab. R. Paradowski, została oceniona na ocenę *bardzo dobry*. Druga, na specjalności *stosunki międzynarodowe* pt.: *Koncepcja pokoju międzynarodowego w doktrynie Jana Pawła II*, gdzie promotorem dysertacji był prof. zw. dr hab. W. Malendowski a recenzentem prof. zw. dr hab. C. Mojsiewicz, również otrzymała taką samą notę. W rezultacie zaproponowano mi kontynuowanie edukacji na poziomie studiów doktoranckich oraz możliwość opublikowania fragmentów obydwu rozpraw w pracach zbiorowych tj.:

*Dominika Narożna*¹

- D. Narożna, *Reality show – ujęć prób kilka*, (w:) *Studia nad komunikacją popularną, międzykulturową, sieciową i edukacyjną*, J. Fras (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007, ss. 32-44;

- D. Narożna, *Pope John Paul II's Personalistic Concept of Peace*, (w:) *Contemporary politics through the eyes of young researchers*, T. Brańka, M. Musiał, P. Osiewicz (red.), Institute of Political Science and Journalism Adam Mickiewicz University, Poznań 2007, ss. 39-45;

- D. Narożna, *Apele papieża Jana Pawła II o pokój a kwestia wojny sprawiedliwej*, (w:) *Zderzenie czy dialog państw narodowych w Europie?*, J. Sobczak, A. W. Mikołajczak (red.), Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2008, ss. 251-259.

W październiku 2005 r. rozpoczęłam studia doktoranckie (tryb stacjonarny) na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Przydzielono mnie do Zakładu Systemów Prasowych i Prawa Prasowego w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, kierowanego przez prof. zw. dra hab. J. Sobczaka. Pan Profesor został także wyznaczony na mojego opiekuna naukowego a następnie na promotora rozprawy doktorskiej zatytułowanej *Zniesławienie prasowe w Polsce (1984-2008)*. Pracę nad rozprawą doktorską ukończyłam w wyznaczonym terminie. Obrona miała miejsce 6 grudnia 2010 r. na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Recenzentami pracy byli prof. UJ dr hab. E. Nowińska (Uniwersytet Jagielloński) oraz prof. zw. dr hab. R. Kowalczyk (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu). Przedłożona rozprawa została bardzo dobrze oceniona zarówno przez recenzentów, jak i członków Rady Wydziału. Tym samym uzyskałam stopień naukowy doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce.

W ramach podnoszenia kwalifikacji zawodowych w roku akademickim 2007-2008 ukończyłam, z wynikiem *bardzo dobry*, *Studia podyplomowe z zakresu Public Relations* na Wydziale Nauk Społecznych UAM. Poza tym w 2010 r. rozpoczęłam dwuletnie studia podyplomowe *The Master of Business Administration (MBA) – Zarządzanie Szkołą Wyższą* prowadzone przez Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, które ukończyłam w 2012 r. z wynikiem *bardzo dobry*. Pracę dyplomową pt.: *Media relations uczelni publicznej* napisałam pod kierunkiem prof. zw. dra hab. H. Mruka (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu), a recenzentem rozprawy był prof. UAM dr hab. J. Sójka (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu).

Dominika Narożna²

Chcąc rozwijać swoje zainteresowania badawcze w 2012 r. podjęłam studia magisterskie w Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi, na Wydziale Organizacji Sztuki Filmowej, na kierunku *organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej*. Promotorem mojej pracy pt.: *Producent filmów dokumentalnych w Polsce w latach 2005-2014* został prof. zw. dr hab. T. Szczepański, a recenzentem prof. PWSFTviT dr hab. T. Drewno. Studia ukończyłam z wynikiem *bardzo dobry*. Także rozprawa otrzymała taką samą notę.

W ramach podnoszenia kompetencji zawodowych ukończyłam następujące kursy, szkolenia i warsztaty:

- a. warsztaty *Film marketnig – When does it start and does it ever end? Creative Marketing Strategies* (Warszawa 11-12 czerwca 2014 r.), organizator: Creative Europe Desk Polska;
- b. szkolenie *Jak zwiększyć rynkową atrakcyjność wyników badań naukowych – mocne strony Twojego projektu* (Poznań, 4 grudnia 2014 r.), organizatorzy: Preinkubator Akademicki UAM oraz Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii UAM;
- c. kurs *Protokół i etykieta w instytucjach publicznych* (Warszawa, 9-10 grudnia 2014 r.), organizator: Akademia Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych;
- d. szkolenie *Nowoczesne prawo autorskie. Problemy współczesnego prawa autorskiego – Internet, umowy, majątkowe prawa autorskie, kierunki zmian* (Kraków, 9-10 marca 2015 r.), organizator: Ośrodek edukacyjny FORUM;
- e. kurs *Content marketnig* (Warszawa, 22 lipca 2016 r.), organizator: Akademia PRoto.

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/artystycznych

Od 1 października 2011 r. jestem zatrudniona (w pełnym wymiarze) na stanowisku adiunkta na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, gdzie realizuję zadania o charakterze naukowo-dydaktycznym. Pełnione przeze mnie funkcje w tej jednostce organizacyjnej to:

- a. kierownik *Studiów podyplomowych z zakresu media relations*;
- b. opiekun naukowy Koła Naukowego Zawodów Filmowych i Telewizyjnych;

Dominika Warsnio 3

- c. opiekun naukowy Studenckiej Agencji Fotograficznej.

W ramach stosunku pracy w latach 2010-2017 pełniłam funkcję rzecznika prasowego Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Ponadto od 1 stycznia 2011 r. do 31 stycznia 2017 r. kierowałam Biurem Prasowym UAM. Poza tym na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu powierzono mi następujące funkcje:

- a. członek Zespołu ds. Promocji UAM (lata: 2013-2016);
- b. członek Rady Programowej Naukowej Uniwersyteckiej Telewizji Internetowej UAM (lata: 2014-2016);
- c. członek Zespołu ds. przebudowy strony internetowej UAM (lata: 2015-2016).

Od 1 września 2017 r., decyzją Rady Nadzorczej Fundacji UAM (FUAM), jestem członkiem zarządu tego podmiotu a zarazem menedżerem ds. relacji z otoczeniem w Poznańskim Parku Naukowo-Technologicznym Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (PPNT FUAM).

Oprócz zatrudnienia w jednostkach naukowo-badawczych realizowałam zadania dydaktyczne w oparciu o umowę cywilno-prawną w następujących uczelniach:

- a. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie (lata akademickie: 2009-2012 oraz 2015-2016);
- b. Wyższa Szkoła Języków Obcych (lata 2010-2011);
- c. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu (lata: 2011-2016);
- d. Wyższa Szkoła Bankowa (lata: 2011-2017).

4. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.)

Zgodnie z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.), jako osiągnięcie stanowiące podstawę do ubiegania się o nadanie stopnia doktora habilitowanego wskazuję cykl publikacji zatytułowany *Kształtowanie relacji z mediami jako element polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych*, na który składają się: 2 monografie

*Dominika Wasińska*⁴

naukowe, 1 redakcja monografii naukowej, 8 artykułów w czasopismach naukowych (w tym 3 po angielsku i 1 po ukraińsku, z tego 2 opublikowane w wydawnictwie zagranicznym – ukraińskim), 10 artykułów w pracach zbiorowych (w tym 1 po angielsku i 1 po rosyjsku opublikowane w wydawnictwach zagranicznych: pierwszy – w słowackim, a drugi – w kazachskim) oraz 11 haseł do leksykonu.

a) tytuł osiągnięcia naukowego/artystycznego

Kształtowanie relacji z mediami jako element polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych

b) (autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa)

Monografie naukowe

- 1) D. Narożna, *Uwarunkowania funkcji rzecznika prasowego w Polsce. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe SILVA RERUM, Poznań 2018.
- 2) D. Narożna, *Media w polityce informacyjnej. Casus polskich uniwersytetów publicznych*. Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2019.

Redakcja naukowa prac zbiorowych

- 3) D. Narożna (red.), *Informacja i konteksty społeczno-kulturowe. Studium politologiczne*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2015.

Artykuły w czasopismach naukowych w języku angielskim

- 4) D. Narożna, *Freedom of the press in the polish legal system*, Наукові праці 2014, серія Державне управління, випуск 237. Чорноморський Державний Університет імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська Академія, ss. 100-106.
- 5) D. Narożna, *Media Policy of the Adam Mickiewicz University in Poznan: the Actual State of Affairs and the Vision of Development*, „Public Policy and Economic Development” 4 (8) 2015, ss. 53-64.
- 6) A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, K. Adamczewska, B. Secler, D. Narożna, *Journalistic role performance in Poland*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2016, nr 2, ss. 37-52.

Artykuły w czasopismach naukowych w języku polskim

- 7) D. Narożna, *Media relations uczelni publicznej*, Наукові праці 2014, серія Державне управління, випуск 237. Чорноморський Державний Університет імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська Академія, ss. 94-99.
- 8) B. Secler, A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, D. Narożna, K. Adamczewska, *Model dziennikarstwa zorientowany na obywateli w perspektywie paradygmatu społecznej odpowiedzialności mediów. Przykład prasy w Polsce*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica” 2016, nr 2 (32): *Stylistyka mediów*, R. Siekiera, M. Worsowicz (red.), ss. 167-185.
- 9) A. Stępińska, K. Adamczewska, D. Narożna, E. Jurga-Wosik, B. Secler, *Zmiany motywów wyboru zawodu dziennikarskiego w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2016, nr 2 (226), t. 59, s. 392-407.
- 10) A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, K. Adamczewska, D. Narożna, B. Secler, *Postawy polskich dziennikarzy wobec aktorów politycznych: badania empiryczne*, „Przegląd Politologiczny” 2017, nr 1, ss. 127-142.
- 11) A. Stępińska, D. Narożna, B. Secler, E. Jurga-Wosik, *Studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej w Polsce. Motywacje, oczekiwania i plany zawodowe*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 1 (68), ss. 11-25.

Rozdziały w pracach zbiorowych w języku angielskim lub innym języku

- 12) *Материалы I Международной научно-практической конференции. Развитие новых медиа в Казахстане: опыт и перспективы*. Алматы 2013. Международный университет информационных технологий. Кафедра «Медиакоммуникации и История Казахстана». Доминика Нарожна. Новые медиа в деятельности пресслужбы (ПС) Университета им. Адама Мицкевича в Познани. СС. 14-26.
- 13) D. Narożna, *The role a spokesperson in building the University image based on the example of Adam Mickiewicz University in Poznań*, (in:) *Megatrends and media. Critique in media, Critique of media*, D. Peranova, Slavomir Magal (eds.), Faculty of Mass Media Communication University of SS Cyril and Methodius in Trnava, Trnava 2016, ss. 339-358.

Rozdziały w pracach zbiorowych

- 14) D. Narożna, *Biuro Prasowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu jako podmiot odpowiedzialny za kształtowanie relacji z mediami (w:)*, *Media dawne i współczesne*, B. Kosmanowa (red.), Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2013, T. VII, ss. 179-185.

Dominika Worsina⁶

- 15) D. Narożna, M. Magiera, *Mass media w ratownictwie. Konsekwencje powołania rzecznika prasowego w systemie Państwowego Ratownictwa Medycznego*, (w:) *Ratownictwo medyczne. Stan aktualny, wnioski i rekomendacje na przyszłość*, J. Konieczny (red.), Oficyna Wydawnicza Garmond, Poznań-Inowrocław 2014, ss. 197-208.
- 16) D. Narożna, *Wolność prasy jako element kształtowania demokracji na Ukrainie - ujęcie teoretyczne*, (w:) *Krok za krokiem do mety: Strategia dochodzenia do demokracji na Ukrainie*, IFCH, ІІІІ Оріон, Lwów 2014, ss. 74-79.
- 17) D. Narożna, *Sytuacja kryzysowa w przedsiębiorstwie a media relations*, (w:) *Studia nad bezpieczeństwem. Media w systemie bezpieczeństwa narodowego*, M. Skarżyński, I. Andruszkiewicz (red.), Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2015, ss. 121-128.
- 18) D. Narożna, *UAM jako marka kultury*, (w:) *Informacja i konteksty społeczno-kulturowe*, D. Narożna (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2015, ss. 84-98.
- 19) D. Narożna, *Naukowiec-ekspert jako element kształtowania wizerunku uczelni w mediach. Casus Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*, M. Żyrek-Horodyska, E. Hodalska, (w:) *Komunikowanie o nauce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, ss. 157-165.
- 20) D. Narożna, *Storytelling jako narzędzie kreowania wizerunku w mediach*, (w:) *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk (red.), Oficyna Wydawnicza ASPRA, Warszawa 2017, ss. 559-579.
- 21) E. Jurga-Wosik, A. Stępińska, D. Narożna, B. Secler, K. Adamczewska, *Między informacją a komentarzem: polski model dziennikarstwa w świetle badań empirycznych*, (w:) *Współczesne media. Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*, t. I, I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2017, ss. 131-144.

Inne

- 22) *Leksykon bezpieczeństwa. Wybrane pojęcia*, K. Dziubańska-Wójcik, R. Niedźwiecki, W. Saletta, A. Zagórska (red.), Wydawnictwo Jana Kochanowskiego w Kielcach, Kielce 2016.

11 haseł:

- autoryzacja wypowiedzi prasowej;
- dziennikarz;
- Internet;
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji;
- *media relations*;
- system medialny;

7
Dominika Narożna

- prasa;
- *public relations*;
- reklama;
- sprostowanie;
- tajemnica dziennikarska.

c) omówienie celu naukowego/artystycznego ww. pracy/prac i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania

Trudno zaprzeczyć, że współcześnie polityka należy do jednej z najbardziej znaczących przestrzeni komunikacji, która przenika każdy toczący się dyskurs, czego przejawem są media. Nazywanie tych ostatnich w obiegu publicznym *czwartą władzą*¹ potwierdza siłę więzów łączących „zapośredniczoną poprzez rozwiązania technologiczne komunikację z polityką”². Słuszne jest przy tym twierdzenie, że o ile komunikowanie może obejść się bez polityki, o tyle polityka nie może obejść się bez komunikowania³. Aktorzy polityczni używają przy tym mediów celem zaprezentowania treści pożądanemu odbiorcy⁴. Traktują je w kategoriach użyteczności jako narzędzie umożliwiające pozyskanie elektoratu wyborczego, czego efektem, w ustroju demokratycznym, jest zdobycie lub utrzymanie władzy. Jednak coraz częściej same media odgrywają rolę aktora politycznego⁵.

W XX i XXI w. mediatyzacja polityki stała się faktem. Jest ona procesem nieuchronnym, konsekwencją rosnącego wpływu mediów oraz marketingu na sferę polityczną. Efektem tego staje się dekompozycja procesu politycznego, której skutki mogą być zarówno pozytywne (np. profesjonalizacja polityki), jak i negatywne (np. obniżenie jakości komunikacji publicznej czy tworzenie warunków do manipulacji politycznej). Mediatyzacja, poprzez opisywanie zniekształconego obrazu świata, często spłyca przedmiot polityki i złożoność życia publicznego. Słusznie zauważa przy tym J. Fras, że jest ona zjawiskiem oznaczającym bardzo

¹ Termin *czwarta władza* wprowadził do powszechnego obiegu E. Burke, (polityk, publicysta i filozof). W 1774 r., podczas przemówienia w parlamencie, zwrócił się do zebranych: „W parlamencie reprezentowane są trzy stany: ale tam, w loży prasowej zasiada czwarty stan, dalece ważniejszy, aniżeli wszystkie pozostałe”. Zob. *The Encyclopedia of the British Press (1422-1992)*. Ed. by D. Griffiths, New York 1992, s. 250.

² G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, G. Stachyra, A. Żywiołek, *Polityczność, Polityczność mediów*, Toruń 2015, s. 9.

³ Ł. Przybysz, *Komunikowanie polityczne 2.0. Analiza amerykańskiej i polskiej kampanii prezydenckiej*, Warszawa 200, s. 11.

⁴ Por. B. McNair, *Wprowadzenie do komunikowania politycznego*, Poznań 1998, s. 33.

⁵ S. Michalczyk, *Demokracja medialna: między wizją a rzeczywistością*, (w:) *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medioznawcze*, S. Michalczyk (red.), Sosnowiec 2006, s. 145-147.

silny wpływ mediów masowych (głównie telewizji) zarówno na kształtowanie opinii publicznej i kultury politycznej (na odbiór przez publiczność przekazów politycznych), jak i na funkcjonowanie samych instytucji politycznych⁶. Tym samym tworzy się model demokracji medialnej, której przyczyn kształtowania można szukać w trzech tezach. Pierwsza – substytucyjna – wyraża się w stanowisku o przypadkowości wypełniania próżni przez media, zamiast tradycyjnych instytucji i organizacji politycznych, szczególnie w procesie kształtowania woli i wyrażania interesów. Druga – instrumentalizacyjna – zakłada, że system polityczny celowo i planowo wykorzystuje system medialny dla realizacji swoich celów. Trzecia – uzurpatorska – sprowadza się do stwierdzenia, że media, poprzez tworzenie demokracji medialnej, dążą do zaspokajania własnych potrzeb oraz realizacji własnych interesów natury ekonomicznej i ideologicznej (cele społeczno-polityczne są na drugim planie)⁷.

W szerokim ujęciu realizacja polityki nie tylko sprowadza się do procesów związanych z dążeniem do uzyskania i sprawowania władzy czy wykonywania obowiązków nałożonych na organy władzy państwowej (bezpośrednie sprawowanie władzy), lecz także ma wyraz w czynnościach „prowadzących do wykonywania spójnych, swoistych działań określanych jako polityczne”⁸ (pośrednie sprawowanie władzy). Jeśli przyjąć za A. Regiewiczem i A. Żywiołkiem, że polityczność to „zbiór jawnych czy skrytych przeświadczeń, imaginariów, sądów i wyobrażeń na temat rzeczywistości”⁹, to okaże się, że nikt nie jest wolny od ideologicznego nastawienia w swojej relacji ze światem¹⁰. Zatem, to co polityczne wykracza znacząco poza obszar polityki rozumianej jako „sztuka sprawowania władzy”. Obecnie pojęcie to dotyczy zagadnienia wpływu sfery publicznej na komunikację międzyludzką. Ta ostatnia toczy się zarówno w sposób bezpośredni, jak i za pośrednictwem mediów¹¹.

Na instytucjach publicznych ciąży odpowiedzialność za utrzymanie dobrych relacji z otoczeniem. Stąd dużą wagę przywiązuję się do polityki komunikacyjnej, w tym informacyjnej, przy czym pomiędzy tymi dwoma pojęciami nie można postawić znaku równości. Pierwsza,

⁶ J. Fras, *Tabloidyzacja a media i logika mediów – wzajemne relacje pojęć*, (w:) I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.) *Współczesne media. Wolne media?*, t. II, Lublin 2010, s. 68.

⁷ W. Donsbach, O. Jandura (Hrsg.), *Chances und Gefahren der Mediendemokratie* (Vorwort), Konstanz 2003, s. 13-14, Cyt. za: S. Michalczyk, *Demokracja medialna: między wizją a rzeczywistością*, (w:) *Media i komunikowanie*, op. cit., s. 137-138.

⁸ Ł. Przybysz, *Komunikowanie polityczne 2.0*, op. cit., s. 12.

⁹ A. Regiewicz, A. Żywiołek, *Polityczność mediów, czyli między polityką, komunikacją i technologią przekazu. Wprowadzenie*, (w:) *Polityczność mediów*, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, G. Stachyra, A. Żywiołek (red.), Toruń 2015, s. 10.

¹⁰ G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, G. Stachyra, A. Żywiołek, *Polityczność mediów*, Toruń 2015, s.10.

¹¹ Ibidem, s. 10.

świadomie i planowo podejmowana przez określony podmiot, ma zadanie, poprzez kontrolę i zarządzanie przepływem informacji, kreowanie wizerunku instytucji zarówno do wewnątrz jak i na zewnątrz oraz intensyfikację skuteczności realizowanej przez niego polityki¹². Jest ona pojęciem szerszym od terminu *polityka informacyjna*, której działania prowadzone przez określony podmiot ograniczają się jedynie do komunikowania informacyjnego, bez uwzględnienia elementów perswazyjnych. Polityka informacyjna jest zatem składową polityki komunikacyjnej. Obydwe muszą być jednak sprzężone z globalną wizją misji i strategii podmiotu ją tworzącego¹³.

Zagadnienie kształtowania relacji z mediami pojmuje się w kategoriach dwukierunkowej aktywności w ramach *public relations* (PR), rozumianego jako rodzaj komunikowania podejmowanego w partykularnym interesie określonego podmiotu, którego celem jest świadome pozyskanie założonej reputacji. Czynność ta zakłada próbę budowania pozytywnych relacji pomiędzy przedstawicielami określonej instytucji a dziennikarzami reprezentującymi dane redakcje. To specyficzny rodzaj współzależności oparty na negocjacjach. *Media relations* (MR) nie należy utożsamiać z działaniami marketingowymi, gdyż w pierwszym pojęciu relacje opierają się na partnerstwie informacyjnym, a w drugim – na współpracy handlowej (gdzie dane stanowią towar, który sprzedaje się mediom np. w formie reklamy). Nie można także traktować tego terminu w kategoriach propagandy, ponieważ ta ostatnia uwzględnia przy konstruowaniu przekazu manipulację, podczas gdy pojęcie *media relations* zakłada rzetelne przekazywanie informacji co najwyżej z zastosowaniem elementów perswazyjnych.

Współcześnie każdy aktor systemu politycznego, dbający o wizerunek, powinien kształtować relacje z mediami. Brak przywiązywania wagi do tej kwestii może skutkować jego nieobecnością w sferze publicznej lub przedstawianiem go opinii publicznej w negatywnym świetle. Stąd też instytucje publiczne powołują we własnych strukturach organizacyjnych przedstawicieli odpowiedzialnych za ten rodzaj współpracy. Także w polskich uniwersytetach publicznych ma to miejsce.

W latach 1949-1989, polskie szkolnictwo wyższe, podlegając silnej kontroli państwa, nie ulegało istotnym, systemowym przekształceniom. Na jego kształt nie miały większego wpływu zmiany, jakie – w wyniku transformacji społeczno-ekonomicznej – zachodziły w tym okresie w krajach Europy Zachodniej. Postępujące stopniowo w świecie zachodnim procesy

¹² B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2001, s. 49.

¹³ Ibidem, s. 49-50.

rozbudowy systemów szkolnictwa wyższego (lata: 1950-1960), jego demokratyzacji (lata: 1960-1970), czy otwierania się na wpływy rynku (lata: 1980-1990), w sposób znikomy rzutowały na kształt oraz funkcjonowanie polskich uczelni wyższych (w tym uniwersytety publiczne). Dopiero upadek komunizmu oraz przemiany ustrojowe i gospodarcze w Polsce po 1989 r. zmieniły tę sytuację¹⁴.

Transformacja systemowa w Polsce otworzyła nowe rozdziały w funkcjonowaniu polskich uczelni. O ile lata 1989-1997 były przede wszystkim czasem niespodziewanego i żywiołowego rozwoju szkolnictwa wyższego (kiedy to nastąpił czas abdykacji państwa jako podmiotu prowadzącego politykę wobec nauki i szkolnictwa wyższego na rzecz środowiska akademickiego i po części mechanizmów rynkowych), którego fundamentem stała się *wolnościowa ustawa*¹⁵, o tyle kolejny okres, datowany na lata 1997-2007 należy rozpatrywać w kategoriach rosnącego zróżnicowania oraz instytucjonalizacji przedstawicielstw wewnętrznych interesariuszy na poziomie centralnym (rektorów, przedstawicieli studentów i doktorantów)¹⁶. Z kolei następne lata to czas, w którym dochodzi do napięć pomiędzy środowiskiem naukowym a rządem w zakresie przewodniczenia w wytyczaniu kierunku polityki wobec szkolnictwa wyższego. W tym układzie prowadzona polityka informacyjna zarówno właściwego ministerstwa (obecnie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego) oraz poszczególnych uczelni (w tym uniwersytetów publicznych) nabrała na znaczeniu.

Z założenia celem istnienia uniwersytetów jest pomnażanie, przechowywanie, przekazywanie wiedzy¹⁷. Jednak polityka prowadzona przez państwo względem nich coraz częściej sprowadza się do egzekwowania gospodarczej rozliczalności, co wiąże się z odpowiedzialnością względem otoczenia. Tym samym w środowisku akademickim zyskują na znaczeniu głosy postulujące idee powstawania uniwersytetów trzeciej generacji (tzw. uniwersytetów przedsiębiorczych), w których dominuje zarządzanie strategiczne i menadżerskie¹⁸ kosztem zarządzania w sposób tradycyjny – kolegialny i demokratyczny. Tego rodzaju tok rozumowania rzutuje na sposób postrzegania przez władze uczelni interesariuszy zewnętrznych, w tym media. Przyjmuje się za celowe nawiązywanie współpracy z nimi, by

¹⁴ Zob. D. Antonowicz, *Polish Higher Education and Global Changes – the Neoinstitutional Perspective*, "The CPP Research Papers Series" 2008, vol. 12, s. 3-31.

¹⁵ Tak nazywano ustawę 12 września 1990 r. – *Prawo o szkolnictwie wyższym*. Zob. *Ustawa z dnia 12 września 1990 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym*, Dz. U. 1990, Nr 65, poz. 385.

¹⁶ D. Antonowicz, *Między siłą globalnych procesów a lokalną tradycją. Polskie szkolnictwo wyższe w dobie przemian*, Toruń 2015, s. 285-286.

¹⁷ E. Wnuk –Lipińska, *Uniwersytet dzisiaj – idee, cele i zadania*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 1996, nr 8, s. 9.

¹⁸ M. Kwiek, *Zarządzanie polskim szkolnictwem wyższym w kontekście transformacji zarządzania w szkolnictwie wyższym w Europie*, „The CPP Research Papers Series” 2010, vol. 15, s. 8-9.

wzmocnić własną pozycję w otoczeniu (np. na rynku usług edukacyjnych). Kształtowanie relacji z nimi traktuje się w kategoriach prowadzenia polityki określonej uczelni.

Powyższa wizja rozwoju polskich uniwersytetów publicznych a zarazem moje zainteresowania badawcze związane z kształtowaniem relacji z mediami przez aktorów przestrzeni publicznej stały się przyczynkiem do rozważań na temat obszaru polityki informacyjnej realizowanej przez określoną kategorię szkół wyższych w Polsce. **Celem** prowadzonych prac badawczych stało się zaprezentowanie mechanizmów działań podejmowanych przez przedstawicieli polskich uniwersytetów publicznych względem systemu medialnego. Na podstawie wstępnych badań postawiłam **główną tezę**, która zawiera się w twierdzeniu, że prowadzone relacje z mediami stanowią nieodłączny i zasadniczy element polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych. Dodatkowo sformułowałam pięć hipotez szczegółowych. **Pierwsza hipoteza** ogniskuje wokół założenia, że ramy kształtowania polityki informacyjnej względem mediów wyznacza w Polsce ustawodawca. **Druga hipoteza** stanowi przypuszczenie, że wykonawcą założeń polityki informacyjnej względem mediów w polskich uniwersytetach publicznych jest rzecznik prasowy, którego wspierają inne jednostki organizacyjne uczelni. **Trzecia hipoteza** zakłada niską ocenę przedstawicieli opinii publicznej w zakresie poziomu skuteczności prowadzonej polityki informacyjnej wobec mediów przez polskie uniwersytety publiczne. **Kolejna hipoteza brzmi:** prowadzona przez przedstawicieli polskich uniwersytetów publicznych polityka informacyjna wobec mediów odbywa się przy pomocy narzędzi komunikacyjnych z zakresu PR. **Ostatnia hipoteza** zakłada wpływ dziennikarzy (postawy i zachowania) na sposób prowadzenia polityki informacyjnej przez podmioty systemu polityczno-prawnego, w tym także polskie uniwersytety publiczne.

W postępowaniu badawczym posiłkowałam się wskazaniem teoretycznymi uznanych naukowców, których zainteresowania naukowe wiążą się albo z kwestiami szkolnictwa wyższego, albo polityki informacyjnej czy kształtowania relacji z mediami. W kontekście pierwszej płaszczyzny rozważań odwoływałam się najczęściej do ustaleń M. Kwieka, D. Antonowicza i E. Kulczyckiego, W zakresie drugiego pola badawczego korzystałam z naukowych doświadczeń B. Dobek-Ostrowskiej, R. Wiszniowskiego i K. Jakubowicza. Z kolei w badaniach dotyczących *media relations* na szczególną moją uwagę zasłużyły prace naukowe: K. Gajdki, S. Gawrońskiego, J. Flisa oraz W. Furmana.

W związku z realizacją postawionego celu badawczego, próbą potwierdzenia tezy oraz udowodnienia prezentowanych hipotez skorzystałam z szeroko stosowanych w politologii **metod** opracowań i interpretacji materiałów źródłowych. Posłużyłam się analizą systemową w

Analiza systemowa w badaniach społecznych

Dominika Wasińska

zakresie określenia modelu polskiego uniwersytetu publicznego funkcjonującego w systemie polityczno-prawnym Rzeczypospolitej, którego podsystemem jest polski system medialny. W zawiązku z tym ujęłam ten rodzaj uczelni w kategoriach zbioru elementów wyodrębnionych z otoczenia kierujących się wypracowanymi prawidłowościami (schematami działania) całości. Skorzystałam także z metody historycznej, chcąc przybliżyć genezę powstawania zjawisk obecnie zauważalnych w sektorze szkolnictwa wyższego, które rzutują na sposób realizacji polityki informacyjnej (prowadzonej bezpośrednio do mediów, a – pośrednio do otoczenia). W trakcie prowadzonych badań nieodzowne stało się również sięgnięcie do analizy instytucjonalno-prawnej poprzez odwołanie się do ustawodawstwa z obszaru szkolnictwa wyższego, prawa konstytucyjnego, prasowego, cywilnego, karnego oraz autorskiego. Bez zobrazowania podstaw prawnych funkcjonowania polskich uniwersytetów publicznych oraz zasad kształtowania relacji z dziennikarzami o charakterze normatywnym przez delegowane przez te uczelnie podmioty, niemożliwe stałoby się bowiem zaprezentowanie ram reguł współpracy, które narzuca polski ustawodawca w zakresie prowadzenia polityki informacyjnej przy pomocy mediów i do mediów. Zastosowanie znalazła także metoda komparatystyczna poprzez porównanie teorii z praktyką w aspekcie kształtowania relacji z mediami przez rzeczników prasowych. Oprócz tego, będąc najpierw dziennikarką współpracującą z TVP S.A. (lata: 2004-2010), a następnie rzecznikiem prasowym Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (lata: 2010-2017), miałam możliwość obserwacji zarówno tworzenia ram polityki informacyjnej oraz jej realizacji (jako reprezentant UAM), jak i przygotowywania przez dziennikarzy i redaktorów otrzymanych treści do przekazu odbiorcom (jako członek redakcji). W celu zobrazowania poszczególnych płaszczyzn współpracy polskich uniwersytetów publicznych z mediami posiłkowałam się także analizą przypadku. Ujęcie ilościowe i jakościowe prezentowanego osiągnięcia naukowego, sprowadzało się również do przeprowadzenia badań własnych. Skorzystałam przy tym z metody sondażu diagnostycznego z zastosowaniem techniki ankiety. W ramach przeprowadzonych badań na czterech grupach respondentów (jedną z nich stanowili rektorzy zrzeszeni w Konferencji Rektorów Uniwersytetów Polskich – KRUP, drugą – rzecznicy prasowi uczelni zrzeszonych w KRUP, a dwie pozostałe – anonimowi ankietowani) zapytałam ich m.in. o opinię w zakresie prowadzonej przez polskie uniwersytety publiczne polityki informacyjnej względem mediów. Dodatkowo posłużyłam się inną techniką badawczą w postaci przeprowadzenia wywiadu z ministrem nauki i szkolnictwa wyższego – J. Gowinem na temat reformy szkolnictwa wyższego i nauki z 2018

Dominka Naranina

r. (tzw. *Ustawa 2.0*¹⁹). Uzyskałam także odpowiedzi na pytania kierowane przeze mnie do rzecznika prasowego Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego – K. Zawady na temat roli polityki w kształtowaniu relacji z mediami. Oprócz tego, wraz z zespołem badawczym powołanym w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, wchodzącym w skład międzynarodowej grupy badawczej, realizującej projekt *Journalistic Role Performance around the Globe* (JRP), dokonałam analizy zawartości treści 1130 artykułów opublikowanych w latach 2012-2013, a zamieszczonych w 4 dziennikach („Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Fakt”, „Nasz Dziennik”). Celem tej eksploracji było przede wszystkim ustalenie, jaką postawę prezentują dziennikarze wobec aktorów przestrzeni publicznej w przygotowywanych przez nich materiałach informacyjnych. Poza tym w ramach realizacji projektu uczestniczyłam w przeprowadzeniu badania z użyciem kwestionariusza ankietowego na studentach kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* (DIKS) 7 polskich uczelni. W tym przypadku powodem eksploracji była próba charakterystyki przyszłych pokoleń dziennikarzy. Inne badania, przy użyciu kwestionariusza ankiety, prowadzone w ramach przedstawionego osiągnięcia, miały związek z oceną prowadzenia polityki informacyjnej przez Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W pierwszej eksploracji poprosiłam ówczesne władze UAM o opinię na temat kształtowania relacji z mediami przez przedstawicieli uczelni. W drugiej – studenci WNPiD UAM wyrazili m.in. zdanie w zakresie wykorzystania *storytellingu* jako metody komunikacji. W trzeciej – zapytałam respondentów o rolę naukowców – ekspertów w kształtowaniu wizerunku UAM w mediach.

Osiągnięcie zostało oparte na różnorodnym **materiale źródłowym**, w tym na aktach prawnych, orzecznictwie sądów polskich (w tym Sądu Najwyższego i Trybunału Konstytucyjnego), wewnętrznych dokumentach sektora szkolnictwa wyższego, literaturze przedmiotu oraz na wynikach badań własnych.

Bez wątpienia zagadnienie polityki jest przedmiotem wielu dociekań badawczych. Także kwestia polityki informacyjnej coraz częściej staje się punktem rozważań intelektualnych politologów. Przy analizie tego zagadnienia nie brakuje również odniesień do działalności mediów jako odbiorców treści oraz pośredników w przekazywaniu danych do otoczenia. Natomiast rzadko kładzie się nacisk na eksplorację odśrodkowych działań podmiotów kształtujących politykę informacyjną poprzez współpracę z dziennikarzami. Ten

¹⁹ Zob. *Ustawa z 20 lipca 2018 r. prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*, DZ. U. 2018, poz. 1668.

niezagospodarowany obszar badawczy stał się główną płaszczyzną moich naukowych zainteresowań.

Zakres czasowy i przestrzenny prowadzonych badań w ramach prezentowanego osiągnięcia obejmował terytorium Polski po przemianach demokratycznych po 1989 roku. Przedmiotem rozważań stały się zachowania oraz postawy decydentów biorących udział w kształtowaniu, za pośrednictwem mediów, polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych. Najwięcej uwagi poświęcono przy tym zagadnieniu roli i funkcji rzecznika prasowego wskazanej kategorii podmiotów. Logika wywodu wymagała również zobrazowania specyfiki funkcjonowania szkolnictwa wyższego w dobie transformacji systemowej. Nie zabrakło również odniesień do zagadnień związanych z mechanizmami działań podejmowanych przez dziennikarzy wobec aktorów funkcjonujących w przestrzeni publicznej.

W ramach pierwszego pola zainteresowań opartego na hipotezie: ramy kształtowania polityki informacyjnej względem mediów wyznacza w Polsce ustawodawca, przygotowano i opublikowano monografie (zob. **pkt 1, 2**), artykuły naukowe (zob. **pkt 4, 16**) oraz hasła do leksykonu (zob. **pkt 22**).

Jedną z naczelných zasad ustrojowych obowiązujących w Polsce jest wolność prasy²⁰. Gwarantuje ją art. 14 *Konstytucji RP* z 2 kwietnia 1997 r.²¹. Umiejscowienie tego pojęcia w rozdziale I ustawy zasadniczej podkreśla jego ważność w funkcjonowaniu demokratycznego państwa prawa. Tylko wolne media mogą bowiem wspierać umacnianie demokracji. Oznacza to zakaz stosowania cenzury prewencyjnej i represyjnej przez władze państwowe względem tytułów prasowych, eliminowanie cenzury wewnątrzredakcyjnej, uściślanie dziennikarskich praw oraz obowiązków przez ustawodawcę, odpolitycznienie prasy, wzmocnienie idei pluralizmu mediów, tworzenie artykułów prasowych w oparciu o prawa człowieka oraz budowanie społeczeństwa obywatelskiego (zob. **pkt 16**). Wolność prasy nie ma jednak charakteru absolutnego. Jej granice wyznacza ustawodawstwo Rzeczypospolitej²². Ujęcie formalne tego zagadnienia umożliwia wytyczanie ram funkcjonowania mediów (zob. **pkt 4**).

²⁰ W świetle prawa zakres przedmiotowy termin *prasa* nie odnosi się tylko do dzienników czy czasopism drukowanych, lecz także obejmuje zasięgiem pojęciowym radio, telewizję i niektóre formy przekazu internetowego, które spełniają przesłanki zawarte w art. 7 ust. 2 pkt 1 ustawy – *Prawo prasowe*. Zob. *Ustawa z 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe*, Dz. U. 1984, Nr 5, poz. 24; *Postanowienie Sądu Najwyższego z 7 maja 2008 r.*, III KK 234/07, OSNKW 2008, z. 9, poz. 69.

²¹ Zob. *DZ. U. 1997, Nr 5, poz. 24*.

²² Zob. *Postanowienie Sądu Najwyższego z 12 listopada 2003 r.*, V KK 52/03, OSNKW 2004, z. 3, poz. 24.

Jawności władzy publicznej traktuje się jako jedną z zasadniczych wartości państwa prawa. Określone w art. 61 Konstytucji RP prawo do informacji pozwala obywatelowi (w tym także dziennikarzowi) na kontrolę działań przedsięwziętych przez organy władzy publicznej oraz instytucje publiczne (zob. **pkt 2**). Poza tym, w zakresie udzielenia informacji prasie, podmioty prywatne mają inne zobowiązania, aniżeli te publiczne. Pierwsze udzielają informacji tylko na gruncie ustawy z 26 stycznia 1984 r. – *Prawo prasowe*²³, a drugie dodatkowo na podstawie ustawy z 6 września 2001 r. o *dostępie do informacji publicznej*²⁴. Zobowiązane do udzielenia informacji publicznej są: organy władzy publicznej, związki zawodowe i partie polityczne oraz inne podmioty wykonujące zadania publiczne. Do tej trzeciej kategorii zalicza się polskie uniwersytety publiczne. Poza tym ustawodawca wymienia krąg osób, które mają obowiązek przekazywania tego typu informacji prasie. Należą do niego kierownicy, zastępcy, rzecznicy prasowi oraz osoby upoważnione do tego typu działań. Nie oznacza to jednak, że osoby zatrudnione w danym miejscu pracy nie mają prawa przekazywać informacji mediom. Gwarantuje im to wspomniany art. 61 ustawy zasadniczej, a dokładniej jej bierna forma w postaci prawa do informowania. Usiłowanie przez pracodawców uniemożliwienia kontaktu z dziennikarzami pracownikom jest traktowane jako przejaw krytyki prasowej. Udostępnienie informacji publicznej powinno nastąpić niezwłocznie. Podmioty upoważnione do jej udzielania przygotowują ją nie później niż w ciągu 14 dni od chwili złożenia wniosku (zapytania dziennikarza). Istnieje możliwość wydłużenia tego terminu do 2 miesięcy. Dzieje się to w przypadku pojawienia potrzeby zbierania danych lub kiedy te ostatnie wymagają przetworzenia. Problemów nastręcza fakt, że polski ustawodawca nie sporządził legalnej definicji *informacja publiczna*. W praktyce ogromnego znaczenia przy określeniu co nią jest nabiera orzecznictwo, w którym podejmowane są próby interpretacyjne rozumienia tego terminu (zob. **pkt 1**).

W polityce informacyjnej realizowanej względem mediów, w aspekcie operacyjnym, oprócz zrozumienia podstawowych pojęć z nią związanych (tj. *public relations*, *media relations*, system medialny, dziennikarz, system medialny, Internet) wykorzystuje się instytucje prawa (np. sprostowanie, autoryzację, tajemnicę dziennikarską, reklamę) celem jej ukierunkowywania według przyjętych założeń. Akceptowalne przez ustawodawcę mechanizmy działania dają formalnoprawne podstawy do wdrożenia i stosowania określonych procedur względem mediów (zob. **pkt 2, 22**).

²³ Zob. DZ. U. 1984, Nr 5, poz. 24.

²⁴ Zob. Dz. U. 2001, Nr 112, poz. 1198.

W ramach drugiego pola zainteresowań opartego na hipotezie: wykonawcą założeń polityki informacyjnej względem mediów w polskich uniwersytetach publicznych jest rzecznik prasowy, którego wspierają inne jednostki organizacyjne uczelni, przygotowano i opublikowano monografie (zob. pkt 1 i 2) i artykuły naukowe (zob. pkt 13, 14, 15).

W Polsce funkcja rzecznika prasowego pojawiła się za czasów E. Gierka. W marcu 1971 r. objął to stanowisko W. Janiurek. Przed rozpoczęciem w Polsce procesu transformacji systemowej rzecznikowanie kojarzone było z propagandą. Obecnie w literaturze przedmiotu funkcję tę przyrównuje się zarówno do roli *tuby propagandowej* czy *koncesjonowanej papugi*²⁵, jak i do *sita*²⁶, *konsultanta*²⁷, *zderzaka*²⁸, *piorunochronu*²⁹, *chłopca do bicia*³⁰, *strażnika reputacji firmy*³¹ oraz *upadłego anioła*³². Większość definicji na temat rzecznika prasowego³³ przyjmuje, że nim osoba fizyczna, której praca sprowadza się do realizacji fragmentu działalności z zakresu *public relations* w postaci kształtowania relacji z mediami w ramach upoważnienia otrzymanego od przełożonego w obszarze dedykowanych mu kompetencji³⁴. K. Dudek wyróżnia trzy obszary działalności, jakie powierza się rzecznikowi prasowemu. Ma on być pośrednikiem i koordynatorem w procesie komunikacji z otoczeniem³⁵, specjalistą i ekspertem z zakresu *public relations*³⁶ oraz uczestnikiem najważniejszych procesów

²⁵ K. Dudek, *Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej*, Sosnowiec-Praga 2015, s. 64.

²⁶ D. Fikus, *Prasa jako kontrola władzy*, Warszawa 1993, s. 68.

²⁷ Zob. J. Flis, *Rzecznik kontra konsultant. Problemy współpracy rzeczników prasowych z zewnętrznymi konsultantami*, (w:) *Rzecznictwo prasowe. Teoria, praktyka, konteksty*, K. Gajdka, Z. Widera (red.), Katowice 2010, s. 191-197.

²⁸ A. Drzycimski, *Sztuka kształtowania wizerunku*, Warszawa 2008, s. 35.

²⁹ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, K. Pokorna-Ignatowicz, *Źródła informacji dla dziennikarzy*, Warszawa 2008, s. 158.

³⁰ A. Adamus-Matuszyńska, *Rzecznik i wizerunek organizacji*, (w:) *Rzecznictwo prasowe. teoria, praktyka, konteksty*, K. Gajdka, Z. Widera (red.), Katowice 2010, s. 10.

³¹ Ibidem, s. 12.

³² A. Ostroch, *Upadłe anioły? Dziennikarz i rzecznik – ogniwa łańcuch przekazu informacyjnego*, „Media Skrypt” 2006, nr 1, s. 40.

³³ Innego rodzaju stanowiska noszą nazwę np. specjalista od *media relations*, menedżer ds. kształtowania relacji z mediami itp.

³⁴ D. Narożna, *Uwarunkowania funkcji rzecznika prasowego w Polsce – teoria i praktyka*, Poznań 2018, s. 23-24.

³⁵ Wówczas *media relations* utożsamiane są z *publicity*, czyli *praktyką robienia rozgłosu*. Zob. S. Gawroński, *Media relations, Współpraca dziennikarzy i specjalistów od PR*, Rzeszów 2006, s. 10-58.

³⁶ Nie do końca można postawić znak równości pomiędzy PR-owcem a rzecznikiem prasowym. Stanowiłoby to zbyt uproszczenie. Z punktu widzenia formalnego należy przyznać rację z D. Tworzydło, który zauważył, że funkcja rzecznika prasowego powinna sprowadzać się do jednej płaszczyzny PR – kształtowania relacji z mediami. Z kolei w praktyce zauważa się, iż aktywność takiej osoby często wykracza poza relacje z zakresu *media relations*. Kokieteryjnie można stwierdzić, że obecnie osoba reprezentująca organizację w mediach to *Rzecznik PRasowy*, gdzie nie bez kozery dwie literki drugiego członu sformułowania napisano wielkimi literami. Jego głównym zadaniem jest wprowadzić kształtowanie relacji z mediami, ale w dobie wzrostu zainteresowania się dziennikarzy i tym samym opinii publicznej jak najbardziej oryginalnymi tematami, musi on wprowadzać elementy PR do swojej pracy. Zatem rzecznik prasowy nie tyle jest PR-owcem, choć w swojej profesji posilkuje się elementami z zakresu PR. Por. K. Dudek, *Rola rzeczników prasowych*, op. cit., s. 67; A. Kasińska-Metryka, *Public relations w działaniach rzecznika prasowego uczelni*, (w:) *Rzecznicy prasowi a public relations*, K. Gajdka, J. Legomska (red.), Katowice 2007, s. 79; J. Legomska, *Miedzy informowaniem a budowaniem więzi – potoczność zachowań*

decyzyjnych i zarządczych w ramach organizacji³⁷. We wskazanej koncepcji nie tylko odpowiada za MR i PR, ale także za *publicity*. Współcześnie rzecznicy prasowi w zakresie obowiązków coraz częściej odpowiadają za komunikację wewnętrzną pracodawcy, promocję a nawet przygotowanie wydarzeń (tzw. *eventów*). Jednak ich głównym zadaniem jest planowanie, koordynowanie i wdrażanie kontaktów reprezentowanej przezeń organizacji z prasą³⁸. Postrzega się ich jako *instrumentum interpretarii* – w roli odtwórczej, albo jako *instrumentum vocalis* – gdy ma on wpływ na przełożonego oraz procesy decyzyjne wewnątrz organizacji³⁹ (zob. pkt 1).

W polskim systemie prawno-politycznym nie ma obowiązku powoływania rzecznika prasowego w danych instytucjach publicznych. Zarówno teoretycy jak praktycy postulują tworzenie takich stanowisk. W dobie tabloidyzacji mediów utrzymanie, akceptowalnego przez decydentów, poziomu zaufania publicznego wymaga oddziaływania na wizerunek, a to niewątpliwie narzuca konieczność utworzenia funkcji (etatowego bądź nieetatowego) rzecznika prasowego (zob. pkt 15).

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych udało się ustalić, że każdy polski uniwersytet publiczny (klasyczny⁴⁰) posiada we własnej strukturze organizacyjnej pracownika pełniącego funkcję rzecznika prasowego. W nieznacznej większości są nimi kobiety. Z reguły są to osoby w średnim wieku (pomiędzy 41 a 60 rokiem życia). Wszyscy posiadają wykształcenie wyższe. Przeważająca część z nich mieszka w dużych miastach⁴¹. Na wielu z nich, oprócz zadań z zakresu *media relations*, spoczywają innego rodzaju obowiązki w ramach sprawowanej funkcji. Ich przełożeni – rektorzy wysoko oceniają prowadzoną na polskich uniwersytetach publiczną politykę informacyjną względem mediów. Jako podmiot odpowiedzialny za jej kształtowanie wskazują nie tylko siebie, lecz także na rzeczników prasowych. Z kolei za jej realizację, zdaniem zdecydowanej większości respondentów, odpowiada rzecznik prasowy. W kwestii roli, jaką ten ostatni odgrywa w prowadzeniu tego obszaru działalności, niemal wszyscy ankietowani rektorzy uznali, iż jest ona albo *duża* albo *bardzo duża*. Z kolei rzecznicy prasowi, poddani badaniu, jako najczęstszą odpowiedź na pytanie, kto odpowiada za kształtowanie relacji z mediami w miejscach ich pracy, wskazywali

językowych jako retoryczna strategia w tekstach rzeczników prasowych policji (obserwacja i postulaty), (w:) *Rzecznicy prasowi a public relations*, op. cit., s. 66.

³⁷ K. Dudek, *Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej*, Sosnowiec-Praga 2015, s. 71.

³⁸ *Słownik terminologii medialnej*, W. Pisarek (red.), Kraków 2006, s. 192.

³⁹ K. Gajdka, *Rzecznik prasowy w otoczeniu mediów. Teoria i praktyka*, Kraków 2012, s. 18-19.

⁴⁰ Klasyczny w rozumieniu bezprzymiotnikowy.

⁴¹ Stan na styczeń 2019 r.

jednocześnie siebie, senat uczelni i rektora. Jednomyślnie natomiast uznali, że to oni są odpowiedzialni za realizację polityki informacyjnej względem mediów. Jednocześnie uważają, że odgrywają oni dużą lub bardzo dużą rolę w jej prowadzeniu (zob. **pkt 2**).

Egzemplifikację przyjętej hipotezy zakładającej, że wykonawcą założeń polityki informacyjnej względem mediów w polskich uniwersytetach publicznych jest rzecznik prasowy, którego wspierają inne jednostki organizacyjne uczelni, stanowi reprezentant Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, pełniący tę funkcję, wspomagany przez Biuro Prasowe (BP). Kieruje on pracami tej jednostki organizacyjnej a do jego zadań należy m.in.: odpowiadanie na zapytania dziennikarzy, organizowanie konferencji i briefingu prasowych dla władz UAM, pozyskiwanie patronatów medialnych, opieka nad praktykantami oraz stażystami przydzielonymi do BP itp. Biuro Prasowe wdrożyło przy tym szereg procedur wewnętrznych i zewnętrznych, by nadać ramy kształtowania relacji z mediami, a zarazem realizować politykę informacyjną uczelni zgodne z przyjętą strategią. Pierwsze opisują wdrożone mechanizmy działania w ramach BP i są uzależnione od pojawiającej się sytuacji, która może znaleźć swoje odniesienie w mediach. Drugie określają metody współpracy z innymi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, uruchamiane w sytuacji zainteresowania się dziennikarza tematem mającym związek z UAM (zob. **pkt 14**). Obowiązki pracowników Biura Prasowego sprowadzają się przy tym m.in. do pozycjonowania uczelnianych ekspertów w prasie, przygotowywania prasówki, opieki nad stroną *Informacje do mediów*, tworzenia komunikatów prasowych, pozycjonowania wydarzeń UAM w mediach, udzielania porad i wskazówek pracownikom uniwersytetu w zakresie współpracy z dziennikarzami, pisanie oświadczeń i sprostowań oraz opracowania ekspertyz medialnych na potrzeby władz uczelni (zob. **pkt 13**). Wszystkie te zadania, będące składową działań z zakresu kształtowania z relacji z mediami, znajdują swój wyraz w prowadzonej polityce informacyjnej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu względem otoczenia.

W ramach trzeciego pola zainteresowań opartego na hipotezie zakładającej niską ocenę przedstawicieli opinii publicznej w zakresie poziomu skuteczności prowadzonej polityki informacyjnej wobec mediów przez polskie uniwersytety publiczne, przygotowano i opublikowano monografię (zob. **pkt 2**).

W celu udowodnienia powyższej hipotezy przeprowadziłam w 2018 r. 2 badania ankietowe (w pierwszym przypadku na 512, a w drugim na 250 respondentach) z zastosowaniem metody sondażu diagnostycznego. Pozwoliło to na uzyskanie następujących

wyników. W pierwszej eksploracji zapytałam ankietowanych o ich zdanie na temat polityki informacyjnej prowadzonej przez polskie uniwersytety publiczne względem mediów. Okazuje się, że pojmowanie tego pojęcia przez znaczną część respondentów sprowadza się zarówno do prezentowania w mediach własnych stanowisk w danej kwestii, jak i przygotowania pakietu narzędzi do współpracy z mediami, a także planowania i realizacji określonych celów względem mediów. Poza tym znaczna część z nich kojarzy ten rodzaj polityki z ogólną polityką państwa. Z kolei większość z nich jest przekonana, iż zarówno media jak i Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW) ingerują w jej tworzenie oraz realizację⁴². Największa liczba spośród 512 ankietowanych uznała, że podmiotem odpowiedzialnym za kształtowanie relacji z mediami jest rektor (choć nieco mniej otrzymały odpowiedzi *senat uczelniany* czy *rzecznik prasowy*)⁴³. Natomiast respondenci na pierwszym miejscu w zakresie tego, co reguluje ten obszar funkcjonowania na wskazanych uczelniach, wymienili akty wewnętrzne uczelni⁴⁴. Polityka informacyjna względem mediów najczęściej kojarzy im się z odpowiedzialnością. Jednak ponad połowa z nich uważa, że władze uczelni *nie przywiązują* lub *raczej nie przywiązują* wagi do tego typu działań. Co do poziomu kształtowania relacji z mediami 42,7% ankietowanych wystawiło polskiem uniwersytetom publicznym (w skali 1 do 6) ocenę *dostateczny*⁴⁵. Odmienne zdanie w tej kwestii mają rektorzy i rzecznicy prasowi polskich uniwersytetów zrzeszonych w Konferencji Rektorów Uniwersytetów Polskich. Pierwsi są zadowoleni z efektów prowadzonych działań w zakresie polityki informacyjnej względem mediów na ich uczelniach (14 z nich uznało, że są one bardzo dobre, a 4 wystawiło ocenę dobrą). Z kolei drudzy własną efektywność w zakresie współpracy z mediami oceniają również na bardzo dobrym lub dobrym poziomie.

⁴² Takiemu stanowi rzeczy zaprzeczają (ankietowani przeze mnie) rektorzy polskich uniwersytetów publicznych. Blisko ¾ z nich uznało, że ingerencja MNiSW w tę sferę nie ma miejsca. Z kolei znaczna większość rzeczników prasowych (poddana badaniu) oznajmiła, że spotkała się z interwencją zewnętrzną w zakresie prowadzonej na ich uczelni polityką informacyjną względem mediów.

⁴³ 27,3% respondentów uznało, że tym podmiotem jest rektor. *Ex aequo* 20,3% wyraziło pogląd, iż jest nim, albo Senat, albo rzecznik prasowy. Z kolei 17,8% wskazało na Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. 8,6% jest zdania, że wszyscy pracujący na uniwersytecie odpowiadają za kształtowanie polityki medialnej. Natomiast 5,7% udzieliło odpowiedzi *ustawodawca*. Nikt z respondentów nie wskazał innego podmiotu, mimo zaistnienia takiej możliwości w ankiecie.

⁴⁴ 33,1% ankietowanych udzieliło odpowiedzi *wewnętrzne akty prawne uniwersytetów*. 28% wskazało na *prawo prasowe*, 20,2% – na *prawo o szkolnictwie wyższym*, a 14,5% – na *zasady współżycia społecznego*. 4,2% respondentów zakreśliło odpowiedź *inne*, nie prezentując jednak co pod tym pojęciem kryje się.

⁴⁵ Odmienne zdanie w tej kwestii mają rektorzy i rzecznicy prasowi polskich uniwersytetów publicznych. Pierwsi są zadowoleni z efektów prowadzonych działań w zakresie polityki informacyjnej względem mediów na ich uczelniach (14 z nich uznało, że są one bardzo dobre, a 4 wystawiło ocenę dobrą). Z kolei drudzy własną efektywność w zakresie współpracy z mediami oceniają również na bardzo dobrym lub dobrym poziomie.

Powyższe wyniki badań ankietowych na temat opinii respondentów co do kwestii prowadzenia polityki informacyjnej wobec mediów na polskich uniwersytetach publicznych, stały się przyczyną sformułowania kolejnego badania ankietowego (przeprowadzonego na 250 respondentach). Tym razem zapytałam respondentów m. in. o ich stan wiedzy na temat roli rzeczników prasowych polskich uniwersytetów publicznych w realizacji polityki informacyjnej względem mediów. Dość znaczny odsetek ankietowanych uznał, że żaden z rzeczników prasowych polskich uniwersytetów publicznych nie jest skuteczny. Za najbardziej rozpoznawalnego oraz efektywnego rzecznika prasowego respondenci uznali przedstawiciela Uniwersytetu Warszawskiego (następnie Uniwersytetu Jagiellońskiego i Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu). Okazało się jednak, że blisko połowa ankietowanych albo nie wie czy na polskich uniwersytetach publicznych funkcjonują rzecznicy prasowi, albo uważa, że nie są oni zatrudnieni w tego typu szkołach wyższych. Natomiast około 80% przebadanych widzi potrzebę ich funkcjonowania.

W ramach czwartego pola zainteresowań opartego na hipotezie: prowadzona przez przedstawicieli polskich uniwersytetów publicznych polityka informacyjna wobec mediów odbywa się przy pomocy narzędzi komunikacyjnych z zakresu PR, przygotowano i opublikowano monografię (zob. **pkt 2**) pracę zbiorową pod moją redakcją (zob. **pkt 3**) oraz artykuły naukowe (zob. **pkt 5, 7, 12, 18, 19, 20**).

W obecnych czasach informacja nie tylko z aksjologicznego punktu widzenia staje się wartością, lecz także uosabia się ją na gruncie nauk ekonomicznych przez fakt rozwoju rynku usług. Poza tym to nie czyny ludzkie, ale dane o nich kształtują opinię publiczną oraz określone trendy (zob. **pkt 3**). Polskie uniwersytety publiczne nie funkcjonują w alienacji. Coraz więcej wymaga od nich otoczenie, w tym media, zarówno w zakresie naukowo-badawczym czy oferty dydaktycznej, jak i na innych płaszczyznach np. na niwie kulturotwórczej (zob. **pkt 18**). Przedstawiciele uniwersyteckiego środowiska zauważają, że polityka informacyjna względem mediów nie może być prowadzona *ad hoc*. Potrzeba do tego strategii medialnej przyjętej w formie dokumentu zawierającego plan działań (przy użyciu określonych narzędzi względem dziennikarzy i redakcji) oraz zakładającego realizację przyjętych zamierzeń w perspektywie długofalowej. Taką potrzebę dostrzegła zdecydowana większość przedstawicieli władz UAM podczas przeprowadzonego w 2015 r. badania ankietowego (zob. **pkt 5**).

Przekazywanie określonych treści do mediów przez przedstawicieli polskich uczelni publicznych (w tym uniwersytetów) odbywa się przy użyciu określonych metod i technik (np. konwencjonalnych i niekonwencjonalnych), także z obszaru PR (zob. **pkt 7**). Tym samym

polityka informacyjna wobec dziennikarzy może stawać się polityką komunikacyjną (np. poprzez zastosowanie środków perswazji). Efektywność w zakresie podejmowanych działań podnosi poznanie specyfiki funkcjonowania środowiska dziennikarskiego oraz ich dostosowanie do jego potrzeb (zob. **pkt 2**). Na UAM, zaliczanego do kategorii polskich uniwersytetów publicznych, zauważa się trzy tendencje w tym zakresie. Po pierwsze: kładzie się nacisk na wykorzystanie mediów społecznościowych. Pozwala to m.in. na wzmacnianie świadomości w otoczeniu o istnieniu uczelni oraz osób odpowiedzialnych za kształtowanie relacji z dziennikarzami. Poza tym treści zamieszczone na tego rodzaju nośnikach informacji są źródłem wiedzy zarówno dla dziennikarzy, jak i – ze względu na ich interaktywność – dla pracowników uniwersytetu (zob. **pkt 12**). Po drugie: coraz częściej docenia się rolę naukowców – ekspertów, którzy poprzez prezentowaną wiedzę w mediach, uwiarygadniają przekaz i jednocześnie wspierają rzeczników prasowych w kreowaniu pozytywnego wizerunku uczelni. Dostrzegli to również biorący udział w badaniu w 2014 r. ankietowani – 84% z 250 respondentów wyraziło taką opinię (zob. **pkt 19**). Po trzecie: coraz częściej wprowadza się określoną narrację – *storytelling* – do polityki informacyjnej uniwersytetu. W 2016 r. 87% zankietowanych studentów kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* UAM (z grupy 68 przebadanych metodą sondażu diagnostycznego) uznało taki sposób komunikacji za dobrą metodę promowania uczelni (zob. **pkt. 20**).

W ramach piątego pola zainteresowań opartego na hipotezie zakładającej wpływ dziennikarzy (ich postawy i zachowania) na sposób prowadzenia polityki informacyjnej przez podmioty systemu polityczno-prawnego, w tym także polskie uniwersytety publiczne, przygotowano i opublikowano monografię (zob. **pkt 2) oraz wsparło się artykułami naukowymi (zob. **pkt 6, 8, 9, 10, 11, 17, 21**).**

Tak jak wspomniałam, w latach 2013-2017 uczestniczyłam, jako członek zespołu badawczego powołanego na Uniwersytecie im. Adam Mickiewicza w Poznaniu⁴⁶, w międzynarodowym projekcie⁴⁷ pt.: *Journalistic Role Performance around the Globe (JRP)*⁴⁸, kierowanym przez C. Mellado z Pontificia Universidad Catolica de Valparaiso w Chile. Celem tego naukowego przedsięwzięcia stało się prowadzenie międzynarodowych badań

⁴⁶ W skład polskiej grupy badawczej weszły następujące osoby: A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, D. Narożna, B. Secler oraz K. Adamczewska.

⁴⁷ Międzynarodowa grupa badawcza składa się z przedstawicieli 28 państw: Argentyna, Australia, Brazylia, Chile, Chiny, Cypr, Ekwador, Egipt, Filipiny, Francja, Grecja, Hiszpania, Indie, Irak, Irlandia, Kuba, Malesja, Meksyk, Niemcy, Nigeria, Polska, Rosja, Republiki Południowej Afryki, Szwajcaria, Tajlandia, Stany Zjednoczone, Węgry i Włochy.

⁴⁸ Więcej o projekcie www.jstudentsprojets.org.

porównawczych zarówno nad postrzeganiem funkcji mediów oraz ról dziennikarskich (badanie ankietowe wśród dziennikarzy), jak i nad ich faktycznym pełnieniem (analiza zawartości przekazów medialnych). Stąd reprezentanci polskiego zespołu badawczego zestawili wyniki wybranych badań ankietowych przeprowadzonych wśród polskich dziennikarzy na przestrzeni XX i XXI w. z wynikami analizy zawartości materiałów prasowych (opublikowanych w latach 2012-2013) 4 dzienników („Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Fakt”, „Nasz Dziennik”)⁴⁹. Na próbę badawczą składały się artykuły opublikowane na łamach wskazanych tytułów prasowych w 28 dniach (14 dni w 2012 r. oraz 14 dni z 2013 r.⁵⁰). Analizie poddane zostały materiały prasowe z głównej części wydań dotyczące problematyki krajowej (dokładniej 1130 artykułów prasowych należących do gatunków informacyjnych takich jak: notatka prasowa, artykuł, reportaż lub opis). Odrębną uwagę zespół badawczy z Polski poświęcił potencjalnym adeptom dziennikarstwa przeprowadzając eksplorację z użyciem kwestionariusza ankietowego na studentach kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* (DIKS) 7 polskich uczelni⁵¹ (6 publicznych i jednej niepublicznej)⁵². Materiał badawczy zbierano w latach 2013-2014, natomiast jego opracowanie miało miejsce w latach 2015-2016.

Analiza wyników badań empirycznych przeprowadzonych wśród polskich dziennikarzy w ostatnich 4 dekadach oraz wśród potencjalnych adeptów dziennikarstwa ukazuje zależność pomiędzy zmianami motywacji wykonywania zawodu oraz oczekiwaniami wobec mediów w zakresie funkcji, jakie mają one pełnić. Kolejne pokolenia dziennikarzy oraz adeptów dziennikarstwa koncentrują się przede wszystkim na własnych zainteresowaniach oraz indywidualistycznych potrzebach (zob. **pkt 11**). Jednocześnie dziennikarze uważają, że główną rolą mediów jest szybkie dostarczanie informacji odbiorcom (model dostawcy informacji) oraz monitorowanie działań podejmowanych przez elity (model *watchdog*). Czynniki, które sprzyjają opowiadaniu się po stronie któregoś z tych dwóch modeli są: wiek i związane z tym doświadczenie zawodowe oraz posiadane wykształcenie (zob. **pkt 9**). Najbardziej krytyczni wobec podmiotów politycznych są bowiem dziennikarze z pokolenia transformacji oraz osoby

⁴⁹ Tytuły te zostały wybrane w oparciu o następujące kryteria: typ prasy (prasa opiniotwórcza/prasa popularna), poziom czytelnictwa oraz orientacja polityczna.

⁵⁰ Były to tzw. *dwa tygodnie konstruowane*.

⁵¹ Wielkość próby badawczej została określona na podstawie trzech parametrów: liczebności populacji, poziomu ufności (95%) oraz poziomu akceptowalnego błędu statystycznego (4%).

⁵² Były to: Uniwersytet Warszawski (Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu), Uniwersytet Wrocławski (Wydział Filologiczny), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (Wydział Politologii), Uniwersytet Jagielloński (Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej), Uniwersytet Śląski (Wydział Nauk Społecznych), Dolnośląska Szkoła Wyższa (Wydział Nauk Społecznych i Dziennikarstwa).

posiadające wykształcenie dziennikarskie. Z kolei młodsze pokolenia, bez doświadczenia konieczności ustosunkowania się do ośrodka władzy oraz osoby bez wpojonej wiedzy o teoriach normatywnych, postrzegają media głównie jako źródło ogólnej informacji o świecie (zob. **pkt 10**).

Przeprowadzona analiza artykułów prasowych zamieszczona w 4 wymienionych dziennikach doprowadziła do wniosku, że model *psa stróżującego* jest najczęściej stosowany w polskiej prasie (zob. **pkt 6**). Poza tym stopień zaangażowania polskich dziennikarzy pracujących we wskazanych tytułach prasowych w komentowanie oraz ocenianie prezentowanych przez nich (w materiałach informacyjnych) zjawisk, wydarzeń i osób jest znaczący oraz wpisuje się nie tylko w model prasy o charakterze interwencyjnym, ale potwierdza także specyfikę polskiego modelu dziennikarstwa, pielęgnującego tradycje stosowania w wypowiedziach dziennikarskich komentarza jako nie tylko samoistnego autonomicznego gatunku. Zatem przedstawiciele mediów nie tylko prezentują fakty, lecz także je oceniają (zob. **pkt 21**). Poza tym dziennikarstwo zorientowane na obywateli, z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności mediów, może wydawać się w dzisiejszych czasach trudne do realizacji w praktyce. Media są bowiem podporządkowane różnym podmiotom, zjawiskom i zachowaniom rynkowym, co często utrudnia – a niekiedy nawet wyklucza – działanie w interesie jednostek czy grup społecznych (zob. **pkt 8**).

Powyższe tendencje rzutują nie tylko na funkcjonowanie aktorów politycznych, lecz także – szerzej – na działania innych podmiotów sfery publicznej, w tym także polskie uniwersytety publiczne. Media są wszechobecne, a ich przedstawiciele często czują się onnipotentni. Dziennikarze stosują formy nacisku (np. prowokacje czy nagrania z ukrytej kamery) bez względu na to, kto jest ich rozmówcą. Nie ma dla nich przy tym tematów tabu. Funkcja kontrolna mediów, przy obecnej (negatywnej) kondycji etycznej mediów, narzuca modyfikacje w prowadzeniu polityki informacyjnej, zwłaszcza przy zaistnieniu sytuacji kryzysowej. Wymusza to podejmowanie stosownych reakcji przez reprezentantów poszczególnych podmiotów zarówno w zakresie sposobu prowadzenia narracji jak i form prezentacji informacji (zob. **pkt 17**).

W dobie tabloidyzacji mediów kształtowanie pozytywnych relacji z dziennikarzami staje się coraz większym wyzwaniem dla polskich uniwersytetów publicznych. Poza tym, na podstawie obserwacji da się zauważyć, że wzrasta liczba interesariuszy (wewnętrznych i zewnętrznych) chcących, za pośrednictwem mediów, oddziaływać na procesy decyzyjne podejmowane przez tego rodzaju uczelnie. To, jak polskie uniwersytety publiczne poradzą

sobie z tym problemem w dużej mierze zależy od prowadzenia spójnej, reagującej na zmiany w otoczeniu, polityki informacyjnej (zob. **pkt 2**).

Wykorzystanie powyższych danych, zaprezentowanych we wskazanym osiągnięciu, może stanowić przyczynek do dyskusji na temat kondycji polityki informacyjnej prowadzonej przez polskie uniwersytety publiczne względem mediów. Mając na celu także użyteczność eksploracji, w czasie ich wykonywania, koncentrowałam się nie tylko na zagadnieniach teoretycznych, lecz także zwracałam uwagę na kwestie praktyczne podejmowanych działań w ramach realizowanego tematu osiągnięcia. Wyniki badań potwierdziły tezę, która zawiera się w twierdzeniu, że prowadzone relacje z mediami stanowią nieodłączny i zasadniczy element kształtowania polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych. Eksploracje pozwoliły jednak na udowodnienie jedynie 4 z 5 hipotez szczegółowych. Okazało się bowiem, że ocena skuteczności polityki informacyjnej polskich uniwersytetów publicznych względem mediów wśród przedstawicieli opinii publicznej różni się w zależności od kategorii respondentów poddanych badaniom ankietowym. Ci, bezpośrednio związani z tworzeniem jej ram lub jej wykonywaniem (rektorzy i rzecznicy prasowi uczelni zrzeszonych w KRUP) najczęściej dobrze lub bardzo ocenili efektywność prowadzonych działań w tym zakresie. Pozostali respondenci w większości nie wystawili wysokich not. Przyczyn tego stanu rzeczy może być wiele: począwszy od niewiedzy respondentów, w tej materii (z jednej strony), a skończywszy na nieumiejętnym doborze metod i narzędzi w tym obszarze działalności przez reprezentantów polskich uniwersytetów publicznych (z drugiej strony). Problem ten stanowi niewątpliwie ciekawe zagadnienie badawcze, którym zamierzam się zająć w najbliższej przyszłości. Być może tę kwestię rozstrzygnie planowana przeze mnie eksploracja wśród dziennikarzy.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych (artystycznych)

5.1 Pozostałe obszary zainteresowań naukowych i osiągnięcia w tym zakresie

Zdecydowaną większość uwagi w trakcie pracy badawczej poświęciłam na rozważania dotyczące kształtowania relacji z mediami w polskim systemie polityczno-prawnym w kontekście realizacji zadań z zakresu polityki informacyjnej (w tym polskich uniwersytetów publicznych). Poza przedstawionym w punkcie 4 osiągnięciem, moje zainteresowania badawcze koncentrowały się wokół pokrewnych obszarów tematycznych. W ich wyniku

powstało 11 publikacji naukowych, w tym 1 monografia naukowa w języku angielskim, 7 artykułów w czasopismach naukowych, 3 artykuły w pracach zbiorowych.

Monografie naukowe

- 1) D. Narożna, *The Producer of Documentary Films in Poland (in the years 2005-2018)*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2018.

Artykuły w czasopismach naukowych w języku polskim

- 2) D. Narożna, *Własność intelektualna w kontekście funkcjonowania uczelni wyższej w Polsce (część 1)*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2012, nr 4, ss. 273-285.
- 3) D. Narożna, M. Wojciechowski, *Socjotechnika w telewizyjnych transmisjach sportowych na przykładzie relacji meczu Polska – Hiszpania podczas Mistrzostw Świata w Piłce Ręcznej w Katarze w 2015 roku*, „Kultura – Media – Teologia” 2016 (24), nr 6, ss. 74-87.
- 4) W. Nowiak, D. Narożna, R. L. Murrias, *Nordycki model wspierania rodzin niewydolnych w opiece nad dzieckiem. Analiza sytuacji Polaków oraz ich rodzin w Norwegii*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2016, nr 456, ss. 116-133.
- 5) W. Nowiak, S. Kuhlne, D. Narożna, *Rodzina migracyjna. Obraz rodziny na podstawie badań polskich imigrantów w Norwegii*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2016, nr 458, ss. 81-107.
- 6) W. Nowiak, D. Narożna, C. Cappelen, *Migracja wewnętrzna w UE oraz EOG a problem nielegalnego rynku pracy. Analiza sytuacji imigrantów z Polski zamieszkujących okręg Hordaland*, „Przegląd Politologiczny” 2016, nr 3, ss. 67-77.
- 7) D. Narożna, A. Jeż, *Kreowanie rzeczywistości w filmach dokumentalnych. Kазus Leni (Helene Amalie Berthy Riefenstahl) na podstawie produkcji Triumf woli i Olympia*, „Świat Idei i Polityki” 2017, tom 16, Toruń 2017, ss. 105-121.
- 8) D. Narożna, K. E. Nowak, *Własność intelektualna w uczelni publicznej (część 2). Casus Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2017, nr 1, ss. 121-135.

Rozdziały w pracach zbiorowych

- 9) D. Narożna, „Wronizacja” informacji prasowych, (w:) *Medialny obraz rzeczywistości*, P. Łuszczykiewicz, M. Zdrowicka-Wawrzyniak, B. Kowalczyk (red.), Wydawnictwo Naukowe SILVA RERUM, Poznań 2016, ss. 107-115.
- 10) D. Narożna, *Co jeść? – telewizyjne audycje na temat żywienia. Studium przypadku*, (w:) *Moda na gotowanie. Medialne i kulturowe wizerunki jedzenia*, P. Łuszczykiewicz,

B. Kowalczyk, K. Walczak, M. Zdrowicka-Warzyniak, (red.), Wydawnictwo Naukowe SILVA RERUM, Poznań 2018, ss. 51-59.

- 11) D. Narożna, *Audycja „AZS GO!” jako element realizacji projektu pt.: „Rola mediów w kreowaniu aktywności fizycznej i zainteresowań prosportowych w środowisku akademickim”*. Raport, (w:) *Rola mediów w kreowaniu aktywności fizycznej i zainteresowań prosportowych w środowisku akademickim – Raport wstępny*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2018, ss. 55-103.

Pierwszym z obszarów moich dodatkowych zainteresowań wiązał się z istotą funkcjonowania w Polsce producenta filmów dokumentalnych. Inspiracją do zajęcia się tego typu problematyką był fakt podjęcia się przeze mnie i ukończenia studiów w Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi, gdzie na Wydziale Organizacji Sztuki Filmowej ukończyłam kierunek *organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej*. Efektem moich zainteresowań badawczych stała się monografia w języku angielskim (zob. pkt 1).

Podmiotem odpowiedzialnym za proces produkcji audiowizualnej jest producent filmowy. Polskie ustawodawstwo⁵³ jedynie lapidarnie wskazuje, że odpowiada on za kreatywny, finansowy i organizacyjny proces produkcji. Stąd też celem podjętych badań stało się zweryfikowanie, jakie obowiązki i prawa na nim spoczywają, w jakim stopniu i zakresie może on wpływać na proces produkcji, jakie relacje zawodowe winny go wiązać z innymi zawodami filmowymi oraz jakie przejawy jego działalności odnajduje się w Polsce. Konsekwencją tak postawionych celów badawczych stała się samodzielna próba zdefiniowania pojęcia *producenta filmów dokumentalnych*. Przyjęłam założenie o formalnym wzroście znaczenia producenta filmu dokumentalnego w Polsce na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat. W celu potwierdzenia tej tezy posiłkowałam się następującymi pytaniami eksploracyjnymi: jaki status nadaje producentowi ustawodawstwo RP, czy staje się on nieodzownym podmiotem produkcji oraz w jaki sposób postrzegają tę profesję specjaliści (teoretycy i praktycy). Tak postawiona teza wymogła zastosowanie szeregu metod badawczych, by potwierdzić przyjęte założenie. W celu umiejscowienia (ulożenia i scharakteryzowania) producenta filmu dokumentalnego wśród zawodów filmowych w Polsce skorzystałam z analizy systemowej. Przy próbie stworzenia własnej definicji producenta filmu dokumentalnego, w odwołaniu do różnych źródeł (opracowania i akty prawne, itd.), posiłkowałam się indukcją. Także metoda

⁵³ Ustawa z 30 czerwca 2005 r. o kinematografii, DZ.U. 2005, Nr 132, poz. 1111 z późn. zm.

egzegezy prawniczej przydała się mnie podczas analizy przepisów aktów prawnych oraz orzeczeń sądów i uzasadnień do nich, które dotyczą zagadnień związanych z problematyką producenta filmu dokumentalnego w RP. Z kolei analizę porównawczą zastosowałam w celu określenia wzajemnych zobowiązań pomiędzy producentem filmowym a kierownikiem produkcji, reżyserem, operatorem obrazu i dźwięku oraz montażystą. Z metody historycznej skorzystałam odwołując się do roli producenta filmu dokumentalnego przed wejściem życie ustawy z 30 czerwca 2005 roku o kinematografii. Metodą przyczynowo-skutkową posiłkowałam się zastanawiając się nad kondycją zawodu. W odwołaniu do metody prognostycznej podjęłam próbę określenia, dokąd zmierza ta profesja w Polsce. Sięgnęłam także do technik badawczych w postaci wywiadu i ankiety.

Monografia składa się z 5 części, które uzupełnia wstęp, zakończenie oraz bibliografia. Pierwszy i drugi rozdział stanowią katalog pojęć scharakteryzowanych na potrzeby zrealizowania celu badawczego. Określiłam w nich czym jest film dokumentalny i dokonałam jego klasyfikacji po to, by w konsekwencji zdefiniować termin *producent filmu dokumentalnego*, wskazać rodzaje tego podmiotu i umiejscowić go w sferze działalności gospodarczej. Poczyniłam to w odwołaniu do obowiązujących przepisów prawnych oraz literatury przedmiotu. Kolejna część pracy stanowi odpowiedź na pytanie: *Do jakich zadań sprowadza się rola polskich producentów filmów dokumentalnych w odniesieniu do aspektu finansowego, organizacyjnego i kreatywnego procesu produkcji?* Analizowałam przy tym wszystkie etapy toku produkcji. W przedostatnim rozdziale próbowałam, w formie postulatywnej, ustalić korelacje (w postaci wzajemnych roszczeń i zobowiązań) pomiędzy producentem a tzw. *trójką realizatorską*. Zastanawiałam się czy w dzisiejszych czasach istnieje możliwość wcielenia idei zespołów filmowych do produkcji filmu dokumentalnego i ewentualnie jakie miejsce sprawowałyby w tym układzie producent tego utworu audiowizualnego. Scharakteryzowałam podmioty, które wspierają producentów filmów dokumentalnych. W ostatniej partii rozprawy zaprezentowałam rozmowy autorskie z wybitnymi postaciami na temat producentów filmów dokumentalnych w Polsce. Wywiady nagrałam, spisałam, opracowałam i – zgodnie z przepisami prawa zawartymi w ustawie z 26 stycznia 1984 roku – Prawo prasowe⁵⁴ – przesłałam do autoryzacji celem zaakceptowania przez rozmówców wersji finalnej.

⁵⁴ Ustawa z 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe, op. cit.

Na podstawie analizy materiałów źródłowych oraz wywiadów z przedstawicielami środowiska filmowego udało mnie się zaprezentować określone wnioski. Pierwszy z nich sprowadza się do ustalenia, że na przestrzeni ostatnich lat ukształtował się zawód producenta filmów dokumentalnych w Polsce. Możliwe stało się to przede wszystkim dzięki przemianom ustrojowym i gospodarczym, jakie nastąpiły po 1989 r. Jednak w produkcji filmów dokumentalnych rolę producenta często łączy się z funkcją reżysera. Tylko nieliczni z nich zarabiają na filmach dokumentalnych w Polsce. Często zaangażowanie się w tego typu projekt (w sensie materialnym) jest „pożyczką bezzwrotną”. Powodów tego stanu rzeczy należy przede wszystkim upatrywać w niedostatecznych źródłach dofinansowania, słabych mechanizmach dystrybucji takiego gatunku filmowego oraz niedostatecznej promocji. Stąd szukają oni oszczędności już w początkowym etapie produkcji. Najtrudniejszym zadaniem dla producenta jest zdobycie środków finansowych na film dokumentalny, a kolejnym uciążliwym jego obowiązkiem jest rozliczenie się z pozyskanych funduszy. W ramach prowadzonej działalności gospodarczej, w zakresie ubiegania się o zewnętrzne środki finansowe, napotyka on na szereg barier biurokratycznych, co zniechęca go do zajmowania się tego typu profesją. Poza tym polskie prawo, zwłaszcza w zakresie przepisów księgowo-podatkowych, nie sprzyja produkcji filmów dokumentalnych w Polsce. Brak ulg podatkowych odstrasza zagranicznych inwestorów (np. koproducentów). W związku z przeprowadzonymi wywiadami udało się natomiast ustalić, że polscy producenci filmów dokumentalnych doceniają rolę Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (PISF) w zakresie wsparcia finansowego. Stoją oni na stanowisku, że wdrożony system przydziału środków finansowych, mimo pewnej uznaniowości, jest transparentny. Postulują jednak zwiększenie puli pieniężnej dedykowanej na produkcje filmów dokumentalnych (zob. **pkt 1**).

Drugim z obszarów moich dodatkowych zainteresowań (powiązany z pierwszym) jest produkcja materiałów audiowizualnych w polskim systemie prawnopolitycznym. Inspiracją do zajęcia się tym zakresem tematycznym była podjęta przeze mnie współpraca z TVP S.A. (w latach 2004-2010) w roli dziennikarki, felietonistki i reportażystki. Efektem zainteresowań badawczych a zarazem zdobytej praktyki jest 5 publikacji naukowych, których jestem autorem lub współautorem (zob. **pkt 3, 7, 9, 10, 11**).

Celem prowadzonych badań w tym obszarze stało się określenie, do czego sprowadza się produkcja utworów audiowizualnych w Polsce, na co jej twórcy zwracają uwagę przy jej realizacji oraz co lub kto wpływa na efekt finalny tych utworów. Jako metodę badawczą obrałam analizę zawartości treści poszczególnych materiałów audiowizualnych. Przy pisaniu

poszczególnych prac przyświecała mi myśl przybierająca postać hipotezy, jakoby autorzy tego typu produkcji kreowali (a nie przedstawiali) rzeczywistość audiowizualną. Egzemplifikacją tego przypuszczenia jest twórczość L. Riefenstahl. Szczególnie jej dwa filmy dokumentalne – *Triumf Woli* i *Olympia* – poddane analizie w jednej z publikacji udowadniają to przypuszczenie. Wprawdzie należy docenić dorobek artystyczny reżyserki tych produkcji, zwłaszcza w zakresie wprowadzanych innowacji do utworów audiowizualnych, jednak nie można nie uwzględnić faktu ich wykorzystywania na rzecz propagandy III Rzeszy (zob. **pkt 7**). Jednak kreowania rzeczywistości nie należy utożsamiać tylko z celowym fałszowaniem obrazu świata. Często zastosowane środki wyrazu mają jedynie wzmocnić przekaz. Szczególnie w relacjach sportowych emitowanych w telewizji (i radio) dostrzega się użycie metod oddziaływania socjotechnicznego w postaci sugestii, której determinantą skuteczności stają się emocje oraz autorytet, będący atrybutem zarówno komentatorów, jak i wartości narodowych (zob. **pkt 3**). Zdarza się, że określone produkcje służą kreowaniu określonych postaw i zachowań. Dzieje się to chociażby poprzez dobór tematu, wybór bohaterów czy stosownych treści (zob. **pkt 10 i 11**). Dziennikarze korzystają przy tym z utartych schematów działania. Przykładem takiego stanu rzeczy jest *wronizacja informacji prasowych*⁵⁵ sprowadzająca się do celowego działania przedstawicieli mediów przy znaczącym wsparciu portali społecznościowych w sytuacji zaistnienia spektakularnego wydarzenia zakończonego szczęśliwie dla jego uczestników. Zabiegi stosowane przez dziennikarzy, poprzez wskazanie (wykreowanie) bohatera, którego próbuje wkomponować się w określoną narrację w ramach gatunku *infotainment* oraz tworzenie materiałów kontekstualnych pokazujących różne aspekty zrelacjonowanej informacji, mają na celu jak najdłuższe skupienie uwagi odbiorców na danym temacie (zob. **pkt 9**). Tego rodzaju metody działania wymagają od odbiorców materiałów audiowizualnych bardziej krytycznego spojrzenia na przekazywane w taki sposób treści (zarówno w warstwie językowej, jak i obrazowej).

Trzeci obszar zainteresowań badawczych wiązał się z zagadnieniem ochrony własności intelektualnej w kontekście funkcjonowania polskich uczelni publicznych. Inspiracją do zajęcia się tym obszarem badawczym była moja praca w roli rzecznika prasowego na UAM (w latach: 2010-2017) oraz kierowanie Biurem Prasowym UAM (w latach: 2011-2017), gdzie zakres realizowanych przeze mnie zadań często wiązał się zagadnieniem dóbr niematerialnych (np. kwestią przedmiotu i podmiotów ochrony, zagadnienia autorskich praw

⁵⁵ Etymologia tego pojęcia ma związek z nazwiskiem pilota, który 1 listopada 2011 r. awaryjnie wylądował na lotnisku Okęcie.

osobistych i majątkowych, problemem prawa cytatu i plagiatu, istotą dozwolonego użytku publicznego itp.). Rezultaty prac badawczych zostały skonkretyzowane w 2 publikacjach zamieszczonych w czasopiśmie naukowym (zob. pkt 2 i 8).

Cel prowadzonych badań sprowadzał się do analizy przepisów prawnych z zakresu ochrony własności intelektualnej. Postawiłam przy tym tezę o rzutowaniu norm prawnych na działalność pracowników naukowo-dydaktycznych polskich uczelni publicznych. W ramach eksploracji ustaliłam, że własność intelektualna, jako rezultat umysłowej pracy człowieka, jest prawnie chronionym dobrem. Zebranie określonych danych i nadanie im twórczego wyrazu o indywidualnym charakterze przesądza o tym, że dany utwór jest przedmiotem prawa autorskiego. Jego podmiotowi przysługują z tego tytułu prawa autorskie (osobiste i majątkowe). Poza tym efekty pracy naukowców są chronione od chwili powstania choćby miały postać niedokończoną, niezależnie od spełnienia jakichkolwiek formalności. Warto przy tym zauważyć, iż zagadnienie konstruowania umów prawnych na niwie uczelnia – pracownik, z uwzględnieniem przepisów prawnych z zakresu prawa autorskiego, z biegiem lat przybiera na znaczeniu. Kwestia tego, kto i w jakim zakresie może korzystać z cudzego utworu (np. w ramach zwielokrotnienia czy pierwszeństwa publikowania utworu) staje się istotnym elementem działalności podejmowanej w polskich szkołach wyższych (zob. pkt 2). W toku prowadzonych badań zauważyłam, że w 2014 r. uległy zmianie przepisy dotyczące komercjalizacji własności intelektualnej na uczelniach publicznych. Tym samym wraz z K. Nowak prezentuję dwie formy komercjalizacji wyników badań naukowych – pośrednie i bezpośrednie. Warto zauważyć, iż przyjęte mechanizmy przekładają się na pozyskiwanie gratyfikacji finansowych przez uczonych. Przyjęty *Regulamin zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi oraz prawami własności przemysłowej oraz zasad komercjalizacji w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu* reguluje kwestie dysponowania prawami do utworu zarówno przez twórców jak i przez pracodawcę. Jest on wyznacznikiem w zakresie dysponowania dobrami niematerialnymi (zob. pkt 8).

Ostatni z obszarów moich zainteresowań badawczych dotyczył emigracji Polaków do Norwegii i problemów z tym związanych. Inspiracją do podjęcia się tej tematyki był mój udział w roli wykonawcy w ramach grantu (nr 227048), finansowanego przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018*. Efektem prowadzonych eksploracji są 2 artykuły naukowe opublikowane w czasopiśmie naukowych, których jestem współautorem (zob. pkt 4, 5, 6).

Punktem wyjścia do niniejszych badań stała się atrakcyjność państw nordyckich pod względem miejsca pracy dla obywateli Rzeczypospolitej. Niespełna pięciomilionowa Norwegia jest czwartym krajem emigracji Polaków (po Wielkiej Brytanii, Irlandii i Niemczech). Obecnie Polacy stanowią drugą grupę narodowościową w tym państwie. Fakty te stały się podwalinami do przeprowadzenia eksploracji w 2014 r. wśród imigrantów z Polski, zamieszkujących okręg Hordaland, którego centrum administracyjnym jest miasto Bergen. Badania poświęcono sytuacji Polaków w Norwegii oraz ich postrzeganiu systemu norweskiego w różnych obszarach polityki społecznej. Posłużyłam się przy tym techniką wywiadu pogłębionego. W związku z tym przeprowadziłam rozmowy z kilkudziesięcioma osobami. Przy doborze grupy zastosowałam efekt tzw. *kuli śnieżnej*.

Wyniki prac międzynarodowego zespołu badawczego⁵⁶ dotyczyły m.in. funkcjonowania Polaków na nielegalnym rynku pracy w Norwegii. Badania ukazały charakter tego rynku oraz zasady i motywy funkcjonujących na nim pracowników z Polski. Okazuje się, że członkostwo Polski w Unii Europejskiej oraz możliwość podejmowania legalnego zatrudnienia w państwach Europejskiego Obszaru Gospodarczego (do których należy Norwegia) nie wyeliminowało zjawiska pracy w nieformalnym obiegu gospodarczym. Jednak ma to charakter krótkotrwały i dorywczy. Większość Polaków nie jest zainteresowana podejmowaniem tego typu zatrudnienia, zmuszają ich do tego jednak okoliczności. Nielegalny, nieformalny rynek pracy wśród mężczyzn dotyczy przede wszystkim branży budowlanej (wykończenie lub remontowanie domów lub mieszkań) oraz szeroko rozumianych prac porządkowych. Z kolei kobiety pracują w Norwegii *na czarno* najczęściej jako opiekunki dla dzieci lub osoby sprząające. Zarówno w jednym jak i drugim przypadku powodem tego stanu rzeczy jest przede wszystkim brak znajomości języka norweskiego. Poza tym u Polek, jako motyw podejmowania nielegalnej pracy w Norwegii, odnotowano chęć posiadania własnych środków finansowych (w sytuacji gdy ich mężowie są zatrudnieni). Uczestniczki badania przyjeżdżają także do tego państwa ze względu na tzw. *proces łączenia rodzin* (zob. pkt 6).

Jednym z podstawowych przedmiotów troski państwa jest rodzina. Sferą polityki bezpośrednio na nią oddziałującą jest polityka społeczna zmierzająca do sprawiedliwego, zrównoważonego rozwoju rodzin oraz jednostek będących jej częścią. Dobrym przykładem wypełniania zadań państwa względem rodziny jest Norwegia, która pod względem liczby przyrostu mniejszości polskiej stała się ewenementem na skalę światową. Przyrost obywateli

⁵⁶ W skład zespołu badawczego weszli S. Kuhnle, W. Nowiak, D. Narożna, K. Lundberg, R. L. Murrias, N. Berven.

RP zamieszkujących i pracujących w Norwegii w latach 2004-2014 wyniósł 1101%. Polacy na co dzień stykają się z norweską rzeczywistością i konfrontują ją z polskimi nawykami oraz stanem świadomości. Jednym z tematów podejmowanych przez nich na co dzień jest funkcjonowanie instytucji chroniących interesy dzieci. W Norwegii jest nim urząd – Barnevernet – Służba Ochrony Praw Dzieci, powstały na mocy *ustawy z dnia 17 czerwca 1992 r.* (Lov 17. juli 1992 nr 100 om barneverntjenester), który w każdej gminie ma swoje oddziały i odpowiada za wykonanie zadań w zakresie opieki nad najmłodszymi. Uczestnicy zespołu projektowego z Polski postanowili zgłębić ten temat. Oparli swoje dociekania na analizie aktów prawnych, które skonfrontowali z wypowiedziami Polaków pojawiającymi się w mediach społecznościowych. Poza tym bazowali na przeprowadzonych wywiadach pogłębionych. Podejmując się analizy tego zagadnienia szukali odpowiedzi na pytanie dotyczące genezy różnic w podejściu do sposobów niesienia pomocy rodzinom niewydolnym, w odniesieniu do dzieci w obu państwach. Wyniki badań potwierdziły tezę o odmienności pojmowania w społeczeństwie polskim i norweskim miejsca a także roli dziecka, oraz obowiązków w stosunku do niego ze strony rodziny, a także państwa. Wśród respondentów z Polski odnotowano *symboliczna wrogość* wobec norweskiego urzędu, przy czym analizy statystyk wskazują, że liczba interwencji u tej mniejszości narodowej poczyniona przez Służbę Ochrony Praw Dzieci nie jest skrajnie wysoka. Norweskie rozwiązania nawiązujące do międzynarodowych standardów i praw dziecka, obowiązują również w Polsce. Nie można zatem mówić o diametralnie różnych systemach w zakresie uwarunkowań formalnoprawnych. O różnicy w podejściu do tego problemu decyduje praktyka. Badania potwierdziły, iż negatywny obraz systemu norweskiego w oczach Polaków jest związany z różnicami kulturowymi w podejściu do dzieci oraz ich praw w obu społeczeństwach (zob. **pkt 4**).

Zgromadzony w ramach postępowania badawczego materiał pozwala na stwierdzenie, iż migracja Polaków do Norwegii ma bardzo istotny wpływ na funkcjonowanie rodzin zarówno w Polsce, jak i Norwegii. Powstaje typ rodziny transgranicznej, co ma coraz większe znaczenie demograficzne oraz społeczno-ekonomiczne dla Polski. Motywy migracji i podejmowania pracy przez Polaków w Norwegii są jednoznacznie związane z niskimi zarobkami w Polsce, brakiem możliwości stabilnego zatrudnienia, trudną sytuacją mieszkaniową oraz różnicami w rozwoju regionalnym. Członkowie rodziny liczą z reguły na krótkotrwałość rozłąki, która w praktyce okazuje się często okresem długoletnim. Jednak dane pochodzące z Norwegii oraz wyniki eksploracji zespołu badawczego wskazują na brak zainteresowania Polaków migracją o charakterze osiedleńczym. Na podstawie analizy zawartości treści wywiadów pogłębionych,

przeprowadzonych na Polakach pracujących w Norwegii, można pokusić się o następujące wnioski. Po pierwsze: łatwiej i częściej dochodzi do emigracji całych rodzin do Norwegii lub częściej podejmuje się decyzje o łączeniu rodziny w przypadku ludzi młodych czy osób z wyższym wykształceniem. Jest to związane z pierwotną decyzją o emigracji lub brakiem zobowiązań względem rodziny w Polsce, a także z nikłym statusem posiadania. Po drugie: pobyt i zarobkowanie w Norwegii zmienia na lepsze sytuację majątkową polskich rodzin (zarówno tych, z których jeden członek pracuje w Norwegii, jak i tych, których członkowie razem wyemigrowali do tego kraju). Dzięki temu podejmowane są rodzinne inwestycje (np. kupno samochodu czy budowa domu w Polsce) oraz decyzje (np. posiadanie dziecka). Po trzecie: ankietowani obywatele RP, pracujący w Norwegii, których rodziny pozostały w Polsce, mają poczucie straty związanej z brakiem możliwości ciągłego kontaktu z własnymi dziećmi. Te dorastają pod opieką matek pozostających w kraju. Stąd mężczyźni maksymalizują pobyty w Polsce, nawet kosztem przysługujących im świadczeń w Norwegii (np. zasiłek dla bezrobotnych), by mieć możliwość bezpośredniego kontaktu z rodziną (zob. pkt 5).

Wyniki moich badań w zakresie wskazanego głównego osiągnięcia naukowego oraz pozostałych zaprezentowałam na 11 międzynarodowych konferencjach (w tym 7 zagranicznych w 6 państwach tj. w Wielkiej Brytanii, Finlandii, Rosji, Ukrainie, Słowacji, Szwecji).

- 1) **Polska:** konferencja *Polska i Europa wobec wyzwań współczesnego świata* zorganizowana w ramach II Ogólnopolskiego Kongresu Politologii (Poznań, 19-21 września 2012 r.), organizatorzy: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Komitet Nauk Politycznych Polskiej Akademii Nauk, tytuł wystąpienia: *Edukacja adeptów dziennikarstwa w kontekście Krajowych Ram Kwalifikacji*.
- 2) **Ukraina:** *International Conference Olbian Forum 2012: Strategies of Ukraine in Geopolitical Space*, (Sewastopol, 6-10 czerwca 2012 r.), organizator: Czarnomorski Uniwersytet imienia Petra Mogyły w Mikołajowie, tytuł wystąpienia: *Freedom of speech at Adam Mickiewicz University*.
- 3) **Polska:** konferencja *Polska, Europa i świat 10 lat po rozszerzeniu Unii Europejskiej w roku 2004. Diagnozy i scenariusze na przyszłość* (Ślubice, 6-7 lutego 2014 r.), organizatorzy: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Collegium Polonicum w Ślubicach, tytuł wystąpienia: *Producent filmów dokumentalnych w Polsce w latach 2005-2013*.
- 4) **Polska:** *Europa XXI wieku – Bezpieczeństwo Europy, Unii Europejskiej i Polski w obliczu obecnych i przyszłych zagrożeń. Diagnozy i scenariusze na przyszłość*

- (Ślubice, 5-6 lutego 2015 r.), organizatorzy: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu oraz Collegium Polonicum w Ślubicach, tytuł wystąpienia: *Rzecznik prasowy a sytuacja kryzysowa w przedsiębiorstwie*.
- 5) **Finlandia:** *15th Annual Aleksanteri Conference. Culture and Russian Society* (Helsinki, 21-23 października 2015 r.), organizatorzy: University of Helsinki, the Aleksanteri Institute, Finnish Centre for Russian and Eastern European Studies, affiliated with the University of Helsinki and the Finnish Centre of Excellence in Russian Studies, Choices of Russian Modernisation; tytuł wystąpienia: *The Impact of Polish Media on the Poles' Perception of Russia. Political Science and Media Study* (współautorzy: W. Nowiak, D. Narożna).
 - 6) **Słowacja:** konferencja *Megatrends & Media*, (Smolenice, 19-20 kwietnia 2016 r.), organizator: Wydział Komunikacji Medialnej Uniwersytetu św. Cyryla i Metodego w Trnawie, tytuł wystąpienia: *Rola rzecznika prasowego w kreowaniu wizerunku uczelni wyższej na przykładzie Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*.
 - 7) **Słowacja:** konferencja *Interdisciplinary Play and Interplay in the Postdigital Age*, (Bratysława, 5-6 października 2016 r.), organizator: Słowacka Akademia Nauk, tytuł wystąpienia: *Rzecznik prasowy a news telewizyjny. Balansowanie pomiędzy tym, co „widzialne” a „niewidzialne”*.
 - 8) **Wielka Brytania:** konferencja *Digital Opportunities and Challenges* (Sheffield, 26-27 styczeń 2017 r.), organizator: The University of Sheffield, tytuł wystąpienia: *Polish journalists in the era of digital media* (współautorzy: A. Stępińska, E. Jurga –Wosik, D. Narożna, B. Secler).
 - 9) **Rosja:** *Международная конференция МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ, 56-е ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЧТЕНИЯ*, (Sankt Petersburg, 13-14 kwietnia 2017 r.), organizator: Petersburski Uniwersytet Państwowy, tytuł wystąpienia: *The role of the mass media in the deliberate creation of depictions of reality – post-truth and aggression in the media. Assessment attempt from the perspective of the analysis of the Polish media* (współautorzy: W. Nowiak, D. Narożna).
 - 10) **Polska:** Konferencja Jubileuszowa *10 lat Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Dokonania ostatniej dekady i perspektywy rozwojowe nauk o mediach i komunikowaniu w Polsce*, (Wrocław: 25-6 kwietnia 2017 r.), organizatorzy: Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej oraz Uniwersytet Wrocławski, tytuł wystąpienia: *Dziennikarze wobec aktorów politycznych. Model polskiego dziennikarstwa w świetle międzynarodowych badań porównawczych* (współautorzy: A. Stępińska, E. Jurga -Wosik, B. Secler, D. Narożna).
 - 11) **Szwecja:** Zjazd Absolwentów Studiów Podyplomowych *Master of Business Administration*, (Bornholm; 7-8 listopada 2017 r.), organizator: Szczecińskie Stowarzyszenie Absolwentów, tytuł wystąpienia: *Sytuacje kryzysowe w firmie a media relations*.

Wyniki badań we wskazanych powyżej osiągnięciach prezentowałam również na 20 ogólnopolskich konferencjach i seminariach.

- 12) **Polska:** konferencja *Dziennikarstwo interwencyjne w praktyce prasy lokalnej. Warsztaty dziennikarskie SPL*, (Ślesin, 30 września–2 października 2011 r.), organizator: Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, tytuł wystąpienia: *Dziennikarstwo interwencyjne w praktyce dziennikarzy prasy lokalnej*.
- 13) **Polska:** XX Konferencja Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich PROM *Wyzwania i rozwiązania: strategie komunikacyjne uczelni w nadchodzącej przyszłości* (Brenna, 27-30 stycznia 2013 r.), organizatorzy: Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej oraz Stowarzyszenie PROM, tytuł wystąpienia: *Wystąpienia publiczne – warsztaty z kamerą i mikrofonem*.
- 14) **Polska:** konferencja *Samorząd studencki Know-How* (Poznań, 30 marca – 1 kwietnia 2012 r.), organizatorzy: Parlament Studentów Rzeczypospolitej Polskiej, Porozumienie Samorządów Studenckich Uczelni Poznańskich, Fundacja na rzecz studentów i absolwentów UAM *Universitatis Posnaniensis*, tytuł wystąpienia: *Media relations – efektywna współpraca z mediami*.
- 15) **Polska:** XXII Konferencja Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich PROM *Uniwersytety i nauka: antidotum na trudne czasy? Warsztaty dla służb prasowych i promocyjnych. Wyzwania i rozwiązania: strategie komunikacyjne uczelni w nadchodzącej przyszłości* (Kraków, 9-12 lutego 2014 r.), organizatorzy: Uniwersytet Jagielloński oraz Stowarzyszenie PROM, dyskusja panelowa *Uniwersytety w cieniu wojen ideowych: incydenty czy choroba społeczna* – prowadzenie: prof. T. Goban-Klas, udział w dyskusji panelowej.
- 16) **Polska:** ogólnopolska konferencja *Przyszłość stowarzyszeń i organizacji dziennikarskich w Polsce* (Poznań, 25 kwietnia 2014 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (ogólnopolska konferencja), tytuł wystąpienia: *Dziennikarskie stowarzyszenia i związki zawodowe w tradycji polskich mediów*.
- 17) **Polska:** seminarium *Uniwersytet w mieście – Uniwersytet dla miasta*, (Poznań, 5 czerwca 2014 r.), organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Uniwersytet jako podmiot kultury. Wizerunek medialny UAM*.
- 18) **Polska:** *Media-Dziennikarze-Wiedza. Media masowe w procesach rozpowszechniania i popularyzacji wiedzy* (Kraków, 26 czerwca 2014 r.), organizator: Uniwersytet Jagielloński, tytuł wystąpienia: *Naukowiec – ekspert jako element kształtowania wizerunku uczelni w mediach. Casus Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*.
- 19) **Polska:** XXI Krajowa Konferencja Parlamentu Studentów w RP (Sypniewo, 27-29 marca 2015 r.), organizator: Parlament Studentów Rzeczypospolitej Polskiej, tytuł wystąpienia: *Płaszczyzny współpracy z mediami*.

- 20) Polska:** *XXI Krajowa Konferencja Parlamentu Studentów w RP* (Sypniewo, 27-29 marca 2015 r.), organizator: Parlament Studentów Rzeczypospolitej Polskiej (konferencja ogólnopolska), tytuł wystąpienia: *Komunikacja medialna*.
- 21) Polska:** konferencja z cyklu *Poznańskich seminariów teorii i praktyki mediów*, (Poznań, 10 kwietnia 2015 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Polskie Towarzystwo Prawa Prasowego, uczestnik panelu: *Badania nad dziennikarzami w Polsce*.
- 22) Polska:** *II Ogólnopolskie Forum Studiów nad Bezpieczeństwem. Człowiek – Technika – Środowisko. Środki społecznego przekazu w systemie bezpieczeństwa narodowego* (Poznań, 19-20 maja 2015 r.), organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Elementy kreowania rzeczywistości medialnej w telewizji w kontekście sytuacji kryzysowej*.
- 23) Polska:** konferencja *60 lat prasoznawstwa Polsce. Dorobek ośrodka badań prasoznawczych i „Zeszytów Prasoznawczych” w perspektywie krajowej i międzynarodowej* (Kraków, 26-27 listopada 2015 r.) organizatorzy: Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, tytuł wystąpienia: *Wartości i postawy zawodowe polskich dziennikarzy oraz adeptów dziennikarstwa* (współautorzy: A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, D. Narożna, B. Secler, K. Adamczewska).
- 24) Polska:** *Badania ilościowe i jakościowe w studiach nad komunikowaniem politycznym* (Wrocław, 23 października 2015 r.), organizator: Uniwersytet Wrocławski, tytuł wystąpienia: *Badanie postaw dziennikarzy wobec postaw politycznych* (współautorzy: A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, D. Narożna, B. Secler, K. Adamczewska).
- 25) Polska:** *Media relations UAM. Seminarium w Obrzycku*, (Obrzycko, 5-6 listopada 2015 r.), organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Biuro Prasowe UAM „od kuchni”*.
- 26) Polska:** konferencja *Telewizja publiczna regionalna czy telewizja publiczna regionów*, (Poznań, 17 listopada 2015 r.), organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, udział w panelu dyskusyjnym pt.: *Telewizja publiczna regionalna czy telewizja publiczna regionów*.
- 27) Polska:** konferencja *Wyzwania współczesnych systemów politycznych i partyjnych* (Gdańsk, 10-11 marca 2016 r.), organizator: Uniwersytet Gdański, tytuł wystąpienia: *Postawy polskich dziennikarzy wobec aktorów politycznych: badania empiryczne* (współautorzy: A. Stępińska, E. Jurga-Wosik, D. Narożna, B. Secler).
- 28) Polska:** seminarium naukowe *UAM a media relations*, (Obrzycko, 5 listopada 2016 r.), organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Biuro Prasowe UAM a media relations*.

- 29) Polska:** *Kryzys współczesnego świata. Różne ujęcia problemów globalnych* (Poznań, 1 kwietnia 2017 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Sposoby relacjonowania wojny przez dziennikarzy telewizyjnych w XX wieku.*
- 30) Polska:** II konferencja *Telewizja lokalna w Wielkopolsce – wymiary profesjonalizmu* zorganizowana w ramach cyklu seminariów *Teoria i praktyka dziennikarstwa* (Poznań, 7 czerwca 2017 r.), organizator: Zakład Dziennikarstwa WNPiD UAM, tytuł wystąpienia: *Prawo do informacji, czyli o co (nie) mogą pytać dziennikarze lokalnej telewizji.*
- 31) Polska:** *Badania empiryczne nad dziennikarzami w Polsce* (Poznań, 9 czerwca 2017 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, tytuł wystąpienia: *Dziś student, jutro dziennikarz? Badania nad studentami jako źródło wiedzy o przyszłości dziennikarstwa.*

Efektem wieloletnich badań we wskazanych osiągnięciach są również **dokumenty**, które stanowiły efekt sprzężenia moich dociekań naukowych z praktyką w zakresie kształtowania relacji z mediami, prowadzenia narracji względem otoczenia przez media i za pośrednictwem mediów oraz kreowania wizerunku określonych osób oraz instytucji. Wśród opracowań, ekspertyz i raportów, przygotowanych przeze mnie, znalazły się:

- a. D. Narożna (2016 r.), Ekspertyza *Działania z zakresu PR i marketingu Fundacji UAM – stan obecny i perspektywy*, podmiot zlecający: Prezes Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu a zarazem Dyrektor Parku Naukowo-Technologicznego Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- b. P. Lisowski, D. Narożna (2015/2016 r.), *Raport na temat zawartości treści TVP Historia*, podmiot zlecający: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji;
- c. D. Narożna, Projekt ekspercki pt.: *Centrum Marketingu UAM*, podmiot zlecający: Prezes Fundacji UAM a zarazem Dyrektor Parku Naukowo-Technologicznego;
- d. D. Narożna (2018 r.), Ekspertyza pt.: *Strategia wizerunkowa*, podmiot zlecający: Małgorzata Salwa-Haibach;
- e. D. Narożna (2018 r.), Raport pt.: *Audycja AZS GO! jako element realizacji projektu pt.: „Rola mediów w kreowaniu aktywności fizycznej i zainteresowań sportowych w środowisku akademickim”* realizowany w ramach projektu *Rola mediów w kreowaniu aktywności fizycznej i zainteresowań sportowych w środowisku akademickim* (czas realizacji: 2016-2019), (sygnatura nr 0027/RS4/2016/54), podmiot zlecający: Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

W prezentowanym okresie byłam również recenzentem 2 artykułów w czasopiśmie „Debiuty Naukowe Studentów Wyższej Szkoły Bankowej” (2014 r.) oraz 5 w Kwartalniku Naukowym „Kultura – Media – Teologia” (2016 r.). Poza tym zostałam członkiem zespołu redaktorów powołanej serii wydawniczej pt. *Archeologiczne badania Ratownicze Fundacji UAM*, której celem jest upowszechnianie dorobku dziedzictwa archeologicznego.

W 2018 r. powołano mnie w skład Komisji Nauki Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, której zadaniem jest przede wszystkim ocenienie poziomu pracy badawczo-naukowej pracowników FUAM oraz wyznaczenie kierunków rozwoju Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego FUAM.

5.2 Projekty i granty

W obszarze projektów i grantów moim największym dotychczasowym osiągnięciem jest **kierowanie projektem** *Kultura przedsiębiorczości dla mieszkańców Wielkopolski* realizowanym w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego WRPO 2014+ finansowanego przez Unię Europejską (RPWP04.04.02-IŻ-00-30-001/2015) w latach: 2016-2017. Powołany zespół (składający się z pracowników i studentów Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Politechniki Poznańskiej) opracował szereg zadań, których efektem miało być podnoszenie kompetencji studentów *Akademickiego Miasta Poznania* w zakresie przedsiębiorczości i kreatywności. Stąd też m.in. przygotowano warsztaty z ludźmi ze świata nauki i biznesu, konkurs fotograficzny *Śladami Organiczników* (2 edycje) mający na celu pokazanie współczesnego oblicza pracy organicznej i *pracy u podstaw* na terenie Wielkopolski oraz galę *Młodzi Organicznicy XX wieku*, podczas której wyłoniono laureatów wśród studentów w trzech kategoriach: *Aktywista*, *Filantrop*, *Spółecznik*. Poza tym przygotowano cykliczną produkcję audiowizualną *Motywator Przedsiębiorczości* traktującą o innowacjach oraz dokonaniach w świecie nauki i biznesu. Grupą docelową audycji byli studenci i doktoranci.

Jako kolejne znaczące osiągnięcie naukowe traktuję pozyskanie w 2015 r. **stypendium dla młodych doktorów** w ramach projektu pt.: *UAM: Unikatowy Absolwent = Możliwości. Wzrost potencjału dydaktycznego Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza poprzez*

proinnowacyjne kształcenie w języku angielskim, interdyscyplinarność, e-learning, inwestycje w kadry (POKL.04.01.01-00-019/10). W prowadzonych badaniach (przy użyciu kwestionariusza ankiety) wśród władz rektorskich i dziekańskich podjęłam się ustalenia listy problemów utrudniających kształtowanie relacji z mediami przez Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Efekt tych działań był dwutorowy: z jednej strony opublikowałam artykuł naukowy w języku angielskim na temat polityki prowadzonej przez UAM względem mediów, z drugiej strony opracowałam, na potrzeby Biura Prasowego tej uczelni, procedury nawiązywania i utrzymywania kontaktów z dziennikarzami.

Ponadto uczestniczyłam w następujących projektach:

- 1) Międzynarodowy Program Badaczy *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM*, czas realizacji: 2009-2018, Research Council of Norway (grant nr 227048), charakter udziału: wykonawca.
- 2) *Journalistic Role Performance Around the Globe (JRP)*, czas realizacji: 2014-2018, <http://www.journalisticperformance.org/p/network.html>, charakter udziału: członek zespołu badawczego.
- 3) *Analiza empiryczna zawartości mediów publicznych w roku 2015 – badanie zgodności z planami programowo-finansowymi nadawców publicznych*, czas realizacji: 2015-2016, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach komercjalizacji nauki, charakter udziału: członek zespołu badawczego.
- 4) *Rola mediów w kreowaniu aktywności fizycznej i zainteresowań sportowych w środowisku akademickim*, czas realizacji: 2016-2019, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, środki przyznane w ramach konkursu „Rozwój Sportu Akademickiego” (sygnatura nr 0027/RS4/2016/54), charakter udziału: wykonawca.
- 5) *Model Science Shop na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM*, czas realizacji: 2017-2019, Ministerstwo Rozwoju: Oś priorytetowa: IV. Innowacje społeczne i współpraca ponadnarodowa, numer i nazwa Działania: 4.1 Innowacje społeczne (numer naboru: POWER.04.01.00-IZ.00-00-006/16), charakter udziału: wykonawca.
- 6) *Agresja w komunikowaniu masowym w XXI wieku*, czas realizacji: 2017-2018, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Petersburski Uniwersytet Państwowy, charakter udziału: członek zespołu badawczego.
- 7) *Aktywność edukacyjna zawsze się opłaca!*, czas realizacji: 2019-2021, Program Narodowego Centrum Badań i Rozwoju współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, charakter udziału: wykonawca.

Dominika Nalcina

Projekty (zob. **pkt. 1, 2, 3, 4, 6**) wiązały się prowadzeniem szeregu badań empirycznych przy pomocy techniki wywiadu lub ankiety oraz analizą zawartości treści materiałów źródłowych, które dostarczyły wiedzy we wskazanych tematach. Pozostałe (zob. **pkt 5, 7**) miały związek z organizacją procesu dydaktycznego i rozwojem kompetencji kadry akademickiej na jego potrzeby. Prowadzone w ramach tych projektów badania, odbyte konferencje i warsztaty oraz dyskusje doprowadziły m.in. do wypracowania innowacyjnej metody przygotowywania prac dyplomowych, które stanowić mają odpowiedź na realne zapotrzebowanie podmiotów publicznych i niepublicznych z otoczenia uczelni, także aplikowania rozwiązań państw zachodnioeuropejskich na grunt rodzimego systemu szkolnictwa wyższego.

Oprócz tego w 2015 r. **pozyskałam grant** przyznany przez Fundację BZ WBK w ramach konkursu *Tu mieszkam, tu zmieniam*. Zaproponowany projekt *10 Muza na Morasku*, którym kierowałam, zdobył również II miejsce przyznane przez internautów i tym samym otrzymałam dodatkowe środki finansowe.

W związku z pozyskiwanymi stypendiami czy projektami możliwe stało się odbycie przeze mnie **13 zagranicznych wizyt studyjnych** (w 6 państwach).

- 1) **Włochy:** Università degli studi di Cagliari, *LLP Erasmus Programme*, Cagliari, 24-29 września 2011 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 2) **Malta:** *Am Language Studio* – intensywny kurs języka angielskiego w (poziom: zaawansowany), *LLP Erasmus Programme*, Valletta, 24-29 września 2012 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 3) **Hiszpania:** *Linguaschools Barcelona* – intensywny kurs języka hiszpańskiego w Barcelonie (poziom: podstawowy), stypendium z budżetu *LLP Erasmus Programme*, Barcelona, 17-20 sierpnia 2013 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 4) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 22-26 października 2013 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 5) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 15-21 stycznia 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 6) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and*

Migration – VAM 2009-2018 (nr grantu 227048), Bergen, 5-9 maja 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.

- 7) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 16-22 maja 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 8) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 6-26 czerwca 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 9) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 14-29 lipca 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna,
- 10) **Portugalia:** Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciencias Sociais e Humanas, *LLP Erasmus+*, Lisbona, 29 czerwca–3 lipca 2015 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 11) **Norwegia:** University of Bergen, wyjazd finansowany przez Research Council of Norway w ramach programu: *Research Programme on Welfare, Working Life and Migration – VAM 2009-2018* (nr grantu 227048), Bergen, 20-24 października 2014 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 12) **Francja:** Rada Europy i Parlament Europejski, w ramach projektu *AMU-transnational and interdisciplinary solutions of the 21-st century*, Strasburg, 6-11 września 2015 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.
- 13) **Hiszpania:** Universidad de Granada, program *LLP Erasmus +*, Hiszpania, 19-23 września 2016 r., charakter wyjazdu: wizyta studyjna.

5.3 Aktywność dydaktyczna

Od roku akademickiego 2005-2006 prowadzę zajęcia dydaktyczne na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na kierunkach: *politologia, dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stosunki międzynarodowe, bezpieczeństwo narodowe oraz zarządzanie państwem*. Wśród wykładanych przeze mnie przedmiotów są: *Ochrona własności intelektualnej, Polski system medialny, Pracownia telewizyjna, Prawo prasowe i autorskie, Prawo mediów, Media relations, Warsztat rzecznika*

prasowego, Zarządzenie informacją i media relations w przestrzeni publicznej, ABC sztuki filmowej (przedmiot autorski) Reportaż a polityka (przedmiot autorski), seminarium licencjackie. Prowadzę również przedmiot Ochrona własności intelektualnej dla doktorantów studiujących w trybie stacjonarnym jak i niestacjonarnym. Na Studiach Podyplomowych z zakresu Public Relations wykładam przedmioty Autoprezentacja oraz Informacja prasowa.

Tak jak wcześniej napisałam na przestrzeni ostatnich latach podejmowałam współpracę w zakresie dydaktyki także z innymi uczelniami. W Wyższej Szkole Języków Obcych prowadziłam ćwiczenia *Kontakt z mediami*. W ramach Studiów Podyplomowych *Komunikacja i Techniki Perswazji w Biznesie* prowadzonych na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu wykladałam przedmiot *Media relations*. Z kolei W Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Koninie powierzono mi prowadzenie przedmiotów: *Prawo pracy i ubezpieczeń społecznych* oraz *Bezpieczeństwo społeczne*. Natomiast w Wyższej Szkole Bankowej na przestrzeni kilku lat prowadziłam następujące zajęcia: *Media relations, Prawo prasowe, Prawo w sektorze publicznym, Komunikacja społeczna, Etykieta w biznesie międzynarodowym, Międzynarodowe negocjacje biznesowe, Negocjacje w biznesie, Metodyka pracy magisterskiej, Metodyka projektu dyplomowego, Seminarium dyplomowe, Seminarium magisterskie*.

Obecnie jestem promotorem pomocniczym w dwóch przewodach doktorskich:

- a. mgra M. Wojciechowskiego na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, tytuł pracy: *Mediatyzacja polityki za pomocą narzędzi internetowych. Studium na przykładzie wyborów prezydenckich w Poznaniu i Wrocławiu w 2018 roku*, przewód w trakcie realizacji;
- b. mgr D. Teclaw na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, tytuł pracy: *Prasa lokalna w Wielkopolsce w latach 1999-2018*, przewód w trakcie realizacji.

W 2013 r. pełniłam rolę *Tutora* doktorantki studiów stacjonarnych WNPID UAM w zakresie jej przygotowania do wprowadzania treści do zajęć na platformie e-learningowej.

Dotychczas na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu wypromowałam **140 licencjatów** w ramach kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* (lata: 2011-2018), w tym dwie prace prowadzone były w oparciu o model *Science Shop*. Natomiast w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu (w latach: 2012-2017) byłam **promotorem 87 prac licencjackich i 24 prac magisterskich** oraz **recenzentem 162 prac licencjackich i 30 magisterskich**.

Od 2015 r. jestem opiekunem naukowym Koła Naukowego Zawodów Telewizyjnych i Filmowych UAM, a od 2016 r. – Studenckiej Agencji Fotograficznej. Wspólnie ze studentami i dla studentów przygotowałam wiele spotkań naukowych i wydarzeń kulturalnych o walorach edukacyjnych, np. ogólnopolską konferencję *Idy marcowe* (15 marca 2016 r.), *Noc Oskarową* (2016 r., 2017 r., 2018 r.), *Maraton Fotograficzny* (2016 r.), *Noc Filmową na Patio* (2015 r., 2016 r., 2017 r.), konkurs na film promujący uczelnię *U nas się kręci* (2012 r., 2017 r.). Poza tym opracowałam ramy 2 cyklicznych audycji audiowizualnych *Motywator przedsiębiorczości* (lata: 2016-2017) oraz *AZS-GO!* (lata: 2016-2019), które realizowane są przez studentów i doktorantów Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, gdzie sprawuję funkcję producenta.

W ramach zajęć dydaktycznych *Warsztaty telewizyjne* prowadzonych dla studentów II roku *dziennikarstwa i komunikacji społecznej* WNPiD UAM podjęłam się szeregu inicjatyw:

- a. przygotowałam wraz z dr. P. Lisewskim film promujący WNPiD UAM pt.: *Dziekan zaprasza studia na Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM* (2013 r.);
- b. stworzyłam i przeprowadziłam konkurs *Niekowencjonalia* dotyczący audycji audiowizualnych pokazujących wydział w oryginalny sposób (2014 r.);
- c. zorganizowałam warsztaty plenerowe w ramach pracowni telewizyjnej w bazie 2 Skrzydła Lotnictwa Taktycznego w Krzesinach, gdzie tematem materiałów audiowizualnych było lotnictwo (2015 r. i 2016 r.).

W roku akademickim 2014-2015, w ramach symulacji kampanii wyborczej na Urząd Prezydenta Miasta Poznania, prowadzonej podczas zajęć fakultatywnych *Symulacje Kampanii Politycznej*, odpowiadałam jako wykładowca za moduł z zakresu kształtowania relacji z mediami kandydatów na prezydenta oraz ich sztabów wyborczych.

W 2015 r., wspólnie ze studentami będącymi dziennikarzami „Radia Meteor”, przygotowałam słuchowisko *Współczesny Kopciuszek* (<https://www.youtube.com/watch?v=decdsdWWkJI>), które emisję miało także podczas Międzynarodowego Festiwalu Filmu i Muzyki *Transatlantyk 2015*.

Jako dydaktyk sprawowałam funkcję członka jury konkursu *Głos młodych. Twoja wizja nowoczesnego dziennikarstwa* organizowanego przez „Gazetę Wyborczą” (– oddział Poznań) dla młodych adeptów dziennikarstwa (2015 r.) oraz zasiadłam w komisji oceniającej studentów w ramach II, III, IV edycji *Brains Attack*, gdzie studenci rywalizowali o staż w firmach m.in. tj. *GoldenSubmarine*, *Piotr i Paweł*, *RiverWood* czy *Wirgley* (lata: 2014-2017).

Barbara Wójcik

Zarówno w 2017 jak i 2019 r. byłam współprowadzącą koncertów charytatywnych organizowanych przez Koło Naukowe Polityki Społecznej i Ekonomicznej działającego przy Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zarówno pierwszy koncert pt.: *Trzymaj się Smoku* dedykowany absolwentowi WNPiD UAM – B. Smoczyńskiemu (współprowadzący T. Wolny) jak i drugi – *Zmałujmy coś dobrego* grany dla K. Czecholińskiego (współprowadzący B. Jędrzejak) pozwoliły na zakup rzeczy potrzebnych do godnego egzystowania tych chorych osób.

Moja dotychczasowa aktywność dydaktyczna została doceniona zarówno przez studentów, jak i władze uczelni. Dowodem są na to **nagrody**, które otrzymałam w latach 2012-2017, w tym: Nagrodę zespołową I stopnia Rektora UAM za osiągnięcia w pracy naukowej, dydaktycznej i organizacyjnej (20 grudnia 2011 r.) czy Nagrodę Rektora indywidualną III stopnia z osiągnięcia w pracy dydaktycznej (22 września 2017 r.).

5.4 Aktywność organizacyjna

Jednym z moich osiągnięć organizacyjnych jest stworzenie przeze mnie (w odwołaniu do wiedzy teoretycznej) pierwszego w historii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu Biura Prasowego. Budowa tej jednostki organizacyjnej uczelni stała się możliwa dzięki *zarządzeniu Nr 200/2010/2011 Rektora Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie zmian organizacyjnych w administracji centralnej – utworzenie Biura Prasowego*. W ramach prac nad kształtem tego biura opracowałam m.in. procedury wewnętrzne i zewnętrzne dla jego pracowników oraz stworzyłam i wdrożyłam w 2012 r. (wraz z pracownikami Biura Prasowego i Centrum Informatycznego) Bazę Ekspertów UAM. Doświadczenie zdobyte podczas pełnienia funkcji rzecznika prasowego uczelni pozwoliło mi na sprawowanie tej roli także podczas innych wydarzeń naukowych i kulturalnych tj.:

- a. *Obchody 400-lat tradycji uniwersyteckich w Poznaniu* (Poznań, 26-28 października 2011 r.), organizatorzy: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Urząd Miasta Poznania;

Wojciech Wolny

- b. *II Ogólnopolski Kongres Politologii* (Poznań, 19-21 września 2012 r.), organizatorzy: Uniwersytet im Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych i Komitet Nauk Politycznych PAN;
- c. *XV, XVI, XVII Poznański Festiwal Nauki i Sztuki* (Poznań, 2012 r., 2013 r., 2014 r.), organizatorzy: publiczne uczelnie wyższe miasta Poznania oraz PAN – oddział Poznań;
- d. *Konferencja Rektorów Akademickich Szkół Polskich* (Poznań, 12-13 listopada 2013 r.), organizator: Konferencja Rektorów Akademickich Szkół Polskich oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- e. *24th World Congress of Political Science* (Poznań, 23-26 lipca 2016 r.), organizatorzy: International Political Science Association, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych oraz Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM;
- f. *IV Kongres Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej* (Poznań: 15-17 września 2016 r.), organizatorzy: Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej oraz Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM.

W latach 2012-2018 pełniłam określone role w **15 komitetach organizacyjnych na rzecz następujących konferencji i seminariów:**

- a. członek komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej konferencji *Marketing Uczelni w otoczeniu biznesowym* skierowanej do rzeczników prasowych i służb PR szkół wyższych w Polsce (Opalenica, 15-18 stycznia 2012 r.), organizatorzy: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Stowarzyszenie PR i promocji uczelni PROM;
- b. członek lokalnego komitetu organizacyjnego *II Ogólnopolskiego Kongresu Politologii* (Poznań, 19-21 września 2012 r.), organizatorzy: Uniwersytet im Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych i Komitet Nauk Politycznych PAN;
- c. członek komitetu organizacyjnego sesji naukowej: *Literackie inspiracje teoriopolityczne: Marginalia a polityka* (Poznań, 17 grudnia 2012 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- d. członek komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej konferencji pt.: *Rola środków masowego przekazu w kreowaniu poczucia bezpieczeństwa* (Poznań, 5 czerwca 2013 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;

Dominiła Wolska

- e. członek komitetu organizacyjnego seminarium *Białoruś – scena jednego aktora* z udziałem Andrzeja Poczobuta – dziennikarza białoruskiego i korespondenta „Gazety Wyborczej” (Poznań, 16 grudnia 2013 r.), organizatorzy: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Wydawnictwo Editio;
- f. członek seminarium naukowego pt.: *15. rocznica przystąpienia Polski do NATO*, podczas którego podpisano porozumienie pomiędzy Wydziałem Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM a 2. Skrzydłem Lotnictwa Taktycznego (Poznań, 12 marca 2014 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz 2. Skrzydło Lotnictwa Taktycznego;
- g. członek komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej konferencji pt.: *Bezpieczeństwo w kontekście środków społecznego przekazu* (Poznań, 19 maja 2015 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- h. członek komitetu organizacyjnego międzynarodowej konferencji multimedialnej pt.: *Współczesne wyzwania dziennikarstwa w dobie nowych mediów* (Poznań – Kijów – Wilno, 22 maja 2015 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- i. członek komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej konferencji *Telewizja publiczna regionalna, czy telewizja publiczna regionów* (Poznań, 17 listopada 2015 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- j. członek komitetu organizacyjnego seminarium naukowego pt.: *Media relations UAM* (Obrzycko: 5-6 listopada 2015 r.); organizator: Biuro Prasowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- k. przewodnicząca komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej naukowej konferencji studenckiej pt.: *Polityka a film. Idy marcowe*, (Poznań: 15 marca 2016 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- l. członek lokalnego komitetu organizacyjnego *IV Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej* (Poznań: 15-17 września 2016 r.), organizatorzy: Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej oraz Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM;

Monika Włocik

- m. członek komitetu organizacyjnego ogólnopolskiej konferencji pt.: *Kryzysy współczesnego świata. Różne ujęcia problemów globalnych* (Poznań, 1 kwietnia 2017 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- n. członek ogólnopolskiej konferencji pt.: *Badania empiryczne nad dziennikarzami w Polsce* (Poznań: 9 czerwca 2017 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu;
- o. członek komitetu organizacyjnego międzynarodowej konferencji naukowej w ramach cyklu: *Labor migration and the moral sustainability of the Norwegian welfare state – Case study of polish workers in Norway*; temat wiodący: *Internal labour migration within the EU and EEA: the experience of Polish migrants to Norway* (Poznań, 6 października 2017 r.), organizator: Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Jako członek komitetów organizacyjnych odpowiadałam przede wszystkim za realizację polityki informacyjnej w zakresie danych konferencji, kongresów, seminariów względem otoczenia (w tym mediów).

Od 2016 r. jestem członkiem zarządu Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej (SDRP) – oddział Poznań. W ramach pełnionej funkcji zasiadam w kapitule, a zarazem współorganizuję 2 plebiscyty: *Medialna 5* (obecnie: *Mediom Przyjazny*) oraz konkurs *Dziennikarskie Koziółki*, gdzie honorowani są ludzie współpracujący z mediami lub pracujący w mediach. W 2017 r. wybrano mnie na delegata Wielkopolski na *IX Zjazd Delegatów SDRP w Warszawie* (15 marca 2017 r.). Obecnie jestem także członkiem Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy z siedzibą w Brukseli. Poza tym, na zasadach członkostwa, uczestniczę w życiu Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych (PPNT) oraz Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (PTKS).

W 2019 r., jako członek zarządu Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, weszłam w skład Komisji Konkursowej projektu *FundAkcja*, której celem stało się wyłonienie ciekawych projektów dydaktycznych czy popularyzujących naukę lub przedsiębiorczość na UAM. Powołano mnie również do Kapituły konkursu *Doskonałość w nauce – użyteczność w praktyce*, która wyłoniła najwybitniejszych pracowników naukowo-dydaktycznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w ramach Jubileuszu Obchodów 100-lecia Uniwersytetu Poznańskiego. W tym samym roku stałam się także

Dominika Nowina

członkiem Rady Funduszu Sportowego FUAM przyznającej stypendia sportowcom Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

W czasie mojego zatrudnienia na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu zaangażowałam się w wiele uniwersyteckich przedsięwzięć. Między innymi zasiadałam w Komitecie organizacyjnym *Balu Sylwestrowego* w Auli UAM w 2015 r. W tym samym roku, wraz z przedstawicielami 2. Skrzydła Lotnictwa Taktycznego, zorganizowałam *Koncert Noworoczny* dla społeczności miasta Poznania. Zainicjowałam oraz zorganizowałam (wraz z Biurem Prasowym UAM) w roku akademickim 2015-2016 ogólnouniwersytecki konkurs *Pomysł o UAM – pomysł na UAM* na aktywizację społeczności akademickiej, w ramach którego pracownicy i studenci mieli zaproponować ciekawe rozwiązania dla uczelni. Obecnie jestem powołana do Komitetu Organizacyjnego odpowiadającym za przygotowanie i realizację Obchodów 100-lecia Uniwersytetu Poznańskiego (w jego ramach byłam odpowiedzialna m.in. za współrealizację koncertu *You raise me up* – 14 listopada 2018 r. czy współprowadzenie *Balu na sto par ... I więcej* – 2 marca 2019 r.).

Moja aktywność organizacyjna została doceniona przez władze UAM. Przejawiało się to przyznaniem mojej osobie **8 nagród**:

- a. Nagroda III stopnia Prorektora UAM z osiągnięcia w pracy zawodowej w roku akademickim 2009-2010 (1 października 2010 r.);
- b. Nagroda indywidualna II stopnia Rektora UAM za osiągnięcia w pracy organizacyjnej (1 października 2011 r.);
- c. Nagroda zespołowa II stopnia Rektora UAM za osiągnięcia w pracy organizacyjnej (24 września 2012 r.);
- d. Nagroda Dziekana Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w roku akademickim 2012/2013 za działalność organizacyjną na rzecz społeczności akademickiej Wydziału (8 lipca 2013 r.);
- e. Nagroda zespołowa II stopnia Rektora UAM za osiągnięcia w pracy organizacyjnej (28 września 2013 r.);
- f. Nagroda zespołowa II stopnia Rektora UAM za działalność organizacyjną (23 września 2014 r.);
- g. Nagroda indywidualna I stopnia Rektora UAM za działalność organizacyjną (25 września 2015 r.);

- h. Nagroda indywidualna I stopnia Rektora UAM za działalność organizacyjną (30 sierpnia 2016 r.).

W dniu 16 kwietnia 2018 r. zarząd Towarzystwa im. Hipolita Cegielskiego, po uwzględnieniu rekomendacji jakie Towarzystwo otrzymało w zakresie osiągnięć zawodowych, naukowych, charytatywnych i społeczno-kulturalnych, przyznał mojej osobie *Medal Młodego Pozytywisty*. Tym samym przyjęto mnie w poczet członków *Klubu Młodych Pozytywistów* oraz do grona *Przyjaciół Towarzystwa im. Hipolita Cegielskiego w Poznaniu*.

5.5 Popularyzacja nauki

W ramach działalności popularyzującej naukę opublikowałam następujące prace:

- a. P. Lisowski, D. Narożna (red.), *Z akademickiego podwórka. Wykładowcy o studentach (t. 1)*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2014;
- b. P. Lisowski, D. Narożna (red.), *Z akademickiego podwórka. Studenci o wykładowcach (t. 2)*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2015;
- c. P. Lisowski i D. Narożna (red.), *Z akademickiego podwórka. Kolorowy Uniwersytet (t. 3)*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016;
- d. D. Narożna, *Rozumiemy się bez słów*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 78-83;
- e. D. Narożna, *Ja już od teraz pamiętam...*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 112-117;
- f. D. Narożna, *Jest rektorem kompromisu*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 218-221;

- g. D. Narożna, *Mamy z rektorem wspólne radości*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 246-251;
- h. D. Narożna, *To dobry człowiek...*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 261-263;
- i. D. Narożna, *Cały czas żyje uniwersytetem...*, (w:) *Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2008-2016. Rektorskie lata Bronisława Marciniaka z perspektywy Collegium Minus*, N. Chromińska, J. Guliński, J. Lenartowicz-Skrzypczak, D. Narożna (zespół redakcyjny), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, ss. 344-353.

Ponadto wielokrotnie występowałem publicznie w charakterze eksperta w związku z tematyką kształtowania relacji z mediami. Były to m.in. szkolenia prowadzone dla instytucji publicznych, kursy dla przedstawicieli przedsiębiorstw i organizacji odpowiedzialnych w nich za politykę informacyjną oraz wykłady dla młodzieży z zakresu polskiego systemu medialnego. Poniżej wskazuję przykłady mojej działalności w tym zakresie:

- a. szkolenie *Jak negocjować z mediami?* zrealizowane dla studentów podczas Campusu Akademickiego Mielno-Łazy, organizatorzy: Fundacja na rzecz studentów i absolwentów UAM *Universitatis Posnaniensis* oraz Fundacja na rzecz studentów i absolwentów UW *Universitatis Varsoviensis* (Łazy, 3-9 września 2013 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- b. warsztaty *ABC mediów* przeprowadzone dla studentów podczas Campusu Akademickiego Mielno-Łazy, organizatorzy: Fundacja na rzecz studentów i absolwentów UAM *Universitatis Posnaniensis* oraz Fundacja na rzecz studentów i absolwentów UW *Universitatis Varsoviensis* (Łazy, 3-9 września 2013 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- c. zajęcia pt.: *Warsztat dziennikarza telewizyjnego* dla uczniów XX LO w Poznaniu (Poznań, 27 lutego 2014 r.), charakter: prowadząca zajęcia;
- d. wykład inauguracyjny w ramach wydarzenia popularnonaukowego *Noc Żywych Mediów* będącego składową akcją *Noc Naukowców* (Poznań, 26 września 2014 r.), charakter: prowadząca szkolenie;

- e. szkolenie pt.: *Jak nie dać zjeść się prasie?* dla rzeczników prasowych Powiatowych Stacji Sanitarno-Epidemiologicznych województwa wielkopolskiego (Poznań, 26 kwietnia 2013 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- f. przeprowadzenie warsztatów telewizyjnych w ramach imprezy popularno-promocyjnej *Dzień Dziennikarza* (Poznań, 22 maja 2015 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- g. szkolenie z zakresu *media relations* dla przedstawicieli Lasów Państwowych województwa lubuskiego (Łagów Lubuski, 22-23 czerwca 2015 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- h. gościnne warsztaty przeprowadzone dla V LO pt.: *Dziennikarstwo a rzecznictwo prasowe* (Poznań, 2 marca 2016 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- i. *Kurs dla rzeczników prasowych* (Poznań, 7 kwietnia 2016 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- j. gościnne warsztaty audiowizualne przeprowadzone dla V LO pt.: *Dziennikarz telewizyjny w praktyce oraz Rzecznik pasowy* (Poznań, 28 listopada 2016 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- k. warsztaty dziennikarskie dla uczniów Gimnazjum Nr 1 im. Polskich Olimpijczyków (Poznań, 13 marca 2017 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- l. wykład *Media w Polsce* dla uczniów II LO w Stargardzie Szczecińskim (Stargard Szczeciński, 30 marca 2017 r.), charakter: prowadząca wykład;
- m. *Kurs dla rzeczników prasowych* (Poznań, 29 kwiecień 2017 r.), charakter: prowadząca kurs;
- n. szkolenie pt.: *Jak nie polec w prasie?* dla Dowództwa Wojsk Obrony Terytorialnej (Warszawa, 1-3 lutego 2017 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- o. warsztaty z *Autoprezentacji* dla uczniów szkół podstawowych i ponadgimnazjalnych w Bibliotece Publicznej Miasta i Gminy w Skokach (Skoki, 11 maja 2017 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- p. warsztat *Rzecznik prasowy* w ramach wydarzenia popularnonaukowego *Dzień Dziennikarza* dla szkół ponadgimnazjalnych, (Poznań, 19 maja 2017 r.), charakter: prowadząca warsztaty;
- q. cykl pięciu szkoleń medialnych dla Wojsk Obrony Terytorialnej przeprowadzone dla pięciu grup (Warszawa, maj, czerwiec, sierpień 2018 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- r. szkolenie *Profesjonalny rzecznik prasowy* dla rzeczników prasowych i osób delegowanych do kontaktu z mediami realizowane dla Centrum Innowacji i

Szkoleń PROGRES (Warszawa, 9 października 2018 r.), charakter: prowadząca szkolenie;

- s. szkolenie *ABC prawa prasowego* dla Urzędu Miasta w Głogowie (Głogów, 21 listopada 2018 r.), charakter: prowadząca szkolenie;
- t. szkolenie *Miejski Portal Informacyjny, jako element kształtowania relacji z otoczeniem – szkolenie z zakresu, jak mądrze, profesjonalnie, inteligentnie zarządzać platformą komunikacyjną* dla Urzędu Miasta w Głogowie (Głogów, 7 lutego 2019 r.), charakter: prowadząca szkolenie.

Jako adiunkt a zarazem rzecznik prasowy UAM wielokrotnie zabierałam głos w kwestiach związanych z obszarem nauki i szkolnictwa wyższego zarówno w prasie drukowanej (np. „Gazeta Wyborcza”, „Głos Wielkopolski”, „Dziennik Gazeta Prawna”, „Rzeczpospolita”, „Metro”, „Życie Uniwersytetu”) jak i w radiu (m.in. „Radio Merkury” – obecnie „Radio Poznań”, „Tok FM”, „Radio Eska”, „RMF FM”, „Radio Zet”, „Radio Afera”, „Radio Emaus”, „Polskie Radio – Program IV”, „Polskie Radio – Program III”) czy telewizji (np. „TVP 1”, „TVP 2”, „TVP INFO”, „TVP 3 – oddział Poznań”, „TVN”, „POLSAT”, „WTK”).

30 kwietnia 2019r.

Dominika Wawrzyna