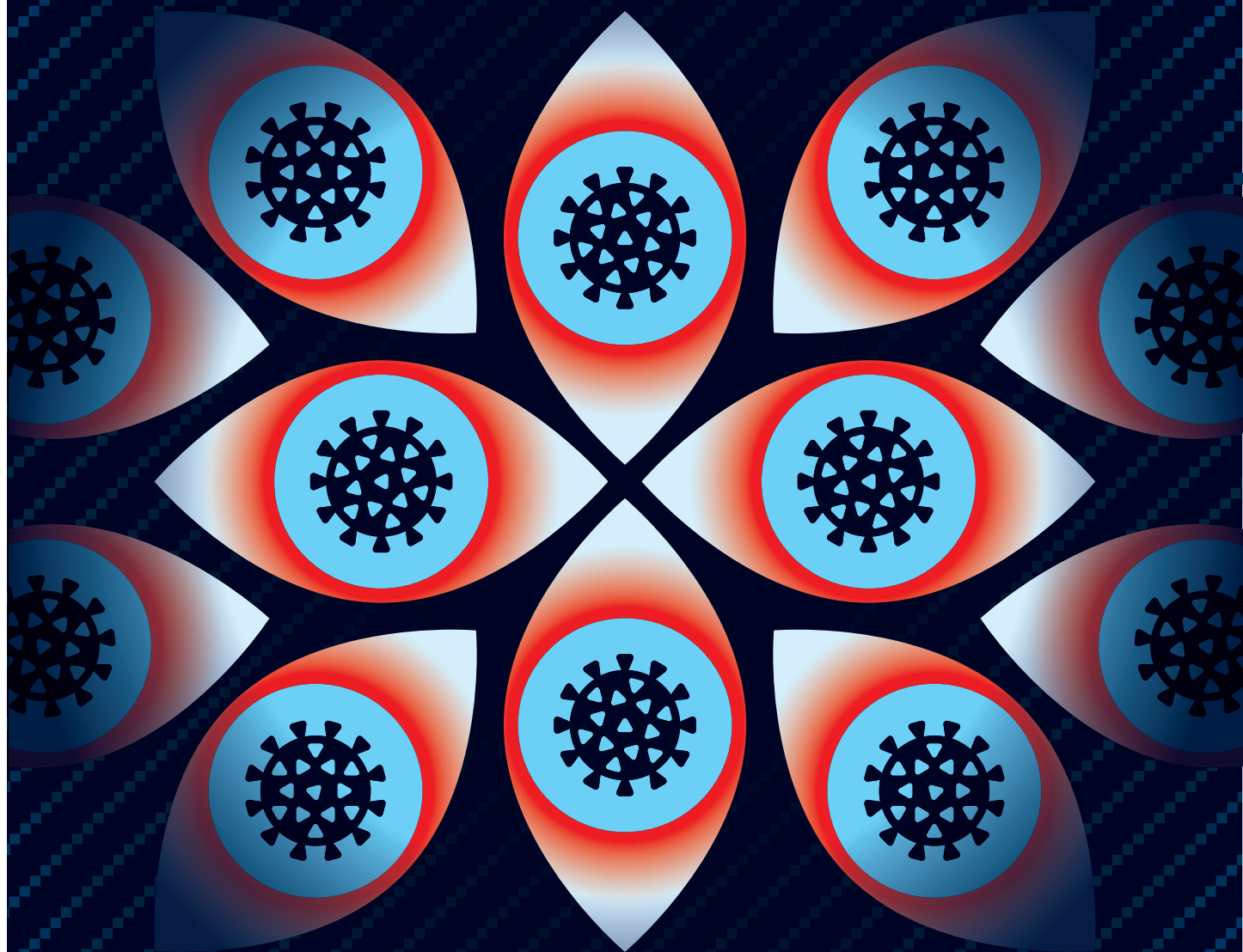




PANMEDIA

JAK DŁUGO POTRWA
MEDIALNY STAN WYJĄTKOWY?

28/05/2021
10.00-16.00
ONLINE

PROGRAM 14. POLSKO-NIEMIECKICH DNI MEDIÓW

PANMEDIA

JAK DŁUGO POTRWA MEDIALNY STAN WYJĄTKOWY?

28/05/2021
10.00-16.00
ONLINE

10.00 POWITANIE ORGANIZATORÓW
14. POLSKO-NIEMIECKICH DNI MEDIÓW



10.10-11.30 DEBATA: 30. ROCZNICA PODPISANIA
TRAKTATU O DOBRYM SĄSIEDZTWIE I PRZYJAZNEJ
WSPÓŁPRACY. WYZWANIA I SZANSE W KRYZYSIE.

30 lat od podpisania polsko-niemieckiego *Traktatu o dobrym sąsiedztwie* to dobry czas na podsumowanie wspólnych działań na różnych polach (współpracy rządowej, samorządowej, kulturalnej, gospodarczej, instytucjonalnej) i z różnych perspektyw.

Jednak tegoroczna rocznica jest inna. W założeniach powinniśmy sprawdzać realizację traktatu w przewidywalnych warunkach i utartych mechanizmach funkcjonowania. Tymczasem przyszło nam testować współpracę i jakość wzajemnych stosunków w zupełnie nowej, zaskakującej sytuacji.

Wszyscy przechodzimy test partnerstwa i solidarności na żywym organizmie, nie tylko na poziomie bilateralnym, ale też Polska i Niemcy jako członkowie wspólnoty europejskiej, a także cała Unia. Wirus rzucił nam wyzwanie – powiedział „sprawdzam” w sytuacji Unii Europejskiej skłóconej

w sprawach: klimatu, praworządności czy Funduszu Odbudowy.

To „sprawdzam” dotyczy tego, na ile deklaracje z traktatów są jedynie zapisami na papierze, a na ile wrosły w polsko-niemiecką codzienność, szczególnie w sytuacji kryzysu, jaki właśnie przechodzi cały świat.

Na ile pandemia to wspólne (i podobne) doświadczenie dwóch narodów – Polaków i Niemców? Co oznacza w praktyce pojawienie się granicy, której od czasów wejścia Polski do Unii Europejskiej nie było?

Czy w obliczu, gdy zostaliśmy ograniczeni do własnej okolicy wzrosła rola lokalności i działań na tym poziomie, szczególnie wzdłuż granicy? Jak te nowe okoliczności wpłynęły na polsko-niemiecką współpracę zarówno w skali makro jak i lokalnej. Jak w obecnej sytuacji można działać razem?

11.30-11.35 PRZERWA



PANMEDIA

28/05/2021
10.00-16.00
ONLINE

JAK DŁUGO POTRWA MEDIALNY STAN WYJĄTKOWY?



11.35-13.00 RÓWNOLEGŁE WARSZTATY

1 INFODEMIA. JAK MEDIA POWINNY WALCZYĆ Z DEZINFORMACJĄ?

W pandemii rzetelność informacji wpływa na ludzkie zdrowie i życie, a także kondycję psychiczną społeczeństwa. Pomaga organizować się obywatelom, jeśli chodzi o przestrzeganie zaleceń i ograniczeń. Dziennikarze często są tubą informacyjną, przekazując wiadomości o COVID-19 dalej. Ale czy tylko oni? I jak działała ta tuba przez ostatni rok?

Skąd się wzięła i co dla nas oznacza „komunikacja strachu”? Rok obecności Covid-19 pokazał popularność zalewania czytelników strachem, który ma przyciągnąć ich uwagę i kliknięcia. Pandemia jeszcze potrwa, czy zmieni się komunikacja medialna? Czy media i odbiorcy przystosują się do życia w stanie zagrożenia?

Mimo dostępności szerokiego spektrum źródeł informacji odbiorcy mediów mają skłonność do za-

mykania się w bańkach informacyjnych. W efekcie przekonani przekonują przekonanych. Czy stąd bierze się rosnąca popularność teorii spiskowych w mediach (i na blogach) na całym świecie? Komu wierzyć w pandemii – mediom, blogerom, celebrytom? Jaka przez ten rok była ich rola w szerzeniu informacji o pandemii, często fałszywych i jak to się ma do kryzysu wiary w autorytety naukowe? Co z odpowiedzialnością mediów za rozpowszechnianie newsów i hipotez nieopartych dowodami?

Pandemia przyspieszyła rozwój negatywnego zjawiska jakim jest zalew fake newsów. Jak uczyć odbiorców sprawdzania faktów? Czego możemy się na ten temat dowiedzieć od organizacji fact-checkingowych? Jaka rolę odgrywa bezpośrednie zaangażowanie odbiorców, ich bliska współpraca z twórcami treści?

2 ZMIENIONA PERSPEKTYWA. MEDIA REGIONALNE W PANDEMII, DWUJĘZYCZNE REDAKCJE, UWARUNKOWANIA STRUKTURALNE.

W warunkach pandemii dziennikarze często nie mogą jechać w teren, spotkać się twarzą w twarz z rozmówcami, zbadać problemu na miejscu. Nie mówiąc już o odległych podróżach i tematach zagranicznych.

Co to oznacza w praktyce? Czy teraz wszystkie tematy realizowane są „przez zoom”? Jak Covid-19 zmienił pracę dziennikarzy i jaki wpływ ma to na jakość mediów? Jak pracować i realizować wartościowe dziennikarstwo w tych warunkach? Czy częściowo

wymuszone przekierowanie uwagi z tematów dalekich na bliskie to szersze zjawisko? Czy niesie za sobą nowe możliwości?

Co zwrot ku lokalności oznacza dla mediów regionalnych? Jak sobie radzą w obecnej sytuacji? Czy zyskały na znaczeniu, choć finansowo są zagrożone przez ograniczenie wpływów z reklam? Czy rosnącą potrzebę wiedzy o własnym mieście czy regionie mogą zaspokoić np. lokalne blogi i czy zajmą miejsce tradycyjnych mediów regionalnych?

PANMEDIA

JAK DŁUGO POTRWA MEDIALNY STAN WYJĄTKOWY?

28/05/2021
10.00-16.00
ONLINE

3

**BRANŻA MEDIALNA PO DOŚWIADCZENIACH
ROKU 2020/2021. KTO WYGRAŁ, KTO PRZEGRZAŁ,
KIM SĄ NOWI GRACZE?**

W pandemii sprawdzanie informacji na bieżąco stało się w jeszcze większym stopniu nawykiem odbiorców mediów. Zwłaszcza w przypadku wiadomości dotyczących rozwoju wirusa i zdrowia publicznego. Nie bez powodu niespotykaną wcześniej popularnością cieszą się sekcje medyczne gazet i serwisów informacyjnych, umieszczane od roku w widocznym miejscu.

Wszechobecność internetu w naszym życiu podczas lockdownu przyspieszyła obserwowany już wcześniej odpływ od gazet drukowanych w stronę sieci.

Z jednej strony treści na portalach, poddane mniej-
szej kontroli redaktorskiej, są często gorszej jakości.
Z drugiej jednak, informacja w internecie stała się
produktem, za który coraz więcej osób gotowych jest

zapłacić. Zyskały na znaczeniu treści wysokiej jakości,
nawet płatne, nie tylko w internetowych serwisach
gazetowych, ale i te udostępniane przez blogerów
czy youtuberów. Wzrosła oglądalność serwisów stre-
amingowych i VOD.

Okazało się, że odbiorcy byli też gotowi wesprzeć fi-
nansowo ulubione media, do których mają zaufanie
i cenią je właśnie za podawanie zweryfikowanych
treści. Nieźle radzą sobie jednak także serwisy cał-
kowicie bezpłatne dla czytelników. Czy te dwa mo-
dele mogą działać na dłuższą metę równolegle?

Według badań wzrosła liczba osób, dla których
portale społecznościowe (Facebook czy Twitter)
stanowią podstawowe źródło informacji. Dlaczego
tak się dzieje? I co to oznacza dla mediów trady-
cyjnych?

13.00-13.45 PRZERWA



PANMEDIA

JAK DŁUGO POTRWA MEDIALNY STAN WYJĄTKOWY?

28/05/2021
10.00-16.00
ONLINE



13.45-15.00 DEBATA: PANDEMIA JAKO ZASŁONA DYMNA

Pandemia Covid-19 zdominowała przekazy medialne i zawładnęła opinią publiczną. Czy nieustająca obecność w czołówkach mediów pandemii i związanych z nią tematów usunęły w cień inne ważne tematy? Czy zapomnieliśmy o ekologii i kryzysie klimatycznym, który był intensywnie dyskutowany nim pojawił się wirus? Czy uśpiły nas spadek emisji dwutlenku węgla i delfiny w weneckich kanałach z początku lockdownu i pozwoliły nie myśleć o zagrożeniach innych niż Covid-19? Jaką rolę odegrały w tym media?

Jak informować o ważnych tematach, kiedy uwaga odbiorców skierowana jest na statystyki zachorowań i zgonów, ilość wyprodukowanych szczepionek i zaszczepionych obywateli?

W Niemczech obserwujemy zielony marsz po władzę. Co to oznacza dla relacji polsko-niemieckich? Czy temat konsekwencji zmian klimatycznych stanie się priorytetem w agendzie polsko-niemieckiej?

Brakuje nam spójnej wizji rozwoju pogranicza i wspólnej koncepcji np. na zagospodarowanie Odry. Jak z wyzwaniem klimatycznym radzi sobie partnerstwo polsko-niemieckie na poziomie regionalnym? Czy możliwa jest transformacja przygranicznych obszarów miejskich w green smart cities? Jak gminy na polsko-niemieckim pograniczu radzą sobie z gospodarką wodną i odpadową, dbaniem o jakość powietrza czy rozwiązaniami energetycznymi?



15.00-16.00 ROZMOWY Z LAUREATKAMI I LAUREATAMI POLSKO-NIEMIECKIEJ NAGRODY DZIENNIKARSKIEJ IM. TADEUSZA MAZOWIECKIEGO

