



Zakład Studiów Amerykanistycznych i Zakład Komunikacji Społecznej UMCS
oraz Polskie Towarzystwo Retoryczne

zapraszają na Ogólnopolską Konferencję naukową:

Media w Ameryce. Ameryka w mediach

Lublin, 25-26 maja 2017 r.

Rok 2016 był dla amerykańskich mediów wyjątkowy pod wieloma względami. Po pierwsze, wyniki wyborów prezydenckich komentowano jako pomyłkę mediów, więc po wyborach odbiorcy masowo bojkotowali stacje i serwisy informacyjne. Po drugie, tylko pięć procent ankietowanych wskazało prasę drukowaną jako źródło informacji o kampanii wyborczej.

Po trzecie, tradycyjne media telewizyjne musiały stawić czoła wzmożonej kampanii *Cut the Cord and Ditch your Cable* (odetnij sznur i pozbaź się kablówki) na rzecz mediów cyfrowych. Aż co siódmy Amerykanin zrezygnował z subskrypcji sieci kablowych lub satelitarnych.

Po czwarte, niebotyczne dochody z reklam w sieci nie przypadły w udziale domom medialnym, lecz trafiły do pięciu największych graczy z branży technologicznej, takich jak Google czy Facebook. Firmy te wdrożyły zupełnie nową filozofię tworzenia i dystrybucji mediów przy użyciu skomplikowanych algorytmów, usuwając nieco w cień tradycyjną rolę dziennikarza. Niemniej jednak, również w 2016 roku, ujawniona została kontrowersyjna praktyka redaktorów Facebooka, sterujących „ręcznie”, czyli nie do końca za pomocą mechanicznych algorytmów, wyborem *rending topics*.

Po piąte, odbiorcy już na dobre przenieśli swój świat do telefonów komórkowych, co zmobilizowało tradycyjnych graczy, takich jak „New York Times” czy NBC do wprowadzenia na swoje platformy „chatbotów”, czyli robotów, które dzięki wysyłanym do nich przez użytkowników słowom-kluczom, dostarczają bezpośrednio na ich komórkę spersonalizowane serwisy informacyjne.

Wielu zmianom ulega także prezentowane w mediach oblicze Ameryki jako państwa, formacji intelektualnej i kulturowej, strażnika lub burzyciela pokoju czy światowej potęgi, głównego sojusznika lub wroga. Skoro tylko w przeciągu jednego roku oblicze amerykańskich mediów przeszło tak znaczącą metamorfozę, warto poddać ten temat szerszej analizie i dyskusji podczas konferencji poświęconej mediom w Ameryce oraz Ameryce w mediach.

Zapraszamy do przysyłania propozycji wystąpień na tematy zebrane w dwóch blokach tematycznych: (I) Media w Ameryce i (II) Ameryka w mediach.

I Media w Ameryce

1. Oblicza mediów w Ameryce

- ◆ Media masowe, niszowe, społecznościowe i spersonalizowane
- ◆ Retoryka mediów w Ameryce – ideologia, perswazja, manipulacja
- ◆ Profil współczesnego audytorium w Stanach Zjednoczonych
- ◆ Medialność jako tożsamość – od selfie do gwiazdy

2. Teorie mediów w Ameryce

- ◆ Współczesne amerykańskie teorie komunikacji i mediów
- ◆ Mediatyzacja – wzór amerykański a wzór europejski
- ◆ Rzeczywistość i wirtualność
- ◆ Wizualność a struktura przekazu

3. Technologie mediów w Ameryce

- ◆ Rewolucje w mediach – modele amerykańskie czy globalne?
- ◆ Osobowości medialne – rola i etos dziennikarza dawniej i dziś
- ◆ Reklama – rola, struktura, analiza przypadku, mikro-sytuacja retoryczna
- ◆ Wikileaks, Edward Snowden, hakerzy – nowa misja czy nowa cenzura?

II Ameryka w mediach

1. Oblicza Ameryki w mediach amerykańskich

- ◆ „I kto to mówi”, czyli reprezentacje większości i mniejszości: dyskursy ideologiczne, feministyczne, religijne, rasowe, etniczne, LGBT i inne
- ◆ Nowe zjawiska, nowi odbiorcy – Ameryka w serialach, podcastach, hashtagach, infografikach, tweetach, pinach...
- ◆ Adaptacje w mediach: historia, literatura i sztuka w nowej formie

2. Oblicza Ameryki w mediach zagranicznych

- ◆ Amerykańskie wzory – kampanie polityczne i reklamowe, newsroomy, sitcomy, talk show, telewizja poranna itp.
- ◆ „Dirty Dancing”, czyli... problemy przekładu
- ◆ Jaka Ameryka - homogeniczny czy heterogeniczny obraz medialny?

Zgłoszenia uczestnictwa wraz z tytułem referatu i streszczeniem (200-250 słów) w języku polskim lub angielskim prosimy przesyłać **do 30 marca** poprzez elektroniczny formularz zgłoszeniowy na stronie konferencji (mediaameryka.wixsite.com/umcs). Opłata konferencyjna wynosi 250 zł i obejmuje materiały konferencyjne, obiady, uroczystą kolację oraz redakcję numeru czasopisma naukowego *Res Rhetorica* 2/2018, w którym opublikowane zostaną pozytywnie zrecenzowane referaty. Szczegółowe informacje oraz aktualności znajdziecie Państwo na stronie konferencji, stronie PTR (retoryka.edu.pl) oraz na Facebooku. Kontakt do organizatorów: media.ameryka@gmail.com.

Ze względu na interdyscyplinarny charakter konferencji, zaproszenie kierujemy do przedstawicieli wszystkich dyscyplin naukowych zajmujących się tematyką mediów.

Organizatorcki:

Dr Anna Bendrat
Dr Elżbieta Pawlak-Hejno