

Szanowny Pan

Prof. dr hab. Przemysław Wiszewski

Rektor Uniwersytetu Wrocławskiego

LIST SKIEROWANY DO REKTORA UNIwersYTETU WROCLAWSKIEGO
W ZWIĄZKU Z KRYZYSEM WIZERUNKOWYM UCZELNI
WRAZ Z WNIOSKIEM O UDZIELENIE ODPOWIEDZI NA PYTANIA
W TRYBIE DOSTĘPU DO INFORMACJI PUBLICZNEJ

Szanowny Panie Rektorze,

w związku z kryzysem wizerunkowym, w jakim w ostatnich dniach znalazł się Uniwersytet Wrocławski, spowodowanym niewłaściwym sposobem komunikowania się władz rektorskich ze studentami, głęboko zaniepokojeni tą sytuacją zwracamy się do Jego Magnificencji o wyjaśnienie przyczyn tego kryzysu, udzielenie – w trybie dostępu do informacji publicznej – odpowiedzi na pytania dotyczące polityki komunikacyjnej Uczelni oraz apelujemy o podjęcie przemyślanych i skutecznych działań w celu rozwiązania zaistniałych problemów.

Odnosząc się do sposobu podjęcia decyzji o powrocie do nauki stacjonarnej na Uniwersytecie Wrocławskim i jej uzasadnienia ogłoszonego w Zarządzeniu JM Rektora z dnia 5 stycznia 2022 r., wyrażamy stanowczy sprzeciw wobec form i metod komunikacji, jakimi w kontaktach ze studentami posługują się władze Uczelni i Dział ds. Komunikacji. Przekaz sformułowany z pozycji przewagi, w paternalistycznym i napominającym tonie, jest nie tylko upokarzający dla adresata, ale świadczy też o niskich kompetencjach społecznych i komunikacyjnych osób go formułujących. Taka praktyka rujnuje wizerunek Uniwersytetu Wrocławskiego jako instytucji publicznej, która powinna cieszyć się szacunkiem i zaufaniem zarówno wśród członków wspólnoty akademickiej, jak i w szerokim otoczeniu społecznym. Tymczasem kryzys w relacjach ze studentami powoduje, że wizerunek ten jest daleki od pożądanego. Media tradycyjne i elektroniczne, lokalne i ogólnopolskie, szeroko komentują nie przedmiot i treść samej decyzji, lecz przede wszystkim sposób jej podjęcia oraz niski poziom intelektualny i etyczny polemiki, w jaką z osobami podważającymi sens powrotu do nauki zdalnej weszli pracownicy Działu ds. Komunikacji.

Co więcej, w przekazach medialnych pojawiają się nieprawdziwe informacje, jakoby pracownicy Uczelni obrażali studentów na internetowym forum uniwersyteckiej wspólnoty akademickiej. W związku z trwającym rozpowszechnianiem tych nieprawdziwych informacji,

co wynika głównie z nieefektywnej polityki komunikacyjnej Uniwersytetu Wrocławskiego, domagamy się natychmiastowego sprostowania przez władze rektorskie krążących w sieci pomówień. Chcemy zauważyć, że wpisy na forach internetowych autorstwa jednej z pracownic Działu ds. Komunikacji, wyrażające lekceważenie problemów i obaw studentów, nie są w żaden sposób reprezentatywne dla całego środowiska naukowego, dydaktycznego i administracyjnego Uniwersytetu Wrocławskiego – prosimy o zaprzestanie tego typu aktywności.

Mając świadomość wyzwań, przed jakimi stoją władze rektorskie w związku z zarządzaniem Uczelnią w warunkach pandemicznych, nie oceniamy decyzji podjętej przez władze Uniwersytetu Wrocławskiego o powrocie do nauki stacjonarnej od 9 stycznia 2022 roku. Stanowczo natomiast protestujemy przeciwko działaniom, które zostały podjęte w celu uzasadnienia jej słuszności. Obrażanie się na osoby mające odmienne zdanie, ataki personalne, poniżanie i dyskredytowanie uczestników dyskusji nie są właściwym sposobem uzasadniania decyzji o powrocie do sal wykładowych. Uniwersytet Wrocławski dysponuje bogatym instrumentarium pozwalającym na przedstawienie stanowiska w sposób jasny, rzetelny, oparty na faktach, bez konieczności podnoszenia argumentów przekraczających granice dobrego wychowania i reguły dialogu społecznego. Oczywiście jest, że motywacje osób, które nie są entuzjastycznie nastawione do powrotu do nauki stacjonarnej, mogą być zróżnicowane; jest też jasne, iż niektórzy studenci nie będą usatysfakcjonowani żadnymi wyjaśnieniami. Te okoliczności nie stanowią jednak uzasadnienia ani usprawiedliwienia dla formułowania ocen i oskarżeń, które są nie tylko przejawem ubogiej kultury komunikacyjnej, ale często mają niewiele wspólnego z rzeczywistością. Empatia i zrozumienie, tak bardzo dziś potrzebne w pandemicznej i trudnej pod wieloma względami rzeczywistości, nakazują roztropność i umiarkowanie w ocenie motywacji ludzi, którzy – niejednokrotnie w trosce lub obawie o zdrowie własne i swoich bliskich – zmuszeni są podejmować trudne decyzje życiowe. Jako ludzie związani z nauką apelujemy o unikanie w debacie publicznej generalizacji i postulujemy bazowanie na faktach. Posługiwanie się niesprawdzonymi informacjami, przesadami, stereotypami i uprzedzeniami zaprzecza idei otwartej debaty publicznej oraz kompromituje Uniwersytet Wrocławski jako instytucję naukową i edukacyjną. Godzi także w dobre imię Uczelni i jej pracowników, odwraca uwagę opinii publicznej od osiągnięć naukowych i dydaktycznych wypracowanych przez naszą wspólnotę oraz od innych problemów wymagających pilnego rozwiązania.

W tym miejscu chcielibyśmy odnieść się do kolejnego wątku związanego z kryzysem wizerunkowym Uniwersytetu Wrocławskiego. Na jego pogłębienie wpływ miały wpisy umieszczone na forach internetowych przez jedną z pracownic Działu ds. Komunikacji. Nieprzemyślane i nieodpowiedzialne opinie, formułowane przez panią posługującą się w internetowej komunikacji różnymi nickami, wywołały oburzenie i protesty studentów oraz wzbudziły zainteresowanie mediów. Rozwój sytuacji pokazuje, że odpowiedzialne zadania związane z reprezentowaniem uczelni na forum publicznym powinny być powierzane osobom, które mają zarówno stosowne kwalifikacje, jak i wysoki poziom kultury osobistej oraz odpowiednie standardy etyczne. Wprawdzie na różnych forach autorka tych kontrowersyjnych wpisów deklaruje, iż wypowiada się jako osoba prywatna, a nie pracownica Uniwersytetu Wrocławskiego, to jednak – w świetle powszechnych negatywnych reakcji na jej wypowiedzi – zasadne wydaje się pytanie o to, gdzie kończy się działalność zawodowa pani Agaty Mitek, a zaczyna jej całkowicie prywatna aktywność, skoro komentarze odnoszą się do decyzji, procesów i wydarzeń związanych z Uczelnią? Kolejna wątpliwość dotyczy

posługiwania się przez panią Agatę Mitek (w mediach społecznościowych funkcjonuje jako Pani Snap) marką i wizerunkiem Uniwersytetu Wrocławskiego w procesie, o czym sama pisze, „budowania silnej marki osobistej na facebookowym i instagramowym koncie”. Czy Uniwersytet Wrocławski kiedykolwiek wydał zgodę pani Mitek na wykorzystywanie własnej marki instytucjonalnej do budowania osobistej czy prywatnej marki w sieci? Na forum internetowym pani Mitek tłumaczy, że Uczelnia ceni jej działalność i poleca kontakt z nią jako Panią Snap. Prosimy zatem Pana Rektora o wytłumaczenie, jakiego rodzaju relacje i umowy łączą osobę prywatną i blogerkę Agatę Mitek z Uniwersytetem Wrocławskim oraz, bez względu na ich charakter, wnosimy o zaprzestanie tej współpracy jako szkodliwej dla wizerunku Uczelni. Współpraca ta zresztą okazuje się problematyczna dla pani Mitek, która na forum internetowym poinformowała pracowników Uniwersytetu Wrocławskiego, że w związku z zaangażowaniem na rzecz Uczelni stała się obiektem ataków, hejtu, a nawet gróźb karalnych. Sytuacja, w której zagrożone jest bezpieczeństwo osoby prywatnej kojarzonej z wizerunkiem Uniwersytetu Wrocławskiego, nigdy nie powinna zaistnieć i, niestety, świadczy o tym, iż władze Uczelni całkowicie utraciły kontrolę nad wydarzeniami wywołanymi przez nieodpowiedzialne działania komunikacyjne. Sprawa ma też szerszy kontekst, ponieważ prowadzenie internetowego konta przez osobę prywatną oznacza możliwość uzyskiwania konkretnych korzyści z tego tytułu. W wypadku pracowników Uniwersytetu Wrocławskiego stosuje się regułę, że nie mają oni prawa do budowania własnej popularności w sieci na fundamencie pełnionej na Uczelni funkcji i uzyskiwania z tego tytułu jakichkolwiek korzyści. Na prywatnych kontach pracowników nie powinny się zatem ukazywać żadne informacje uniwersyteckie, tak jak na platformach Uniwersytetu Wrocławskiego nie można zamieszczać postów odsyłających do prywatnych mediów pracowników. Postulujemy refleksję, dlaczego zasady te nie zostały wdrożone w ramach dbałości o ochronę dobrego wizerunku i marki Uniwersytetu Wrocławskiego?

Kryzys wizerunkowy Uczelni, zaistniały w związku z ostatnimi wydarzeniami, każe także zastanowić się nad skutecznością innych instrumentów polityki komunikacyjnej stosowanych dotychczas w relacjach z otoczeniem. W przestrzeni publicznej pojawiają się bowiem informacje, że Uniwersytet Wrocławski opłaca artykuły sponsorowane, w tym wywiady, w których powstaniu Jego Magnificencja Rektor bierze bezpośredni udział. Musi to budzić sprzeciw choćby w kontekście ograniczonych środków finansowych na pokrycie innych, pilniejszych wydatków, związanych zwłaszcza ze wzrostem płac najgorzej zarabiających grup pracowników. Można też uznać, że takie postępowanie jest marnotrawieniem pieniędzy na działania, które w obliczu wpadek wizerunkowych Uniwersytetu Wrocławskiego mogą się okazać bezwartościowe i nieefektywne.

W związku z zaistniałą sytuacją do władz rektorskich kierujemy, na podstawie art. 61 Konstytucji RP oraz art. 2 ust. 1 i art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 2176 ze zm.), następujące pytania:

1. Czy Uniwersytet Wrocławski udzielił komukolwiek pisemnego pozwolenia na posługiwanie się wizerunkiem uczelni w celu rozwoju jego osobistej marki w mediach społecznościowych?
2. Jeśli taka zgoda została wydana, to na jakiej podstawie prawnej?
3. Czy Uniwersytet Wrocławski wdrożył procedury monitoringu wykorzystania swojej marki lub wizerunku przez osoby prywatne, w tym pracowników Uczelni, w ich działalności pozazawodowej ?

4. W jaki sposób Uniwersytet Wrocławski może dochodzić roszczeń związanych z bezprawnym wykorzystaniem wizerunku Uczelni przez osobę prywatną?
5. Jaka kwota została przeznaczona, od września 2020 do końca grudnia 2021 roku, na opublikowanie sponsorowanych wywiadów z władzami rektorskimi (Jego Magnificencją Rektorem i Prorektorami) i jaki stanowi ona procent w całości budżetu Uniwersytetu Wrocławskiego przeznaczonego na działania promocyjne?
6. Jakie konkretne i mierzalne korzyści osiągnął Uniwersytet Wrocławski, wydając środki finansowe na wywiady sponsorowane, które ukazywały się zarówno w mediach tradycyjnych, jak i elektronicznych?

Oprócz odpowiedzi na wyżej sformułowane pytania domagamy się od władz rektorskich podjęcia natychmiastowych działań w celu ograniczenia skutków katastrofalnej formy polityki komunikacyjnej, która rujnuje wizerunek Uczelni, oraz dogłębnej rewizji celów, zasad i sposobów komunikowania się Uniwersytetu Wrocławskiego zarówno z otoczeniem społecznym, jak i z pracownikami oraz studentami. Postulujemy poważne potraktowanie podniesionych spraw, ponieważ opisane zjawiska mogą mieć długofalowe negatywne skutki nie tylko dla obecnych władz rektorskich, ale przede wszystkim dla pracowników i studentów Uniwersytetu Wrocławskiego. Uprzejmie prosimy o odesłanie odpowiedzi na postawione pytania na adres: malgorzata.michalewska-pawlak@uwr.edu.pl.

Z poważaniem

dr hab. Małgorzata Michalewska-Pawlak