

Załącznik 2a

Dr Grzegorz Ptaszek
Katedra Socjologii Gospodarki
i Komunikacji Społecznej
Wydział Humanistyczny
Akademia Górniczo-Hutnicza im. S. Staszica w Krakowie

Kraków, 18.02.2019 r.

Autoreferat przedstawiający opis dorobku i osiągnięć naukowych

1. Imię i Nazwisko

Grzegorz Ptaszek

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

- a) 2006 - doktor nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa, Wydział Polonistyki, Uniwersytet Warszawski. Tytuł rozprawy doktorskiej: „Talk show jako gatunek rozmowy telewizyjnej (na przykładzie «Rozmów w toku» w TVN)”; promotor: prof. dr hab. Jerzy Podracki; recenzenci w przewodzie: prof. dr hab. Maria Wojtak (UMCS w Lublinie), dr hab. Radosław Pawelec (Uniwersytet Warszawski).
- b) 2007 – magister psychologii, Wydział Psychologii, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie (obecnie: Uniwersytet SWSP). Tytuł pracy magisterskiej: „Płeć psychologiczna, tożsamość płciowa i zaburzenia osobowości u mężczyzn homoseksualnych” (promotor: dr n. med. Wiesław Czernikiewicz, recenzent: prof. dr hab. n. med. Zbigniew Lew-Starowicz).
- c) 2001 – magister filologii polskiej, Wydział Polonistyki, Uniwersytet Warszawski. Tytuł pracy magisterskiej: „Język programu młodzieżowego *Rower Błażeja* w TVP 1” (promotor: prof. dr hab. Jerzy Podracki).

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych.

- 1 X 2011 - do chwili obecnej, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Humanistyczny, Katedra Socjologii Gospodarki i Komunikacji Społecznej (adiunkt).
- 1 V 2009 – 30 IX 2011, Akademia Humanistyczna im. A. Gieysztora w Pułtusk, Wydział Filologii Polskiej (adiunkt).

Załącznik 2a

- 1 X 2006 – 30 IX 2009, Uniwersytet Warszawski, Wydział Polonistyki, Instytut Polonistyki Stosowanej (asystent), członek Pracowni Języka Elektronicznych Środków Przekazu.
- 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. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.):**

1. tytuł osiągnięcia naukowego/artystycznego

Monografia

Grzegorz Ptaszek, *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Kraków 2019: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, ISBN: 978-83-233-4586-2, s. 355.

Recenzenci wydawniczy: dr hab. Mirosław Filiciak, prof. USWPS (Uniwersytet SWPS), dr hab. inż. Janusz Morbitzer, prof. AWSB (Akademia Wyższej Szkoły Biznesu).

a) Uzasadnienie celu naukowego i podjęcia tematu pracy

Podjęcie tematu, który stanowi przedmiot monografii przedkładanej Centralnej Komisji ds. Stopni i Tytułów jako osiągnięcie naukowe, jest wypadkową mojej drogi zawodowej, podczas której krzyżowały się (i krzyżują) dwie ścieżki: medioznawczo-komunikologiczna oraz psychologiczno-edukacyjna. Temat ten wpisuje się w badania nad edukacją medialną (nazywane *Media Education Research*) podejmowane przez badaczy mediów i komunikacji społecznej w różnych ośrodkach naukowych na świecie, w tym w Polsce.

W badaniach nad edukacją medialną, o czym piszę w niniejszej publikacji, można wyróżnić cztery główne podejścia: pedagogiczne, informacyjne, komunikacyjno-kulturowe oraz pograniczne/integrujące. Choć dominujące, zwłaszcza w Polsce, jest podejście pedagogiczne, to podejście komunikacyjno-kulturowe, ukształtowane pod wpływem prac krytyków współczesnego społeczeństwa i kultury takich, jak: Marshall McLuhan, Michel Foucault, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, John Fiske, Neil Postman czy Roland Barthes, nazywanych przez Renne Hobbs „intelektualnymi przodkami edukacji medialnej”¹, stworzyło podwaliny pod nauczanie krytycznej analizy przekazów medialnych oraz otoczenia medialnego. Edukacja medialna w tym

¹ Hobbs R., red., *Exploring the roots of digital and media literacy thought personal narrative*, Philadelphia 2016, Temple University Press. Por. Poyntz S. R., *Media education, spectrality and acoustic space. An encounter with Derrida and McLuhan*, „Journal of Curriculum Theorizing” 2009, tom 25, nr 1, s. 133-148.

Załącznik 2a

podejściu i problematyka z nią związana stanowią ważny obszar badawczy, którego cel można określić zarówno jako krytyczną refleksję naukową nad badaniem rozumienia mediów (treści, praktyk medialnych, użytkowania) oraz ich funkcjonowania w kontekście społecznym, kulturowym i ekonomicznym, jak i uczenie o mediach/uczenie mediów poprzez kształcenie kompetencji, które umożliwiają nie tylko ich krytyczną ocenę czy ocenę treści lub informacji rozpowszechnianych za ich pomocą, ale również ich twórcze czy społeczne wykorzystywanie.

O tym, że edukacja medialna stanowi część obszaru badawczego nauk o mediach (i komunikacji społecznej), świadczy zarówno powołanie przez Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej sekcji badawczej „Edukacja medialna”, jak i podejmowanie w pracach naukowych zagadnień związanych z edukacją medialną przez wielu polskich badaczy mediów i komunikacji społecznej, m.in. przez prof. prof.: Tomasza Gobana-Klasa, Małgorzatę Lisowską-Magdziarz, Justynę Szulich-Kałużę, Michała Drożdża, Małgorzatę Bogunię-Borowską, Wojciecha Skrzydlewskiego, Wiesława Godzica, Agnieszkę Ogonowską, Mirosława Filiciaka czy Bogusława Skowronka. W podejściu komunikacyjno-kulturowym brak jest jednak monograficznych opracowań, które krytyczne rozumienie mediów (i całego otoczenia medialnego) odnoszą do współczesnych i niezwykle aktualnych zagadnień, jakimi są danetyzacja i algorytmizacja oraz zjawisk będących ich konsekwencją. Monografia stara się tę lukę wypełnić.

Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji stanowi również krytyczny głos w dyskusji na temat wpływu zachodzących (w ostatnich latach) zmian technologiczno-społecznych na redefinicję pola badawczego edukacji medialnej. Na początku XX w. wraz z upowszechnianiem się internetu i rozwojem mediów społecznościowych pojawiły się konkurencyjne koncepcje „kompetencji medialnych” i „kompetencji cyfrowych”, które – zupełnie niesłusznie – ustawiały je w opozycji do siebie. Zauważając tę sprzeczność, wielu światowych badaczy edukacji medialnej² postulowało, aby włączyć w pole edukacji medialnej nowe media i zjawiska z nimi związane, ale brak jest prac, w których wyraźnie proponuje się włączenie w obszar edukacji medialnej niewidzialne technologie

² Livingstone S., *Media Literacy and the challenge of new media and communication technologies*, „The Communication Review” 2004, nr 7, s. 3–14; źródło: DOI: 10.1080/10714420490280152; Hobbs R., *Reconceptualizing media literacy for a digital age* [w:] *Digital literacies for learning*, red. D. Madigan, A. Martin, 2006, Facet Publishing; Buckingham D., *Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet*, „Research in Comparative and International Education” 2007, tom 2, nr 1; źródło: <https://doi.org/10.2304%2Frcie.2007.2.1.43>; Buckingham D., *Teaching social media: a critical media education approach*, 2017; źródło: <https://davidbuckingham.net/2017/11/02/teaching-social-media-a-media-education-approach/> (28.08.2018); Poyntz S. R., Hoechsmann M., *Media literacies. A critical introduction*, Nowy Jork 2012, Wiley-Blackwell.

Załącznik 2a

(*invisible technologies*) – dane cyfrowe i algorytmy – które znacząco modyfikują współczesne środowisko medialne.

b) Cel naukowy monografii i założenia badawcze

Monografia jest pracą teoretyczno-problemową i opiera się na krytycznej analizie obszernej literatury przedmiotu (prawie 600 pozycji) z wielu dyscyplin, głównie jednak z nauk o mediach, komunikacji społecznej, kulturoznawstwa, socjologii mediów, psychologii, ale również prawa, informatyki czy pedagogiki.

Głównym celem badawczym jest sformułowanie założeń koncepcji edukacji medialnej 3.0 oraz szczegółowe, krytyczne i problemowe opisanie czterech zjawisk, które stanowią uzasadnienie dla proponowanej koncepcji takich, jak: władza korporacji nowomiedialnych w sieciach komunikacyjnych, platformy medialne jako nowy typ organizacji medialnych, profilowanie komercyjne i polityczne oraz rozwój propagandy komputacyjnej. W pracy również krytycznie omawiam i porządkuję zagadnienia powiązane z podstawową problematyką, np. techniki projektowania zaangażowania, zaangażowanie a uczestnictwo, koncepcję cyfrowych tubylców i cyfrowych imigrantów (którą sam jej twórca – Marc Prensky - zrewidował w 2009 r., wprowadzając pojęcie „cyfrowej mądrości”³) czy rozwój edukacji medialnej w Polsce.

Problematyka monografii została oparta na następujących założeniach:

1. U podłoża zachodzących współcześnie przeobrażeń środowiska medialnego (przemysłu, użytkowników, treści) leży danetyzacja – będąca jedną z istotnych cech głębokiej mediatyzacji – polegająca na gromadzeniu i przekazywaniu dużych ilości danych cyfrowych.
2. Infrastruktura technologiczna została stworzona w celu projektowania zaangażowania oraz generowania danych.
3. Rozwój nowych metod obliczeń komputerowych opartych na systemach samouczących się (w tym sztucznej inteligencji) umożliwia przetwarzanie danych cyfrowych, co z kolei wpływa na działania podejmowane przez koncerny medialno-technologiczne wobec użytkowników i innych aktorów sieci komunikacyjnych.

³ Prensky M., *Digital Wisdom and Homo Sapiens Digital* [w:] *Deconstructing digital natives: young people, technology and the new literacies*, red. M. Thomas, New York 2011, Routledge, s. 15-29.

Załącznik 2a

4. Edukacja medialna musi dostosowywać obszar swojego zainteresowania do zmieniającej się rzeczywistości i przeobrażeń ekosystemu medialnego.

Część pierwsza monografii zatytułowana *Środowisko mediów cyfrowych* składa się z dwóch rozdziałów, w których omawiane i charakteryzowane są zjawiska stanowiące kontekst dla zrozumienia koncepcji edukacji medialnej 3.0. W rozdziale pierwszym *Technologie. Media. Zaangażowanie* koncentruję się na ukazaniu przemian w definiowaniu pojęcia „media” (w tym omawiam zaproponowaną przez Josepha Turowa i Nicka Couldry’ego oryginalną koncepcję mediów jako ekstrakcji danych⁴), pokazuję, w jaki sposób technologia i kultura wpłynęły na rozwój zaangażowania oraz uczestnictwa i stały się ich swoistymi programatorami, a także krytycznie omawiam koncepcję cyfrowych tubylców i cyfrowych imigrantów. W rozdziale drugim *Danetyzacja i identyfikowalność* opisuję konsekwencje rozwoju technologii cyfrowych oraz aktywności i zaangażowania, które przyczyniły się do dynamizacji rynku opartego na danych, będącego podstawą funkcjonowania wielu korporacji technologicznych i przemysłu reklamowego. W wyniku tego dane cyfrowe mogły zostać danetyzowane, czyli przedstawione w sposób policzalny, a dzięki zaawansowanym matematycznym technikom obliczeniowym przeanalizowane, skorelowane ze sobą i pogrupowane w kategorie.

Na część drugą, zatytułowaną *Od edukacji medialnej 1.0 do edukacji medialnej 3.0*, składają się z kolei dwa rozdziały, które odpowiednio dotyczą: formowania się założeń edukacji medialnej w ujęciu historycznym (kontekst zagraniczny i polski) oraz omówienia najważniejszych pojęć dla edukacji medialnej (w tym genezy i zakresu znaczeniowego oraz dwu głównych koncepcji kompetencji – medialnych i cyfrowych – a także relacji między nimi).

W części trzeciej zatytułowanej *Edukacja medialna 3.0. Zarys koncepcji i wybrane zagadnienia* (zawierającej pięć rozdziałów) przedstawiam założenia koncepcji edukacji medialnej 3.0. oraz cztery istotne z punktu widzenia koncepcji zjawiska, będące skutkiem danetyzacji i algorytmizacji opisanych w rozdziale drugim. To właśnie w rozdziale piątym, odwołując się m.in. do zasady sformułowanej w latach 80. XX w. przez Lena Mastermana, że edukacja medialna musi rozwijać się równolegle do zmian rzeczywistości, wprowadzone zostaje pojęcie „edukacji medialnej 3.0” jako jej kolejnego etapu (fali). Edukacja medialna 3.0 ze względu na

⁴ Turow J., Couldry N., *Media as data extraction: towards a new map of a transformed communications field*, „Journal of Communication” 2018, nr 68 (2), s. 267-277; źródło: <https://doi.org/10.1093/joc/jqx011>

Załącznik 2a

konwergencję mediów i głęboką mediatyzację (w tym danetyzację) rozszerza obszar zainteresowania na całą sferę technologiczną, która jest dla użytkownika niewidzialna (dane cyfrowe, algorytmy) i odnosi się do ukrytych oraz inteligentnych mechanizmów zarządzania jego aktywnością, zachowaniem, uwagą, treścią, informacją i wiedzą podczas korzystania z mediów i technologii cyfrowych. W rozdziale szóstym *Władza korporacji nowomediów w sieciach komunikacyjnych*, wykorzystując sformułowaną przez Manuela Castellsa koncepcję „władzy sieci komunikacyjnych”, udowadniam, że współczesna władza gigantów technologicznych zarządzających najpopularniejszymi produktami i usługami polega na zdolności do programowania sieci komunikacyjnych. Wprowadzone przez nich rozwiązania technologiczne doprowadziły do zmiany funkcjonowania całego przemysłu medialnego, zwłaszcza mediów informacyjnych, czego przykładem jest chociażby podporządkowanie się przez tradycyjne korporacje medialne regułom algorytmicznego dostępu do treści i informacji. W części trzeciej omawiam również skutki rozwoju platform internetowych, zwłaszcza społecznościowych, które doprowadziły do narzucenia własnych reguł innym aktorom sieci (instytucjom medialnym, branży reklamowej, użytkownikom), co nazywane jest izomorfizmem instytucjonalnym. Wskazuję również na dwa inne zjawiska, które wiążą się bezpośrednio z modelem biznesowym platform medialnych: profilowanie oraz propaganda komputacyjna.

Ostatnia część czwarta zatytułowana *Kluczowe kompetencje użytkownika w obszarze edukacji medialnej 3.0: zarządzanie prywatnością i krytyczne myślenie* koncentruje się na zagadnieniach bardziej praktycznych, to jest dwu istotnych dla edukacji medialnej 3.0 kompetencjach: zarządzaniu prywatnością oraz krytycznym myśleniu. Zarządzanie prywatnością należy rozumieć jako kontrolę nad udostępnianiem treści, a nie przeciwieństwo dzielenia się. Z kolei rozwój krytycznego myślenia w kontekście takich zjawisk jak propaganda komputacyjna, powinien uwzględniać znaczący wpływ poznawczych czynników psychologicznych na proces oceny informacji, zwłaszcza niezgodnych z naszymi przekonaniami, o czym się w ogóle zapomina.

c) Omówienie osiągniętych wyników i analiz

Modyfikacje i ulepszenia infrastruktury technologicznej wpływają zasadniczo nie tylko na użytkowników mediów cyfrowych, konsumpcję, obieg treści i praktyki użytkowania, lecz także

Załącznik 2a

dogłębnie modyfikują cały ekosystem medialny⁵. W kontekście dynamicznego rozwoju platform medialnych, Internetu Rzeczy, inteligentnych technologii wykorzystujących metadane o użytkownikach oraz ogólnego wzrostu liczby użytkowników mediów cyfrowych w skali globalnej i podporządkowania ich aktywności logice Big Data i algorytmów należy przemyśleć rolę edukacji medialnej w nowych kontekście społeczno-kulturowym. Temu właśnie ma służyć koncepcja edukacji medialnej 3.0, która na nowo definiuje pole edukacji medialnej w czasach niewidzialnych technologii (*invisible technologies*), odwołując się jednocześnie do fundamentalnych dla edukacji medialnej założeń sformułowanych w latach 80. XX w. przez Lena Mastermana w książce *Teaching the media*⁶.

Edukacja medialna rozwijała się w odpowiedzi na zapotrzebowanie społeczne zarówno w obszarze badań, jak i praktycznych działań (kształcenie kompetencji) związanych z korzystaniem przez odbiorcę z popularnych w danym okresie mediów. Nawiązując do dwu zasad edukacji medialnej, sformułowanych w 1989 roku przez Lena Mastermana, który stwierdza, że „edukacja medialna jest tematyczna i sytuacyjna. Oświetla i wyjaśnia sytuacje życiowe uczących się. Koncentruje się na tym, co »tu i teraz«, wyjaśniając to w szerokim kontekście historycznym i ideologicznym” oraz że „edukacja medialna kieruje się zasadą ciągłej zmiany. Musi rozwijać się równolegle do zmian rzeczywistości”⁷, wyróżniam trzy okresy edukacji medialnej, nazywane odpowiednio: edukacją medialną 1.0, 2.0. oraz 3.0, w których dominowały inne media, praktyki medialne oraz kładziono nacisk na rozwój innych kompetencji.

Głównym celem edukacji medialnej w pierwszej fazie rozwoju, nazywanej **edukacją medialną 1.0**, było rozwijanie nie tylko umiejętności krytycznego myślenia wobec mediów masowych i przekazów medialnych, lecz również – w sensie ogólnym – krytycznej postawy i autonomii. O **edukacji medialnej 2.0** można mówić w związku z dynamicznym rozwojem internetu oraz technologii informacyjno-komunikacyjnych, w tym mediów społecznościowych, na początku XXI wieku. Pojawiają się nowe praktyki medialne związane z aktywnym uczestnictwem. Trzecia faza rozwoju edukacji medialnej – **edukacja medialna 3.0** – wykracza poza to, co widzialne. W swojej koncepcji edukacji medialnej 3.0 zwracam uwagę, że ze względu

⁵ Uricchio W., *The algorithmic turn: photosynth, augmented reality and the changing implication of the image*, „Visual Studies” 2011, nr 26(1).

⁶ Masterman L., *Teaching the Media*, London 1985, Routledge.

⁷ Masterman L., *Media Awareness Education: Eighteen Basic Principles*, 1989; źródło: <http://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (31.07.2018).

Załącznik 2a

na konwergencję mediów i głęboką mediatyzację edukacja medialna powinna włączyć w obszar zainteresowania całą sferę technologiczną, która jest dla użytkownika niewidzialna (dane cyfrowe, algorytmy) i odnosić się do ukrytych oraz inteligentnych mechanizmów zarządzania jego aktywnością, zachowaniem, uwagą, treścią, informacją i wiedzą podczas korzystania z mediów oraz nowych technologii cyfrowych. Mechanizmy te wynikają z władzy komunikacji, jaką uzyskiwały korporacje nowomediacyjne, oraz modelu biznesowego tych firm, których celem jest pomnażanie kapitału dzięki angażowaniu konsumentów w oferowane przez nich produkty oraz kontrolowaniu aktywności w oparciu o dostarczane przez nich dane i treści⁸.

Stąd też edukacja medialna 3.0 powinna koncentrować się z jednej strony na badaniu praktyk, aktywności, motywacji użytkowników mediów cyfrowych odnoszących się do takich zjawisk, jak: dane cyfrowe, dezinformacja i propaganda online, dystrybucja fałszywych informacji, prywatność w sieci, zarządzanie własnymi danymi, profilowanie czy komunikacja z nie-ludzkimi podmiotami (boty), a z drugiej strony na proponowaniu konkretnych działań edukacyjnych związanych z kształceniem kompetencji ukierunkowanych na krytyczne rozumienie tych zjawisk, mających duży wpływ na sferę komunikowania zapośredniczonego, polegające na ich rozpoznawaniu, analizie oraz ocenie.

W koncepcji edukacji medialnej 3.0, nawiązując do klasycznej edukacji medialnej opisanej przez Mastermana, podkreślam, że ważną rolę w odbiorze informacji i treści zapośredniczonych przez media cyfrowe oraz zrozumienia całego współczesnego ekosystemu medialnego odgrywają również klasyczne dla edukacji medialnej kategorie: **produkcja**, **ideologia** oraz **reprezentacja** - odnoszone do nowego kontekstu – środowiska zarządzanego przez algorytmy, w tym te samouczące się. Stanowią one podstawę funkcjonowania nie tylko platform medialnych, ale również różnorodnych urządzeń podłączonych do sieci, których działanie opiera się na analizie gromadzonych danych w oparciu o informacje na temat aktywności użytkownika. Mogą one zarówno tworzyć, jak i wpływać na kształt informacji/treści (boty, robojournalism), są ideologiczne (dyskryminują, rozpowszechniają radykalne treści, wzmacniają stronne opinie,

⁸ Na rosnącą rolę korporacji i model biznesowy oparty na przetwarzaniu danych zwracali uwagę m.in.: Smyrniaios N., *Internet oligopoly. The corporate takeover of our digital world*, Bingley 2018, Emerald Publishing; Moore M., Tambini D., *Digital dominance...*, op. cit.; Dijck van J., Poell T., De Waal M., *The platform society. Public values in a connective world*, Oxford 2018, Oxford University Press oraz Galloway S., *Wielka czwórka. Ukryte DNA: Amazon, Apple, Facebook i Google*, przekł. J. Kubiak, Poznań 2018, Rebis. Z polskich badaczy należy przywołać prace Jana Krefta z Uniwersytetu Jagiellońskiego: Kreft J., *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Kraków 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kreft J., *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy. Agregacja w mediach*, Kraków 2016, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Jakuba Nowaka *Polityki sieciowej popkultury*, op. cit., s. 152-193.

Załącznik 2a

mają wpływ na to, jak myślimy o rzeczywistości), a logika ich działania nie jest obiektywna, gdyż nie odzwierciedla rzeczywistości (re-prezentują określoną wizję świata). W związku z powyższym, problemy interesujące edukację medialną 3.0, powinny się koncentrować na:

- a) wpływie korporacji technologicznych (jako nowych instytucji medialnych) na ekonomię, politykę, kulturę, gospodarkę, relacje społeczne, sferę publiczną, politykę itp.;
- b) procesie kontroli informacji i treści, ich obiegu, dystrybucji oraz modyfikacji w zależności od kontekstu społecznego, politycznego, ekonomicznego, w jakim się one pojawiają;
- c) informacji oraz wiedzy zapośredniczonej przez różnego rodzaju media i technologie komunikacyjno-informacyjne, będące wynikiem działania ukrytych mechanizmów komputerowych – przetwarzania dużych baz danych czy algorytmów;
- d) wpływie inteligentnych technologii, w tym algorytmów samouczących się i analizujących dane, na praktyki zaangażowania i uczestnictwa, zachowania, decyzje i wybory użytkowników, a także tożsamość;
- e) interakcji, komunikacji i wymiany informacji/treści pomiędzy ludźmi a ukrytymi, nie-ludzkimi aktorami, takimi jak boty społeczne czy algorytmy uczenia maszynowego.

Zaproponowany podział nawiązuje zarówno do idei fazowego rozwoju internetu, której propagatorami m.in. byli Darcy DiNucci⁹ i Tim O'Reilly¹⁰, jak i propozycji edukacji medialnej 2.0 sformułowanej przez Stuarta Poyntza i Michaela Hoechsmanna¹¹. Zgodnie z ideą fazowego rozwoju internetu każdy z jego etapów cechują: inna logika organizująca jego funkcjonowanie, inne funkcjonalności oraz praktyki użytkowania. Tak jak Web 1.0 umożliwiała pozyskiwanie informacji przez użytkowników, Web 2.0 koncentrowała się na usieciowieniu relacji, angażowaniu i uczestnictwie, tak Web 3.0 podporządkowuje aktywność użytkownika zaawansowanym algorytmom, które decydują o tym, co ma czytać, oglądać, jak ma myśleć, co ma kupować itp. Web 3.0 bazuje na dużych ilościach gromadzonych i przetwarzanych danych oraz wykorzystuje mechanizmy oparte na sztucznej inteligencji, w tym uczeniu maszynowym oraz sieciach neuronowych, jednocześnie do przewidywania zachowań i potrzeb użytkowników oraz ich projektowania. Jakkolwiek dyskusyjne może wydawać się posługiwanie numerycznymi

⁹ DiNucci D., *Fragmented future*, „Print” 1999, nr 4 (32), s. 220–222. Źródło: http://www.darcyd.com/fragmented_future.pdf

¹⁰ O'Reilly T., *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, 2005, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (30.04.2018).

¹¹ Poyntz S., Hoechsmann M., *Media literacies. A critical introduction*, Nowy Jork 2012, Wiley-Blackwell.

Załącznik 2a

określeniami na oznaczenie kolejnych faz ewolucji edukacji medialnej, koncepcja ta ukazuje przejście od skoncentrowania na mediach masowych (1.0), poprzez zainteresowanie nowymi mediami i technologiami cyfrowymi (2.0), a na danych i algorytmach, w tym sztucznej inteligencji kończąc.

W trakcie szczegółowych analiz czterech zjawisk będących bezpośrednią konsekwencją danetyzacji i algorytmicznego przetwarzania danych, tj. władzy korporacji nowomiedialnych w sieciach komunikacyjnych¹², platformizacji sieci, komercyjnego i politycznego profilowania konsumentów, rozwoju propagandy komputacyjnej, poczyniono następujące ustalenia:

- Władza komunikacji w przypadku korporacji nowomiedialnych polega na zdolności do programowania sieci i wiąże się z dysponowaniem nie tylko określonymi środkami ekonomicznymi, prawnymi, instytucjonalnymi i technicznymi do organizowania komunikacji internetowej, ale również kształtowania myślenia i działania za pośrednictwem technologii komunikacyjno-informacyjnych w oparciu o przetwarzane dane i działania algorytmiczne. Do działań związanych z programowaniem sieci komunikacyjnych można zaliczyć projekty podejmowane przez Google czy Facebooka z różnymi aktorami społecznymi, na przykład wspierające dziennikarstwo internetowe (projekt Google „Digital News Initiative”, współpraca FB z City University of New York), działania edukacyjne (platforma edukacyjna Facebooka Digital Literacy Library; program nauczania Google „Asy internetu”), przedsięwzięcia naukowe czy współpraca w zakresie wymiany danych (projekt Google, Twittera i FB „Data Transfer”). Status tych projektów nie jest do końca jasny: z jednej strony realizują cele społeczne, z drugiej w dłuższej perspektywie podporządkowane są realizacji celów biznesowych.
- Platformy medialne, zwłaszcza serwisy społecznościowe odgrywające ważną rolę w dystrybucji wiadomości, pomimo iż nie chcą być postrzegane jako tradycyjne organizacje medialne, zarządzają przy pomocy ludzi i algorytmów publikowanymi treściami oraz realizują jedno z podstawowych założeń regulujących funkcjonowanie mediów, czyli dają odbiorcom to, czego potrzebują. Ponadto platformy medialne narzucają określony sposób funkcjonowania tradycyjnym instytucjom medialnym zgodnie z algorytmiczną logiką,

¹² W celu analizy tej władzy wykorzystuję założenia sformułowane przez Manuela Castellsa w książce *Władza komunikacji*. Chociaż Castells dostrzega istnienie nowej formy komunikacji internetowej, koncentruje się na opisywaniu zmian na rynku medialnym będących wynikiem działalności firm internetowych i komunikacji pomiędzy korporacjami multimedialnymi (stanowiącymi sojusz między korporacjami medialnymi a internetowymi) a odbiorcą w kontekście konstytuowania się władzy politycznej.

Załącznik 2a

czego przykładem jest m.in. współpraca tradycyjnych wydawców medialnych z Facebookiem w ramach platformy Instant Articles.

- Dane cyfrowe stanowią cenne źródło informacji o konsumencie i są wykorzystywane do profilowania, czyli kategoryzowania ze względu na określone cechy. Zarządzanie własną prywatnością, czyli kontrolowanie naszego zaangażowania w sieci stanowi współcześnie niezwykle ważną umiejętność, którą należy kształcić. Zrozumienie, jaki jest związek między prywatnością a pozostawianymi przez użytkowników śladami cyfrowymi oraz prywatnością a algorytmicznym przetwarzaniem treści w oparciu o aktywność użytkownika, staje się istotnym zagadnieniem w obszarze edukacji medialnej 3.0.
- Wykorzystywanie nowoczesnych komputerowych technik obliczeniowych do symulowania interakcji botów z rzeczywistymi użytkownikami sieci oraz do rozprzestrzeniania fałszywych wiadomości (*fake newsów*) stanowi obecnie potężne narzędzie nowoczesnej propagandy (zwanej komputacyjną) wymierzonej w demokrację. Kształcenie umiejętności krytycznego myślenia także w odniesieniu do nie-ludzkich aktorów to zadanie dla edukacji medialnej. Pomocne w tym celu może być dostrzeżenie wyróżnionych przeze mnie kognitywnych czynników psychologicznych wpływających na tę zdolność (przekonania/stereotypy; złożoność poznawcza; doświadczenie kontroli; potrzeba domknięcia poznawczego) oraz wykorzystanie autorskiej metody warstwowej analizy przekazu medialnego.

We współczesnym świecie, w którym wielowymiarowa aktywność człowieka w sferze rozrywki, komunikacji, pracy, rozwoju osobistego oraz zawodowego czy partycypacji społecznej dokonuje się za pośrednictwem i przy użyciu wielu różnych mediów i technologii, rozumienie funkcjonowania całego ekosystemu medialnego jest niezbędne, by móc efektywnie i bezpiecznie w nim funkcjonować. Zwrot ku krytycznej edukacji medialnej (nazywanej edukacją medialną 3.0), który się właśnie dokonuje, należy traktować – jak to nazywam – „drugim zwrotem krytycznym” (pierwszym były propozycje z lat 80. XX wieku). Koresponduje on również z innymi krytycznymi propozycjami badawczymi odnoszącymi się do danetyzacji i algorytmizacji oraz ich wpływu na społeczeństwo, takimi chociażby jak rozwijające się krytyczne studia nad

Załącznik 2a

danymi (*critical data studies*)¹³ czy propozycjami bardziej praktycznymi, jak kompetencje algorytmiczne (*algorithmic literacy*)¹⁴.

d) Wykorzystanie wyników badania

Niektóre wątki poruszane w niniejsze pracy były częściowo prezentowane podczas ogólnopolskich i międzynarodowych konferencji tematycznych. I tak zagadnienie kapitalizmu nadzoru (*surveillance capitalism*) w kontekście umiejętności zarządzania prywatnością na podstawie badań własnych prezentowałem w maju 2018 r. w Pradze w referacie *Privacy for sale? The beliefs and habits about privacy and dataveillance among the Polish youth in the algorithmic environment* podczas International Communication Association 2018 Pre-Conference *Trust, control, and privacy: Mediatization of childhood and adolescence in the digital age* (organizatorzy: ECREA TWG Children Youth and Media, ECREA Section Mediatization, ICA Children Adolescents and Media Division, Charles University, Institute of Communication Studies and Journalism). Z kolei na położenie zdecydowanie większego nacisku w edukacji medialnej na kształcenie i badanie kompetencji krytycznego myślenia w odniesieniu zarówno do mediów masowych, jak i nowych mediów (kompetencji porzuconych na rzecz kształcenia umiejętności technicznych i ochrony przed zagrożeniami w sieci) zwracałem już uwagę w kwietniu 2013 roku w wystąpieniu *Wartości w mediach a kompetencje medialne w zakresie krytycznego rozumienia przekazów medialnych* podczas Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Współczesne media 5 – Wartości w mediach – wartości mediów” (Wydział Politologii UMCS w Lublinie). Również w Lublinie w kwietniu 2015 w referacie *Czy internet niszczy kulturę informacji?* wygłoszonym na ogólnopolskiej konferencji naukowej *Współczesne media 7 – Media informacyjne* (Wydział Politologii UMCS, Lublin) analizowałem zjawisko treści tworzonych przez użytkownika w mediach społecznościowych w kontekście dystrybucji i obiegu wiadomości oraz wykorzystywania tych treści jako źródła newsów przez media głównego nurtu (zjawisko „społecznej agencji informacyjnej”). Natomiast podczas *IV Kongresu PTKS. Komunikowanie społeczne w dobie mediów społecznościowych* (wrzesień 2016, UAM w Poznaniu) w wystąpieniu

¹³ Iliadis A., Russo F., *Critical data studies: An introduction*, „Big Data&Society” 2016; źródło: <https://doi.org/10.1177%2F2053951716674238>.

¹⁴ Lee R., Anderson J., „Code-Dependent: Pros and Cons of the Algorithm Age. Pew Research Center, luty 2017. Źródło: <http://www.pewinternet.org/2017/02/08/theme-7-the-need-grows-for-algorithmic-literacy-transparency-and-oversight/>

Załącznik 2a

Facebook jako agregator treści. Obieg i praktyki konsumowania informacji kontynuowałem swoje rozważania na temat wpływu mediów społecznościowych na praktyki konsumpcji wiadomości, w tym wpływu algorytmicznego zarządzania treściami i aktywnością użytkowników na dobór i selekcję wyświetlanych wiadomości.

W referacie wygłoszonym podczas I Kongresu Kompetencji Cyfrowych (marzec 2018, Tarnów), będącego forum wymiany myśli ekspertów zajmujących się edukacją medialną, kompetencjami cyfrowymi oraz wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w edukacji w referacie *Digital literacy, digital competency czy e-skills? Próba uporządkowania pola „kompetencje cyfrowe” i co z tego wynika dla działań praktycznych* dokonałem uporządkowania pola pojęciowego odnoszącego się do kompetencji cyfrowych, wyróżniając cztery podejścia oraz charakteryzując relację pomiędzy kompetencjami medialnymi a kompetencjami cyfrowymi. Z kolei w referacie zatytułowanym *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako filar edukacji medialnej w Polsce. Rys historyczny i postulaty*, który wygłosiłem w trakcie Jubileuszowej Konferencji Naukowej PTKS 10 lat PTKS. *Dokonania dekady i perspektywy rozwojowe studiów nad mediami i komunikowaniem w Polsce* (kwiecień 2017, Uniwersytet Wrocławski), omówiłem koncepcję komunikacyjno-kulturowego podejścia w badaniach nad edukacją medialną.

Najważniejszym jednak dokonaniem w zakresie wykorzystania wyników opisanych w pracy była możliwość przedstawienia założeń koncepcji edukacji medialnej 3.0 w tekście *Media education 3.0? How Big Data, algorithms and AI should change our thinking about media education*) w publikacji *The Handbook on Media Education Research* przygotowanej pod redakcją cenionych badaczy edukacji medialnej: Diviny Frau Meigs, Sirkku Kotilainen, Manishy Pathak-Shelat, Michaela Hoechsmanna i Stuarta R. Poyntza (New York 2019: Wiley-Blackwell, seria: International Association for Media and Communication Research Global Handbooks in Media and Communication Research). Publikacja będzie miała swoją premierę podczas odbywającej się w lipcu br. konferencji organizowanej przez International Association for Media and Communication Research *Media Education Today: New challenges, new opportunities?* (Segovia). Dzięki tej publikacji koncepcja edukacji medialnej 3.0 ma szansę zaistnieć w obiegu międzynarodowym.

Wyniki badań w najbliższym czasie chciałbym przełożyć na empiryczną aktywność naukową w celu zbadania praktyk użytkowników nowych technologii informacyjno-

Załącznik 2a

komunikacyjnych w zakresie algorytmicznego dopasowania treści do ich oczekiwań, potrzeb i preferencji. W związku z czym obecnie rozpoczynam prace nad wnioskiem grantowym do NCN.

Wyniki badań mogą również zostać wykorzystane w sposób praktyczny przez podmioty administracji państwowej oraz organizacje pozarządowe do opracowania już bardziej szczegółowych rozwiązań edukacyjnych w zakresie kształcenia określonych kompetencji medialnych i informacyjnych związanych z działaniem niewidzialnych technologii na różnych poziomach edukacyjnych, a także w kształceniu nieformalnym i pozaformalnym. Z pewnością może to ułatwić objęcie patronatu medialnego nad książką przez Fundację Panoptykon oraz popularny serwis edukacyjny edunews.pl.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych

Na mój pozostały (po doktoracie) dorobek naukowy składają się przede wszystkim: 1 monografia (stanowiąca znacznie zmodyfikowaną rozprawę doktorską) (zał. 3, pkt II.B.1), 9 monografii współredagowanych z badaczami z różnych ośrodków akademickich w Polsce (zał. 3, pkt II.B.2), 2 współredagowane numery czasopism tematycznych oraz jeden redagowany samodzielnie (z listy ERIH PLUS) (zał. 3, pkt I.A.2, II.B.6), 1 współtłumaczenie książki oraz redakcja naukowa (zał. 3, pkt II.C.1), a także recenzowane artykuły naukowe, opublikowane w czasopismach naukowych i monografiach wieloautorskich polskich oraz zagranicznych (pod względem ilościowym jest to łącznie 29 artykułów). Siedem spośród tych 29 artykułów opublikowanych zostało w czasopismach naukowych, w tym jeden (zał. 3, pkt A1.1) w czasopiśmie, które w roku publikacji znajdowało się na liście Journal Citation Reports, tj. *Proceedings of the 11th International Conference on Wireless Information Networks and Systems (WINSYS-2014)* (współautorzy: Sz. Szott i L. Janowski). Pozostałe 22 artykuły zostały opublikowane w monografiach zbiorowych, z czego 3 artykuły w języku angielskim, natomiast 19 w języku polskim. W języku angielskim łącznie zostało opublikowanych 5 artykułów, przy czym aż 3 (zał. 3, pkt II.B.5) w amerykańskim wydawnictwie Wiley-Blackwell, które w wykazie wydawnictw publikujących recenzowane monografie naukowe MNiSW z 18.01.2019 r. znalazło się na liście dla poziomu II z przyznaną liczbą 200 punktów.

Z tematycznego punktu widzenia wśród moich publikacji można wskazać kilka obszarów zainteresowań i badań naukowych.

Załącznik 2a

Pierwszy główny obszar tematyczny moich prac naukowych stanowią **badania nad edukacją medialną oraz kompetencjami medialnymi i informacyjnymi**. Przyjmowana przeze mnie perspektywa badawcza jest osadzona głównie w podejściu komunikacyjno-kulturowym. Mieszczą się tutaj w dużej mierze prace teoretyczno-problemowe, takie jak: *Rola kompetencji medialnej (media literacy) w zmediatyzowanym świecie* (zał. 3, pkt. II.B.3.5), *(Re)edukacja medialna. Nowe spojrzenie na edukację medialną* (zał. 3, pkt II.B.4.8) czy *Wartości w mediach a kompetencje medialne w zakresie krytycznego rozumienia przekazów medialnych* (zał. 3, pkt II.B.4.12). Ważnym przedmiotem rozważań naukowych w tym obszarze uczyniłem zagadnienie pomiaru kompetencji medialnych, którym w polskiej literaturze jak dotąd się nie zajmowano (*Pomiar indywidualnych kompetencji medialnych. Pytania i problemy*), a i w literaturze światowej również brak jest publikacji porządkujących różne podejścia do tej kwestii, w związku z czym na prośbę Renee Hobbs i Paula Mihailidisa - redaktorów publikacji *The International Encyclopedia of Media Literacy*¹⁵ - przygotowałem artykuł dotyczący tej problematyki (*Measurement of Media Literacy Outcomes*, zał. 3, pkt II.B.5.3). W tej samej publikacji znalazł się jeszcze inny artykuł *Media Literacy in Poland* (współautorka Marta Łysik, zał. 3, pkt. II.B.5.2), ukazujący w ujęciu chronologiczno-problemowym rozwój edukacji medialnej w Polsce. Obecność dwóch wyżej wymienionych artykułów w tak ważnej dla środowiska badaczy edukacji medialnej międzynarodowej publikacji, wydanej przez wydawnictwo Wiley-Blackwell, uważam za swoje znaczące osiągnięcie.

W ramach prowadzonych badań nad edukacją medialną analizowałem również zjawiska, które wiążą się z edukacją medialną – tu: artykuł nt. rozwoju psychologicznych badań nad mediami i konstytuowaniem się psychologii mediów (*Psychologia mediów – historia, obszar badań, perspektywy* (zał. 3, pkt II.B.4.13) – lub kompetencjami medialnymi: artykuł na temat medialnej wielozadaniowości (*Medialna wielozadaniowość (media multitasking) w świetle badań psychologicznych*, zał. 3, pkt II.B.4.11), wiedzy i postaw wobec kapitalizmu nadzoru (*Surveillance capitalism and privacy. Knowledge and attitudes on surveillance capitalism and online institutional privacy protection practices among Polish adolescents*, zał. 3.m pkt II.B.3.1) czy subwersywnych praktyk tekstowych użytkowników mediów („partyzantka semiotyczna”) opisanych w tekście *Co użytkownicy robią z treściami medialnymi? Reklama i „partyzantka semiotyczna” w kulturze uczestnictwa* (zał. 3, pkt. II.B.3.4).

¹⁵ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118978238>

Załącznik 2a

Wspólnie z badaczami z innych ośrodków akademickich współredagowałem także monografie zbiorowe poświęcone różnym zagadnieniom edukacji medialnej (z A. Ogonowską, *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*, *Człowiek – technologia – media. Konteksty kulturowe i psychologiczne* oraz *Edukacja medialna w dobie współczesnych zmian kulturowych, społecznych i technologicznych*, zał. 3, pkt II.B.2.4-6), a także numer tematyczny czasopisma „Państwo i Społeczeństwo” (wspólnie z K. Pokorną-Ignatowicz, „Komunikacja społeczna i kompetencje medialne w czasach nowych technologii, zał. 3, pkt. II.B.6.2).

Drugi obszar głównych zainteresowań naukowych stanowią **badania nad gatunkami medialnymi (genologia medialna)**. Jest to obszar, który jest poniekąd kontynuacją badań rozpoczętych w ramach pracy nad rozprawą doktorską, w której zajmowałem się gatunkiem *talk show* z perspektywy badań nad językiem mówionym w mediach i nowymi gatunkami mowy związanymi z mediami elektronicznymi. Najważniejszą pracą w tym obszarze jest oparta na materiale badawczym monografia naukowa (stanowiąca znacznie zmodyfikowaną rozprawę doktorską) *Talk show. Szczerość na ekranie?* (zał. 3, pkt II.B.1.1), do której Przedmowę napisał prof. Wiesław Godzic. W monografii tej opisuję, w jaki sposób język, słownictwo i wszelkie zachowania komunikacyjne widoczne na ekranie realizują cechy gatunkowe *talk show*. Inne publikacje z tego obszaru badawczego to artykuł *Rozrywka w służbie reklamy (advertainment), czyli jak uśpić czujność konsumenta* (zał. 3, pkt II.B.3.2) poświęcony zagadnieniu tworzenia przekazów reklamowych wykorzystujących cechy gatunków rozrywkowych (co nazwać można odmianą wzorca gatunkowego reklamy o charakterze adaptacyjnym) oraz artykuł *Telewizyjny reportaż śledczy jako rozrywka. Sposoby dramaturgii narracji* (zał. 3, pkt II.B.3.6), w którym na przykładzie reportażu śledczego TVN analizuję elementy przekazu (głos z offu, materiały nagrywane ukrytą kamerą oraz kreowanie zamierzonej fikcji w formie prowokacji), które zbliżają je do tzw. gatunków telewizji rzeczywistości (*reality tv shows*). Komponentowi pragmatycznemu gatunku wróżby w odmianie telewizyjnej – narracji – poświęciłem artykuł *Wróżba telewizyjna jako narracja. Prolegomena* (zał. 3, pkt II.B.4.6). Z kolei artykuł *W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medialnych w procesie odbioru* (zał. 3, pkt. II.B.4.7) jest moim głosem w dyskusji na temat zasadności wyróżniania kategorii „gatunek medialny” stanowiącej specyficzną formę poznawczą, organizującą i porządkującą nasze doświadczenie medialne. Natomiast w artykule *Wkład profesor Marii Wojtak w rozwój genologii medialnej* (zał. 3, pkt

Załącznik 2a

II.B.4.1) proponuję przeniesienie niektórych propozycji badawczych z obszaru genologii lingwistycznej i lingwistyki tekstu sformułowanych przez lubelską lingwistkę prof. Marię Wojtak na obszar badań nad gatunkami medialnymi.

Trzeci obszar mojego dorobku naukowego obejmuje publikacje sytuujące się w **badaniach nad komunikacją zapośredniczoną medialnie**. Mieszczą się tutaj głównie publikacje dotyczące zachowań komunikacyjnojęzykowych klientów i konsultantów Call Center w telefonicznej rozmowie handlowej, które na początku były przedmiotem najpierw badań wstępnych (artykuł „*Klient nasz pan*” – językowe wykładniki wyrażania grzeczności i uprzejmości w rozmowie telefonicznej konsultantów Call Center z klientami, zał. 3, pkt II.B.4.19), a potem szczegółowych prowadzonych w ramach grantu MNiSW, których wyniki zostały opublikowane w następujących pracach: współredagowanej monografii zbiorowej „*W czym mogę pomóc?*”. *Zachowania komunikacyjnojęzykowe konsultantów i klientów call center*, stanowiącej pierwsze tego typu studium naukowe i zarazem podsumowanie badań (zał. 3, pkt II.B.2.8) oraz znajdujących się w niej artykułach *Telefoniczna rozmowa handlowa* oraz „*Ale my gadamy o Zosi, która mieszka w Australii*” - językowe sposoby wyrażania niezadowolenia przez klientów (zał. 3, pkt II.B.4.17-18).

W tym obszarze badawczym zajmowałem się również perswazyjnością i jej wykładnikami we wróżbie telewizyjnej, czemu poświęciłem artykuł *Językowe wykładniki perswazyjności we wróżbie telewizyjnej* (zał. 3, pkt II.B.4.14). Różnym aspektom komunikowania zapośredniczonego medialnie poświęcona jest także współredagowana z Mirosławem Filiciakiem monografia zbiorowa *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych – język, edukacja, semiotyka. Monografia* (zał. 3, pkt II.B.2.9).

Czwarty obszar moich dokonań naukowych dotyczy **teoretycznych i praktycznych aspektów badań na mediach**, w ramach których zajmowałem się: medialnym obrazem świata, podejmując m.in. próbę jego zdefiniowania oraz wskazując metody badania (*Jak badać medialny obraz świata?* – zał. 3, pkt II.B.4.10), analizą wpływu treści tworzonych przez użytkownika na obieg informacji i wiadomości w mediach społecznościowych (*Czy internet niszczy kulturę informacji? Media społecznościowe jako źródło wiedzy o faktach i zdarzeniach*, zał. 3, II.B.4.2), a także ezoterycznymi programami telewizyjnymi i opisem ich funkcji [(Pop)ezoteryka w telewizji i jej funkcje. *Zarys problematyki*, zał. 3, pkt II.B.4.15]. Za ważne publikacje koncentrujące się na zagadnieniach z tego obszaru badawczego uważam dwie współredagowane monografie zbiorowe: antologię tekstów zagranicznych badaczy mediów *Zmierzch telewizji?*

Załącznik 2a

Przemiany medium. Antologia (współaut. Tomasz Bielak, Mirosław Filiciak, zał. 3, pkt II.B.2.7) oraz monografię *Media.pl. Badania nad mediami w Polsce* (współautorstwo: Tomasz Bielak, zał. 3, pkt II.B.2.2) zawierającą artykuły polskich badaczy mediów (T. Gobana-Klasa, J. Mikułowskiego Pomorskiego, I. Hofman, S. Jędrzejewskiego, M. Lisowskiej-Magdziarz, T. Miczki, A. Gwoździa, W. Godzica, P. Sitarskiego, M. Filiciaka, P. Zawojskiego, R. Kluszczyńskiego). W przypadku książki *Zmierzch telewizji? Przemiany medium* jako redaktorzy zaprosiliśmy do współpracy badaczy mediów o uznanym dorobku międzynarodowym (m.in. J. Mittella, W. Uricchio, J. Gripsruda, J. Feuer, J. van Dijck), którzy zgodzili się na nieodpłatne użyczenie swoich prac do tomu. Książka ta była pierwszą publikacją w języku polskim, która zwracała uwagę na zachodzące przemiany telewizji jako medium masowego oraz popularnych dla niej gatunków – seriali.

Piąty obszar stanowiący tematykę moich prac naukowych dotyczy badania **relacji pomiędzy nowymi technologiami a społeczeństwem i kulturą**, a jak pokazują prace zagranicznych uczonych (m.in. N. Couldry’ego, F. Napoliego, S. Zuboff, d. boyd, M. Andrejevica) współpraca między badaczami zajmującymi się mediami i komunikacją społeczną a informatyką czy programowaniem będzie konieczna w celu analizowania wpływu nowych technologii na społeczeństwo, kulturę i zachowania użytkowników. Zainteresowanie tą problematyką stanowi naturalną konsekwencję umiejscowienia Wydziału Humanistycznego AGH w strukturze uniwersytetu technicznego oraz badań podejmowanych z innymi naukowcami AGH na styku nauk społecznych i humanistycznych oraz technicznych. W wyniku takiej współpracy powstał artykuł oparty na materiale empirycznym *Assessing the Cooperativeness of Users in Wi-Fi Networks* (współautorzy: Szymon Szott, Lucjan Janowski) dotyczący zachowań użytkowników współdzielonej sieci Wi-Fi (zał. 3, pkt. II.A.1.1), w której badaliśmy, na ile określone cechy psychologiczne użytkownika mają wpływ na podejmowane zachowania kooperacyjne lub egoistyczne. Ponadto do innych osiągnięć publikacyjnych w tym obszarze należy zaliczyć współredakcję dwu monografii zbiorowych (*Technologiczno-społeczne oblicza XXI wieku* oraz *Technokultura: transhumanizm i sztuka cyfrowa*, zał. 3, pkt. II.B.1 oraz 3), a także redakcję naukową tematycznych numerów czasopism: „Studiów Humanistycznych AGH” (lista ERIH PLUS) i „Kultury Współczesnej” (nr 1/2019 „Algorytmiczna kultura”, wspólnie z T. Bielakiem). W przypadku drugiego czasopisma warto dodać, że zgłoszona przez nas koncepcja numeru została wybrana przez redakcję jedną z 5 zwycięskich koncepcji przesłanych na konkurs.

Załącznik 2a

Na zakończenie chciałbym jeszcze wspomnieć o jednym ważnym osiągnięciu naukowym, które pośrednio związane jest z głównymi zainteresowaniami badawczymi, ale wiąże się z moim pozanaukowym doświadczeniem – długoletnim szkoleniem w grupowej psychoterapii analitycznej, które odbyłem w latach 2004-2007 w Instytucie Analizy Grupowej „Rasztów” w Warszawie oraz praktyką psychoterapeutyczną. Wspólnie z Aleksandrem Skrzypkiem przełożyłem z języka angielskiego na język polski książkę amerykańskiego krytyka kultury Christophera Lascha *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w czasach malejących oczekiwań*, a także dokonałem jej naukowego opracowania redakcyjnego (zał. 3, pkt II.C.1.1). W *Kulturze narcyzmu* Lasch, odwołując się do psychoanalitycznych teorii „narcyzmu”, tworzy koncepcję „kultury narcyzmu”, która na stałe zakorzeniła się w naukach społecznych i humanistycznych, będącej konsekwencją niepokojów politycznych lat 60. XX w. oraz rosnącego konsumpcjonizmu, a której przejawem są takie zjawiska, jak: upadek autorytetów, celebrytyzacja, teatralizacja życia politycznego czy mediatyzacja sportu. Koncepcja kultury narcyzmu jest współcześnie wykorzystywana do opisu nowych form narcyzmu będących konsekwencją rozwoju internetu i nowych mediów (por. M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków 2016).

Wskaźnik cytowań moich publikacji za lata 2007-2018 dla bazy Publish or Perish/Google Scholar Profile wynosi **38**, natomiast Index Hirscha dla bazy Publish or Perish/Google Scholar Profile – **3**, co oznacza, że trzy publikacje miały największą liczbę cytowań (monografia *Talk show. Szczerość na ekranie?* [13 razy], monografia zbiorowa *Komunikowanie się w mediach elektronicznych* [9 razy] oraz artykuł *Jak badać medialny obraz świata?* [5 razy]).

Z moją aktywnością naukowo-badawczą nierozzerwalnie jest związana **aktywność konferencyjna** (zał. 4, pkt D.1-D.2). W latach 2007-2018 wygłosiłem referaty na 23 konferencjach naukowych (21 konferencji miało charakter ogólnopolski, a 2 międzynarodowy). W przypadku konferencji międzynarodowych na podkreślenie zasługuje mój udział w 2018 roku w konferencji towarzyszącej (pre-conference) konferencji International Communication Association (Praga, Republika Czeska) zatytułowanej *Trust, control, and privacy: Mediatization of childhood and adolescence in the digital age*, zorganizowanej przez ICA Children Adolescents and Media Division, ECREA TWG Children Youth and Media, ECREA Section Mediatization, oraz Charles University, Institute of Communication Studies and Journalism. Wygłosiłem tam

Załącznik 2a

referat *Privacy for sale? The beliefs and habits about privacy and dataveillance among the Polish youth in the algorithmic environment.*

Jeśli chodzi o polskie konferencje medioznawcze, to aktywnie uczestniczyłem w wydarzeniach krajowych, które odbywały się w różnych ośrodkach akademickich: Krakowie, Warszawie, Wrocławiu, Lublinie, Poznaniu, Katowicach, Łodzi. Na szczególne podkreślenie zasługuje mój aktywny udział w trzech cyklicznych wydarzeniach naukowych znaczących dla środowiska badaczy nad mediami: kongresach Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (Wrocław 2008, Lublin 2010, Kraków 2013, Poznań 2016 oraz konferencji Jubileuszowej 10 lat PTKS - Wrocław 2017), konferencjach z cyklu „Współczesne media” organizowanych przez Wydział Politologii UMCS w Lublinie (2012, 2013, 2015, 2016) oraz Ogólnopolskim Seminarium Medioznawczym organizowanym przez (obecnie) WDIiB UW (2015).

Przy okazji aktywności konferencyjnej należy również wspomnieć o **aktywności związanej z organizacją ogólnopolskich tematycznych i interdyscyplinarnych konferencji krajowych** (zał. 4, pkt E), których problematyka dotyczyła edukacji medialnej oraz przemian społeczno-kulturowych związanych z rozwojem internetu, nowych technologii i mediów. Dotychczas współorganizowałem 8 takich wydarzeń, z czego w przypadku 4 byłem przewodniczącym lub wiceprzewodniczącym komitetu organizacyjnego, zaś w pozostałych przypadkach członkiem komitetu organizacyjnego. Dwa wydarzenia miały (i mają) charakter cykliczny i są to: Kongres Edukacji Medialnej – będący forum dyskusji polskich teoretyków i praktyków zajmujących się edukacją medialną (Kraków 2014, Lublin 2016, Gdańsk-Gdynia 2018) oraz TechSpo – interdyscyplinarne forum spotkań i dyskusji nad najważniejszymi technologicznymi i społecznymi aspektami współczesności (Kraków 2016, 2018).

Ważnym wydarzeniem w rozwoju naukowo-badawczym był odbyty pod opieką prof. Paula Levinsona **staż naukowy** jako Visiting Scholar na Uniwersytecie Fordham w Nowym Jorku (The Department of Communication and Media Studies) w okresie VII-VIII 2012 roku (załącznik 5). W trakcie stażu uczestniczyłem w seminarium prowadzonym przez P. Levinsona pt. „Politics and New Media”, dyskutowaliśmy również o (nowych) nowych mediach – ich roli, specyfice, rozwoju, użytkowaniu i użytkownikach, a także rozmawialiśmy o tym, w jaki sposób deterministyczne koncepcje Neila Postmana (u którego P. Levinson pisał doktorat) i Marshalla McLuhana (który pracował przez pewien czas na Fordham University) – ukształtowały jego poglądy na temat nowych mediów. Skutkiem mojego pobytu na stażu było przyjęcie zaproszenia

Załącznik 2a

przez prof. Levinsona do wygłoszenia za pośrednictwem platformy wideokonferencyjnej Webex wykładu otwierającego konferencję „Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze” (listopad 2012), zatytułowanego „Everyone a Diplomat in Digital Age”. Z Paulem Levinsonem pozostaję w kontakcie do dzisiaj.

Ważną część moich osiągnięć naukowo-badawczych stanowi **działalność ekspercka**, w tym praca na rzecz organów administracji rządowej oraz współpraca z organizacjami pozarządowymi (zał. 4, pkt. O). Działalność ta dotyczy głównie mojej pracy naukowej w obszarze edukacji medialnej, a także szerzej: edukacji. Od 2008 roku jestem rzeczoznawcą podręczników szkolnych do kształcenia ogólnego i zawodowego wpisanym na listę rzeczoznawców Ministerstwa Edukacji Narodowej. Jako rzeczoznawca w zakresie merytoryczno-dydaktycznym oceniam zgodność treści podręczników szkolnych z podstawą programową kształcenia ogólnego (język polski), przy czym szczególny nacisk kładę na obecność treści związanych z edukacją medialną, w tym kształceniem kompetencji medialnych i informacyjnych w podręcznikach. Dodatkowo opiniowałem dwa e-podręczniki do kształcenia ogólnego z języka polskiego. Wykonywałem również dwie ekspertyzy na zlecenie innych organów administracji rządowej. W 2016 roku przygotowałem dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji ekspertyzę dotyczącą oceny treści związanych z edukacją medialną w audycjach nadawanych przez stacje Polskiego Radia SA oraz Telewizji Polskiej SA „Monitoring audycji dotyczących edukacji medialnej emitowanych w Polskim Radiu SA i Telewizji Polskiej SA. Raport z analizy materiału poemisyjnego”. Łączny czas trwania materiału poemisyjnego wyniósł 13 godzin 28 minut i 33 sekundy. Z kolei w 2018 roku na zlecenie Narodowego Centrum Kultury Filmowej w Łodzi (jednostka podległa MKiDN) przygotowałem ekspertyzę „Analiza rezultatów badania jakościowego – realizowanego w ramach zadania «Alfabetyzm filmowy» - w ramach projektu «Kompleksowy program NCFK upowszechniania wiedzy o filmie»”, której celem była ocena przeprowadzonego badania jakościowego w zakresie wybranych kompetencji filmowych oraz ich odniesienie do modeli kompetencji medialnych oraz treści z podstawy programowej w tym zakresie. Ponadto na zlecenie Fundacji Nowoczesna Polska (wspólnie z A. Ogonowską) recenzowałem pierwszą wersję katalogu kompetencji medialnych i informacyjnych „Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych”. Od 2018 roku jestem również członkiem Rady Programowej Sieci Edukacji Cyfrowej KOMET@ (<https://kometa.edu.pl/artykuly/14,rada-programowa-sieci-komet>).

Załącznik 2a

W trakcie rozwoju naukowo-badawczego zdobywałem doświadczenie badawcze, **uczestnicząc w krajowych projektach badawczych** (zał. 4, pkt. A). Byłem jednym z wykonawców w krajowym projekcie badawczym *Komunikacja w mediach elektronicznych: język, semiotyka, edukacja* (lata 2007-2010) finansowanym ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, w którym m.in. w ramach zadania *Zachowania komunikacyjnojęzykowe konsultantów i klientów call center Grupy PZU SA*. kierowałem pracami zespołu badawczego. Ponadto byłem współpracownikiem zespołu badawczego dla Modułu V *Niepełnosprawni i niepełnosprawność w nowych mediach* (grant PFRON, *Od kompleksowej diagnozy sytuacji osób niepełnosprawnych w Polsce do nowego modelu polityki społecznej wobec niepełnosprawności*, 2012-2014), który opracowywał narzędzie do badania kompetencji medialnych osób niepełnosprawnych. W 2016 roku złożyłem na konkurs Sonata Bis 6 do NCN wniosek o finansowanie projektu badawczego *Diagnoza kompetencji medialnych i informacyjnych uczniów kończących IV etap edukacyjny w wykorzystaniu IRT (Item Response Theory)*, który po II etapie merytorycznym w klasyfikacji końcowej nie został zakwalifikowany do finansowania. Chciałbym jeszcze dodać, że na początku kariery naukowej doświadczenie badawcze w badaniach społecznych zdobywałem również jako osoba sprawdzająca i kodująca arkusze testowe w badaniach ogólnopolskich (*Badanie umiejętności podstawowych uczniów trzecich klas szkoły podstawowej*, Centralna Komisja Egzaminacyjna) i międzynarodowych (Międzynarodowe Badanie Postępów Biegłości w Czytaniu PIRLS/ Wyników Nauczania Matematyki i Nauk Przyrodniczych TIMSS, Centralna Komisja Egzaminacyjna).

Moja **działalność dydaktyczna** stanowi wypadkową zainteresowań naukowo-badawczych i wykształcenia oraz potrzeb dydaktycznych Wydziału Humanistycznego AGH w Krakowie, na którym pracuję od 2011 roku. Obecnie prowadzę zajęcia dydaktyczne na trzech kierunkach studiów, jakie oferuje WH AGH: socjologii, kulturoznawstwie oraz informatyce społecznej. Dotychczas prowadziłem (i prowadzę) zajęcia z takich przedmiotów, jak: Medioznawstwo i teorie mediów (wykład i ćwiczenia), Psychologia społeczna (wykład i ćwiczenia), Trening twórczości (warsztat), Wprowadzenie do kognitywistyki (wykład), Reklama – historia i sztuka interpretacji (wykład), Intermedia w kulturze (wykład), Public Relations (ćwiczenia), Praktyki kulturowe i medialne (konwersatorium). Ponadto w ramach prowadzonych seminariów dotyczących problematyki gatunków medialnych, praktyk medialnych, komunikowania się w nowych mediach oraz reklamy wypromowałem w sumie 21 licencjatów na kierunku

Załącznik 2a

kulturoznawstwo (specjalność: nowe media i komunikacja międzykulturowa) oraz 12 licencjatów na kierunku socjologia (specjalność: multimedia i komunikacja społeczna). Z kolei w ramach indywidualnej opieki wypromowałem 2 magistrów na kierunku kulturoznawstwo. Recenzuję również prace licencjackie i magisterskie na socjologii oraz kulturoznawstwie.

W ramach działalności dydaktycznej współtworzyłem również (z praktykami – Robertem Michalikiem oraz Marcinem Wójtowiczem) roczny program studiów podyplomowych „Strategiczna Komunikacja Marki”, będący w 2013 roku jednym z pierwszych w kraju programem studiów podyplomowych, których celem było zapoznanie słuchaczy z całym procesem strategicznym, umożliwiającym rozumienie, przygotowanie oraz wdrożenie strategii komunikacji dla określonej marki (od briefu klienta, przez analizę zachowań konsumenta i konkurencji, po planowanie działań reklamowych w różnych mediach). Wśród wykładowców znajdowali się m.in. praktycy z renomowanych agencji reklamowo-mediowych: Agencji Reklamowej S4, OPCOM, Insignia, Ogilvy&Mather Advertising, Domu Mediowego Starcom, Saatchi&Saatchi. Z kolei wraz z dydaktykami z WH AGH oraz innych wydziałów AGH: Wydziału Elektrotechniki, Automatyki Informatyki i Inżynierii Biomedycznej oraz Wydziału Informatyki, Elektroniki i Telekomunikacji współtworzyłem w latach 2015-2016 multidyscyplinarny program studiów I stopnia „informatyka społeczna”, za co w 2016 roku otrzymałem nagrodę zespołową Rektora AGH II stopnia za osiągnięcia dydaktyczne.

Z moją działalnością naukowo-badawczą nierozzerwalnie wiąże się **działalność w towarzystwach naukowych zagranicznych i krajowych** (zał. 4, pkt J). Od 2007 roku, czyli początku powstania, jestem członkiem Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, aktywnie uczestnicząc w wydarzeniach naukowych organizowanych przez Towarzystwo. Jestem również od 2016 roku członkiem European Communication and Education Research (ECREA), gdzie działam w czasowej grupie roboczej (TWR) *Children, Youth and Media*. Jednak najważniejsza działalność w tym obszarze związana jest z Polskim Towarzystwem Edukacji Medialnej, którego powstanie (wspólnie z prof. Agnieszką Ogonowską z Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie) zainicjowaliśmy w 2012 roku. Idea stworzenia interdyscyplinarnego towarzystwa naukowego skupionego wokół obszaru badawczego – edukacji medialnej – zrodziła się z potrzeby powołania organizacji, która będzie działała na rzecz badaczy zajmujących się tą problematyką na gruncie różnych dyscyplin oraz integrowała przedstawicieli różnych środowisk działających w tym obszarze, w tym praktyków, przedstawicieli organizacji

Załącznik 2a

pozarządowych i instytucji państwowych. Od początku istnienia Towarzystwa, piastując najpierw funkcję wiceprezesa (w kadencji 2012-2016), a potem prezesa (w kadencji 2016-2020), aktywnie działam na rzecz promocji edukacji medialnej oraz współpracy i integracji środowiska, a także współpracy z administracją rządową i organizacjami pozarządowymi. Towarzystwo obecnie liczy około 80 członków z różnych dyscyplin naukowych, a także praktyków (nauczycieli, edukatorów), dofinansowuje publikacje naukowe, jest członkiem sieci Koalicja Edukacji Medialnej i Cyfrowej (KEMiC). Organizowany przez Towarzystwo co 2 lata Kongres Edukacji Medialnej, którego byłem inicjatorem – stanowi liczące się w środowisku wydarzenie, o czym może świadczyć współpraca z dotychczasowymi współorganizatorami, wśród których warto wymienić: Fundację Nowoczesna Polska (I KEM, Kraków 2014), Wydział Politologii UMCS w Lublinie (II KEM, Lublin 2016), Europejskie Centrum Solidarności i Centrum Nauki Experyment (III KEM, Gdańsk-Gdynia 2018), czy patronat honorowy Polskiego Komitetu ds. UNESCO (I i III KEM) i Prezydenta Lecha Wałęsy (III KEM).

Również **działalność organizacyjna** stanowi ważne pole mojej działalności naukowej. Zaraz po doktoracie byłem protokołantem obron prac doktorskich w Komisji Językoznawczej Wydziału Polonistyki UW w roku akademickim 2007/2008, natomiast pracując w Akademii Humanistycznej im. A. Gieysztora w Pułtusku, pełniłem funkcję Kierownika Studiów Podyplomowych dla Niepolonistów (2009-2011). Znaczna część mojej aktywności organizacyjnej przypada na pracę na Wydziale Humanistycznym AGH w Krakowie, gdzie w latach 2013-2015 byłem pełnomocnikiem dziekana ds. promocji oraz w latach 2013-2017 przewodniczącym Zespołu ds. Promocji WH. W ramach pełnionych funkcji odpowiadałem za tworzenie materiałów informacyjno-promocyjnych o Wydziale, ujednolicenie komunikacji wizualnej oraz inicjowałem i koordynowałem promocyjne działania Zespołu, w tym pracę nad wydziałową stroną internetową, zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych, udział WH w Dniu Otwartym AGH i Festiwalu Nauki. W latach 2014-2016 byłem również kierownikiem studiów podyplomowych „Strategiczna komunikacja marki” prowadzonych na Wydziale Humanistycznym AGH.

Z kolei w ramach **działalności na rzecz popularyzacji nauki** (zał. 4, pkt K.2) uczestniczyłem w kilku eksperckich panelach dyskusyjnych, byłem również moderatorem panelu “The ways different forms of education address societal challenges in the field of Media and Information Literacy” odbywającego się w ramach międzynarodowej konferencji „On the Need

Załącznik 2a

Załącznik 2a

for Media Education” współorganizowanej przez Polski Komitet ds. UNESCO, która odbyła się w listopadzie 2018 r. w Warszawie. Ponadto byłem gościem w programie kulturalnym „Pegaz” (TVP 1) i audycjach w Programie 2 Polskiego Radia oraz Radia Kraków, a także udzielałem komentarzy dla portali internetowych Na temat.pl i Tygodnik Przegląd.

Moja **pozostała aktywność naukowa** wiąże się z pełnieniem od 2016 roku funkcji redaktora tematycznego (edukacja medialna) w czasopiśmie „Kognitywistyka i Media w Edukacji” (wyd. Adam Marszałek) oraz recenzenta - dotychczas przygotowywałem recenzje wydawnicze artykułów z problematyki medioznawczej dla takich czasopism krajowych, jak: „Socjolingwistyka”, „Władza sądenia”, „Kultura Popularna” czy „Rocznik Lubelski” (zał. 4, pkt P) – w sumie zrecenzowałem 7 manuskryptów publikacji.

Za działalność naukowo-badawczą otrzymałem w 2009 r. roczne stypendium Rektora Uniwersytetu Warszawskiego, a w 2016 roku nagrodę indywidualną II stopnia Rektora AGH.

