

metafor niepodległościowych w prasie na podstawie publikacji o katastrofie smoleńskiej w *Tygodniku Powszechnym*”, w którym podjęła tematykę wykorzystywania symboli odrodzenia polskiego w tworzeniu się mitu wokół katastrofy w Smoleńsku w 2010 roku.

Kończąc konferencję sesja panelowa dała okazję do dłuższych wystąpień profesorowi Leszkowi Bednarczukowi z PAU i księdzu doktorowi Dariuszowi Rasiowi z Uniwersytetu Papieskiego. Prof. Bednarczuk mówił o prasie wileńskiej dawniej i dziś, przywołując takie tytuły, jak *Kurier Litewski* i *Ateneum*. Poruszył także temat procesu rusyfikacji i represji, jakich doświadczali piszący po polsku. Ks. dr Raś w niezwykle ciekawy sposób zajął się prasą katolicką w czasie walki o niepodległość i w początkach II Rzeczypospolitej. Część referatów zostanie wydrukowana przez Komisję Środkowoeuropejską PAU.

Jednym z najważniejszych wyznaczników sukcesu konferencji była liczna obecność na sali studentów, przyszłych medioznawców. Studenci Uniwersytetu Papieskiego włączyli się również w organizację wydarzenia jako wolontariusze. Nie można było nie zwrócić uwagi na niezwykle oprawę wizualną w postaci plakatu oraz innych materiałów, za przygotowanie których odpowiedzialny był dr Paweł Płaneta, sekretarz konferencji. Konferencja stanowiła doskonałą możliwość podzielenia się projektami badawczymi i wynikami prac, pokazując jednocześnie kierunek, w jakim podąża współcześnie medioznawstwo. Jak powiedział na samym początku spotkania prof. Michał Drożdż, „każdy z nas wie bardzo wiele, ale razem wiemy więcej”.

Agnieszka Wszolek

 orcid.org/0000-0001-5007-9915

IX OGÓLNOPOLSKA KONFERENCJA METODOLOGICZNA „CZŁOWIEK HIPERMEDIALNY. KOMUNIKOWANIE W CZASACH GIER VIDEO, SOCIAL MEDIÓW I DOŚWIADCZEŃ VR” WARSZAWA, 15-16.11.2018 R.

Jak co roku, w trzecim tygodniu listopada 2018 r., na Uniwersytecie Warszawskim miała miejsce IX Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców, tym razem pod hasłem „Człowiek hipermedialny. Komunikowanie w czasach gier video, *social mediów* i doświadczeń VR”. Organizatorami konferencji było Laboratorium Badań Medioznawczych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW. Patronat medialny nad wydarzeniem objął *Magazyn Medioznawcy*.

Zakres tematyczny konferencji obejmował zagadnienia dotyczące refleksji nad człowiekiem współczesnym, hipermedialnym. Celem konferencji było stworzenie przestrzeni do wymiany poglądów na temat koncepcji człowieka hipermedialnego: jego istoty, pragnień, potrzeb oraz celów. Chodziło także o zastanowienie się, czy angażujące zmysły media oraz nieustanna immersja medialna poszerzają czy ograniczają poznanie i rozumienie świata.

W Konferencji wzięło udział 19 prelegentów reprezentujących 10 ośrodków akademickich. Konferencja umożliwiła konfrontację myśli i poglądów doświadczonych badaczy i osób, które dopiero wkraczają na naukową ścieżkę.

Pierwszego dnia Konferencji odbyły się warsztaty metodologiczne: *VR w nauce i biznesie* oraz *Biometryczne badania odbiorców mediów*. Pierwsza sekcja była prowadzona

przez Justynę Janicką ze studia *1000 realities*, zajmującego się wirtualną rzeczywistością, natomiast druga przez Ewę Ramus z *Neuro Device Group*, specjalistkę z zakresu wideo-okulografii – pomiaru ruchów gałki ocznej z wykorzystaniem specjalistycznych kamer.

Drugi dzień konferencji był dniem obrad plenarnych. Pierwszy referat pt. „Multimodalność a medium audialne? Wielokodowość radia” wygłosiła dr Paulina Czarnek-Wnuk z Uniwersytetu Łódzkiego. Potem dr hab. Urszula Doliwa z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie miała wystąpienie pt. „Precyzyjne profilowanie użytkowników Facebooka czy wrócenie z fusów? Krytyczna analiza działania algorytmu stworzonego przez Michała Kosińskiego i wykorzystanego przez firmę Cambridge Analytica”. Prelegentka zaprezentowała efekty analizy działania narzędzia ApplyMagicSauce.com, stworzonego przez naukowców do profilowania użytkowników mediów społecznościowych.

Dr hab. Tomasz Gackowski z Uniwersytetu Warszawskiego w referacie pt. „Jak badać człowieka hipermedialnego? Rudymenty metodologii” zaprezentował m.in. metodologię badań pozwalającą na zbadanie człowieka hipermedialnego. Dr hab. Radosław Sojak oraz mgr Andrzej Meler z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu mówili o partiach parlamentarnych w mediach tradycyjnych i w mediach społecznościowych. Podobną tematykę w wystąpieniu zatytułowanym „Aktywność polskich parlamentarzystek w starych i nowych mediach” poruszały mgr Beata Królicka oraz mgr Anna Piechocka z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Prelegentki przedstawiły wyniki badań aktywności polskich parlamentarzystek w nowych mediach (przede wszystkim na Twitterze).

Ostatnim w tym panelu był referat pt. „Wybrane prognozy przyszłości ludzkości w interakcji z nowymi technologiami”

doktora Marcina Kowalczyka z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. W swoim wystąpieniu przedstawił tzw. megatrendy rozwoju technologicznego, m.in. *deep learning*; *machine learning*; *reinforced learning*; automatyzacja; rozwój Internetu Rzeczy (IoT) oraz *Internet of Everything* (IoE).

Kolejny panel otworzył mgr Damian Binkowski z Uniwersytetu Gdańskiego. W wystąpieniu zaprezentował m.in. *disco re-edits*, które antycypowały powstanie remiksu w muzyce. Następny referat pt. „Narodziny i droga *social media ninja*” wygłosił mgr Michał Pałasz z Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Z kolei mgr Mateusz Bartoszewicz z Uniwersytetu Wrocławskiego w swoim wystąpieniu przedstawił zjawisko „elektronicznego autyzmu”, będące efektem wszechobecnego *micro targetingu* i personalizacji zawartości treści w mediach społecznościowych.

Ostatni referat w drugim panelu pt. „Więcej wolności czy więcej manipulacji? *Astroturfing* w mediach społecznościowych” wygłosiła mgr Katarzyna Lorenc z Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. W swoim wystąpieniu scharakteryzowała zjawisko *astroturfingu*, możliwości jego wykrycia oraz sposoby działania.

Pierwszy referat trzeciego panelu pt. „System rozszerzonej rzeczywistości do filmowania dronem ARQ” wygłosili dr Monika Koźdoń-Dębecka oraz dr Sebastian Strzelecki z Uniwersytetu Warszawskiego. Mgr Siergiej Yenin z Uniwersytetu Warszawskiego porównał wiedzę ezoteryczną europejskiego średniowiecza i ezoterykę współczesną z obrazem magii wykorzystywanym w grach wideo gatunku RPG. W referacie pt. „Virtual Reality w przeglądarce” dr Marek Robak z UKSW przedstawił ewolucję przeglądarek internetowych od lat 90. do chwili obecnej.

Mgr Dominik Kudła z Uniwersytetu Warszawskiego przedstawił historię nieformalnych grup graczy oraz programistów, którzy amatorsko tłumaczyli nowe gry wiodących

producentów na język rosyjski. Dr Karolina Brylska z Uniwersytetu Warszawskiego w swoim wystąpieniu pt. „Eksperymenty z wykorzystaniem *Virtual Reality* jako technologii uczenia się – możliwości i wyzwania badawcze” omówiła zalety i ograniczenia korzystania z technologii wirtualnych w edukacji oraz prognozowaną wartość rynku VR i AR (*augmented reality*) w 2025 roku. Ostatni referat tego panelu wygłosiła mgr Katarzyna Piórecka z UW. W wystąpieniu zatytułowanym „Fani Gry o tron – tłum przewidujący przyszłość” scharakteryzowała tzw. fandomy, czyli środowiska fanowskie gromadzące wielbicieli m.in. seriali z całego świata.

Pierwszym wystąpieniem ostatniego panelu był referat „Hipermedialny obserwator mediów? O wyzwaniach stojących przed wolontariuszami *watchdoga* medialnego” wygłoszony przez mgr. Filipa Gołębskiego z Fundacji Instytut Dyskursu i Dialogu. Prelegent zaprezentował program strażniczy, za pomocą którego można analizować przekazy medialne pod kątem występujących tam niepokojących zjawisk, tj.: manipulacji, nierzetelności, stronniczości czy propagandy. Kolejny referat „Insta Stories jako narzędzie komunikacji marketingowej” wygłosiła mgr Marlena Szytyber z Uniwersytetu Warszawskiego. W swoim wystąpieniu opisała narzędzie Insta Stories, sposoby i częstotliwość jego wykorzystania przez różne marki oraz metody wykorzystywane w komunikacji realizowanej za pomocą Insta Stories.

W wystąpieniu pt. „*Social media* w samorządowej kampanii wyborczej” Grzegorz Kowalczyk z Uniwersytetu Warszawskiego pokazał wykorzystywanie mediów społecznościowych przez polskie parlamentarne ugrupowania polityczne podczas wybranego tygodnia samorządowej kampanii wyborczej. Referat pt. „*Social news*, czyli nowa sytuacja komunikacyjna, która spotyka

człowieka hipermedialnego i dziennikarza” wygłosiła mgr Beata Milewicz z Uniwersytetu Warszawskiego. W swoim wystąpieniu scharakteryzowała nowy gatunek medialny, tj. *social news*, które są relacjami z wydarzeń, jakie miały miejsce w świecie wirtualnym, a nie fizycznym, i rozpoczęły się np. od wpisu na Twitterze lub publikacji zdjęcia na Instagramie.

Ostatnim wystąpieniem podczas konferencji był referat pt. „Hipermedialni millenialsi? O komunikowaniu pokolenia Y wobec technologicznej codzienności”, w którym mgr Anita Kwiatkowska z Uniwersytetu Warszawskiego przedstawiła wyniki badań na grupach studentów dziennikarstwa i medioznawstwa.

Po każdym z paneli była prowadzona dyskusja. W dyskusji po drugim panelu pojawiły się pytania odnośnie zjawiska *social media ninja* oraz *astroturfingu*. Mgr Michał Pałasz wyjaśnił, że nazwa *social media ninja* jest osadzona w kulturze oraz związana z charakterem pracy, stanowiskiem oraz zdobytym doświadczeniem konkretnej osoby. Jeżeli chodzi o zagadnienie *astroturfingu*, mgr Katarzyna Lorenc przedstawiła metody badania *astroturfingu* w internecie, ich skuteczność oraz zasady działania botów internetowych.

Konferencja zgromadziła prelegentów z całej Polski oraz słuchaczy, którymi byli zarówno pracownicy naukowci Uniwersytetu Warszawskiego, jak i studenci. Dzięki interdyscyplinarnemu podejściu do zjawiska hipermedialności, stała się platformą wymiany doświadczeń naukowych związanych z tym zagadnieniem zarówno w wymiarze społecznym, humanistycznym, jak i technologicznym. Organizatorzy zapraszają na dziesiątą edycję konferencji (i warsztatów metodologicznych) pt. „Społeczeństwa sieci – czym są i jak je badać?”, która odbędzie się 21-22 listopada 2019 roku.

Anna Bielecka

 orcid.org/0000-0001-6054-0664