



UNIwersytet Jagielloński
Instytut Sztuk Audiowizualnych
30-348 Kraków, ul. Łojasiewicza 4

Kraków, 3.07.2022

Dr hab. Anna Nacher, prof. UJ
Instytut Sztuk Audiowizualnych
Uniwersytet Jagielloński

Ocena kwalifikacji naukowych dra Michała Rzeszewskiego na podstawie całokształtu dorobku naukowego oraz cyklu artykułów naukowych pod tytułem "Cyfrowe media przestrzenne w badaniach geograficznych", w związku z postępowaniem habilitacyjnym w dziedzinie nauk humanistycznych, w dyscyplinie nauki o kulturze i religii.

Celem niniejszej recenzji jest jednoznaczne rozstrzygnięcie, czy dorobek naukowy przedstawiony przez dra Michała Rzeszewskiego, ubiegającego się o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna, spełnia wymogi, o których mowa w art. 219 ust. 1 pkt 1-3 ustawy z dn. 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* (Dz. U. z 2020 r. poz. 85, 374, 695, 875, 1086, z 2021 r. poz. 159) oraz pozostałe przesłanki warunkujące nadanie tego stopnia - w tym określenie, czy wskazane osiągnięcia są istotne dla rozwoju dyscypliny. Niniejsza ocena została podzielona na dwie części. Pierwsza z nich obejmuje wskazane przez Habilitanta główne osiągnięcie badawcze (cykl artykułów), druga zaś dotyczy

aktywności naukowej i współpracy międzynarodowej. W zakończeniu recenzji zamieszczam konkluzję będącą wynikiem przeprowadzonej oceny.

1. Główne osiągnięcie badawcze

Wskazany głównym osiągnięciem badawczym jest cykl artykułów zatytułowany „Cyfrowe media przestrzenne w badaniach geograficznych”, złożony z siedmiu artykułów opublikowanych w trakcie pięciu lat, między rokiem 2015 a 2020: *Cyberpejzaż miasta w trakcie megawydarzenia: Poznań, Euro 2012 i Twitter* (Studia Regionalne i Lokalne, (59), 2015), *Spatial Characteristics of Twitter Users— Toward the Understanding of Geosocial Media Production* (ISPRS International Journal of Geo-Information (6) 236, 2017), *Care, Indifference and Anxiety—Attitudes toward Location Data in Everyday Life*. (ISPRS International Journal of Geo-Information (7) 383, 2018), *Geosocial capta in geographical research – a critical analysis* (Cartography and Geographic Information Science (1), 2018), *Usability and usefulness of internet mapping platforms in participatory spatial planning* (Applied Geography, 103, 2019), *Virtual place during quarantine – a curious case of VRChat* (Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, 2020), *Online Mapping Platforms: Between Citizen- Oriented and Research-Focused Tools of Participation?* (Journal of Planning Education and Research, 2020). Dwa artykuły są autorskie, w pięciu pozostałych dr Michał Rzeszewski jest współautorem, przy czym współautorstwo ma charakter istotnego i fundamentalnego wkładu w zaprezentowane publikacje. Habilitant przekonująco uzasadnia przynależność wskazanych artykułów do cyklu tematycznego, którego głównym wyróżnikiem jest refleksja na temat przydatności kategorii pojęciowych związanych z cyfrowymi mediami przestrzennymi w badaniach geograficznych. Dwa artykuły zostały opublikowane w periodykach wydawanych w Polsce, pięć artykułów ukazało się w obiegu międzynarodowym, w tym w uznanych czasopismach o wysokich lub znaczących wskaźnikach naukometrycznych.

Ocenę naukowej wartości wskazanego głównego osiągnięcia badawczego należy rozpocząć od podkreślenia interdyscyplinarnego charakteru przedsięwzięcia, sytuującego się nie tylko na styku geografii, socjologii i nauk o kulturze, ale także na przecięciu między naukami społecznymi i naukami humanistycznymi oraz w polu badań opartych o narzędzia cyfrowe.

Taki charakter przedsięwzięcia pozwala na jego ocenę w szerokiej perspektywie wieloparadygmatycznej. W niniejszej recenzji koncentruję się na wycinku mojej specjalizacji, którym są media lokacyjne i kulturoznawcza teoria mediów, w tym kultury mediów cyfrowych, co udowadnia znacząca część mojego dorobku naukowego. Mam także pewne doświadczenie w implementacji społecznościowych systemów mapowania w projekcie badawczym „Kultura miejska – węzły i przepływy”, realizowanym w 2012 roku wraz z Małopolskim Instytutem Kultury w Krakowie (Crowdmap, obecnie zintegrowany z pozostałymi serwisami platformy Ushahidi).

Zaprezentowane główne osiągnięcia badawcze stanowi istotną próbę weryfikacji metod badawczych nauk społecznych wobec wzrostu znaczenia kultury algorytmicznej i masywnych zestawów danych (dalej określanych anglojęzycznym odpowiednikiem *big data*) w wielu obszarach życia współczesnych społeczeństw. Jak słusznie podkreśla dr Rzeszewski, większość danych krążących w mediach sieciowych ma komponent informacji przestrzennej, co odzwierciedla kategoria neogeografii przywoływana zarówno w autoreferacie, jak i w zaprezentowanych publikacjach. Nie jest przy tym bez znaczenia, że samo pojęcie neogeografii pojawiło się nie tyle w opracowaniach naukowych, ile w kontekście wdrożeniowym. W 2006 roku posłużyli się nim twórcy aplikacji mashapów mapowych Platial: The People's Atlas na określenie cyberkartograficznych praktyk użytkowników sytuujących się poza kontekstem profesjonalnego użytkownika GIS. W artykule z 2009 roku została zdefiniowana jako „mapowanie dla mas” (A. Hudson-Smith, M. Batty, A. Crooks, R. Milton, „Mapping for the Masses. Accessing Web 2.0 through Crowdsourcing”, „Social Science Computer Review”, vol. 27, no. 4, listopad 2009). Do tego wątku jeszcze powrócę. W omówieniu przedstawionego osiągnięcia badawczego, Habilitant przypisuje artykuły cyklu do trzech kategorii tematycznych: media przestrzenne jako cyfrowa reprezentacja miejsca, media przestrzenne jako źródło danych w geografii społeczno-ekonomicznej oraz mediów przestrzennych jako narzędzia planowania przestrzennego. Wszystkie artykuły są oparte na badaniach przeprowadzonych z zastosowaniem narzędzi cyfrowych (m.in. SIG, Python i pakiet R) i wykorzystujących dane możliwe do uzyskania z głównych platform społecznościowych lub aplikacji eksperymentalnych stworzonych na potrzeby badań. Badania obejmują m.in. projekt badawczy skoncentrowany na EURO 2012 w Poznaniu i reprezentacji miasta na platformach Flickr i Twitter, badania wzorców percepcji map internetowych z zastosowaniem

eksperymentalnej aplikacji sieciowej, porównawcze badania form partycypanyjnego i społecznego mapowania w Białymstoku i Poznaniu, badania ocen użytkowników społecznościowej platformy w rzeczywistości wirtualnej VRchat. Istotnie, trzeba przyznać, że największą zaletą przedstawionego cyklu jest wykazanie, jak istotne znaczenie dla badań nad kategoriami dotyczącymi miejsca i przestrzeni mają praktyki sieciowe i zróżnicowane już dzisiaj kultury cyfrowe. Choć taki wniosek może jawić się jako oczywisty, to podkreślenia domaga się fakt, że dorobek dra Rzeszewski pokazuje bardzo konkretne sposoby badania cyberpejzaży i praktyk przestrzennych uwzględniających media cyfrowe. Na szczególną wagę zasługuje dobór metod eksperymentalnych, na czele ze stworzeniem aplikacji Earthislat, która pozwoliła na zastosowanie całego zestawu zaawansowanych narzędzi, włącznie z eye-trackingiem. Ogromną zaletą jest także konsekwentne lokowanie prowadzonych badań w obszarze neogeografii, gdzie głównym przedmiotem zainteresowania są formy, mechanizmy i warunki partycypanyj oraz uspołecznienia narzędzi informacji geograficznej. Dr Rzeszewski sięga ponadto po tematy interesujące i nowatorskie, jak badania form związków z miejscem w dobie epidemii w reakcjach użytkowników platformy społecznościowej VRChat w rzeczywistości wirtualnej. Warto także podkreślić wysocę kolaboracyjny charakter działalności naukowej Habilitanta, w którym jednak jego wkład jest dobrze widoczny i precyzyjnie nakreślony.

Tak wyrażacie interdyscyplinarny charakter dorobku nieście jednak także ze sobą pewne ryzyko. W przypadku wskazanego dorobku moje zastrzeżenia dotyczą dwóch kwestii: ta teoretycznego, które w niektórych aspektach pozostawia nieco do życzenia oraz braku świadomości historycznej w odniesieniu do rozwoju mediów cyfrowych. Obie kwestie przekładają się na brak krytycyzmu wobec tzw. internetu platform i jego rzeczywistego potencjału społecznego w ostatnich latach. Rozpocznę od mankamentu najistotniejszego, jeśli chodzi o to metodologiczne. Przy tak wyrazistym zainteresowaniu neogeografią, partycypanyjnym GIS i mediami geospołecznościowymi dziwić może brak poważniejszego uwzględnienia kategorii praktyk czy pojęćbionego rozumienia kategorii partycypanyj, stanowiącej wszak w przypadku mediów społecznościowych niezwykle istotny (a często obfitujący w kontrowersje i gorące debaty) obszar refleksji. Prowadzi to do generowania stosunkowo oczywistych pytań i problemów badawczych, zawężenia interpretacji wyników badań oraz równie oczywistych, tautologicznych wniosków.

Na przykład w artykule "Geosocial capta in geographical research – a critical analysis" czytamy: "One might attribute these differences to the nature of the given social media service, but the presented case with Flickr, Instagram, and Twitter shows that this explanation is too simplistic, and the distinction between a "microblogging service" and a "photo-sharing site" is not enough. Although there are many similarities, social media platforms seem to create their own "ecosystems" of users with unique behavior." Różnice w zestawach danych pozyskanych z dwóch różnych serwisów (Flickr i Twitter) są wnioskiem dosyć oczywistym i – jak słusznie podkreśla autor – do ich wyjaśnienia nie wystarcza wskazanie różnicy w charakterze samych serwisów. Notabene, należałoby raczej pisać o kulturach użytkowania niż o „ekosystemach” zachowań. Owe kultury użytkowania zasadzają się bowiem na praktykach, często negocjowanych przez użytkowników serwisów w ramach możliwości ich interfejsów, afordancji i reguł cyrkulacji treści – te są zaś kształtowane przez korporacyjne polityki umotywowane mechanizmami o charakterze ekonomicznym. To jeden z istotnych powodów różnic w ekonomii dyskursywnej tagów między Twitterem, Flickr'em (i ostatnio Instagramem) Poważniejsze uwzględnienie perspektywy postrzegania mediów jako praktyk, a nie wyłącznie obiektów (i pozyskiwanych z nich zestawów danych, capta) mogłoby dać ciekawsze wnioski, a być może nawet pomogłoby wygenerować bardziej odkrywczе pytania badawcze. Ujęcie Nicka Couldry'ego, zarysowane już w 2010 roku w klasycznym już dzisiaj artykule „Theorising Media as Practice” („Social Semiotics” (14) 2) (i innych badaczy podążających tym tropem), pozwala bowiem stawiać „otwarte pytania o tym, co ludzie robią i jak kategoryzują to, co robią, unikając dyscyplinowych założeń wstępnych, które automatycznie postrzegałyby ich działania jako, powiedzmy, „konsumpcję” czy „byciem publicznością”, niezależnie od tego jak sami aktorzy widzą to, co robią.” Dodajmy, że taka rama wydaje się szczególnie istotna w przypadku badań lokujących się w obszarze neogeografii i partycypacyjnego zastosowania GIS. Szczególnie geotagowanie – które jest przede wszystkim praktyką – mogłoby stanowić interesujący przypadek, ze względu na często zautomatyzowane procedury funkcjonujące poniżej progu świadomego użytkowania serwisów. W przypadku wspomnianego artykułu Rzeszewskiego mnóstwo energii poświęcono zrozumieniu różnic w captasets, ale w gruncie rzeczy zupełnie pozostawiono na uboczu kwestię praktyk, z których owe captasets się wyłaniają – i to praktyk zarówno w odniesieniu do użytkowników, jak i w odniesieniu do zinstytucjonalizowanych aktorów infrastrukturalnych. Istotną pomocą w pogłębieniu tych kwestii mogłyby tutaj być propozycje Nigela Thrifta i innych badaczy spod znaku teorii niereprezentacjonistycznej (por.

N. Thrift, *Non-representational Theory. Space, Politics, Affect*, Routledge, London – New York 2008; Anderson B., Harris P. (red.), *Taking-Place: Non-Representational Theories and Geography*, Ashgate, Farnham – Burlington 2010). Thrift, notabene, pojawia się w bibliografii, ale jedynie incydentalnie.

Słabe zainteresowanie kulturami użytkowania i korpusem teoretycznym, który lepiej potrafiłby wyjaśnić badane zjawiska w tej perspektywie skutkuje pewnymi niekonsekwencjami. Znajduje też odzwierciedlenie w zaprojektowaniu badań w taki sposób, że są one podporządkowane bardziej owym „dyscyplinowym założeniom wstępnym” niż uzyskaniu odpowiedzi na pytania badawcze dotyczące złożonej i wieloaspektowej materii. Wniosek o tym, że jedną z usterek mediów społecznościowych (bias) jest istnienie „głośnej mniejszości” jawi się wręcz kuriozalnie (w artykule „Geospatial capta in geographical research – a critical analysis”), zważywszy na różnice w kulturach użytkowania platform (ich kultury): Instagram w obecnej formie jest platformą kształtowaną przez marketing wpływu (dotyczy to przede wszystkim polityk tagowania), a dla Twittera owa „głośna mniejszość” jest wręcz strukturalną dominantą. W artykule „Spatial Characteristics of Twitter Users – Toward the Understanding of Geosocial Media Production” autorzy ostatecznie dochodzą do wniosku, że dane geospołecznościowe są kojarzone ze znaczeniami przypisywanymi im przez grupy użytkowników. Aby zatem tytułowe rozumienie było pełne, badanie powinno było uwzględnić także narzędzia pozwalające zbadać tworzenie i cyrkulację znaczeń, czyli narzędzia par excellence z obszaru kulturoznawczego (co uwzględniają zarówno propozycje Couldry’ego, jak i Thrifta oraz innych badaczy anglosaskiej geografii humanistycznej) czy netnografii. Stąd zapewne we wnioskach pojawia się wyjaśnienie oparte na rozumowaniu na zasadzie korelacji, nie zaś na gruntownie wyjaśnionej relacji przyczynowo-skutkowej. Ustalenie bowiem istotnej zależności między mobilnością oraz aktywnością medialną użytkowników wymagałoby przeprowadzenia dodatkowej argumentacji. Nie można na podstawie badań opartych w zasadzie wyłącznie na analizie danych (i bez uwzględnienia istotniejszego wglądu w praktyki komunikacyjne) wnioskować o komunikacyjnym znaczeniu umiejscowienia („Our results suggests that there is a positive correlation between the spatial behavior and posting activity of Twitter users. Users that post more frequently are also mobile rather than stationary. This further strengthens the observation that location serves a purpose in communication on Twitter. Location is a meaningful part of the message or maybe even its main component.”).

To zresztą częsty mankament badań w paradygmacie *big data*, zainteresowanych przede wszystkim w wyłanianiu wzorów ze zgromadzonych danych, niż wieloaspektowym wyjaśnieniem praktyk społecznych i kulturowych.

Oddzielnym problemem jest brak pewnej świadomości diachronii rozwoju internetu i mediów społecznościowych. Stosunkowo często pojawia się odwołanie do opracowań zbyt oddalonych w czasie w stosunku do badanych zjawisk. Powoływanie się na badania i publikację dotyczącą cyfrowego wykluczenia w Europie Środkowej z 2005 roku dziesięć (i więcej) lat później jest co najmniej nieadekwatne. Dziesięć lat w rozwoju internetu to cała epoka – szczególnie w Polsce, gdzie we wspomnianym okresie nastąpiło istotne przyspieszenie w dostępie zarówno do podstawowej infrastruktury (np. szerokopasmowego internetu mobilnego), jak i w swoistym wymuszaniu włączenia w obiegi cyfrowe za sprawą przenoszenia coraz większej liczby podstawowych systemów obsługi obywateli do sieci. Owo przyspieszenie było widoczne jeszcze przed pandemią COVID19, gdzie większość aktywności zawodowej i życia społecznego przeniosło się do sieci. Bardziej adekwatna jest przesłanka o mnogości form cyfrowego wykluczenia, ale i ona powinna doczekać się znacznie większego zniuansowania, jeśli stanowi istotny komponent wnioskowania z przeprowadzonych badań („Spatial Characteristic of Twitter Users – Toward the Understanding of Geosocial Media Production”). Podobnie w przypadku artykułu „Virtual Place During Quarantine- A Curious Case of VRChat”. Autorzy niemal zupełnie przeoczyli kluczowy moment w rozwoju rzeczywistości wirtualnej, jaką było udostępnienie i rozwój konsumenckich zestawów do VR po udanej kampanii crowdfundingowej Oculus z roku 2012. Pojawienie się popularnych zestawów w rodzaju Google Cardboard (w 2017 najpopularniejszy w sprzedaży) zupełnie zrewolucjonizowało postrzeganie VR. Dlatego powoływanie się na teksty teoretyczne z 2003 roku nie ma uzasadnienia dla wyjaśniania zjawisk z roku 2020, które odbywają się w kompletnie innym środowisku technologicznym (notabene, także wpisującym się w realia kapitalizmu cyfrowego, co istotnie wpływa na ich charakter).

Brak takiej świadomości jest związany z faktem, że zupełnie niemal nie pojawia się problematyka podnoszona w odniesieniu do aktualnej fazy w rozwoju internetu, którą Tarleton Gillespie nazwał w 2010 roku internetem platform, choć są widoczne istotne sygnały, dotyczące ograniczenia dostępu do danych związanego z korporacyjnym charakterem Twittera,

Facebooka, Instagrama i innych platform społecznościowych (por. T. Gillespie, „The politics of >>platforms<<”, *New Media & Society* (12) 3, 2010; A. Helmond, *The Platformization of the Web. Making Web Data Platform Ready*, *Social Media & Society* (1) 2, 2015; T. Gillespie, *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*, Yale University Press 2018). Dogłębniejsze przyjrzenie się mechanizmom tzw. cyfrowego kapitalizmu oraz dyskusjom wokół istotnym kontrowersji polityk platform ograniczających prowadzenie niezależnych badań pozwoliłoby być może nieco zmitygować entuzjastyczny wobec tzw. big data ton niektórych artykułów. Myślenie w kategoriach diachronicznych i historycznych pozwoliłoby także dostrzec, że „zalew danych” nie jest zjawiskiem obecnym wyłącznie w mediach cyfrowych, ma charakter historyczny i pojawia się za każdym razem, kiedy mamy do czynienia z wprowadzeniem nowych technologii medialnych, choć – rzecz jasna – w różnej skali (por. L. Gitelman, *Always Already New: Media, History, and Data of Culture*, MIT Press 2006). Jak przypomina Anne Blair (i inni historycy mediów drukowanych), w okresie wczesnej europejskiej nowoczesności, między 1550 a 1750, doświadczano informacyjnej eksplozji (A. Blair, *Reading Strategies for Coping with Information Overload cca. 1550-1750*, *Journal of the History of Ideas*, (64) 1, 2003).

Na boku pozostawiam kwestię niezbyt przekonującego wyjaśnienia kategorii cyberpejzażu i barku pogłębienia problemu reprezentacji w odniesieniu do miejsc cyfrowych. Wydaje się, że przyjęcie przesłanki o prymarności związku reprezentacji między przestrzenią fizyczną i jej odpowiednikami cyfrowymi jest znaczącym uproszczeniem. Choćby w przypadku wizualizacji stanowiących podstawę Google Street View mamy do czynienia z trybem mieszanym, kompozytowaniem fotografii oraz obrazów komputerowo generowanych z uprzednio istniejących, standardowych tekstur 3D (bryły budynków itp.). Także i ten przypadek pokazuje, jak złożonym zagadnieniem jest cyberkartografia oraz jak fascynującym – ale i trudnym – przedmiotem badań są media lokacyjne.

Artykułując moje zastrzeżenia, chciałabym jednak w gruncie rzeczy wskazać na nowatorstwo prowadzonych przez dra Michała Rzeszewskiego badań oraz na wyzwania, jakie stoją przed projektami interdyscyplinarnymi, których realizacja wymaga podejść wieloparadygmatycznych. Oczywiście uwzględnienie tak szerokiego spektrum zagadnień –

choć konieczne w badaniach społecznych, które prymarnie zainteresowane są praktykami i partycypacją - nie jest możliwe w przypadku najbardziej nawet utalentowanego i pracowitego badacza. Uwagi są więc raczej sugestią konstruowania zespołów badawczych w przyszłości i wzbogacenia ich o specjalistów z zakresu kultur komunikowania w sieci.

2. Ocena aktywności naukowej i współpracy międzynarodowej

Dorobek Habilitanta przedstawia się dobrze, jeśli chodzi o aktywność naukową i bardzo dobrze w zakresie współpracy międzynarodowej. Dr Michał Rzeszewski legitymuje się obfitym i różnorodnym dorobkiem, na czele z trzema monografiami, których jest współautorem, opublikowanymi przez znaczące wydawnictwa naukowe. Jest także autorem lub współautorem ośmiu rozdziałów w książkach zbiorowych (dwie z nich ukazały się po uzyskaniu tytułu doktora) oraz ma na koncie dwadzieścia dwa artykuły (dwadzieścia jeden po uzyskaniu stopnia doktora), w tym artykuły opublikowane w czasopismach z wysokim i znaczącym IF, wydawanych przez liczące się wydawnictwa (jak Sage Publications). Doktor Rzeszewski wykazał się znaczącą aktywnością w obiegu konferencyjnym, w tym – na arenie międzynarodowej. Kierował także czterema projektami badawczymi (w tym dwoma w ramach programów Narodowego Centrum Nauki, jednego ministerialnego oraz jednego finansowanego ze środków uczelni). Na uwagę zasługuje współpraca międzynarodowa z najlepszymi ośrodkami naukowymi zajmującymi się cyberkartografią oraz zagadnieniami związanymi z nasycaniem przestrzeni fizycznej danymi cyfrowymi, jak Maynooth University Social Science Institute w Irlandii, kierowanym przez prof. Roba Kitchina, autora kluczowych pojęć i pionierskich opracowań z tego zakresu. Współpraca międzynarodowa znalazła potwierdzenie w dorobku naukowym, w tym w przedstawionym do recenzji cyklu artykułów. Wysoka jakość dorobku jest także potwierdzona bardzo dobrymi wskaźnikami naukometrycznymi.

Biorąc zatem pod uwagę publikację stanowiącą osiągnięcie naukowe, o którym w art. 219 ust. 1 pkt 1-3 ustawy z dn. 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* (Dz. U. z 2020 r. poz. 85, 374, 695, 875, 1086, z 2021 r. poz. 159) oraz pozostałe przesłanki warunkujące nadanie tego stopnia stwierdzam, że całość dorobku spełnia żądane wymogi, stanowi istotny wkład w rozwój dyscypliny i może stanowić podstawę nadania ~~III~~ stopnia doktora habilitowanego.

Wniosuję zatem do Rady Dyscypliny Geografia Społeczno-Ekonomiczna i Gospodarka Przestrzenna Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu o nadanie drowi Michałowi Rzeszewskiemu stopnia naukowego doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna.



Dr hab. Anna Nacher, prof. UJ

Instytut Sztuk Audiowizualnych

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Uniwersytet Jagielloński