

Autoreferat

1. Imię i Nazwisko: **Agnieszka Węglińska**
2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/ artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

29.09.2005 Doktor Nauk Humanistycznych w zakresie nauk o polityce, nadany uchwałą Rady Instytutu Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego, tytuł rozprawy *Brytyjski model mediów publicznych*, promotor prof. dr hab. Beata Ociepka.

1994 – 1998 Magister Filologii Polskiej UW.

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/ artystycznych.
 - Od 1.02.2006 – 2018 Dolnośląska Szkoła Wyższa Instytut Dziennikarstwa, Komunikowania i Technologii Mediów - adiunkt ;
 - 01.09.1998 – 31.08.1999 Nauczyciel j. polskiego –XIII LO;
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.):

a. Tytuł osiągnięcia naukowego/artystycznego

Monografia: Agnieszka Węglińska, *Dziennikarze telewizji publicznej w Polsce – między polityką, misją a rynkiem*, Wydawnictwo Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2018, s. 284

recenzenci: dr hab. Michał Głowacki – Uniwersytet Warszawski

dr hab. prof. UŚ Krystyna Doktorowicz – Uniwersytet Śląski

- b. Omówienie celu naukowego/artystycznego ww. pracy/prac i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania

Moje zainteresowania badawcze w dyscyplinie nauk o polityce, po uzyskaniu stopnia doktora wiązały się z ewolucją systemów medialnych w krajach zachodnich ze szczególnym uwzględnieniem mediów publicznych, którymi zajmowałam się podczas studiów doktoranckich oraz na późniejszych etapach pracy naukowej.

Przez dziesięciolecia media publiczne stanowiły w demokratycznych państwach europejskich gwarant demokracji, wspierały ją poprzez wypełnianie zadań różnorodności, pluralizmu oraz pełniły funkcję lidera w innowacjach technologicznych. Model mediów publicznych stanowił nieodłączny element systemów demokratycznych. Przez wiele lat pracy badawczej koncentrowałam się na modelach mediów publicznych w krajach anglosaskich. W ostatnim czasie skupiłam się na Polsce. Bardzo istotnym elementem działania mediów publicznych są dziennikarze. Ważna jest ich formacja, poziom autonomii w systemie politycznym oraz stopień niezależności od rynku rozwijam to stwierdzenie w zasadniczej tezie mojej pracy. Wypełnianie zadań publicznych, czyli misji jest tym, co najmocniej legitymizuje istnienie mediów publicznych demokracjach europejskich Wypełnianie zadań zależy od dziennikarzy i wydawców. To dziennikarze są podmiotem monografii zatytułowanej *Dziennikarze telewizji publicznej w Polsce – między polityką, misją a rynkiem*.

W toku podjętych badań za cel przyjąłam analizę aktywności zawodowej dziennikarzy TVP SA w kontekście realizacji zadań publicznych, zapisanych w Ustawie o radiofonii i telewizji oraz dokumentach wewnętrznych stacji. Moje badania osadzam w kontekście teoretycznym: sytuacji mediów publicznych w Europie, sposobów definiowania zadań mediów publicznych, różnych systemów medialnych w Europie, prawodawstwa w dziedzinie mediów Polski i UE, sposobów finansowania mediów, komercjalizacji mediów publicznych, relacji między mediami publicznymi a politykami, roli dziennikarza w systemie demokratycznym. Polski system medialny po 1989 r. kształtował się w oparciu o wzorce czerpane z innych systemów demokratycznych w Europie i należy mieć to na uwadze. **Punktem wyjścia moich badań uczyniłam fakt,** że w Polsce funkcjonuje telewizja publiczna – TVP SA. Stacja wypełnia zadania publiczne, które nazywam też misją, charakteryzuje ją ogólnopolski i zasięg. Polacy płacą na nią abonament i jest ona marką, do której obywatele zdążyli przywyknąć. TVP SA zatrudnia również dziennikarzy, którzy odpowiadają za zawartość emitowanych programów. TVP SA podlega regulacjom prawnym na kilku poziomach: globalnym, europejskim i narodowym. Ustawodawstwo na wskazanych poziomach rzutuje na pracę stacji. **Przeprowadzone analizy pozwoliły mi na postawienie tezy, iż fakt, że dziennikarze TVP SA podlegają oddziaływaniom ze strony przedstawicieli klasy politycznej oraz rynku, wynika z wadliwego ustawodawstwa, braku kultury politycznej, braku sprawnie działających uregulowań wewnętrznych oraz samej formacji dziennikarzy.**

W toku prac nad funkcjonującym w TVP SA dziennikarstwem postawiłam sobie następujące pytania badawcze o charakterze ogólnym:

1. W jakich elementach TVP SA stosuje się wytycznych instytucji Unii Europejskiej i organizacji międzynarodowych?
2. Na ile TVP SA czerpie z doświadczeń innych telewizji publicznych w Europie?
3. Na ile współczesne interpretacje mediów publicznych, jako przedsiębiorstw kreatywnych, realizują się w przypadku TVP SA?
4. Jak przebiegała transformacja TVP SA w kontekście zmiany systemu z komunistycznego w liberalną demokrację?
5. W jakich obszarach TVP SA podlega oddziaływaniom ze strony polityki bądź rynku?
6. Jak precyzyjnie została zdefiniowana misja TVP SA?

W zastosowanej perspektywie badawczej czerpię z instrumentarium nauk o polityce a w szczególności z metod stosowanych w badaniach nad komunikacją polityczną. Analizując publiczną organizację medialną ważne jest, to aby robić to w kontekście otoczenia politycznego. Dlatego ważnym elementem niniejszego opracowania są poszczególni aktorzy polityczni, mam na myśli: partie polityczne, liderów opinii, organizacje międzynarodowe oraz pozarządowe etc. ale przede wszystkim dziennikarzy. Należy analizować dziennikarzy z perspektywy politologicznej, gdyż stanowią kluczowy czynnik komunikowania o polityce, jest to nadrzędny paradygmat moich badań.

W dalszej części pracy, o charakterze empirycznym, zasadne wydało mi się uszczegółowienie pytań badawczych, które systematyzują dalsze rozważania. Przytaczam je poniżej:

1. Jak funkcjonują w praktyce ustawowe regulacje dotyczące mediów publicznych w odniesieniu do TVP SA?
2. Jak dziennikarze rozumieją i realizują zadania publiczne?
3. Czy dziennikarze TVP SA postrzegają stację jako przedsiębiorstwo kreatywne?
4. Co we współczesnym dziennikarstwie telewizyjnym zmieniła multiplatformowość nowych mediów?
5. Jak sposób zarządzania stacją, zmiany strukturalne i bezpieczeństwo pracy przekładają się na sytuację dziennikarzy stacji?
6. Czy dziennikarze utożsamiają się z marką TVP i jej zadaniami?

Odpowiedzi na powyższe pytania szukałam w opracowaniach naukowych, publikacjach, badaniach komercyjnych oraz wywiadach pogłębionych z dziennikarzami TVP SA, które prowadziłam w okresie zima 2015–lato 2017.

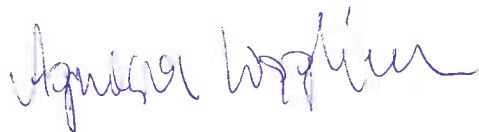
Agnieszka Kozłowska

W obszernym fragmencie badawczym prezentuję metodologię opartą na teorii ugruntowanej, uzasadniam grupę badawczą, formułuję hipotezy i charakteryzuję proces badawczy. Grupa 24 dziennikarzy TVP została wyselekcjonowana według wyraźnych kryteriów: pracowali w TVP SA przynajmniej przez 2 lata i w momencie przeprowadzania wywiadów byli nadal tam zatrudnieni. Szukałam osób w różnym wieku i o różnych specjalizacjach dziennikarskich. Zależało mi na różnorodności terytorialnej, dlatego moi rozmówcy pochodzili zarówno z różnych oddziałów terenowych, jak i Warszawy. Chciałabym dodać jeszcze, że niektórzy z moich rozmówców pracowali tak w Warszawie, jak i oddziałach terenowych. W badaniu jednej instytucji medialnej wyselekcjonowana grupa 24 osób jest wystarczająca do uzyskania wartościowego i obszernego materiału empirycznego. Wszystkie wywiady zostały zarejestrowane na nośnik cyfrowy i poddane transkrypcji. Każdy mój rozmówca został zakodowany.

W przypadku badania całej społeczności dziennikarskiej należałoby pracować zespołowo i na większej próbie, co miało już miejsce w badaniach dziennikarzy w Polsce, o czym piszę obszernie w tym samym rozdziale książki. Przeprowadzone badanie reprezentatywne pozwoliło mi wyodrębnić elementy misji, które wydają się najbardziej istotne w oczach dziennikarzy TVP SA, z którymi rozmawiałam. Uzyskany materiał usystematyzowałam w obrębie 11 kategorii, które prezentuję i rozważam w odniesieniu do rozdziałów teoretycznych. Kategorie wyodrębnione w badaniu odnoszą się do zadań misyjnych nadawcy publicznego, opinii moich respondentów oraz przeprowadzonych już wcześniej badań nad środowiskiem dziennikarskim, tak w Polsce, jak i na świecie.

W celu odpowiedzi na postawione powyżej pytania badawcze konieczne było usytuowanie badań własnych w adekwatnym kontekście teoretycznym. Bardzo istotne w moich badaniach nad dziennikarzami TVP SA było ich umiejscowienie w kilku szerokich perspektywach. Postaram się wyszczególnić wszystkie. Niezwykle ważna w procesie badawczym była dla mnie klasyfikacja systemów medialnych zaprezentowana przez Daniela C. Hallina i Paola Manciniego. Badacze skupili się na relacjach pomiędzy systemem politycznym i medialnym, wskazując na trzy modele, które wykształciły się w krajach demokratycznych – spolaryzowany pluralizm, demokratyczny korporacjonizm i model liberalny. W kontekście mediów publicznych badacze wyszczególnili cztery podstawowe modele zarządzania:

1. model rządowy – media są w tym modelu kontrolowane bezpośrednio przez rząd albo rządzącą większość,



2. model profesjonalny – media są autonomiczne w stosunku do państwa, przykładem tego modelu jest BBC,

3. model parlamentarny lub proporcjonalnej reprezentacji – w tym modelu kontrola jest podzielona proporcjonalnie pomiędzy partie polityczne,

4. model obywatelski lub korporacyjny – model ten wykazuje podobieństwa z parlamentarnym, jednak nadzór nad nadawcami przypada nie tylko partiom politycznym ale też grupom społecznym.

Klasyfikacja Hallina i Manciniego jawi mi się jako szczególnie ważna w niniejszej pracy, której celem jest m.in. analiza kreatywnych pracowników TVP SA, ponieważ punktem wyjścia w ujęciu Hallina i Manciniego jest dziennikarstwo jako zawód, a kierunek rozwoju systemu medialnego jest elementem komplementarnym. Ważnym elementem tak postrzeganego dziennikarstwa jest formacja dziennikarzy i normy zawodowe, co jak zaznaczyłam jest elementem składowym nadrzędnej tezy mojej pracy. W przypadku polskich mediów publicznych mamy korelację z modelem śródziemnomorskim lub inaczej spolaryzowanym pluralizmem. Choć klasyfikacja krajów postkomunistycznych wcale nie była taka oczywista i państwa te wykształciły różne modele, korzystając z odmiennych wzorów, na co także wskazuję w mojej pracy. Komplementarnie do koncepcji Hallina i Manciniego prezentuję różne klasyfikacje dziennikarstwa, a także inne, wybrane badania dziennikarzy, które przeprowadzono zarówno w Polsce, jak i na świecie. **Zdefiniowałam zawód dziennikarza w odniesieniu do funkcji, ról zawodowych, relacji z politykami i rynkiem**, a także kontaktów ze światem celebrytów oraz w relacjach z audytoriami. Rozważam też różne modele dziennikarstwa. Wszystkie te perspektywy służą udowodnieniu tezy nadrzędnej, konieczna jest do tego również adekwatna terminologia.

Zdefiniowałam ponadto media publiczne w różnych kontekstach: społecznym, politycznym, technologicznym i rynkowym, co jest bardzo istotne w kontekście odpowiedzi na pytanie 5. i 6. Wskazałam na konieczność rozszerzenia pewnych elementów misji i umieszczeniu nadawców publicznych w kontekście przemian technologicznych, a co za tym idzie rynkowych, co koreluje z tezą nadrzędną. Zadałam pytanie, czy pojęcie nadawcy publicznego winno być przededefiniowane, możliwe, że rozszerzone, podobnie jest z pojęciem misyjności? Wskazałam, że misja mediów publicznych nie jest zbiorem stałych zasad, ale dynamicznie się przekształca. Odpowiada ona na aktualne oczekiwania społeczeństwa, potrzeby wspólnoty oraz wykorzystuje nowe możliwości technologiczne. Wskazuję różne momenty w kształtowaniu się modelu mediów publicznych w Europie -- od monopolu przez deregulację i komercjalizację, po konwergentne, multiplatformowe, współczesne media

publiczne. Czy możemy nadal definiować, jako media publiczne, multimedialne platformy z wyselekcjonowanym zbiorem zawartości, mające wartość kulturalną bądź społeczną, które nie zawsze stanowią własność publiczną, często są inicjatywą prywatną lub społeczną? W swojej pracy udowadniam, że tak. **Udowodniłam**, że nowe możliwości technologiczne zmieniły nadawców publicznych, jednak przykłady nadawców brytyjskich, niemieckich bądź skandynawskich wskazują, że media publiczne z powodzeniem przenoszą się w obszar komunikacji nowomediowej – odpowiadam zatem częściowo na pytanie 4.

Aspekt społeczny misji nadawców publicznych uważam za szczególnie ważny w pracy, tak w części teoretycznej, jak i empirycznej. Przytaczam prace Paula Chadwicka, który porównuje nadawców publicznych do uniwersytetów, zwracając uwagę na podobną funkcję, system finansowania, archiwa etc. Sprawnie funkcjonujący nadawcy publicznie lepiej wypełniają zadania, zależy to jednak od stopnia ich autonomii. Istotne dla mnie są także rozważania Josefa Trappela dotyczące wartości społecznych w misji nadawców publicznych. Ważne w kontekście społecznym są rozważania Michała Głowackiego i Nico Carpentiera, którzy zaznaczają wagę relacji z audytoriami i wskazują na potrzebę zacieśnienia dialogu z odbiorcą i społecznej partycypacji. Istotny wkład w terminologię, którą posługuję się w dalszej części książki, wnosi Michael Shudson, wskazując, że zasadniczą funkcją mediów publicznych jest empatia społeczna rozumiana jako zdolność do reprezentowania odmiennych a czasem nawet wykluczających się punktów widzenia. Jest to rola mocno związana z terminami takimi jak: obiektywizm, odpowiedzialność, bezstronność etc. Bardzo ważną, również w kontaktach z audytoriami, jawi się funkcja kontrolna. Reprezentowanie wykluczonych, słabiej sobie radzących w przestrzeni nowoczesnego państwa, stanowi ważne zadanie misyjne. Jest wiele przykładów na to, jak media publiczne interweniują i wpływają na otoczenie polityczne i społeczne im wyższy jest ich stopień autonomii i bliższe relacje z odbiorcami, tym oddziaływanie jest bardziej efektywne, ta korelacja bezpośrednio wynika z tezy nadrzędnej.

Odnoszę ponadto misyjność mediów publicznych do koncepcji przemysłów kreatywnych, dla których punktem wyjścia były przemysły kultury. Postrzeganie mediów publicznych jako obszaru zależnego rynku zawiera się w zasadniczej tezie moich badań. Stanowi też, ważny element odpowiedzi na 4. pytanie ogólne. W tej części rozważań szczególnie istotne są dla mnie prace: Lucy Küng, Josefa Trappela, Marka H. Moore'a, Nicolasa Garnhama, Philipa Schlesingera etc. Jest to istotne zagadnienie ze względu na wagę kapitału ludzkiego w odniesieniu do przemysłów kreatywnych oraz postrzegania nadawcy publicznego jako nowoczesnego przedsiębiorstwa. Bez zdefiniowania przemysłów kreatywnych nie można

współcześnie definiować mediów publicznych. Medialne przedsiębiorstwa publiczne pełnią kluczową funkcję w demokracjach zachodnich, mam tu na myśli Wielką Brytanię, Niemcy czy kraje skandynawskie waloryzowane w klasyfikacji Hallina i Manciniego, mogą one zatem stanowić wzorzec dla innych systemów, w których dobre praktyki i standardy muszą dopiero zostać wypracowane.

W końcowej części pierwszego rozdziału zaprezentowałam model, w którym **wskazałam, jakim oddziaływaniom podlegają współczesne media publiczne w obszarze misyjności, są to oddziaływania o charakterze politycznym i rynkowym, skonkretyzowałam także ich przyczyny**. Warto pogłębić powyższe stwierdzenia, ma to pomóc w odpowiedzi na 6. pytanie badawcze o charakterze ogólnym. O tym, co jest misyjne, tak naprawdę decyduje wiele czynników, poszczególne elementy w pewnych obszarach się zazębiają, w innych nie są sobie tak bliskie. Odpowiedzialna polityka medialna powiązana z niezależnością polityczną i stabilny, odpowiedzialny oraz transparentny system gospodarowania finansami pozwalają osiągać bardziej niszowe cele misyjne, drogie i często mające niewielki zasięg działania artystyczne, kulturalne oraz równie drogie działania innowacyjne. Efektywne wydatkowanie środków publicznych to również bardzo ważne zadanie publiczne. Szczególnie istotnym elementem jest misja społeczna, często powiązana z kwestiami politycznymi, ponieważ jej wypełnienie to jeden z najszybciej widocznych rezultatów działania mediów publicznych. W zamknięciu pierwszego rozdziału **stwierdziłam, że redefinicja misji nie jest konieczna**, ważne jest raczej dostosowanie się publicznych przedsiębiorstw medialnych do wyzwań cywilizacyjnych, a takim jest rewolucja cyfrowa. Definiowanie misji, jej precyzyjna interpretacja i przełożenie na praktyczne działanie uzależnione jest od ustawodawcy i kadry zarządzającej przedsiębiorstw medialnych.

Szeroko zaprezentowany w pierwszym rozdziale kontekst teoretyczny pozwolił mi na udzielenie odpowiedzi na przytoczone powyżej pytania badawcze.

Celem drugiego rozdziału jest ukazanie, jakie modele mediów publicznych ukształtowały się w Europie. Materiał zaprezentowany w pracy pozwolił mi odpowiedzieć na pytania ogólne, w jakich aspektach TVP SA czerpie z wytycznych instytucji Unii Europejskiej i organizacji międzynarodowych oraz na ile TVP SA czerpie z doświadczeń innych telewizji publicznych w Europie? (pyt.1 i 2) Odpowiadam na nie tak w rozdziale drugim, jak i trzecim.

Polityka medialna Unii Europejskiej, także w zakresie mediów publicznych, opiera się na wielu dokumentach. Rada Europy i Komisja Europejska wyznaczają standardy polityki medialnej i współcześnie są to kwestie związane z gospodarką cyfrową i społeczeństwem

informacyjnym, co rozwinę poniżej. Jeśli chodzi o prawodawstwo, to kluczowe są Parlament Europejski i Rada Europejska. Przedstawiam w pracy najważniejsze dokumenty, które wyznaczają kierunek rozwoju mediów publicznych w Europie. Ważne w tym fragmencie były dla mnie same dokumenty oraz prace takich uczonych jak: Alicja Jaskiernia, Michał Głowacki i Ewa Stasiak-Jazukiewicz. Ważne w tej części są też dokumenty Europejskiej Unii Nadawców (EBU), takie jak *Vision 2020*, gdzie podstawową rekomendacją dla nadawców publicznych jest podniesienie poziomu kreatywności. Przekształcanie nadawców publicznych w przedsiębiorstwa kreatywne to wielkie wyzwanie.

Unia Europejska, która daje dużą dowolność w konstruowaniu mediów publicznych, i poszczególne jej kraje budują własne systemy. Opisywane w drugim rozdziale państwa są istotnymi przykładami w klasyfikacji Hallina i Manciniego i stanowią punkt odniesienia dla modelu, który ukształtował się w Polsce. **Udowodniłam**, zgodnie z założeniami twórców modelu, że system medialny danego kraju koreluje z jego systemem politycznym a media publiczne stanowią najistotniejszy element tego związku, co stanowi również rozszerzenie nadrzędnego założenia mojej pracy. Poszczególne państwa europejskie wykazują znaczne różnice w organizacji mediów publicznych, jeśli chodzi o status prawny. Odmiennie są także sposoby finansowania nadawców publicznych, ich pozycji na rynku medialnym, a także czynniki zewnętrzne, takie jak: model uprawianego dziennikarstwa, poziom kultury politycznej, definiowanie wolności słowa, popularność i wykorzystanie Internetu. Wszystkie kraje UE uznają jednak ważność mediów publicznych w budowaniu demokracji i propagowaniu nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego.

Przedstawiłam telewizje publiczne w Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji, ponieważ ukształtowane tam modele miały wpływ na budowanie mediów publicznych w naszym kraju. Wskazuję alternatywny model skandynawski, do którego odnosi się także postkomunistyczna Estonia. Z krajów postkomunistycznych charakteryzuję również media publiczne na Węgrzech i w Czechach, ze względu na realne zagrożenia oligarchią w ich systemach medialnych oraz podobne do Polski doświadczenia w przekształcaniu systemu politycznego. Prezentuję również przeciwstawny, w zasadzie patologiczny biegun funkcjonowania nadawców publicznych, jakim jest Grecja. Szeroki kontekst europejski w mojej pracy ma pokazać, że współcześnie media narodowe poszczególnych krajów UE, mimo że działają w różnych systemach, podlegają podobnym oddziaływaniom technologicznym, rynkowym, politycznym i społecznym. Udowodniłam, że upolitycznienie mediów publicznych w krajach postkomunistycznych dotyka nie tylko Polski, ale także Czech i Węgier. Nie można polskich mediów publicznych rozpatrywać bez europejskiego

kontekstu, także ze względu na prawodawstwo unijne, które oddziałuje na rodzimych nadawców publicznych, stanowi to w mojej pracy ważny wątek zasygnalizowany także w nadrzędnej tezie. Wskazuję na momenty, kiedy Polska musiała dostosować swoje prawodawstwo do wymogów europejskich. **Sklasyfikowałam Polskę, zgodnie z badaniami Hallina i Manciniego, Karola Jakubowicza i Bogusławy Dobek-Ostrowskiej jako kraj modelu śródziemnomorskiego, czyli spolaryzowanego pluralizmu.**

W trzeciej części książki przedstawiam polskie media publiczne w otoczeniu politycznym i prawnym. Wychodzę od dziedzictwa PRL i przechodzę do charakterystyki trudnego procesu transformacji z modelu komunistycznego w liberalną demokrację, co stanowi odpowiedź na 4. pytanie ogólne. **Wykazałam, że system mediów publicznych, który kształtował się w Polsce od 1989 r. jest efektem działań klasy politycznej, tak w obrębie kultury politycznej, jak i obszarze ustawodawczym, są to istotne składowe tezy nadrzędnej.** Oba wyżej wymienione elementy determinują z dzisiejszy stan TVP SA, która nie wpracowała naprawdę znaczących regulacji wewnętrznych w dziedzinie zadań publicznych a także systemu formacji dziennikarzy. Punktem kulminacyjnym w procesie kształtowania się mediów było uchwalenie Ustawy o radiofonii i telewizji, która określa system medialny. Ważnymi elementami, które oddziałują na TVP SA, są siły polityczne a ich instrumentem jawią się instytucje regulujące, takie jak: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji i Rada Mediów Narodowych. Drugim istotnym elementem jest rynek komercyjny, do którego zaliczam też media społecznościowe. Media ze strony polityków, czasem bezpośrednio, czasem za pośrednictwem regulatorów, podlegają mechanizmom polityzacji. **Wykazałam, analizując poszczególne realizowane przez lata przekształcenia systemu zamkniętego w liberalną demokrację, iż kolejne nowelizacje Ustawy o radiofonii i telewizji, przyczyniły się do tego, że polityzacji mediów publicznych pogłębił się, wynika to z braku kultury politycznej.** Wskazałam ponadto, że w kontekście wymienionych przez Zbigniewa Oniszczyka relacji łączących media masowe ze sferą polityki: mediatyzacji, symbiozy i polityzacji, w przypadku TVP SA do czynienia z tą ostatnią. Jest to odpowiedź na pytanie 5. o charakterze ogólnym. Analizuję w tym rozdziale, jakie miejsce zajmują media publiczne w programach poszczególnych formacji politycznych w Polsce, wskazuję, że media publiczne stanowią cenną przestrzeń wpływu społecznego dla poszczególnych partii, odnosząc się w tym aspekcie do tezy nadrzędnej. Odniosłam także moje badania do poziomu kultury politycznej w Polsce. Zdefiniowałam termin i wskazałam na bardzo niski poziom kultury politycznej w Polsce i stwierdziłam, że poziom kultury politycznej implikuje instrumentalne

traktowanie nadawców publicznych przez klasę polityczną w naszym kraju, jest to także jeden z elementów nadrzędnej tezy niniejszej pracy.

Scharakteryzowałam strukturę zarządczą TVP SA po ostatniej nowelizacji Ustawy, która miała miejsce w 2016 r. **Wykazałam ponadto**, że nowelizacje ustaw przeprowadzone przez poszczególne gabinety i postępująca polityzacja zbliżają polskie media publiczne do modelu rządowego w ujęciu mediów publicznych przez Hallina i Manciniego. Stanowi to dalszą część odpowiedzi na pytanie 5. o charakterze ogólnym. Nowelizacje tego aktu prawnego przeprowadzane przez rządy poszczególnych ugrupowań politycznych miały na celu jeszcze silniejsze uzależnienie nadawców publicznych od klasy politycznej w Polsce, wyższy stopień ich autonomii byłby niekorzystny dla partykularnych, doraźnych celów partii politycznych

Oddziaływanie ze strony rynku przejawia się bardzo wyraźnie w takich zjawiskach jak komercjalizacja i tabloidyzacja, które wynikają w dużej mierze z braku regulacji wewnętrznych TVP SA oraz modelu finansowania. Są to zasadnicze konteksty, w których przedstawiam współczesną TVP SA. Wskazuję też na zmieniający się stosunek społeczeństwa do TVP SA oraz gwałtowne zmiany kadrowe w stacji, które miały wpływ na jej wizerunek oraz bezpieczeństwo pracowników, co daje pełniejszą odpowiedź na pytanie 5. o charakterze ogólnym.

Czwarty rozdział jest najbardziej obszerny ze względu na badawczy charakter. Prezentuję różne klasyfikacje dziennikarstwa, a także wybrane badania dziennikarzy, które przeprowadzono zarówno w Polsce, jak i na świecie. W tym rozdziale odpowiadam na pytania badawcze o charakterze szczegółowym. Definiuję zawód dziennikarza w kontekście funkcji, ról zawodowych, relacji z politykami i rynkiem, a także kontaktów ze światem celebrytów oraz w relacjach z audytoriami. Rozważam też różne modele dziennikarstwa.

Kolejna część rozdziału jest już zdecydowanie empiryczna. Celem tego fragmentu jest odpowiedź na 1. pytanie o charakterze szczegółowym. Na podstawie zebranych wcześniej materiałów naukowych i analizy wywiadów wyszczególniłam kategorie tematyczne. Takie działanie wpływało z zastosowanej w pracy badawczej teorii ugruntowanej, bardzo pomocnej w przypadku analizy wywiadów pogłębionych. Wyszczególniłam ze zgromadzonych danych 11 kategorii i w oparciu o nie poprowadziłam analizę.

Założyłam, że tworząc zawartość różnych programów dziennikarze TVP SA mają świadomość zadań misyjnych, ale nie potrafią ich sprecyzować. Jak wskazałam powyżej, TVP SA ma problem ze zdefiniowaniem misji, powołuje się na przepisy ustawy a tak naprawdę interpretuje jej wskazania bardzo dowolnie, jak wskazałam są nieprecyzyjne. Potrzeba regulacji wewnętrznych, jest bardzo istotna, choć istnieją pewne dokumenty

wewnętrzne, są one bardzo szkicowe i mało znane pracownikom. Istotne dla mnie jest, czy dziennikarze TVP zastanawiają się nad misyjnym aspektem programów i w jakim stopniu, co uzasadnia ich zadaniem konieczność istnienia stacji publicznej? Ważnym czynnikiem, do którego warto się odnieść, jest stosunek do odbiorcy, jego postrzeganie i zasady postępowania z nim. Warto zastanowić się, czy istnieją pewne wspólne kategorie, które moi rozmówcy wskazali i którymi kierują się w pracy dziennikarskiej, a które łączą się z przedstawionymi w powyższych rozważaniach zadaniami nadawcy publicznego. Bardzo istotne wydaje mi się, czy w pracy dziennikarza TVP byłby potrzebny katalog zasad z przykładami ich interpretacji, czy dziennikarzom brakuje takich materiałów? Interesowały mnie również możliwości szkoleń dla dziennikarzy i międzypokoleniowy transfer umiejętności oraz wartości, a także bariery między generacjami i ich źródła. Bardzo ważna dla mnie jest także kwestia zawartej w nadrzędnej tezie bazy autonomii dziennikarskiej, rozumianej zarówno w kontekście politycznym, jak i rynkowym, część badawcza wpisuje się wyraźnie w nadrzędną tezę tej pracy.

Wyszczególnione kategorie dają odpowiedź, jak dziennikarze rozumieją zadania misyjne. Zauważyłam, że ważnym elementem misji wskazywanym przez moich rozmówców jest **różnorodność**. Mam na myśli różnorodność tematyczną, gatunkową lub społeczną, polityczną, różnorodność funkcji dziennikarza, ponadto obszarową a nawet technologiczną. Kolejne ważną kategorią jest **obiektywizm** albo rzetelność i dążenie do prawdy, uczciwa selekcja informacji, które to pojęcia się zazębiają, co ukazę w dalszym toku analizy. Istotna także i definiująca cały zawód, a nie tylko nadawców publicznych, jest **odpowiedzialność dziennikarska**. Następną kategorią jest **edukowanie** a nawet kształtowanie odbiorcy. Jeszcze inną kategorią wyłonioną z badań jest możliwość udziału w przedsięwzięciach ogólnopolskich a nawet globalnych, które wywołują **poczucie wspólnoty**. Ważną kategorię stanowi dla dziennikarzy **identyfikacja z firmą** (TVP SA), bezpieczeństwo zatrudnienia i komfort pracy oraz kodyfikacja zasad. Istotne w zawodzie dziennikarza wydają się **relacje międzypokoleniowe, transfer wiedzy i kompetencji** a także bariery międzypokoleniowe. Wiąże się z tym jeszcze jedna **kategoria zmiany – technologicznej**. Kolejne kategorie – **kreatywność** i wysoki poziom pracy – korelują się ze zmianą technologiczną. Dziennikarze obszernie mówili także o zjawiskach negatywnych, które również skategoryzowałam, są to dwie kategorie: **tabloidyżacja i komercjalizacja** (te dwa pojęcia łączą się w jedną kategorię) oraz **polityzacja**.

W wyniku przeprowadzonej analizy wywiadów wykazałam, jakie procesy z tych, które obecnie zachodzą w mediach w Polsce, Europie i na świecie, są przez dziennikarzy

identyfikowane. Ważne są też wnioski dotyczące procesów, zarówno długotrwałych, jak i tych, które dzieją się od niedawna i są ważne dla kształtu stacji. Głos dziennikarzy jest istotny, ponieważ pochodzi z jądra systemu mediów publicznych, a dzięki temu pomaga zrozumieć determinanty, którym podlegają media i może zainspirować do podjęcia prób zmiany. Moje rozważania zamykam cezurą czasową, którą jest sierpień 2017 r. **W toku moich badań ustaliłam,** że przygotowując zawartość różnych programów dziennikarze TVP SA, z którymi prowadziłam wywiady pogłębione, mają świadomość zadań misyjnych, co stanowi ważną składową odpowiedzi na 2. pytanie badawcze. W sposobie myślenia dziennikarzy, których zbadałam, misja łączy się najczęściej z kwestiami społecznymi. Interwencyjna funkcja mediów jest dla nich tym, co najmocniej legitymizuje ten zawód, nadaje też w jakiejś mierze sens pracy dziennikarza, uwidacznia się to szczególnie lokalnie. **Zauważyłam brak sprecyzowanych zasad, które określają, co jest elementem misji, a co stanowi nadużycie pojęcia.** Z jednej strony dziennikarze wskazują, że właściwie każda forma przekazu może być uznana za wypełnianie zadań publicznych, wyznacznikiem jednak powinny być jakość i dobry smak. Oba te pojęcia można interpretować bardzo subiektywnie, a brak odpowiedniej wykładni sprzyja dowolności. Dziennikarze, moi rozmówcy, rozumieją, że w pracy mediów publicznych ważna jest różnorodność, pluralizm, odpowiedzialność, edukacja itp. Realizują te zadania, rozumieją ich wagę, jednak wydaje się, że kwestia tego, jak stacja wspiera te działania, wygląda dość ambiwalentnie. Jest to ważny aspekt odpowiedzi na pytanie 1. o charakterze szczegółowym.

Warto zwrócić uwagę na kilka spraw, takich jak stosunek do odbiorcy – obywatela – płatnika abonamentu, stosunek do decydentów politycznych i relacje z samymi władzami stacji, te wszystkie kwestie są bezpośrednio skorelowane z nadrzędną tezą mojej pracy. Odbiorca to ktoś, kto zadaniem moich rozmówców zasługuje na szacunek, kogo trzeba traktować odpowiedzialnie i odpowiadać na jego potrzeby. Jednak odbiorca może też być uciążliwym petentem, klientem oraz kimś, kto uporczywie uchyla się od płacenia zobowiązań abonamentowych. Odbiorcę należy edukować, a może nawet oddziaływać na niego. Wypowiedzi dziennikarzy, niektóre wprost a niektóre pośrednio, wskazują na taki właśnie stosunek do odbiorców.

Dziennikarze mediów publicznych, którzy udzielili mi wywiadów, stawiają siebie samych i swoją stację w opozycji do działań komercyjnych. Widzą w istnieniu mediów publicznych ważny element w walce z dziennikarstwem tabloidowym, memetyzacją i komercjalizacją. Nie da się jednak ukryć, że dostrzegają również wielkie wyzwanie, jakim jest traktowanie

instytucji publicznej jako przedsiębiorstwa, organizacji gospodarczej, co bezpośrednio przekłada się na tzw. optymalizację kosztów.

Politycy to zupełnie inna kwestia, do której właściwie nie sposób się nie odnieść. **Na podstawie badań sformułowałam wniosek, iż zdaniem dziennikarzy to klasa polityczna jest odpowiedzialna za sytuację w telewizji publicznej.** Z wywiadów przebija rozczarowanie decydentami politycznymi oraz świadomość silnej od nich zależności, co założyłam na samym początku moich badań i widać to również w analizie teoretycznej. Dziennikarze pamiętają, że PO w osobie Donalda Tuska mówiła o archaiczności płacenia abonamentu, pamiętają zwolnienia z 2014 r. Najbardziej na złą ściągalności abonamentu cierpią spółki regionalne TVP SA, ponieważ to one są z niego finansowane. Moi rozmówcy byli też świadkami zmian a nawet czystek kadrowych, po wyborach w 2015 r. i zmianie władz stacji. W wywiadach prowadzonych w latach 2016–2017, a jest ich więcej, dziennikarze między wierszami mówili o atmosferze zagrożenia po zmianie. Jednak należy dodać, że podobna atmosfera towarzyszyła działaniom outsourcingowym, **zatem stwierdziłam, że dwie najważniejsze siły, które w ostatnich latach sprawowały władzę w Polsce, są równorzędnie odpowiedzialne za sytuację dziennikarzy w TVP SA – tak wynika z wypowiedzi moich rozmówców.** Stanowi to odpowiedź na pytanie 5. o charakterze szczegółowym. Instrumentalny stosunek polityków wszystkich opcji politycznych do TVP SA został szczególnie zauważony przez dziennikarzy. Wygląda na to, że politycy wszystkich opcji w teorii wiedzą, jak mają działać media publiczne i na poziomie programu zgłaszają właściwe postulaty, jednak po dojściu do władzy kontynuują sposób działania poprzedników. **Stwierdziłam ponadto, że jeśli chodzi o decydentów w TVP SA, to moi rozmówcy obwiniają ich o chaos w zarządzaniu stacją,** schlebienie rządzącym i brak pomysłu na sprawny system mediów publicznych w Polsce. Ja dodałabym jeszcze brak kompetencji i zrozumienia dla trendów rozwoju współczesnych mediów publicznych, choć i te aspekty widzą niektórzy dziennikarze.

Dziennikarze TVP SA z wielkim szacunkiem wypowiadają się w wywiadach o tych, którzy byli ich nauczycielami i mentorami, czyli o starszych pokoleniach, jest to jeden z ważniejszych elementów formacji dziennikarzy, która jest składową tezy nadrzędnej. Uwidacznia się jednak odmienny stosunek do nowych technologii, reprezentowany przez dziennikarzy młodszego, starszego i średniego pokolenia, i mała świadomość tendencji rozwojowych rynku medialnego, szczególnie u tych starszych. Starsi dziennikarze nie zawsze doceniają potencjał platform, za pomocą których mogą być emitowane ich programy.

Zauważyłam, że dziennikarze, którzy udzielili mi wywiadów, sprawnie korzystają z nowych technik komunikowania i w zdecydowanej większości nie jest to zależne od ich wieku. Jest to zatem grupa, która ma dużą zdolność adaptacji. Niektórzy moi rozmówcy wskazywali na fakt, jak znacząco rewolucja technologiczna wpłynęła na zawody: dziennikarzy informacyjnych, reportażyistów, dokumentalistów, montażystów, operatorów, oraz na narodziny nowej profesji – operatora serwisu internetowego. Te stwierdzenia stanowią odpowiedź na pytanie 4. o charakterze szczegółowym.

Bardzo istotny wydaje mi się w pracy dziennikarza TVP SA katalog zasad z przykładami ich interpretacji, dobrych praktyk, albo (przynajmniej) system szkoleń dotyczących rozumienia zadań publicznych. Wypracowane w czasie regulacje wewnętrzne i system szkoleń to także istotne elementy formacji dziennikarzy, to zasadnicze elementy nadrzędnej tezy niniejszej pracy. Dwóch z moich rozmówców twierdziło, że jest taki katalog, jednak nie pokazali mi go. Inni mówili, że nic takiego nie ma. Decydenci, ale też pracownicy TVP SA, często popełniają w związku z tym błędy, kopiując np. zadania brytyjskie bądź francuskie, bez rodzimego kontekstu, a to może być po prostu nieadekwatne do potrzeb. Być może warto byłoby przygotować przykłady dobrych praktyk w mediach publicznych, a jeżeli już istnieją, to bardziej je rozpropagować oraz sprecyzować standardy. Samo wymienienie zasad to za mało. Dziennikarze rzadko są szkoleni, szczególnie ci, którzy reprezentują młodsze pokolenie. System szkoleń jest ważnym elementem przedsiębiorstwa kreatywnego, wypracowywania własnych regulacji, w TVP SA jest tego niewiele.

W wypowiedziach moich rozmówców zauważyłam potencjał kreatywny dziennikarzy. Zaznaczam, że nie rozmawiałam z tzw. „gwiazdami” TVP, tylko z dziennikarzami dużo mniej widocznymi, choć kilku moich rozmówców jest bardzo rozpoznawalnych. Warto jednak podkreślić, że praca tych właśnie ludzi buduje markę TVP SA. W związku z tym pozwolę sobie na smutną konstatację, która towarzyszyła każdej z moich rozmów – z winy decydentów na różnych szczeblach, przez biurokrację i skostniałą strukturę TVP SA marnuje potężny kapitał ludzki, który posiada. Entuzjazm dziennikarzy, ich pasja do pracy oraz inwencja poznawcza i twórcza nie są odpowiednio pożytkowane na rzecz wspólnego dobra. Potencjał kreatywny dziennikarzy jest zwyczajnie marnowany, co daje odpowiedź na 3. pytanie o charakterze szczegółowym.

Stwierdzam, że dziennikarze, z którymi rozmawiałam, zdają sobie sprawę, że media publiczne w Polsce mają wpływ na społeczeństwo oraz system polityczny. Ich zasięg terytorialny jest szczególnie znaczącym atutem.

Udowodniłam w pracy, że Polski model mediów publicznych kształtuje się od początku przemian demokratycznych w naszym kraju, czyli od 1989 roku. Polski system polityczny ulegał przekształceniom z komunizmu w liberalną demokrację. To, co się stało w Polsce i innych krajach postkomunistycznych, nie miało precedensu, trzeba było na nowo odtworzyć niezależne media i wykształcić dziennikarzy. Nie da się ukryć, że założenie przekształcenia mediów komunistycznych w liberalne było słuszne, wolny rynek idei jest jedną ze składowych demokracji. Jest to ważna konstatacja w kontekście pytań ogólnych pytań badawczych 1,2i 4. Tak naprawdę, efektywność działania i wypełnianie misji nie zależy od tego, do którego modelu przyporządkujemy nadawcę, tylko od mechanizmów, które go chronią w systemie politycznym, to stwierdzenie wiąże się bezpośrednio z nadrzędną. W każdym z systemów badanych przez Hallina i Manciniego mamy takie, które funkcjonują prawidłowo, czyli media publiczne silne i niezależne, oraz systemy patologiczne, chwiejne i słabe. Zauważam, że Polska coraz bardziej zbliża się do tej drugiej grupy. W kwestii zaleceń płynących z instytucji Unii Europejskiej w obszarze mediów publicznych Polska podejmuje bardzo nieudolne działania. TVP SA trudno dziś nazwać innowacyjnym i kreatywnym przedsiębiorstwem, raczej – choćby w relacjach jej pracowników – przypomina zbiurokratyzowany i scentralizowany moloch.

Wskazuję, że kłopoty TVP SA odzwierciedlają te problemy, z którymi boryka się nasz kraj. W Polsce relacje między politykami a mediami zależą do aktualnych uwarunkowań, nie reguluje ich ustawa ani wewnętrzne przepisy. Jeżeli brać pod uwagę trzy paradygmaty relacji pomiędzy politykami a mediami: udział we władzy, instrumentalizację, niezależność i symbiozę, to media publiczne w Polsce są traktowane instrumentalnie przez polityków, niezależnie od opcji. Ułomny system finansowania TVP SA wydaje się być na rękę rządzącym, mogą oni wspierać nierentowny konglomerat, jakim są media publiczne subsydiami z budżetu, co miało niejednokrotnie miejsce. **Stwierdzam, iż TVP SA jest przedsiębiorstwem zależnym, ale w małym stopniu od płatników abonamentu, a w większym od decydentów politycznych.** Nie takie były pierwotne założenia Ustawy o radiofonii i telewizji i powyższe stwierdzenie stanowi odpowiedź na 1. pytanie o charakterze szczegółowym. W kwestii zarządzania stacja jawi się jako twór wysoce archaiczny, scentralizowany, hierarchiczny i opornie przyjmujący innowacje, stanowi to odpowiedź na 3. pytanie szczegółowe. W roku 2017 decyzją prezesa stacja umożliwiła swoim abonentom darmowy dostęp do zdigitalizowanych archiwów. Jest to świetny ruch, jednak rodzi się pytanie, dlaczego tak późno, skorow 2014 r. w raporcie EBU „Vision 2020” była to jedna z rekomendacji dla nadawców publicznych.

Badanie dziennikarzy TVP SA wskazuje, że dziennikarze, z którymi rozmawiałam, traktują w większości pracę jako pasję i misję. Jednak nie wykazują zrozumienia istoty pracy w instytucji publicznej. Wynika to z błędów na poziomie ustawodawczym, chaosu w zarządzaniu TVP SA oraz dominacji niestabilnych form zatrudnienia. Sam stosunek władz stacji wobec pracowników, niezależnie od ich politycznej proweniencji, budzi duże zastrzeżenia. Zwolnienia doświadczonych dziennikarzy w latach 2016-17 i wcześniejsze ich pozbywanie się, nazwane outsourcingiem, wskazują na brak szacunku władz stacji i polityków do kapitału ludzkiego w TVP SA.

Działania outsourcingowe były motywowane złą sytuacją finansową stacji, podobne źródło mają subsydia rządu PiS, nazywane kredytem. Oba te działania nie rozwiązują problemu, który jest spowodowany w dużej mierze niesprawnym poborem abonamentu. Takie problemy w Wielkiej Brytanii rozwiązano już w latach 90. ubiegłego wieku, o czym pisałam w rozdziale drugim. Decydentom w Polsce nie spieszy się jednak do zastosowania sprawdzonych, długofalowych rozwiązań, pomimo że mają doskonale europejskie przykłady. W poborze abonamentu pośredniczy Poczta Polska, która jest także spółką skarbu państwa, zmiana byłaby dla niej niekorzystna. W tym aspekcie przejawia się również zawarte w tezie nadrzędnej oddziaływanie ze strony polityków. Utrzymanie słabych i zależnych mediów publicznych leży w interesie klasy politycznej, ponieważ mamy do czynienia z następną spółką skarbu państwa. Stanowi to dowód na analizowany w tej pracy niski poziom kultury politycznej. Przynosi to jednak bardzo negatywne efekty zarówno dla mediów, jak i widzów, a długofalowo także dla polityków.

Obecni odbiorcy obserwują poziom upolitycznienia mediów publicznych i czują się etycznie zwolnieni z obowiązku abonamentowego. Część odbiorców nie płaci oczywiście dlatego, że nie musi, i nie ma żadnych etycznych dylematów, co skonstatował doświadczony dziennikarz TVP SA, z którym rozmawiałam. Jednak to, że TVP SA ma tak złe notowania w społeczeństwie i cieszy się niskim zaufaniem, na co wskazywałam w części drugiej niniejszej książki, daje argument przeciwnikom płacenia abonamentu. Na dodatek sytuacja ta, która ciągnie się latami, jest argumentem przeciw takiemu sposobowi finansowania mediów. Niektóre formacje polityczne, o czym także pisałam, rekomendują finansowanie z budżetu państwa, co przy polskim poziomie kultury politycznej i upartyjnienia instytucji oraz spółek publicznych gwarantuje utrzymanie słabych i zależnych mediów publicznych.

Zauważyłam, że problemem TVP SA, na co wskazuje literatura, analiza źródeł, a także badanie, jest komercjalizacja. Jest to także zawartość pytania 5. i 6. o charakterze ogólnym. Komercjalizacja nie wynika jedynie z siły prasy tego rodzaju, ale też supremacji

Internetu, w którym dominuje wyrazisty i skrótowy przekaz, nie tylko w obszarze politycznym, ale i społecznym. W tym wypadku stabilne finanse i wyszkolona kadra dziennikarska także stanowiłyby antidotum. Oczywiście to bardzo dobrze, że wymaga się od pracowników TVP SA oszczędności. Jednak, jeżeli chcemy otrzymać twórczą, innowacyjną, atrakcyjną i nowoczesną zawartość programową, potrzebne są inwestycje. Mam tu na myśli inwestycje technologiczne, do których stacja jest zobligowana przez UE i członkostwo w organizacjach międzynarodowych. Widać wyraźnie, że dziennikarzom potrzeba szkoleń, czasem tych fundamentalnych, czasem warsztatowych. Z rozmów przeprowadzonych na potrzeby tej książki wynika, że dziennikarze silnie odczuwają taką potrzebę. Misja TVP SA to dla nich kilka haseł z ustawy, brakuje debaty w środowisku, brakuje dialogu z widzami. Widzowie winni wiedzieć, na co płacą abonament, bo jak dotąd taka opłata obowiązuje. Wewnętrzne regulacje w tej dziedzinie nawet powstały, ale nie są znane większości moich rozmówców, a tym bardziej odbiorcom, te aspekty także zawierają się w tezie nadrzędnej.

Wyraźnie wykazałam, że na obecny kształt stacji wpłynęły nowe technologie, co stanowi odpowiedź na pytanie szczegółowe 4. Media społecznościowe są już uznaną przestrzenią dyskusji politycznej i społecznej. W dokumentach TVP SA nie ma słowa, jak jej pracownicy mają poruszać się w tym obszarze, czy na Twitterze są osobami prywatnymi czy reprezentantami stacji. Dziennikarze chętnie korzystają z udogodnień rewolucji technologicznej, jednak na ogół robią to intuicyjnie, „na wycucie”. Nie wszyscy dziennikarze starszego pokolenia doceniają znaczenie nowych technologii na dzisiejszym rynku medialnym, jest to także widoczne w przeprowadzonym badaniu. Dziennikarze niezależnie od pokolenia potrafią jednak posługiwać się nowymi technologiami, choć w wywiadach pojawiły się stwierdzenia, że młodzi są w tym bardziej sprawni.

Badania jakościowe nad grupą zawodową dziennikarzy TVP SA mają charakter pionierski. Niezwykle wartościowe badania tej stacji prowadzone przez takich politologów jak: Bogusława Dobek – Ostrowska, Dorota Piontek, Michał Głowacki miały albo charakter ilościowy albo koncentrowały się na przekazie. Dziennikarze, tak jak udowodniłam, stanowią jądro systemu mediów publicznych, dlatego są tak istotni w diagnozowaniu kondycji nadawcy. Analiza polskiego nadawcy publicznego w perspektywie transformacji ustrojowej, jej efektów, wzajemnych oddziaływań pomiędzy mediami a otoczeniem polityczno - gospodarczym uzupełniona o jakościowe badania dziennikarzy stanowi przedsięwzięcie nowatorskie i jest unikatowym wkładem w nauki o polityce.

Wnioskuje zatem, że wypracowanie systemu stabilnych finansowo i niezależnych mediów publicznych w dłuższym okresie oddziaływałoby bardzo pozytywnie na polską demokrację. Osiągnięcie powyższego efektu wymagałoby jednak inicjatywy politycznej o charakterze długofalowym a poziom świadomości polskiej klasy politycznej na temat wagi mediów publicznych jest bardzo niski. Media publiczne traktują oni jak *lup polityczny*, wg. określenia Katarzyny Pokornej-Ignatowicz, nie widzą w związku z tym konieczności rzeczywistej reformy systemu. Inicjatywa zmiany analizowanego nadawcy nie wychodzi także od kadry zarządzającej, która uwikłana jest w relacje polityczne i biznesowe. Stacja pozostaje zatem w silnej zależności od otoczenia społeczno-gospodarczego i aktorów politycznych, tak w zakresie regulacji zewnętrznych, jak i kwestiach kadrowych. W systemach medialnych, które funkcjonują sprawniej antidotum na brak autonomii mediów publicznych stanowi system skodyfikowanych regulacji wewnętrznych, który określa standardy pracy dziennikarzy i wydawców. W TVP SA istnieją takie standardy, nie funkcjonują one jednak w praktyce, nie są znane, wdrażane i egzekwowane, ani wśród dziennikarzy, co wykazało badanie, ani tym wśród bardziej odbiorców. Mało jest również szkoleń dziennikarzy w zakresie standardów i warsztatu. Wszystkie wyżej wymienione elementy budują nadrzędną tezę mojej pracy.

Ważną implikacją do podjęcia długofalowych inwestycji w obszary nowych technologii, i stworzenia oferty naprawdę multiplatformowej, spersonalizowanej, a co za tym idzie uwzględniającej potrzeby różnych grup społecznych byłaby stabilizacja finansowa. Osiągnięcie tego celu wymagałoby zmiany regulacji prawnych np. w sprawie abonamentu, a te – choć zapowiadane przez poszczególne gabinety – nigdy nie weszły w życie. Niestabilna sytuacja finansowa TVP SA pogłębia zależność od sprawujących władzę, co oddziałuje wyraźnie na przekaz medialny.

Stabilne i niezależne media publiczne, dobrze radzące sobie z wyzwaniami technologicznymi mogłyby stanowić rzeczywistą platformę dialogu z obywatelami – odbiorcami. Mogłyby stanowić także pomost między pokoleniami, mniejszościami, czy grupami społecznymi, budować postawy obywatelskie czyli wypełniałyby misję publiczną. Potrzebni są to tego jednak świadomi decydenci, tak ustawodawcy, jak i kadra zarządzająca.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych (artystycznych).

W pracy naukowej staram się koncentrować na zagadnieniach z obszaru komunikacji politycznej, szczególnie interesuję się mediami publicznymi, nowymi mediami, rolą

dziennikarza w konflikcie zbrojnym oraz badania z zakresu marketingu internetowego oraz Big Data. W moich publikacjach przeważa jednak tematyka związana z mediami publicznymi w różnych systemach politycznych i medialnych (13 publikacji).

Badania prowadziłam w Polsce i krajach anglosaskich. W 2007 r. wydałam monografię *Brytyjski model mediów publicznych*, która była uaktualnioną i rozszerzoną wersją rozprawy doktorskiej. W roku 2016, wspólnie z Bogusławem Węglińskim opublikowałam monografię *Szkocja po dewolucji – państwo, bezpieczeństwo, media*, która ukazała się nakładem Oficyny Wydawniczej Atut. Jest to kolejne znaczące osiągnięcie naukowo badawcze. Praca jest też wynikiem mojego pobytu na stażu w Glasgow oraz realizacji dwóch grantów statutowych finansowanych przez MNiSW. Celem naukowym książki jest studium dewolucji w Szkocji ze szczególnym uwzględnieniem dwóch aspektów: bezpieczeństwa i mediów. Ustawa Dewolucyjna rozgranicza obszary zarezerwowane dla władz brytyjskich (*reserved matters*) i obszary zdewoluowane (*devolved matters*). Media i bezpieczeństwo podlegają władzom w Londynie, nie oznacza to jednak, że nie podlegają dewolucji. W pracy rozważamy, które z pól zarezerwowanych dla władz centralnych również dotyka ten proces. Jest to właśnie zasadnicza przyczyna zainteresowania wyżej wymienionymi elementami systemu. Wskazujemy w naszej pracy, że Wielka Brytania powoli przekształca się z państwa unitarnego o wysokim stopniu centralizacji w quasi-federację odrębnych, autonomicznych terytoriów. Udowadniamy ponadto, że Szkocja w procesie dewolucji wykształciła odrębny system polityczny, choć nadal pozostaje częścią Zjednoczonego Królestwa.

W pierwszej części naszej pracy skupiamy się na systemie politycznym postdewolucyjnej Szkocji, którego w naszym przekonaniu, nie można i chyba długo jeszcze ten stan rzeczy pozostanie, oddzielić od Wielkiej Brytanii. Zauważamy, że szkocki system polityczny wykazuje liczne cechy autonomiczne, które były zauważalne jeszcze przed zinstytucjonalizowaną dewolucją. Wskazaliśmy, jak odrębny model edukacji, kościół prezbiteriański i oddzielny rynek prasowy budowały szkocką tożsamość i jak ona się cały czas kształtuje. W polskiej politologii trudno znaleźć właściwy termin, który oddałby charakter bytu państwowego Szkocji. Staraliśmy się odpowiedzieć na pytanie, czy Szkoci to naród, nacja, czy jeszcze innego rodzaju wspólnota? Próbowaliśmy ustalić nomenklaturę dla Szkocji w znaczeniu administracyjnym. Czy jest to już jeden z krajów federacji, czy terytorium autonomiczne, czy może posiadający specjalne prawa region? Uznajemy bezsprzecznie, że zainicjowanie procesu dewolucji, dyskusja o niej przyniosła zasadnicze zmiany jeśli chodzi o tożsamość narodową Szkotów. Należy dodać, że dyskusję animowała

szkocka prasa, którą postrzegamy, jako ważnego gracza w procesie autonomizacji. Szkocki system polityczny bardzo trafnie definiuje termin Lijpharta – demokracja konsensualna. Szkocja posiada proporcjonalną ordynację wyborczą oraz własny system partyjny, którego cechą jest współdziałanie rządu, partii politycznych z przedstawicielami społeczeństwa, grupami interesów i innymi nieinstytucjonalnymi aktorami.

Zwróciliśmy uwagę na trzy bardzo istotne wydarzenia w postdewolucyjnej Szkocji, czyli Referendum Niepodległościowe (2014 r.), wybory do Westminsteru (2015 r.) oraz Referendum Europejskie (2016 r.). Te właśnie wydarzenia w dużej mierze warunkują kształt mediów w Szkocji oraz wpływają na założenia systemu bezpieczeństwa. Szkocja pozostała częścią Zjednoczonego Królestwa i jak wskazują wyniki Referendum Europejskiego stanowi również element Brexitu. Może to wywołać nasilenie się nastrojów separatystycznych, może prowadzić do następnych plebiscytów. Na ważnego gracza nie tylko w szkockiej ale i brytyjskiej perspektywie wyrosła Szkocka Partia Narodowa (SNP), która odebrała prymat innym ugrupowaniom najpierw na poziomie narodowym a później państwowym. System partyjny postdewolucyjnej Szkocji nie odzwierciedla już zatem brytyjskiego, ale jest odmienny, nie liczy się w nim partia Torysów.

W rozdziale dotyczącym bezpieczeństwa przeanalizowaliśmy ten istotny aspekt funkcjonowania współczesnego państwa przez pryzmat jednego z najczęściej dzisiaj zauważanych zagrożeń - terroryzmu, a także bezpieczeństwa ekonomicznego. Terroryzm potraktowany został zarówno w ujęciu historycznym, gdzie szczególną uwagę poświęciliśmy konfliktowi z szeroko rozumianą Irlandzką Armią Republikańską, jak i współczesnym, gdzie jako najważniejsze zagrożenie uznaliśmy fundamentalistyczny terroryzm islamski obu dominujących organizacji. Każda z nich została scharakteryzowana w tym rozdziale. Zjednoczone Królestwo wielokrotnie w XX wieku doświadczało na swoim terytorium aktów terroru, co pozwoliło na wykształcenie jednego z najbardziej zaawansowanych systemów bezpieczeństwa państwa. Ponieważ ochrona antyterrorystyczna w państwie nie podlegała współcześnie procesom dewolucyjnym, ten podsystem badany był na przykładzie całego Zjednoczonego Królestwa. Jak pokazały zamachy z 11 września 2001 roku w USA, to właśnie słaba współpraca służb specjalnych i policyjnych nie pozwoliła na zapobieżenie tym aktom przemocy. Centralizacja działań antyterrorystycznych w systemie brytyjskim nie powieliła tych błędów. W drugiej części rozdziału opisujemy wybrane elementy systemu podlegające dewolucji. Działania rządu w Edynburgu, który przejął odpowiedzialność za wiele aspektów bezpieczeństwa Szkocji pokazują, że nawet przy ograniczonych środkach i kompetencjach prawnych możliwe jest utrzymanie bezpieczeństwa bez istotnego spadku

jego poziomu. We współczesnym dyskursie dotyczącym bezpieczeństwa w Szkocji nie sposób też nie zauważyć kierunku działań proponowanego przez szkocki rząd, czyli SNP. Bezpieczeństwo Szkocji jest mocno artykułowane zarówno w programie wyborczym SNP, jak i bieżących działaniach szkockich władz. Celem rozdziału było pokazanie zarówno podlegających dewolucji elementów systemu, jak i aspektów dotychczas zarezerwowanych dla Londynu. Trudno sobie na przykład dziś wyobrazić, że w ramach funkcjonowania polityki obronnej Zjednoczonego Królestwa za każdym razem prowadzone będą negocjacje z Edynburgiem dotyczące choćby korzystania z infrastruktury wojskowej leżącej w Szkocji. Z drugiej strony, to szkockie służby kontroli rybołówstwa już dzisiaj nadzorują całość połowów prowadzonych przez rybaków wszystkich bander na szkockich wodach przybrzeżnych.

Rozdział dotyczący mediów w Szkocji interpretuje media w tym kraju w kontekście rozwoju sfery publicznej i kształtowania społeczeństwa obywatelskiego. Media w Szkocji od początku XVIII w. wykreowały autonomiczny rynek w granicach przestrzeni komunikacyjnej Wielkiej Brytanii. Zdaniem wielu badaczy, to właśnie szkocka prasa, ściśle związana z tradycją, kulturą i religią pozwoliła zachować tak wiele elementów tożsamości narodowej. Szkocka prasa mediowała w sferze publicznej i pełniła funkcję nośnika treści narodowych.

Znaczenie prasy w Szkocji jest bardzo istotne i przekłada się na późniejsze funkcjonowanie radia i telewizji. Zagadnienie mediów audiowizualnych w Szkocji jawi się jako znacznie bardziej złożone ze względu na obecność brytyjskiego nadawcy publicznego BBC. System medialny Szkocji, jeśli chodzi o poszczególnych nadawców różni się od brytyjskiego, w obrębie struktury i zarządzania jest jego kalką. Szkocja posiada silną prasę, nowoczesne media publiczne i autonomicznych, również obciążonych zadaniami nadawców komercyjnych. Wiąże się to oczywiście z faktem, iż media w Szkocji podlegają władzom w Londynie. Znowu autorzy stanęli przed wyzwaniem definicyjnym. Z jakiego rodzaju nadawcą publicznym mamy do czynienia w przypadku BBC Scotland - regionalnym, narodowym, państwowym? Zdefiniowaliśmy stację publiczną z Glasgow jako narodową, jest to zgodne z dokumentami BBC, Office of Communication oraz stanowiskiem samych dziennikarzy.

W rozdziale dotyczącym mediów znajduje się analiza wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z dziennikarzami i przedstawicielami kadry zarządzającej BBC Scotland przez autorkę w maju 2014 w siedzibie stacji w Glasgow. Wnioski z wywiadów jedynie wzbogacają materiał teoretyczny rozdziału. Ważnym zagadnieniem, które wyłania się tak

z wywiadów, tekstów oraz dokumentów rządowych i parlamentarnych jest potrzeba głębszej autonomii BBC Scotland. Postulat dewolucji w obrębie mediów publicznych pojawia się przed nowelizacją Karty Królewskiej w 2016 r. Należy zatem zadać sobie pytanie, czy istnieje oddolna potrzeba wyłączenia mediów publicznych z obszarów zarezerwowanych dla władz w Londynie. Władze Szkocji postulują o to nieustannie.

W naszej pracy dewolucja stanowi proces, który podlega stałemu rozwojowi, takie były też założenia twórców tej koncepcji. W obliczu wydarzeń z 2016 r., mamy tu na myśli Referendum Europejskie, będzie wracać kwestia niepodległości Szkocji. Szkoci są społecznością prounijną, nie chcieli występować z rodziny europejskiej. Jedną z konsekwencji Brexitu może być powrót do roszczeń niepodległościowych i postulatów separatystycznych.

Jestem współredaktorką czterech prac zbiorowych. Pierwsza z nich *Telewizja internetowa s granice mediów posttelwizyjnych* (2013), przygotowana wspólnie z Wojciechem Skrzydlewskim i Anną Zięty dotyczy nowych zjawisk w systemie medialnym oraz transformacji w obszarze narzędzi komunikacji politycznej. W charakteryzowanym tomie znalazły się także moje teksty: jeden dotyczy BBC, drugi nowomediów komunikacji politycznej. Książka *Transformacje społeczne w Polsce na tle Europy - nowoczesność, media i kultura materialna* (2015), stanowi wynik mojej współpracy z Instytutem Badań Literackich PAN oraz Uniwersytetem Wrocławskim. Współredagowałam ją z Katarzyną Wiślicz i Patrykiem Wasiakiem. Jest to tom interdyscyplinarny, dotyczący transformacji społecznych, kulturowych a także politycznych, którego tematem zasadniczym są różne elementy kultury materialnej. Współpracuję ściśle z dr Joanną Markiewicz z Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, z którą opublikowałam wspólnie badania we wspomnianym powyżej tomie.

Współredagowałam dwa tomy anglojęzyczne. Pierwszy z nich z Bogusławem Weglińskim: *New media in popuworld: tools, threats and social phenomena* (2016) dotyczy zagadnień z zakresu polityki, nowych mediów i ich zagrożeń. W książce ukazały się trzy moje teksty, dwa we współautorstwie, dotyczące politycznej komunikacji nowomediów *Misja Estera” and Syrian refugees - the path to social change –relationship between political actors, journalists, social media and NGO in Poland* i *Phenomena of "Hromadske TV"-internet television - Ukrainian revolution -public service media* oraz pisany tylko przez mnie *Internet memes in a modern political campaign – communication, language, recipient*.

Praca zbiorowa pod moją redakcją i Agnieszki Dytman - Stasienko *Big data, digital marketing and trendwatching* (2018) sfinansowana ze środków Narodowego Centrum Badań

i Rozwoju (nr kancelaryjny wniosku P/32993/12/2016) stanowi przykład współpracy z kolegami z Bułgarii, którzy stanowili trzon autorów tej pracy. Mój artykuł *Internet Astroturfing and Security Threats: The Protests in Defence of Poland's Courts, Bots and Disinformation* wydany w tej pracy analizuję zjawisko astroturfingu internetowego w kampanii Wolne Sądy. Przedstawiam je jako element szerszej kampanii politycznej

Publikowałam w Polsce, Japonii, Wielkiej Brytanii oraz Czechach. Wyniki swoich badań prezentowałam na wielu konferencjach tak w Polsce, jak i w Europie. W 2015 r. prezentowałam swoje badania reportażu politycznego podczas Literary and Book Culture in the Digital Age, Olomunc University -FF UP v Olomouc, referat w sekcji - *Gottland" of Mariusz Szczygiel political reportage - relationships between author, reader and publisher in the context of social media*, tekst został opublikowany w języku angielskim tomie *Literarni a knizni kultura v digitalnym veku* (2015).

Dwukrotnie zostałam poproszona o napisanie tekstu przybliżającego polski system medialny za granicą i starałam się jak najlepiej tej prośbie sprostać. Pierwszy tekst, którego jestem współautorką opublikowałam wspólnie z dr Iwoną Merklejn w, *Media landscape of Poland- from a distance*, na prośbę Interfaculty Initiative in Information Studies, The University of Tokyo. W tekście ukazałyśmy transformację polskiego systemu medialnego w perspektywie historycznej i politologicznej. Drugi tekst – *Children programmes in Public Television in Poland*- dotyczył historii programów dla dzieci w polskiej telewizji i powstał na prośbę redakcji *The Children's Media Yearbook 2015* z University of Glasgow. Przedstawiłam w nim studium przypadku TVP ABC – kanału telewizji publicznej dla dzieci, w kontekście przekształceń polskiego nadawcy publicznego.

Moje zainteresowania problematyką marketingu wizerunkowego i Big Data zaowocowały nowymi badaniami. Pierwszy tekst *Effective teaching in the area of creative professions, on the example of "big data, digital marketing, trendwatching" specialty at the University of Lower Silesia*., w którym prezentuję wyniki swoich badań nad uczestnikami międzynarodowego, unikatowego projektu, jest obecnie przyjęty do anglojęzycznej wersji pisma *Horyzonty Polityki*..

Środowisko uniwersyteckie w Glasgow poznałam bardzo dobrze w trakcie wspomnianego dwumiesięcznego stażu naukowo - dydaktycznego w Center Central and East European Studies, School of Social and Political Science w 2014. Miałam tam również przyjemność prowadzić zajęcia dla studentów seminarium magisterskiego dr Helen Hardman, dotyczyły one systemu medialnego PRL i RP. Pobyt w Szkocji zaowocował współpracą naukową z prof. Philipem Schlesingerem, dr Helen Hardman, prof. Colinem Masonem oraz

dr Lynn Whitaker. W marcu 2015 na osobiste zaproszenie prof. Philipa Schlesingera prezentowałam wyniki moich badań na kwartalnym zebraniu Center for Cultural and Policy Research, School of Culture and Creative Art, jestem pierwszą osobą z Polski, która otrzymała tego rodzaju zaproszenie z CCPR i zdaję sobie sprawę, że był to wielki zaszczyt. Tytuł mojego wystąpienia brzmiał *Regional Television TVP Wrocław in the context of BBC model*.

W 2009 r. organizowałam sesję w IDZiKS Wrocław 2009 -*Media publiczne – drogi i możliwości rozwoju*, którą moderowałam. Problematyka systemów medialnych, paralelizmu mediów i polityki, tabloidyżacji i komercjalizacji stanowi istotny element moich badań.

Badania na temat mediów publicznych to jednak tylko część moich zainteresowań naukowych. Zajmowałam i zajmuję się również mediami w konflikcie zbrojnym oraz oddolnymi ruchami społecznymi w kontekście nowych mediów oraz od niedawna problematyką marketingu internetowego i Big Data.

Wyniki moich badań prezentowałam także w Katanii przed międzynarodowym audytorium w czerwcu 2014 r. podczas 2nd Annual ReSHAPE Workshop, *Non-state actors and emergency policies, assessing the impact of NGOs and the media* organizowanym przez Department of Political and Social Sciences, University of Catania pod przewodnictwem prof. Fulvio Attiny. Współpracuje z kolegami z Japonii, Turcji, Grecji, Czech, Węgier, Bułgarii oraz Ukrainy.

Jestem organizatorką konferencji *Telewizja internetowa szansą dla rozwoju inicjatyw lokalnych i dziennikarstwa obywatelskiego*, która odbyła się w 2009 r. i zaowocowała monografią pod moją współredakcją. W październiku 2014 r. współorganizowałam z dr Patrykiem Wasiakiem (UWr.) oraz dr Katarzyną Stańczak – Wiślicz (IBL PAN) konferencję *Kultura materialna, style życia, wyobrażona nowoczesność i przestrzeń domu*. Trzykrotnie uczestniczyłam w konferencji CEECOM. Podczas konferencji CEECOM *The Digital Media Challenge* w Zagrzebiu 12-14.06. 2015 przewodniczyłam panelowi tematycznemu *Public Service Media – social and technological challenges*. Sesję zaproponowałam wcześniej organizatorom jako spójną, uzupełniającą się całość. W kolejnej konferencji The 9th International Central and East European Media Conference, University of Tartu, the European Communication Research and Education Association (ECREA) and Central and East European Media Conference Consortium (CEECOM Consortium), prezentowałam referat w sekcji oraz zostałam zaproszona do czynnego udziału w organizowanym przez tę uczelnię *Dniu Polskim*. Prezentowałam wykład na temat *Polski system medialny*. Brałam udział w International and Intercultural Communication Conference,

ECREA II, The University of Barcelona Autonomia 2015, gdzie przedstawiłam kooreferat-
*Misja Estera” and Syrianrefuges - the path to social change –relationship between political
actors, journalists, social media and NGO in Poland.* W czerwcu 2018 r. przedstawiłam
referat podczas konferencji organizowanej przez European Media Management Association
(EMMA) we współpracy z Instytutem Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii. Podczas sesji
Journalism prezentowałam referat: *Future media worker – media management, journalism
and marketing in the age of Big Data.*

Jestem doświadczonym dydaktykiem, prowadziłam seminaria tak dyplomowe, jak
i magisterskie. Wypromowałam siedemdziesięciu magistrów oraz ponad stu licencjuszy,
recenzowałam także wiele prac (ok. 100). W 2014 roku moja licencjuszka Julia Glasse
otrzymała nagrodę Rektora DSW za najlepszą pracę licencjacką. Prowadziłam ćwiczenia,
wykłady, warsztaty, konwersatoria i seminaria. Realizuję przedmioty politologiczne,
komunikacyjne, oraz z zakresu promocji i kreowania wizerunku. Zawsze byłam przez
studentów bardzo wysoko oceniana w ankietach ewaluacyjnych. Wielokrotnie byłam
promotorem specjalności, tutorem opiekunem roku. Od 2011 r. jestem uczelnianym
opiekunem praktyk, co warunkuje moje bliskie związki z biznesem. Opiekuję się ponadto
kołem naukowym Big Data. W listopadzie 2017 r. **zostałam promotorem pomocniczym
przewodu doktorskiego mgr Katarzyny Łapińskiej-Szymańskiej.**

Badania z obszaru mediów społecznościowych, którymi zajęłam się w ostatnich
dwóch latach wiążą się z moją pracą dydaktyczną. **Jestem współautorką dwóch programów
studiów docenionych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.** Pierwszy z nich to
anglojęzyczny program specjalności Big Data, digital marketing and trendwatching
(POWER- nowy program studiów II stopnia w języku angielskim w Dolnośląskiej Szkole
Wyższej, nr sygnatury SL: POWR.03.03.00-00-M034/16). Projekt, który współtworzyłam
wspólnie z dr hab. prof. DSW Janem Stasieńką uzyskał 139 pkt. na 140 możliwych, plasując
się tym samym na I miejscu listy rankingowej. Od października 2017 r. Instytut
Dziennikarstwa, Komunikowania i Technologii Mediów kształci 50. studentów z Polski
i zagranicy a ja jestem promotorem specjalności w ramach projektu. Jest to funkcja
kierownicza, odpowiadam za kontakty ze studentami, merytorykę zajęć oraz wykładowców.
Do moich zadań należą także kontakty z wykładowcami z zagranicy, których 5. w ramach
projektu prowadzi zajęcia dydaktyczne. Są to naukowcy i praktycy z: Kanady, Izraela,
Bułgarii, Węgier i Indii. Od następnego semestru obejmę seminarium magisterskie z grupą
Big Data, digital marketing and trendwatching. Jestem ponadto opiekunką praktyk na tej
specjalności. Współpracuję w związku z tym bardzo ściśle z otoczeniem biznesowym. Mogę

wymienić takich partnerów jak: Credit Suisse, Santander, Brand 24, Social Media Marketing, Google, Pixsel, Burda Media etc.

Jestem także współautorką, wspólnie z dr Justyną Harbanowicz programu kierunku studiów pierwszego stopnia *Media design i marketing wizerunkowy*, który uzyskał również pełne finansowanie w ramach „Zintegrowanego Programu Rozwoju Dolnośląskiej Szkoły Wyższej” z Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój NCBiR (sygnatura WNP POWR.03.05.00-00-2215/17-02). Od października 2018 r. IDKiTM zacznie kształcenie na nowym kierunku, warto dodać, że dzięki dotacji, będą to studia nieodpłatne. Program zakłada ścisłą współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz realizację 300 h. praktyk studenckich. W IDZiKS DSW jestem członkinią Zakładu Dziennikarstwa i PR.

Trzykrotnie gościłam na uczelniach za granicą w ramach program Erasmus Teaching Staff Mobilty. W 2013 r. prezentowałam moje badania na Uniwersytecie w Ankarze w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, w 2015 r. prowadziłam wykłady podczas *Dnia Polskiego* na zaproszenie Institute of Social Studies University of Tartu. W 2017 r. zostałam zaproszona przez Faculty of Social Studies, Masaryk University do poprowadzenia zajęć z zakresu systemów medialnych dla grup międzynarodowych.

W 2017 r. z okazji uroczystości związanych z Jubileuszem 20-lecia DSW, zostałam uhonorowana czterema nagrodami Rektora i Prezydenta DSW. Były to: *Nagroda za wybitne osiągnięcia organizacyjne, Nagroda za współpracę z otoczeniem społeczno - gospodarczym, Nagroda za wybitne osiągnięcia naukowe, Nagroda za wybitne osiągnięcia we współpracy międzynarodowej*. W 2012 r. zostałam ponadto wyróżniona za popularyzację nauki w mediach tytułem *Eksperta Medialnego DSW 2012*.

Jestem również szkoleniowcem, współpracowałam z Dolnośląską Izbą Radców Prawnych, prowadziłam szkolenia wizerunkowe. Szkolę seniorów w projektach unijnych ASOS. Organizowałam ze studentami wiele sesji zdjęciowych, czasami na zlecenie firm, czasami na ich prośbę. W latach 2015 -2017 wyprodukowałam ze studentami trzykrotnie kalendarz z ich zdjęciami a dochód z niego przekazaliśmy na cele charytatywne.

Chciałabym jeszcze dodać, że jestem autorką lub współautorką ponad 30. publikacji naukowych, część z nich napisałam w języku angielskim.

Agnieszka Wężyńska

Warszawa 21.07.2018