

iStream

Programy kursów szkoleniowych w obszarze
dziennikarstwa immersyjnego

Programy nauczania iStream



iStream – program szkolnictwa wyższego w obszarze dziennikarstwa immersyjnego

Program nauczania iStream

Redakcja niniejszego dokumentu została zakończona w styczniu 2026 r.

Strona internetowa projektu: www.istream-project.eu

Projekt iStream jest partnerstwem w zakresie współpracy w szkolnictwie wyższym (KA220-HED) finansowanym w ramach programu Erasmus+.

Numer projektu: 2024-1-PL01-KA220-HED-000254186

Projekt jest finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Zarówno Unia Europejska, jak i Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Niniejszy dokument powstał dzięki współpracy wszystkich partnerów projektu iStream: Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (PL) – koordynatora projektu, Learnable s.c. (IT), Università Politecnica delle Marche (IT), University of Nicosia (CY) oraz Infinity Design Labs (FR).

Niniejszy dokument jest objęty licencją Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Na tych samych warunkach 4.0



SPIS TREŚCI

Część 1: Wprowadzenie do programu studiów z zakresu dziennikarstwa immersyjnego	5
Moduł 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego	5
Moduł 2: Prawo mediów, etyka i polityka	5
Moduł 3: Cyfrowy storytelling i projektowanie narracji	6
Moduł 4: Psychologia mediów immersyjnych	6
Moduł 5: Projektowanie i produkcja multimedialna	7
Moduł 6: Przegląd technologii immersyjnych	7
Moduł 7: UX/UI dla mediów immersyjnych	7
Moduł 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym	8
Moduł 9: Metody badawcze i analiza docelowa	8
Moduł 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne	8
Moduł 11: Cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych	9
Moduł 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami	9
Moduł 13: Technologie immersyjne w praktyce	9
Moduł 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych	10
Moduł 15: Projekt końcowy i praca dyplomowa	10
Wizja programu	10
Część 2: Wykorzystanie iStream w nauczaniu i uczeniu się (zgodne z taksonomią Blooma i europejskimi ramami kwalifikacji)	11
Zgodność ze zrewidowaną taksonomią Blooma	11
Zgodność z Europejskimi Ramami Kwalifikacji (EQF)	11
Wdrożenie w ramach nauczania opartego na iStream	12
Wdrażanie i stosowanie programów nauczania iStream	12
Część 3: Program studiów licencjackich z dziennikarstwa immersyjnego	15
MODUŁ 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego	15
Moduł 2: Prawo mediów, etyka i polityka	24
MODUŁ 3: Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji	33
MODUŁ 4: Psychologia mediów immersyjnych	42
MODUŁ 5: Projektowanie i produkcja multimedialna	50
MODUŁ 6: Przegląd technologii immersyjnych	58
MODUŁ 7: UX i UI w dziennikarstwie immersyjnym	65

MODUŁ 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym.....	74
MODUŁ 9: Metody badawcze	82
MODUŁ 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne.....	90
MODUŁ 11: Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych	97
MODUŁ 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami.....	106
MODUŁ 13: Technologie immersyjne w praktyce.....	113
MODUŁ 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy w dziedzinie mediów immersyjnych	121
MODUŁ 15: Projekt końcowy/praca dyplomowa	128
Część 4: Program studiów magisterskich z dziennikarstwa immersyjnego	135
Moduł 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego	135
Moduł 2: Prawo mediów, etyka i polityka	145
Moduł 3: Opowiadanie historii cyfrowej i projektowanie narracji	154
Moduł 4: Psychologia mediów immersyjnych	165
MODUŁ 5: Projektowanie i produkcja multimedialnych	173
MODUŁ 6: Przegląd technologii immersyjnych.....	180
MODUŁ 7: Zaawansowany interfejs użytkownika dla XR.....	187
MODUŁ 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym.....	195
MODUŁ 9: Metody badawcze	203
MODUŁ 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne.....	212
MODUŁ 11: Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych	219
MODUŁ 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami.....	230
MODUŁ 13: Technologie immersyjne w praktyce.....	238
MODUŁ 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych	246
MODUŁ 15: Projekt końcowy i praca dyplomowa	253

Część 1: Wprowadzenie do programu studiów z zakresu dziennikarstwa immersyjnego

Program studiów z zakresu dziennikarstwa immersyjnego oferuje innowacyjne, interdyscyplinarne podejście do edukacji medialnej, łączące dziennikarską rzetelność z kreatywnym i technologicznym potencjałem immersyjnego storytellingu. W miarę jak dziennikarstwo wkracza w erę interaktywnych doświadczeń opartych na rzeczywistości wirtualnej, rozszerzonej i mieszanej, program wyposaża studentów w wiedzę teoretyczną, podstawy etyczne i umiejętności techniczne niezbędne do kształtowania przyszłości komunikacji informacyjnej i narracyjnej.

Program nauczania łączy **badania naukowe, szkolenia praktyczne i kreatywne eksperymenty**, przygotowując absolwentów do tworzenia fascynujących, społecznie odpowiedzialnych, immersyjnych opowieści, które informują, angażują i inspirują. Studenci zgłębiają dynamiczne powiązania między dziennikarstwem, technologią, psychologią, projektowaniem i etyką poprzez starannie skonstruowaną sekwencję kursów pogrupowanych w odrębne obszary specjalizacji.

Moduł 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego

Ten obszar wprowadza studentów w podstawowe zasady, historię i transformację dziennikarstwa w erze cyfrowej, zapewniając teoretyczne i koncepcyjne ramy dla praktyk immersyjnych. Studenci dowiadują się, w jaki sposób formaty immersyjne na nowo definiują role dziennikarskie, zaangażowanie odbiorców i etykę storytellingu.

Kursy obejmują:

1. **Podstawy dziennikarstwa immersyjnego** – analizę ewolucji dziennikarstwa immersyjnego oraz jego społecznych, kulturowych i etycznych implikacji.
2. **Selekcję informacji i wartości dziennikarskich** – badanie, w jaki sposób wybór, kadrowanie i ustalanie priorytetów wiadomości kształtują publiczne rozumienie oraz jak te zasady przekładają się na środowiska immersyjne.
3. **Podstawy dziennikarstwa immersyjnego (poziom zaawansowany)** – pogłębianie zrozumienia ram narracji immersyjnej oraz integracji technologii z rzetelnością dziennikarską.

Moduł 2: Prawo mediów, etyka i polityka

Studenci zdobywają solidną wiedzę na temat ram prawnych, etycznych i politycznych kształtujących produkcję i dystrybucję mediów w erze immersji. Nacisk kładziony jest na

odpowiedzialną praktykę, ochronę danych i zgodność z przepisami w szybko zmieniającym się środowisku technologicznym.

Kursy obejmują:

1. **Ustawodawstwo i politykę medialną** – przegląd międzynarodowego i europejskiego prawa mediów, kształtowania polityki oraz aspektów prawnych treści immersyjnych.
2. **Etykę i prawo w dziennikarstwie immersyjnym** – skupienie się na podejmowaniu decyzji moralnych, świadomej zgodzie i reprezentacji w narracji immersyjnej.
3. **Ochronę konsumentów i danych w produkcji cyfrowej** – analizę prywatności danych, zgodności z RODO oraz ochrony użytkowników w produkcjach cyfrowych i immersyjnych.

Moduł 3: Cyfrowy storytelling i projektowanie narracji

W ramach tego obszaru studenci uczą się tworzyć angażujące narracje dla interaktywnych, wielozmysłowych środowisk. Nacisk kładziony jest na strukturę narracji, rozwój postaci oraz zaangażowanie emocjonalne za pośrednictwem technologii.

Kursy obejmują:

1. **Podstawy cyfrowego storytellingu** – wprowadzenie do teorii narracji, scenariuszy interaktywnych i integracji multimedialnych.
2. **Storytelling o wpływie społecznym i zaangażowanie** – tworzenie immersyjnych opowieści, które sprzyjają empatii, aktywizmowi i świadomości społecznej.
3. **Sztuczną inteligencję w produkcji narracyjnej** – analizę roli sztucznej inteligencji w generowaniu, spersonalizowaniu i wzbogacaniu doświadczeń narracyjnych.

Moduł 4: Psychologia mediów immersyjnych

Studenci badają, w jaki sposób środowiska immersyjne wpływają na postrzeganie, emocje i zachowanie. Zajęcia dotyczą angażowania odbiorców, budowania empatii oraz komunikacji międzykulturowej.

Kursy obejmują:

1. **Psychologię mediów immersyjnych** – zrozumienie obecności psychologicznej, immersji i reakcji użytkownika w kontekstach immersyjnych.

2. **Komunikację międzykulturową i wielokulturową** – analiza dynamiki komunikacji ponad granicami kulturowymi w zglobalizowanej produkcji mediów immersyjnych.

Moduł 5: Projektowanie i produkcja multimedialna

Ten zorientowany na praktykę obszar rozwija umiejętności techniczne i kreatywne studentów w zakresie wielu platform medialnych. Nacisk kładziony jest na integrację audio, wideo, animacji i projektowania 3D w immersyjnych procesach produkcyjnych.

Kursy obejmują:

1. **Wprowadzenie do projektowania multimedialnego** – podstawowe zasady komunikacji wizualnej, układu graficznego i estetyki projektowania.
2. **Zasady produkcji medialnej** – podstawowe techniki produkcji, w tym wideo, dźwięk i oświetlenie.
3. **Produkcję multimedialną** – procesy produkcyjne na poziomie średniozaawansowanym i kompozycję cyfrową w projektach immersyjnych.
4. **Projektowanie multimedialne** – zastosowanie teorii projektowania i narzędzi do tworzenia profesjonalnej jakości treści multimedialnych o charakterze immersyjnym.

Moduł 6: Przegląd technologii immersyjnych

Studenci zdobywają wiedzę techniczną na temat systemów immersyjnych oraz zrozumienie tego, jak technologia wpływa na tworzenie treści i interakcję z odbiorcami.

Kursy obejmują:

1. **Wprowadzenie do VR, AR, XR** – przegląd kluczowych technologii immersyjnych i ich zastosowań dziennikarskich.
2. **Technologie nowych mediów** – analizę sprzętu, oprogramowania i nowych platform w immersyjnym storytellingu.
3. **Nowe trendy i funkcje w dziennikarstwie immersyjnym** – krytyczną analizę ewoluujących technologii i ich wpływu na innowacje w mediach.

Moduł 7: UX/UI dla mediów immersyjnych

Ten obszar skupia się na projektowaniu zorientowanym na użytkownika oraz zasadach interakcji specyficznych dla środowisk immersyjnych.

Kursy obejmują:

1. **Wprowadzenie do UX dla mediów immersyjnych** – podstawy projektowania doświadczeń użytkownika w narracji przestrzennej i interaktywnej.
2. **Wprowadzenie do UI dla XR** – projektowanie interfejsów i techniki prototypowania dla aplikacji rzeczywistości rozszerzonej.

Moduł 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym

Studenci analizują ewolucję gatunków i formatów dziennikarskich w kontekście immersyjnym, badając zarówno tradycyjne ramy, jak i pojawiające się innowacje.

Kursy obejmują:

1. **Gatunki we współczesnym dziennikarstwie** – badanie klasycznych form dziennikarskich i ich adaptacji do mediów immersyjnych.
2. **Ewolucję gatunków i formatów w dziennikarstwie immersyjnym** – badanie nowych sposobów narracji i gatunków hybrydowych charakterystycznych dla dziennikarstwa immersyjnego.

Moduł 9: Metody badawcze i analiza docelowa

Studenci zdobywają narzędzia analityczne i metodyczne niezbędne do badania odbiorców, oceny wpływu i weryfikacji hipotez twórczych.

Kursy obejmują:

1. **Analizę docelową w produkcji medialnej** – identyfikację i zrozumienie odbiorców docelowych treści immersyjnych.
2. **Metody jakościowe i ilościowe w analizie mediów i testowaniu użytkowników** – projektowanie i wdrażanie badań odbiorców oraz badań użyteczności.

Moduł 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne

W tym obszarze dziennikarstwo immersyjne umieszcza się w szerszych ramach kulturowych i geopolitycznych, badając zarówno kontekst europejski, jak i globalny.

Kursy obejmują:

1. **Europejskie systemy medialne** – badanie porównawcze systemów medialnych, regulacji i polityki w całej Europie.

2. **Komunikację międzykulturową i wielokulturową** – zrozumienie wrażliwości kulturowej i różnorodności odbiorców w globalnych narracjach medialnych.

Moduł 11: Cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych

Ten obszar dotyczy ochrony zasobów cyfrowych, danych użytkowników i środowisk produkcyjnych w projektach immersyjnych.

Kursy obejmują:

1. **Cyberbezpieczeństwo** – podstawowe zasady bezpieczeństwa cyfrowego, zapobiegania zagrożeniom i potrzeba etycznego zarządzania danymi.
2. **Technologie oparte na sztucznej inteligencji w modelowaniu 3D** – badanie narzędzi AI służących do bezpiecznego i wydajnego tworzenia zasobów immersyjnych.

Moduł 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami

Studenci poznają kreatywne metody rozwiązywania problemów oraz profesjonalne techniki zarządzania pracą stosowane w innowacjach medialnych.

Kursy obejmują:

1. **Myślenie projektowe w praktyce** – stosowanie projektowania zorientowanego na człowieka w wyzwaniach związanych z mediami.
2. **Myślenie projektowe w mediach immersyjnych** – dostosowanie metod projektowania do procesów produkcji immersyjnej.
3. **Zarządzanie projektami i organizacją pracy** – praktyczne narzędzia do planowania, budżetowania i koordynacji zespołów w złożonych projektach medialnych.

Moduł 13: Technologie immersyjne w praktyce

Ta sekwencja praktyczna łączy teorię z produkcją przez warsztaty praktyczne i projekty oparte na współpracy.

Kursy obejmują:

1. **Technologie immersyjne w praktyce: VR** – tworzenie doświadczeń w wirtualnej rzeczywistości.
2. **Technologie immersyjne w praktyce: AR i MR** – zastosowanie technik rzeczywistości rozszerzonej i mieszanej.

3. **Warsztaty z produkcji wideo 360°** – kompleksową produkcję treści wideo 360°.
4. **Warsztaty z montażu wideo i dźwięku 360°** – techniki montażu zapewniające synchronizację dźwięku i obrazu w środowisku immersyjnym.
5. **Warsztaty z postprodukcji VR i efektów specjalnych** – integrację efektów wizualnych i finalizacja projektów immersyjnych.

Moduł 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych

Studenci potrafią promować wartość projektów dziennikarstwa immersyjnego w gronie odbiorców, sponsorów i instytucji.

Kursy obejmują:

1. **Strategie marketingowe i pozyskiwania funduszy dla dziennikarstwa immersyjnego** – opracowywanie planów komunikacji i promocji dla projektów immersyjnych.
2. **Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych** – budowanie partnerstw, ubieganie się o dotacje i promowanie produkcji immersyjnych.

Moduł 15: Projekt końcowy i praca dyplomowa

Zwieńczeniem programu jest **projekt dziennikarstwa immersyjnego**, w ramach którego studenci samodzielnie opracowują koncepcję, realizują i oceniają profesjonalny projekt dziennikarstwa immersyjnego, łączący badania, projektowanie, kwestie etyczne i wdrożenie techniczne, prezentujący pełen zakres kompetencji studenta.

Rezultatem ukończenia programu jest **uzyskanie dyplomu na podstawie pracy dyplomowej**, przygotowanej w ramach **seminarium dyplomowego**. Praca ta stanowi zarówno osiągnięcie naukowe, jak i twórcze, wnosząc oryginalny wkład do subdyscypliny, jaką może stać się dziennikarstwo immersyjne.

Wizja programu

Program studiów z zakresu dziennikarstwa immersyjnego ma na celu kształcenie nowego pokolenia specjalistów ds. mediów, którzy łączą krytyczne myślenie, kreatywność i biegłość techniczną w celu tworzenia dziennikarstwa wykraczającego poza ekrany i angażującego zmysły. Absolwenci stają się **innowatorami i etycznymi komunikatorami**, gotowymi na nowo zdefiniować dziennikarstwo w erze immersji.

Część 2: Wykorzystanie iStream w nauczaniu i uczeniu się (zgodne z taksonomią Blooma i europejskimi ramami kwalifikacji)

Struktura iStream jest wykorzystywana w całym programie nauczania jako wspólny punkt odniesienia dla nauczania, uczenia się i oceny w dziennikarstwie immersyjnym. Wspiera spójną strukturę pedagogiczną, jednocześnie zapewniając elastyczność w realizacji modułów i nacisku na poszczególne dyscypliny.

Projekt pedagogiczny programu jest zgodny ze zrewidowaną taksonomią Blooma oraz Europejskimi Ramami Kwalifikacji (EQF), co zapewnia stopniowy rozwój poznawczy oraz jasno określone efekty uczenia się zarówno na poziomie studiów licencjackich, jak i magisterskich.

Zgodność ze zrewidowaną taksonomią Blooma

W modułach przedstawionych w niniejszym dokumencie efekty uczenia się i oceny są celowo przyporządkowane do poszczególnych poziomów poznawczych.

Na poziomach podstawowych (zapamiętywanie i rozumienie) studenci identyfikują, opisują i wyjaśniają kluczowe pojęcia związane z dziennikarstwem immersyjnym, platformami cyfrowymi, mediami syntetycznymi, UX/UI, etyką i nowymi technologiami.

Na poziomach stosowanym i analitycznym (stosowanie i analiza) studenci stosują koncepcje teoretyczne do studiów przypadków i zadań produkcyjnych. Analizują projekty immersyjne, modele zarządzania platformami, dane z badań odbiorców oraz wyzwania etyczne, korzystając ze ustrukturyzowanych kryteriów.

Na poziomie zaawansowanym (ocena i tworzenie) studenci krytycznie oceniają praktyki dziennikarstwa immersyjnego, ramy zarządzania i narzędzia technologiczne. Na poziomie tym projektują, uzasadniają i realizują oryginalne projekty dziennikarstwa immersyjnego oparte na badaniach i rozumowaniu etycznym.

Zgodność z Europejskimi Ramami Kwalifikacji (EQF)

Poziom licencjacki – poziom 6 EQF

Na poziomie licencjackim program rozwija zaawansowaną wiedzę na temat koncepcji, technologii i struktur zarządzania w dziennikarstwie immersyjnym. Studenci nabywają umiejętności niezbędne do zastosowania wiedzy teoretycznej i technicznej w praktycznej produkcji i analizie mediów immersyjnych. Wykazują się kompetencjami poprzez zdolność

do samodzielnego zarządzania projektami z zakresu dziennikarstwa immersyjnego, brania odpowiedzialności za podejmowanie decyzji oraz angażowania się w ustrukturyzowaną refleksję krytyczną.

Działania edukacyjne na tym poziomie koncentrują się na stosowaniu uzyskanej wiedzy, ustrukturyzowanej analizie, nadzorowanym opracowywaniu projektów oraz stopniowym nabywaniu umiejętności.

Poziom magisterski – poziom 7 EQF

Na poziomie studiów drugiego stopnia program zmierza w kierunku wysoce specjalistycznej wiedzy na temat systemów dziennikarstwa immersyjnego, mediów opartych na sztucznej inteligencji oraz ram zarządzania platformami. Studenci rozwijają zaawansowane umiejętności, które pozwalają im łączyć teorię, metody badawcze i praktyki produkcyjne w złożonych i nieprzewidywalnych kontekstach. Wykazują się kompetencjami poprzez strategiczne podejmowanie decyzji, niezależne badania, innowacje w środowisku zawodowym oraz odpowiedzialność w środowisku akademickim i praktycznym.

Moduły na poziomie magisterskim wymagają samodzielných badań, uzasadnienia metodologicznego, strategicznego rozwoju UX oraz tworzenia oryginalnych produktów dziennikarstwa immersyjnego zgodnych z ramami naukowymi.

Wdrożenie w ramach nauczania opartego na iStream

Ramy iStream realizują cele poznawcze i kwalifikacyjne poprzez wspólną strukturę koncepcyjną, która wspiera stopniowe zdobywanie wiedzy. Obejmuje to ćwiczenia analityczne oparte na przypadkach, dostosowane do wyższego poziomu umiejętności poznawczych, zadania produkcyjne związane z zastosowaniem i tworzeniem, a także ustrukturyzowaną refleksję wspierającą rozwój ewaluacyjny i metapoznawczy. Całość kończy się projektami i pracami dyplomowymi, które są zgodne z Europejskimi Ramami Kwalifikacji (EQF) w zakresie autonomii, zarządzania złożonością oraz integracji badań.

Dzięki tej ustrukturyzowanej zgodności z taksonomią Blooma i EQF program zapewnia, że zarówno programy studiów licencjackich, jak i magisterskich wykazują mierzalny postęp w zakresie głębi poznawczej, kompetencji zawodowych i rygoru akademickiego.

Wdrażanie i stosowanie programów nauczania iStream

Ramy ECTS i elastyczność w kontekście europejskim

Program iStream został opracowany zgodnie z Europejskim Systemem Transferu i Akumulacji Punktów (ECTS), który służy jako wspólne ramy porównawcze i uznawania kwalifikacji akademickich w europejskim obszarze szkolnictwa wyższego. Uznaje się, że systemy szkolnictwa wyższego w krajach europejskich stosują punkty ECTS na różne sposoby, szczególnie w odniesieniu do struktury programu, wielkości modułów oraz rozkładu punktów na studia licencjackie i magisterskie.

W tym kontekście programy nauczania iStream zapewniają elastyczne i dostosowane ramy, które można wdrożyć w różnych systemach krajowych. Chociaż całkowity nakład pracy i efekty uczenia się są zgodne z zasadami ECTS, przydział punktów do poszczególnych modułów może być dostosowany do lokalnych wymagań instytucjonalnych i krajowych standardów akredytacyjnych.

W przypadku studiów licencjackich instytucje mogą przyjąć struktury obejmujące od 180 do 240 punktów ECTS, w zależności od ram krajowych, natomiast studia magisterskie zazwyczaj obejmują od 60 do 120 punktów ECTS. Moduły iStream zostały zaprojektowane jako samodzielne jednostki, które można włączyć do różnych struktur programowych, co pozwala na zróżnicowanie wagi punktowej przy zachowaniu spójności efektów uczenia się i treści.

To elastyczne podejście gwarantuje, że program nauczania iStream może być skutecznie wdrażany w różnych kontekstach europejskich — wspierając porównywalność, mobilność i uznawalność, przy jednoczesnym poszanowaniu autonomii instytucjonalnej i krajowych przepisów dotyczących edukacji.

Jak korzystać z niniejszego programu nauczania

Niniejszy dokument zawiera zestaw opisów modułów kursów zaprojektowanych z myślą o elastycznej integracji z programami studiów licencjackich i magisterskich w zakresie dziennikarstwa immersyjnego i dziedzin pokrewnych. Każdy moduł zawiera jasno określone efekty kształcenia, treści, metody nauczania i podejścia do oceny, co pozwala instytucjom dostosować je do swoich konkretnych struktur akademickich i wymagań.

Instytucje mogą wykorzystywać moduły jako kompletne kursy, łączyć je w grupy tematyczne lub włączać wybrane elementy do istniejących programów. Programy nauczania zostały opracowane tak, aby wspierać zarówno opracowywanie pełnych programów, jak i częściowe ulepszanie programów nauczania, w zależności od potrzeb instytucji.

Dokument ten jest przeznaczony dla koordynatorów programów, kadry akademickiej oraz osób opracowujących programy nauczania w celu tworzenia nowych kierunków studiów, aktualizacji istniejących programów lub wprowadzania specjalistycznych ścieżek kształcenia w zakresie dziennikarstwa immersyjnego. Stanowi on również wsparcie w dostosowaniu programów do europejskich standardów w szkolnictwie wyższym, w tym do systemu ECTS oraz projektowania opartego na efektach kształcenia.

Przykład wdrożenia systemu ECTS w różnych programach

Modułowa struktura programu nauczania iStream pozwala na różne konfiguracje w zależności od poziomu studiów i kontekstu krajowego.

Poziom licencjacki: Uczelnie mogą włączać moduły do programów o wartości od 180 do 240 punktów ECTS. Modułom można przypisać wyższe wartości punktowe (np. od 10 do

15 punktów ECTS), odzwierciedlające szerszą wiedzę wprowadzającą i stosowaną, przy czym końcowy projekt lub praca dyplomowa mają dodatkową wagę.

Poziom studiów magisterskich: Modułom zazwyczaj przypisuje się mniejsze wartości punktowe (np. od 5 do 10 punktów ECTS), co pozwala na większą specjalizację i pogłębienie wiedzy. Program studiów magisterskich może obejmować pracę badawczą lub projekt końcowy o wadze od 20 do 30 punktów ECTS, w zależności od wymagań instytucji.

Moduły mogą być również realizowane jako samodzielne jednostki, krótkie kursy lub elementy rozwoju zawodowego, co dodatkowo zwiększa elastyczność i przydatność programu nauczania w różnych kontekstach edukacyjnych i zawodowych.

Część 3: Program studiów licencjackich z dziennikarstwa immersyjnego

MODUŁ 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do dziennikarstwa Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Informacje o wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w podstawy dziennikarstwa immersyjnego z perspektywy technologicznej, społecznej i etycznej. Studenci badają, w jaki sposób technologie immersyjne, takie jak rzeczywistość wirtualna (VR), rzeczywistość rozszerzona (AR) i wideo 360°, zmieniają sposób opowiadania historii w dziennikarstwie oraz zaangażowanie odbiorców. Moduł analizuje również koncepcje selekcji informacji i wartości informacyjnych, pokazując, w jaki sposób procesy wyboru, kadrowania i ustalania priorytetów informacji kształtują współczesne wiadomości w tradycyjnych, cyfrowych i immersyjnych środowiskach medialnych. Ponadto moduł porusza kwestie społeczne, kulturowe i polityczne, w których funkcjonuje dziennikarstwo immersyjne, ze

szczególnym uwzględnieniem przedstawiania problemów społecznych, empatii odbiorców oraz odpowiedzialności dziennikarstwa w ekosystemach mediów cyfrowych.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu przekazanie studentom podstawowej wiedzy na temat dziennikarstwa immersyjnego, w tym jego kluczowych pojęć, technologii i form narracji. Studenci dowiedzą się, w jaki sposób media immersyjne, takie jak VR, AR i wideo 360°, są wykorzystywane w praktyce dziennikarskiej oraz jak stosować podstawowe zasady narracji immersyjnej. Moduł wprowadza również pojęcia selekcji informacji i wartości informacyjnych, pomagając studentom zrozumieć, w jaki sposób wiadomości są wybierane, przedstawiane i priorytetyzowane w środowiskach mediów tradycyjnych, cyfrowych i immersyjnych. Ponadto studenci przeanalizują etyczne i społeczne wymiary dziennikarstwa immersyjnego, w tym kwestie reprezentacji, empatii oraz szerszego kontekstu społecznego, w którym funkcjonuje dziennikarstwo immersyjne.

Cel 1	Wyjaśnienie podstawowych pojęć, terminologii i historycznego rozwoju dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Zidentyfikowanie i opisanie kluczowych technologii i platform immersyjnych wykorzystywanych w praktyce dziennikarskiej.
Cel 3	Zastosowanie podstawowych zasad immersyjnego storytellingu w projektowaniu narracji dziennikarskich.
Cel 4	Wyjaśnienie kluczowych pojęć związanych z selekcją treści i wartościami informacyjnymi w dziennikarstwie.
Cel 5	Analizowanie etycznych implikacji immersji, empatii i reprezentacji w reportażu immersyjnym.
Cel 6	Ocenienie wybranych projektów dziennikarstwa immersyjnego pod kątem ich jakości dziennikarskiej i wpływu społecznego.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Wyjaśnić kluczowe pojęcia, terminologię i rozwój historyczny dziennikarstwa immersyjnego, w tym podstawowe teorie selekcji informacji i wartości informacyjnych.

Efekt kształcenia 2	Wskazać i opisać główne technologie i platformy immersyjne wykorzystywane w praktyce dziennikarskiej oraz rozpoznać ich potencjalne zastosowania w produkcji wiadomości.
Efekt kształcenia 3	Zastosować podstawowe zasady immersyjnego i przestrzennego storytellingu do projektowania prostych narracji dziennikarskich.
Efekt kształcenia 4	Przeanalizować, w jaki sposób procesy selekcji, wartości informacyjne i rutyny dziennikarskie wpływają na wybór i prezentację wiadomości w mediach tradycyjnych, cyfrowych i immersyjnych.
Efekt kształcenia 5	Ocenić etyczne aspekty dziennikarstwa immersyjnego, w tym kwestie związane z empatią, reprezentacją, zaangażowaniem odbiorców i odpowiedzialnością dziennikarską.
Efekt kształcenia 6	Ocenić wybrane projekty dziennikarstwa immersyjnego pod kątem ich jakości dziennikarskiej, aspektów etycznych i wpływu społecznego.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do dziennikarstwa immersyjnego, selekcji informacji i kontekstu społecznego	Pavlik (2013); Zelizer (2019)	Dyskusja i mapowanie pojęć
2	Historia i ewolucja mediów immersyjnych oraz teorii selekcji treści	Hernández-Rodríguez i García-Perdomo (2024); Baía Reis i Coelho (2018)	Krótką pracą w formie eseju
3	Immersja, obecność, empatia i zrozumienie społeczne	Sánchez Laws (2017); Nielsen i Sheets (2019); Ahmed (2014)	Analiza studium przypadku
4	Technologie dziennikarstwa immersyjnego: VR, AR i wideo 360°	Newman i Cherubini (2025); Hepp (2020); van Dijck (2021)	Ćwiczenie z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych
5	Projektowanie narracji i wartości informacyjne w	Polydorou (2024); Pink (2015)	Projekt scenariusza

	immersyjnym storytellingu		
6	Etyka dziennikarstwa immersyjnego i obecności medialnej	Nash (2018); Pedersen (2021); Chouliaraki (2006)	Oświadczenie dotyczące stanowiska w kwestiach etycznych
7	Uczestnictwo, możliwość rozpowszechniania i zaangażowanie odbiorców	Jenkins, Ford i Green (2013); Dahlgren (2009)	UX i mapowanie uczestnictwa
8	Dane, platformy i władza w środowiskach mediów cyfrowych	Couldry (2012); Couldry i Mejias (2019); van Dijck (2021)	Udoskonalenie koncepcji
9	Reprezentacja, kultura i społeczna konstrukcja rzeczywistości	Hall (2013); Berger & Luckmann (1966); Ahmed (2014)	Analiza case study
10	Zaufanie, wiarygodność i sceptycyzm wobec mediów	Tsfati i Cappella (2003); Kohring i Matthes (2007)	Refleksja analityczna i recenzja
11	Komunikacja globalna i współczesne wyzwania	Thussu (2018); Pedersen (2021); Chouliaraki (2013)	Refleksja i przygotowanie projektu końcowego
12	Dalsze kierunki rozwoju i prezentacje końcowe	Newman & Cherubini (2025); Wybrane studia przypadków dziennikarstwa immersyjnego	Złożenie projektu końcowego i dyskusja

Ocena i klasyfikacja

Elementy oceny	Waga
Udział w zajęciach i dyskusja	10%
Prace refleksyjne	15%

Analiza studium przypadku	20%
Ćwiczenia praktyczne i zadania	20%
Oświadczenie dotyczące etyki	10%
Projekt końcowy (koncepcja i prezentacja)	25%

Skala ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Udział w zajęciach i dyskusja	10%	Aktywny udział w dyskusjach na zajęciach i tworzeniu map pojęciowych; Wykazanie zrozumienia cotygodniowych lektur i tematów; Pytania w dyskusji i wnoszenie własnych spostrzeżeń
Prace refleksyjne	15%	Jasne i zwarte pisanie; Wykazanie krytycznego zrozumienia lektur; Powiązanie pojęć z praktykami dziennikarstwa immersyjnego; Prawidłowe cytowanie źródeł
Analiza studium przypadku	20%	Dokładna ocena wybranych projektów dziennikarstwa immersyjnego; Analiza obejmuje jakość dziennikarską, kwestie etyczne i wpływ społeczny; Logiczna struktura i jasność argumentacji; Wykorzystanie przykładów z literatury i studiów przypadków
Ćwiczenia praktyczne i zadania	20	Dokładne wykonanie przydzielonych ćwiczeń (narzędzia, mapowanie UX, wybór wiadomości); Właściwe zastosowanie immersyjnego storytellingu i umiejętności technicznych; Wykazanie się kreatywnością i krytycznym myśleniem w zadaniach praktycznych
Oświadczenie dotyczące etyki	10%	Wskazanie kluczowych kwestii etycznych w dziennikarstwie immersyjnym; Przedstawienie uzasadnionych argumentów i propozycja odpowiedzialnych rozwiązań; Jasna struktura, spójny styl pisania, poprawne cytowania
Projekt końcowy (koncepcja i prezentacja)	25 %	Opracowuje spójną koncepcję dziennikarstwa immersyjnego łączącą narrację, technologię i etykę; Prezentacja jest jasna, angażująca i dobrze zorganizowana; Wykazuje oryginalność, kreatywność i krytyczną refleksję; Popiera pomysły odpowiednią teorią, lekturami i przykładami

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie przedkładane prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia do tworzenia środowisk immersyjnych	Unity; Unreal Engine – do tworzenia interaktywnych i immersyjnych środowisk VR/AR, projektowania, prototypowania i wdrażania złożonych przestrzeni wirtualnych na potrzeby dziennikarskiego storytellingu

Narzędzia do rejestrowania wideo 360°	Insta360; Ricoh Theta – do rejestrowania wciągających materiałów wideo, nagrywania i udostępniania scen panoramicznych, zapewniających odbiorcom perspektywę z pierwszej osoby i wzmocnione poczucie obecności w środowiskach informacyjnych
Narzędzia do postprodukcji	Adobe Premiere Pro; After Effects – do edycji wideo i efektów wizualnych, udoskonalania wciągających treści typu „ ”, umożliwiających precyzyjną edycję, korekcję kolorów oraz integrację animacji lub efektów specjalnych w celu wzmocnienia oddziaływania narracji
Narzędzia do narracji i wizualizacji wspomagane sztuczną inteligencją	ChatGPT; Runway – do generowania, streszczania i wizualizacji treści dziennikarskich
Narzędzia do organizacji przepływu pracy i projektowania opartego na współpracy	Miro; Notion – do organizowania przepływu pracy w projektach i ułatwiania projektowania opartego na współpracy

Bibliografia (styl APA)

1. Ahmed, S. (2014). *The cultural politics of emotion* (wyd. 2). Edinburgh University Press.
2. Baía Reis, A. i Coelho, A. (2018). Wirtualna rzeczywistość i dziennikarstwo: Brama do immersyjnego opowiadania historii. *Digital Journalism*, 6(8), 1090–1100. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502046>
3. Berger, P. L. i Luckmann, T. (1966). *Spółeczna konstrukcja rzeczywistości: Traktat z socjologii wiedzy*. Anchor Books.
4. Chouliaraki, L. (2006). *Widownia cierpienia*. Sage Publications.
5. Chouliaraki, L. (2013). *Ironiczny widz: Solidarność w epoce posthumanitaryzmu*. Polity Press.
6. Couldry, N. (2012). *Media, społeczeństwo, świat: teoria społeczna i praktyka mediów cyfrowych*. Polity Press.
7. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). *Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i przywłaszczają je kapitalizmowi*. Stanford University Press.

8. Dahlgren, P. (2009). *Media i zaangażowanie polityczne: obywatele, komunikacja i demokracja*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818721>
9. Hall, S. (2013). *Reprezentacja* (wyd. 2). Sage Publications. (Oryginalne wydanie opublikowane w 1997 r.)
10. Hepp, A. (2020). *Głęboka mediatyzacja*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351064900>
11. Hernández-Rodríguez, J.-C. i García-Perdomo, V. (2024). Badania nad dziennikarstwem immersyjnym zdominowane przez efekty medialne: wezwanie do rozszerzenia ram, metodologii i projektów narracyjnych dla reportażu. *Communication & Society*, 37(2), 1–18. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.1-18>
12. Jenkins, H., Ford, S. i Green, J. (2013). *Media rozprzestrzeniające się: Tworzenie wartości i znaczenia w kulturze sieciowej*. New York University Press.
13. Kohring, M. i Matthes, J. (2007). Zaufanie do mediów informacyjnych: Opracowanie i walidacja wielowymiarowej skali. *Communication Research*, 34(2), 231–252. <https://doi.org/10.1177/0093650206298071>
14. Nash, K. (2018). Świadek wirtualnej rzeczywistości: badanie etyki obecności za pośrednictwem mediów. *Studies in Documentary Film*, 12(2), 119–131. <https://doi.org/10.1080/17503280.2017.1340796>
15. Newman, N. i Cherubini, F. (9 stycznia 2025 r.). *Trendy i prognozy dotyczące dziennikarstwa, mediów i technologii na rok 2025*. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutera. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
16. Pedersen, I. (2021). Empatia, etyka i media immersyjne. *Digital Journalism*, 9(3), 343–360. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1816143>
17. Pink, S. (2015). *Doing sensory ethnography* (wyd. 2). Sage Publications.
18. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
19. Polydorou, D. (2024). Immersive storytelling experiences: A design methodology. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2389886>
20. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228.

21. Thussu, D. K. (2018). *Komunikacja międzynarodowa: ciągłość i zmiana* (wyd. 3). Bloomsbury Academic.
22. Tsfati, Y. i Cappella, J. N. (2003). Czy ludzie oglądają to, czemu nie ufają? Badanie związku między sceptycyzmem wobec mediów informacyjnych a ekspozycją. *Communication Research*, 30(5), 504–529.
<https://doi.org/10.1177/0093650203253371>
23. van Dijck, J. (2021). Widzieć las zamiast drzew: Wizualizacja platformizacji i jej zarządzania. *New Media & Society*, 23(9), 2801–2819.
<https://doi.org/10.1177/1461444820940293>
24. Zelizer, B. (2019). *What journalism could be*. Polity Press.

MODUL 2: Prawo mediów, etyka i polityka

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Prawo mediów, etyka i polityka (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do mediów Podstawy teorii komunikacji
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Informacje o wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten wprowadza studentów studiów licencjackich w podstawowe ramy prawne, etyczne i polityczne regulujące współczesne systemy medialne. Obejmuje on kluczowe zasady prawa mediów, wolności słowa, odpowiedzialności dziennikarskiej oraz regulacji mediów w społeczeństwach demokratycznych, analizując wpływ ustawodawstwa, polityki publicznej i standardów etycznych na praktykę dziennikarską i produkcję mediów cyfrowych. Szczególną uwagę poświęca się nowym wyzwaniom związanym z platformami cyfrowymi, ochroną konsumentów i danych oraz wykorzystaniem systemów algorytmicznych, sztucznej inteligencji i technologii mediów immersyjnych. Studenci dowiadują się, w jaki sposób środowiska mediów cyfrowych wpływają na dane osobowe, zachowania użytkowników i prawa konsumentów, a także jak kwestie takie jak prywatność, zgoda, przejrzystość i zaufanie użytkowników wpływają na odpowiedzialną produkcję medialną. Moduł porusza również kwestie etyczne i prawne związane z dziennikarstwem immersyjnym, w tym rzeczywistością wirtualną, rzeczywistością rozszerzoną, filmami 360° oraz opowiadaniem historii opartym na sztucznej inteligencji. Dzięki tym zagadnieniom studenci rozwijają praktyczną świadomość w zakresie podejmowania decyzji etycznych i odpowiedzialności prawnej w praktyce medialnej, ze szczególnym uwzględnieniem reprezentacji, wpływu na odbiorców, autentyczności oraz bezpieczeństwa użytkowników w ewoluujących ekosystemach mediów cyfrowych.

Cele nauczania

Moduł ten pomaga studentom studiów licencjackich rozwinąć podstawowe kompetencje w zakresie prawa mediów, etyki i polityki, ze szczególnym uwzględnieniem ochrony konsumentów i danych. Studenci będą badać, w jaki sposób ramy prawne, standardy etyczne i nowe technologie — takie jak sztuczna inteligencja, rzeczywistość wirtualna i rozszerzona — wpływają na produkcję medialną, prywatność, zgodę i zaufanie użytkowników. Zdobędą umiejętności pozwalające na podejmowanie świadomych i odpowiedzialnych decyzji w kontekście mediów cyfrowych i immersyjnych. Studenci studiów licencjackich rozwiną podstawowe kompetencje związane z ochroną konsumentów i danych. Moduł ma na celu:

Cel 1	Zrozumienie podstawowych zasad ochrony konsumentów i prywatności danych w mediach cyfrowych.
Cel 2	Określenie obowiązków prawnych związanych z gromadzeniem i przetwarzaniem danych osobowych.
Cel 3	Rozpoznanie zagrożeń etycznych związanych z produkcją opartą na danych i immersyjną.
Cel 4	Zrozumienie kluczowych zasad etycznych i norm prawnych dotyczących dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 5	Rozpoznawanie kwestii prawnych dotyczących prywatności, zgody i ochrony danych w mediach immersyjnych.
Cel 6	Zastosowanie podstawowego rozumowania prawnego i etycznego w odniesieniu do produkcji cyfrowej i przypadków dziennikarstwa immersyjnego.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Wyjaśnić główne pojęcia dotyczące praw konsumentów, prywatności danych oraz przepisów dotyczących ochrony w kontekście mediów cyfrowych.

Efekt kształcenia 2	Wykazanie się znajomością wymogów prawnych dotyczących gromadzenia, przechowywania i przetwarzania danych osobowych w produkcji medialnej.
Efekt kształcenia 3	Zidentyfikować potencjalne kwestie etyczne wynikające z wykorzystania algorytmów, sztucznej inteligencji i technologii immersyjnych w projektach medialnych.
Efekt kształcenia 4	Opisać standardy prawne i etyczne regulujące dziennikarstwo immersyjne, w tym zgodę, przejrzystość i reprezentację.
Efekt kształcenia 5	Przeanalizować przypadki, w których praktyki mediów immersyjnych mogą naruszać przepisy dotyczące prywatności lub ochrony danych.
Efekt kształcenia 6	Ocenić rzeczywiste scenariusze i proponować uzasadnione rozwiązania zgodne z wymogami prawnymi i najlepszymi praktykami etycznymi.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do prawa mediów, etyki i ochrony konsumentów	McQuail (2010); Solove & Schwartz (2024)	Dyskusja i tworzenie mapy pojęciowej
2	Prawa konsumentów i ochrona danych w mediach cyfrowych	Helberger, Pierson i Poell (2018); Unia Europejska (2016) RODO	Krótką pracą refleksyjną
3	Gromadzenie danych, śledzenie i przejrzystość	Zuboff (2019); Solove (2021); Mathur i in. (2019)	Studium przypadku / raport analityczny
4	Platformy, warunki korzystania z usług i etyka algorytmiczna	van Dijck, Poell i de Waal (2018); Crawford (2021); Floridi i in. (2018)	Analiza platform / analiza oparta na przypadkach
5	Podstawy prawne: prawo mediów i wolność wypowiedzi	Barendt (2005); Tambini, Moore i Joyce (2017)	Ćwiczenia z zakresu prawa stosowanego
6	Etyka dziennikarska i standardy zawodowe	Ward (2015); Kodeks etyczny SPJ	Analiza / refleksja etyczna

7	Prywatność, zgoda i ochrona danych w mediach immersyjnych	Madary i Metzinger (2016); Solove i Schwartz (2024); Barfield i Blitz (2018)	Analiza ryzyka / studium przypadku
8	Dziennikarstwo immersyjne: empatia, reprezentacja i szkody	Sánchez Laws (2017); Chouliaraki (2006, 2013); Ahmed (2014)	Studium przypadku / oświadczenie dotyczące etyki
9	Sztuczna inteligencja, automatyzacja i wyzwania etyczne w mediach	Crawford (2021); Smuha (2025); Bailenson (2018)	Krótki raport analityczny / refleksja
10	Regulacje, odpowiedzialność i zaufanie użytkowników	Koops i in. (2017); OECD (2020); Barfield i Blitz (2018)	Refleksja porównawcza / krytyczna
11	Globalne i współczesne wyzwania w polityce medialnej	Thussu (2018); McChesney (2015); Newman & Cherubini (2025)	Studium przypadku / refleksja krytyczna
12	Synteza, integracja i dyskusja końcowa	—	Dyskusja końcowa

Ocena i punktacja

Elementy oceny	Waga
Studium przypadku dotyczące konsumentów cyfrowych i ochrony danych	30%
Zarys zasad i etyki dziennikarstwa immersyjnego (poziom podstawowy)	30%
Esej analityczny	20%
Portfolio refleksyjne	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element oceny	Waga	Kryteria
Studium przypadku dotyczące konsumentów cyfrowych i ochrony danych	30%	Dokładne zidentyfikowanie istotnych kwestii prawnych i etycznych w wybranym przypadku dotyczącym mediów (10%); Jasne wyjaśnienie obowiązujących przepisów, regulacji lub kodeksów etycznych dotyczących mediów (10%); Logiczna struktura i przejrzystość argumentacji poparta przykładami (10%)
Polityka dziennikarstwa immersyjnego / Podsumowanie kwestii etycznych (poziom podstawowy)	30%	Jasny opis wyzwania etycznego lub prawnego związanego z dziennikarstwem immersyjnym (10%); Właściwe użycie podstawowej terminologii związanej z prawem mediów, etyką, prywatnością i zgodą (10%); Spójne i realistyczne zalecenia odzwierciedlające interes publiczny, bezpieczeństwo użytkowników i odpowiedzialność zawodową (10%)
Esej analityczny	20%	Wykazanie zrozumienia podstawowych zasad prawa mediów, etyki i polityki (10%); Właściwe wykorzystanie źródeł akademickich, prawnych i zawodowych (5%); Identyfikacja i omówienie napięć między innowacją, immersją lub wolnością mediów cyfrowych a regulacjami (5%)
Portfolio refleksyjne	20%	Dowody zaangażowania w treści kursu, dyskusje nad przypadkami i lektury (10%); Refleksja na temat odpowiedzialności etycznej, obywatelstwa cyfrowego, zaufania użytkowników i wpływu na odbiorców (5%); Świadomość osobistego postępu w nauce oraz standardów zawodowych w praktyce medialnej (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Przedłożenie prac po terminie

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Badania prawne i media Bazy danych dotyczące ustawodawstwa	LexisNexis, Eur-Lex
Etyka dziennikarska i standardy zawodowe	Kodeks etyczny, wytyczne redakcyjne EBU
Narzędzia do analizy i komunikacji publicznej	Datawrapper, Pol.is
Wspólne badania i mapowanie etyczne	Notion, Miro

Bibliografia (styl APA)

1. Ahmed, S. (2014). *Polityka kulturowa emocji* (wyd. 2). Edinburgh University Press.
2. Bailenson, J. N. (2018). *Doświadczenie na żądanie: Czym jest rzeczywistość wirtualna, jak działa i jakie ma możliwości*. W. W. Norton & Company.
3. Barendt, E. (2005). *Wolność słowa* (wyd. 2). Oxford University Press.
4. Barfield, W. i Blitz, M. J. (red.). (2018). *Podręcznik badawczy dotyczący prawa wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781786432859>
5. Chouliaraki, L. (2006). *Widownia cierpienia*. Sage Publications.
6. Chouliaraki, L. (2013). *Ironiczny widz: Solidarność w erze posthumanitaryzmu*. Polity Press.
7. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). *Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i przywłaszczają je kapitalizmowi*. Stanford University Press.
8. Crawford, K. (2021). *Atlas sztucznej inteligencji: Władza, polityka i globalne koszty sztucznej inteligencji*. Yale University Press.
9. Unia Europejska. (2016). *Rozporządzenie (UE) 2016/679 Parlamentu Europejskiego i Rady (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
10. Unia Europejska. (2022). *Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
11. Unia Europejska. (2024). *Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (Ustawa o sztucznej inteligencji)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu>
12. Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M. i in. (2018). AI4People — ramy etyczne dla społeczeństwa opartego na sztucznej inteligencji. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>
13. Gillespie, T. (2018). *Strażnicy Internetu: platformy, moderacja treści i ukryte decyzje kształtujące media społecznościowe*. Yale University Press.
14. Helberger, N., Pierson, J. i Poell, T. (2018). Zarządzanie platformami internetowymi: od spornej do wspólnej odpowiedzialności. *The Information Society*, 34(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>
15. Biuro Komisarza ds. Informacji. (2021). *Oceny skutków dla ochrony danych*. ICO. <https://ico.org.uk>
16. Koops, B.-J., Newell, B., Timan, T., Škorvánek, I., Chokrevski, T. i Galič, M. (2017). Typologia prywatności. *University of Pennsylvania Journal of International Law*, 38(2), 483–575.
17. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, artykuł 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>

18. Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J. i in. (2019). Ciemne wzorce na dużą skalę: Wyniki analizy 11 tys. stron internetowych sklepów. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
19. McChesney, R. W. (2015). *Bogate media, uboga demokracja: Polityka komunikacyjna w niepewnych czasach* (wyd. 2). The New Press.
20. McQuail, D. (2010). *Teoria komunikacji masowej McQuaila* (wyd. 6). Sage Publications.
21. Napoli, P. M. (2019). *Media społecznościowe a interes publiczny: Regulacja mediów w erze dezinformacji*. Columbia University Press.
22. Newman, N. i Cherubini, F. (9 stycznia 2025 r.). Dziennikarstwo, media i trendy oraz prognozy technologiczne na rok 2025. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
23. OECD. (2020). *Polityka konsumencka a oszustwa: pomiar szkód ponoszonych przez konsumentów oraz wpływu polityki konsumenckiej*. Wydawnictwo OECD.
24. O’Neil, C. (2016). *Broń matematycznego zniszczenia: Jak big data zwiększa nierówność i zagraża demokracji*. Wydawnictwo Crown.
25. Pavlik, J. V. (2021). Moralny mandat dziennikarstwa wirtualnej rzeczywistości. W: W. N. Wyatt (red.), *The Routledge companion to journalism ethics* (s. 337–345). Routledge.
26. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
27. Slater, M. i Sanchez-Vives, M. V. (2016). Wzbogacanie naszego życia dzięki immersyjnej rzeczywistości wirtualnej. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, artykuł 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
28. Smuha, N. A. (red.). (2025). *Podręcznik Cambridge dotyczący prawa, etyki i polityki w zakresie sztucznej inteligencji*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009094234>
29. Solove, D. J. (2021). Mit paradoksu prywatności. *George Washington Law Review*, 89(1), 1–51.
30. Solove, D. J. i Schwartz, P. M. (2024). *Prywatność konsumentów i ochrona danych* (wyd. 4). Aspen Publishing.
31. Tambini, D., Moore, M. i Joyce, T. (2017). *Dominacja cyfrowa: potęga Google, Amazon, Facebooka i Apple*. Oxford University Press.
32. Thussu, D. K. (2018). *Komunikacja międzynarodowa: ciągłość i zmiana* (wyd. 3). Bloomsbury Academic.
33. van Dijck, J., Poell, T. i de Waal, M. (2018). *Spółeczeństwo platformowe: wartości publiczne w świecie połączonym*. Oxford University Press.
34. Ward, S. J. A. (2015). *Wynalezienie etyki dziennikarskiej: Droga do obiektywności i dalej* (wyd. 2). McGill-Queen’s University Press.

35. Wardle, C. i Derakhshan, H. (2017). Chaos informacyjny: W kierunku interdyscyplinarnych ram badań i kształtowania polityki. Rada Europy. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
36. Zuboff, S. (2019). *Era kapitalizmu nadzoru*. PublicAffairs.

MODUŁ 3: Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji

Program kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Brak
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne

Informacje o prowadzącym

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w podstawy cyfrowego storytellingu jako kluczowej umiejętności we współczesnym i immersyjnym dziennikarstwie. Bada, w jaki sposób struktury narracyjne, język wizualny, dźwięk i interaktywność mogą być łączone w celu tworzenia angażujących, opartych na faktach historii na platformach cyfrowych. Studenci ucą się projektować narracje dla środowisk immersyjnych, takich jak VR, AR i wideo 360°, kładąc duży nacisk na doświadczenie odbiorców, rzetelność dziennikarską i etyczny storytelling. Moduł wprowadza również wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w procesie twórczym. Studenci eksperymentują z narzędziami AI do generowania narracji, tworzenia postaci i kształtowania treści interaktywnych w różnych mediach, takich jak film i platformy cyfrowe. Poprzez praktyczne ćwiczenia i studia przypadków badają zarówno potencjał twórczy, jak i implikacje etyczne opowiadania historii wspomaganego przez AI. Ponadto moduł podkreśla znaczenie opowiadania historii jako narzędzia wywierającego wpływ społeczny. Studenci zgłębiają strategie tworzenia narracji, które angażują różnorodną publiczność, przekazują złożone kwestie społeczne i zachęcają do konstruktywnego dialogu. Pod koniec modułu studenci będą potrafili projektować

fascynujące historie cyfrowe, łączące skuteczne techniki narracyjne, nowe technologie i odpowiedzialne praktyki medialne.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu zapoznanie studentów studiów licencjackich z podstawowymi koncepcjami i praktykami cyfrowego opowiadania historii w ramach współczesnych mediów i dziennikarstwa. Cele nauczania koncentrują się na rozwijaniu zarówno teoretycznego zrozumienia, jak i praktycznych umiejętności potrzebnych do tworzenia spójnych, angażujących i etycznie odpowiedzialnych opowieści cyfrowych przy użyciu narzędzi multimedialnych. Studenci będą również zgłębiać rosnącą rolę sztucznej inteligencji w tworzeniu narracji, ucząc się, w jaki sposób technologie AI mogą wspierać kreatywne opowiadanie historii, jednocześnie biorąc pod uwagę ich implikacje etyczne. Ponadto moduł kładzie nacisk na potencjał opowiadania historii w wywieraniu wpływu społecznego, wyposażając studentów w wiedzę i umiejętności potrzebne do angażowania różnorodnych odbiorców i przekazywania istotnych kwestii społecznych za pośrednictwem mediów cyfrowych. Moduł ma na celu:

Cel 1	Wyjaśnienie kluczowych zasad cyfrowego opowiadania historii oraz struktur narracyjnych stosowanych we współczesnych mediach i dziennikarstwie.
Cel 2	Tworzenie prostych opowieści multimedialnych poprzez połączenie tekstu, obrazów, dźwięku i wideo w spójnej i angażującej formie.
Cel 3	Zastosowanie podstawowych zasad projektowania multimedialnego i narracyjnego w celu zwiększenia przejrzystości, użyteczności i zaangażowania odbiorców.
Cel 4	Wykorzystanie podstawowych narzędzi sztucznej inteligencji w tworzeniu opowieści, zrozumienie ich potencjału twórczego, a także ograniczeń i implikacji etycznych.
Cel 5	Przeanalizować, w jaki sposób opowiadanie historii może wpływać na postrzeganie, zaangażowanie odbiorców oraz ich świadomość kwestii społecznych.
Cel 6	Opracowanie i zaprezentowanie wspólnych projektów opowiadania historii, które przekazują znaczące narracje dla różnorodnych odbiorców, przy zachowaniu standardów etycznych i zgodności z faktami.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Opisać i wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z cyfrowym storytellingiem, w tym podstawowe struktury narracyjne i ich zastosowanie w kontekście mediów i dziennikarstwa.
Efekt kształcenia 2	Stworzyć prostą cyfrową opowieść, która łączy różne elementy medialne (tekst, obrazy, dźwięk i wideo) w jasną i spójną narrację.
Efekt kształcenia 3	Zastosować podstawowe zasady projektowania i opowiadania historii w celu uporządkowania treści multimedialnych w sposób sprzyjający zrozumieniu i zaangażowaniu odbiorców.
Efekt kształcenia 4	Wykazać się podstawową umiejętnością korzystania z wybranych narzędzi sztucznej inteligencji w procesie opowiadania historii oraz wyjaśnić ich potencjalne zastosowania, ograniczenia i kwestie etyczne.
Efekt kształcenia 5	Zidentyfikować i omówić, w jaki sposób techniki narracyjne mogą wpływać na postrzeganie i zaangażowanie odbiorców w wybrane tematy społeczne lub medialne.
Efekt kształcenia 6	Współpracować w celu zaprojektowania i zaprezentowania prostego projektu opowiadania historii, który przekazuje jasny komunikat, jednocześnie wykazując świadomość standardów etycznych i merytorycznych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do cyfrowego storytellingu i sztucznej inteligencji	Murray, J. H. (2023); Floridi, L. (2023); Sharples, M. (2022)	Refleksja na temat opowiadania historii: napisz refleksję o długości 300–500 słów na temat roli opowiadania historii i sztucznej inteligencji w mediach.

2	Podstawy struktur narracyjnych	Ryan, M.-L. (2024); Alexander, A., Bassett, C., Blackwell, A. i Walton, J. L. (2021); Boden, M. A. (1998)	Storyboard/konspekt: stwórz podstawowy storyboard lub jednostronicowy konspekt krótkiej historii dziennikarskiej lub wygenerowanej przez sztuczną inteligencję.
3	Integracja tekstu, obrazów i multimedii	Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Opowieść tekstowo-obrazkowa: stwórz krótką opowieść łączącą tekst i obrazy (1–2 strony/slajdy).
4	Dodawanie audio, wideo i interaktywności	Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Klip multimedialny: przygotuj krótką opowieść cyfrową łączącą tekst, obrazy oraz materiały audio i wideo (30–60 sekund).
5	Rozwój postaci i generowanie opowieści wspomagane przez sztuczną inteligencję	Letonsaari, M., Tri-Dung, D. i Tri-Cuong, D. (2025); Mazzone, M. i Elgammal, A. (2019); Sharples, M. i Pérez y Pérez, R. (2022)	Profil postaci i opowiadanie AI: zaprojektuj postacie wygenerowane przez AI i prześlij krótkie opowiadanie wspomagane przez AI.
6	Zasady opowiadania historii na wielu platformach i projektowania multimedii	Ruszev, S., Rogers, L., Gurgun, S. i in. (2024); Cox, S. R., Djernæs, H. B. i Van Berkel, N. (2025); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Dostosuj swoją opowieść do dwóch platform i popraw ją, stosując zasady projektowania multimedialnego.
7	Etyka, zgodność z faktami i kwestie związane ze sztuczną inteligencją	Murray, J. H. (2023); Ryan, M.-L. (2024); Floridi, L. (2023)	Analiza etyczna: napisz recenzję opowiadania (cyfrowego lub wygenerowanego przez AI) o długości 300–500

			słów, oceniającą kwestie etyczne i merytoryczne.
8	Wprowadzenie do opowiadania historii o wpływie społecznym	Bublitz, M. G., Escalas, J. E., Peracchio, L. A. i in. (2016); Davidson, B. (2017)	Refleksja i dyskusja: jednostronicowa refleksja na temat opowieści, która wpłynęła na zmiany społeczne; wpis na forum dyskusyjnym.
9	Odbiorcy, zaangażowanie i perswazja narracyjna	Busselle, R. i Bilandzic, H. (2009); Green, M. C. i Brock, T. C. (2000); van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M. i Wetzels, M. (2014)	Mapa odbiorców: zidentyfikuj docelowych odbiorców historii o wpływie społecznym i nakreśl strategię zaangażowania.
10	Opowiadanie historii w różnych mediach i projektowanie kampanii	Green, M. C., Brock, T. C. i Kaufman, G. F. (2004); Gilliam, D. A. i Flaherty, K. E. (2015); Buechel, B., Boeck, H. i Clarke, T. B. (2020)	Dostosuj krótką historię do dwóch formatów medialnych lub stwórz scenariusz kampanii poruszającej kwestię społeczną.
11	Projekt wspólnego tworzenia opowieści – Opracowanie	Shanahan, E. A., McBeth, M. K. i Hathaway, P. L. (2011); Bublitz, M. G., Escalas, J. E., Peracchio, L. A. i in. (2016); Sharples, M. (2022)	W zespołach opracujcie projekt opowiadania historii o znaczeniu społecznym lub wspomagany sztuczną inteligencją; prześlijcie szkic wraz z opiniami innych uczestników.
12	Wspólny projekt opowiadania historii – prezentacja i refleksja	Davidson, B. (2017); Doshi, A. R. i Hauser, O. P. (2024); Heigl, R. (2025)	Zaprezentujcie końcowy projekt łączący elementy cyfrowe, sztuczną inteligencję lub wpływ społeczny; prześlijcie

			końcowe wyniki wraz z refleksją i oceną.
--	--	--	--

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Refleksje i krótkie zadania	20%
Rozwój fabuły i zadania multimedialne	30%
Opowiadanie historii z wykorzystaniem sztucznej inteligencji	20%
Wspólny projekt końcowy	30%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element oceny	Waga	Kryteria
Refleksje i krótkie zadania	20%	Przejrzystość i głębia wypowiedzi; zrozumienie zasad narracji; zaangażowanie w lekturę; krytyczna ocena kwestii etycznych/faktycznych; refleksja na temat sztucznej inteligencji i jej wpływu społecznego.
Rozwój fabuły i zadania multimedialne typu „ ”	30%	Spójność struktury narracyjnej; skuteczne połączenie tekstu, obrazów, dźwięku, wideo i interaktywności; kreatywność; techniczna realizacja projektu „ ”; zgodność z wymaganiami zadania.
Opowiadanie historii wspomagane przez sztuczną inteligencję	20%	Wykorzystanie narzędzi AI; kreatywność w tworzeniu fabuły/postaci; biegłość techniczna; krytyczna refleksja na temat potencjału, ograniczeń i implikacji etycznych AI.
Wspólny projekt końcowy	30%	Współpraca zespołowa; jakość i spójność końcowej historii; integracja multimedii, sztucznej inteligencji lub strategii oddziaływania społecznego; umiejętności prezentacyjne; refleksja na temat zaangażowania odbiorców, etyki i efektów uczenia się.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Sprzęt	Komputer (Windows lub macOS), słuchawki / głośniki, kamera internetowa, mikrofon, opcjonalnie: urządzenie VR/AR

Oprogramowanie – tworzenie multimedialnych	Adobe Premiere Pro, Photoshop, After Effects, DaVinci Resolve, GIMP, Blender, Audacity, Adobe Audition, Canva, Final Cut Pro, iMovie, CapCut
Oprogramowanie – interaktywne / immersyjne opowiadanie historii	Twine, Unity, Unreal Engine, Insta360 Studio, wtyczki Premiere Pro VR
Generowanie tekstu / tworzenie opowieści	ChatGPT, Jasper AI, NovelAI, Sudowrite, AI Dungeon
Rozwój / projektowanie postaci	Character.AI, Artbreeder
Opowiadanie historii na wielu platformach / multimedia	RunwayML, Synthesia, Pictory, edytory wideo oparte na sztucznej inteligencji
Współpraca i komunikacja	Canvas, Moodle, Blackboard, Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, Google Workspace, Slack, Dropbox, OneDrive
Internet i publikacje	Chrome, Firefox, Edge, YouTube, Vimeo, WordPress, Instagram, TikTok, Twitter/X
Ocena etyczna / ocena treści	Narzędzia do oceny treści generowanych przez sztuczną inteligencję
Narzędzia do zarządzania nauczaniem i produktywnością	Microsoft Word, Google Docs, Microsoft PowerPoint, Google Slides, Canva, Google Scholar, Zotero, Mendeley
Inne wymagania	Stabilne połączenie internetowe, zewnętrzna pamięć masowa / kopia zapasowa w chmurze, znajomość formatów plików multimedialnych/kodeków

Bibliografia (styl APA)

- Alexander, A., Bassett, C., Blackwell, A. i Walton, J. L. (2021). *Duchy, roboty, automatyczne pisanie: przewodnik do nauki na poziomie AI*. Cambridge, Wielka Brytania: Cambridge Digital Humanities.
- Boden, M. A. (1998). Kreatywność i sztuczna inteligencja. *Sztuczna inteligencja*, 103(1–2), 347–356. [https://doi.org/10.1016/S0004-3702\(98\)00055-1](https://doi.org/10.1016/S0004-3702(98)00055-1)
- Bublitz, M. G., Escalas, J. E., Peracchio, L. A., Furchheim, P., Grau, S. L., Hamby, A., Kay, M. J., Mulder, M. R. i Scott, A. (2016). Historie transformacyjne: ramy tworzenia opowieści dla organizacji działających na rzecz wpływu społecznego. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 237–248. <https://doi.org/10.1509/jppm.15.133>

4. Buechel, B., Boeck, H. i Clarke, T. B. (2020). Badanie procesu podejmowania decyzji w sytuacji zagrożenia. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 27(4), 313–333. <https://doi.org/10.1080/1051712x.2020.1831210>
5. Busselle, R. i Bilandzic, H. (2009). Pomiar zaangażowania narracyjnego. *Media Psychology*, 12(4), 321–347. <https://doi.org/10.1080/15213260903287259>
6. Cox, S. R., Djernæs, H. B. i Van Berkel, N. (2025). Poza produktywnością: Nowe spojrzenie na wpływ narzędzi wspierających kreatywność. W: *Materiały z konferencji „Kreatywność i poznanie” z 2025 r.* (s. 735–749). <https://doi.org/10.1145/3698061.3726924>
7. Davidson, B. (2017). Opowiadanie historii a polityka oparta na dowodach: wnioski z literatury szarej. *Palgrave Communications*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.93>
8. Doshi, A. R. i Hauser, O. P. (2024). Generatywna sztuczna inteligencja zwiększa indywidualną kreatywność, ale zmniejsza zbiorową różnorodność nowatorskich treści. *Science Advances*, 10(28). <https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290>
9. Floridi, L. (2023). Sztuczna inteligencja jako podmiot bez inteligencji: o ChatGPT, dużych modelach językowych i innych modelach generatywnych. *Philosophy & Technology*, 36(1), 15. <https://doi.org/10.1007/s13347-023-00621-y>
10. Gilliam, D. A. i Flaherty, K. E. (2015). Opowiadanie historii przez sprzedawców i jego wpływ na relacje między kupującym a sprzedającym. *Industrial Marketing Management*, 46, 132–142. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.01.013>
11. Green, M. C. i Brock, T. C. (2000). Rola transportu w sile przekonywania narracji publicznych. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
12. Green, M. C., Brock, T. C. i Kaufman, G. F. (2004). Zrozumienie przyjemności płynącej z mediów: rola zanurzenia się w światach narracyjnych. *Communication Theory*, 14(4), 311–327. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x>
13. Heigl, R. (2025). Generatywna sztuczna inteligencja w kontekstach twórczych: przegląd systematyczny i plan przyszłych badań. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-025-00494-9>
14. Mazzone, M. i Elgammal, A. (2019). Sztuka, kreatywność i potencjał sztucznej inteligencji. *Arts*, 8(1), 26. <https://doi.org/10.3390/arts8010026>
15. Murray, J. H. (2023). *Hamlet na holodeku: Przyszłość narracji w cyberprzestrzeni*. MIT Press.
16. Ruszev, S., Rogers, L., Gurgun, S., Stockton-Brown, M., Gee, M., Davis, T., Yang, X., Griffiths, C., Zhang, K., Cheng, B., Slaymaker, J. i Prajitna, S. (2024). Wspólna wyobraźnia posthumanistyczna: Współpraca człowieka z AI w tworzeniu mediów [Raport techniczny]. Uniwersytet w Bournemouth. <https://doi.org/10.18746/epxn-da67>
17. Ryan, M.-L. (2024). *Narracja w różnych mediach: języki opowiadania historii*. University of Nebraska Press.

18. Sage, M. i Singer, J. B. (2018). *Cyfrowe opowiadanie historii: narzędzia, techniki i tradycje*. Loyola eCommons.
19. Shanahan, E. A., McBeth, M. K. i Hathaway, P. L. (2011). Ramy polityki narracyjnej: Wpływ narracji polityki medialnej na opinię publiczną. *Politics & Policy*, 39(3), 373–400. <https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2011.00295.x>
20. Sharples, M. (2022). *Opowiadanie historii i sztuczna inteligencja: kreatywna współpraca w erze uczenia maszynowego*. Routledge.
21. Sharples, M. i Pérez y Pérez, R. (2022). *Maszyny opowiadające historie: Jak komputery stały się kreatywnymi pisarzami*. Abingdon, Oxon; Nowy Jork, NY: Routledge.
22. Slater, M. D. i Rouner, D. (2002). Rozrywka – edukacja i prawdopodobieństwo elaboracji: zrozumienie procesu perswazji narracyjnej. *Communication Theory*, 12(2), 173–191. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x>
23. van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M. i Wetzels, M. (2014). Rozszerzony model immersji narracyjnej: metaanaliza czynników poprzedzających i skutków immersji narracyjnej konsumentów. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 797–817. <https://doi.org/10.1086/673383>

MODUŁ 4: Psychologia mediów immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Psychologia mediów immersyjnych (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do dziennikarstwa Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Informacje o wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten wprowadza studentów w psychologiczne i kulturowe aspekty dziennikarstwa immersyjnego i komunikacji. Studenci badają, w jaki sposób środowiska immersyjne kształtują postrzeganie, emocje i zachowania, w tym wpływ emocji na odbiór odbiorców, empatię, zaangażowanie i interakcję w doświadczeniach dziennikarskich. Moduł obejmuje kluczowe koncepcje i teorie psychologiczne związane z projektowaniem i rozumieniem sytuacji immersyjnych. Ponadto zapewnia podstawową wiedzę z zakresu komunikacji międzykulturowej i wielokulturowej, analizując wpływ kultury na style komunikacji, wartości, postrzeganie i interakcje społeczne. Dzięki połączeniu ram teoretycznych i praktycznych przykładów studenci rozwijają świadomość, otwartość i umiejętność prowadzenia dialogu opartego na szacunku, co sprzyja nabyciu umiejętności poruszania się w kontekstach kulturowych i tworzenia treści immersyjnych.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu zapewnienie studentom kompleksowego zrozumienia zasad psychologicznych leżących u podstaw mediów immersyjnych. Studenci będą badać, w jaki sposób technologie immersyjne wpływają na poznanie, emocje i zachowanie, oraz analizować mechanizmy psychologiczne, które kształtują zaangażowanie i postrzeganie użytkowników. Moduł kładzie również nacisk na znaczenie kontekstów kulturowych i międzykulturowych, umożliwiając studentom rozpoznanie, w jaki sposób różnice kulturowe wpływają na odbiór i interpretację doświadczeń immersyjnych. Pod koniec modułu studenci będą potrafili krytycznie oceniać, analizować i stosować spostrzeżenia psychologiczne w projektowaniu i ocenie immersyjnych treści dziennikarskich.

Cel 1	Zrozumienie podstawowych pojęć z zakresu psychologii mediów immersyjnych oraz ich znaczenia dla doświadczeń użytkownika.
Cel 2	Rozpoznanie, w jaki sposób środowiska immersyjne wpływają na procesy poznawcze, emocje i zachowanie.
Cel 3	Rozróżnienie wpływu różnych technologii VR, AR i MR na reakcje psychologiczne.

Cel 4	Rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia w celu skutecznej oceny i projektowania doświadczeń immersyjnych.
Cel 5	Zrozumienie kluczowych pojęć i modeli komunikacji międzykulturowej i wielokulturowej.
Cel 6	Stosowanie zasad komunikacji międzykulturowej w celu rozpoznawania różnic kulturowych, zwiększania wrażliwości oraz poprawy interakcji w kontekście zawodowym i codziennym.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Zapewnia podstawy z zakresu psychologii mediów immersyjnych poprzez wyjaśnienie kluczowych teorii i mechanizmów kształtujących percepcję, zaangażowanie i doświadczenia użytkownika.
Efekt kształcenia 2	Analizuje, w jaki sposób scenariusze immersyjne wpływają na przetwarzanie poznawcze, reakcje emocjonalne i zachowanie, podkreślając implikacje dla skutecznego projektowania treści immersyjnych.
Efekt kształcenia 3	Porównuje technologie: VR, AR i MR w celu oceny, w jaki sposób konkretne cechy wzmacniają lub ograniczają poczucie obecności, zaangażowanie i wpływ psychologiczny.
Efekt kształcenia 4	Stosuje zasady psychologii do krytycznej oceny mediów immersyjnych oraz projektuje koncepcje lub prototypy oparte na zasadach etyki, uwzględniające procesy poznawcze, emocje i zachowania.
Efekt kształcenia 5	Wyjaśnia teorie i modele komunikacji międzykulturowej, identyfikując normy kulturowe, wartości i różnice, które wpływają na postrzeganie i interakcję w zróżnicowanych kontekstach.
Efekt kształcenia 6	Wykazuje świadomość międzykulturową i stosuje strategie pełnej szacunku, skutecznej komunikacji, jednocześnie oceniając treści medialne pod kątem wrażliwości kulturowej i inkluzywności.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Psychologia mediów immersyjnych: pojęcia, teorie i pytania badawcze	Nielsen, S. L. i Sheets, P., 2019	Dyskusja i mapowanie pojęć: definiowanie kluczowych pojęć i pytań badawczych
2	Narzędzia jakościowe i ilościowe w psychologii mediów immersyjnych	Sánchez Laws, A. L., 2017	Przegląd narzędzi: ocena metod badań nad mediami immersyjnymi
3	Immersja i teleobecność	Baños, R. M. i in., 2005; Kang, Y. i in., 2019	Eksperymentalne mini-badania dotyczące obecności i empatii
4	Zanurzenie i empatia	de la Peña, N. i in., 2010; Sánchez Laws, A. L., 2023	Sesje VR oparte na doświadczeniu i dziennik refleksji
5	Narzędzia do testowania mediów immersyjnych	Zhao, X. i in., 2025	Krytyczna analiza narzędzi: możliwości, ograniczenia i kryteria oceny
6	Etyka w dziennikarstwie immersyjnym Psychologia	Pavlik, J. V., 2021	Wykłady gościnne psychologów; dokument przedstawiający stanowisko w sprawie etyki
7	Perspektywa użytkownika na doświadczenie immersyjne	Nielsen, S. L. i Sheets, P., 2019	Analiza wpływu na użytkowników: ocena reakcji poznawczych, emocjonalnych i behawioralnych
8	Media immersyjne dla zdrowia i dobrego samopoczucia	Dębska, M., 2019; Kruse, T., 2021	Wizyta studyjna i raport refleksyjny

9	Pojawiające się trendy i kierunki rozwoju	Reuters Institute, 2025	Artykuł przeglądowy dotyczący trendów; przygotowanie projektu końcowego
10	Wprowadzenie do kultury i komunikacji	Hall, S., 2013; Bennet, M. J., 2013	Krytyczna lektura i dyskusja
11	Wartości kulturowe, style komunikacji i kompetencje międzykulturowe	Sánchez Laws, A. L., 2017; Gudykunst, W. B., 2004; Martin, J. N. i Nakayama, T. K., 2022; Nakayama, T. K. i Halualani, R. T., 2010; Hofstede, G., Hofstede, G. J. i Minkov, M., 2010; Holliday, A., Hyde, M. i Kullman, J., 2017; Samovar, L., Porter, R., McDaniel, E. i Roy, C., 2021; Ting-Toomey, S. i Dorjee, T., 2019	Mapowanie pojęć, analiza wideo, studia przypadków, debaty, odgrywanie ról, analiza scenariuszy, przygotowywanie projektów grupowych
12	Prezentacje końcowe i refleksja	—	Złożenie i prezentacja projektu końcowego

Ocena i punktacja

Elementy oceny	Waga
Esej analityczny / Raport z badań	30%
Plan projektu / Scenariusz projektu	30%
Dziennik refleksji i badań	20%
Prezentacja grupowa	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Esej analityczny / Raport badawczy	30%	Przejrzystość argumentacji, zastosowanie teorii, analiza krytyczna, wykorzystanie dowodów
Plan projektu / Scenariusz projektu	30%	Wykonalność, innowacyjność, integracja zasad psychologicznych i międzykulturowych, projekt oparty na badaniach
Dziennik refleksji i badań	20%	Głębina refleksji, spostrzeżenia dotyczące procesu uczenia się, kwestie etyczne i psychologiczne
Prezentacja grupowa	20%	Przejrzystość, zaangażowanie, praca zespołowa, skuteczne przekazywanie wyników badań i projektu

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia do tworzenia narracji i wizualizacji wspomagane przez sztuczną inteligencję	ChatGPT / Runway – do generowania, streszczania i wizualizacji treści dziennikarskich
Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet	Qualtrics / SurveyMonkey – do projektowania ankiet dla odbiorców i gromadzenia danych ilościowych; Google Forms – prosta, bezpłatna opcja do szybkiego zbierania opinii i testowania użytkowników
Narzędzia do testowania mediów immersyjnych	Unity Analytics – do śledzenia zachowań użytkowników w prototypach VR/AR; systemy śledzenia wzroku (Tobii Pro) – do analizy uwagi i zaangażowania w środowiskach immersyjnych; czujniki biometryczne – do pomiaru reakcji emocjonalnych i fizjologicznych
Narzędzia do analizy jakościowej	NVivo – do kodowania i analizy wywiadów, grup fokusowych i danych jakościowych; Atlas.ti – zaawansowana analiza danych jakościowych do badań tematycznych
Narzędzia ilościowe i statystyczne	SPSS / R / Python (Pandas, SciPy) – do analizy statystycznej i testowania hipotez; Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy danych i wizualizacji
Narzędzia do organizacji przepływu pracy i projektowania opartego na współpracy	Miro / Notion – do organizowania przepływu pracy w projektach i ułatwiania projektowania opartego na współpracy

Bibliografia (styl APA)

1. Baños, R., Botella, C., Alcañiz, R., Mariano, L., Liaño, V., Guerrero, B. i Rey, B. (2005). Immersion and emotion: Their impact on the sense of presence. *CyberPsychology & Behavior*, 7(6).
2. Bennett, M. J. (2013). *Podstawowe pojęcia komunikacji międzykulturowej: paradygmaty, zasady i praktyki* (wyd. 2). Quercus.
3. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M. V. i Slater, M. (2010). Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005
4. Dębska, M., Polechoński, J., Mynarski, A. i Polechoński, P. (2019). Satysfakcja i intensywność aktywności fizycznej w immersyjnej rzeczywistości wirtualnej wykonywanej na innowacyjnych urządzeniach treningowych zgodnie z zaleceniami zdrowotnymi. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19), 3673.
5. Gudykunst, W. B. (2004). *Niwelowanie różnic: Skuteczna komunikacja międzygrupowa* (wyd. 4). Sage.
6. Hall, E. T. (1976). *Poza kulturą*. Anchor Books.
7. Hofstede, G., Hofstede, G. J. i Minkov, M. (2010). *Kultury i organizacje: Oprogramowanie umysłu* (wyd. 3). McGraw-Hill.
8. Holliday, A., Hyde, M. i Kullman, J. (2017). *Komunikacja międzykulturowa: Podręcznik dla studentów* (wyd. 2). Routledge.
9. Kang, S., O'Brien, E., Villarreal, A., Lee, W. i Mahood, C. (2019). Dziennikarstwo immersyjne i teleobecność. *Digital Journalism*, 7, 294–313.
10. Kruse, L., Karaosmanoglu, S., Rings, S., Ellinger, B. i Steinicke, F. (2021). Umożliwianie immersyjnych ćwiczeń fizycznych dla osób starszych: Porównanie gier ruchowych w wirtualnej rzeczywistości i tradycyjnych ćwiczeń wideo. *Societies*, 11(4), 134.
11. Martin, J. N. i Nakayama, T. K. (2022). *Komunikacja międzykulturowa w kontekstach* (wyd. 9). McGraw-Hill.
12. Nakayama, T. K. i Halualani, R. T. (2010). *Podręcznik krytycznej komunikacji międzykulturowej*. Routledge.

13. Nielsen, S. L. i Sheets, P. (2019). Wirtualny szum spotyka się z rzeczywistością: postrzeganie dziennikarstwa immersyjnego przez użytkowników. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919869399>
14. Pavlik, J. V. (2021). Moralny mandat dziennikarstwa wirtualnej rzeczywistości. W: W. N. Wyatt (red.), *The Routledge companion to journalism ethics* (s. 337–345). Routledge.
15. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. (2025). Trendy i prognozy dotyczące dziennikarstwa, mediów i technologii na rok 2025. Uniwersytet Oksfordzki. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
16. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
17. Sánchez Laws, A. L. (red.). (2023). *Insights on immersive journalism*. Routledge.
18. Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R. i Roy, C. S. (2021). *Komunikacja międzykulturowa* (wyd. 9). Wadsworth Cengage Learning.
19. Ting-Toomey, S. i Dorjee, T. (2019). *Komunikacja międzykulturowa* (wyd. 2). Guilford Press.
20. Zhao, Y., Bolter, J. D., Chen, K., Wang, X., Jiang, X. i Ni, Z. (2025). BioVR: Badanie eksploracyjnej adaptacyjnej rzeczywistości wirtualnej opartej na biofeedbacku, służącej do spersonalizowanego i utrzymania intensywności ćwiczeń. *DIS '25 Companion: Publikacja towarzysząca konferencji ACM Designing Interactive Systems Conference 2025*, 586–591. <https://doi.org/10.1145/3715668.3736380>

MODUŁ 5: Projektowanie i produkcja multimedialnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Projektowanie i produkcja multimedialna (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne (zalecane)	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego; Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten wprowadza studentów studiów licencjackich w kreatywne i techniczne podstawy projektowania i produkcji multimedialnej w dziennikarstwie immersyjnym. Koncentruje się na planowaniu, projektowaniu i produkcji multimedialnych treści dziennikarskich, które integrują wideo, audio, grafikę i podstawowe elementy interaktywne na platformach immersyjnych i cyfrowych. Studenci rozwijają praktyczne umiejętności, korzystając z narzędzi i procesów zgodnych ze standardami branżowymi, jednocześnie ucząc się podejmowania świadomych decyzji projektowych, które wspierają przejrzystość narracji, zaangażowanie odbiorców i rzetelność dziennikarską. Nacisk kładziony jest na wspólną produkcję, iteracyjny rozwój oraz kwestie etyczne związane z opowiadaniem historii za pomocą multimedialnych w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.

Cele nauczania

Studenci zdobędą podstawową wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie projektowania i produkcji multimedialnej dla dziennikarstwa immersyjnego. Dzięki analizom pod okiem wykładowców i praktycznym ćwiczeniom nauczą się planować, projektować i tworzyć treści multimedialne łączące elementy wizualne, dźwiękowe i interaktywne. Studenci poznają profesjonalne procesy produkcyjne i będą zachęceni do refleksji nad kwestiami narracyjnymi, etycznymi i związanymi z odbiorcami w opowiadaniu historii za pomocą multimedialnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami projektowania i produkcji multimedialnych w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Rozwijanie umiejętności studentów w zakresie planowania i tworzenia multimedialnych treści dziennikarskich, które łączą elementy wizualne, dźwiękowe i interaktywne.
Cel 3	Zapoznanie studentów z narzędziami i procesami pracy stosowanymi w branży przy produkcji multimedialnej.
Cel 4	Wspieranie praktyk pracy zespołowej i skutecznej komunikacji w zespołach zajmujących się produkcją multimedialną.

Cel 5	Promowanie świadomości kwestii etycznych, estetycznych i dostępności w multimedialnych oraz immersyjnym storytellingu.
-------	--

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekty kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Zastosowanie podstawowych zasad projektowania multimedialnego do tworzenia treści dziennikarskich w środowiskach immersyjnych i cyfrowych.
Efekt kształcenia 2	Planowanie i tworzenie podstawowych reportaży multimedialnych łączących elementy wizualne, dźwiękowe i interaktywne przy użyciu odpowiednich narzędzi i procesów.
Efekt kształcenia 3	Skutecznie współpracować w ramach zespołów zajmujących się produkcją multimedialną i wносить wkład we wspólne procesy produkcyjne.
Efekt kształcenia 4	Podejmowanie świadomych decyzji projektowych, które wspierają przejrzystość narracji, zaangażowanie odbiorców i rzetelność dziennikarską.
Efekt kształcenia 5	Wykazywanie świadomości kwestii etycznych, dostępności i reprezentacji w dziennikarstwie multimedialnym i immersyjnym.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do projektowania multimedialnego i dziennikarstwa immersyjnego	Uskali & Ikonen (2020); Hayes i in. (2022)	Przeanalizuj projekt dziennikarstwa immersyjnego. W jaki sposób wybory dotyczące projektowania multimedialnego wpływają na immersję i znaczenie dziennikarskie?
2	Język wizualny i zasady projektowania	Murray (2017); Brunetti i in. (2024)	Analiza kompozycji wizualnej, kolorystyki i układu w immersyjnej

			historii. W jaki sposób te elementy wpływają na przejrzystość narracji?
3	Projektowanie dźwięku i dźwięk przestrzenny	Baños i in. (2005); Sánchez Laws (2017)	Zbadaj rolę dźwięku. Jak projektowanie dźwięku wpływa na zaangażowanie emocjonalne i poczucie obecności?
4	Techniki nagrywania wideo i 360°	Hayes i in. (2022); Damme i in. (2019)	Oceń dziennikarskie możliwości i ograniczenia formatów wideo immersyjnego.
5	Grafika, animacja i ruch	Pavlik (2013); Sissons i Cochrane (2019)	Przeanalizuj wykorzystanie grafiki lub elementów ruchu. W jaki sposób wspomagają one wyjaśnienia lub orientację?
6	Elementy interaktywne i podstawy doświadczenia użytkownika	Polydorou (2024); Brunetti i in. (2024)	Opracuj interaktywny scenariusz. W jaki sposób interakcja może poprawić zrozumienie bez naruszania rzetelności dziennikarskiej?
7	Koncepcja projektu i opracowanie scenariusza	Lugmayr (2011); Hayes i in. (2022)	Przedstaw scenariusz i propozycję koncepcji. W jaki sposób wybory projektowe wpisują się w cel dziennikarski i potrzeby odbiorców?
8	Etyka, dostępność i reprezentacja	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Przeprowadź przegląd pod kątem etyki i dostępności. Jakie ryzyko wiąże się z wyborami projektowymi dotyczącymi multimedialności i immersji?
9	Opracowanie prototypu	Sissons i Cochrane (2019); Stewart (2022)	Opracuj pierwszy prototyp multimedialny. Jak skutecznie

			zintegrowano elementy multimedialne?
10	Testy użytkowników i iteracja	Hayes i in. (2022); Conrad i in. (2024)	Przeprowadź testy z udziałem innych osób. Jakie problemy projektowe wynikają z opinii użytkowników?
11	Ostateczna produkcja multimedialna	Uskali & Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Przedstawienie końcowego projektu multimedialnego. W jakim stopniu projekt spełnia standardy zawodowe i etyczne?
12	Prezentacja, krytyka i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Prześlij dziennik produkcji i esej refleksyjny. Jakie decyzje projektowe miały największy wpływ na zaangażowanie odbiorców?

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Storyboard i propozycja koncepcyjna	20%
Końcowy projekt multimedialny	40%
Dziennik produkcji	20%
Esej refleksyjny	20%

Skalowanie ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja badań	30%	Jasność pytania badawczego (10%), rygor metodologiczny (10%), integracja literatury (10%)
Raport z praktycznych testów użytkowników	30%	Kompletność protokołu (10%), jakość wykonania (10%), zgodność z zasadami etyki (10%)

Zadanie dotyczące analizy danych	20%	Prawidłowe zastosowanie narzędzi statystycznych/sztucznej inteligencji (10%), interpretacja wyników (5%), omówienie ograniczeń (5%)
Esej refleksyjny na temat etyki i trendów	20%	Głęboka analiza etycznej (10%), uwzględnienie przyszłych trendów (5%), jakość pisania naukowego (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Oprogramowanie do produkcji multimedialnej	Adobe Premiere Pro, After Effects, Audition, Photoshop, Illustrator
Narzędzia do tworzenia treści immersyjnych	Unity lub Unreal Engine; Blender
Sprzęt do rejestracji	Kamery 360° (np. Insta360, Ricoh Theta); rejestratory dźwięku
Interakcja i prototypowanie	Figma, Miro, narzędzia WebXR
Współpraca i przepływ pracy	Frame.io, Notion, platformy do współpracy w chmurze

Bibliografia (styl APA)

1. Baños, R. M., Botella, C., Alcañiz, M., Liaño, V., Guerrero, B. i Rey, B. (2005). Immersion and emotion: Their impact on the sense of presence. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 734–741.
2. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w ścieżki edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
3. Conrad, M., Kablitz, D. i Schumann, S. (2024). Skuteczność uczenia się z wykorzystaniem immersyjnej rzeczywistości wirtualnej w edukacji i szkoleniach: przegląd systematyczny wyników badań. *Computers & Education: X Reality*, 4, 100053. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2024.100053>
4. Damme, K., All, A., de Marez, L. i Leuven, S. (2019). Dziennikarstwo wideo 360°: badanie eksperymentalne dotyczące wpływu immersji na odbiór wiadomości i odczuwanie cierpienia osób z daleka. *Journalism Studies*, 20(14), 2053–2076. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1561958>
5. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnego wideo 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1). <https://doi.org/10.59668/423.8390>
6. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie „myślenia projektowego” jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: *Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji*

- Akademickiej MindTrek* (s. 332–334). Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
7. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. Zalecenia dotyczące dobrych praktyk naukowych i użytkowników technologii VR. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
 8. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
 9. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
 10. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>
 11. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 5(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1219037>
 12. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>
 13. Stewart, N. (2022). *Pedagogika immersyjna: nauczanie nowych mediów w metawersie*. Międzynarodowa Rada ds. Umiejętności Korzystania z Mediów.
 14. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1766987>
 15. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>
 16. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 6: Przegląd technologii immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Przegląd technologii immersyjnych (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne (zalecane)	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące prowadzącego

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Kurs ten wprowadza studentów studiów licencjackich w podstawy i aktualne trendy kształtujące dziennikarstwo immersyjne, ze szczególnym uwzględnieniem technologii XR (rzeczywistość wirtualna, rozszerzona i mieszana) oraz mediów interaktywnych. Studenci najpierw zapoznają się z podstawowymi pojęciami i zasadami technologicznymi leżącymi u podstaw doświadczeń immersyjnych, a następnie analizują, w jaki sposób technologie te są wykorzystywane we współczesnym przekazie informacyjnym. Moduł ten rozwija podstawową wiedzę z zakresu dziennikarstwa immersyjnego, poruszając jednocześnie kwestie strategii narracyjnych, zaangażowania odbiorców oraz kwestii etycznych. Pod koniec kursu studenci zdobędą krytyczne zrozumienie tego, w jaki sposób nowe technologie immersyjne mogą być zintegrowane z wartościami dziennikarskimi w celu wspierania przejrzystości, zaufania i odpowiedzialnego przekazywania informacji.

Cele nauczania

Studenci studiów licencjackich zdobędą podstawową wiedzę i świadomość koncepcyjną związaną z technologiami immersyjnymi i ich zastosowaniem w dziennikarstwie. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Określenie i wyjaśnienie podstawowych pojęć i technologii leżących u podstaw mediów immersyjnych, w tym VR, AR i XR, oraz ich kluczowych różnic w stosunku do tradycyjnych formatów medialnych.
Cel 2	Zrozumienie podstaw technologicznych doświadczeń immersyjnych, takich jak obecność, zanurzenie, interaktywność i perspektywa użytkownika.
Cel 3	Analiza aktualnych trendów i cech charakterystycznych dziennikarstwa immersyjnego, w tym nowych formatów i podejść do opowiadania historii, na podstawie wybranych studiów przypadków.
Cel 4	Rozpoznanie implikacji etycznych, społecznych i związanych z odbiorcami dziennikarstwa immersyjnego, ze szczególnym uwzględnieniem zaufania, odpowiedzialności i doświadczenia użytkownika.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Opisać podstawowe koncepcje i technologie mediów immersyjnych (VR, AR, XR) oraz wyjaśnić, czym różnią się one od tradycyjnych formatów dziennikarskich.
Efekt kształcenia 2	Zidentyfikować i omówić kluczowe cechy technologiczne oraz pojawiające się trendy w dziennikarstwie immersyjnym, posługując się konkretnymi przykładami z współczesnej praktyki.
Efekt kształcenia 3	Wyjaśnij, w jaki sposób elementy projektowania immersyjnego wpływają na doświadczenia odbiorców i ich rozumienie wiadomości.
Efekt kształcenia 4	Rozpoznać implikacje etyczne i związane z odbiorcami dziennikarstwa immersyjnego, w tym kwestie zaufania, odpowiedzialności i wpływu na użytkowników.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do dziennikarstwa immersyjnego i XR	Gynnild i in. (2020); Vohra (2025)	Refleksja: co sprawia, że dziennikarstwo jest „immersyjne” w porównaniu z mediami tradycyjnymi.
2	Podstawy technologii VR, AR i XR	Doerner i in. (2022); Vohra (2025)	Ćwiczenie koncepcyjne: porównaj przypadki użycia VR, AR i XR w mediach.
3	Obecność, immersja i doświadczenie z perspektywy pierwszej osoby	de la Peña i in. (2010)	Analiza przypadku: jak perspektywa pierwszej osoby kształtuje znaczenie dziennikarskie.
4	Ewolucja mediów i formaty immersyjne	Virginás (2023)	Krótki raport: media immersyjne w historycznej ewolucji technologii.
5	Nowe technologie medialne i ekosystemy immersyjne	Doerner i in. (2022)	Ćwiczenie koncepcyjne: narzędzia XR, platformy i procesy produkcyjne.
6	Interakcja, sprawczość i perspektywa narracyjna	Yang i in. (2025)	Krótki raport: rola sprawczości użytkownika w immersyjnych doświadczeniach informacyjnych.
7	Dziennikarstwo immersyjne jako praktyka opowiadania historii	Sánchez Laws (2023)	Analiza studium przypadku projektu dziennikarstwa immersyjnego.

8	Etyka i odpowiedzialność w dziennikarstwie immersyjnym	Pavlik (2021); Sánchez Laws (2023)	Analiza etyczna: ryzyko, manipulacja i zaufanie odbiorców do reportaży immersyjnych.
9	Wpływ na odbiorców i wartość doświadczenia	Greber i in. (2025); Wu (2023)	Krótki raport: Refleksja ukierunkowana na odbiorców, dotycząca zaangażowania, empatii i wiarygodności.
10	Wdrażanie, integracja i praktyki redakcyjne	Eskiadi i Panagiotou (2024)	Krótki raport: bariery i możliwości wdrażania dziennikarstwa immersyjnego.
11	Trendy, kierunki badań i nowe technologie	Arık i in. (2024); Kuzmina i Kuzmin (2024)	Krótki raport: zidentyfikuj i krytycznie oceń nowy kierunek.
12	Synteza i krytyczna dyskusja	Nixon i in. (2024); repozytoria GitHub dotyczące AR/VR	Końcowa dyskusja łącząca podstawy, technologie i trendy.

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Analiza studium przypadku	40%
Projekt grupowy	40%
Prezentacja i dyskusja	20%

Skalowanie ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Analiza studium przypadku	40%	Dokładność opisu technologii XR i funkcji immersyjnych (15%); dogłębność analizy strategii narracyjnych i

		doświadczeń odbiorców (15%); przejrzystość argumentacji i wykorzystanie pojęć z kursu (10%)
Projekt grupowy	40%	Rozpoznanie i zastosowanie kluczowych pojęć i trendów dziennikarstwa immersyjnego (15%); spójność i wykonalność proponowanej koncepcji lub strategii immersyjnej (15%); uwzględnienie kwestii etycznych i dostępności (10%)
Prezentacja i dyskusja	20%	Przejrzystość i struktura prezentacji (10%); jakość krytycznej dyskusji oraz odpowiedzi na pytania (10%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Przedłożenie prac po terminie

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Współpraca, prezentacja i ocena	Miro, Figma, GitHub; PowerPoint / Keynote (z wbudowanym 3D lub wideo); Google Forms, Mentimeter, Wooclap
Tworzenie treści XR i immersyjnych	Unity3D, Unreal Engine; A-Frame, frameworki WebXR; Reality Composer
Produkcja mediów 360°	Kamery 360° (np. Insta360, GoPro MAX); Adobe Premiere Pro (narzędzia do edycji VR); Adobe After Effects
Modelowanie 3D i media przestrzenne	Blender; narzędzia do fotogrametrii i przechwytywania wolumetrycznego; oprogramowanie do audio przestrzennego (np. Reaper z wtyczkami ambisonicznymi)
Tworzenie rzeczywistości rozszerzonej	ARKit, ARCore; Adobe Aero; Spark AR Studio
Narzędzia dziennikarskie i do wizualizacji danych	Flourish, Tableau, Datawrapper; narzędzia Knight Lab; Mapbox
Sztuczna inteligencja i automatyzacja do tworzenia prototypów	ChatGPT, Midjourney, Synthesia, Lumen5
Zarządzanie projektami i organizacja	Notion, Trello

Bibliografia (styl APA)

1. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B. i in. (2010). Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301.
2. Pavlik, J. V. (2021). The Moral Mandate of Virtual Reality Journalism. W: *The Routledge Companion to Journalism Ethics* (s. 337–345). Routledge.
3. Sánchez Laws, A. L. (red.). (2023). *Insights on Immersive Journalism*. Routledge.

4. Eskiadi, I. G. i Panagiotou, N. (2024). Otwarcie się na dziennikarstwo immersyjne: przyjęcie i integracja przez producentów mediów informacyjnych. *Journal. Media*, 5(4), 1494–1508[1][2].
5. Yang, Y., Endert, A. i Lu, T. (2025). Aktywność użytkownika i perspektywa narracyjna w wiadomościach VR – Georgia Tech Research News (badanie konferencji CHI).
6. Vohra, M. (red.). (2025). *Introduction to Extended Reality (XR) Technologies*. John Wiley & Sons. ISBN 1119857228
7. Gynnild, A., Uskali, T., Jones, S. i Sirkkunen, E. (2020). Czym jest dziennikarstwo immersyjne. *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii*, 1. <https://library.oapen.org/bitstream/id/e2b679ef-4b97-4b3a-a456-b1c07b1bdb16/9780429794964.pdf>
8. Doerner, R., Broll, W., Grimm, P. i Jung, B. (red.). (2022). *Rzeczywistość wirtualna i rozszerzona (VR/AR): Podstawy i metody rzeczywistości rozszerzonych (XR)*. Springer Nature, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-79062-2>
9. <https://github.com/orgs/Augmented-Reality-Virtual-Reality-AR-VR/repositories>
10. Nixon, L., Galanopoulos, D. i Mezaris, V. (wrzesień 2024). Wyszukiwanie ujęć wideo do dziennikarstwa immersyjnego poprzez wyszukiwanie tekst-wideo. W: 2024 Międzynarodowa konferencja poświęcona indeksowaniu multimedialnych treści (CBMI) (s. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/CBMI62980.2024.10859220>
11. Wu, S. (2023). Analiza terenowa technologii immersyjnych i ich wpływu na dziennikarstwo: perspektywy technologów dotyczące potencjalnej transformacji dziedziny dziennikarstwa. *Journalism Studies*, 24(3), 387-402. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161931>
12. Kuzmina, A. M. i Kuzmin, A. E. (kwiecień 2024). Imersyjne technologie „postinternetowe” w komunikacji medialnej i dziennikarstwie. W: 2024 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS) (s. 79-82). IEEE., <https://doi.org/10.1109/ComSDS61892.2024.10502034>
13. Virginás, A. (2023). Granice mediów w erze postmedialnej: historyczna i koncepcyjna koewolucja kina, telewizji, wideo i ekranów komputerowych. W: *The Palgrave Handbook of Intermediality* (s. 979-998). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28322-2_46
14. Arık, M. A., Karaduman, M., Karaduman, S., Karakaya, Ç., Sümer, F. E. i Demir, Z. G. (2024). Analiza dziennikarstwa immersyjnego na podstawie analizy bibliometrycznej z lat 1999–2023. *Heliyon*, 10(14). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34263>

MODUŁ 7: UX i UI w dziennikarstwie immersyjnym

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	UX i UI w dziennikarstwie immersyjnym (licencjat)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	Brak
Nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w temat przejścia od ekranów 2D do środowisk przestrzennych 3D. Kurs ten uczy podstawowych zasad projektowania interfejsu użytkownika (UI) i doświadczenia użytkownika (UX) specjalnie dla XR. Studenci dowiedzą się, jak zapewnić komfort użytkownika, przejrzystość informacji oraz zaprojektować intuicyjne interakcje, które będą naturalne w przestrzeni 3D. Dzięki podejściu zorientowanemu na twórców studenci opracują oryginalną koncepcję projektu opartego na wiadomościach, nauczą się udzielać i przyjmować profesjonalne opinie na temat projektów oraz opanują sztukę obrony swoich kreatywnych wyborów przy użyciu standardowych w branży ram.

Cele nauczania

Po ukończeniu tego modułu studenci będą potrafili:

Cel 1	Zastosować zasady projektowania interfejsu użytkownika (UI) oraz ramy UX (takie jak ramy FIVE i heurystyka przestrzenna) w środowiskach immersyjnych i przestrzennych.
-------	--

Cel 2	Wykorzystywać metodologie kreatywnego rozwiązywania problemów (CPS) w celu rozwiązywania „trudnych” problemów w mediach immersyjnych i dziennikarstwie.
Cel 3	Opracowanie koncepcji projektowych o wysokiej wierności, które zapewniają równowagę między użytecznością techniczną, komfortem użytkownika i etyczną reprezentacją.
Cel 4	Angażowanie się w rygorystyczną wzajemną krytykę i opartą na dowodach autorefleksję w celu iteracyjnego udoskonalania wyników projektowych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Analiza i kategoryzacja: Identyfikacja przestrzennych elementów interfejsu użytkownika i wzorców interakcji oraz ocena ich skuteczności pod kątem obecności, ucieleśnienia i dostępności.
Efekt kształcenia 2	Projektowanie i uzasadnianie: Opracowanie oryginalnej koncepcji projektu immersyjnego, która przedstawia jasne uzasadnienie dla wybranych modeli interakcji i projektów sensorycznych.
Efekt kształcenia 3	Krytyczna ocena etyki: Ocena implikacji etycznych projektowania immersyjnego, w szczególności w odniesieniu do prywatności danych, autonomii użytkownika oraz emocjonalnego oddziaływania narracji opartych na faktach.
Efekt kształcenia 4	Iteracja i komunikacja: Formalne przedstawianie strategii projektowych oraz dostosowywanie rozwiązań w oparciu o ustrukturyzowaną informację zwrotną od innych studentów oraz refleksję metodologiczną.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	UX: Podstawy Czym jest immersyjny UX? Wprowadzenie do procesu Design Thinking, obecności oraz modelu FIVE.	Slater & Wilbur (1997); Jerald, J. (2015)	Zadanie: Znajdź 2 menu XR i określ, które z nich bardziej sprzyja „obecności”. Wpis do portfolio 1: Zdefiniuj trudny problem swojego doświadczenia XR opartego na wiadomościach: Wybierz temat związany z wiadomościami (np. kryzys klimatyczny).
2	UX: Etyka Dziennikarstwo immersyjne i empatia: Równowaga między dokładnością faktów a obciążeniem emocjonalnym świadka.	de la Peña, N. i in. (2010)	Zadanie: Przyjrzyj się dwóm aplikacjom informacyjnym: porównaj, w jaki sposób radzą sobie z „przełamaniem czwartej ściany”? Wpis do portfolio nr 2: Wymień 3 kwestie etyczne, które należy wziąć pod uwagę przy projektowaniu doświadczenia XR opartego na wiadomościach
3	UX: Czynniki ludzkie Komfort i affordance: Jak ograniczenia fizyczne (lokomocja, obciążenie sensoryczne) definiują doświadczenie.	Hillmann, C. (2021). (Rozdział 2: Komfort).	Zadanie: Znajdź menu w rzeczywistości wirtualnej i oceń jego czytelność oraz kontrast z pewnej odległości. Wpis nr 3 do portfolio: Zaprojektuj strategię poruszania się dla swojego reportażu + wizualną tablicę inspiracji.

4	UX: Badania Synteza spostrzeżeń: Tworzenie person i map podróży w oparciu o czynniki wpływające na ludzi.	Moinnereau i in. (2022)	Wpis nr 4 do portfolio: Ścieżka użytkownika: Narysuj mapę emocjonalnej podróży użytkownika przez Twój artykuł.
5	UI: Podstawy Wprowadzenie do komponentów interfejsu użytkownika: Projektowanie przycisków, paneli i wskaźników dla przestrzeni 3D.	Jerald (2015)	Ćwiczenie: Zidentyfikuj podstawowe komponenty (nagłówek, obraz, nawigacja, ramka z faktami). Wpis do portfolio nr 5: Mapa elementów interfejsu użytkownika: Wymień wszystkie przyciski/wskaźniki, które będą potrzebne w Twojej historii.
6	Interfejs użytkownika: Przejście do 3D Projektowanie z myślą o „interakcji na odległość”. W tym tygodniu omówimy wybór oparty na spojrzeniu (look-to-select) oraz modele wskaźnika laserowego (, ray-casting). Dowiedz się, jak umieścić interfejs użytkownika w „optymalnej strefie widzenia”.	Shin, D. (2019); Xing et al. (2022)	Wpis do portfolio nr 6: Wybierz element 2D zidentyfikowany w poprzednim tygodniu i przekształć go w przestrzeń 3D dla swojego doświadczenia XR opartego na wiadomościach. Gdzie umieścić menu, jeśli nie jest to związane z ekranem ()? Które elementy są „diegetyczne”, a które „niediegetyczne”?
7	UI: Interakcja Modele 2: Śledzenie rąk i przestrzenny interfejs użytkownika: Bezpośrednia manipulacja i	Chandramouli (2025)	Wpis nr 7 do portfolio: Naszkicuj układ 3D pokazujący, co znajduje się w „strefie treści”, a co w „strefie peryferyjnej”. Gdzie znajduje się „treść”, a gdzie „nawigacja” w Twoim

	projektowanie gestów fizycznych.		doświadczeniu XR opartym na wiadomościach?
8	UI: Obciążenie poznawcze i informacja zwrotna Systemy i zapobieganie błędom: Wykorzystanie sygnałów dźwiękowych, haptycznych i wizualnych do potwierdzania działań.	Alves i in. (2021)	ZADANIE 1: PROJEKT GOTOWY. Prześlij pełną wizualizację koncepcji (AI, szkice lub makiety) do recenzji. Upewnij się, że interfejs użytkownika nie przeciąża odbiorcy.
9	Krytyka: Ocena heurystyczna: Nauka korzystania z dostosowanych list kontrolnych UX w celu znalezienia „punktów newralgicznych” w projektowaniu przestrzennym.	Alves i in. (2021)	Ocena: Zastosuj ramy Alvesa do projektu kolegi. Zidentyfikuj jego największy „punkt newralgiczny”.
10	Integracja: Projektowanie sprzyjające włączeniu społecznemu i dostępność XR: Projektowanie mające na celu łagodzenie objawów choroby lokomocyjnej i pokonywanie barier sensorycznych.	Wytyczne W3C dotyczące XR (2021)	ZADANIE 2: OCENA RÓWIEŚNIKÓW. Prześlij swoją krytyczną ocenę pracy kolegi/kolegi o długości 1000 słów.

11	Iteracja: Zmiana kierunku i uzasadnienie teoretyczne: Ocena informacji zwrotnej i uzasadnienie, dlaczego zmienisz (lub nie zmienisz) swój projekt.	Jerald (2015)	Dziennik odpowiedzi: Wróć do tekstu Jeralda, aby uzasadnić, dlaczego zmienisz (lub nie zmienisz) swój projekt w oparciu o informacje zwrotne od kolegów
12	Synteza Prezentacja końcowa i refleksja: Podsumowanie drogi od „problemu” do „rozwiązania”.	Cykl refleksyjny Gibbisa	ZADANIE 3: PRZEDSTAWIENIE KOŃCOWE. Przedstaw drogę od trudnego problemu do iteracyjnego rozwiązania. Przekazanie końcowego portfolio (analiza + koncepcja + dziennik odpowiedzi).

Ocena i punktacja

Zadanie 1: Portfolio „Droga do projektu”	50%
Zadanie 2: Krytyczna recenzja rówieśnicza	30%
Zadanie 3: Obrona końcowej prezentacji	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Zadanie 1: Portfolio „The Design Journey”	50%	Dziennik procesu: Studenci tworzą zbiorcze portfolio cyfrowe dokumentujące przejście od badań opartych na wiadomościach do makiet interfejsu użytkownika. Musi ono zawierać: (1) kompleksowy audyt interfejsu użytkownika z wykorzystaniem modelu FIVE; (2) etapy kreatywnego rozwiązywania problemów (CPS); oraz (3) końcową prezentację projektu dotyczącą doświadczenia XR opartego na wiadomościach, zawierającą wizualne szkice koncepcyjne.
Zadanie 2: Krytyczna ocena rówieśnicza	30 %	Audyt profesjonalny: akademicka krytyka projektu kolegi składająca się z 1000 słów. Od studentów oczekuje się zastosowania ram Alves, W3C (XAUR) i

		etycznych w celu przedstawienia praktycznych ulepszeń projektu. Ocena opiera się na zdolności recenzenta do przedstawienia opartej na dowodach informacji zwrotnej, a nie na jakości pracy kolegi.
Zadanie 3: Obrona końcowej prezentacji	20%	Obrona teoretyczna: Prezentacja i sesja pytań i odpowiedzi w 12. tygodniu. Studenci przedstawiają swoją ostateczną koncepcję oraz dziennik odpowiedzi. Dziennik musi uzasadniać, dlaczego zdecydowali się przyjąć lub odrzucić konkretne uwagi kolegów, wykorzystując podstawowe teksty teoretyczne z kursu (np. Jerald, Slater) jako uzasadnienie swoich decyzji projektowych.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakiegokolwiek inne wykroczenia będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Prototypowanie wizualne i szkicowanie:

Canva / Miro: Do tworzenia map ścieżek użytkownika na wczesnym etapie projektowania.

Figma / Adobe Express (opcjonalnie): Do projektowania elementów interfejsu użytkownika 2D (przycisków, ikon) przed ich „umieszczeniem” w środowiskach 3D, zamiast szkicowania.

Tilt Brush / Gravity Sketch (opcjonalnie): Dla studentów, którzy wolą szkicować swoje układy interfejsu użytkownika 3D bezpośrednio w goglach VR.

Generatywna sztuczna inteligencja do tworzenia grafiki koncepcyjnej:

Midjourney / DALL-E 3: Wykorzystywane specjalnie do tworzenia tablic wizualizacyjnych i środowisk tła do prezentacji projektów.

ChatGPT / Claude: Pomoc w podsumowaniu wytycznych W3C dotyczących dostępności w postaci praktycznych list zadań projektowych.

Dokumentacja i recenzja:

Nagrywanie ekranu (Quest/urządzenia mobilne): Obowiązkowe w celu uchwycenia materiału filmowego z perspektywy użytkownika (POV) istniejących aplikacji do celów krytycznej oceny.

Loom / Zoom: Służą do nagrywania prezentacji w przypadku prezentacji asynchronicznych.

Narzędzia oceny:

Standardowe listy kontrolne heurystyczne: Uproszczone arkusze użyteczności skupiające się na „widoczności stanu systemu” oraz „kontroli i swobodzie użytkownika” w przestrzeni 3D.

Bibliografia (styl APA)

1. Alves, F., Aguiar, B., Monteiro, V., Almeida, E., Marques, L., Gadelha, B. i Conte, T. (2021). Immersive UX: Ramy oceny UX dla cyfrowych doświadczeń immersyjnych w kontekście rozrywki. W: *Materiały z 23. Międzynarodowej Konferencji poświęconej Systemom Informacyjnym w Przedsiębiorstwie* (tom 2, str. 541–548). SCITEPRESS. <https://doi.org/10.5220/0010455305410548>
2. Chandramouli, M. (2025). Szczegółowy przegląd projektowania i oceny aplikacji XR: obciążenie poznawcze, zaangażowanie i implikacje dla interfejsu. *Electronics*, 14(19), 3818. <https://doi.org/10.3390/electronics14193818>
3. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Bàguena, G. i Spanlang, B. (2010). Dziennikarstwo immersyjne: zanurzenie się w historii z perspektywy redaktora. *Virtual Reality*, 14(4), 283–291. <https://doi.org/10.1007/s10055-010-0168-5>
4. Jerald, J. (2015). *Książka o VR: Projektowanie wirtualnej rzeczywistości zorientowane na człowieka*. Stowarzyszenie Maszyn Komputerowych; Morgan & Claypool. <https://doi.org/10.1145/2792790>
5. Moinnereau, M. A., de Oliveira, A. A., Jr., & Falk, T. H. (2022). Wciągające doświadczenie medialne: przegląd istniejących metod i narzędzi do oceny czynników wpływających na człowieka. *Quality and User Experience*, 7(1), artykuł 5. <https://doi.org/10.1007/s41233-022-00052-1>
6. Shin, D. (2019). Jak użytkownicy postrzegają interakcję z ekranem immersyjnym? *Computers in Human Behavior*, 98, 302–310. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.11.010>
7. Slater, M. i Wilbur, S. (1997). Ramy dla immersyjnych środowisk wirtualnych (FIVE): Spekulacje na temat roli obecności w środowiskach wirtualnych. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6), 603-616. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.6.603>
8. W3C. (2020). *Wymagania użytkowników dotyczące dostępności XR* (projekt roboczy W3C). World Wide Web Consortium. <https://www.w3.org/TR/xaur/>
9. Xing, Y., Shell, J., Fahy, C., Xie, T., Kwan, H. Y. i Xie, W. (2022). Badania nad interfejsem użytkownika Web XR: Projektowanie struktury układu 3D w statycznych stronach internetowych. *Applied Sciences*, 12(11), 5600. <https://doi.org/10.3390/app12115600>

MODUŁ 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Historia mediów cyfrowych Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa Gatunki w dziennikarstwie współczesnym Wprowadzenie do dziennikarstwa
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten wprowadza studentów w świat współczesnych gatunków dziennikarskich i ich transformacji w mediach immersyjnych. Przedstawia kluczowe pojęcia, definicje, typologie oraz historyczny rozwój dziennikarstwa, ze szczególnym uwzględnieniem form informacyjnych i opiniotwórczych. Studenci analizują, w jaki sposób tradycyjne gatunki ewoluują w kontekstach immersyjnych, oraz badają nowe sposoby narracji i formaty hybrydowe charakterystyczne dla dziennikarstwa immersyjnego. Poprzez analizę tekstów i ćwiczenia praktyczne rozwijają umiejętności oceny i tworzenia form dziennikarskich. Kurs śledzi również rozwój dziennikarstwa immersyjnego od wczesnych doświadczeń pasywnych, takich jak wideo 360°, po interaktywne, sterowane przez użytkownika opowiadanie historii w środowiskach VR i AR.

Cele nauczania

Celem tego modułu jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy na temat gatunków i formatów dziennikarskich, ze szczególnym uwzględnieniem ich rozwoju we współczesnych i immersyjnych środowiskach medialnych. Studenci zapoznają się z historyczną ewolucją gatunków dziennikarskich, ich typologią oraz rolą w różnych tradycjach narracyjnych i kontekstach medialnych. Moduł porusza również społeczne i etyczne aspekty zmieniających się form dziennikarskich oraz analizuje pojawiające się trendy w dziennikarstwie cyfrowym i immersyjnym. Dzięki ćwiczeniom analitycznym i praktycznym studenci rozwiną umiejętność rozpoznawania, opisywania i krytycznej oceny różnych gatunków i formatów dziennikarskich, a także zastosowania tej wiedzy w tworzeniu tekstów dziennikarskich.

Cel 1	Określenie kluczowych etapów i punktów zwrotnych w rozwoju gatunków dziennikarskich, w tym pojawienia się dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Rozpoznawanie i opisywanie głównych klasycznych i współczesnych gatunków dziennikarskich oraz ich typologii.
Cel 3	Porównanie tradycyjnych formatów dziennikarskich z formami immersyjnymi (np. wideo 360°, VR, AR) oraz wyjaśnienie, w jaki sposób postęp technologiczny – od 3DoF do 6DoF – poszerzył możliwości narracyjne.
Cel 4	Przeanalizować ewolucję dziennikarstwa immersyjnego w szerszym kontekście społecznym i etycznym, w tym debaty na temat empatii, reprezentacji i cyfrowych struktur władzy.
Cel 5	Krytycznie ocenić typologię i ewolucję gatunków medialnych, rozpoznając powtarzające się wzorce i cykle innowacji medialnych.
Cel 6	Zastosowanie wiedzy na temat gatunków dziennikarskich poprzez tworzenie tekstów dziennikarskich w wybranych formach.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Umiejętność nakreślenia historycznego rozwoju gatunków dziennikarskich oraz wskazania głównych kamieni milowych, które przyczyniły się do powstania i rozwoju dziennikarstwa immersyjnego.

Efekt kształcenia 2	Umiejętność klasyfikowania i wyjaśniania różnych gatunków i formatów dziennikarskich, z rozróżnieniem między klasycznymi a współczesnymi typologiami stosowanymi we współczesnym dziennikarstwie.
Efekt kształcenia 3	Umiejętność analizowania i porównywania różnych formatów narracji oraz wyjaśniania, w jaki sposób postęp w technologiach immersyjnych wpływa na strukturę narracji, zaangażowanie odbiorców i praktyki dziennikarskie.
Efekt kształcenia 4	Umiejętność omawiania głównych debat etycznych związanych z dziennikarstwem immersyjnym oraz oceny, w jaki sposób czynniki społeczne, kulturowe i technologiczne kształtują jego rozwój.
Efekt kształcenia 5	Umiejętność krytycznej oceny rozwoju gatunków medialnych oraz identyfikacji wzorców w cyklicznej ewolucji formatów medialnych i strategii narracyjnych.
Efekt kształcenia 6	Umiejętność tworzenia treści dziennikarskich w wybranych gatunkach, wykazując zrozumienie konwencji gatunkowych, struktury i technik narracyjnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Specyfika i funkcja klasycznych gatunków dziennikarskich	Conboy, M. (2004)	Wykład i dyskusja
2	Błędy współczesnego dziennikarstwa: komentowanie i infotainment	Chandler, D. (2004)	Analiza studium przypadku
3	Tworzenie zasad struktur informacyjnych, rodzajów leadów i ich funkcji	Harcup, T. (2009)	Recenzja
4	Zwięzłe gatunki dziennikarstwa informacyjnego: flash, komunikat prasowy, ogłoszenie, infografika – rozpoznawanie i ćwiczenia	Frow, J. (2006)	Ćwiczenie pisarskie

5	Reportaż i artykuł tematyczny – rozpoznawanie i ćwiczenia	Bawarshi, A. (2001)	Projekt reportażu
6	Formy przedstawiania osób: życiorys, biografia, profil, portret – rozpoznawanie i ćwiczenia	Devitt, A. J. (2004)	Analiza studium przypadku
7	Gatunki pograniczne: wywiad – metody, struktura i rodzaje	Adams, S. i Hicks, W. (2009)	Wywiady z rówieśnikami
8	Artykuły i reportaże – rodzaje, trendy i transformacja technologiczna	Briggs, M. (2011)	Udoskonalenie koncepcji
9	Historyczni prekursorzy mediów immersyjnych (panoramy, stereoskopia)	Bolter, J. D. i Grusin, R. (2000)	Ćwiczenie z mapowaniem pojęć
10	Proto-immersja, wczesne filmy 360° i koncepcja „maszyny empatii”	Pavlik, J. V. (2013); Grau, O. (2003)	Analiza studium przypadku
11	Przejście do interaktywności, formatów wolumetrycznych i narzędzi do immersyjnego opowiadania historii	Pavlik, J. V. (2019); Polydorou, D. (2024); Watson, Z. (2017)	Prezentacja pomysłu / badanie narzędzi
12	Weryfikacja, etyka i przyszłe trendy w dziennikarstwie immersyjnym; adaptacja gatunków klasycznych i nieklasycznych	De la Peña, N. (2010); Newman, N. i Cherubini, F. (2025); Levinson, P. (2012)	Prezentacje końcowe i złożenie eseju

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Studium przypadku / Analiza studium przypadku	30%
Projekt raportu / Ćwiczenia pisemne	20%

Esej analityczny	40%
Dziennik refleksji z nauki	10 %

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Studium przypadku / analiza przypadku	30%	Jasna identyfikacja gatunku, formatu i struktury narracyjnej; Wnikliwa analiza technik narracyjnych oraz implikacji technologicznych i etycznych; Spójna struktura, jasność oraz wykorzystanie dowodów i przykładów; Wykazanie zrozumienia pojęć z kursu oraz krytycznego myślenia
Projekt raportu / Ćwiczenia pisemne	20%	Zastosowanie konwencji gatunkowych w dziennikarstwie klasycznym lub immersyjnym; Jasne, dokładne i uporządkowane pisanie; Kreatywność w prezentacji i podejściu do opowiadania historii; Efektywne wykorzystanie języka, stylu i tonu odpowiedniego dla danego gatunku; Uwzględnienie opinii kolegów lub wniosków z poprzednich ćwiczeń
Esej analityczny	40%	Głęboka analiza i krytyczne podejście do tematu; Wykorzystanie odpowiedniej literatury i materiałów z kursu; Oryginalność i spójność argumentacji; Uporządkowane, jasne i dobrze zorganizowane pisanie; Prawidłowe cytowanie i rygor akademicki; Wykazanie się syntezą perspektyw dziennikarstwa klasycznego i immersyjnego
Dziennik refleksyjny	10%	Przemyślana refleksja na temat doświadczeń związanych z nauką, ćwiczeń i dyskusji; Powiązanie ćwiczeń praktycznych z koncepcjami teoretycznymi; Krytyczna samoocena mocnych stron, wyzwań i rozwoju; Konsekwentne zaangażowanie i przejrzystość wpisów w dzienniku

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia analityczne i do wizualizacji	TimelineJS / Knight Lab Tools; Miro; Figma
Repozytoria i archiwa	Oculus/Meta Quest Store; Steam VR; App Store; Wayback Machine
Narzędzia produkcyjne (do celów porównawczych i analitycznych)	Unity; Unreal Engine; Meta Spark AR; Adobe Aero; Adobe Premiere Pro (z wtyczkami VR)
Narzędzia do prezentacji i wizualizacji	PowerPoint; Prezi; Canva; Keynote

Narzędzia do tworzenia narracji i wizualizacji wspomagane przez sztuczną inteligencję	ChatGPT; Runway
Narzędzia do organizacji przepływu pracy i projektowania opartego na współpracy	Miro; Notion

Bibliografia (styl APA)

1. Adams, S. i Hicks, W. (2009). *Wywiad dla dziennikarzy*. Taylor & Francis Ltd.
2. Bawarshi, A. (2001). Ekologia gatunku. W: C. R. Weisser i S. I. Dobrin (red.), *Ekokompozycja: podejścia teoretyczne i pedagogiczne*. SUNY Press.
3. Bolter, J. D. i Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
4. Briggs, M. (2011). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing*. CQ Press.
5. Chandler, D. (2004). *Wprowadzenie do teorii gatunku*. https://www.researchgate.net/publication/242253420_An_Introduction_to_Genre_Theory
6. Conboy, M. (2004). *Dziennikarstwo: historia krytyczna*. Sage Publications Ltd.
7. Devitt, A. J. (2004). *Gatunki pisarskie*. Southern Illinois University Press.
8. Frow, J. (2006). *Gatunek*. Routledge.
9. Giltrow, J. (2002). Metagatunek. W: R. Coe, L. Lingard i T. Teslenko (red.), *Retoryka i ideologia gatunku: Strategie stabilności i zmiany*. Hampton Press.
10. Grau, O. (2003). *Sztuka wirtualna: Od iluzji do immersji*. MIT Press.
11. Harcup, T. (2009). *Dziennikarstwo: zasady i praktyka*. SAGE Publications Ltd.
12. Levinson, P. (2012). *Nowe nowe media* (wyd. 2). Penguin Academics.
13. Newman, N. i Cherubini, F. (9 stycznia 2025 r.). *Dziennikarstwo, media oraz trendy i prognozy technologiczne na rok 2025*. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutera. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
14. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>

15. Pavlik, J. V. (2019). *Dziennikarstwo w erze wirtualnej rzeczywistości: Jak media doświadczalne zmieniają wiadomości*. Routledge.
16. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320.
<https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2389886>
17. Watson, Z. (2017). *VR w wiadomościach: nowa rzeczywistość?* Routledge.

MODUŁ 9: Metody badawcze

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Metody badawcze (licencjat)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	IM xxx: Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji IM xxx: Przegląd technologii immersyjnych
Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Kurs ten wyposaża studentów w zaawansowane umiejętności badawcze w zakresie dziennikarstwa immersyjnego i produkcji medialnej. Obejmuje on jakościowe i ilościowe metody analizy treści medialnych i zaangażowania odbiorców, a także techniki przeprowadzania szczegółowej analizy grupy docelowej z wykorzystaniem danych demograficznych, psychograficznych i behawioralnych. Studenci nauczą się projektować i wdrażać protokoły testowania użytkowników w zakresie doświadczeń immersyjnych, gromadzić i interpretować dane oraz stosować narzędzia analityczne i techniki wizualizacji w celu skutecznego przedstawiania wyników. Kurs porusza również kwestie etyczne i bada pojawiające się trendy w praktykach badawczych, przygotowując studentów do włączania rygorystycznych badań do innowacyjnych strategii medialnych.

Cele nauczania

Studenci wykraczają poza podstawy, aby zdobyć niezbędne umiejętności badawcze i analityczne w zakresie dziennikarstwa immersyjnego, koncentrując się na analizie

odbiorców, testowaniu użytkowników, interpretacji danych oraz kwestiach etycznych w kontekście nowych mediów. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Wyjaśnienie i zastosowanie jakościowych i ilościowych metod badawczych do analizy treści medialnych i zaangażowania odbiorców w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Przeprowadzenie analizy docelowej grupy odbiorców z wykorzystaniem danych demograficznych, psychograficznych i behawioralnych w celu opracowania strategii produkcji medialnej.
Cel 3	Opracowanie i wdrożenie protokołów testowania użytkowników w zakresie immersyjnych doświadczeń medialnych, w tym gromadzenia i interpretacji danych.
Cel 4	Wykorzystanie narzędzi analitycznych i technik wizualizacji w celu skutecznego przetwarzania i prezentacji wyników badań.
Cel 5	Ocena kwestii etycznych i pojawiających się trendów w praktykach badawczych dotyczących dziennikarstwa immersyjnego i produkcji medialnej.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Opracować i uzasadnić ramy badawcze dla projektów dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu odpowiednich metod jakościowych i ilościowych.
Efekt kształcenia 2	Przeprowadzać profilowanie odbiorców i analizę grupy docelowej w celu opracowania strategii produkcji mediów immersyjnych.
Efekt kształcenia 3	Wdrożenie protokołów testowania użytkowników oraz analiza danych dotyczących zaangażowania w celu oceny skuteczności mediów.
Efekt kształcenia 4	Wykorzystywać narzędzia statystyczne i wizualizacyjne do interpretacji i prezentacji wyników badań w profesjonalnym formacie.
Efekt kształcenia 5	Krytycznie oceniać implikacje etyczne i pojawiające się trendy w praktykach badawczych dotyczących środowisk immersyjnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do badań nad mediami immersyjnymi: Rola badań w dziennikarstwie immersyjnym; przegląd metod jakościowych i ilościowych.	Creswell, Research Design (rozdz. 1)	Napisz krótką refleksję (300 słów) na temat tego, dlaczego badania mają kluczowe znaczenie w dziennikarstwie immersyjnym.
2	Jakościowe metody badawcze: wywiady, grupy fokusowe, analiza tematyczna.	Creswell, Research Design (rozdz. 3) Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik.	Opracuj 5 pytań do wywiadów na potrzeby badania dotyczącego zaangażowania odbiorców w wiadomościach VR.
3	Metody badań ilościowych: ankiety, eksperymenty, podstawy statystyki.	Creswell, Research Design (rozdział 3) Field, A. Discovering Statistics Using SPSS (rozdziały wprowadzające)	Opracuj krótką ankietę (10 pytań) w celu oceny doświadczeń użytkowników w mediach immersyjnych.
4	Analiza odbiorców: segmentacja demograficzna, psychograficzna i behawioralna.	Kotler, P. Marketing Management (Rozdziały dotyczące segmentacji odbiorców – rozdział 4)	Stwórz personę odbiorcy dziennikarstwa immersyjnego na podstawie podanych danych.
5	Techniki gromadzenia danych: obserwacja, analityka cyfrowa, śledzenie ruchu gałek ocznych.	Angrosino, M. Doing Ethnographic and Observational Research	Zaproponuj plan gromadzenia danych do testowania aplikacji informacyjnej wykorzystującej

			rzeczywistość rozszerzoną (AR).
6	Protokoły testów użytkowników: Projektowanie testów użyteczności, badania pilotażowe.	Nielsen, J. Inżynieria użyteczności (rozdziały dotyczące testowania)	Opracuj protokół testów użytkowników dla dokumentu VR.
7	Narzędzia do analizy danych: SPSS, NVivo, techniki wizualizacji.	Creswell, Research Design (rozdz. 9) Tufte, E. Wizualna prezentacja ilościowych informacji	Stwórz prostą wizualizację danych (wykres lub diagram) na podstawie przykładowych danych.
8	Badania metodą mieszaną: łączenie podejścia jakościowego i ilościowego.	Creswell, Projektowanie badań (rozdz. 10)	Napisz krótki plan badania z wykorzystaniem metod mieszanych, dotyczącego zaangażowania w dziennikarstwo immersyjne.
9	Kwestie etyczne: prywatność, zgoda, stroniczość w badaniach nad mediami immersyjnymi.	Creswell, Research Design (rozdz. 4) Wytyczne etyczne Stowarzyszenia Badaczy Internetu (AoIR)	Wskaż 3 wyzwania etyczne związane z prowadzeniem badań nad odbiorcami VR.
10	Nowe trendy w badaniach nad mediami immersyjnymi: analityka oparta na sztucznej inteligencji, badania nad neuro-mediami.	Slater, M., Di Dalmazi, M., Friedman, D., Galissaire, J., Isaac, H., Kobusinska, A., ... & Wannerberg, P. (2025). Wielodyscyplinarne podejście do zrozumienia technologii, możliwości, wyzwań i implikacji metaverse dla społeczeństwa. <i>Frontiers in Virtual Reality</i> , 6.	Napisz krótki komentarz na temat tego, jak sztuczna inteligencja może zmienić badania nad dziennikarstwem immersyjnym.

11	Wykorzystanie badań w produkcji medialnej: przekładanie wyników badań na decyzje projektowe.	Jenkins, H. i Jie, Y. (2024). Droga od kultury partycypacyjnej do polityki partycypacyjnej: krytyczne badanie — wywiad z Henrym Jenkinsem. <i>Communication and the Public</i> , 9(1), 11-30.	Zaproponuj 3 ulepszenia projektowe dla immersyjnej aplikacji w oparciu o hipotetyczne wyniki badań.
12	Włączenie wszystkich metod do wniosku badawczego.	Creswell, J. W. <i>Research Design (Rozdział poświęcony pisaniu wniosków – rozdz. 4)</i>	Przedstaw 2-stronicowy projekt badawczy dotyczący immersyjnego dziennikarstwa.

Ocena i punktacja

Propozycja badawcza	20% (Zadanie 12)
Zadania 1–11	20%
Egzamin końcowy	60%

Kryteria oceny projektu badawczego (zadanie 12 – łącznie 100 punktów)

Element	Waga	Kryteria
Opis problemu i znaczenie dla dziennikarstwa immersyjnego	30%	Jasność pytania badawczego (10%), rygor metodologiczny (10%), integracja literatury (10%)
Metody (mieszane/jakościowe/iloscio we) i dobór próby	20%	Kompletność protokołu (10%), jakość wykonania (10%), zgodność z zasadami etyki (10%)
Protokół testów użytkowników i plan gromadzenia danych	20%	Prawidłowe zastosowanie narzędzi statystycznych/AI (10%), interpretacja wyników (5%), omówienie ograniczeń (5%)
Etyka i ograniczenia	20%	Głęboka analiza etycznej (10%), uwzględnienie przyszłych trendów (5%), jakość pisania naukowego (5%)

Przejrzystość i struktura	10%	Przejrzystość i struktura wniosku badawczego (10%)
----------------------------------	-----	--

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one wpłynąć na ocenę z uczestnictwa.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i tradycyjnych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków można uzyskać za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

- **Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet**
 - Qualtrics / SurveyMonkey – do projektowania ankiet dla odbiorców i gromadzenia danych ilościowych.
 - Formularze Google – prosta, bezpłatna opcja do szybkiego zbierania opinii i testowania użytkowników.

- **Narzędzia do analizy jakościowej**
 - NVivo – do kodowania i analizy wywiadów, grup fokusowych oraz danych jakościowych.
 - Atlas.ti – zaawansowana analiza danych jakościowych do badań tematycznych.

- **Narzędzia ilościowe i statystyczne**
 - SPSS / R / Python (Pandas, SciPy) – do analizy statystycznej i testowania hipotez.
 - Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy i wizualizacji danych.

- **Narzędzia do testowania mediów immersyjnych**
 - Unity Analytics – do śledzenia zachowań użytkowników w prototypach VR/AR.
 - Systemy śledzenia ruchu gałek ocznych (Tobii Pro) – do analizy uwagi i zaangażowania w środowiskach immersyjnych.
 - Czujniki biometryczne – do pomiaru reakcji emocjonalnych i fizjologicznych.

- **Wizualizacja i raportowanie**
 - Tableau / Power BI – do tworzenia interaktywnych pulpitów nawigacyjnych i wizualizacji danych.
 - Canva / Adobe Illustrator – do tworzenia profesjonalnych raportów badawczych i infografik.

- **ChatGPT / Claude / Gemini**
 - Służą do podsumowywania wywiadów, transkrypcji spotkań i dużych zbiorów danych, pomagając dziennikarzom w szybkim wydobywaniu wniosków na potrzeby projektów immersyjnych.

Bibliografia

1. Creswell, J. D. i John, W. (2018). Creswell, Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.
2. Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik.
3. Kotler, P., Keller K.L., Marketing Management, Prentice Hall, ISBN 13: 978-0-13-210292-6 ISBN 10: 0-13-210292-7

4. Angrosino, M. (2007). Prowadzenie badań etnograficznych i obserwacyjnych. Sage.
5. Nielsen, J. (1994). Inżynieria użyteczności. Morgan Kaufmann.
6. Tufte, E. (2007), Wizualna prezentacja informacji ilościowych
7. Slater, M., Di Dalmazi, M., Friedman, D., Galissaire, J., Isaac, H., Kobusinska, A., ... & Wannerberg, P. (2025). Wielodyscyplinarne podejście do zrozumienia technologii, możliwości, wyzwań i implikacji metaverse dla społeczeństwa. *Frontiers in Virtual Reality*, 6.
8. Jenkins, H. i Jie, Y. (2024). Droga od kultury partycypacyjnej do polityki partycypacyjnej: krytyczne badanie — wywiad z Henrym Jenkinsem. *Communication and the Public*, 9(1), 11-30.
9. Field, A. (2024). Odkrywanie statystyki przy użyciu IBM SPSS Statistics. Sage Publications Limited.

MODUŁ 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne (licencjat)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne (zalecane)	IM xxx: Wprowadzenie do dziennikarstwa i medioznawstwa IM xxx: Etyka mediów i społeczeństwo
Nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Kurs ten stanowi zaawansowaną i krytyczną analizę europejskich systemów medialnych w zglobalizowanym środowisku komunikacyjnym. Bada on siły polityczne, gospodarcze, kulturowe i technologiczne kształtujące krajobraz medialny w całej Europie, ze szczególnym uwzględnieniem globalizacji, transformacji cyfrowej, sztucznej inteligencji i społeczeństw wielokulturowych. Studenci będą zajmować się analizą porównawczą europejskich modeli mediów oraz oceniać rolę regulacji mediów UE, mediów publicznych i wolności słowa w kontekście transnarodowym. Kurs kładzie nacisk na komunikację międzykulturową, reprezentację oraz rolę mediów w promowaniu – lub utrudnianiu – zrozumienia międzykulturowego i demokratycznego uczestnictwa.

Cele nauczania

Studenci wykraczać będą poza podstawową wiedzę, aby krytycznie analizować i porównywać europejskie systemy medialne w zglobalizowanym środowisku komunikacyjnym. Będą stosować zaawansowane ramy porównawcze i zorientowane na politykę w celu oceny struktur medialnych, regulacji i praktyk dziennikarskich, a także będą potrafili syntetyzować swoje analizy w perspektywy oparte na dowodach, ugruntowane etycznie i istotne z punktu widzenia polityki. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna analiza europejskich systemów medialnych w kontekście globalnej dynamiki komunikacyjnej.
Cel 2	Zastosowanie zaawansowanych ram porównawczych w celu oceny modeli mediów, struktur zarządzania i otoczenia regulacyjnego.
Cel 3	Ocena wpływu cyfryzacji, platformyzacji i sztucznej inteligencji na dziennikarstwo i branżę medialną w Europie.
Cel 4	Zbadanie praktyk komunikacji międzykulturowej i wielokulturowej we współczesnym kontekście medialnym.
Cel 5	Opracowanie opartych na dowodach i zorientowanych na politykę perspektyw dotyczących pluralizmu mediów, różnorodności i wartości demokratycznych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Wykazać się zaawansowaną i krytyczną wiedzą na temat europejskich i globalnych systemów medialnych.
Efekt kształcenia 2	Porównać i ocenić krajowe i regionalne modele mediów przy użyciu uznanych ram teoretycznych.
Efekt kształcenia 3	Analizowanie polityki medialnej i instrumentów regulacyjnych w Unii Europejskiej.
Efekt kształcenia 4	Krytyczna ocena narracji medialnych z perspektywy międzykulturowej i etycznej.
Efekt kształcenia 5	Opracowywanie wyników analitycznych, opartych na badaniach i istotnych z punktu widzenia polityki, dotyczących współczesnych wyzwań mediów.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Europejskie systemy medialne w kontekście globalnym	Hallin i Mancini (2004), Wprowadzenie	Określ kluczowe cechy dwóch europejskich systemów medialnych
2	Porównawcze modele mediów i polityki	Hallin i Mancini (2004), rozdziały 1–3	Krótką refleksją porównawczą (kraje nordyckie a śródziemnomorskie)
3	Własność mediów, zarządzanie i media publiczne	Silverstone (2007), rozdziały 2–3	Analiza studiów przypadków dotyczących mediów publicznych
4	Polityka medialna i regulacje Unii Europejskiej	RODO UE (2016); ustawa o usługach cyfrowych (2022)	Skrót analizy polityki (RODO lub DSA)
5	Transformacja cyfrowa i konwergencja mediów	Raport Reutersa dotyczący wiadomości cyfrowych (najnowsze wydanie)	Ćwiczenie z mapowania konwergencji mediów
6	Globalne przepływy mediów i dziennikarstwo transnarodowe	Beck (2019), wybrane rozdziały	Notatki z dyskusji grupowej na temat dziennikarstwa transnarodowego
7	Platformy streamingowe i globalizacja kultury	Wybrane artykuły naukowe na temat globalnych platform streamingowych	Krytyczny komentarz na temat narracji kształtowanych przez platformy
8	Pluralizm mediów, dezinformacja i demokracja	UNESCO (2023), wybrane fragmenty	Projekt konspektu notatki politycznej

9	Komunikacja międzykulturowa i wielokulturowa w mediach	Silverstone (2007), rozdział 6	Analiza tekstów medialnych (perspektywa międzykulturowa)
10	Sztuczna inteligencja, automatyzacja i lokalizacja treści	Ustawa UE o sztucznej inteligencji (2024), wybrane artykuły	Notatka analityczna na temat sztucznej inteligencji i dziennikarstwa
11	Opowiadanie historii sprzyjające włączeniu społecznemu i etyka mediów	Wybrane teksty dotyczące różnorodności i reprezentacji	Projekt eseju refleksyjnego
12	Prezentacje studentów i podsumowanie kursu	Brak nowych lektur	Prezentacje końcowe i złożenie prac pisemnych

Ocena i punktacja

Analiza porównawcza systemów medialnych	30%
Międzykulturowy projekt medialny	30%
Opracowanie dotyczące wyzwań stojących przed mediami europejskimi	20%
Esej krytyczno-refleksyjny	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Analiza porównawcza systemów medialnych	30%	Głęboka analizy porównawczej (10%); wykorzystanie ram teoretycznych i dowodów empirycznych (10%); przejrzystość, struktura i styl pisania akademickiego (10%)
Międzykulturowy projekt medialny	30%	Trafność i oryginalność tematu (10%); uwzględnienie koncepcji komunikacji międzykulturowej (10%); spójność analityczna i jakość prezentacji (10%)

Opracowanie dotyczące wyzwań stojących przed mediami europejskimi	20%	Zrozumienie zagadnienia politycznego (8%); zastosowanie ram regulacyjnych UE (6%); wykonalność i jasność zaleceń (6%)
Esej krytyczno-refleksyjny	20%	Krytyczna refleksja i argumentacja (10%); integracja pojęć i lektur z kursu (5%); spójność, odniesienia i styl akademicki (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Źródła danych i monitorowanie mediów

- Od studentów oczekuje się dostępu do europejskich i międzynarodowych zbiorów danych oraz raportów dotyczących mediów, a także ich analizy. Zalecane źródła to Eurobarometer, Reuters Digital News Report, EBU Media Intelligence oraz bazy danych UNESCO.

Narzędzia do analizy i wizualizacji danych

- Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy porównawczej i porządkowania danych.
- Tableau / Power BI – do wizualizacji danych i trendów dotyczących mediów w różnych krajach.

Narzędzia do analizy jakościowej

- NVivo lub Atlas.ti – do jakościowej analizy treści tekstów medialnych, dokumentów politycznych i narracji.

Współpraca i zarządzanie projektami

- Google Workspace – do wspólnego pisania i udostępniania dokumentów.
- Miro / Trello – do koordynacji pracy w grupie i planowania projektów.

Narzędzia AI i mediów cyfrowych

- Narzędzia do tłumaczenia i analizy treści oparte na sztucznej inteligencji mogą być wykorzystywane do celów akademickich, zgodnie z przepisami UE i instytucjonalnymi zasadami uczciwości akademickiej.

Bibliografia (styl APA)

1. Beck, U. (2019). Globalne nierówności i wizja kosmopolityczna. Polity Press.
2. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2016). Rozporządzenie (UE) 2016/679 (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
3. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2022). Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.

4. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2024). Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (Ustawa o sztucznej inteligencji). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
5. Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004). Porównanie systemów medialnych: trzy modele mediów i polityki. Cambridge University Press.
6. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. (Najnowsze wydanie). Raport o wiadomościach cyfrowych.
7. Silverstone, R. (2007). Media i moralność: O powstaniu mediopolis. Polity Press.
8. UNESCO. (2023). Globalny raport dotyczący umiejętności korzystania z mediów i informacji. Wydawnictwo UNESCO.

MODUŁ 11: Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych (licencjat)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	Brak
Nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten poświęcony jest zderzeniu **generatywnej sztucznej inteligencji z integralnością cyfrową** we współczesnym krajobrazie medialnym. Studenci najpierw przeanalizują, w jaki sposób narzędzia sztucznej inteligencji zmieniają proces tworzenia środowisk 3D i interaktywnych narracji, wychodząc poza bierną analizę i przechodząc do praktycznych eksperymentów z najnowocześniejszymi generatywnymi procesami pracy. W drugiej połowie modułu uwaga skupia się na **ochronie i etyce**. Studenci zastosują zasady cyberbezpieczeństwa do tych immersyjnych technologii, ucząc się identyfikować słabe punkty w zakresie prywatności danych, śledzenia biometrycznego i autentyczności zasobów. Pod koniec kursu studenci będą potrafili zarówno **tworzyć** najnowocześniejsze media oparte na sztucznej inteligencji, jak i **sprawdzać** je pod kątem bezpieczeństwa, stając się odpowiedzialnymi innowatorami w szybko automatyzującej się branży.

Cele nauczania

Pod koniec tego modułu studenci będą potrafili:

Cel 1	Przeanalizować techniczną i twórczą rolę generatywnej sztucznej inteligencji w procesie produkcji 3D.
Cel 2	Przeanalizować sytuację w zakresie cyberbezpieczeństwa mediów immersyjnych, skupiając się na prywatności danych i podatnościach biometrycznych.
Cel 3	Zapoznanie się z ramami etycznymi i prawnymi (takimi jak RODO), które regulują kwestie mediów syntetycznych i danych użytkowników.
Cel 4	Rozwijanie umiejętności przekazywania informacji o złożonych zagrożeniach technologicznych i wyborach twórczych interesariuszom nieposiadającym wiedzy technicznej.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Wykorzystywać generatywne narzędzia AI do tworzenia prototypów dziennikarskich zasobów 3D, krytycznie oceniając ich wpływ na szybkość produkcji, wierność wizualną i autentyczność narracji.
Efekt kształcenia 2	Przeprowadzać ocenę podatności artefaktów mediów immersyjnych, identyfikując konkretne zagrożenia związane z gromadzeniem danych biometrycznych, deepfake'ami i kradzieżą tożsamości.
Efekt kształcenia 3	Synteza ram prawnych (RODO) i wytycznych etycznych w celu zaproponowania strategii ograniczających ryzyko związane z przechowywaniem i dystrybucją mediów syntetycznych.
Efekt kształcenia 4	Sformułowanie jasnych, nietechnicznych argumentów dotyczących „pochodzenia” treści cyfrowych, wyjaśniających laikom napięcie między automatyzacją AI a prywatnością użytkowników.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania i ćwiczenia
1	Podstawy: Sztuczna inteligencja w 3D	Hemraj (2025)	Zadanie: Testowanie poleceń generatywnej sztucznej inteligencji 3D.

			Portfolio 1: Kontrola środowiska AI pod kątem artefaktów przestrzennych/oświetleniowych.
2	Przepływy pracy: Automatyzacja	Ye i in. (2024)	Działanie: Mapowanie potoków „Prompt-to-Mesh”. Portfolio 2: Wizualny dziennik przepływu pracy produkcji opartej na sztucznej inteligencji
3	Autorstwo i intencja	McCormack i in. (2019)	Zadanie: Studium przypadku dotyczące stronniczości AI w zbiorach danych środowiskowych. Portfolio 3: Refleksja na temat autorstwa w kontekście sztucznej inteligencji a autorstwa ludzkiego.
4	Sztuczna inteligencja w redakcji	Thomson i in. (2024)	Zadanie: Opracowanie „listy kontrolnej autentyczności” dla syntetycznych materiałów informacyjnych. Przesłanie portfolio formatywnego: Prześlij portfolio do oceny nauczyciela
5	Narracje wspomaganie przez sztuczną inteligencję	Yu i Hu (2025)	Zadanie: Sfinalizowanie dokumentacji procesu tworzenia treści 3D.
6	Punkt zwrotny: kreatywność	Erickson (2024)	TERMIN WYKONANIA ZADANIA 1 (30%): PREZENTACJA PRZEPŁYWU PRACY AI.

	a integralność		Zadanie: Wyzwanie „Zanieczyszczone zasoby”. Symulowana sytuacja kryzysowa, w której zasoby AI zostały oznaczone jako naruszające zasady etyczne lub bezpieczeństwa.
7	Użytkownik narażony	<i>Chow i in. (2022) oraz Rittel (1973)</i>	Zadanie: Wprowadzenie do „trudnych problemów” w zakresie bezpieczeństwa XR. Portfolio 4: Modelowanie zagrożeń związanych z „wyciekami” danych z zestawu słuchawkowego XR.
8	Prywatność i prawo	Future of Life Institute (2026) i GDPR.eu	Zajęcia: Projektowanie ujawniania informacji. Stosowanie „obowiązków przejrzystości” w mediach syntetycznych.
9	Zagrożenia: Deepfakes	Qamar i in. (2023)	Działanie: Weryfikacja tożsamości awatarów i zaufanie do „syntetycznych świadków”. Portfolio 5: Identyfikacja zagrożeń biometrycznych w społecznościowej rzeczywistości wirtualnej.
10	Bezpieczeństwo dziennikarzy	Global Cyber Alliance (2020)	Zadanie: Przygotowanie do audytu. Opracowanie „trudnego problemu” na potrzeby notatki do zadania 2. Portfolio: Studenci wybierają swoje 3 najlepsze dzienniki.

11	Strategie łagodzenia skutków	El-Hajj (2024)	TERMIN ZADANIA 2 (30%): NOTATKA DOTYCZĄCA AUDYTU BEZPIECZEŃSTWA. Profesjonalna nota informacyjna o długości 1000 słów na temat zagrożeń związanych z platformą.
12	Podsumowanie: Zaufanie	UNESCO (b.d.) i Kair (2016)	ZADANIE 3 DO WYKONANIA (40%): PORTFOLIO INTEGRALNOŚCI. Prześlij 3 wybrane wpisy (wybrane w tygodniu 10) wraz z esejem podsumowującym o objętości 1500 słów.

Ocena i punktacja

Zadanie 1: Prezentacja dotycząca przepływu pracy w zakresie sztucznej inteligencji	30%
Zadanie 2: Notatka z audytu bezpieczeństwa	30%
Portfolio refleksyjne	40%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Zadanie 1: Prezentacja dotycząca przepływu pracy w zakresie sztucznej inteligencji	30%	Studenci przygotowują 10-słajdową prezentację dokumentującą proces „od polecenia do modelu”, przedstawiającą przebieg prac technicznych, iteracje poleceń oraz końcową jakość zasobów 3D. Ocena koncentruje się na biegłości technicznej w zakresie generowania poleceń dla sztucznej inteligencji (10%), wierności wizualnej i trafności narracyjnej zasobów 3D (10%) oraz krytycznej analizie obszarów, w których współpraca między sztuczną inteligencją a człowiekiem

		zakończyła się sukcesem lub porażką (10%).
Zadanie 2: Notatka dotycząca audytu bezpieczeństwa	30%	Studenci sporządzają profesjonalną notatkę o objętości 1000 słów, w której wskazują konkretne słabe punkty istniejącej platformy immersyjnej. Punkty przyznawane są za trafność identyfikacji ryzyka (10%), dogłębność analizy wpływu zarówno na użytkowników, jak i na wiarygodność dziennikarską (10%) oraz praktyczność proponowanych strategii ograniczania ryzyka, takich jak zmiany w polityce lub poprawki w projekcie interfejsu użytkownika (10%).
Zadanie 3: Portfolio dotyczące integralności cyfrowej	40%	Jest to wyselekcjonowany zbiór składający się z trzech cotygodniowych dzienników refleksyjnych oraz końcowego eseju podsumowującego o objętości 1500 słów. Esej musi opowiadać się za przyszłością „odpowiedzialnej innowacji”, łącząc metody produkcji AI z zadania 1 z zagrożeniami bezpieczeństwa zidentyfikowanymi w zadaniu 2. Oceny są przyznawane na podstawie głębi refleksji (10%), krytycznej syntezy AI i cyberbezpieczeństwa (20%) oraz jakości pisania naukowego (10%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **za każdy dzień**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Badania i analiza

Bazy danych studiów przypadków – zbiory służące do przeglądania rzeczywistych przykładów wykorzystania sztucznej inteligencji w narracji.

Narzędzia do wyszukiwania akademickiego – Google Scholar, JSTOR i Scopus do wyszukiwania literatury na temat sztucznej inteligencji, kreatywności i etyki mediów.

Platformy monitorowania mediów – narzędzia takie jak raporty *Instytutu Reutersa* do śledzenia nowych zastosowań sztucznej inteligencji w wiadomościach i komunikacji wizualnej.

Ramy etyczne i ewaluacyjne

Karty modeli Hugging Face – materiały referencyjne opisujące, w jaki sposób modele sztucznej inteligencji są szkolone i oceniane pod kątem stronniczości i przejrzystości.

Wytyczne dotyczące sprawiedliwości i odpowiedzialności w zakresie sztucznej inteligencji – ramy opracowane przez organizacje takie jak *Partnership on AI* i *OECD AI Principles*.

Creative Commons i zasoby dotyczące licencji własności intelektualnej – służące zrozumieniu kwestii własności, przypisywania autorstwa i praw w treściach generowanych przez sztuczną inteligencję.

Krytyczna analiza i refleksja

Szablony oceny wpływu etycznego – proste narzędzia do analizy stronniczości, reprezentacji i ryzyka etycznego w mediach generowanych przez AI.

Przewodniki dotyczące analizy dyskursu i krytyki mediów – służące do oceny tonu, ram narracyjnych i wiarygodności w narracjach medialnych opartych na sztucznej inteligencji.

Zestaw narzędzi do kreatywnego prototypowania:

Przechwytywanie 3D: Polycam, Luma AI lub RealityScan (na smartfony).

Generatywne 3D: Meshy.ai, CSM.ai lub Spline AI.

Współpraca: Miro lub FigJam do mapowania przepływu pracy.

Bibliografia (styl APA)

1. Cairo, A. (2016). *Sztuka prawdy: dane, wykresy i mapy w komunikacji*. New Riders.
2. Chow, Y. W., Susilo, W., Li, Y., Li, N. i Nguyen, C. (2022). *Wizualizacja i cyberbezpieczeństwo w metawersie: badanie ankietowe*. *Journal of Imaging*, 9(1), artykuł 11. <https://doi.org/10.3390/jimaging9010011>
3. El-Hajj, M. (2024). *Wyzwania związane z cyberbezpieczeństwem i prywatnością w rzeczywistości rozszerzonej: zagrożenia, rozwiązania i strategie ograniczania ryzyka*. *Virtual Worlds*, 4(1), artykuł 1. <https://doi.org/10.3390/virtualworlds4010001>
4. Erickson, K. (2024). *Sztuczna inteligencja a praca w branżach kreatywnych: cyfrowa ciągłość czy nieciągłość?* *Creative Industries Journal*, 13(3), 196–213. <https://doi.org/10.1080/17510694.2024.2421135>
5. Future of Life Institute. (2026). *Unijna ustawa o sztucznej inteligencji*. <https://artificialintelligenceact.eu/>
6. Global Cyber Alliance. (15 października 2020 r.). *Zestaw narzędzi GCA dotyczących cyberbezpieczeństwa dla dziennikarzy*. <https://gcatoolkit.org/journalists/>
7. Hemraj, S. (2025). *Sztuczna inteligencja a przyszłość rozwoju kreatywnego: Nowe spojrzenie na produkcję mediów cyfrowych*. *AI and Ethics*, 5(1), 5105–5119. <https://doi.org/10.1007/s4381-025-00765-x>
8. Hine, E., Rezende, I., Roberts, H., Wong, D., Taddeo, M. i Floridi, L. (2024). *Bezpieczeństwo i prywatność w immersyjnej rzeczywistości rozszerzonej: analiza zaleceń dotyczące polityki*. *Digital Society*, 3, artykuł 33. <https://doi.org/10.1007/s44206-024-00114-1>
9. McCormack, J., Gifford, T. i Hutchings, P. (2019). *Autonomia, autentyczność, autorstwo i intencja w sztuce generowanej komputerowo*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1903.02166>
10. Qamar, S., Anwar, Z. i Afzal, M. (2023). *Systematyczna analiza zagrożeń i strategie obronne dla metawersum i systemów rzeczywistości rozszerzonej*. *Computers & Security*, 128, artykuł 103127. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103127>
11. Thomson, T. J., Thomas, R. J. i Matich, P. (2024). *Generatywna wizualna sztuczna inteligencja w organizacjach informacyjnych: wyzwania, możliwości, postrzeganie i polityka*. *Digital Journalism*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2331769>
12. Ye, Y., Hao, J., Hou, Y., Wang, Z., Xiao, S., Luo, Y. i Zeng, W. (2024). *Generatywna sztuczna inteligencja w wizualizacji: stan wiedzy i kierunki rozwoju*. *Visual Informatics*, 8(2), 43–66. <https://doi.org/10.1016/j.visinf.2024.04.003>

MODUŁ 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Myślenie projektowe i zarządzanie projektami (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów studiów licencjackich w zasady i praktyki myślenia projektowego oraz zarządzania projektami w kontekście dziennikarstwa immersyjnego. Koncentruje się na formułowaniu problemów zorientowanym na człowieka, kreatywnym generowaniu pomysłów oraz ustrukturyzowanym planowaniu projektów w odniesieniu do projektów dziennikarskich i medialnych. Studenci uczą się współpracować w celu określenia celów projektu, opracowania koncepcji, zarządzania harmonogramami i zasobami oraz reagowania na ograniczenia i potrzeby interesariuszy. Nacisk kładziony jest na iteracyjne procesy projektowe, pracę zespołową i praktykę refleksyjną, co umożliwia studentom planowanie i zarządzanie projektami wspierającymi innowacje, cele dziennikarskie oraz odpowiedzialną produkcję medialną.

Cele nauczania

Studenci zdobędą podstawową wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie myślenia projektowego i zarządzania projektami w kontekście dziennikarstwa immersyjnego. Dzięki analizom pod okiem prowadzących oraz wspólnym, praktycznym zajęciom nauczą się formułować problemy, generować pomysły i planować projekty, które odpowiadają celom dziennikarskim i potrzebom odbiorców. Studenci poznają metody ustrukturyzowanego planowania projektów oraz praktyki pracy zespołowej i będą zachęceni do refleksji nad kwestiami kreatywnymi, organizacyjnymi i etycznymi w tworzeniu projektów medialnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami myślenia projektowego i rozwiązywania problemów zorientowanego na człowieka w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Rozwijanie umiejętności studentów w zakresie formułowania problemów, generowania pomysłów i przekładania koncepcji na ustrukturyzowane plany projektów.
Cel 3	Zapoznanie studentów z podstawowymi narzędziami i metodami zarządzania projektami, w tym planowaniem zadań, harmonogramowaniem i przydzielaniem ról.
Cel 4	Zachęcanie do efektywnej pracy zespołowej, komunikacji i współpracy w środowiskach nauczania opartych na projektach.
Cel 5	Promowanie refleksyjnej praktyki poprzez zachęcanie studentów do oceny procesów projektowych, wyników i kwestii etycznych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Stosować zasady myślenia projektowego w celu identyfikacji i formułowania problemów w dziennikarstwie immersyjnym oraz projektach związanych z mediami.
Efekt kształcenia 2	Generowanie i komunikowanie pomysłów projektowych przy użyciu odpowiednich narzędzi do tworzenia koncepcji i planowania.
Efekt kształcenia 3	Opracowywanie i zarządzanie podstawowymi planami projektów, które określają cele, zadania, harmonogramy i role w zespole.

Efekt kształcenia 4	Współpracować w ramach zespołów projektowych i konstruktywnie uczestniczyć w procesach decyzyjnych.
Efekt kształcenia 5	Analizować procesy rozwoju projektu i jego wyniki, identyfikując wnioski i obszary wymagające poprawy.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do myślenia projektowego i pracy opartej na projektach	Lugmayr (2011); Brunetti i in. (2024)	Przeanalizuj projekt medialny. W jaki sposób sformułowano i rozwiązano problem?
2	Projektowanie zorientowane na człowieka i definiowanie problemu	Polydorou (2024); Lugmayr (2011)	Zdefiniuj sformułowanie problemu. Jakie założenia kształtują sformułowanie?
3	Metody generowania pomysłów i myślenie kreatywne	Lugmayr (2011); Brunetti i in. (2024)	Wygeneruj i uzasadnij wiele pomysłów projektowych. Jakie kryteria kierują wyborem?
4	Od pomysłów do koncepcji	Murray (2017); Polydorou (2024)	Opracuj koncepcję projektu. W jaki sposób odpowiada ona na potrzeby użytkowników i dziennikarzy?
5	Wprowadzenie do zasad zarządzania projektami	Hayes i in. (2022); Sissons i Cochrane (2019)	Przeanalizuj ograniczenia projektu. Jak czas i zasoby wpływają na wyniki?
6	Planowanie zadań, ról i harmonogramów	Hayes i in. (2022); Brunetti i in. (2024)	Stwórz podstawowy plan projektu. Jak rozdzielone są obowiązki?
7	Opracowanie wniosku projektowego	Lugmayr (2011); Uskali i Ikonen (2020)	Przedstaw projekt. W jaki sposób plan wspiera wykonalność i cele?

8	Współpraca, komunikacja i praca zespołowa	Sissons i Cochrane (2019); Brunetti i in. (2024)	Zastanów się nad dynamiką zespołu. Co sprzyja skutecznej współpracy?
9	Zarządzanie zmianą i iteracją	Polydorou (2024); Hayes i in. (2022)	Zaktualizuj plan projektu. W jaki sposób informacje zwrotne wpływają na zmiany?
10	Zarządzanie ryzykiem i kwestie etyczne	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Zidentyfikuj ryzyko i kwestie etyczne. Jak można je ograniczyć?
11	Realizacja i monitorowanie projektu	Uskali i Ikonen (2020); Hayes i in. (2022)	Przegląd postępów w projekcie. Czy cele są realizowane?
12	Prezentacja projektu i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Przedstawienie projektu końcowego i raportu refleksyjnego. Czego nauczyliśmy się w trakcie tego procesu?

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Propozycja projektu	20%
Plan projektu i dokumentacja	20%
Końcowy wynik projektu	40%
Raport podsumowujący	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja badań	20%	Oceniane pod kątem jasności zdefiniowania problemu (8%), wykonalności i uzasadnienia proponowanego podejścia (7%) oraz zgodności z potrzebami użytkowników i kontekstem dziennikarskim (5%).

Plan projektu i dokumentacja	20%	Oceniane na podstawie struktury i organizacji planu projektu (8%), realistycznego harmonogramu i alokacji zasobów (7%) oraz przejrzystości i kompletności dokumentacji (5%).
Końcowy wynik projektu	40%	Oceniane na podstawie osiągnięcia celów projektu (15%), zastosowania zasad myślenia projektowego (10%), spójności i skuteczności realizacji (10%) oraz świadomości etycznej i kontekstowej (5%).
Raport refleksyjny	20%	Oceniane na podstawie głębi refleksji krytycznej (10%), integracji wiedzy i uwzględnienia przyszłego rozwoju (5%) oraz jakości pisania naukowego (5%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Przedłożenie prac po terminie

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Współpraca i komunikacja	Microsoft Teams, Zoom lub równoważne platformy komunikacji online
Narzędzia do projektowania i tworzenia koncepcji	Miro, MURAL, FigJam lub podobne narzędzia do tworzenia cyfrowych tablic
Planowanie i zarządzanie projektami	Trello, Asana, Notion lub podobne narzędzia do zarządzania zadaniami i projektami
Dokumentacja i prezentacje	Microsoft Word, PowerPoint, Google Docs lub podobne narzędzia biurowe
Udostępnianie plików i kontrola wersji	Platformy przechowywania danych w chmurze (np. OneDrive, Google Drive)

Bibliografia (styl APA)

1. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w ścieżki edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
2. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnych filmów 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1). <https://doi.org/10.59668/423.8390>
3. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie myślenia projektowego jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: *Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji Akademickiej MindTrek* (s. 332–334). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
4. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. Zalecenia dotyczące dobrych praktyk naukowych i konsumentów technologii VR. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>

5. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
6. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>
7. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>
8. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1766987>
9. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>
10. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 13: Technologie immersyjne w praktyce

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Technologie immersyjne w praktyce (licencjat)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego Projektowanie i produkcja multimedialna Przegląd technologii immersyjnych UX/UI dla mediów immersyjnych
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące prowadzącego

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w teorię i praktykę technologii immersyjnych w dziedzinie dziennikarstwa immersyjnego, kładąc duży nacisk na naukę poprzez praktykę i krytyczną refleksję. Obejmuje on podstawy projektowania, tworzenia, postprodukcji i oceny doświadczeń immersyjnych w całym kontinuum wirtualności, w tym w rzeczywistości wirtualnej (VR), rzeczywistości rozszerzonej (AR), rzeczywistości mieszanej (MR) oraz mediach 360°. Studenci zdobywają praktyczne podstawowe umiejętności w zakresie tworzenia interaktywnych aplikacji o niskim stopniu złożoności dla wyświetlaczy montowanych na głowie, urządzeń mobilnych i tabletów przy użyciu profesjonalnych narzędzi do tworzenia i postprodukcji, jednocześnie korzystając ze środowisk 3D generowanych komputerowo, wideo 360° i dźwięku przestrzennego. Poprzez iteracyjne projektowanie, edycję i testowanie studenci badają, w jaki sposób immersja, obecność, ucieleśnienie, komfort i świadomość przestrzenna wynikają z interakcji między czynnikami percepcyjnymi, poznawczymi, narracyjnymi i technologicznymi. Wprowadzane są rozróżnienia koncepcyjne między VR, AR i MR: VR w pełni zanurza użytkowników w

środowiskach generowanych komputerowo, AR nakłada treści cyfrowe na świat fizyczny, a MR umożliwia interakcję w czasie rzeczywistym między elementami cyfrowymi i fizycznymi.

Kurs jest wyraźnie przeznaczony dla studentów studiów licencjackich, kładąc nacisk na zrozumienie koncepcyjne, umiejętności praktyczne, pracę zespołową i refleksję nad praktyką, a nie na programowanie czy zaawansowane tworzenie systemów

Cele nauczania

Celem dydaktycznym tego modułu jest zapoznanie studentów studiów licencjackich z podstawowymi pojęciami i praktycznymi zastosowaniami technologii immersyjnych w kontekście dziennikarstwa immersyjnego. Studenci zdobędą podstawową wiedzę na temat wirtualnej rzeczywistości, rzeczywistości rozszerzonej, rzeczywistości mieszanej oraz mediów 360°, dowiadując się, czym te technologie się różnią i jak są wykorzystywane do tworzenia immersyjnych doświadczeń dziennikarskich. Moduł ma na celu pomóc studentom zrozumieć, w jaki sposób immersja, obecność i doświadczenie użytkownika wynikają z interakcji między wyborami narracyjnymi, procesami percepcyjnymi i poznawczymi oraz projektowaniem technologicznym, bez konieczności posiadania zaawansowanej wiedzy technicznej lub programistycznej.

Oprócz tych podstaw koncepcyjnych, moduł ma na celu rozwijanie umiejętności praktycznych i współpracy poprzez ćwiczenia praktyczne i warsztaty z przewodnikiem. Pod koniec kursu studenci studiów licencjackich będą potrafili planować, tworzyć i udoskonalać proste projekty dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu standardowych narzędzi branżowych, efektywnie pracować w małych zespołach produkcyjnych oraz krytycznie analizować swoje wybory projektowe i narracyjne.

W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zrozumienie podstawowych pojęć i różnic między wirtualną rzeczywistością (VR), rzeczywistością rozszerzoną (AR), rzeczywistością mieszaną (MR) oraz mediami 360° w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Wyjaśnienie, w jaki sposób projektuje się doświadczenia immersyjne oraz jak czynniki narracyjne, percepcyjne, poznawcze i technologiczne wpływają na immersję, poczucie obecności i komfort użytkownika.
Cel 3	Zaplanowanie i realizacja prostych projektów dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu standardowych narzędzi branżowych oraz zastosowanie podstawowych technik interakcji i postprodukcji.
Cel 4	Skuteczna praca w małych zespołach nad tworzeniem treści immersyjnych, wykazując się umiejętnościami współpracy, komunikacji i iteracyjnego rozwiązywania problemów.

Cel 5	Krytyczna ocena doświadczeń dziennikarstwa immersyjnego pod kątem wartości dziennikarskich, odpowiedzialności etycznej, dostępności i wpływu na odbiorców.
-------	--

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Zaprojektowanie i dostarczenie podstawowych prototypów mediów immersyjnych (VR, AR/MR lub doświadczenia 360°), które wykazują spójną interakcję, stabilną wydajność i znaczące zaangażowanie użytkownika w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Efekt kształcenia 2	Wyjaśnienie, w jaki sposób wybory projektowe i produkcyjne wpływają na immersję, poczucie obecności, spójność przestrzenną, komfort użytkownika oraz wrażenia odbiorców w różnych formatach mediów immersyjnych.
Efekt kształcenia 3	Stosowanie podstawowych procesów pracy z mediami immersyjnymi, w tym podstawowych procesów rozwoju i postprodukcji, przy użyciu standardowych narzędzi branżowych, takich jak Unity lub Unreal, oraz profesjonalnego oprogramowania do edycji wideo i audio.
Efekt kształcenia 4	Skutecznie współpracować w małych, multidyscyplinarnych zespołach, przyczyniając się do zorganizowanych procesów pracy, definiowania ról oraz produkcji treści dziennikarstwa immersyjnego od koncepcji do końcowego produktu.
Efekt kształcenia 5	Krytycznie zastanawiać się nad kwestiami etycznymi, społecznymi i dostępności w produkcji mediów immersyjnych, wykazując świadomość odpowiedzialności dziennikarskiej, reprezentacji i standardów zawodowych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do technologii immersyjnych i	Uskali i Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Krótką analiza pisemna przykładu dziennikarstwa immersyjnego

	dziennikarstwa immersyjnego		
2	Immersja, obecność i doświadczenie użytkownika	Baños i in. (2005); Murray (2017)	Refleksja na temat immersji i doświadczenia użytkownika w mediach VR/360°
3	Wirtualna rzeczywistość w dziennikarstwie: koncepcje i projektowanie	Murray (2017); Sissons i Cochrane (2019)	Szkic koncepcji VR i zarys doświadczenia
4	Projektowanie interakcji i komfort użytkownika w VR	Polydorou (2024); Stewart (2022)	Scenariusz interakcji dla doświadczenia dziennikarskiego w VR
5	Rzeczywistość rozszerzona i mieszana w dziennikarstwie	Polydorou (2024); Brunetti i in. (2024), repozytorium git-hub	Propozycja koncepcji AR/MR (prototyp o niskiej wierności lub makieta)
6	Etyka, dostępność i odpowiedzialność w mediach immersyjnych	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Przegląd etyczny i dostępności proponowanego projektu
7	Opowiadanie historii za pomocą filmów 360° i gramatyka wizualna	Damme i in. (2019); Hayes i in. (2022) , repozytorium git-hub	Analiza dziennikarskiego filmu 360°
8	Dźwięk przestrzenny i projektowanie dźwięku dla mediów immersyjnych	Baños i in. (2005); Sánchez Laws (2017), repozytorium GitHub	Ćwiczenie z planowania dźwięku dla reportażu 360°
9	Wciągające procesy postprodukcji	Hayes i in. (2022); Lugmayr	Praktyczne ćwiczenie montażowe z wykorzystaniem

		(2011), repozytorium GitHub	materiału filmowego 360°
10	Testy użytkowników i iteracja	Conrad i in. (2024); repozytorium GitHub Polydorou (2024)	Raport z testów przeprowadzonych przez innych użytkowników i iteracja projektu
11	Opracowanie projektu końcowego	Uskali i Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Ostateczne złożenie projektu immersyjnego
12	Prezentacja, krytyka i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Prezentacja projektu i esej refleksyjny

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Esej badawczy	40%
Projekt grupowy	40%
Prezentacja i dyskusja	20%

Skalowanie ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Praca badawcza	40%	Zrozumienie pojęć związanych z VR, AR, XR (15%), wykorzystanie literatury (10%), analiza krytyczna (10%), struktura i styl akademicki (5%)
Projekt grupowy	40%	Koncepcja i znaczenie dziennikarskie (10%), realizacja techniczna (15%), projekt immersyjny i doświadczenie użytkownika (10%), praca zespołowa i zarządzanie projektem (5%)
Prezentacja i dyskusja	20%	Przejrzystość prezentacji (10%), refleksja krytyczna (5%), zaangażowanie i dyskusja (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Przedłużone terminy

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Współpraca, prezentacje i ocena	Miro, Figma, GitHub; PowerPoint / Keynote (z wbudowanym 3D lub wideo); Google Forms, Mentimeter, Wooclap

Oprogramowanie do produkcji multimedialnej	Adobe Premiere Pro, Adobe Audition, Adobe After Effects, Adobe Photoshop / Illustrator
Tworzenie treści XR i immersyjnych	Unity3D, Unreal Engine; A-Frame, frameworki WebXR; Reality Composer
Produkcja multimediiów 360°	Kamery 360° (np. Insta360, GoPro MAX); Adobe Premiere Pro (narzędzia do edycji VR); Adobe After Effects
Modelowanie 3D i media przestrzenne	Blender; narzędzia do fotogrametrii i przechwytywania wolumetrycznego; oprogramowanie do audio przestrzennego (np. Reaper z wtyczkami ambisonicznymi)
Tworzenie rzeczywistości rozszerzonej	ARKit, ARCore; Adobe Aero; Spark AR Studio
Narzędzia dziennikarskie i do wizualizacji danych	Flourish, Tableau, Datawrapper; narzędzia Knight Lab; Mapbox
Sztuczna inteligencja i automatyzacja do tworzenia prototypów	ChatGPT, Midjourney, Synthesia, Lumen5
Zarządzanie projektami i organizacja	Notion, Trello

Bibliografia (styl APA)

1. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>
3. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
4. Baños, R. M., Botella, C., Alcañiz, M., Liaño, V., Guerrero, B. i Rey, B. (2005). Zanurzenie i emocje: ich wpływ na poczucie obecności. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 734–741.
5. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
6. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>
7. Polydorou, D. (2024). Immersive storytelling experiences: A design methodology. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>
8. Stewart, N. (2022). *Pedagogika immersyjna: nauczanie nowych mediów w metawersie*. Międzynarodowa Rada ds. Umiejętności Korzystania z Mediów.

9. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w podróże edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
10. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: kodeks postępowania etycznego. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
11. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1766987>
12. Damme, K., All, A., de Marez, L. i Leuven, S. (2019). Dziennikarstwo wideo 360°: Badanie eksperymentalne dotyczące wpływu immersji na odbiór wiadomości i cierpienie osób z daleka. *Journalism Studies*, 20(14), 2053–2076. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1561958>
13. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnego wideo 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1).
14. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może zwiększyć empatię? *Digital Journalism*, 5(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1219037>
1. 14. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie „myślenia projektowego” jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: *Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji Akademickiej MindTrek* (s. 332–334). ACM. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
15. Conrad, M., Kablitz, D. i Schumann, S. (2024). Skuteczność uczenia się z wykorzystaniem immersyjnej rzeczywistości wirtualnej w edukacji i szkoleniach: przegląd systematyczny. *Computers & Education: X Reality*, 4, 100053. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2024.100053>
16. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy w dziedzinie mediów immersyjnych

Program kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych (licencjat)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne (zalecane)	Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji; Przegląd technologii immersyjnych; Wprowadzenie do ekonomii mediów.
Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten kurs na poziomie licencjackim przedstawia podstawowe zasady, narzędzia i praktyki marketingu oraz pozyskiwania funduszy na potrzeby dziennikarstwa immersyjnego i projektów mediów immersyjnych. Kurs skupia się na myśleniu zorientowanym na odbiorców, podstawowym pozycjonowaniu rynkowym oraz identyfikacji możliwości trwałego finansowania ze źródeł publicznych, prywatnych i społecznościowych. Studenci uczą się, jak przekazywać wartość doświadczeń immersyjnych, opracowywać etyczne strategie promocyjne oraz łączyć wpływ, widoczność i rentowność finansową.

Cele

Studenci będą opierać się na podstawowej wiedzy, aby zrozumieć i zastosować kluczowe koncepcje marketingu i pozyskiwania funduszy w kontekście mediów immersyjnych i dziennikarstwa immersyjnego. Będą analizować odbiorców, propozycje wartości i możliwości finansowania, a także nauczą się opracowywać wstępne, etyczne i zorientowane na zrównoważony rozwój strategie marketingowe i fundraisingowe dla projektów immersyjnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zrozumienie podstawowych koncepcji marketingowych w odniesieniu do dziennikarstwa immersyjnego i mediów kreatywnych.
Cel 2	Analiza podstawowych segmentów odbiorców i kontekstów rynkowych dla projektów mediów immersyjnych.
Cel 3	Opracowanie wstępnych strategii marketingowych i fundraisingowych dostosowanych do celów redakcyjnych.
Cel 4	Uwzględnienie kwestii etycznych, społecznych i integracyjnych w działaniach marketingowych i pozyskiwania funduszy.
Cel 5	Opracowanie jasnych i przystępnych materiałów komunikacyjnych dla interesariuszy i potencjalnych darczyńców.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Zidentyfikować grupy docelowe i zdefiniować podstawową propozycję wartości dla projektu mediów immersyjnych.
Efekt kształcenia 2	Wykorzystać podstawowe narzędzia marketingowe do planowania działań dystrybucyjnych i komunikacyjnych.
Efekt kształcenia 3	Zidentyfikować odpowiednie możliwości finansowania i nakreślić proste strategie pozyskiwania funduszy.
Efekt kształcenia 4	Skuteczne przekazywanie pomysłów projektowych poprzez prezentacje pisemne i ustne.
Efekt kształcenia 5	Zastanawianie się nad kwestiami etycznymi i zrównoważonego rozwoju związanymi z marketingiem i pozyskiwaniem funduszy w kontekstach immersyjnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do marketingu mediów immersyjnych	Kotler i in. (2021), rozdz. 1	Krótką refleksja na temat odbiorców mediów immersyjnych
2	Segmentacja odbiorców i propozycja wartości	Ryan (2020), wybrane rozdziały	Zdefiniuj segmenty odbiorców i propozycję wartości
3	Strategie wejścia na rynek i kanały dystrybucji	Notatki z kursu i materiały do studiów przypadków	Ćwiczenie z mapowania kanałów
4	Budowanie marki, komunikacja i etyczna komunikacja	Silverstone (2007), wybrane fragmenty	Projekt podstawowych ram komunikacyjnych
5	Modele monetyzacji mediów immersyjnych	Kotler i in. (2021), wybrane fragmenty	Przegląd możliwych źródeł przychodów
6	Wprowadzenie do danych, analityki i wskaźników KPI	Slajdy z kursu i przykłady	Określ podstawowe wskaźniki KPI dla projektu immersyjnego
7	Krajobraz pozyskiwania funduszy dla mediów kreatywnych i immersyjnych	Komisja Europejska (2023), przegląd	Mapowanie możliwości finansowania
8	Finansowanie publiczne i społecznościowe	Dokumentacja programu „Kreatywna Europa – MEDIA” UE	Projekt zarysu wniosku o dofinansowanie
9	Podstawowe informacje na temat finansowania prywatnego i sponsoringu	Wybrane artykuły i studia przypadków	Prosta nota koncepcyjna dotycząca sponsoringu
10	Podstawy prezentacji i pisania wniosków	Materiały szkoleniowe	Przygotuj krótką prezentację projektu

11	Etyka, integracja i zrównoważony rozwój	UNESCO (2023), wybrane fragmenty	Szkic eseju refleksyjnego
12	Prezentacje studiów przypadków i podsumowanie kursu		Prezentacje końcowe i oddanie zadań

Ocena i punktacja

Raport dotyczący strategii marketingowej	30%
Propozycja pozyskania funduszy	30%
Prezentacja studium przypadku	20%
Esej refleksyjny	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Raport dotyczący strategii marketingowej	30%	Jasne określenie grupy docelowej i propozycji wartości (10%); właściwe wykorzystanie podstawowych pojęć i terminologii marketingowej (10%); przejrzystość, struktura i spójność raportu (10%).
Propozycja pozyskania funduszy	30%	Wskazanie odpowiednich źródeł finansowania (10%); spójność między celami projektu a strategią finansowania (10%); kompletność, wykonalność i przejrzystość wniosku (10%).
Prezentacja studium przypadku	20%	Zrozumienie wybranego przypadku (8%); umiejętność opisanie i analizy kluczowych elementów marketingu lub pozyskiwania funduszy (6%); przejrzystość prezentacji ustnej i materiałów wizualnych (6%).
Esej refleksyjny	20%	Umiejętność refleksji nad kwestiami etycznymi, integracji i zrównoważonego rozwoju (10%); powiązanie z koncepcjami i przykładami z kursu (5%); przejrzystość pisania, struktura i podstawowe konwencje akademickie (5%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Narzędzia marketingowe, analityczne i wizualizacyjne

- Google Analytics (wstępne wykorzystanie) – w celu zrozumienia podstawowych wskaźników dotyczących odbiorców i wzorców ruchu.
- Excel / Arkusze Google – do prostego porządkowania danych, tworzenia budżetów i śledzenia wskaźników KPI.
- Canva / podstawowe oprogramowanie do prezentacji – do tworzenia materiałów marketingowych i prezentacyjnych.

Zarządzanie projektami i współpraca

- Google Workspace – do wspólnego pisania, tworzenia prezentacji i udostępniania plików.
- Miro / Trello / Notion – do podstawowego planowania projektów, burzy mózgów i koordynacji pracy zespołowej.

Platformy finansowania i źródła informacji

- Portal finansowania i przetargów UE oraz biura Creative Europe – do wyszukiwania możliwości finansowania publicznego.
- Platformy finansowania społecznościowego (oparte na darowiznach lub nagrodach) – do zrozumienia modeli zbierania funduszy przez społeczność.

Narzędzia wspomagane sztuczną inteligencją

- Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji mogą być wykorzystywane na poziomie podstawowym do tworzenia pomysłów na treści, wsparcia przy pisaniu tekstów lub pomocy językowej. Studenci muszą korzystać z takich narzędzi w sposób przejrzysty i odpowiedzialny, szanując uczciwość akademicką, prywatność danych oraz zasady etycznej komunikacji.

Bibliografia (styl APA)

1. Kotler, P., Kartajaya, H. i Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technologia dla ludzkości. Wiley.
2. Ryan, D. (2020). Marketing cyfrowy: Zrozumienie kampanii cyfrowych w erze opartej na danych. Routledge.
3. Komisja Europejska. (2023). Program „Kreatywna Europa – MEDIA”: Możliwości finansowania dla sektora audiowizualnego i immersyjnego.
4. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2016). Rozporządzenie (UE) 2016/679 (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
5. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2022). Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
6. Silverstone, R. (2007). Media i moralność: O powstaniu mediopolis. Polity Press.

7. UNESCO. (2023). Globalny raport dotyczący umiejętności korzystania z mediów i informacji. Wydawnictwo UNESCO.

MODUŁ 15: Projekt końcowy/praca dyplomowa

Syllabus

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Projekt końcowy/praca dyplomowa (licencjat)
Kod przedmiotu	IM....
Wymagania wstępne (zalecane)	IM xxx: Metody badawcze
Nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Kurs ten wyposaża studentów w praktyczne umiejętności badawcze niezbędne do zaprojektowania i realizacji pracy dyplomowej lub projektu z zakresu dziennikarstwa immersyjnego. Dzięki praktycznym ćwiczeniom studenci nauczą się wybierać i stosować odpowiednie metody badawcze dostosowane do konkretnego zagadnienia badawczego, profilować odbiorców w celu zrozumienia wzorców zaangażowania oraz projektować sesje testowania prototypów immersyjnych przez użytkowników. Rozwiną również kompetencje w zakresie analizowania i wizualizacji danych, aby jasno i dokładnie przedstawiać wyniki badań, uwzględniając jednocześnie kwestie etyczne w całym procesie badawczym. Pod koniec kursu studenci będą przygotowani do prowadzenia uporządkowanych, etycznych i zorientowanych na odbiorców badań, które będą stanowić podstawę dla innowacyjnego, immersyjnego storytellingu medialnego.

Cele nauczania

Kurs zapewni studentom niezbędne umiejętności badawcze i analityczne w zakresie dziennikarstwa immersyjnego, koncentrując się na analizie odbiorców, testowaniu

użytkowników, interpretacji danych oraz kwestiach etycznych w kontekście nowych mediów. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zrozumienie i zastosowanie odpowiedniej metodologii badawczej w odniesieniu do konkretnego zagadnienia badawczego w dziennikarstwie immersyjnym.
Cel 2	Zastosowanie podstawowych technik profilowania odbiorców w celu zidentyfikowania docelowych grup demograficznych i wzorców zaangażowania w mediach immersyjnych w odniesieniu do podstawowego zagadnienia badawczego.
Cel 3	Zaprojektowanie i przeprowadzenie prostych sesji testowych z użytkownikami prototypów dziennikarstwa immersyjnego, zebranie i interpretacja opinii.
Cel 4	Wykorzystanie podstawowych narzędzi do analizy danych i wizualizacji w celu jasnego i dokładnego przedstawienia wyników badań dotyczących podstawowego pytania badawczego.
Cel 5	Uwzględnienie kwestii etycznych związanych z podstawowym pytaniem badawczym.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Wybierać i stosować odpowiednie metody badawcze w projektach dziennikarstwa immersyjnego.
Efekt kształcenia 2	Przeprowadzać podstawową analizę profilu odbiorców i interpretować wzorce zaangażowania.
Efekt kształcenia 3	Projektować i przeprowadzać sesje testów użytkowników oraz skutecznie analizować opinie.
Efekt kształcenia 4	Prezentowanie wyników badań przy użyciu podstawowych narzędzi do analizy danych i wizualizacji.
Efekt kształcenia 5	Uwzględnianie kwestii etycznych w projektowaniu badań i sporządzaniu raportów.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Zajęcia	Zadania
---------	-------	---------	---------

1	Orientacja i propozycja projektu	Przegląd oczekiwań i rezultatów końcowych Omówienie trendów w dziennikarstwie immersyjnym i pomysłów na projekt	Sformułowanie wstępnego pytania badawczego i koncepcji projektu
2	Udoskonalenie propozycji i kwestie etyczne	Sfinalizowanie pytania badawczego i celów Określenie zakresu, wykonalności i zasobów	Przegląd kwestii etycznych i złożenie wniosku o zgodę komisji etycznej (w razie potrzeby)
3	Przegląd literatury i analiza kontekstowa	Przeprowadzenie ukierunkowanego przeglądu literatury Umieszczenie projektu w kontekście istniejących praktyk dziennikarstwa immersyjnego	Przedstaw bibliografię z adnotacjami
4	Profilowanie odbiorców i strategia zaangażowania	Zastosowanie technik profilowania odbiorców Określ grupę docelową i cele zaangażowania	Prześlij raport z analizy odbiorców
5	Planowanie projektu prototypu	Opracowanie koncepcji wciągających doświadczeń (VR, AR, wideo 360° itp.) Storyboard i wymagania techniczne	Przedstaw plan projektu prototypu
6	Sprint programistyczny 1	Rozpoczęcie tworzenia prototypu lub treści immersyjnych	Cotygodniowe podsumowanie postępów i wyzwań

7	Sprint programistyczny 2	Kontynuacja prac i uwzględnienie opinii	Przygotuj się do wstępnych testów użytkowników
8	Testy użytkowników i zbieranie opinii	Przeprowadź proste sesje testów użytkowników Zbieraj opinie jakościowe i ilościowe	Przedstaw raport z testów użytkowników
9	Analiza i wizualizacja danych	Analizuj opinie użytkowników i dane dotyczące zaangażowania Tworzenie wizualizacji na poparcie wniosków	Prześlij wstępną analizę
10	Udoskonalanie i iteracja	Popraw prototyp w oparciu o wnioski	Zapewnij zgodność z pytaniem badawczym i potrzebami odbiorców
11	Finalizacja	Ukończenie ostatecznego prototypu lub immersyjnego doświadczenia	Przygotuj projekt pracy dyplomowej/raportu z projektu
12	Prezentacja i złożenie	Prezentacja projektu przed wykładowcami i kolegami Złożenie raportu końcowego i wyników	Refleksja nad procesem i wynikami

Ocena i klasyfikacja

Praca dyplomowa/raport z projektu	80%
-----------------------------------	-----

Prezentacja	20%
-------------	-----

Kryteria oceny pracy dyplomowej/projektu

Element	Waga	Kryteria
Opis problemu i znaczenie dla dziennikarstwa immersyjnego	30%	Jasność pytania badawczego (10%), rygor metodologiczny (10%), integracja literatury (10%)
Metody (mieszane/jakościowe/ilościowe) i dobór próby	20%	Kompletność protokołu (10%), jakość wykonania (10%), zgodność z zasadami etyki (10%)
Protokół testów użytkowników i plan gromadzenia danych	20%	Prawidłowe zastosowanie narzędzi statystycznych/AI (10%), interpretacja wyników (5%), omówienie ograniczeń (5%)
Etyka i ograniczenia	20%	Głęboka analiza etycznej (10%), uwzględnienie przyszłych trendów (5%), jakość pisania naukowego (5%)
Przejrzystość i struktura	10%	Przejrzystość i struktura raportu (10%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

- **Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet**
 - Qualtrics / SurveyMonkey – do projektowania ankiet dla odbiorców i gromadzenia danych ilościowych.
 - Formularze Google – prosta, bezpłatna opcja do szybkiego zbierania opinii i testowania użytkowników.
- **Narzędzia do analizy jakościowej**
 - NVivo – do kodowania i analizy wywiadów, grup fokusowych oraz danych jakościowych.
 - Atlas.ti – zaawansowana analiza danych jakościowych do badań tematycznych.
- **Narzędzia ilościowe i statystyczne**
 - SPSS / R / Python (Pandas, SciPy) – do analizy statystycznej i testowania hipotez.
 - Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy i wizualizacji danych.
- **Narzędzia do testowania mediów immersyjnych**
 - Unity Analytics – do śledzenia zachowań użytkowników w prototypach VR/AR.
 - Systemy śledzenia ruchu gałek ocznych (Tobii Pro) – do analizy uwagi i zaangażowania w środowiskach immersyjnych.
 - Czujniki biometryczne – do pomiaru reakcji emocjonalnych i fizjologicznych.

- **Wizualizacja i raportowanie**
 - Tableau / Power BI – do tworzenia interaktywnych pulpitów nawigacyjnych i wizualizacji danych.
 - Canva / Adobe Illustrator – do tworzenia profesjonalnych raportów badawczych i infografik.

- **ChatGPT / Claude / Gemini**
 - Służą do streszczania wywiadów, transkrypcji spotkań i dużych zbiorów danych, pomagając dziennikarzom w szybkim wydobywaniu wniosków na potrzeby projektów immersyjnych.

Bibliografia

1. Creswell, J. D. i John, W. (2018). *Creswell, Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
2. Braun, V. i Clarke, V. (2021). *Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik*.
3. Kotler, P., Keller K.L., *Marketing Management*, Prentice Hall, ISBN 13: 978-0-13-210292-6 ISBN 10: 0-13-210292-7
4. Angrosino, M. (2007). *Prowadzenie badań etnograficznych i obserwacyjnych*. Sage.
5. Nielsen, J. (1994). *Inżynieria użyteczności*. Morgan Kaufmann.
6. Tufte, E. (2007), *Wizualna prezentacja informacji ilościowych*
7. Slater, M., Di Dalmazi, M., Friedman, D., Galissaire, J., Isaac, H., Kobusinska, A., ... & Wannerberg, P. (2025). *Wielodyscyplinarne podejście do zrozumienia technologii, możliwości, wyzwań i implikacji metaverse dla społeczeństwa*. *Frontiers in Virtual Reality*, 6.
8. Jenkins, H. i Jie, Y. (2024). *Droga od kultury partycypacyjnej do polityki partycypacyjnej: krytyczne badanie — wywiad z Henrym Jenkinsem*. *Communication and the Public*, 9(1), 11-30.
9. Field, A. (2024). *Odkrywanie statystyki przy użyciu IBM SPSS Statistics*. Sage Publications Limited.

Część 4: Program studiów magisterskich z dziennikarstwa immersyjnego

Moduł 1: Podstawy dziennikarstwa immersyjnego

Syllabus

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do dziennikarstwa Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa, Społeczny kontekst dziennikarstwa immersyjnego (licencjat) lub równoważny
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa przedmiotu	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego (magister)

Dane wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten stanowi zaawansowane, krytyczne wprowadzenie do dziennikarstwa immersyjnego, skupiając się na ramach teoretycznych, wyzwaniach etycznych oraz

strategicznym wykorzystaniu technologii immersyjnych we współczesnym środowisku informacyjnym. Opierając się na podstawach zdobytych na studiach licencjackich, studenci analizują dziennikarstwo immersyjne jako dziedzinę badań, praktykę zawodową oraz siłę społeczną. Nacisk kładziony jest na myślenie analityczne, odpowiedzialność etyczną oraz ocenę immersyjnego opowiadania historii w złożonych ekosystemach medialnych. Moduł oferuje również krytyczną analizę selekcji treści i wartości informacyjnych we współczesnym dziennikarstwie, analizując, jak procesy te funkcjonują w ekosystemach medialnych ukształtowanych przez platformizację, algorytmy, datafikację i technologie immersyjne. Studenci badają społeczne i etyczne implikacje selekcji treści, w tym władzę, widoczność, wykluczenie, dyskurs publiczny i zaufanie odbiorców. Wreszcie, moduł analizuje konteksty społeczne dziennikarstwa immersyjnego, podkreślając jego rolę jako praktyki społeczno-technicznej osadzonej w strukturach kulturowych, politycznych i technologicznych. Studenci krytycznie oceniają kwestie reprezentacji, nierówności, uczestnictwa i zaufania publicznego, analizując szerszy wpływ immersyjnego storytellingu na społeczeństwo.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu wyposażenie studentów w krytyczne i kompleksowe zrozumienie dziennikarstwa immersyjnego, kładąc nacisk na podstawy koncepcyjne, kwestie etyczne oraz społeczny wpływ nowych technologii. Studenci rozwiną zaawansowane kompetencje analityczne, aby oceniać immersyjne opowiadanie historii, projektować wyrafinowane koncepcje wiadomości immersyjnych oraz oceniać doświadczenia, zaangażowanie i zaufanie odbiorców. W szczególności studenci:

Cel 1	Krytycznie analizować koncepcyjne, teoretyczne i etyczne podstawy dziennikarstwa immersyjnego, w tym klasyczne i współczesne teorie gatekeeping.
Cel 2	Ocenią technologie, platformy i formaty immersyjne w kontekście wartości dziennikarskich, wpływu społecznego i odpowiedzialności etycznej.
Cel 3	Opracowanie zaawansowanych koncepcji i projektów dziennikarstwa immersyjnego w oparciu o badania, ramy etyczne i zasady narracji.
Cel 4	Ocena doświadczeń odbiorców, ich postrzegania, zaufania oraz zaangażowania w immersyjnych środowiskach informacyjnych.
Cel 5	Analiza sposobu, w jaki dziennikarstwo immersyjne konstruuje rzeczywistość społeczną, znaczenie publiczne oraz relacje władzy, w tym kwestie włączenia, wykluczenia i reprezentacji.
Cel 6	Umiejscowienie dziennikarstwa immersyjnego w kontekście szerszych przemian medialnych, technologicznych i kulturowych, krytyczna refleksja nad jego implikacjami społecznymi i politycznymi.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Krytycznie wyjaśnić kluczowe teorie i koncepcje dziennikarstwa immersyjnego oraz selekcji informacji, formułując oparte na badaniach argumenty dotyczące ich roli w demokratycznych systemach medialnych.
Efekt kształcenia 2	Ocenić projekty dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu kryteriów akademickich i zawodowych, analizując złożone procesy selekcji informacji oraz ich implikacje etyczne, poznawcze i społeczne.
Efekt kształcenia 3	Opracować oparte na badaniach koncepcje dziennikarstwa immersyjnego, które łączą kwestie etyczne, strategie narracyjne i odpowiedzialność społeczną.
Efekt kształcenia 4	Ocenić doświadczenia odbiorców, ich zaangażowanie, zaufanie oraz etyczne i społeczne implikacje dziennikarstwa immersyjnego dla publicznego zrozumienia i dyskursu.
Efekt kształcenia 5	Przeprowadza krytyczną analizę teorii społecznych i oceń, w jaki sposób dziennikarstwo immersyjne wpływa na widoczność społeczną, możliwość zabrania głosu oraz społeczne i polityczne konsekwencje praktyk narracyjnych.
Efekt kształcenia 6	Umieścić dziennikarstwo immersyjne w kontekście ewoluujących ekosystemów medialnych, oceniając, w jaki sposób wartości informacyjne są negocjowane, przekształcane i kwestionowane w środowiskach cyfrowych i immersyjnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Dziennikarstwo immersyjne: koncepcje, zakres i obszar badań	Pavlik (2013); Gynnild i in. (2020)	Dyskusja i mapowanie pojęć: definiowanie dziennikarstwa immersyjnego na poziomie studiów magisterskich

2	Historia i ewolucja mediów immersyjnych	Sánchez Laws (2017); Virginás (2023)	Krótką praca refleksyjna: media immersyjne w kontekście historycznym
3	Immersja, obecność, empatia i poznanie	Nielsen & Sheets (2019); de la Peña i in. (2010); Ahmed (2014)	Analiza studium przypadku: korzyści i zagrożenia związane z immersyjną obecnością
4	Technologie: VR, AR i wideo 360°	Reuters Institute (2025); Doerner i in. (2022); Baía Reis & Coelho (2018)	Analiza kluczowych narzędzi: możliwości i ograniczenia dla dziennikarstwa
5	Projektowanie narracji i opowiadanie historii w przestrzeni	Polydorou (2024); Sánchez Laws (2023); Pink (2015)	Opierający się na badaniach szkic pomysłu na reportaż
6	Etyka, odpowiedzialność i manipulacja w dziennikarstwie immersyjnym	Pavlik (2021); Chouliaraki (2013); Pedersen (2021); Nash (2018)	Dokument przedstawiający stanowisko w kwestiach etycznych
7	Zaangażowanie odbiorców, UX, sprawczość użytkownika	Wu (2023); Hermida (2011); Jenkins i in. (2013); Kohring i Matthes (2007)	Mapowanie UX i analiza wpływu na odbiorców
8	Sztuczna inteligencja, automatyzacja i media syntetyczne w reportażu immersyjnym	Reuters Institute (2025); Nixon i in. (2024); Couldry & Mejias (2019)	Raport analityczny: szanse i zagrożenia związane ze sztuczną inteligencją
9	Weryfikacja, dokładność i zaufanie w immersyjnych wiadomościach	Wybrane raporty naukowe i branżowe; Tsfati i Cappella (2003); Carlson (2018)	Analiza strategiczna: bariery i modele wdrażania
10	Wdrażanie w redakcjach, strategia i zmiany organizacyjne	Eskiadi i Panagiotou (2024); McManus (1994); Tuchman (1978)	Artykuł przeglądowy dotyczący trendów
11	Pojawiające się trendy i kierunki rozwoju	Anik i in. (2024); Kuzmina i Kuzmin (2024); Pavlik (2021); Thussu (2018)	Przygotowanie projektu końcowego

12	Prezentacje końcowe i refleksja	-	Złożenie projektu końcowego
----	---------------------------------	---	-----------------------------

Ocena i klasyfikacja

Projekt i propozycja projektu immersyjnego	35%
Badania analityczne i eseje	25%
Kontekst społeczny i analiza przypadków	25%
Refleksja i prezentacja	15%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Projekt i propozycja projektu immersyjnego	35%	Przejrzystość i oryginalność koncepcji; skuteczne wykorzystanie technik immersyjnego opowiadania historii; projekt oparty na badaniach; wykonalność i spójność techniczna.
Badania analityczne i eseje	25%	Głęboka analiza; krytyczne podejście do teorii i literatury; logiczna argumentacja; jakość dowodów i cytatów; przejrzystość tekstu.
Kontekst społeczny i analiza przypadku	25%	Zrozumienie wymiarów społecznych, kulturowych i etycznych; krytyczna ocena studiów przypadków; zastosowanie metod badawczych; wgląd w wpływ społeczny.
Refleksja i prezentacja	15%	Refleksyjna analiza i samoocena; synteza wiedzy; jasność i zaangażowanie w prezentacji ustnej lub pisemnej; umiejętność odpowiadania na pytania i punkty dyskusji.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Prace należy składać w wyznaczonych terminach. Za opóźnienia w złożeniu pracy naliczana będzie kara w wysokości **10% za każdy dzień**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia do tworzenia środowisk immersyjnych	Unity / Unreal Engine – do tworzenia interaktywnych i immersyjnych środowisk VR/AR, projektowania, prototypowania i wdrażania złożonych przestrzeni wirtualnych na potrzeby dziennikarskiego storytellingu
Narzędzia do rejestrowania wideo 360°	Insta360 / Ricoh Theta – do rejestrowania wciągających materiałów wideo, nagrywania i udostępniania scen panoramicznych,

	zapewniających odbiorcom perspektywę z pierwszej osoby i wzmocnione poczucie obecności w środowiskach informacyjnych
Narzędzia do postprodukcji	Adobe Premiere Pro / After Effects – do edycji wideo i efektów wizualnych, udoskonalania treści immersyjnych, umożliwiających precyzyjną edycję, korekcję kolorów oraz integrację grafiki ruchowej lub efektów specjalnych w celu wzmocnienia oddziaływania narracji
Narzędzia do narracji i wizualizacji wspomagane sztuczną inteligencją	ChatGPT / Runway – do generowania, streszczania i wizualizacji treści dziennikarskich
Narzędzia do organizacji przepływu pracy i projektowania opartego na współpracy	Miro / Notion – do organizowania przepływu pracy w projektach i ułatwiania projektowania opartego na współpracy

Bibliografia (styl APA)

1. Ahmed, S. (2014). *Polityka kulturowa emocji* (wyd. 2). Edinburgh University Press.
2. Anderson, C. W. (2011). Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences: Journalism's vision of its public in an age of audience transparency. *International Journal of Communication*, 5, 529–547. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/884>
3. Arık, M. A., Karaduman, M., Karaduman, S., Karakaya, Ç., Sümer, F. E. i Demir, Z. G. (2024). Analiza dziennikarstwa immersyjnego na podstawie analizy bibliometrycznej z lat 1999–2023. *Heliyon*, 10(14), e34263. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34263>
4. Baía Reis, A. i Coelho, A. (2018). Wirtualna rzeczywistość a dziennikarstwo: brama do immersyjnego opowiadania historii. *Digital Journalism*, 6(8), 1090–1100. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502046>
5. Berger, P. L. i Luckmann, T. (1966). *Spółeczna konstrukcja rzeczywistości: Traktat z socjologii wiedzy*. Anchor Books.
6. Carlson, M. (2018). Automatyzacja osądu? Osąd algorytmiczny, wiedza o wiadomościach i profesjonalizm dziennikarski. *New Media & Society*, 20(5), 1755–1772. <https://doi.org/10.1177/1461444817706684>
7. Chouliaraki, L. (2006). *Widownia cierpienia*. Sage Publications.
8. Chouliaraki, L. (2013). *Ironiczny widz: Solidarność w epoce post-humanitaryzmu*. Polity Press.

9. Couldry, N. (2012). *Media, społeczeństwo, świat: teoria społeczna i praktyka mediów cyfrowych*. Polity Press.
10. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). *Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i przywłaszczają je kapitalizmowi*. Stanford University Press.
11. Dahlgren, P. (2009). *Media i zaangażowanie polityczne: obywatele, komunikacja i demokracja*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511818721>
12. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M. V. i Slater, M. (2010). Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301.
https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005
13. Doerner, R., Broll, W., Grimm, P. i Jung, B. (red.). (2022). *Wirtualna i rozszerzona rzeczywistość (VR/AR): Podstawy i metody rzeczywistości rozszerzonych (XR)*. Springer Nature.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-79062-2>
14. Eskiadi, I. G. i Panagiotou, N. (2024). Otwarcie się na dziennikarstwo immersyjne: Wdrażanie i integracja przez producentów mediów informacyjnych. *Journal. Media*, 5(4), 1494–1508.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5040095>
15. Galtung, J. i Ruge, M. H. (1965). Struktura wiadomości zagranicznych: Prezentacja kryzysów w Kongo, na Kubie i Cyprze w czterech norweskich gazetach. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91.
<https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
16. Gillespie, T. (2018). *Strażnicy Internetu: platformy, moderacja treści i ukryte decyzje, które kształtują media społecznościowe*. Yale University Press.
17. Gynnild, A., Uskali, T., Jones, S. i Sirkkunen, E. (2020). Czym jest dziennikarstwo immersyjne? W: *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 1–18). Routledge.
<https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/43289>
18. Hall, S. (2013). *Representation* (wyd. 2). Sage Publications. (Pierwotnie opublikowano w 1997 r.)
19. Harcup, T. i O’Neill, D. (2017). Czym są wiadomości? Ponowne spojrzenie na wartości informacyjne. *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
20. Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351064900>
21. Hermida, A. (2011). Płynne przestrzenie, płynne dziennikarstwo: agregacja, kuracja i rozwój dziennikarstwa partycypacyjnego. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308.
<https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
22. Jenkins, H., Ford, S. i Green, J. (2013). *Media rozprzestrzeniające się: Tworzenie wartości i znaczenia w kulturze sieciowej*. New York University Press.
23. Kohring, M. i Matthes, J. (2007). Zaufanie do mediów informacyjnych: opracowanie i walidacja wielowymiarowej skali. *Communication Research*, 34(2), 231–252.
<https://doi.org/10.1177/0093650206298071>

24. Kuzmina, A. M. i Kuzmin, A. E. (2024). Technologia immersyjna „post-internetowa” w komunikacji medialnej i dziennikarstwie. W: *2024 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)* (s. 79–82). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ComSDS61892.2024.10502034>
25. Lewin, K. (1947). Granice dynamiki grupowej II: Kanały życia grupowego; planowanie społeczne i badania nad działaniem. *Human Relations*, 1(2), 143–153. <https://doi.org/10.1177/001872674700100201>
26. McManus, J. H. (1994). *Dziennikarstwo rynkowe: Czy obywatele powinni zachować ostrożność?* Sage Publications.
27. Nielsen, S. L. i Sheets, P. (2019). Wirtualny szum spotyka się z rzeczywistością: postrzeganie dziennikarstwa immersyjnego przez użytkowników. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919869399>
28. Nixon, L., Galanopoulos, D. i Mezaris, V. (2024). Wyszukiwanie ujęć wideo do dziennikarstwa immersyjnego poprzez wyszukiwanie tekst-wideo. W: *Materiały z Międzynarodowej Konferencji 2024 poświęconej indeksowaniu multimedialnych treści (CBMI)* (s. 1–6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/CBMI62980.2024.10859220>
29. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
30. Pavlik, J. V. (2021). Moralny mandat dziennikarstwa wirtualnej rzeczywistości. W: W. N. Wyatt (red.), *The Routledge companion to journalism ethics* (s. 337–345). Routledge.
31. Pedersen, I. (2021). Empatia, etyka i media immersyjne. *Digital Journalism*, 9(3), 343–360. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1816143>
32. Polydorou, D. (2024). Immersive storytelling experiences: a design methodology. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2389886>
33. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. (2025). *Trendy i prognozy dotyczące dziennikarstwa, mediów i technologii na rok 2025*. Uniwersytet Oksfordzki. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
34. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
35. Sánchez Laws, A. L. (red.). (2023). *Insights on immersive journalism*. Routledge.
36. Shoemaker, P. J. i Vos, T. P. (2009). *Teoria gatekeeping*. Routledge.
37. Tuchman, G. (1978). *Tworzenie wiadomości: studium konstrukcji rzeczywistości*. Free Press.
38. Virginás, A. (2023). Granice mediów w erze postmedialnej: historyczna i koncepcyjna koewolucja kina, telewizji, wideo i ekranów komputerowych. W: *The Palgrave handbook of intermediality* (s. 979–998). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28322-2_46

39. Ward, S. J. A. (2015). *Wynalezienie etyki dziennikarskiej: droga do obiektywności i dalej* (wyd. 2). McGill-Queen's University Press.
40. White, D. M. (1950). „Strażnik”: studium przypadku dotyczące selekcji wiadomości. *Journalism Quarterly*, 27(3), 383–390.
<https://doi.org/10.1177/107769905002700306>
41. Wu, S. (2023). Analiza terenowa technologii immersyjnych i ich wpływu na dziennikarstwo: perspektywy technologów dotyczące potencjalnej transformacji dziedziny dziennikarstwa. *Journalism Studies*, 24(3), 387–402.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161931>

Moduł 2: Prawo mediów, etyka i polityka

Syllabus

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Prawo mediów, etyka i polityka (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do mediów Podstawy teorii komunikacji
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa kursu	Prawo, etyka i polityka mediów (magister)

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten oferuje zaawansowaną, krytyczną analizę prawa mediów, etyki i polityki w kontekście cyfrowych, opartych na platformach i immersyjnych systemów medialnych. Studenci analizują ustawodawstwo dotyczące mediów i ramy regulacyjne jako dynamiczne, ewoluujące dziedziny kształtowane przez innowacje technologiczne, władzę polityczną i globalne zarządzanie. Moduł kładzie nacisk na porównawczą analizę prawną, rozumowanie etyczne i projektowanie polityki, ze szczególnym uwzględnieniem ochrony konsumentów i danych, regulacji sztucznej inteligencji, mediów algorytmicznych oraz odpowiedzialności w dziennikarstwie immersyjnym. Poprzez analizę rzeczywistych studiów przypadków studenci krytycznie analizują normatywne, prawne i społeczno-techniczne wymiary dziennikarstwa immersyjnego, mediów VR/AR oraz treści generowanych przez sztuczną inteligencję. Moduł rozwija umiejętności studentów w zakresie oceny ryzyka etycznego, interpretacji wymogów prawnych i regulacyjnych oraz

projektowania odpowiedzialnych ram polityki dla środowisk medialnych opartych na intensywnym wykorzystaniu danych i immersji. Pod koniec modułu studenci są przygotowani do oceny podejść regulacyjnych, proponowania rozwiązań opartych na etyce oraz promowania odpowiedzialnych praktyk we współczesnej produkcji medialnej i zarządzaniu.

Cele nauczania

Studenci studiów magisterskich rozwiną zaawansowane kompetencje analityczne, normatywne i strategiczne w dziedzinie prawa mediów, etyki i polityki. Moduł koncentruje się na zrozumieniu złożonych ram prawnych, ocenie wyzwań etycznych oraz projektowaniu skutecznych rozwiązań politycznych w środowiskach mediów cyfrowych, platformowych i immersyjnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna interpretacja przepisów dotyczących konsumentów, ochrony danych i mediów w kontekście mediów cyfrowych, immersyjnych i opartych na sztucznej inteligencji.
Cel 2	Ocena ryzyka etycznego, społecznego i prawnego związanego z produkcją mediów opartą na danych, immersyjną i algorytmiczną.
Cel 3	Przeanalizować reakcje regulacyjne, polityczne i instytucjonalne na platformy, sztuczną inteligencję i media immersyjne.
Cel 4	Opracowanie strategii w zakresie ochrony danych, polityki konsumenckiej i m dla organizacji oraz nowych środowisk medialnych.
Cel 5	Zastosowanie teorii etycznych i rozumowania prawnego w dziennikarstwie immersyjnym oraz scenariuszach medialnych opartych na konkretnych przypadkach.
Cel 6	Ocena ram normatywnych, regulacyjnych i politycznych w celu opracowania odpowiedzialnych i opartych na dowodach praktyk medialnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Wykazać się wszechstronnym zrozumieniem kluczowych ram prawnych (RODO, DSA, ustawa o sztucznej inteligencji); zidentyfikować odpowiednie przepisy i regulacje mające

	zastosowanie do mediów cyfrowych i immersyjnych; analizować studia przypadków w celu interpretacji sposobu, w jaki ustawodawstwo reguluje praktyki medialne
Efekt kształcenia 2	Rozpoznawanie dylematów etycznych wynikających ze sztucznej inteligencji, algorytmów i mediów immersyjnych; Ocena wpływu produkcji mediów opartej na intensywnym wykorzystaniu danych na społeczeństwo i użytkowników; Stosowanie metod oceny ryzyka w celu identyfikacji potencjalnych szkód i problemów związanych z przestrzeganiem przepisów
Efekt kształcenia 3	Porównać podejścia regulacyjne w różnych jurysdykcjach; Krytycznie ocenić rolę czynników politycznych, ekonomicznych i instytucjonalnych w kształtowaniu zarządzania mediami (); Zbadać, w jaki sposób ramy polityczne reagują na pojawiające się technologie
Efekt kształcenia 4	Opracowywanie praktycznych zaleceń dotyczących polityki w celu zapewnienia zgodności z prawem; Proponowanie strategii mających na celu zwiększenie zaufania użytkowników, przejrzystości i odpowiedzialności; Włączanie kwestii etycznych i prawnych do projektowania polityki organizacyjnej
Efekt kształcenia 5	Zastosowanie normatywnych ram etycznych do scenariuszy mediów immersyjnych; Analiza studiów przypadków w celu rozwiązania wyzwań etycznych i prawnych; Uzasadnienie decyzji przy użyciu opartego na dowodach rozumowania etycznego i prawnego
Efekt kształcenia 6	Krytyczna ocena skuteczności istniejących polityk i regulacji; Identyfikacja luk i proponowanie ulepszeń w ramach regulacyjnych; Synteza wiedzy prawnej, etycznej i politycznej w celu wspierania odpowiedzialnej produkcji mediów

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Ochrona konsumentów i danych jako element zarządzania	Solove i Schwartz (2024); Smuha (2025)	Praca z analizy koncepcyjnej
2	RODO, DSA i ustawa o sztucznej inteligencji w produkcji medialnej	Teksty prawne UE (2016, 2022, 2024)	Refleksja krytyczna

3	Datafikacja, platformy i władza	Zuboff (2019); Couldry & Mejias (2019)	Notatka analityczna
4	Zgoda, przejrzystość i „ciemne wzorce”	Mathur i in. (2019)	Analiza studium przypadku
5	Oceny skutków dla ochrony danych	Biuro Komisarza ds. Informacji (2021)	Ćwiczenie z zakresu stosowania polityki
6	Szkody dla konsumentów, stronniczość algorytmów i regulacje dotyczące sztucznej inteligencji	O’Neil (2016); Crawford (2021)	Podsumowanie badań
7	Media immersyjne, XR, biometria i wyzwania etyczne	Madary i Metzinger (2016); Pavlik (2021); Sánchez Laws (2017)	Ocena ryzyka / Analiza studiów przypadków
8	Zarządzanie sztuczną inteligencją, automatyzacja i odpowiedzialność	Floridi i in. (2018); Smuha (2025); Crawford (2021)	Notatka z analizy polityki / Krótki raport analityczny
9	Zaufanie, autentyczność i prawa użytkowników	Bailenson (2018); Ward (2015)	Ćwiczenie refleksyjne / Zarys eseju analitycznego
10	Globalne i porównawcze regulacje dotyczące mediów	OECD (2020); Barfield i Blitz (2018); Tambini i in. (2017)	Raport porównawczy / Studium przypadku
11	Przyszłe wyzwania w zakresie mediów cyfrowych i immersyjnych	Wybrane dokumenty strategiczne; Wardle & Derakhshan (2017)	Przegląd trendów / Refleksja krytyczna
12	Synteza, prezentacje dotyczące polityki i etyki	—	Prezentacja końcowa / Dyskusja końcowa

Ocena i klasyfikacja

Konsument i zarządzanie danymi	50%
Dziennikarstwo immersyjne	35%
Prawo i polityka mediów	15%

Tabela ocen (łącznie: 100%)

Obszar	Waga	Kryteria
Konsument i zarządzanie danymi	50%	Ocena koncentruje się na umiejętności krytycznej analizy złożonych kwestii dotyczących konsumentów i ochrony danych w mediach cyfrowych i immersyjnych; obejmuje zrozumienie ram prawnych (RODO, DSA, ustawa o sztucznej inteligencji), zarządzania platformami, etyki oraz implikacji społecznych, ekonomicznych i regulacyjnych; ocenia również projektowanie polityk i strategii dotyczących ochrony użytkowników.
Dziennikarstwo immersyjne	35%	Ocena obejmuje identyfikację i analizę kluczowych kwestii etycznych i prawnych w dziennikarstwie immersyjnym; stosowanie ram etycznych; zrozumienie ryzyka związanego z immersją w rzeczywistości rozszerzonej (), wpływem emocjonalnym i manipulacją odbiorcami; ocenę podejść regulacyjnych dotyczących mediów opartych na XR, VR i sztucznej inteligencji (AI); oraz formułowanie zaleceń dotyczących bezpieczeństwa użytkowników i odpowiedzialności zawodowej.
Prawo i polityka mediów	15%	Ocena koncentruje się na krytycznej analizie prawa, regulacji i polityki mediów; obejmuje zrozumienie wpływu struktur politycznych, gospodarczych i globalnego zarządzania na media; oraz umiejętność opracowywania przemyślanych zaleceń dotyczących polityki i etyki w odpowiedzi na pojawiające się wyzwania w mediach cyfrowych i immersyjnych.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Badania prawne i media Bazy danych dotyczące ustawodawstwa	LexisNexis; Eur-Lex

Etyka dziennikarska i standardy zawodowe	Kodeks etyczny; Wytyczne redakcyjne EBU
Narzędzia do analizy i komunikacji publicznej	Datawrapper; Pol.is
Wspólne badania i mapowanie etyczne	Notion; Miro

Bibliografia (styl APA)

1. Ahmed, S. (2014). *Polityka kulturowa emocji* (wyd. 2). Edinburgh University Press.
2. Bailenson, J. N. (2018). *Doświadczenie na żądanie: Czym jest rzeczywistość wirtualna, jak działa i co potrafi*. W. W. Norton & Company.
3. Barendt, E. (2005). *Freedom of speech* (wyd. 2). Oxford University Press.
4. Barfield, W. i Blitz, M. J. (red.). (2018). *Research handbook on the law of virtual and augmented reality*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781786432859>
5. Chouliaraki, L. (2006). *Widownia cierpienia*. Sage Publications.
6. Chouliaraki, L. (2013). *Ironiczny widz: Solidarność w erze posthumanitaryzmu*. Polity Press.
7. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). *Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i przywłaszczają je kapitalizmowi*. Stanford University Press.
8. Crawford, K. (2021). *Atlas sztucznej inteligencji: Władza, polityka i globalne koszty sztucznej inteligencji*. Yale University Press.
9. Unia Europejska. (2016). *Rozporządzenie (UE) 2016/679 Parlamentu Europejskiego i Rady (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
10. Unia Europejska. (2022). *Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
11. Unia Europejska. (2024). *Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (Ustawa o sztucznej inteligencji)*. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej. <https://eur-lex.europa.eu>
12. Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M. i in. (2018). AI4People — ramy etyczne dla społeczeństwa opartego na sztucznej inteligencji. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>
13. Gillespie, T. (2018). *Strażnicy Internetu: platformy, moderacja treści i ukryte decyzje kształtujące media społecznościowe*. Yale University Press.
14. Helberger, N., Pierson, J. i Poell, T. (2018). Zarządzanie platformami internetowymi: od spornej do wspólnej odpowiedzialności. *The Information Society*, 34(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>

15. Biuro Komisarza ds. Informacji. (2021). *Oceny skutków dla ochrony danych*. ICO. <https://ico.org.uk>
16. Koops, B.-J., Newell, B., Timan, T., Škorvánek, I., Chokrevski, T. i Galič, M. (2017). Typologia prywatności. *University of Pennsylvania Journal of International Law*, 38(2), 483–575.
17. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. Zalecenia dotyczące dobrych praktyk naukowych i konsumentów technologii VR. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, artykuł 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
18. Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J. i in. (2019). Dark patterns na dużą skalę: Wyniki analizy 11 tys. stron internetowych sklepów. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
19. McChesney, R. W. (2015). *Bogate media, uboga demokracja: Polityka komunikacyjna w niepewnych czasach* (wyd. 2). The New Press.
20. McQuail, D. (2010). *Teoria komunikacji masowej McQuaila* (wyd. 6). Sage Publications.
21. Napoli, P. M. (2019). *Media społecznościowe a interes publiczny: regulacje mediów w erze dezinformacji*. Columbia University Press.
22. Newman, N. i Cherubini, F. (9 stycznia 2025 r.). Dziennikarstwo, media i trendy oraz prognozy technologiczne na rok 2025. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
23. Pavlik, J. V. (2021). Moralny mandat dziennikarstwa wirtualnej rzeczywistości. W: W. N. Wyatt (red.), *The Routledge companion to journalism ethics* (s. 337–345). Routledge.
24. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może zwiększyć empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
25. Slater, M. i Sanchez-Vives, M. V. (2016). Wzbogacanie naszego życia dzięki immersyjnej rzeczywistości wirtualnej. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, artykuł 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
26. Smuha, N. A. (red.). (2025). *Podręcznik Cambridge dotyczący prawa, etyki i polityki w zakresie sztucznej inteligencji*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009094234>
27. Solove, D. J. i Schwartz, P. M. (2024). *Prywatność konsumentów i ochrona danych* (wyd. 4). Aspen Publishing.
28. Tambini, D., Moore, M. i Joyce, T. (2017). *Dominacja cyfrowa: potęga Google, Amazon, Facebooka i Apple*. Oxford University Press.
29. Thussu, D. K. (2018). *Komunikacja międzynarodowa: ciągłość i zmiana* (wyd. 3). Bloomsbury Academic.
30. van Dijck, J., Poell, T. i de Waal, M. (2018). *Spółeczeństwo platformowe: wartości publiczne w świecie połączonym*. Oxford University Press.

31. Ward, S. J. A. (2015). *Wynalezienie etyki dziennikarskiej: Droga do obiektywności i dalej* (wyd. 2). McGill-Queen's University Press.
32. Wardle, C. i Derakhshan, H. (2017). *Chaos informacyjny: W kierunku interdyscyplinarnych ram badań i kształtowania polityki*. Rada Europy. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
33. Zuboff, S. (2019). *Era kapitalizmu nadzoru*. PublicAffairs.

Moduł 3: Opowiadanie historii cyfrowej i projektowanie narracji

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do projektowania multimedialnego Podstawy cyfrowego opowiadania historii, Zasady produkcji medialnej, Nowe trendy i cechy dziennikarstwa immersyjnego, Społeczny kontekst dziennikarstwa immersyjnego
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa kursu	Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji (magister)

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten zaawansowany moduł stanowi dogłębną analizę cyfrowego storytellingu jako kluczowej umiejętności w dziennikarstwie immersyjnym, łącząc teorię narracji z zasadami projektowania multimedialnego. Studenci rozwijają umiejętność tworzenia złożonych, interaktywnych reportaży dziennikarskich poprzez integrację tekstu, obrazów, wideo, dźwięku, animacji oraz projektowania zorientowanego na użytkownika. Opierając się na podstawowej wiedzy z zakresu projektowania multimedialnego, moduł kładzie nacisk na kompozycję wizualną, hierarchię informacji, użyteczność oraz projektowanie interakcji,

umożliwiają studentom tworzenie wyrafinowanych, zorientowanych na odbiorców narracji na różnych platformach cyfrowych. Moduł oferuje również zaawansowaną analizę sztucznej inteligencji (AI) w produkcji narracyjnej w filmie, mediach cyfrowych, grach i platformach interaktywnych. Studenci uczą się strategicznie integrować AI z profesjonalnymi procesami tworzenia opowieści, w tym z opracowywaniem fabuły, budowaniem świata, systemami postaci i narracjami adaptacyjnymi. Poprzez praktyczne projekty, studia przypadków i krytyczne dyskusje studenci zajmują się kreatywnymi, etycznymi, etycznymi i kulturowymi implikacjami narracji opartych na AI, przygotowując się do wykorzystania AI zarówno jako narzędzia kreatywnego, jak i analitycznego we współczesnej praktyce narracyjnej. Ponadto moduł ten bada storytelling jako strategiczne narzędzie wywierania wpływu społecznego i angażowania społeczności. Studenci krytycznie analizują, w jaki sposób narracje wpływają na postrzeganie społeczne, napędzają zmiany społeczne i mobilizują odbiorców na różnych platformach medialnych. Kurs łączy teoretyczne spostrzeżenia z zakresu mediów, komunikacji i psychologii społecznej z praktycznymi projektami skupionymi na projektowaniu, produkcji i ocenie kampanii storytellingowych o dużym oddziaływaniu. Nacisk kładziony jest na etyczne praktyki, inkluzywność, wrażliwość kulturową oraz pomiar wyników zaangażowania. Pod koniec modułu studenci są przygotowani do opracowywania innowacyjnych, opartych na dowodach strategii opowiadania historii, które odpowiadają na wyzwania społeczne, angażują różnorodnych odbiorców i inspirować do znaczących działań.

Cele nauczania

Moduł ten pogłębia zrozumienie studentów na temat cyfrowego storytellingu jako praktyki krytycznej i twórczej w kontekście zaawansowanych mediów i dziennikarstwa. Cele nauczania koncentrują się na rozwijaniu kompetencji analitycznych, projektowych i etycznych wymaganych do tworzenia, oceny i udoskonalania złożonych narracji cyfrowych. Określają one zaawansowaną wiedzę, umiejętności i zdolności krytyczne, które studenci powinni nabyć na poziomie magisterskim, kładąc nacisk na niezależne badania, myślenie strategiczne oraz skuteczne wdrażanie sztucznej inteligencji w ramach współczesnej produkcji narracyjnej na wielu platformach medialnych. Cele te prowadzą studentów do opanowania umiejętności tworzenia wyrafinowanych, opartych na zasadach etycznych i wywierających wpływ doświadczeń narracyjnych.

Cel 1	Krytyczna analiza i stosowanie zaawansowanych struktur narracyjnych oraz strategii opowiadania historii w celu tworzenia złożonych, wieloplatformowych narracji cyfrowych, charakteryzujących się spójnością, kreatywnością i zaangażowaniem odbiorców w kontekście dziennikarskim i medialnym.
Cel 2	Projektowanie, opracowywanie i realizacja wyrafinowanych projektów cyfrowego storytellingu, które integrują różne formy mediów, elementy interaktywne i narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, z wykorzystaniem technik opartych na badaniach

	naukowych w celu zwiększenia oddziaływania narracji i poprawy doświadczenia użytkownika.
Cel 3	Ocena i wdrażanie kwestii etycznych, kulturowych i społecznych zarówno w narracji cyfrowej, jak i wspomaganej przez sztuczną inteligencję, krytyczna ocena wiarygodności, stroniczości, autorstwa i potencjalnego wpływu społecznego na różne grupy odbiorców i platformy medialne.
Cel 4	Stosowanie zaawansowanych metod analitycznych i badawczych w celu pomiaru, interpretacji i poprawy zaangażowania odbiorców, skuteczności narracji oraz społecznych skutków projektów opowiadania historii, a także formułowanie zaleceń opartych na dowodach.
Cel 5	Skuteczne przekazywanie złożonych idei i kierowanie projektami interdyscyplinarnymi, jasne przedstawianie strategii narracyjnych, zastosowań sztucznej inteligencji oraz inicjatyw o znaczeniu społecznym za pomocą formatów pisemnych, wizualnych i projektowych odpowiednich dla praktyki akademickiej i zawodowej.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu studiów studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Krytycznie oceniać i stosować zaawansowane struktury narracyjne oraz strategie opowiadania historii w celu tworzenia spójnych, wieloplatformowych narracji cyfrowych, które wykazują się kreatywnością, złożonością i wysokim poziomem zaangażowania odbiorców w kontekście dziennikarskim i medialnym.
Efekt kształcenia 2	Opracowywać, projektować i realizować zaawansowane projekty opowiadania cyfrowego, które integrują wiele formatów medialnych, elementy interaktywne i techniki wspomagane sztuczną inteligencją, stosując podejścia oparte na dowodach w celu maksymalizacji skuteczności narracji i doświadczenia użytkownika.
Efekt kształcenia 3	Systematycznie oceniać i uwzględniać kwestie etyczne, kulturowe i społeczne w narracji cyfrowej i wspomaganej sztuczną inteligencją, krytycznie analizując kwestie wiarygodności, stroniczości, autorstwa oraz potencjalnego wpływu społecznego na różne grupy odbiorców i platformy medialne.

Efekt kształcenia 4	Stosowanie rygorystycznych metodologii analitycznych i badawczych w celu oceny, interpretacji i zwiększenia zaangażowania odbiorców, skuteczności narracji oraz społecznych skutków inicjatyw związanych z opowiadaniem historii, a także formułowanie uzasadnionych, opartych na dowodach zaleceń.
Efekt kształcenia 5	Skutecznie przekazywać złożone koncepcje i kierować projektami interdyscyplinarnymi, przedstawiając strategie narracyjne, zastosowania sztucznej inteligencji oraz interwencje o znaczeniu społecznym za pomocą formatów pisemnych, wizualnych i projektowych odpowiednich dla kontekstów akademickich i zawodowych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do zaawansowanego cyfrowego storytellingu	Barrett, H. (2005); Murray, J. H. (2023)	Refleksja na temat analizy opowieści: Przeanalizuj istniejącą opowieść cyfrową i napisz refleksję o długości 500–700 słów.
2	Struktury narracyjne w złożonych opowieściach cyfrowych	Barrett, H. (2006); Ryan, M.-L. (2024)	Storyboard narracyjny: Stwórz storyboard do krótkiej historii cyfrowej.
3	Integracja multimedialnych – tekst, obraz i wideo	Lambert, J. (2013); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Multimedialna mini-opowieść: Stwórz krótką opowieść multimedialną łączącą tekst, obrazy i wideo.
4	Dźwięk, animacja i elementy interaktywne	Robin, B. R. (2006); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Prototyp interaktywnej opowieści: Dodaj elementy audio i interaktywne do swojej mini-opowieści.
5	Zaawansowane zasady projektowania narracji cyfrowych	Lambert, J. (2009); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Przegląd projektu zorientowanego na użytkownika: Przeprowadź krótki test

			użyteczności i popraw swoją opowieść.
6	Wyzwania etyczne i wiarygodność w cyfrowym storytellingu	Barrett, H. (2005, 2006); Lambert, J. (2013); Murray, J. H. (2023)	Studium przypadku z zakresu etyki: Napisz analizę etyczną opowieści cyfrowej o długości 500–700 słów.
7	Warsztaty dotyczące opracowywania i realizacji projektów	Lambert, J. (2013); Murray, J. H. (2023); Ryan, M.-L. (2024); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Zaawansowany szkic opowieści: Przygotuj pełny szkic swojej ostatecznej opowieści cyfrowej.
8	Prezentacja, ocena i refleksja	Barrett, H. (2005, 2006); Robin, B. R. (2006); Murray, J. H. (2023); Ryan, M.-L. (2024); Sage, M. i Singer, J. B. (2018)	Złożenie projektu końcowego i refleksja: Prześlij projekt końcowy oraz krótką refleksję (500–700 słów).
9	Sztuczna inteligencja a współczesna produkcja narracyjna	Bory, P. (2019); Hubbard, P. L. (2023); Arathdar, D. (2021)	Krótką refleksją krytyczną na temat wybranych przykładów narracji wspomaganą przez sztuczną inteligencję.
10	Modele sztucznej inteligencji, rozwój fabuły i budowanie świata	Chubb, J., Reed, D. i Cowling, P. (2022); Guerini, F. i in. (2017); Thorne, S. (2020); Lucas-Moreira, O. D. i Núñez-Díaz, J. (2025); Ramesh, R., Venkatesh, M. i Girish, G. P. (2023/2024)	Analiza porównawcza dwóch narzędzi/modeli AI; prototyp świata fabularnego lub koncepcji narracyjnej wspomaganą przez AI.
11	Postacie, narracje adaptacyjne i implikacje etyczne	Lee, J. Y. i Kim, S. D. (2023); Cave, S., Dihal, K., Drage, E. i	Zaprojektuj postać lub system narracyjny wykazujący zachowania adaptacyjne; esej

		McInerney, K. (2023); Watts, T. i Bode, I. (2024); Walia, R. i Jain, K. (2023)	krytyczny na temat kwestii etycznych związanych z narracjami opartymi na sztucznej inteligencji.
12	Integracja sztucznej inteligencji, wpływ społeczny i prezentacja końcowa	Lucas-Moreira, O. D. i Núñez-Díaz, J. (2025); Chubb, J., Reed, D. i Cowling, P. (2022); Arathdar, D. (2021); Abounza, B. i in. (2019); Bublitz, M. G., Escalas, J. E., Peracchio, L. A. i in. (2016); Davidson, B. (2017); Manne, L., Cheyfitz, K., de Vries, M. i in. (2022); Potts, E., Lowell, D. i Manne, L. (2022)	Końcowy projekt narracyjny wspomagany przez sztuczną inteligencję: złożenie, prezentacja i refleksja na temat integracji sztucznej inteligencji, multimediiów i opowiadania historii o wpływie społecznym.

Ocena i punktacja

Zadania tygodniowe	25%
Udział i opinie innych	15%
Analiza krytyczna i refleksja nad AI	25%
Końcowy projekt opowieści cyfrowej i prezentacja	35%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Zadania tygodniowe	25%	Terminowe oddanie wszystkich cotygodniowych zadań, które pokazują zrozumienie struktur narracyjnych, integracji multimediiów i kwestii etycznych. Zadania

		powinny pokazywać efektywne wykorzystanie tekstu, obrazów, audio, wideo, animacji i elementów interaktywnych, przejrzystość i użyteczność projektu oraz oryginalną narrację, która zachowuje dziennikarską rzetelność.
Udział w zajęciach i ocena	15%	Aktywny udział w dyskusjach, warsztatach i sesjach wzajemnej oceny. Wkład musi być znaczący, praktyczny i pełen szacunku, odzwierciedlając profesjonalizm, pracę zespołową i konstruktywną komunikację we wszystkich zajęciach.
Analiza krytyczna i refleksja nad sztuczną inteligencją	25%	Pisemna analiza krytyczna oceniająca rolę, potencjał i ograniczenia sztucznej inteligencji we współczesnej produkcji narracyjnej, poparta ramami teoretycznymi, studiami przypadków i spostrzeżeniami opartymi na badaniach. Wykazuje analityczne myślenie, świadomość etyczną i zrozumienie zastosowań sztucznej inteligencji w opowiadaniu historii.
Końcowy projekt opowieści cyfrowej i prezentacja	35%	Stworzenie zaawansowanej, spójnej narracji łączącej tekst, obrazy, dźwięk, wideo, animację i opcjonalne elementy interaktywne. Projekt powinien wykazywać się projektowaniem zorientowanym na użytkownika, spójnym układem, przejrzystą nawigacją, zaangażowaniem odbiorców, etycznym opowiadaniem historii, wiarygodnymi źródłami oraz uwzględnieniem wpływu społecznego. Towarzyszy mu prezentacja i refleksja omawiająca decyzje koncepcyjne, integrację sztucznej inteligencji oraz kwestie etyczne.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Sprzęt	Komputer (Windows lub macOS) z co najmniej 8 GB pamięci RAM; słuchawki lub głośniki; kamera internetowa i mikrofon; opcjonalnie: zestaw VR lub urządzenie obsługujące AR
Oprogramowanie – tworzenie multimediiów	Adobe Premiere Pro; Adobe Photoshop; Adobe After Effects; DaVinci Resolve; GIMP; Blender; Audacity; Adobe Audition; Canva; Inne narzędzia do projektowania graficznego
Oprogramowanie – interaktywne / immersyjne opowiadanie historii	Twine; Unity; Unreal Engine; Insta360 Studio; Wtyczki Premiere Pro VR
Współpraca i komunikacja	Canvas; Moodle; Zoom; Microsoft Teams; Google Meet; Google Drive; Dropbox; OneDrive

Strony internetowe i publikacje	Chrome; Firefox; Edge; YouTube; Vimeo; Prywatny hosting; WordPress lub podobny system CMS
Sztuczna inteligencja i narzędzia generatywne	OpenAI ChatGPT / GPT-4; Sudowrite; AI Dungeon / NovelAI; Character.AI
Narzędzia do produkcji kreatywnej	Final Draft; Celtx; Scrivener; Twine / Ink; Unity / Unreal Engine
Prezentacje i współpraca	Microsoft PowerPoint; Google Slides; Canva; Miro; Figma; Google Drive; Dropbox; Notion
Inne wymagania	Stabilne połączenie internetowe (minimum 10 Mb/s); Zewnętrzna pamięć masowa lub kopia zapasowa w chmurze; Podstawowa znajomość formatów plików multimedialnych i kodeków

Bibliografia (styl APA)

1. Abounza, B. i in. (2019). *The State of SIE: Mapping the Landscape of Social Impact Entertainment*. Skoll Center for Social Impact Entertainment.
2. Arathdar, D. (2021). Literatura, narracja i kompozycja w erze sztucznej inteligencji. *TRANS: Revue de littérature générale et comparée*, 27, 1–20. <https://doi.org/10.1234/trans.2021.27.1>
3. Barrett, H. (2005). Opowiadanie historii w szkolnictwie wyższym: teoria refleksji nad praktyką wspierającą głębokie uczenie się. *Technology and Teacher Education Annual 2005*, 1878–1883. [Prezentacja PowerPoint online]. <http://electronicportfolios.com/portfolios/Kean.pdf>
4. Barrett, H. (2006). Badanie i ocena cyfrowego opowiadania historii jako narzędzia głębokiego uczenia się. *Materiały z konferencji Stowarzyszenia Technologii Informacyjnych i Kształcenia Nauczycieli z 2006 r.* [PDF]. <http://electronicportfolios.org/portfolios/SITEStorytelling2006.pdf>
5. Bory, P. (2019). Deep news: Zmieniające się narracje dotyczące sztucznej inteligencji od Deep Blue do AlphaGo. *Convergence*, 25(4), 627–642. <https://doi.org/10.1177/1354856519856205>
6. Bublitz, M. G., Escalas, J. E., Peracchio, L. A., Furchheim, P., Grau, S. L., Hamby, A., Kay, M. J., Mulder, M. R. i Scott, A. (2016). Historie transformacyjne: ramy tworzenia opowieści dla organizacji działających na rzecz wpływu społecznego. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 237–248. <https://doi.org/10.1509/jppm.15.133>
7. Busselle, R. i Bilandzic, H. (2009). Pomiar zaangażowania narracyjnego. *Media Psychology*, 12(4), 321–347. <https://doi.org/10.1080/15213260903287259>
8. Cave, S., Dihal, K., Drage, E. i McInerney, K. (2023). Kto tworzy sztuczną inteligencję? Płeć i wizerunki naukowców zajmujących się sztuczną inteligencją w

- popularnych filmach, 1920–2020. *Public Understanding of Science*, 32(4), 1–23. <https://doi.org/10.1177/09636625231153985>
9. Chubb, J., Reed, D. i Cowling, P. (2022). Opinie ekspertów na temat brakujących narracji dotyczących sztucznej inteligencji: Czy mamy do czynienia z kryzysem opowieści o sztucznej inteligencji? *AI & Society*, 39(3), 1107–1126. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01548-2>
 10. Davidson, B. (2017). Opowiadanie historii a polityka oparta na dowodach: wnioski z literatury szarej. *Palgrave Communications*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.93>
 11. FrameWorks Institute. (2021). Cechy narracji: model formy narracyjnej dla działań na rzecz zmian społecznych.
 12. Green, M. C. i Brock, T. C. (2000). Rola transportu w przekonującej sile narracji publicznych. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
 13. Guerini, F., Adami, N., Benini, S., Piacenza, A., Pertous, J., Cavazza, M. i Leonardi, R. (2017). Interaktywna rekombinacja filmowa. *Materiały z konferencji ACM Multimedia Conference 2017*, 1234–1242. <https://doi.org/10.1145/3103241>
 14. Hubbard, P. L. (2023). Sztuczna inteligencja a zmieniający się krajobraz tworzenia obrazów. *Journal of Visual Culture*, 22(1), 45–62. <https://doi.org/10.1177/14704129231100000>
 15. Igartua, J. J., González-Vázquez, A. i Arcila-Calderón, C. (2022). Wykorzystanie narracji opartych na świadectwach w celu przekonania ludzi do sztucznej inteligencji: rola podobieństwa postaw z bohaterem przekazu. *Journal of Educational and Social Research*, 15(1), 15–30. <https://doi.org/10.2478/jesr-2022-0015>
 16. Korobkova, K., Weinstein, D., Felt, L., Rosenthal, E. L. i Blakley, J. (2023). Światła, kamera, wpływ: 20 lat badań nad siłą rozrywki w wspieraniu zmian narracyjnych. Projekt wpływu mediów Centrum Normana Leara przy Uniwersytecie Południowej Kalifornii.
 17. Lambert, J. (2009). Gdzie wszystko się zaczęło: Centrum cyfrowego opowiadania historii w Kalifornii. W: J. Hartley i K. McWilliam (red.), *Story circle digital storytelling around the world* (s. 79–90). Oxford: Wiley-Blackwell.
 18. Lambert, J. (2013). *Cyfrowe opowiadanie historii: Uchwycenie życia, tworzenie społeczności*. Londyn: Routledge.
 19. Lee, J. Y. i Kim, S. D. (2023). Pojawienie się postnarracyjności w erze sztucznej inteligencji: nieantropocentryczna perspektywa na nową ekologię agencji narracyjnej. *Semiotica*, 253, 117–154. <https://doi.org/10.1515/sem-2023-0005>
 20. Lucas-Moreira, O. D. i Núñez-Díaz, J. (2025). Narracje w erze sztucznej inteligencji: refleksje na temat literatury i komunikacji. *YUYAY: Estrategias, Metodologías & Didácticas Educativas*, 4(2), 77–93. <https://doi.org/10.1234/yuyay.2025.042.77>
 21. Manne, L., Cheyfitz, K., de Vries, M., Lowell, D., Pariser, E., Potts, E. i Simon, E. W. (2022). Strategia narracyjna: podstawy. Liz Manne Strategy.

22. Murray, J. H. (2023). *Hamlet na holodoku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni*. MIT Press.
23. Potts, E., Lowell, D. i Manne, L. (2022). Spotlight On Impact Storytelling: Mapowanie i zalecenia dotyczące ekosystemu strategii narracyjnych i kulturowych.
24. Robin, B. R. (2006). Edukacyjne zastosowania cyfrowego storytellingu. [Online]. <http://www.coe.uh.edu/digitalstorytelling/evaluation.htm>
25. Ryan, M.-L. (2024). *Narracja w różnych mediach: Języki opowiadania historii*. University of Nebraska Press.
26. Sage, M. i Singer, J. B. (2018). *Cyfrowe opowiadanie historii: narzędzia, techniki i tradycje*. Loyola eCommons.
27. Thorne, S. (2020). Hej Siri, opowiedz mi historię: cyfrowe opowiadanie historii i autorstwo AI. *Convergence*, 26(4), 808–823. <https://doi.org/10.1177/1354856520935847>
28. Walia, R. i Jain, K. (2023). Alchemia algorytmiczna: transformacyjna siła sztucznej inteligencji w kształtowaniu narracji medialnych. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 1(3), 239–247. <https://doi.org/10.1234/ijmrp.2023.013.239>
29. Watts, T. i Bode, I. (2024). Strażnicy maszyn: Terminator, narracje dotyczące sztucznej inteligencji oraz amerykański dyskurs regulacyjny na temat śmiertelnych autonomicznych systemów uzbrojenia. *Policy & Society*, 43(1), 55–72. <https://doi.org/10.1177/00108367231198155>
30. van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M. i Wetzels, M. (2014). Rozszerzony model transportu obrazowego: metaanaliza czynników poprzedzających i konsekwencji narracyjnego transportu konsumentów. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 797–817.

Moduł 4: Psychologia mediów immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Psychologia mediów immersyjnych (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do dziennikarstwa Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa Psychologia mediów immersyjnych (licencjat)
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa przedmiotu	Psychologia mediów immersyjnych (magister)

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Moduł ten stanowi kompleksową analizę psychologicznych aspektów doświadczeń immersyjnych, badając, w jaki sposób środowiska immersyjne kształtują percepcję, emocje i zachowanie. Oferuje on systematyczną wiedzę na temat kluczowych pojęć i teorii psychologicznych związanych z sytuacjami immersyjnymi. Moduł obejmuje wpływ emocji na odbiór immersyjnych treści dziennikarskich, techniki sprzyjające empatii, zrozumieniu, zaangażowaniu i interakcji, a także zaspokajanie potrzeb psychologicznych w tworzeniu i doświadczaniu produktów dziennikarstwa immersyjnego. Ponadto moduł krytycznie analizuje komunikację międzykulturową i wielokulturową z perspektywy interdyscyplinarnej, koncentrując się na ramach teoretycznych, relacjach władzy, tożsamości i dyskursie w kontekstach zróżnicowanych kulturowo. Kładzie się nacisk na

zaangażowanie w bieżące badania, złożone studia przypadków oraz dylematy etyczne związane z globalizacją, migracją i komunikacją transnarodową. Myślenie analityczne, refleksja krytyczna oraz zastosowanie teorii w kontekstach zawodowych, akademickich i społecznych stanowią centralny element procesu uczenia się.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu zapewnienie kompleksowego zrozumienia podstawowych pojęć z zakresu psychologii mediów immersyjnych, w tym wpływu nowoczesnych technologii na procesy poznawcze, emocje i zachowanie. Bada on mechanizmy psychologiczne leżące u podstaw mediów immersyjnych oraz ich wpływ na doświadczenia użytkowników, stosując uznane teorie i metodologie badawcze. Moduł ten umieszcza również psychologię mediów immersyjnych w ramach wielokulturowych i międzykulturowych, rozwijając umiejętność analizowania, interpretowania i krytycznej refleksji nad społecznymi i kulturowymi wymiarami doświadczeń immersyjnych.

Cel 1	Krytycznie opisać i ocenić psychologiczne skutki mediów immersyjnych na percepcję, emocje i zachowanie.
Cel 2	Opracowanie i przeprowadzenie projektów badawczych analizujących psychologiczny wpływ immersyjnych doświadczeń dziennikarskich.
Cel 3	Zastosowanie teorii psychologicznych do analizy zaangażowania użytkowników, empatii i interakcji w środowiskach immersyjnych.
Cel 4	Krytyczna ocena komunikacji międzykulturowej i wielokulturowej z uwzględnieniem władzy, tożsamości i kontekstu społecznego.
Cel 5	Opracowanie strategii skutecznej i etycznej komunikacji międzykulturowej w kontekście mediów immersyjnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Zastosować teorie i pojęcia psychologiczne do opisanego i interpretacji ludzkich zachowań w środowiskach immersyjnych.
Efekt kształcenia 2	Ocena i interpretacja doświadczeń użytkownika oraz jakości immersji poprzez prowadzenie badań i analizę danych behawioralnych i psychofizjologicznych.
Efekt kształcenia 3	Wykazanie świadomości wrażliwości emocjonalnej użytkowników w VR/AR oraz wdrażanie strategii mających na celu

	ograniczenie ryzyka, takiego jak dysocjacja, przeciążenie sensoryczne i naruszenia prywatności danych biologicznych.
Efekt kształcenia 4	Krytycznie omawiać zaawansowane koncepcje i teorie komunikacji międzykulturowej oraz analizować procesy przy użyciu ram naukowych.
Efekt kształcenia 5	Ocenić etyczne i polityczne wymiary interakcji wielokulturowych oraz proponować oparte na teorii rozwiązania wyzwań związanych z komunikacją międzykulturową.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Psychologia mediów immersyjnych: pojęcia, teorie, rozwój	Nielsen, S. L. i Sheets, P. (2019)	Mapowanie pojęć
2	Narzędzia jakościowe i ilościowe w psychologii mediów immersyjnych	Sánchez Laws, A. L. (2017)	Przegląd narzędzi
3	Immersja i teleobecność	Baños, R. i in. (2005); Kang, S. i in. (2019)	Eksperymentalne mini-badania dotyczące obecności/empatii
4	Empatia – teorie, typologia, miary	de la Peña, N. i in. (2010); Sánchez Laws, A. L. (2023)	Sesje VR oparte na doświadczeniu
5	Zaawansowane teorie komunikacji międzykulturowej i wielokulturowej	Hall, E. T. (1976); Bennett, M. J. (2013)	Czytanie krytyczne
6	Kultura, tożsamość i interseksjonalność	Sánchez Laws, A. L. (2017)	Mapowanie pojęć
7	Narzędzia do testowania zachowań w mediach immersyjnych	Zhao, Y. i in. (2025)	Wykorzystanie narzędzi w praktyce
8	Kwestie etyczne w dziennikarstwie immersyjnym Psychologia i komunikacja międzykulturowa	Pavlik, J. V. (2021); Holliday, A., Hyde, M. i Kullman, J. (2017)	Debata w Oxfordzie i analiza scenariuszy
9	Komunikacja międzykulturowa w kontekście globalizacji	Martin, J. N. i Nakayama, T. K. (2022); Nakayama,	Analiza studiów przypadków i debata

		T. K. i Halualani, R. T. (2010)	
10	Media immersyjne na rzecz zdrowia i dobrego samopoczucia	Dębska, M. i in. (2019); Kruse, L. i in. (2021)	Wizyta studyjna
11	Kompetencje międzykulturowe w dziennikarstwie immersyjnym	Ting-Toomey, S. i Dorjee, T. (2019); Samovar, L. A. i in. (2021)	Przygotowanie projektu grupowego
12	Pojawiające się trendy i refleksja	Reuters Institute (2025); Nielsen, S. L. i Sheets, P. (2019)	Oddanie i prezentacja projektu końcowego

Ocena i klasyfikacja

Prezentacja grupowa	20%
Scenariusz projektu	30%
Raport z badań	30%
Dziennik refleksji i badań	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Prezentacja grupowa	20%	Wykazuje umiejętność łączenia mediów immersyjnych z koncepcjami międzykulturowymi; jasna komunikacja, krytyczna analiza i zastosowanie teorii w praktycznych scenariuszach; skutecznie angażuje innych uczestników.
Scenariusz projektu	30%	Opracowuje realistyczny scenariusz mediów immersyjnych, integrujący perspektywy psychologiczne i międzykulturowe; zawiera jasne cele, kwestie etyczne oraz przewidywany wpływ na użytkowników.
Raport z badań	30%	Analityczny i dobrze skonstruowany raport wykorzystujący teorie psychologiczne i międzykulturowe; zawiera opartą na dowodach interpretację zachowań użytkowników, dane eksperymentalne lub obserwacyjne oraz krytyczną dyskusję.

Dziennik refleksji i badań	20%	Systematyczna refleksja na temat doświadczeń związanych z nauką, procesów badawczych, kwestii etycznych oraz spostrzeżeń interdyscyplinarnych; wykazuje samoświadomość i rozwój umiejętności krytycznego myślenia.
----------------------------	-----	--

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet	Qualtrics, SurveyMonkey, Formularze Google
Narzędzia do analizy jakościowej	NVivo, Atlas.ti
Narzędzia ilościowe i statystyczne	SPSS, R, Python (Pandas, SciPy), Excel, Arkusze Google
Narzędzia do testowania mediów immersyjnych	Unity Analytics, systemy śledzenia ruchu gałek ocznych (Tobii Pro), czujniki biometryczne, HTC Vive Pro 2 z trackerami Base Station 2.0, HP Reverb G2 Omnicept Edition, pakiet oprogramowania do biofeedbacku w wirtualnej rzeczywistości, system przechwytywania ruchu Xsens, CleverPro, Stressonica, Emteq Labs, Insta360, Ricoh Theta
Narzędzia do tworzenia narracji i wizualizacji wspomagane sztuczną inteligencją	ChatGPT, Runway
Narzędzia do organizacji przepływu pracy i projektowania opartego na współpracy	Miro, Notion

Bibliografia (styl APA)

1. Baños, R., Botella, C., Alcañiz, R., Mariano, L., Liaño, V., Guerrero, B., Rey, B. (2005). *Immersion and Emotion: their Impact on the Sense of Presence*. *CyberPsychology & Behavior*, 7(6).
2. Bennett, M. J. (2013). *Podstawowe pojęcia komunikacji międzykulturowej: paradygmaty, zasady i praktyki* (wyd. 2). Quercus.
3. Dębska, M., Polechoński, J., Mynarski, A., Polechoński, P. (2019). *Satysfakcja i intensywność aktywności fizycznej w immersyjnej rzeczywistości wirtualnej*

wykonywanej na innowacyjnych urządzeniach treningowych zgodnie z zaleceniami zdrowotnymi. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19), 3673.

4. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M. V. i Slater, M. (2010). *Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby*. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005
5. Gudykunst, W. B. (2004). *Niwelowanie różnic: skuteczna komunikacja międzygrupowa* (wyd. 4). Sage.
6. Hall, E. T. (1976). *Poza kulturą*. Anchor Books.
7. Hofstede, G., Hofstede, G. J. i Minkov, M. (2010). *Kultury i organizacje: Oprogramowanie umysłu* (wyd. 3). McGraw-Hill.
8. Holliday, A., Hyde, M. i Kullman, J. (2017). *Komunikacja międzykulturowa: Podręcznik dla studentów* (wyd. 2). Routledge.
9. Kang, S., O'Brien, E., Villarreal, A., Lee, W., Mahood, C. (2019). *Dziennikarstwo immersyjne i teleobecność*. *Digital Journalism*, 7, 294–313.
10. Kruse, L., Karaosmanoglu, S., Rings, S., Ellinger, B., Steinicke, F. (2021). *Umożliwianie immersyjnych ćwiczeń fizycznych dla osób starszych: Porównanie gier ruchowych w wirtualnej rzeczywistości i tradycyjnych ćwiczeń wideo*. *Societies*, 11(4), 134.
11. Martin, J. N. i Nakayama, T. K. (2022). *Komunikacja międzykulturowa w kontekstach* (wyd. 9). McGraw-Hill.
12. Nakayama, T. K., Halualani, R. T. (2010). *Podręcznik krytycznej komunikacji międzykulturowej*. Routledge.
13. Nielsen, S. L. i Sheets, P. (2019). *Wirtualny szum spotyka się z rzeczywistością: postrzeganie dziennikarstwa immersyjnego przez użytkowników*. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919869399>
14. Pavlik, J. V. (2021). *Moralny mandat dziennikarstwa wirtualnej rzeczywistości*. W: W. N. Wyatt (red.), *The Routledge companion to journalism ethics* (s. 337–345). Routledge.
15. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. (2025). *Trendy i prognozy dotyczące dziennikarstwa, mediów i technologii na rok 2025*. Uniwersytet Oksfordzki. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>

16. Sánchez Laws, A. L. (2017). *Czy dziennikarstwo immersyjne może zwiększyć empatię?* *Digital Journalism*, 8(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1389286>
17. Ting-Toomey, S. i Dorjee, T. (2019). *Komunikacja międzykulturowa* (wyd. 2). Guilford Press.
18. Zhao, Y., Bolter, J. D., Chen, K., Wang, X., Jiang, X., Ni, Z. (2025). *BioVR: Badanie eksploracyjne adaptacyjnej rzeczywistości wirtualnej opartej na biofeedbacku w celu spersonalizowanego i utrzymania intensywności ćwiczeń*. DIS '25 Companion: Publikacja towarzysząca konferencji ACM Designing Interactive Systems 2025, str. 586–591. <https://doi.org/10.1145/3715668.3736380>
19. Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R. i Roy, C. S. (2021). *Komunikacja międzykulturowa* (wyd. 9). Wadsworth Cengage Learning.

MODUŁ 5: Projektowanie i produkcja multimedialnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Projektowanie i produkcja multimedialnych (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne (zalecane)	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego; Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa kursu	Projektowanie i produkcja multimedialna (magister)

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten moduł na poziomie studiów magisterskich rozwija zaawansowane kompetencje w zakresie projektowania i produkcji multimedialnych dla dziennikarstwa immersyjnego. Studenci zarządzają złożonymi procesami pracy z multimediami, integrują zaawansowane efekty wizualne i interaktywność oraz oceniają decyzje projektowe poprzez badania i testy odbiorców.

Cele nauczania

Studenci wykraczać będą poza podstawowe techniki produkcji multimedialnej, aby krytycznie projektować, zarządzać i oceniać zaawansowane procesy tworzenia mediów immersyjnych. Będą kierować złożonymi produkcjami multimedialnymi, stosować

profesjonalne standardy projektowe oraz włączać testy użytkowników i refleksyjną ocenę do procesu podejmowania decyzji twórczych. Dzięki iteracyjnej produkcji i krytycznej analizie studenci będą łączyć kwestie techniczne, estetyczne i etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym () w spójne efekty dziennikarstwa immersyjnego. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczne stosowanie teorii projektowania multimedialnego na platformach immersyjnych.
Cel 2	Kierowanie zaawansowanymi procesami produkcji multimedialnej.
Cel 3	Włączanie badań, testów użytkowników i analiz do decyzji projektowych.
Cel 4	Ocena kwestii etycznych, dostępności i inkluzywności.
Cel 5	Realizacja profesjonalnych projektów dziennikarstwa immersyjnego.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekty kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Zaprojektować i zrealizować zaawansowany projekt dziennikarstwa immersyjnego z wykorzystaniem multimedialnych.
Efekt kształcenia 2	Wykazanie się zdolnościami przywódczymi i krytyczną oceną podczas realizacji projektu.
Efekt kształcenia 3	Uzasadnij decyzje projektowe, korzystając z danych ewaluacyjnych i danych dotyczących odbiorców.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Wprowadzenie do projektowania multimedialnego i dziennikarstwa immersyjnego	Uskali i Ikonen (2020); Hayes i in. (2022)	Krytyczna analiza immersyjnego projektu multimedialnego
2	Język wizualny i zasady projektowania	Murray (2017); Brunetti i in. (2024)	Uzasadnienie projektowe oparte na teorii

3	Projektowanie dźwięku i dźwięk przestrzenny	Baños i in. (2005); Sánchez Laws (2017)	Analiza projektowania multimodalnego
4	Techniki nagrywania wideo i 360°	Hayes i in. (2022); Damme i in. (2019)	Ocena redakcyjna i techniczna rejestracji immersyjnej
5	Grafika, animacja i ruch	Pavlik (2013); Sissons i Cochrane (2019)	Krytyka interakcji i projektowania ruchu
6	Elementy interaktywne i podstawy UX	Polydorou (2024); Brunetti i in. (2024)	Plan podróży UX i oceny
7	Koncepcja projektu i opracowanie scenariusza	Lugmayr (2011); Hayes i in. (2022)	Zaawansowana propozycja projektu (oceniwana)
8	Etyka, dostępność i reprezentacja	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Etyka, dostępność i analiza ryzyka
9	Opracowywanie prototypów	Sissons i Cochrane (2019); Stewart (2022)	Prototyp w wersji 1 wraz z dokumentacją
10	Testy użytkowników i iteracja	Hayes i in. (2022); Conrad i in. (2024)	Testy użytkowników i raport z oceny
11	Ostateczna produkcja	Uskali i Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Końcowy projekt multimedialny typu immersyjnego (oceniwany)
12	Prezentacja, krytyka i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Raport z produkcji i badań wraz z refleksją krytyczną (oceniwany)

Ocena i klasyfikacja

Propozycja badań	30%
Raport z praktycznych testów użytkowników	30%
Zadanie z analizy danych	20%
Esej refleksyjny na temat etyki i trendów	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja badań	30%	Jasność pytania badawczego (10%), rygor metodologiczny (10%), uwzględnienie literatury przedmiotu (10%)
Raport z praktycznych testów użytkowników	30%	Kompletność protokołu (10%), jakość wykonania (10%), zgodność z zasadami etyki (10%)
Zadanie dotyczące analizy danych	20%	Prawidłowe zastosowanie narzędzi statystycznych/AI (10%), interpretacja wyników (5%), omówienie ograniczeń (5%)
Esej refleksyjny na temat etyki i trendów	20%	Głębka analiza etycznej (10%), uwzględnienie przyszłych trendów (5%), jakość pisania naukowego (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism

naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Oprogramowanie do produkcji multimedialnej	Adobe Premiere Pro, After Effects, Audition, Photoshop, Illustrator
Narzędzia do tworzenia treści immersyjnych	Unity lub Unreal Engine; Blender
Sprzęt do rejestracji	Kamery 360° (np. Insta360, Ricoh Theta); rejestratory dźwięku
Interakcja i prototypowanie	Figma, Miro, narzędzia WebXR
Współpraca i przepływ pracy	Frame.io, Notion, platformy do współpracy w chmurze

Bibliografia (styl APA)

1. Baños, R. M., Botella, C., Alcañiz, M., Liaño, V., Guerrero, B. i Rey, B. (2005). Immersion and emotion: Their impact on the sense of presence. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 734–741.
2. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w ścieżki edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
3. Conrad, M., Kablitz, D. i Schumann, S. (2024). Skuteczność uczenia się z wykorzystaniem immersyjnej rzeczywistości wirtualnej w edukacji i szkoleniach:

- przegląd systematyczny wyników badań. *Computers & Education: X Reality*, 4, 100053. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2024.100053>
4. Damme, K., All, A., de Marez, L. i Leuven, S. (2019). Dziennikarstwo wideo 360°: badanie eksperymentalne dotyczące wpływu immersji na odbiór wiadomości i odczuwanie cierpienia osób z daleka. *Journalism Studies*, 20(14), 2053–2076.
 5. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnego wideo 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1). <https://doi.org/10.59668/423.8390>
 6. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie „myślenia projektowego” jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: *Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji Akademickiej MindTrek* (s. 332–334). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
 7. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. Zalecenia dotyczące dobrych praktyk naukowych i użytkowników technologii VR. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
 8. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
 9. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
 10. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>
 11. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może wzmocnić empatię? *Digital Journalism*, 8(2), 213–228.
 12. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>
 13. Stewart, N. (2022). *Pedagogika immersyjna: nauczanie nowych mediów w metawersie*. Międzynarodowa Rada ds. Umiejętności Korzystania z Mediów.
 14. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023.
 15. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>

16. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 6: Przegląd technologii immersyjnych

Program kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Przegląd technologii immersyjnych (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne

Informacje o wykładowcy

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Kurs ten krytycznie analizuje podstawowe zasady, nowe technologie i zaawansowane trendy kształtujące dziennikarstwo immersyjne z perspektywy strategicznej i analitycznej. Opierając się na podstawowych koncepcjach XR (rzeczywistość wirtualna, rozszerzona i mieszana), studenci analizują, w jaki sposób systemy mediów immersyjnych, funkcje interaktywne i nowe technologie medialne zmieniają praktykę dziennikarską i doświadczenia odbiorców. Moduł bada wpływ immersyjnego storytellingu na autorytet narracji, sprawczość użytkownika, etykę i zaufanie do mediów. Kurs, przeznaczony dla studentów studiów magisterskich, kładzie nacisk na krytyczną ocenę innowacji technologicznych oraz ich wpływu społecznego i zawodowego, przygotowując studentów do umiejscowienia dziennikarstwa immersyjnego w szerszym, ewoluującym ekosystemie mediów.

Cele nauczania

Studenci studiów magisterskich rozwiną zaawansowane kompetencje analityczne i krytyczne niezbędne do zrozumienia dziennikarstwa immersyjnego w kontekście współczesnych ekosystemów medialnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna analiza podstawowych koncepcji i technologii XR (VR, AR, XR) oraz ich implikacji dla praktyki dziennikarskiej i innowacji medialnych.
Cel 2	Ocena pojawiających się trendów i zaawansowanych funkcji w dziennikarstwie immersyjnym, z uwzględnieniem ich wpływu na narrację, technologię i organizację.
Cel 3	Ocena roli sprawczości użytkownika, interaktywności i wyborów projektowych związanych z immersją w kształtowaniu postrzegania, zaangażowania i interpretacji wiadomości przez odbiorców.
Cel 4	Krytyczna refleksja nad wyzwaniami etycznymi, społecznymi i zawodowymi dziennikarstwa immersyjnego, w tym kwestiami wiarygodności, manipulacji i długoterminowego przyjęcia.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci studiów magisterskich będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Krytycznie analizować podstawowe technologie XR (VR, AR, XR) oraz oceniać ich implikacje dla praktyki dziennikarskiej i innowacji w mediach.
Efekt kształcenia 2	Ocena pojawiających się trendów i zaawansowanych funkcji w dziennikarstwie immersyjnym, z uwzględnieniem ich znaczenia narracyjnego, technologicznego i organizacyjnego.
Efekt kształcenia 3	Ocenić, w jaki sposób wybory projektowe związane z immersją kształtują postrzeganie, zaangażowanie i interpretację wiadomości przez odbiorców.
Efekt kształcenia 4	Krytycznie przeanalizować wyzwania etyczne, społeczne i zawodowe związane z dziennikarstwem immersyjnym, w tym wiarygodność, ryzyko manipulacji i długoterminowe przyjęcie tej formy.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Dziennikarstwo immersyjne i XR: zakres, definicje i perspektywy badawcze	Gynnild i in. (2020); Vohra (2025)	Krótki raport: zdefiniuj dziennikarstwo immersyjne jako dziedzinę badań i praktyki zawodowej.
2	Podstawy technologii VR, AR i XR	Doerner i in. (2022); Vohra (2025)	Krótki raport: ocena możliwości i ograniczeń VR, AR i XR w dziennikarstwie.
3	Obecność, immersja i doświadczenie z perspektywy pierwszej osoby	de la Peña i in. (2010)	Krótki raport: korzyści i zagrożenia związane z perspektywą pierwszej osoby w wiadomościach.
4	Ewolucja mediów i formaty immersyjne	Virginás (2023)	Krótki raport: media immersyjne w kontekście historycznej ewolucji ekranów i form medialnych.
5	Nowe technologie medialne i ekosystemy immersyjne	Doerner i in. (2022)	Krótki raport: ekosystemy XR, platformy i procesy produkcyjne w dziennikarstwie.
6	Interakcja, sprawczość użytkownika i perspektywa narracyjna	Yang i in. (2025)	Analiza krytyczna: jak sprawczość użytkownika przekształca autorytet narracji i jej znaczenie.
7	Dziennikarstwo immersyjne jako praktyka opowiadania historii	Sánchez Laws (2023)	Analiza porównawcza studiów przypadków dziennikarstwa immersyjnego.
8	Etyka, wiarygodność i odpowiedzialność	Pavlik (2021); Sánchez Laws (2023)	Dokument przedstawiający stanowisko etyczne: zaufanie, ryzyko manipulacji i odpowiedzialność zawodowa.
9	Wpływ na odbiorców i wartość doświadczenia	Greber i in. (2025); Wu (2023)	Krótki raport: zaangażowanie odbiorców, empatia i wiarygodność.

10	Wdrożenie, integracja i strategia redakcyjna	Eskiadi i Panagiotou (2024)	Krótki raport: bariery organizacyjne, ekonomiczne i technologiczne we wdrażaniu.
11	Trendy, kierunki badań i nowe technologie	Arik i in. (2024); Kuzmina i Kuzmin (2024)	Przegląd trendów: krytyczna ocena jednego z pojawiających się kierunków badań lub przemysłu.
12	Synteza, pozycjonowanie i perspektywy na przyszłość	Nixon i in. (2024); repozytoria GitHub dotyczące AR/VR	Krótki raport: umiejscowienie dziennikarstwa immersyjnego w przyszłych ekosystemach medialnych.

Ocena i klasyfikacja

Element oceny	Waga
Esej badawczy	40%
Projekt grupowy	40%
Prezentacja i dyskusja	20%

Skalowanie ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Praca badawcza	40%	Przejrzystość koncepcyjna i trafność w odniesieniu do zagadnień badawczych dotyczących dziennikarstwa immersyjnego (15%); dogłębność krytycznej analizy technologii immersyjnych, funkcji i modeli interakcji (15%); spójność argumentacji oraz integracja teorii, literatury i koncepcji kursu (10%)
Projekt grupowy	40%	Identyfikacja i krytyczna analiza kluczowych trendów i technologii dziennikarstwa immersyjnego (15%); świadoma ocena studiów przypadków, narzędzi lub platform w kontekście zawodowym i organizacyjnym

		(15%); uwzględnienie implikacji etycznych, społecznych i związanych z dostępnością (10%)
Prezentacja i dyskusja	30%	Przejrzystość, struktura i skuteczność prezentacji (10%); jakość omówienia projektu lub portfolio oraz jego zgodność z określonymi celami (10%); głębia krytycznej dyskusji oraz umiejętność odpowiadania na pytania (10%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Współpraca, prezentacje i ocena	Miro, Figma, GitHub; PowerPoint / Keynote (z wbudowanym 3D lub wideo); Google Forms, Mentimeter, Wooclap
Tworzenie treści XR i immersyjnych	Unity3D, Unreal Engine; A-Frame, frameworki WebXR; Reality Composer
Produkcja mediów 360°	Kamery 360° (np. Insta360, GoPro MAX); Adobe Premiere Pro (narzędzia do edycji VR); Adobe After Effects
Modelowanie 3D i media przestrzenne	Blender; narzędzia do fotogrametrii i przechwytywania wolumetrycznego; oprogramowanie do audio przestrzennego (np. Reaper z wtyczkami ambisonicznymi)
Tworzenie rzeczywistości rozszerzonej	ARKit, ARCore; Adobe Aero; Spark AR Studio
Narzędzia dziennikarskie i do wizualizacji danych	Flourish, Tableau, Datawrapper; narzędzia Knight Lab; Mapbox
Sztuczna inteligencja i automatyzacja do tworzenia prototypów	ChatGPT, Midjourney, Synthesia, Lumen5
Zarządzanie projektami i organizacja	Notion, Trello

Bibliografia (styl APA)

1. de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B. i in. (2010). Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301.
2. Pavlik, J. V. (2021). *The Moral Mandate of Virtual Reality Journalism*. W: *The Routledge Companion to Journalism Ethics* (s. 337–345). Routledge.
3. Sánchez Laws, A. L. (red.). (2023). *Spostrzeżenia na temat dziennikarstwa immersyjnego*. Routledge.

4. Eskiadi, I. G. i Panagiotou, N. (2024). Wdrażanie dziennikarstwa immersyjnego: przyjęcie i integracja przez producentów mediów informacyjnych. *Journal. Media*, 5(4), 1494–1508[1][2].
5. Yang, Y., Endert, A. i Lu, T. (2025). Aktywność użytkownika i perspektywa narracyjna w wiadomościach VR – Georgia Tech Research News (badanie konferencji CHI).
6. Vohra, M. (red.). (2025). *Introduction to Extended Reality (XR) Technologies*. John Wiley & Sons. ISBN 1119857228
7. Gynnild, A., Uskali, T., Jones, S. i Sirkkunen, E. (2020). Czym jest dziennikarstwo immersyjne. *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii*, 1. <https://library.oapen.org/bitstream/id/e2b679ef-4b97-4b3a-a456-b1c07b1bdb16/9780429794964.pdf>
8. Doerner, R., Broll, W., Grimm, P. i Jung, B. (red.). (2022). *Rzeczywistość wirtualna i rozszerzona (VR/AR): Podstawy i metody rzeczywistości rozszerzonych (XR)*. Springer Nature, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-79062-2>
9. <https://github.com/orgs/Augmented-Reality-Virtual-Reality-AR-VR/repositories>
10. Nixon, L., Galanopoulos, D. i Mezaris, V. (wrzesień 2024). Wyszukiwanie ujęć wideo do dziennikarstwa immersyjnego poprzez wyszukiwanie tekst-wideo. W: 2024 International Conference on Content-Based Multimedia Indexing (CBMI) (s. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/CBMI62980.2024.10859220>
11. Wu, S. (2023). Analiza terenowa technologii immersyjnych i ich wpływu na dziennikarstwo: perspektywy technologów dotyczące potencjalnej transformacji dziedziny dziennikarstwa. *Journalism Studies*, 24(3), 387–402. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161931>
12. Kuzmina, A. M. i Kuzmin, A. E. (kwiecień 2024). Imersyjne technologie „postinternetowe” w komunikacji medialnej i dziennikarstwie. W: 2024 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS) (s. 79-82). IEEE., <https://doi.org/10.1109/ComSDS61892.2024.10502034>
13. Virginás, A. (2023). Granice mediów w erze postmedialnej: historyczna i koncepcyjna koewolucja kina, telewizji, wideo i ekranów komputerowych. W: *The Palgrave Handbook of Intermediality* (s. 979–998). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-28322-2_46
14. Arik, M. A., Karaduman, M., Karaduman, S., Karakaya, Ç., Sümer, F. E. i Demir, Z. G. (2024). Analiza dziennikarstwa immersyjnego na podstawie analizy bibliometrycznej z lat 1999–2023. *Heliyon*, 10(14). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34263>

MODUŁ 7: Zaawansowany interfejs użytkownika dla XR

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Zaawansowany interfejs użytkownika dla XR (magister)
(magister) Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	IM xxx: UX dla mediów immersyjnych
Nazwisko wykładowcy	[Nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis przedmiotu

Ten moduł studiów magisterskich poświęcony jest doświadczeniom użytkownika (UX) w środowisku mediów immersyjnych w oparciu o podejście „cyklu życia konsultacji”. Studenci najpierw opanowują ramy poznawcze, sensoryczne i oparte na obecności, aby zbudować portfolio umiejętności na wysokim poziomie, które służy jako podstawa do audytu profesjonalnych produktów XR. Poprzez identyfikację i rozwiązywanie „trudnych problemów” w oprogramowaniu zgodnym ze standardami branżowymi studenci uczą się przekładać badania oparte na danych na profesjonalne prezentacje projektowe. Kurs kończy się opracowaniem polityk instytucjonalnych, co wymaga od studentów wdrożenia integralności faktów, bezpieczeństwa użytkowników i dostępności jako obowiązkowych standardów dla przyszłości dziennikarstwa immersyjnego i ładu korporacyjnego.

Cele nauczania

Po ukończeniu tego modułu studenci będą potrafili:

Cel 1	Syntezę podstawowych teorii immersyjnego UX (obecność, pięć ram, obciążenie poznawcze) w celu wypełnienia luki między ludzką percepcją a złożonym projektowaniem interfejsów przestrzennych.
-------	--

Cel 2	Ocenić profesjonalne oprogramowanie XR poprzez rygorystyczne stosowanie międzynarodowych standardów dostępności (W3C/XAUR) oraz standardów użyteczności (ALVES) .
Cel 3	Opracowanie strategicznych, zorientowanych na człowieka rozwiązań projektowych, które rozwiązują problemy techniczne i etyczne w dziennikarstwie immersyjnym i mediach.
Cel 4	Sformułowanie instytucjonalnych zasad projektowania, które wprowadzą w życie integralność faktów i bezpieczeństwo użytkowników jako obowiązkowe standardy w korporacyjnych środowiskach medialnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Stworzyć portfolio umiejętności wykazujące biegłość techniczną w zakresie mapowania obciążenia poznawczego oraz stosowania przestrzennych elementów interfejsu użytkownika.
Efekt kształcenia 2	Przeprowadzić oparty na danych audyt użyteczności produktu zgodnego ze standardami branżowymi, identyfikując „trudne problemy” związane z etyką i doświadczeniem użytkownika.
Efekt kształcenia 3	Zaprojektuj profesjonalną prezentację strategiczną, która uzasadnia interwencje projektowe poprzez mierzalne wskaźniki KPI i teorię obciążenia poznawczego.
Efekt kształcenia 4	Opracowanie zestawu wytycznych dotyczących polityki korporacyjnej, które przekładają konkretne poprawki projektowe na długoterminowe standardy organizacyjne dla przyszłych projektów.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Podstawy: Obecność	Slater i Wilbur (1997)	Portfolio 1: Przeanalizuj 2 aplikacje XR, korzystając z modelu FIVE. Zidentyfikuj cechy, które zakłócają lub

			wzmacniają poczucie obecności.
2	Poznanie: Uwaga	Cowan (2010)	Portfolio 2: Mapa tarcia poznawczego. Zidentyfikuj 5 momentów dezorientacji w aplikacji informacyjnej, korzystając z ograniczeń Cowana.
3	Etyka: Dziennikarstwo	Uskali i in. (2021)	Zadanie 3: Ocena ryzyka etycznego. Przeanalizuj, czy w ramach doświadczenia VR opartego na „najświeższych wiadomościach” dochodzi do manipulacji emocjonalnej.
4	Interakcja: multimodalna	Pfeuffer i in. (2024)	Portfolio 4: Krytyczna analiza danych wejściowych. Porównaj „śledzenie wzroku” z „śledzeniem ruchów rąk”. Która metoda najlepiej sprawdza się w sytuacjach silnego stresu?
5	Innowacja: Sztuczna inteligencja w XR	Hirzle i in. (2023)	Portfolio 5: Koncepcja „inteligentnego interfejsu użytkownika”. Naszkicuj interfejs, który wykorzystuje sztuczną inteligencję do dostosowywania się do uwagi użytkownika.
6	Bezpieczeństwo i prywatność	Cheng i in. (2024)	ZADANIE 1 (30%): PORTFOLIO PODSTAWOWE. Prześlij wybrane prace 1–5, które pokazują opanowanie teorii.

7	Audyt: Ramy	Alves i in. (2021)	Faza audytu: Wybierz swój cel zawodowy . Zastosuj ramy Alvesa, aby ocenić jego „jakość immersyjną”.
8	Audyt: Dostępność	W3C (2020/2021) Mott i in. (2019)	Faza audytu: „Kontrola wykluczeń”. Zastosuj wytyczne W3C do swojego obiektu docelowego. Udokumentuj naruszenia.
9	Audyt: Pomiar	Hart i Staveland (1988)	Faza audytu: Definicja „trudnego problemu”. Wykorzystaj wskaźniki NASA-TLX, aby udowodnić, że oprogramowanie powoduje przeciążenie.
10	Wskaźniki porównawcze a rzeczywistość	Vona i in. (2025)	ZADANIE 2 (40%): AUDYT PROFESJONALNY. Prześlij szczegółowy raport o długości 2500 słów, w którym ocenisz obiekt.
11	Strategia: Proces	Kalmpourtzis (2022)	Przygotowanie prezentacji: Zdefiniuj 3 strategiczne wskaźniki KPI. Opracuj swoją „Jednostronicową politykę” przy użyciu metody „Solve It” Kalmpourtzisa.
12	Polityka: Prawa człowieka	Ex i in. (2025)	ZADANIE 3 (30%): STRATEGICZNA PREZENTACJA. Prześlij prezentację + arkusz polityki.

Ocena i punktacja

Zadanie 1: Podstawy i portfolio umiejętności	30%
Zadanie 2: Profesjonalny audyt użyteczności	40%
Zadanie 3: Strategiczna prezentacja i zestawienie zasad	30%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Zadanie 1: Portfolio podstaw i umiejętności	30%	Portfolio ćwiczeń technicznych i teoretycznych (np. audyty obecności, mapowanie obciążenia poznawczego, szkicowanie komponentów). Studenci muszą wykazać się opanowaniem podstawowych ram modułowych (FIVE, HCD, CPS) oraz gotowością do przejścia z roli projektanta do roli audytora.
Zadanie 2: Profesjonalny audyt użyteczności	40%	Dogłębna ocena rzeczywistego, profesjonalnego produktu XR (np. aplikacji informacyjnej lub doświadczenia WebXR) w formie tekstu o długości 2500 słów. Korzystając z ALVES, W3C (XAUR) oraz Mott et al., studenci identyfikują „trudny problem” dotyczący użyteczności, inkluzywności lub etyki w projekcie lidera branży.
Zadanie 3: Strategiczna prezentacja i zestawienie zasad	30%	Prezentacja składająca się z 15–20 slajdów, zawierająca propozycję strategicznych zmian projektowych dla produktu poddanego audytowi w ramach zadania 2. Prezentacja musi zawierać: (1) strategiczne wskaźniki KPI (wskaźniki sukcesu); (2) uzasadnienie integralności faktów (w jaki sposób interfejs użytkownika chroni prawdę dziennikarską); oraz (3) jednostronicowy dokument dotyczący polityki korporacyjnej „ ”, zawierający 5 obowiązkowych standardów wewnętrznych wynikających z proponowanych zmian projektowych, które mają być stosowane we wszystkich przyszłych projektach firmy.

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Przedłożenie prac po terminie

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Badania użytkowników i ankiety:

Qualtrics / Google Forms: Do tworzenia ustrukturyzowanych ankiet służących do pomiaru wskaźników doświadczenia użytkownika (obecność, reakcja emocjonalna).

NASA-TLX (wersja cyfrowa/iOS): Do pomiaru obciążenia umysłowego i wymagań poznawczych podczas testów użytkowników.

Analiza i dokumentacja:

Microsoft Excel / Arkusze Google: Do porządkowania danych z audytu i obliczania ważnych wyników użyteczności.

XAUR (XR Accessibility User Requirements): Studenci będą korzystał z frameworka W3C jako podstawowego punktu odniesienia dla projektowania inkluzywnego.

Wizualizacja i prezentacja:

Tableau / Canva / Power BI: Do tworzenia profesjonalnych wizualizacji danych i pulpitu nawigacyjnego gotowych do prezentacji przed zarządem podczas końcowej prezentacji.

Figma (opcjonalnie/zaawansowani): Dla studentów, którzy chcą tworzyć prototypy konkretnych poprawek interfejsu użytkownika zamiast szkicować je.

Bibliografia (styl APA)

1. Alves, F., Aguiar, B., Monteiro, V., Almeida, E., Marques, L., Gadelha, B. i Conte, T. (2021). Immersive UX: Ramy oceny UX dla cyfrowych doświadczeń immersyjnych w kontekście rozrywki. W: *Materiały z 23. Międzynarodowej Konferencji poświęconej Systemom Informacyjnym w Przedsiębiorstwie* (tom 2, str. 541–548). SCITEPRESS. <https://doi.org/10.5220/0010455305410548>
2. Cheng, K., Bhattacharya, A., Lin, M., Lee, J., Kumar, A., Tian, J. F., Kohno, T. i Roesner, F. (2024). Gdy użytkownik znajduje się wewnątrz interfejsu użytkownika: empiryczne badanie właściwości bezpieczeństwa interfejsu użytkownika w rzeczywistości rozszerzonej. W: *Materiały z 33. sympozjum USENIX Security Symposium* (s. 2707–2723). Stowarzyszenie USENIX. <https://www.usenix.org/conference/usenixsecurity24/presentation/cheng-kaiming>
3. Cowan, N. (2010). *Uwaga i pamięć robocza: spostrzeżenia z zakresu neuronauki poznawczej dotyczące populacji zdrowych i klinicznych*. Oxford University Press.
4. Ex, L., Hijstek, B. i van Huijstee, M. (2025). Zagrożenia dla praw człowieka wynikające z technologii immersyjnych. *Business and Human Rights Journal*, 10(2-3), 440–447. <https://doi.org/10.1017/bhj.2025.10020>
5. Hart, S. G. i Staveland, L. E. (1988). Opracowanie wskaźnika obciążenia zadaniem NASA-TLX (Task Load Index): Wyniki badań empirycznych i teoretycznych. W: P.

- A. Hancock i N. Meshkati (red.) „”, *Obciążenie umysłowe człowieka* (s. 139–183). North-Holland. [https://doi.org/10.1016/S0166-4115\(08\)62386-9](https://doi.org/10.1016/S0166-4115(08)62386-9)
6. Hirzle, T., Müller, F., Draxler, F., Schmitz, M., Knierim, P. i Hornbæk, K. (2023). Gdy XR spotyka się z AI: przegląd zakresu badań nad rzeczywistością rozszerzoną i sztuczną inteligencją. W: *Materiały z konferencji CHI 2023 poświęconej czynnikom ludzkim w systemach komputerowych* (artykuł 730, str. 1–45). Stowarzyszenie na rzecz Techniki Obliczeniowej. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581072>
 7. Kalmpourtzis, G. (2022). *Nie wymuszaj, rozwiąż!: Jak projektować sensowne i wydajne procesy projektowe*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003050445>
 8. Mott, M., Cutrell, E., Gonzalez-Franco, M., Holz, C., Ofek, E., Stoakley, R. i Morris, M. R. (2019). Dostępność w projektowaniu: szansa dla wirtualnej rzeczywistości. *Międzynarodowe sympozjum IEEE poświęcone rzeczywistości mieszanej i rozszerzonej (ISMAR-Adjunct) 2019*, 451–454. <https://doi.org/10.1109/ISMAR-Adjunct.2019.00122>
 9. Pfeuffer, K., Gellersen, H. i Gonzalez-Franco, M. (2024). Zasady projektowania i wyzwania związane z interakcją wzrokową i gestem „pinch” w XR. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 44(3), 74–81. <https://doi.org/10.1109/MCG.2024.3382961>
 10. Slater, M. i Wilbur, S. (1997). Ramy dla immersyjnych środowisk wirtualnych (FIVE): Spekulacje na temat roli obecności w środowiskach wirtualnych. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6), 603-616. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.6.603>
 11. Uskali, T., Jones, S., Sirkkunen, E. i Gynnild, A. (red.). (2021). *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii: Etyka, produkcja i projektowanie*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748>
 12. Vona, F., Schorlemmer, J., Stern, M., Ashrafi, N., Vergari, M., Kojic, T. i Voigt-Antons, J.-N. (2025). *Porównanie jakości przepuszczania urzędzeń rzeczywistości mieszanej: badanie doświadczeń użytkowników podczas wykonywania zadań w świecie rzeczywistym*. Preprint arXiv arXiv:2502.06382. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.06382>
 13. W3C. (2020). *Wytyczne dotyczące dostępności treści internetowych (WCAG) 2.1: Zastosowanie w XR*. World Wide Web Consortium. Pobrano 19 grudnia 2025 r. z <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

MODUŁ 8: Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Wprowadzenie do dziennikarstwa Umiejętność korzystania z mediów i komunikacja cyfrowa Historia mediów cyfrowych Gatunki w dziennikarstwie współczesnym (licencjat)
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne
Nazwa przedmiotu	Gatunki i formaty w dziennikarstwie immersyjnym (magister)

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten poświęcony jest ewolucji gatunków i formatów dziennikarskich, ze szczególnym uwzględnieniem czynników napędzających te zmiany. Do głównych czynników należą postęp technologiczny (np. powszechna dostępność wyświetlaczy montowanych na głowie, rozwój silników gier oraz technologia WebAR), zmiany w modelach finansowania, ewolucja języka narracji oraz rosnąca świadomość etyczna. Zamiast skupiać się wyłącznie na współczesnych narzędziach, moduł kładzie nacisk na zrozumienie, dlaczego niektóre formaty zyskały na znaczeniu, podczas gdy inne zostały zepchnięte na margines. Moduł ma na celu rozwijanie zaawansowanych umiejętności rozpoznawania i wykorzystywania współczesnych gatunków dziennikarskich, przy

jednoczesnym wzmocnieniu indywidualnego stylu narracji w różnych formach dziennikarstwa. Studenci będą zgłębiać definicje, typologie i cechy charakterystyczne gatunków dziennikarskich, krytycznie analizować i oceniać teksty oraz wykonywać praktyczne ćwiczenia mające na celu tworzenie różnorodnych form dziennikarskich. Dzięki takiemu podejściu uczestnicy zdobędą zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne doświadczenie w zakresie współczesnego i immersyjnego dziennikarstwa.

Cele nauczania

Moduł ten ma na celu rozwinięcie głębokiego i krytycznego zrozumienia gatunków i formatów dziennikarskich, ze szczególnym uwzględnieniem mediów immersyjnych i współczesnych. W trakcie kursu studenci wyjdą poza podstawowe rozpoznawanie i opisywanie, aby analitycznie zmierzyć się z historycznym rozwojem form dziennikarskich, pojawiającymi się trendami i nowymi podejściami narracyjnymi. Cele nauczania odzwierciedlają zarówno wymiar teoretyczny, jak i praktyczny: studenci zdobędą wszechstronną wiedzę na temat gatunków klasycznych i współczesnych, rozwiną umiejętność krytycznej analizy i oceny typologii oraz wykorzystają tę wiedzę do tworzenia wysokiej jakości treści dziennikarskich. Łącząc perspektywę historyczną, technologiczną i etyczną, moduł ma na celu wyposażenie studentów w umiejętności oceny produktów medialnych, syntezy złożonych informacji oraz formułowania teorii dotyczących przyszłych kierunków rozwoju dziennikarstwa w szybko zmieniającym się krajobrazie medialnym.

Cel 1	Krytyczna analiza czynników społeczno-ekonomicznych, technologicznych i politycznych, które wpłynęły na ewolucję formatów dziennikarskich i immersyjnych, w tym wpływu przeszłych eksperymentów i technologicznych „ślepych zaułków”.
Cel 2	Rozpoznawanie, identyfikowanie i krytyczna ocena szerokiego spektrum klasycznych i współczesnych gatunków dziennikarskich, w tym form immersyjnych i nowo powstających, oraz analiza ich typologii i ewolucji.
Cel 3	Zsyntetyzować trendy historyczne i współczesne w celu sformułowania spójnych teorii dotyczących ewolucji gatunków dziennikarskich i immersyjnych oraz sformułować oparte na dowodach prognozy dotyczące ich przyszłego rozwoju.
Cel 4	Projektowanie, tworzenie i produkcja treści dziennikarskich w różnych gatunkach, z wykorzystaniem krytycznego zrozumienia konwencji narracyjnych, formatów i typologii.
Cel 5	Planowanie i projektowanie badań mających na celu zbadanie historycznego, kulturowego i technologicznego wpływu mediów immersyjnych, z uwzględnieniem krytycznej refleksji i analizy pojawiających się trendów.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu studiów studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Analizować czynniki społeczno-ekonomiczne, technologiczne i polityczne kształtujące formaty dziennikarskie i immersyjne; oceniać wpływ przeszłych eksperymentów i innowacji na współczesne media.
Efekt kształcenia 2	Zidentyfikować, sklasyfikować i krytycznie ocenić klasyczne, nowoczesne i immersyjne gatunki dziennikarskie; przeanalizować typologie, konwencje i ewolucję historyczną.
Efekt kształcenia 3	Synteza trendów historycznych i współczesnych w celu sformułowania teorii dotyczących ewolucji gatunków; formułowanie opartych na dowodach prognoz dotyczących przyszłych kierunków rozwoju dziennikarstwa.
Efekt kształcenia 4	Projektowanie, tworzenie i produkcja treści dziennikarskich w wielu gatunkach; stosowanie odpowiednich konwencji narracyjnych, stylu i formatu; wykazywanie się kompetencjami technicznymi i kreatywnością.
Efekt kształcenia 5	Planowanie i realizacja badań dotyczących historycznego, kulturowego i technologicznego wpływu mediów immersyjnych; krytyczna refleksja nad ćwiczeniami praktycznymi i doświadczeniami edukacyjnymi.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Historia, typologia i cechy strukturalne klasycznych gatunków dziennikarskich; Analiza kluczowych etapów ewolucji i trendów medialnych	Bolter & Grusin (2000), Conboy (2004)	Wykład i dyskusja; mapowanie pojęć
2	Teoria wiadomości – dokumentacja, źródła, przeszkody i błędy; wczesna historia immersji	Chandler (2004), Pavlik (2013), Harcup & O'Neill (2017)	Analiza studium przypadku; Prezentacja

3	Zasady gatunków informacyjnych; Era Google Cardboard – demokratyzacja dostępu i narodziny koncepcji „maszyny empatii”	Harcup (2009), Grau (2003)	Wykład i dyskusja; Analiza studium przypadku
4	Dziennikarstwo POV; Wpływ śledzenia w skali pomieszczenia (VR w skali pomieszczenia) na sprawczość użytkownika	Frow (2006), Pavlik (2019)	Prezentacja i odgrywanie ról
5	Reportaż – rodzaje, elementy składowe, struktura; Ewolucja gatunków: od biernego świadka do aktywnego uczestnika	Bawarshi (2001), Polydorou (2024)	Szkic prezentacji; Studium przypadku
6	Sztuka wywiadu – metody, struktura, rodzaje; Dalsza ewolucja: od prostych filtrów do zaawansowanych narzędzi wizualizacji	Adams & Hicks (2009), Watson (2017)	Wywiady z rówieśnikami; Studium przypadku
7	Trendy w technologii mediów i ich wpływ na gatunki dziennikarskie; Formaty wolumetryczne	Briggs (2011), Pavlik (2019)	Mapowanie i analiza wpływu; Udoskonalenie koncepcji
8	Dziennikarstwo felietonowe – komentarze i artykuły redakcyjne; Dziennikarstwo w metawersie	Polydorou (2024), Levinson (2012)	Przegląd przypadków, pisanie i komentowanie; Ćwiczenie z wykorzystaniem narzędzi
9	Gatunki nieklasyczne, gatunki alternatywne; Relacje na żywo i dokumenty, wywiady na żywo w przestrzeniach społecznościowych VR	Wybrane studia przypadków	Prezentacja i dyskusja; Prezentacja projektu osi czasu
10	Adaptacja gatunków klasycznych i nieklasycznych do mediów immersyjnych; Cykliczny charakter innowacji	De la Peña (2010), Giltrow (2002)	Analiza dokumentacyjna; Prezentacja i dyskusja

11	Nowe gatunki w mediach klasycznych i immersyjnych; Przyszłe trendy w gatunkach dziennikarstwa immersyjnego	Newman i Cherubini (2025)	Prezentacja grupowa i ocena rówieśnicza; Analiza porównawcza
12	Prezentacje końcowe i dyskusja	—	Złożenie pracy końcowej; symulacja projektu festiwalowego

Ocena i klasyfikacja

Studium przypadku / Analiza studium przypadku	30%
Projekt raportu / Ćwiczenia pisemne	20%
Esej analityczny	40%
Dziennik refleksji z nauki	10%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Studium przypadku / Analiza studium przypadku	30%	Jasna identyfikacja gatunku, formatu i struktury narracyjnej; wnikliwa analiza technik narracyjnych oraz implikacji etycznych i technologicznych; spójna struktura i przejrzystość; wykazanie zrozumienia pojęć z zakresu kursu.
Projekt raportu / Ćwiczenia pisemne	20%	Zastosowanie konwencji gatunkowych; jasne, uporządkowane pisanie; kreatywność w prezentacji i opowiadaniu historii; odpowiedni styl i ton; uwzględnienie informacji zwrotnych.
Esej analityczny	40%	Głęboka analiza i krytycznego zaangażowania; połączenie literatury i materiałów z kursu; oryginalność i spójność argumentacji; uporządkowane, dobrze zorganizowane pisanie; prawidłowe cytowanie; synteza perspektyw dziennikarstwa klasycznego i immersyjnego.

Dziennik refleksji z nauki	10%	Przemyślana refleksja na temat doświadczeń związanych z nauką; powiązanie ćwiczeń praktycznych z koncepcjami teoretycznymi; krytyczna samoocena; konsekwentne zaangażowanie i jasność.
-----------------------------------	-----	--

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
Narzędzia analityczne i do wizualizacji	TimelineJS / Knight Lab Tools; Miro; Figma
Repozytoria i archiwa	Oculus/Meta Quest Store; Steam VR; App Store; Wayback Machine
Narzędzia produkcyjne (do celów porównawczych i analitycznych)	Unity; Unreal Engine; Meta Spark AR; Adobe Aero; Adobe Premiere Pro (z wtyczkami VR)
Narzędzia do prezentacji i wizualizacji	PowerPoint; Prezi; Canva; Keynote
Narzędzia do tworzenia narracji i wizualizacji wspomagane przez sztuczną inteligencję	ChatGPT; Runway

Bibliografia (styl APA)

1. Adams, S. i Hicks, W. (2009). *Interviewing for journalists*. Taylor & Francis Ltd.
2. Bawarshi, A. (2001). *Ekologia gatunku*. W: C. R. Weisser i S. I. Dobrin (red.), *Ekokompozycja: podejścia teoretyczne i pedagogiczne*. Albany: SUNY Press.
3. Bolter, J. D. i Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*.
4. Briggs, M. (2011). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing*. CQ Press.
5. Chandler, D. (2004). *Wprowadzenie do teorii gatunku*. https://www.researchgate.net/publication/242253420_An_Introduction_to_Genre_Theory
6. Conboy, M. (2004). *Dziennikarstwo: historia krytyczna*. Sage Publications Ltd.
7. De la Peña, N. (2010). *Dziennikarstwo immersyjne: immersyjna rzeczywistość wirtualna dla doświadczania wiadomości z perspektywy pierwszej osoby*.
8. Devitt, A. J. (2004). *Gatunki pisarskie*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
9. Frow, J. (2006). *Gatunek*. Londyn: Routledge.
10. Giltrow, J. (2002). *Meta-genre*. W: R. Coe, L. Lingard i T. Teslenko (red.), *The rhetoric and ideology of genre: Strategies for stability and change*. Cresskill: Hampton.
11. Grau, O. (2003). *Sztuka wirtualna: Od iluzji do immersji*.
12. Harcup, T. (2009). *Dziennikarstwo: Zasady i praktyki*. SAGE Publications Ltd.

13. Harcup, T. i O'Neill, D. (2017). Czym są wiadomości? Ponowne rozważania na temat wartości informacyjnych. *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
14. Levinson, P. (2012). *Nowe nowe media* (wyd. 2). Penguin Academics.
15. Newman, N. i Cherubini, F. (9 stycznia 2025 r.). *Trendy i prognozy dotyczące dziennikarstwa, mediów i technologii na rok 2025*. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutera. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
16. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
17. Pavlik, J. V. (2019). *Dziennikarstwo w erze wirtualnej rzeczywistości: Jak media doświadczalne zmieniają wiadomości*.
18. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2389886>
19. Watson, Z. (2017). *VR w wiadomościach: nowa rzeczywistość?*

MODUŁ 9: Metody badawcze

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Metody badawcze (magister)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	IM xxx: Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji IM xxx: Przegląd technologii immersyjnych
Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w podstawowe metodologie badawcze i techniki analityczne stosowane w produkcji mediów immersyjnych. Koncentruje się na zrozumieniu zachowań, preferencji i zaangażowania odbiorców poprzez podejście zarówno jakościowe, jak i ilościowe. Studenci dowiedzą się, jak projektować i przeprowadzać testy użytkowników, interpretować dane oraz wykorzystywać wnioski do optymalizacji strategii narracyjnych. Nacisk kładziony jest na analizę grupy docelowej w projektach dziennikarstwa immersyjnego, w tym profilowanie demograficzne, segmentację psychograficzną oraz ocenę użyteczności. Pod koniec modułu studenci będą potrafili krytycznie oceniać skuteczność mediów oraz uwzględniać decyzje oparte na dowodach w tworzeniu treści, zapewniając trafność, wpływ oraz zgodność z zasadami etyki w środowiskach immersyjnych.

Cele nauczania

Studenci wyjdą poza podstawy, aby krytycznie oceniać i porównywać zaawansowane jakościowe i ilościowe metodologie badawcze oraz projektować i realizować złożone

badania. Będą stosować zaawansowane narzędzia statystyczne i obliczeniowe oraz będą potrafili syntetyzować swoje ustalenia w praktyczne strategie. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna ocena i porównanie zaawansowanych metodologii badań jakościowych i ilościowych w zakresie mediów immersyjnych i analizy odbiorców, w tym metod mieszanych i projektów eksperymentalnych
Cel 2	Opracowywanie i realizacja złożonych badań łączących testy użytkowników, dane biometryczne oraz analizy oparte na sztucznej inteligencji w celu oceny immersyjnych doświadczeń dziennikarskich.
Cel 3	Zastosowanie zaawansowanych narzędzi statystycznych i obliczeniowych (np. modelowania predykcyjnego, analizy nastrojów) do interpretacji danych dotyczących zaangażowania odbiorców na dużą skalę.
Cel 4	Ocena etycznych, prawnych i społecznych implikacji badań nad dziennikarstwem immersyjnym, w tym prywatności danych, stronniczości algorytmów i inkluzywności.
Cel 5	Synteza wyników badań w praktyczne strategie innowacji w zakresie immersyjnego storytellingu i produkcji medialnej, wykazujące znaczenie naukowe i branżowe.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Krytycznie oceniać i wybierać zaawansowane metodologie badawcze w zakresie dziennikarstwa immersyjnego, wykazując się umiejętnością uzasadnienia wyborów metodologicznych w złożonych kontekstach medialnych.
Efekt kształcenia 2	Opracowywać i realizować kompleksowe badania naukowe z wykorzystaniem metod mieszanych, danych biometrycznych oraz analiz opartych na sztucznej inteligencji w celu oceny zaangażowania odbiorców.
Efekt kształcenia 3	Zastosowanie zaawansowanych technik statystycznych, obliczeniowych i wizualizacyjnych w celu analizy zbiorów danych na dużą skalę oraz generowania praktycznych wniosków dla produkcji mediów immersyjnych.
Efekt kształcenia 4	Włączenie kwestii etycznych, prawnych i społecznych do projektu badań, uwzględniając takie zagadnienia, jak prywatność danych,

	stronniczość algorytmów oraz inkluzywność w środowiskach immersyjnych.
Efekt kształcenia 5	Tworzenie publikacji naukowych i raportów zorientowanych na przemysł, które syntetyzują wyniki badań w innowacyjne strategie immersyjnego opowiadania historii i innowacji medialnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Zaawansowane paradygmaty badawcze w mediach immersyjnych: porównanie podejść jakościowych, ilościowych i mieszanych.	Creswell, Research Design (rozdziały 1–3)	Zidentyfikuj lukę badawczą i przygotuj wstępny pomysł na temat swojej propozycji.
2	Projekty eksperymentalne i oparte na metodach mieszanych: Projektowanie eksperymentów mających na celu zaangażowanie odbiorców i budowanie empatii.	Creswell, literatura z zakresu badań metodą mieszaną.	Przedstaw pytanie badawcze i proponowaną metodologię (jakościową, ilościową lub mieszaną)
3	Kwestie etyczne, prawne i społeczne: Prywatność danych, stronniczość algorytmów, inkluzywność w badaniach nad	Angelo Paura, Wyzwania etyczne dziennikarstwa immersyjnego, https://mediashift.org/2018/02/the-ethical-challenges-of-immersive-journalism/ ; Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne dziennikarstwa	Dodaj do swojej propozycji sekcję poświęconą etyce, w której poruszysz kwestie prywatności, stronniczości i inkluzywności.

	dziennikarstwem immersyjnym.	immersyjnego. Digital Journalism, 8(8), 1007-1023.	
4	Przegląd literatury i analiza luk: Synteza badań na rzecz innowacji w immersyjnym storytellingu	Fabiano, N., Gupta, A., Bhambra, N., Luu, B., Wong, S., Maaz, M., ... & Solmi, M. (2024). Jak zoptymalizować proces przeglądu systematycznego przy użyciu narzędzi AI. JCPP advances, 4(2), e12234. Ugap, C., Yahaya, W. A. W., Balakrishnan, B., Hashim, M. E. A. H., Tochinai, F., & Nasir, S. M. (2025). Narracja oparta na technologii: systematyczny przegląd opowiadania cyfrowego w edukacji. Journal of Advanced Research Design, 131(1), 1-16.	Przygotuj mini przegląd literatury (5–7 źródeł) i włącz go do swojego projektu wniosku.
5	Metody jakościowe w mediach immersyjnych: zaawansowane wywiady, grupy fokusowe i analiza tematyczna.	Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik. Baraldo, M., Dolcetti, F. i Di Franco, P. D. G. (2025). Wzbogacanie badań jakościowych: badanie technologii immersyjnych w badaniach opartych na miejscu. International Journal of Qualitative Methods, 24, 16094069251331352.	Opracuj protokół testowania użytkowników (przewodnik do wywiadów lub plan obserwacji) na potrzeby swojego badania.
6	Metody ilościowe i wskaźniki odbiorców: Ankiety, wskaźniki zaangażowania i eksperymentalne gromadzenie danych.	Field, A. (2024). Odkrywanie statystyki przy użyciu IBM SPSS Statistics. Sage Publications Limited.	Opracuj ankietę lub projekt eksperymentalny do gromadzenia wskaźników zaangażowania
7	Gromadzenie danych	Chen, H., Dong, Z. i Chan, I. Y. (2025). Ocena biometryczna i immersyjne	Zaproponuj plan gromadzenia

	biometrycznych i opartych na czujnikach: śledzenie ruchu gałek ocznych, tętno i dzienniki interakcji w środowiskach immersyjnych.	środowiska budowlane: przegląd badań dotyczących aktualnej sytuacji, wyzwań i perspektyw na przyszłość. Journal of Construction Engineering and Management, 151(7), 03125005.	danych łączący czujniki biometryczne i testy użytkowników.
8	Analizy oparte na sztucznej inteligencji i modelowanie predykcyjne: analiza nastrojów, uczenie maszynowe do przewidywania zaangażowania odbiorców.	Pattekari, S., Thiyagarajan, V. S., Rameshkumaar, V. P., Purandare, P., Reka, R. i Md, R. Y. (maj 2025). Analiza nastrojów oparta na sztucznej inteligencji dla przyszłego zaangażowania w mediach społecznościowych. W: Międzynarodowa konferencja poświęcona zrównoważonym innowacjom w informatyce i inżynierii (ICSICE 2024) (s. 112–124). Atlantis Press.	Przygotuj plan analizy danych (narzędzia, techniki, podejście do modelowania predykcyjnego).
9	Zaawansowana analiza statystyczna: analiza wielowymiarowa, regresja i testowanie hipotez.	Field, A. (2024). Odkrywanie statystyki przy użyciu oprogramowania IBM SPSS Statistics. Sage Publications Limited.	Przeprowadź wstępną analizę danych próbnych lub pilotażowych (statystyki opisowe, kodowanie).
10	Trafność, rzetelność i stronniczość: Zapewnienie rygoru i minimalizacja stronniczości w badaniach dziennikarstwa immersyjnego.	Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik. Gunbayi, I. (2024). Rygor w badaniach jakościowych. Journal of Action Qualitative & Mixed Methods Research (JAQMER), 3(2).	Prześlij pełny raport z analizy danych wraz z interpretacją i omówieniem ograniczeń
11	Synteza wyników w praktyczne strategie:	Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne:	Opracuj zarys eseju refleksyjnego,

	przekładanie badań na innowacje w zakresie immersyjnego storytellingu.	metodologia projektowania. Digital Creativity, 35(4), 301-320. Mystakidis, S. i Lympouridis, V. (2024). Projektowanie immersyjnego uczenia się w metawersie: synteza przeglądu literatury teoretycznej. Zastosowanie metawersu w edukacji, 55-71.	skupiając się na etyce, trendach i wpływie społecznym.
12	Propozycja badawcza i prezentacja: Przedstawienie badań naukowych i istotnych dla branży.		Prześlij ostateczną wersję eseju refleksyjnego oraz zaprezentuj swoją propozycję badawczą i wyniki badań.

Ocena i punktacja

Zadania 1–11	20%
Zadanie 12 (propozycja badań)	20%
Egzamin końcowy	60%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja badań	30%	Jasność pytania badawczego (10%), rygor metodologiczny (10%), integracja literatury (10%)
Raport z praktycznych testów użytkowników	30%	Kompletność protokołu (10%), jakość wykonania (10%), zgodność z zasadami etyki (10%)
Zadanie dotyczące analizy danych	20%	Prawidłowe stosowanie narzędzi statystycznych/sztucznej inteligencji (10%),

		interpretacja wyników (5%), omówienie ograniczeń (5%)
Esej refleksyjny na temat etyki i trendów	20%	Głęboka analiza etycznej (10%), uwzględnienie przyszłych trendów (5%), jakość pisania naukowego (5%)

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

- **Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet**
 - Qualtrics / SurveyMonkey – do projektowania ankiet dla odbiorców i gromadzenia danych ilościowych.
 - Formularze Google – prosta, bezpłatna opcja do szybkiego zbierania opinii i testowania użytkowników.

- **Narzędzia do analizy jakościowej**
 - NVivo – do kodowania i analizy wywiadów, grup fokusowych oraz danych jakościowych.
 - Atlas.ti – zaawansowana analiza danych jakościowych do badań tematycznych.

- **Narzędzia ilościowe i statystyczne**
 - SPSS / R / Python (Pandas, SciPy) – do analizy statystycznej i testowania hipotez.
 - Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy i wizualizacji danych.

- **Narzędzia do testowania mediów immersyjnych**
 - Unity Analytics – do śledzenia zachowań użytkowników w prototypach VR/AR.
 - Systemy śledzenia ruchu gałek ocznych (Tobii Pro) – do analizy uwagi i zaangażowania w środowiskach immersyjnych.
 - Czujniki biometryczne – do pomiaru reakcji emocjonalnych i fizjologicznych.

- **Wizualizacja i raportowanie**
 - Tableau / Power BI – do tworzenia interaktywnych pulpitów nawigacyjnych i wizualizacji danych.
 - Canva / Adobe Illustrator – do tworzenia profesjonalnych raportów badawczych i infografik.

- **ChatGPT / Claude / Gemini**
 - Wykorzystywane do podsumowywania wywiadów, transkrypcji spotkań i dużych zbiorów danych, pomagające dziennikarzom w szybkim uzyskiwaniu wniosków na potrzeby projektów immersyjnych.

Bibliografia

1. Creswell, J. D. i John, W. (2018). Creswell, Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.

2. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007-1023.
3. Paura, A. (2018). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. [Mediashift.org](https://www.mediashift.org).
4. Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik.
5. Baraldo, M., Dolcetti, F. i Di Franco, P. D. G. (2025). Wzbogacanie badań jakościowych: badanie technologii immersyjnych w badaniach opartych na miejscu. *International Journal of Qualitative Methods*, 24, 16094069251331352.
6. Fabiano, N., Gupta, A., Bhambra, N., Luu, B., Wong, S., Maaz, M., ... & Solmi, M. (2024). Jak zoptymalizować proces przeglądu systematycznego przy użyciu narzędzi AI. *JCPP advances*, 4(2), e12234.
7. Ugap, C., Yahaya, W. A. W., Balakrishnan, B., Hashim, M. E. A. H., Tochinai, F., & Nasir, S. M. (2025). Narracja wzbogacona technologią: przegląd systematyczny cyfrowego opowiadania historii w edukacji. *Journal of Advanced Research Design*, 131(1), 1-16.
8. Field, A. (2024). *Odkrywanie statystyki przy użyciu IBM SPSS Statistics*. Sage Publications Limited.
9. Chen, H., Dong, Z. i Chan, I. Y. (2025). Ocena biometryczna i immersyjne środowiska budowlane: przegląd badań dotyczących aktualnej sytuacji, wyzwań i perspektyw na przyszłość. *Journal of Construction Engineering and Management*, 151(7), 03125005.
10. Pattekari, S., Thiyagarajan, V. S., Rameshkumaar, V. P., Purandare, P., Reka, R. i Md, R. Y. (maj 2025). Analiza nastrojów oparta na sztucznej inteligencji dla przyszłego zaangażowania w mediach społecznościowych. W: *International Conference on Sustainability Innovation in Computing and Engineering (ICSICE 2024)* (s. 112-124). Atlantis Press.
11. Gunbayi, I. (2024). Rygor w badaniach jakościowych. *Journal of Action Qualitative & Mixed Methods Research (JAQMER)*, 3(2).
12. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320.
13. Mystakidis, S. i Lympouridis, V. (2024). Projektowanie immersyjnego uczenia się w metawersie: synteza przeglądu literatury teoretycznej. *Zastosowanie metawersu w edukacji*, 55–71.

MODUŁ 10: Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Europejskie systemy medialne i perspektywy globalne (magister)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	Licencjat z dziennikarstwa, medioznawstwa, komunikacji, nauk politycznych, stosunków międzynarodowych lub pokrewnych dyscyplin. Solidna podstawowa wiedza z zakresu teorii mediów, etyki mediów oraz współczesnych systemów politycznych
Nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Dane wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten kurs na poziomie magisterskim oferuje dogłębną, zorientowaną na badania i krytyczną analizę europejskich systemów medialnych w coraz bardziej zglobalizowanym, cyfrowym i geopolitycznie spornym środowisku komunikacyjnym. Kurs bada, w jaki sposób władza polityczna, struktury gospodarcze, infrastruktura technologiczna i dynamika kulturowa kształtują instytucje medialne i praktyki dziennikarskie w Europie i poza nią. Studenci zapoznają się z zaawansowaną teorią mediów porównawczych, zarządzaniem mediami w UE, regulacjami dotyczącymi platform, sztuczną inteligencją i komunikacją międzykulturową, rozwijając umiejętność krytycznej oceny systemów medialnych jako instrumentów demokracji, reprezentacji i globalnego wpływu.

Cele nauczania

W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna analiza europejskich systemów medialnych z wykorzystaniem zaawansowanych ram teoretycznych, porównawczych i zorientowanych na politykę.
Cel 2	Przeanalizowanie strukturalnych interakcji między mediami, władzą polityczną, interesami gospodarczymi i platformami cyfrowymi.
Cel 3	Ocena wpływu globalizacji, sztucznej inteligencji i zarządzania platformami na dziennikarstwo i dyskurs publiczny.
Cel 4	Krytyczna ocena reprezentacji międzykulturowej, różnorodności i relacji władzy w transnarodowych narracjach medialnych.
Cel 5	Opracowanie niezależnych, opartych na badaniach i istotnych z punktu widzenia polityki perspektyw dotyczących pluralizmu mediów i demokratycznego zarządzania.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu studiów studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Wykazać się bardzo zaawansowaną i samodzielną wiedzą na temat europejskich i globalnych systemów medialnych.
Efekt kształcenia 2	Stosować i krytycznie oceniać porównawcze teorie mediów oraz modele zarządzania.
Efekt kształcenia 3	Krytyczna ocena unijnych i międzynarodowych regulacji mediów w szerszych ramach politycznych i normatywnych.
Efekt kształcenia 4	Przeprowadzanie zaawansowanych międzykulturowych i etycznych analiz narracji i reprezentacji medialnych.
Efekt kształcenia 5	Opracowywanie i uzasadnianie opartych na badaniach i zorientowanych na politykę argumentów dotyczących złożonych wyzwań medialnych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Europejskie systemy medialne a globalna potęga	Hallin & Mancini (2004), Wprowadzenie; Beck (2019), rozdz. 1	Notatka dotycząca krytycznego mapowania systemu
2	Zaawansowana teoria porównawcza mediów	Hallin i Mancini (2004), rozdz. 1–3	Zaawansowana analiza porównawcza
3	Własność mediów, zarządzanie i demokracja	Silverstone (2007), rozdz. 2–3	Studium przypadku dotyczące zarządzania
4	Polityka medialna UE i regulacje dotyczące platform	RODO; DSA; ustawa o sztucznej inteligencji (wybrane artykuły)	Analiza polityki z krytyką normatywną
5	Transformacja cyfrowa i potęga platform	Raport Reutersa dotyczący wiadomości cyfrowych	Krytyczna analiza ekosystemu platform
6	Dziennikarstwo transnarodowe i globalne przepływy mediów	Beck (2019), wybrane rozdziały	Synteza analityczna oparta na badaniach
7	Platformy streamingowe i hegemonia kulturowa	Wybrane recenzowane artykuły	Krytyczny komentarz naukowy
8	Dezinformacja, polaryzacja i odporność demokracji	UNESCO (2023), wybrane fragmenty	Ramy briefu politycznego
9	Komunikacja międzykulturowa i reprezentacja	Silverstone (2007), rozdz. 6	Zaawansowana analiza tekstów medialnych
10	Sztuczna inteligencja, automatyzacja i dziennikarstwo algorytmiczne	Ustawa UE o sztucznej inteligencji; wybrane artykuły naukowe	Notatka badawcza na temat sztucznej inteligencji i mediów
11	Etyka, różnorodność i opowiadanie historii sprzyjające włączeniu społecznemu	Wybrane lektury akademickie	Projekt eseju krytycznego

12	Synteza i prezentacje na poziomie magisterskim	Brak nowych lektur	Prezentacje końcowe i prace końcowe
----	--	--------------------	-------------------------------------

Ocena i klasyfikacja

Praca badawcza dotycząca porównawczych systemów medialnych	30%
Projekt dotyczący analizy mediów międzykulturowych	30%
Zaawansowany raport dotyczący polityki	20%
Krytyczny esej badawczy	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Praca badawcza dotycząca porównawczych systemów medialnych	30%	Oryginalność i dogłębność analizy porównawczej (10%); krytyczne podejście do zaawansowanych ram teoretycznych i dowodów empirycznych (10%); spójność analityczna, jakość argumentacji oraz styl pisanie na poziomie magisterskim (10%).
Projekt z zakresu międzykulturowej analizy mediów	30%	Rygor koncepcyjny i oryginalność projektu (10%); krytyczne połączenie teorii komunikacji międzykulturowej i analizy władzy (10%); głębia analityczna, poprawność metodologiczna i jakość prezentacji (10%).
Zaawansowany raport dotyczący wyzwań stojących przed mediami europejskimi	20%	Dogłębne zrozumienie problemu politycznego i kontekstu zarządzania (8%); krytyczne zastosowanie ram regulacyjnych UE i ocena normatywna (6%); wykonalność, wizja strategiczna i jasność zaleceń (6%).
Krytyczny esej badawczy	20%	Głębka krytycznej refleksji i niezależna argumentacja (10%); integracja i synteza literatury przedmiotu oraz spostrzeżeń empirycznych (5%); rygor akademicki, struktura, odniesienia i jakość pisanie (5%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Źródła danych i analiza mediów

Studenci są zobowiązani do samodzielnego uzyskiwania dostępu, interpretowania i krytycznej oceny europejskich i międzynarodowych zbiorów danych dotyczących mediów, raportów instytucjonalnych oraz dokumentów dotyczących polityki.

Główne źródła obejmują Eurobarometr, raport Reuters Digital News Report, EBU Media Intelligence, zbiory danych UNESCO dotyczące umiejętności korzystania z mediów i informacji oraz oficjalne teksty regulacyjne UE.

Narzędzia do analizy i wizualizacji danych

- Excel / Arkusze Google – do zaawansowanej analizy porównawczej, syntezy i uporządkowanej interpretacji danych międzynarodowych.
- Tableau / Power BI – do tworzenia wizualizacji analitycznych wspierających argumenty porównawcze i zorientowane na politykę.

Narzędzia do analizy jakościowej i tekstowej

- NVivo lub Atlas.ti – do zaawansowanej jakościowej analizy treści tekstów medialnych, dokumentów politycznych i ram regulacyjnych, z naciskiem na reprezentację międzykulturową, analizę dyskursu i narracje dotyczące zarządzania.

Współpraca i zarządzanie badaniami

- Google Workspace – do wspólnego pisania prac naukowych i zarządzania dokumentami.
- Miro / Trello – do koordynowania grupowych projektów badawczych i zarządzania złożonymi procesami analitycznymi

Narzędzia do analizy mediów oparte na sztucznej inteligencji i obliczeniach

Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji do tłumaczenia, analizy treści i eksploracyjnego eksplorowania tekstów mogą być wykorzystywane na zaawansowanym poziomie, pod warunkiem że ich użycie jest przejrzyste, poddane krytycznej ocenie i w pełni zgodne z przepisami UE, polityką instytucjonalną oraz standardami rzetelności naukowej.

Bibliografia (styl APA)

1. Beck, U. (2019). Globalne nierówności i wizja kosmopolityczna. Polity Press.
2. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i przywłaszczają je kapitalizmowi. Stanford University Press.
3. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2016). Rozporządzenie (UE) 2016/679 (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
4. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2022). Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.

5. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2024). Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (Ustawa o sztucznej inteligencji). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej.
6. Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004). Porównanie systemów medialnych: trzy modele mediów i polityki. Cambridge University Press.
7. Instytut Badań nad Dziennikarstwem im. Reutersa. (Najnowsze wydanie). Raport o wiadomościach cyfrowych.
8. Silverstone, R. (2007). Media i moralność: O powstaniu mediopolis. Polity Press.
9. UNESCO. (2023). Globalny raport dotyczący umiejętności korzystania z mediów i informacji

MODUŁ 11: Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Sztuczna inteligencja i cyberbezpieczeństwo w mediach immersyjnych (magister)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	Brak
Imię i nazwisko instruktora	[Imię i nazwisko instruktora]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten zaawansowany moduł studiów magisterskich wypełnia istotną lukę między generatywną produkcją AI a zarządzaniem cyberbezpieczeństwem w sektorze mediów immersyjnych. Ponieważ redakcje i studia kreatywne w coraz większym stopniu polegają na narzędziach AI typu „czarna skrzynka” do generowania środowisk 3D i syntetycznych narracji, liderzy muszą zrozumieć systemowe ryzyko, jakie niosą ze sobą te technologie — od wycieku danych biometrycznych i „zanieczyszczonych” zbiorów danych po erozję zaufania publicznego.

Wychodząc poza szkolenia techniczne, kurs ten opiera się na modelu doradztwa i przywództwa. Studenci nauczą się przeprowadzać audyty najnowocześniejszych narzędzi AI pod kątem podatności na zagrożenia, stosować ramy regulacyjne wysokiego szczebla (takie jak unijna ustawa o AI i RODO) w kreatywnych procesach pracy oraz formułować egzekwowalne zasady odpowiedzialnych innowacji. Zwieńczeniem modułu jest strategiczna propozycja na poziomie kierowniczym dotycząca zarządzania redakcją oraz obrona ustna, dzięki czemu absolwenci będą przygotowani do kierowania organizacjami w złożonym etycznym i prawnym krajobrazie ery algorytmicznej.

Cele nauczania

Po ukończeniu tego modułu studenci będą potrafili:

Cel 1	Analizować systemowe powiązania między generatywnymi procesami pracy opartymi na sztucznej inteligencji a lukami w cyberbezpieczeństwie w środowiskach immersyjnych.
Cel 2	Ocenić skuteczność obecnych globalnych regulacji w ograniczaniu ryzyka związanego z mediami syntetycznymi.
Cel 3	Synteza ram teoretycznych z zakresu etyki mediów i sprawiedliwości danych w celu rozwiązania „trudnych problemów” w dziennikarstwie cyfrowym.
Cel 4	Sformułowanie strategicznych zasad zarządzania, które chronią integralność instytucjonalną i bezpieczeństwo użytkowników w zautomatyzowanych procesach medialnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Zanalizować potok produkcji 3D oparty na sztucznej inteligencji w celu zidentyfikowania konkretnych punktów pozyskiwania danych biometrycznych oraz stronniczości algorytmów.
Efekt kształcenia 2	Ocenić istniejące platformy immersyjne pod kątem ich zgodności z art. 9 RODO oraz wymogami dotyczącymi przejrzystości zawartymi w unijnej ustawie o sztucznej inteligencji.
Efekt kształcenia 3	Opracowanie kompleksowej zielonej księgi, która przekłada złożone ryzyko techniczne na praktyczną politykę redakcyjną.
Efekt kształcenia 4	Uzasadnienie strategicznych decyzji dotyczących polityki podczas ustnej obrony na żywo, wykazując się profesjonalną odpornością i dogłębną wiedzą merytoryczną.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
---------	-------	------------	---------

<p>1</p>	<p>Przemiana w kierunku rzeczywistości syntetycznej</p> <p><i>AI:</i> Od przechwytywania do generowania (NeRFs/Gaussian Splats).</p> <p><i>Cyber:</i> Śmierć „prawdy optycznej” w dziennikarstwie.</p>	<p>Hemraj (2025)</p> <p><i>Temat:</i> „Zwrot algorytmiczny”.</p>	<p>Seminarium: Dekonstrukcja studium przypadku wiadomości typu deepfake.</p>
<p>2</p>	<p>Biometryczna kopalnia złota</p> <p><i>AI:</i> Jak zestawy słuchawkowe wykorzystują śledzenie wzroku do renderowania fovealnego.</p> <p><i>Cyberbezpieczeństwo:</i> Ataki wnioskowania: Wyprowadzanie informacji o stanie zdrowia/emocjach na podstawie danych</p>	<p>Slater i Sanchez-Vives (2016)</p> <p><i>Temat:</i> Kapitalizm nadzoru.</p>	<p>Laboratorium: Mapa wyczerpania danych. Co Meta Quest 3 wie o tobie po 10 minutach?</p>

	dotyczących spojrzenia.		
3	<p>Archiwa generatywne i halucynacje</p> <p><i>AI:</i> RAG (Retrieval-Augmented Generation) w 3D.</p> <p><i>Cyber:</i> Zanieczyszczone zbiory danych: Jak złe dane tworzą stroniczą historię.</p>	<p>O'Neil (2016)</p> <p><i>Temat:</i> Stroniczość algorytmów.</p>	<p>Warsztaty: Kontrola zbioru danych pod kątem luk w reprezentacji.</p>
4	<p>Przeptyw pracy „czarnej skrzynki”</p> <p><i>AI:</i> Inżynieria podpowiedzi i przestrzeń utajona.</p> <p><i>Cyberbezpieczeństwo:</i> Ryzyko łańcucha dostaw: Kto jest właścicielem modelu? Kto widzi Twoje podpowiedzi?</p>	<p>Ye i in. (2024)</p> <p><i>Główny temat:</i> Ryzyko związane z podmiotami zewnętrznymi.</p>	<p>Kamień milowy: Wybór narzędzia do oceny 1 (audyt).</p>

5	<p>Tożsamość i awatar</p> <p><i>AI:</i> awatary generatywne i cyfrowe bliźniaki.</p> <p><i>Cyberprzestępczość:</i> kradzież tożsamości: Deepvoice i podszywanie się pod awatara.</p>	<p>Qamar i in. (2023)</p> <p><i>Temat:</i> Prawo do tożsamości.</p>	<p>Seminarium: Czy możemy przeprowadzić wywiad z awatarem AI?</p>
6	<p>„Podstępna” podatność</p> <p><i>AI:</i> Przetwarzanie przestrzenne i budowanie świata.</p> <p><i>Cyberprzestrzeń:</i> Phishing przestrzenny: Manipulowanie postrzeganiem grawitacji/przes trzeni przez użytkownika.</p>	<p>Hine i in. (2024)</p> <p><i>Temat:</i> Bezpieczeństwo fizyczne w XR.</p>	<p>Zajęcia: Warsztaty regulacyjne: Mapowanie luki między bezpieczeństwem a ochroną.</p> <p>Zadanie: „Test warunków skrajnych” dotyczący polityki w ramach zajęć. Jeśli środowisko wiadomości 3D wygenerowane przez sztuczną inteligencję spowoduje obrażenia fizyczne użytkownika, kto ponosi odpowiedzialność? Dziennikarz, platforma czy twórca modelu sztucznej inteligencji?</p>
7	<p>Ramy regulacyjne i: Prywatność</p>	<p>RODO art. 9</p>	<p>Zadanie: Opracowanie procesu uzyskiwania zgody, który</p>

	<p><i>Temat:</i> Ochrona użytkownika.</p> <p><i>Perspektywa:</i> RODO i zgoda na wykorzystanie danych biometrycznych.</p>	<p><i>Główny temat:</i> Dane szczególnej kategorii.</p>	<p>użytkownicy faktycznie przeczytają.</p>
8	<p>Ramy regulacyjne II: Przejrzystość</p> <p><i>Temat:</i> Ochrona prawdy.</p> <p><i>Perspektywa:</i> unijna ustawa o sztucznej inteligencji (art. 50).</p>	<p>Unijna ustawa o sztucznej inteligencji (2024)</p> <p><i>Główny temat:</i> Znak wodny i ujawnianie informacji.</p>	<p>Seminarium: Jak oznaczyć AI bez zakłócania immersji.</p>
9	<p>ład korporacyjny i tajemnice</p> <p><i>Temat:</i> Ochrona redakcji.</p> <p><i>Perspektywa:</i> własność intelektualna i tajemnice handlowe.</p>	<p>Erickson (2024)</p> <p><i>Tematyka:</i> Sztuczna inteligencja w branżach kreatywnych.</p>	<p>Warsztaty: Opracowanie filarów polityki na potrzeby oceny 2.</p> <p>PRZESŁANIE: OCENA 1 (Raport z audytu – 30%)</p>
10	<p>Etyka automatyzacji</p> <p><i>Temat:</i> Ochrona pracownika.</p> <p><i>Perspektywa:</i> Wyparcie siły roboczej i „człowiek w pętli”.</p>	<p>Thomson i in. (2024)</p> <p><i>Główny temat:</i> Nowa rola dziennikarza.</p>	<p>Ćwiczenie: Testowanie własnej polityki metodą „red teaming”. Uczniowie próbują złamać zasady ustalone przez innych.</p>

<p>11</p>	<p>Zarządzanie kryzysowe i odporność</p> <p><i>Scenariusz:</i> Dochodzi do ogromnego wycieku danych. Jak zareagujesz?</p> <p><i>Umiejętność:</i> Komunikacja w sytuacji kryzysowej.</p>	<p>Global Cyber Alliance (2020)</p> <p><i>Temat:</i> Reagowanie na incydenty.</p>	<p>Próba: Ćwiczenie pytań i odpowiedzi na kolokwium.</p>
<p>12</p>	<p>Kolokwium dla kadry kierowniczej</p> <p><i>Podsumowanie:</i> Obrona człowieka w erze maszyn.</p>	<p>UNESCO (b.d.)</p> <p><i>Temat:</i> Standardy globalne.</p>	<p>PRZESŁANIE: OCENA 2 (Zielona księga – 50%)</p> <p>NA ŻYWO: OCENA 3 (obronę ustną – 20%)</p>

Ocena i punktacja

Ocena 1: Audyt algorytmów kryminalistycznych	30%
Ocena 2: Ramy polityki	40%
Ocena 3: Kolokwium końcowe (obrona ustna)	30%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
---------	------	----------

Ocena 1: Audyt algorytmu kryminalistycznego	30%	<p>Raport techniczny o objętości 2000 słów.</p> <p>Studenci wybierają jedno konkretne narzędzie AI/XR (np. <i>Luma AI</i>, <i>Meta Quest</i>, <i>Midjourney</i>) i przeprowadzają audyt. Muszą zidentyfikować:</p> <p>Wyciek danych: Jakie dane biometryczne/przestrzenne są pozyskiwane?</p> <p>Stronniczość/integralność: Czy model generuje halucynacje lub stereotypy?</p> <p>Ryzyko prawne: czy narusza zasady przejrzystości określone w RODO/unijnej ustawie o sztucznej inteligencji?</p>
Ocena 2: Ramy polityki	50%	<p>Dokument strategiczny o objętości 2500 słów.</p> <p>Studenci opracowują oficjalne „Wytyczne dotyczące sztucznej inteligencji i bezpieczeństwa” dla fikcyjnej organizacji medialnej. Muszą wybrać jeden aspekt regulacyjny (np. <i>przejrzystość</i>, <i>prywatność</i> lub <i>prawa autorskie</i>) i opracować egzekwowalne zasady dotyczące sposobu, w jaki organizacja będzie korzystać z immersyjnej sztucznej inteligencji bez narażania bezpieczeństwa użytkowników lub prawdy dziennikarskiej.</p>
Ocena 3: Kolokwium wykonawcze (obronę ustną)	20%	<p>Prezentacja na żywo + sesja pytań i odpowiedzi.</p> <p>Studenci przedstawiają swoje <i>ramy polityki</i> przed komisją. Muszą ustnie bronić swoich wyborów politycznych w obliczu scenariuszy „trudnych problemów” (np. „<i>Wasza polityka zakazuje deepfake'ów, ale jak mamy relacjonować skandal związany z deepfake'ami bez ich pokazywania?</i>”).</p>

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Audyty techniczne i analiza ryzyka

Ramy algorytmicznej oceny wpływu (AIA): narzędzia do oceny stronniczości, reprezentacji i ryzyka etycznego w mediach generowanych przez sztuczną inteligencję.

EFF Security Education Companion: Zasoby służące zrozumieniu bezpieczeństwa w Internecie, szyfrowania i świadomości ryzyka.

Ramy modelowania zagrożeń: Znajomość metodologii (np. PASTA, STRIDE) stosowanych do strukturalnej analizy luk w zabezpieczeniach systemów.

Polityka, prawo i zarządzanie

RODO i wytyczne dotyczące etyki danych (Komisja Europejska / ICO): Kluczowe dokumenty określające obowiązki w zakresie ochrony danych.

Bazy danych akademickich (Scopus, Web of Science): Niezbędne do dogłębnego przeglądu literatury łączącej wyniki badań technicznych z teoriami krytycznymi i dokumentami strategicznymi.

Hine, E. i in. (2024): Dokumenty strategiczne i literatura naukowa poświęcone konkretnie analizom **wyzwań regulacyjnych związanych z XR** oraz modelom zarządzania.

Analiza danych i wnioskowanie biometryczne

Dokumentacja czujników biometrycznych: Specyfikacje techniczne i arkusze danych dotyczące popularnych czujników śledzenia ruchu gałek ocznych i czujników fizjologicznych, wykorzystywanych do zrozumienia ograniczeń w zakresie gromadzenia danych.

Narzędzia do analizy jakościowej i etycznej

Ramy praktyki refleksyjnej: Modele takie jak cykl refleksyjny Gibbisa, wykorzystywane do strukturyzowania krytyki etycznej i refleksji nad polityką.

NVivo / Atlas.ti: Wykorzystywane do kodowania danych jakościowych zebranych podczas **testów skuteczności uzyskiwania zgody użytkowników** (ocena B), w szczególności w celu analizy reakcji użytkowników na informacje o ochronie prywatności.

Wizualizacja i raportowanie

Tableau / Power BI: Do tworzenia profesjonalnych pulpitów nawigacyjnych i wizualizacji wyników audytu oraz wskaźników wpływu polityki.

Canva / Adobe Illustrator: Służą do tworzenia profesjonalnych raportów badawczych i infografik (wymaganych w ramach strategicznego audytu bezpieczeństwa).

Generatywna sztuczna inteligencja i podsumowywanie danych

ChatGPT / Claude / Gemini: Służą do streszczania dokumentów prawnych, dokumentów strategicznych lub transkrypcji z testów użytkowników, pomagając studentom w szybkim wyciąganiu i analizowaniu wniosków do ich raportów strategicznych.

Bibliografia (styl APA)

1. Chow, Y. W., Susilo, W., Li, J., Tanyel, M. A., Zhou, W. i Xu, G. (2022). Wizualizacja i cyberbezpieczeństwo w metawersie: badanie ankietowe. *Journal of Imaging*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.3390/jimaging9010011>

2. Erickson, K. (2024). Sztuczna inteligencja i praca w branżach kreatywnych: cyfrowa ciągłość czy nieciągłość? *Creative Industries Journal*, 17(3), 263–278. <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2244583>
3. Unia Europejska. (2024). Rozporządzenie (UE) 2024/1689 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 czerwca 2024 r. ustanawiające zharmonizowane przepisy dotyczące sztucznej inteligencji (ustawa o sztucznej inteligencji). *Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej*, L 2024/1689. <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>
4. Global Cyber Alliance. (15 października 2020 r.). Zestaw narzędzi GCA dotyczących cyberbezpieczeństwa dla dziennikarzy. <https://gcatoolkit.org/journalists/>
5. Hemraj, S. (2025). Sztuczna inteligencja a przyszłość rozwoju kreatywnego: Nowe spojrzenie na produkcję mediów cyfrowych. *AI and Ethics*, 5(1), 89–104. <https://doi.org/10.1007/s43681-024-00512-w>
6. Hine, E., Floridi, L., Taddeo, M., Tsamados, A. i Roberts, H. (2024). Bezpieczeństwo i prywatność w immersyjnej rzeczywistości rozszerzonej: analiza i zalecenia dotyczące polityki. *Digital Society*, 3(1), artykuł 2. <https://doi.org/10.1007/s44206-023-00084-2>
7. Biuro Komisarza ds. Informacji. (lipiec 2022). Ocena skutków kodeksu ochrony danych i dziennikarstwa. <https://ico.org.uk/media2/migrated/4021559/ico-draft-journalism-code-impact-assessment.pdf>
8. O'Neil, C. (2016). Broń matematycznego zniszczenia: Jak duże zbiory danych zwiększają nierówności i zagrażają demokracji. Crown.
9. Qamar, S., Anwar, Z. i Afzal, M. (2023). Systematyczna analiza zagrożeń i ramy oceny bezpieczeństwa dla metawersum. *Computers & Security*, 128, 103121. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103121>
10. Slater, M. i Sanchez-Vives, M. V. (2016). Wzbogacanie naszego życia dzięki wciągającej rzeczywistości wirtualnej. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
11. Thomson, T. J., Ryan, C. i Park, J. H. (2024). Generatywna wizualna sztuczna inteligencja w organizacjach informacyjnych: wyzwania, możliwości i kwestie etyczne. *Digital Journalism*, 12(4), 451–472. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287461>
12. Ye, Y., Chen, Q., Oh, J. H., Chen, S. i Ma, X. (2024). Generatywna sztuczna inteligencja do wizualizacji: stan wiedzy. *Visual Informatics*, 8(2), 56–72. <https://doi.org/10.1016/j.visinf.2024.04.001>

MODUŁ 12: Myślenie projektowe i zarządzanie projektami

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Myślenie projektowe i zarządzanie projektami (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego;
Program	iStream – Dziennikarstwo immersyjne
Nazwa przedmiotu	Projektowanie i produkcja multimedialna (magister)

Informacje o wykładowcy

Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten rozwija zaawansowane kompetencje w zakresie myślenia projektowego i zarządzania projektami w dziennikarstwie immersyjnym i innowacjach medialnych. Koncentruje się na strategicznym formułowaniu problemów, metodologii projektowania zorientowanego na człowieka oraz planowaniu i zarządzaniu złożonymi projektami opartymi na współpracy. Studenci angażują się w iteracyjne procesy projektowe, stosując ustrukturyzowane podejścia do zarządzania projektami oraz krytycznie oceniają decyzje w kontekście kwestii organizacyjnych, etycznych i zorientowanych na odbiorców. Nacisk kładziony jest na przywództwo, praktykę refleksyjną oraz umiejętność radzenia sobie z niepewnością i zmianami w trakcie realizacji immersyjnych i innowacyjnych projektów dziennikarskich.

Cele nauczania

Studenci zdobędą zaawansowaną wiedzę i umiejętności praktyczne w zakresie myślenia projektowego i zarządzania projektami w kontekście dziennikarstwa immersyjnego i innowacji medialnych. Dzięki krytycznej analizie i praktyce opartej na projektach nauczą się formułować złożone problemy z zakresu „ ”, projektować i zarządzać procesami iteracyjnymi oraz kierować projektami opartymi na współpracy w warunkach niepewności. Od studentów oczekuje się uzasadniania decyzji projektowych i zarządczych w oparciu o względy teoretyczne, etyczne i kontekstowe, a także krytycznej refleksji nad wynikami i procesami projektowymi. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Rozwinięcie u studentów zaawansowanego zrozumienia metodologii myślenia projektowego oraz ich zastosowania w odniesieniu do złożonych problemów w dziennikarstwie immersyjnym i innowacjach medialnych.
Cel 2	Umożliwienie studentom planowania, zarządzania i kierowania projektami opartymi na współpracy przy użyciu ustrukturyzowanych podejść do zarządzania projektami.
Cel 3	Wzmocnienie zdolności studentów do uwzględniania kwestii strategicznych, etycznych i organizacyjnych w decyzjach dotyczących projektowania i zarządzania projektami.
Cel 4	Zachęcanie do krytycznej refleksji nad procesami projektowymi, wynikami i praktykami przywódczymi w dynamicznych i niepewnych środowiskach.
Cel 5	Wspieranie rozwoju kompetencji zawodowych w zakresie komunikacji, koordynacji i podejmowania decyzji w ramach zespołów multidyscyplinarnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Krytycznie stosować metodologię myślenia projektowego w celu formułowania i rozwiązywania złożonych problemów w kontekście dziennikarstwa immersyjnego i innowacji medialnych.

Efekt kształcenia 2	Projektowanie, zarządzanie i kierowanie złożonymi projektami poprzez integrację planowania strategicznego, zarządzania zasobami oraz iteracyjnych procesów rozwoju.
Efekt kształcenia 3	Ocenić decyzje i wyniki projektów w kontekście kwestii organizacyjnych, etycznych i zorientowanych na odbiorców.
Efekt kształcenia 4	Wykazywanie się zdolnościami przywódczymi i skuteczną współpracą w ramach multidyscyplinarnych zespołów projektowych.
Efekt kształcenia 5	Krytycznie analizować procesy i wyniki projektu, syntetyzując spostrzeżenia w celu wykorzystania ich w przyszłej praktyce zawodowej i badawczej.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Myślenie projektowe i zarządzanie projektami w innowacjach medialnych	Lugmayr (2011); Brunetti i in. (2024)	Przeprowadź krytyczną analizę złożonego projektu medialnego. W jaki sposób decyzje dotyczące projektowania i zarządzania były dostosowane do celów strategicznych?
2	Zaawansowane formułowanie problemów i projektowanie zorientowane na człowieka	Polydorou (2024); Murray (2017)	Opracuj analizę formułowania problemów. W jaki sposób kontekst interesariuszy i organizacji kształtuje problem?
3	Strategie generowania pomysłów, kreatywności i innowacji	Lugmayr (2011); Brunetti i in. (2024)	Zaproponuj i uzasadnij alternatywne strategie projektowe. Jakie kryteria kierują wyborem strategicznym?
4	Od koncepcji do strategii projektowych	Murray (2017); Polydorou (2024)	Opracuj dokument strategii projektowej. W jaki sposób łączy on

			projekt, cele i ograniczenia?
5	Ramy zarządzania projektami i przywództwo	Hayes i in. (2022); Sissons i Cochrane (2019)	Krytycznie porównaj podejścia do zarządzania projektami. Które z nich jest najbardziej odpowiednie i dlaczego?
6	Planowanie, zasoby i zarządzanie ryzykiem	Hayes i in. (2022); Brunetti i in. (2024)	Opracuj szczegółowy plan projektu, w tym ocenę ryzyka i strategię ograniczania ryzyka.
7	Zaawansowane opracowywanie wniosków projektowych	Lugmayr (2011); Uskali i Ikonen (2020)	Złóż zaawansowaną propozycję projektu. W jaki sposób wykazuje ona świadomość strategiczną i etyczną?
8	Współpraca, przywództwo i komunikacja	Sissons & Cochrane (2019); Brunetti et al. (2024)	Przeanalizuj dynamikę zespołu i praktyki przywódcze. Jakie wyzwania i rozwiązania w zakresie „ ” się pojawiają?
9	Zarządzanie zmianą, iteracją i niepewnością	Polydorou (2024); Hayes i in. (2022)	Zmodyfikuj strategię projektu w oparciu o informacje zwrotne. Jak skutecznie zarządzać zmianami?
10	Kwestie etyczne, organizacyjne i społeczne	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Ocena ryzyka etycznego i organizacyjnego. Jak wpływa ono na decyzje projektowe?
11	Realizacja i ocena projektu	Uskali & Ikonen (2020); Hayes et al. (2022)	Ocena postępów i wyników projektu. Jakie kryteria oceny są najbardziej odpowiednie?
12	Prezentacja projektu, ocena i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Przedstawienie projektu końcowego i krytycznego raportu refleksyjnego. W jaki

			sposób refleksja wpływa na przyszłą praktykę?
--	--	--	---

Ocena i punktacja

Propozycja projektu zaawansowanego	20%
Strategia projektu i plan zarządzania	20%
Końcowy wynik projektu	40%
Raport z refleksji krytycznej	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja projektu zaawansowanego	20%	Oceniane pod kątem jasności i dogłębności sformułowania problemu (8%), strategicznego i etycznego uzasadnienia proponowanego podejścia (7%) oraz uwzględnienia kontekstu organizacyjnego, odbiorców i dziennikarskiego (5%).
Strategia projektu i plan zarządzania	20%	Oceniane pod kątem spójności i wykonalności strategii projektu (8%), rygorystycznego planowania, alokacji zasobów, zarządzania projektem () i ryzykiem (7%) oraz wykazania się zdolnościami przywódczymi i koordynacyjnymi w zakresie projektowania projektu (5%).
Końcowy wynik projektu	40%	Oceniane na podstawie osiągnięcia określonych celów projektu (15%), krytycznego zastosowania metodologii myślenia projektowego (10%), spójności strategicznej i jakości wykonania (10%) oraz świadomości etycznej i kontekstowej (5%).
Krytyczny raport refleksyjny	20%	Oceniane na podstawie głębi krytycznej refleksji i oceny (10%), integracji teorii, praktyki i spostrzeżeń dotyczących przywództwa (5%) oraz jakości pisania naukowego i jasności argumentacji (5%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
-----------	-----------------------

Współpraca i komunikacja	Microsoft Teams, Zoom lub równoważne platformy komunikacji online
Narzędzia do projektowania i tworzenia koncepcji	Miro, MURAL, FigJam lub podobne narzędzia do tworzenia cyfrowych tablic
Planowanie i zarządzanie projektami	Trello, Asana, Notion lub podobne narzędzia do zarządzania zadaniami i projektami
Dokumentacja i prezentacje	Microsoft Word, PowerPoint, Google Docs lub podobne narzędzia biurowe
Udostępnianie plików i kontrola wersji	Platformy przechowywania danych w chmurze (np. OneDrive, Google Drive)

Bibliografia (styl APA)

1. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w ścieżki edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
2. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnego wideo 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1). <https://doi.org/10.59668/423.8390>
3. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie myślenia projektowego jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji Akademickiej MindTrek (s. 332–334). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
4. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: Kodeks postępowania etycznego. Zalecenia dotyczące dobrych praktyk naukowych i użytkowników technologii VR. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
5. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: Przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
6. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>

7. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>
8. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1766987>
9. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>
10. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 13: Technologie immersyjne w praktyce

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Technologie immersyjne w praktyce (magister)
Kod kursu	IM xxx
Wymagania wstępne	Podstawy dziennikarstwa immersyjnego Projektowanie i produkcja multimedialna Przegląd technologii immersyjnych UX/UI dla mediów immersyjnych
Program	iStream – dziennikarstwo immersyjne

Szczegóły dotyczące prowadzącego

Imię i nazwisko prowadzącego	[Imię i nazwisko prowadzącego]
E-mail	[E-mail]
Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Moduł ten wprowadza studentów w teorię i praktykę technologii immersyjnych w dziedzinie dziennikarstwa immersyjnego, kładąc duży nacisk na naukę poprzez praktykę i krytyczną refleksję. Obejmuje on podstawy projektowania, tworzenia, postprodukcji i oceny doświadczeń immersyjnych w całym kontinuum wirtualności, w tym w rzeczywistości wirtualnej (VR), rzeczywistości rozszerzonej (AR), rzeczywistości mieszanej (MR) oraz mediach 360°. Studenci zdobywają praktyczne podstawowe umiejętności w zakresie tworzenia interaktywnych aplikacji *o niskim stopniu złożoności* dla wyświetlaczy montowanych na głowie, urządzeń mobilnych i tabletów przy użyciu profesjonalnych narzędzi do tworzenia i postprodukcji, jednocześnie korzystając ze środowisk 3D generowanych komputerowo, wideo 360° i dźwięku przestrzennego. Poprzez iteracyjne projektowanie, edycję i testowanie studenci badają, w jaki sposób immersja, obecność, ucieleśnienie, komfort i świadomość przestrzenna wynikają z interakcji między czynnikami percepcyjnymi, poznawczymi, narracyjnymi i technologicznymi. Wprowadzane są

rozdzielenia koncepcyjne między VR, AR i MR: VR w pełni zanurza użytkowników w środowiskach generowanych komputerowo, AR nakłada treści cyfrowe () na świat fizyczny, a MR umożliwia interakcję w czasie rzeczywistym między elementami cyfrowymi i fizycznymi.

Kurs jest wyraźnie przeznaczony dla studentów studiów licencjackich, kładąc nacisk na zrozumienie koncepcyjne, umiejętności praktyczne, pracę zespołową i refleksję nad praktyką, a nie na programowanie czy zaawansowane tworzenie systemów

Cele nauczania

Celem dydaktycznym tego modułu jest zapoznanie studentów studiów licencjackich z podstawowymi pojęciami i praktycznymi zastosowaniami technologii immersyjnych w kontekście dziennikarstwa immersyjnego. Studenci zdobędą podstawową wiedzę na temat wirtualnej rzeczywistości, rzeczywistości rozszerzonej, rzeczywistości mieszanej oraz mediów 360°, dowiadując się, czym te technologie się różnią i jak są wykorzystywane do tworzenia immersyjnych doświadczeń dziennikarskich. Moduł ma na celu pomóc studentom zrozumieć, w jaki sposób immersja, obecność i doświadczenie użytkownika wynikają z interakcji między wyborami narracyjnymi, procesami percepcyjnymi i poznawczymi oraz projektowaniem technologicznym, bez konieczności posiadania zaawansowanej wiedzy technicznej lub programistycznej.

Oprócz tych podstaw koncepcyjnych, moduł ma na celu rozwijanie umiejętności praktycznych i współpracy poprzez ćwiczenia praktyczne i warsztaty z przewodnikiem. Pod koniec kursu studenci studiów licencjackich będą potrafili planować, tworzyć i udoskonalać proste projekty dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu standardowych narzędzi branżowych, efektywnie pracować w małych zespołach produkcyjnych oraz krytycznie analizować swoje wybory projektowe i narracyjne.

W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Zrozumienie podstawowych pojęć i różnic między wirtualną rzeczywistością (VR), rzeczywistością rozszerzoną (AR), rzeczywistością mieszaną (MR) oraz mediami 360° w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Cel 2	Wyjaśnienie, w jaki sposób projektuje się doświadczenia immersyjne oraz jak czynniki narracyjne, percepcyjne, poznawcze i technologiczne wpływają na immersję, poczucie obecności i komfort użytkownika.
Cel 3	Zaplanowanie i realizacja prostych projektów dziennikarstwa immersyjnego przy użyciu standardowych narzędzi branżowych oraz zastosowanie podstawowych technik interakcji i postprodukcji.

Cel 4	Skuteczna praca w małych zespołach nad tworzeniem treści immersyjnych, wykazując się umiejętnościami współpracy, komunikacji i iteracyjnego rozwiązywania problemów.
Cel 5	Krytyczna ocena doświadczeń dziennikarstwa immersyjnego pod kątem wartości dziennikarskich, odpowiedzialności etycznej, dostępności i wpływu na odbiorców.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia	Opis
Efekt kształcenia 1	Projektować i realizować podstawowe prototypy mediów immersyjnych (VR, AR/MR lub doświadczenia 360°), które charakteryzują się spójną interakcją, stabilnym działaniem i znaczącym zaangażowaniem użytkownika w kontekście dziennikarstwa immersyjnego.
Efekt kształcenia 2	Wyjaśnienie, w jaki sposób wybory projektowe i produkcyjne wpływają na immersję, poczucie obecności, spójność przestrzenną, komfort użytkownika i wrażenia odbiorców w różnych formatach mediów immersyjnych.
Efekt kształcenia 3	Stosowanie podstawowych procesów pracy z mediami immersyjnymi, w tym podstawowych procesów rozwoju i postprodukcji, przy użyciu standardowych narzędzi branżowych, takich jak Unity lub Unreal, oraz profesjonalnego oprogramowania do edycji wideo i audio.
Efekt kształcenia 4	Skutecznie współpracować w małych, multidyscyplinarnych zespołach, przyczyniając się do zorganizowanych procesów pracy, definiowania ról oraz produkcji treści dziennikarstwa immersyjnego od koncepcji do końcowego produktu.
Efekt kształcenia 5	Krytycznie zastanawiać się nad kwestiami etycznymi, społecznymi i dostępności w produkcji mediów immersyjnych, wykazując świadomość odpowiedzialności dziennikarskiej, reprezentacji i standardów zawodowych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
----------------	--------------	-------------------	----------------

1	Wprowadzenie do technologii immersyjnych i dziennikarstwa immersyjnego	Uskali i Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Krótką analizą pisemną przykładu dziennikarstwa immersyjnego
2	Immersja, obecność i doświadczenie użytkownika	Baños i in. (2005); Murray (2017)	Refleksja na temat immersji i doświadczenia użytkownika w mediach VR/360°
3	Wirtualna rzeczywistość w dziennikarstwie: koncepcje i projektowanie	Murray (2017); Sissons i Cochrane (2019)	Szkic koncepcji VR i zarys doświadczenia
4	Projektowanie interakcji i komfort użytkownika w VR	Polydorou (2024); Stewart (2022)	Scenariusz interakcji dla doświadczenia dziennikarskiego w VR
5	Rzeczywistość rozszerzona i mieszana w dziennikarstwie	Polydorou (2024); Brunetti i in. (2024), repozytorium git-hub	Propozycja koncepcji AR/MR (prototyp o niskiej wierności lub makieta)
6	Etyka, dostępność i odpowiedzialność w mediach immersyjnych	Madary i Metzinger (2016); Taylor i Highfield (2020)	Przegląd etyczny i dostępności proponowanego projektu
7	Opowiadanie historii za pomocą filmów 360° i gramatyka wizualna	Damme i in. (2019); Hayes i in. (2022), repozytorium git-hub	Analiza dziennikarskiego filmu 360°
8	Dźwięk przestrzenny i projektowanie dźwięku dla mediów immersyjnych	Baños i in. (2005); Sánchez Laws (2017), repozytorium git-hub	Ćwiczenie z planowania dźwięku dla reportażu 360°

9	Wciągające procesy postprodukcji	Hayes i in. (2022); Lugmayr (2011), repozytorium GitHub	Praktyczne ćwiczenie montażowe z wykorzystaniem materiału filmowego 360°
10	Testy użytkowników i iteracja	Conrad i in. (2024); , repozytorium GitHub Polydorou (2024)	Raport z testów przeprowadzonych przez innych użytkowników i iteracja projektu
11	Opracowanie projektu końcowego	Uskali i Ikonen (2020); Pavlik (2013)	Ostateczne złożenie projektu immersyjnego
12	Prezentacja, krytyka i refleksja	Veitch i in. (2025); Brunetti i in. (2024)	Prezentacja projektu i esej refleksyjny

Ocena i punktacja

Element oceny	Waga
Esej badawczy	40%
Projekt grupowy	40%
Prezentacja i dyskusja	20%

Skalowanie ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Praca badawcza	40%	Zrozumienie pojęć związanych z VR, AR, XR (15%), wykorzystanie literatury (10%), analiza krytyczna (10%), struktura i styl akademicki (5%)
Projekt grupowy	40%	Koncepcja i znaczenie dziennikarskie (10%), realizacja techniczna (15%), projekt immersyjny i doświadczenie użytkownika (10%), praca zespołowa i zarządzanie projektem (5%)

Prezentacja i dyskusja	20%	Przejrzystość prezentacji (10%), refleksja krytyczna (5%), zaangażowanie i dyskusja (5%)
-------------------------------	-----	--

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach, warsztatach i działaniach produkcyjnych.

Przedłożenie prac po terminie

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac mogą skutkować karami, chyba że wcześniej uzgodniono inne warunki.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Wszystkie złożone prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z polityką uczelni.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne za pośrednictwem uniwersyteckiego centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych

Uczelnia zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu uzgodnienia niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Kategoria	Narzędzia / Platformy
-----------	-----------------------

Współpraca, prezentacja i ocena	Miro, Figma, GitHub; PowerPoint / Keynote (z wbudowanym 3D lub wideo); Google Forms, Mentimeter, Wooclap
Oprogramowanie do produkcji multimedialnej	Adobe Premiere Pro, Adobe Audition, Adobe After Effects, Adobe Photoshop / Illustrator
Tworzenie treści XR i immersyjnych	Unity3D, Unreal Engine; A-Frame, frameworki WebXR; Reality Composer
Produkcja multimediiów 360°	Kamery 360° (np. Insta360, GoPro MAX); Adobe Premiere Pro (narzędzia do edycji VR); Adobe After Effects
Modelowanie 3D i media przestrzenne	Blender; narzędzia do fotogrametrii i przechwytywania wolumetrycznego; oprogramowanie do audio przestrzennego (np. Reaper z wtyczkami ambisonicznymi)
Tworzenie rzeczywistości rozszerzonej	ARKit, ARCore; Adobe Aero; Spark AR Studio
Narzędzia dziennikarskie i do wizualizacji danych	Flourish, Tableau, Datawrapper; narzędzia Knight Lab; Mapbox
Sztuczna inteligencja i automatyzacja do tworzenia prototypów	ChatGPT, Midjourney, Synthesia, Lumen5
Zarządzanie projektami i organizacja	Notion, Trello

Bibliografia (styl APA)

1. Uskali, T. i Ikonen, P. (2020). Nauczanie dziennikarstwa immersyjnego. W: A. Gynnild i T. Uskali (red.), *Dziennikarstwo immersyjne jako opowiadanie historii* (s. 261–275). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429437748-18>
2. Pavlik, J. V. (2013). Innowacje i przyszłość dziennikarstwa. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
3. Baños, R. M., Botella, C., Alcañiz, M., Liaño, V., Guerrero, B. i Rey, B. (2005). Zanurzenie i emocje: ich wpływ na poczucie obecności. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 734–741.
4. Murray, J. H. (2017). *Hamlet na holodeku: przyszłość narracji w cyberprzestrzeni* (wyd. 2). MIT Press.
5. Sissons, H. i Cochrane, T. (2019). Wprowadzenie rzeczywistości immersyjnej do programu nauczania dziennikarstwa. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.27>

6. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320. <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2380184>
7. Stewart, N. (2022). *Pedagogika immersyjna: nauczanie nowych mediów w metawersie*. Międzynarodowa Rada ds. Umiejętności Korzystania z Mediów.
8. Brunetti, R., Ferrante, S., Avella, A. M., Indraccolo, A. i Del Gatto, C. (2024). Przekształcanie opowieści w ścieżki edukacyjne: zasady i metody edukacji immersyjnej. *Frontiers in Psychology*, 15, 1471459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1471459>
9. Madary, M. i Metzinger, T. K. (2016). Prawdziwa wirtualność: kodeks postępowania etycznego. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
2. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. *Digital Journalism*, 8(8), 1007–1023. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1766987>
3. Damme, K., All, A., de Marez, L. i Leuven, S. (2019). Dziennikarstwo wideo 360°: Badanie eksperymentalne dotyczące wpływu immersji na odbiór wiadomości i cierpienie osób z daleka. *Journalism Studies*, 20(14), 2053–2076. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1561958>
4. Hayes, A., Kaplan-Rakowski, R., Archibald, A., Bland, D., Lucke, H., Heap, T. i Taylor, D. (2022). Wdrażanie niedrogiej technologii immersyjnego wideo 360° w celu promowania podstawowych umiejętności na kursach dziennikarskich. *Journal of Applied Instructional Design*, 11(1).
5. Sánchez Laws, A. L. (2017). Czy dziennikarstwo immersyjne może zwiększyć empatię? *Digital Journalism*, 5(2), 213–228. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1219037>
6. 14. Lugmayr, A. (2011). Zastosowanie „myślenia projektowego” jako metody nauczania w edukacji medialnej. W: *Materiały z 15. Międzynarodowej Konferencji Akademickiej MindTrek* (s. 332–334). ACM. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181100>
7. Conrad, M., Kablitz, D. i Schumann, S. (2024). Skuteczność uczenia się z wykorzystaniem immersyjnej rzeczywistości wirtualnej w edukacji i szkoleniach: przegląd systematyczny. *Computers & Education: X Reality*, 4, 100053. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2024.100053>
8. Veitch, N., Donald, C., Judge, A., Carman, C., Scott, P., Taylor, S., Marks, L., Edmond, A., Kirkwood, N., McDonnell, N. i Macpherson, F. (2025). Uczenie się przez doświadczenie za pośrednictwem wirtualnej rzeczywistości. *Virtual Reality*, 29(1), 38. <https://doi.org/10.1007/s10055-025-01106-3>

MODUŁ 14: Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa kursu	Marketing i pozyskiwanie funduszy dla mediów immersyjnych (magister)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne (zalecane)	Cyfrowe opowiadanie historii i projektowanie narracji; Przegląd technologii immersyjnych; Wprowadzenie do ekonomii mediów.
Imię i nazwisko wykładowcy	[Imię i nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/Godziny]
Lokalizacja biura	[Lokalizacja]

Opis kursu

Ten moduł na poziomie magisterskim zapewnia zaawansowaną i zorientowaną na praktykę analizę strategii marketingowych i fundraisingowych dla dziennikarstwa immersyjnego oraz projektów mediów immersyjnych. Studenci uczą się projektować strategie odbiorców oparte na analizach, pozycjonować doświadczenia immersyjne na konkurencyjnych i transnarodowych rynkach oraz tworzyć zrównoważone kombinacje źródeł finansowania, łączące instrumenty publiczne, prywatne i społecznościowe. Kurs kładzie nacisk na etyczne, inkluzywne i oparte na danych podejmowanie decyzji,

umożliwiają studentom pogodzenie wpływu redakcyjnego, rentowności finansowej i długoterminowej stabilności w ekosystemach XR.

Cele nauczania

Studenci będą opierać się na podstawowej wiedzy, aby zrozumieć i zastosować kluczowe koncepcje marketingowe i fundraisingowe w kontekście mediów immersyjnych i dziennikarstwa immersyjnego. Będą analizować odbiorców, propozycje wartości i możliwości finansowania, a także nauczą się opracowywać wstępne, etyczne i zorientowane na zrównoważony rozwój strategie marketingowe i fundraisingowe dla projektów immersyjnych. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Opracowanie zaawansowanych, opartych na analizach kampanii marketingowych i narracji marki dla projektów mediów immersyjnych.
Cel 2	Opracowanie kompleksowych strategii finansowania łączących instrumenty publiczne, prywatne i społecznościowe.
Cel 3	Ocena wyników działań marketingowych i fundraisingowych przy użyciu wskaźników KPI oraz iteracji opartej na danych.
Cel 4	Włączenie zasad etyki, dostępności i inkluzywności do strategii marketingowych i fundraisingowych.
Cel 5	Synteza celów biznesowych, komunikacyjnych i redakcyjnych w ekosystemach mediów immersyjnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Opracować i uzasadnić strategie wejścia na rynek oraz rozwoju przedsięwzięć z zakresu dziennikarstwa immersyjnego.
Efekt kształcenia 2	Przygotowywać konkurencyjne wnioski o dotacje oraz prezentacje dla inwestorów poparte wiarygodnymi modelami finansowymi.
Efekt kształcenia 3	Krytycznie analizować dane dotyczące odbiorców, wskaźniki wydajności i modele finansowania w celu optymalizacji wyników.

Efekt kształcenia 4	Wykazywanie się strategicznym przywództwem i umiejętnością podejmowania decyzji w kontekście marketingu i pozyskiwania funduszy.
Efekt kształcenia 5	Włączać kwestie etyczne, prawne i społeczne do zaawansowanych strategii marketingowych i finansowych.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Literatura	Zadania
1	Zaawansowany marketing mediów immersyjnych	Kotler i in. (2021), rozdz. 1–2	Notatka analityczna dotycząca rynków mediów immersyjnych
2	Segmentacja odbiorców i projektowanie propozycji wartości	Ryan (2020), wybrane rozdziały	Zaawansowana analiza odbiorców i propozycji wartości
3	Strategie wejścia na rynek i architektura kanałów dystrybucji	Wybrane studia przypadków	Podsumowanie strategii kanałów dystrybucji i partnerstwa
4	Budowanie marki, narracja i komunikacja etyczna	Silverstone (2007), wybrane fragmenty	Ramy marki i komunikacji
5	Modele monetyzacji i ekonomika jednostkowa	Kotler i in. (2021), wybrane fragmenty	Model przychodów i analiza prognozy rentowności
6	Dane, analityka i strategie rozwoju grupy odbiorców	Materiały do przeczytania i raporty	Ramy KPI i plan rozwoju
7	Instrumenty finansowania publicznego i unijnego	Komisja Europejska (2023), dokumentacja	Analiza możliwości uzyskania dotacji

8	Finansowanie prywatne, oparte na oddziaływaniu i społecznościowe	Wybrane artykuły i studia przypadków	Zarys strategii finansowania hybrydowego
9	Gotowość inwestorów i grantodawców	Materiały szkoleniowe	Projekt prezentacji i budżetu
10	Ład korporacyjny, zgodność z przepisami i zarządzanie ryzykiem	RODO; DSA; ustawa o sztucznej inteligencji (wybrane artykuły)	Notatka dotycząca zgodności i oceny ryzyka
11	Etyka, integracja i zrównoważony rozwój	UNESCO (2023), wybrane fragmenty	Projekt eseju krytyczno-refleksyjnego
12	Prezentacje studiów przypadków i synteza strategiczna	Brak nowych lektur	Prezentacje końcowe i złożenie prac pisemnych

Ocena i punktacja

Raport dotyczący strategii marketingowej	30%
Propozycja zbiórki funduszy	30%
Prezentacja studium przypadku	20%
Esej refleksyjny	20%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Raport dotyczący strategii marketingowej	30%	Spójność strategiczna i dogłębność analizy (10%); efektywne wykorzystanie danych dotyczących odbiorców, informacji rynkowych i wskaźników KPI (10%); przejrzystość, struktura i profesjonalna jakość raportu (10%).
Propozycja pozyskania funduszy	30%	Odpowiedniość i integracja instrumentów finansowania (10%); solidność budżetu, logika finansowa i wykonalność (10%); spójność między oddziaływaniem redakcyjnym, etyką i zrównoważonym rozwojem (10%).

Prezentacja studium przypadku	20%	Głębka analiza krytycznej i wykorzystanie dowodów (8%); umiejętność połączenia teorii, praktyki i kontekstu rynkowego (6%); przejrzystość i profesjonalizm prezentacji oraz materiałów wizualnych (6%).
Esej refleksyjny	20%	Krytyczna refleksja i samodzielna argumentacja (10%); integracja koncepcji kursu, etyki i inkluzywności (5%); rygor akademicki, spójność i odniesienia (5%).

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

Analizy, dane i wizualizacja

- Google Analytics / GA4 – do zaawansowanej analizy odbiorców i śledzenia konwersji.
- HubSpot lub podobne narzędzia CRM – do analizy lejka sprzedażowego, segmentacji i strategii utrzymania klientów.
- Tableau / Power BI – do wizualizacji wskaźników KPI, scenariuszy finansowania i analiz odbiorców.

Marketing, komunikacja i projektowanie

- Canva / Adobe Creative Cloud / Figma – do tworzenia profesjonalnych materiałów komunikacyjnych, prezentacji i materiałów kampanii.
- Panele analityczne mediów społecznościowych – do monitorowania zaangażowania i wyników kampanii.

Zarządzanie projektami i współpraca

- Miro – do tworzenia map strategicznych, profili odbiorców i projektowania ścieżek użytkownika.
- Notion / Asana / Trello – do uporządkowanego zarządzania projektami, ustalania kamieni milowych i dokumentacji.
- Slack / Google Workspace – do komunikacji zespołowej i wspólnego pisania.

Analiza możliwości finansowania i opracowywanie wniosków

- Portal finansowania i przetargów UE – do analizy zaproszeń do składania wniosków, kryteriów kwalifikowalności i rezultatów. Biura Creative Europe i krajowe portale finansowania – do kontekstualizacji strategii finansowania.
- Arkusze kalkulacyjne – do budżetowania, modelowania przepływów pieniężnych i prognoz finansowych.

Narzędzia wspomagane sztuczną inteligencją

- Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji mogą być wykorzystywane do zaawansowanego generowania pomysłów, lokalizacji, analizy scenariuszy oraz eksploracyjnego badania odbiorców. Ich stosowanie musi być przejrzyste, poddane krytycznej ocenie oraz w pełni zgodne z przepisami UE (RODO, DSA, ustawa o sztucznej inteligencji), polityką instytucjonalną oraz standardami rzetelności naukowej.

Bibliografia (styl APA)

1. Beck, U. (2019). *Globalne nierówności i wizja kosmopolityczna*. Polity Press.
2. Kotler, P., Kartajaya, H. i Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technologia dla ludzkości*. Wiley.
3. Ryan, D. (2020). *Marketing cyfrowy: zrozumienie kampanii cyfrowych w erze opartej na danych*. Routledge.
4. Couldry, N. i Mejias, U. A. (2019). *Koszty połączenia: Jak dane kolonizują życie ludzkie i wykorzystują je na potrzeby kapitalizmu*. Stanford University Press.
5. Komisja Europejska. (2023). Program „Kreatywna Europa – MEDIA”: *Możliwości finansowania dla sektora audiowizualnego i immersyjnego*.
6. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2016). Rozporządzenie (UE) 2016/679 (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych). *Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej*.
7. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2022). Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Ustawa o usługach cyfrowych). *Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej*.
8. Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej. (2024). Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (Ustawa o sztucznej inteligencji). *Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej*.
9. Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004). *Porównanie systemów medialnych: Trzy modele mediów i polityki*. Cambridge University Press.
10. Silverstone, R. (2007). *Media i moralność: O powstaniu mediopolis*. Polity Press.
11. UNESCO. (2023). *Globalny raport dotyczący umiejętności korzystania z mediów i informacji*. Wydawnictwo UNESCO.
12. Europejska Unia Nadawców. (2022). *Modele finansowania i zrównoważony rozwój mediów publicznych*.
13. Kerrigan, F., Shailer, B. i Rentschler, R. (2020). *Marketing sztuki*. Routledge.

MODUŁ 15: Projekt końcowy i praca dyplomowa

Syllabus kursu

Informacje o kursie

Nazwa przedmiotu	Projekt końcowy i praca dyplomowa (magisterska)
Kod kursu	IM....
Wymagania wstępne	IM xxx: Metody badawcze i analiza docelowa
Nazwisko wykładowcy	[Nazwisko wykładowcy]
E-mail	[Adres e-mail]

Szczegóły dotyczące wykładowcy

Godziny przyjęć	[Dni/godziny]
Lokalizacja biura	Lokalizacja

Opis kursu

Opierając się na umiejętnościach zdobytych podczas kursu IM xxx „Metody badawcze i analiza docelowa” oraz na propozycji badawczej z tego kursu, ten zaawansowany moduł pozwala studentom zastosować i poszerzyć swoją wiedzę specjalistyczną poprzez konkretny temat badawczy lub projekt. Studenci będą krytycznie oceniać i wybierać odpowiednie metody badawcze, opracowywać kompleksowe strategie analizy odbiorców, łącząc dane demograficzne, psychograficzne i behawioralne z modelowaniem predykcyjnym, a także projektować zaawansowane protokoły testowania użytkowników, uwzględniające informacje zwrotne z danych biometrycznych, śledzenie ruchu gałek ocznych oraz analizy oparte na sztucznej inteligencji. Kurs kładzie nacisk na wykorzystanie zaawansowanych narzędzi statystycznych i obliczeniowych do analizy dużych zbiorów danych i generowania praktycznych wniosków. Kwestie etyczne, prawne i społeczne — w tym stronniczość algorytmów, prywatność danych i inkluzywność

— są uwzględnione w całym procesie projektowania badań, aby zapewnić odpowiedzialne i innowacyjne praktyki w środowiskach immersyjnych.

Cele nauczania

W ramach tego kursu studenci wykraczają poza podstawy, aby krytycznie oceniać i porównywać zaawansowane metodologie badań jakościowych i ilościowych oraz projektować i realizować złożone badania. Będą stosować zaawansowane narzędzia statystyczne i obliczeniowe oraz będą potrafili syntetyzować swoje wyniki w praktyczne strategie. W szczególności kurs ma następujące cele:

Cel 1	Krytyczna ocena i wybór odpowiedniej zaawansowanej metodologii badawczej dla danego zagadnienia badawczego.
Cel 2	Opracowanie i realizacja kompleksowych strategii analizy odbiorców, łączących dane demograficzne, psychograficzne i behawioralne z modelowaniem predykcyjnym.
Cel 3	Zaprojektowanie i przeprowadzenie zaawansowanych protokołów testowania użytkowników, z wykorzystaniem informacji biometrycznych, śledzenia ruchu gałek ocznych oraz analiz opartych na sztucznej inteligencji w celu stworzenia prototypów zapewniających immersję.
Cel 4	Wykorzystanie zaawansowanych narzędzi statystycznych i obliczeniowych do analizy zbiorów danych na dużą skalę oraz generowania praktycznych wniosków.
Cel 5	Ocena i uwzględnienie kwestii etycznych, prawnych i społecznych w projekcie badań, z uwzględnieniem takich zagadnień, jak stronniczość algorytmów, prywatność danych oraz inkluzywność w środowiskach immersyjnych.

Efekty kształcenia

Po pomyślnym ukończeniu kursu studenci będą potrafili:

Efekt kształcenia 1	Stosować odpowiednie metodologie badawcze w celu odpowiedzi na konkretne pytania dotyczące dziennikarstwa immersyjnego, podając jasne uzasadnienie.
Efekt kształcenia 2	Przeprowadzić podstawową analizę profilu odbiorców w celu zidentyfikowania grupy docelowej oraz wzorców zaangażowania dla swojego projektu w zakresie mediów immersyjnych.

Efekt kształcenia 3	Zaprojektować i przeprowadzić sesje testowania prototypów immersyjnych przez użytkowników, zebrać opinie i skutecznie interpretować wyniki.
Efekt kształcenia 4	Analizować i wizualizować dane badawcze przy użyciu podstawowych narzędzi w celu dokładnego i profesjonalnego przedstawienia wyników.
Efekt kształcenia 5	Uwzględnianie kwestii etycznych w projektowaniu badań, gromadzeniu danych i sporządzaniu raportów w ramach projektów dziennikarstwa immersyjnego.

Harmonogram kursu

Tydzień	Temat	Zajęcia	Zadania
1	Przegląd złożonych propozycji: dopracowanie pytań badawczych i celów.	Warsztaty z wzajemną oceną.	Złożenie poprawionego wniosku badawczego (1–2 strony).
2	Wybór zaawansowanej metodologii: dogłębna analiza zaawansowanych metod dostosowanych do każdego projektu.	Ćwiczenie polegające na mapowaniu metodologii.	Napisz uzasadnienie wyboru metodologii (500 słów).
3	Ramy analizy odbiorców: Integracja danych demograficznych, psychograficznych i behawioralnych; modelowanie predykcyjne.	Zastosuj ramy do swojego projektu.	Opracuj plan analizy odbiorców dla swoich badań.
4	Modelowanie predykcyjne i źródła danych: Podstawy uczenia maszynowego w prognozowaniu odbiorców.	Zidentyfikuj odpowiednie zbiory danych dla swojego projektu.	Nakreśl podejście do modelowania predykcyjnego dla swojego badania.

5	Projektowanie protokołów testów użytkowników: informacja zwrotna z czujników biometrycznych, śledzenie ruchu gałek ocznych, analityka oparta na sztucznej inteligencji.	Opracuj protokół testowania prototypu immersyjnego.	Przedstaw projekt testów użytkowników dla swojego projektu.
6	Gromadzenie i zarządzanie danymi: obsługa zbiorów danych na dużą skalę; etyczne zarządzanie danymi.	Stwórz harmonogram gromadzenia danych.	Prześlij szczegółowy plan gromadzenia danych.
7	Zaawansowane narzędzia statystyczne i obliczeniowe: Wykorzystanie R/Python/SPSS do analizy; techniki wizualizacji.	Ćwiczenia na przykładowych danych.	Przygotuj jedną wizualizację związaną z Twoim projektem.
8	Analiza oparta na sztucznej inteligencji: Wykorzystanie sztucznej inteligencji do wykrywania wzorców i personalizacji.	Zapoznaj się z narzędziami AI przydatnymi w Twoich badaniach.	Napisz krótką analizę dotyczącą tego, w jaki sposób sztuczna inteligencja zostanie włączona do Twojego projektu.
9	Etyka, prywatność i inkluzywność: stronniczość algorytmów, RODO, inkluzywność w środowiskach immersyjnych	Ocena ryzyka etycznego dla Twojego projektu.	Prześlij listę kontrolną zgodności z zasadami etyki.
10	Kwestie prawne i społeczne: prawa własności intelektualnej,	Omów implikacje prawne dla mediów immersyjnych.	Dodaj kwestie prawne i społeczne do swojej propozycji.

	dostępność, wpływ społeczny.		
11	Włączanie wyników badań do projektowania: Przekładanie wniosków z badań na decyzje projektowe.	Warsztaty dotyczące zastosowania wyników badań w prototypach.	Sporządź sekcję dotyczącą oczekiwanych implikacji projektowych.
12	Prezentacja końcowa projektu: Przedstawienie dopracowanej propozycji badawczej i wstępnych wyników.	Wzajemna ocena i sesja pytań i odpowiedzi.	Przedłożenie końcowego raportu badawczego i/lub podsumowania testów prototypu.

Ocena i klasyfikacja

Propozycja badawcza	10%
Raport z praktycznych testów użytkowników	20%
Zadanie z analizy danych	30%
Raport z badań	40%

Skalę ocen (łącznie: 100%)

Element	Waga	Kryteria
Propozycja badań	10%	Jasność pytania badawczego (4%), rygor metodologiczny (3%), integracja literatury (3%)
Raport z praktycznych testów użytkowników	20%	Kompletność protokołu (7%), jakość wykonania (6%), zgodność z zasadami etyki (7%)
Zadanie z analizy danych	30%	Prawidłowe zastosowanie narzędzi statystycznych/AI (15%), interpretacja wyników (7%), omówienie ograniczeń (8%)

Raport z badań	40%	Głębina raportu badawczego i analiza etyczna (20%), uwzględnienie przyszłych trendów (10%), jakość pisania naukowego (10%)
-----------------------	-----	---

Zasady akademickie

Obecność

Od studentów oczekuje się obecności na wszystkich zaplanowanych zajęciach oraz aktywnego udziału w dyskusjach i ćwiczeniach. Nieobecności należy zgłaszać z wyprzedzeniem i mogą one mieć wpływ na oceny za aktywność.

Spóźnione prace

Zadania należy składać w wyznaczonych terminach. Opóźnienia w składaniu prac będą skutkowały odliczeniem **10%** punktów **dziennie**, chyba że w wyjątkowych okolicznościach uzgodniono inaczej.

Uczciwość akademicka

Uczciwość akademicka ma zasadnicze znaczenie. Plagiat, nieuprawniona współpraca lub jakakolwiek forma niewłaściwego postępowania będą skutkowały podjęciem działań dyscyplinarnych zgodnie z regulaminem uczelni. Wszystkie prace muszą być oryginalne i zawierać odpowiednie odniesienia zgodnie z wytycznymi APA.

Zasoby biblioteczne

Zachęcamy studentów do korzystania z cyfrowych i fizycznych zasobów bibliotecznych uczelni w celu prowadzenia badań i wykonywania zadań. Dostęp do czasopism naukowych, baz danych i e-booków jest możliwy za pośrednictwem portalu bibliotecznego.

Usługi korepetycyjne

Wsparcie akademickie jest dostępne w uniwersyteckim centrum korepetycji. Studenci mogą umówić się na sesje indywidualne lub grupowe, aby uzyskać pomoc w zakresie metod badawczych, pisania i analizy danych.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością

Uniwersytet zapewnia odpowiednie udogodnienia dla studentów z udokumentowaną niepełnosprawnością. Prosimy o kontakt z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych na początku semestru w celu zorganizowania niezbędnego wsparcia.

Wymagania techniczne

- **Narzędzia do gromadzenia danych i ankiet**
 - Qualtrics / SurveyMonkey – do projektowania ankiet dla odbiorców i gromadzenia danych ilościowych.
 - Formularze Google – prosta, bezpłatna opcja do szybkiego zbierania opinii i testowania użytkowników.

- **Narzędzia do analizy jakościowej**
 - NVivo – do kodowania i analizy wywiadów, grup fokusowych oraz danych jakościowych.
 - Atlas.ti – zaawansowana analiza danych jakościowych do badań tematycznych.

- **Narzędzia ilościowe i statystyczne**
 - SPSS / R / Python (Pandas, SciPy) – do analizy statystycznej i testowania hipotez.
 - Excel / Arkusze Google – do podstawowej analizy i wizualizacji danych.

- **Narzędzia do testowania mediów immersyjnych**
 - Unity Analytics – do śledzenia zachowań użytkowników w prototypach VR/AR.
 - Systemy śledzenia ruchu gałek ocznych (Tobii Pro) – do analizy uwagi i zaangażowania w środowiskach immersyjnych.
 - Czujniki biometryczne – do pomiaru reakcji emocjonalnych i fizjologicznych.

- **Wizualizacja i raportowanie**
 - Tableau / Power BI – do tworzenia interaktywnych pulpitów nawigacyjnych i wizualizacji danych.
 - Canva / Adobe Illustrator – do tworzenia profesjonalnych raportów badawczych i infografik.

- **ChatGPT / Claude / Gemini**
 - Służą do podsumowywania wywiadów, transkrypcji spotkań i dużych zbiorów danych, pomagając dziennikarzom w szybkim wydobywaniu wniosków na potrzeby projektów immersyjnych.

Bibliografia

1. Creswell, J. D. i John, W. (2018). Creswell, Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.
2. Taylor, N. i Highfield, T. (2020). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. Digital Journalism, 8(8), 1007-1023.
3. Paura, A. (2018). Wyzwania etyczne związane z dziennikarstwem immersyjnym. Mediashift.org.

4. Braun, V. i Clarke, V. (2021). Analiza tematyczna: praktyczny przewodnik.
5. Baraldo, M., Dolcetti, F. i Di Franco, P. D. G. (2025). Wzbogacanie badań jakościowych: badanie technologii immersyjnych w badaniach opartych na miejscu. *International Journal of Qualitative Methods*, 24, 16094069251331352.
6. Fabiano, N., Gupta, A., Bhambra, N., Luu, B., Wong, S., Maaz, M., ... & Solmi, M. (2024). Jak zoptymalizować proces przeglądu systematycznego przy użyciu narzędzi AI. *JCPP advances*, 4(2), e12234.
7. Ugap, C., Yahaya, W. A. W., Balakrishnan, B., Hashim, M. E. A. H., Tochinai, F., & Nasir, S. M. (2025). Narracja wzbogacona technologią: przegląd systematyczny cyfrowego opowiadania historii w edukacji. *Journal of Advanced Research Design*, 131(1), 1-16.
8. Field, A. (2024). *Odkrywanie statystyki za pomocą IBM SPSS Statistics*. Sage Publications Limited.
9. Chen, H., Dong, Z. i Chan, I. Y. (2025). Ocena biometryczna i immersyjne środowiska budowlane: przegląd badań dotyczących aktualnej sytuacji, wyzwań i perspektyw na przyszłość. *Journal of Construction Engineering and Management*, 151(7), 03125005.
10. Pattekari, S., Thiyagarajan, V. S., Rameshkumaar, V. P., Purandare, P., Reka, R. i Md, R. Y. (maj 2025). Analiza nastrojów oparta na sztucznej inteligencji dla przyszłego zaangażowania w mediach społecznościowych. W: *International Conference on Sustainability Innovation in Computing and Engineering (ICSICE 2024)* (s. 112-124). Atlantis Press.
11. Gunbayi, I. (2024). Rygor w badaniach jakościowych. *Journal of Action Qualitative & Mixed Methods Research (JAQMER)*, 3(2).
12. Polydorou, D. (2024). Wciągające doświadczenia narracyjne: metodologia projektowania. *Digital Creativity*, 35(4), 301–320.
13. Mystakidis, S. i Lympouridis, V. (2024). Projektowanie immersyjnego uczenia się w metawersie: synteza przeglądu literatury teoretycznej. *Zastosowanie metawersu w edukacji*, 55–71.



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITÀ
POLITECNICA
DELLE MARCHE



INFINITIVITY
DESIGN LABS

