

Prof. dr hab. Piotr A. Werner
Uniwersytet Warszawski
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30
tel. 225520652,
email: peter@uw.edu.pl

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr inż. Macieja Głowczyńskiego
pt.: Wpływ mediów przestrzennych na proces cyfrowego wytwarzania miejsc

Formalną podstawą recenzji jest Uchwała Nr 032/2021/2022 Rady Naukowej Dyscypliny Geografia Społeczno-Ekonomiczna i Gospodarka Przestrzenna Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza z dn. 24 czerwca 2022. Recenzję wykonano na podstawie dostarczonego maszynopisu, wydruku egzemplarza rozprawy (z załącznikami).

Recenzowana rozprawa doktorska autorstwa mgr inż. Macieja Głowczyńskiego została napisana pod kierunkiem promotorów: dr hab. inż. Sylwii Staszewskiej, prof. UAM oraz prof. dr hab. inż. arch. Tomasza Ossowicza. Maszynopis zawiera 214 stron. Podzielony jest na osiem rozdziałów (w tym Wstęp i Zakończenie); zawiera bibliografię, spisy tabel i rycin oraz cztery załączniki. W tekście zawarto również 10 tabel oraz 50 rycin. Bibliografia obejmuje 230 cytowanych pozycji, większość w jęz. angielskim, a 37 w jęz. polskim. Maszynopis nie zawiera streszczenia. Poszczególne rozdziały pracy zostały dodatkowo podzielone na podrozdziały.

Cyfrowe technologie geoprzestrzenne już wywarły bardzo znaczący wpływ na praktykę gospodarowania społeczeństw, ale w o wiele większym stopniu, w tym samym czasie, zakorzeniły się i utrwaliły w codziennym życiu ludzi obejmując o wiele szersze spektrum relacji międzyludzkich i interakcji z otoczeniem, także w odniesieniu do środowiska geograficznego. A przede wszystkim, w odniesieniu do przestrzeni i miejsc w miastach. Kontekst naukowy sformułowania tematu rozprawy i jego interpretacja w początkowych rozdziałach jasno precyzuje zakres tematyczny pracy. Sformułowanie 'media przestrzenne' jest tłumaczeniem angielskiego pojęcia 'spatial media'. Ich omówienie, definicja, własności i zawężona operacjonalizacja w tekście (w rozdz. 3 oraz na ryc. 10) pozwala czytelnikowi zrozumieć intuicyjnie ich funkcjonalność, natomiast należy mieć na uwadze fakt, że większość cyfrowych technologii geoprzestrzennych w sieci internetu nieustannie ewoluuje i faktyczne zaliczenie danego medium (usługi, aplikacji) do kategorii 'media przestrzenne' może się zmieniać. Przykładem są np. do tej pory niezrealizowane aspiracje twórców oprogramowania (ICT) w zakresie upowszechnienia usługi 'map storytelling' (neogeografii, ESRI ArcGIS StoryMaps, Google Earth Outreach) w porównaniu do (łatwiejszej dla użytkowników) usługi współdzielenia się (geotagowanymi) tekstowymi opiniami, komentarzami (lub emotikonami) i zdjęciami na temat miejsc lub wydarzeń w odwiedzanych lokalizacjach za pośrednictwem mediów społecznościowych (np. Twitter). Mieszkańcy i odwiedzający najczęściej opiniują miejsca rekreacji, rozrywki oraz destynacje turystyczne w przestrzeni publicznej, a niekiedy także w sferze prywatnej. I te elementy wiążą się z miejscami o określonej lokalizacji. Zgodnie ze współczesną koncepcją miejsca w geografii humanistycznej oraz nurtem badań społecznych socjologii i psychologii środowiskowej – *'miejsca stanowią centra odczuwalnych wartości'* (Tuan, 1987). A ponieważ zarówno operatorom społecznościowych mediów przestrzennych jak i ich użytkownikom zależy na wyartykułowaniu wrażeń, emocji i opinii w danej lokalizacji (miejscu), są one dostępne publicznie. Z drugiej strony w różnych sferach gospodarki funkcjonują algorytmy i usługi technologii geoprzestrzennych, do których użytkownicy sięgają w bardzo określonych sytuacjach, nie upubliczniając faktu ich wykorzystania. Takie (potencjalnie) przełomowe, innowacyjne aplikacje funkcjonują w ograniczonej przestrzennie skali np. na rynkach nieruchomości, w wybranych działach opieki zdrowotnej, usług kosmetycznych i oczywiście w skali krajowej w służbach ratowniczych. W tym przypadku zarówno operatorzy tych mediów jak i użytkownicy (z oczywistych powodów) zwykle nie ujawniają publicznie lokalizacji i tym bardziej ani pozytywnych, ani negatywnych opinii czy komentarzy. Te informacje są także poszukiwane w sieci przez wielu użytkowników, a ich ujawnione opinie mogłyby zdecydowanie zmienić dominację lub deficyt danego miejsca.

Kluczowa dla tematu rozprawy jest fraza 'proces cyfrowego wytwarzania miejsc'. Słowo 'wytwarzania' implikuje wytwór, ale przecież opiniodawcy i komentujący w sieci nie urządzają materialnie tego miejsca. Siegając do tekstów Tadeusza Kotarbińskiego (1982, Traktat o dobrej robocie, str. 247) „takie wytwory [...] składają się [...] z ułożonych w całość rozmaitych fragmentarycznych treści wyobrazeniowych, pojęciowych, myślowych i może jeszcze jakiś innych, że nie są one cielesne, ani też nie są identyczne z jakimkolwiek układem aktów psychicznych jakiegokolwiek poszczególnego osobnika, przeżywanym w danej chwili, tylko są co najwyżej temu lub innemu osobnikowi dane, udostępnione jakoś w tych aktach. A więc utwór taki czysto umysłowy to jakiś tak zwany przedmiot » idealny « , a jego tworzywo stanowią też » idealne « treści.”. Cyfrowe treści [dopisek mój].

Cel główny został określony w tytule rozprawy i poszerzony o aspekt oceny roli tych miejsc „w kształtowaniu doświadczeń i zachowań związanych z przestrzenią” /str. 8/. Dodatkowo – Autor sformułował cele szczegółowe /str. 9/: (*) *identyfikacja prawidłowości funkcjonowania procesu cyfrowego wytwarzania miejsc w mediach przestrzennych*; (**) *określenie sposobów powstawania cyfrowych reprezentacji miejsc w mediach przestrzennych*; (***) *identyfikacja roli mediów przestrzennych w kształtowaniu doświadczeń związanych z miejscem*; (****) *opracowanie modelu relacji zachodzących w mediach przestrzennych w procesie cyfrowego wytwarzania miejsc*.

Do każdego z celów szczegółowych sformułowano /na str. 11/ szereg pytań badawczych. Sformułowany tytuł, cele i struktura treści w pełni kwalifikuje tematykę rozprawy jako oryginalny problem naukowy, a poruszane zagadnienia mają dodatkowo walor poznawczy w kontekście procesu cyfrowego wytwarzania miejsc, zapośredniczonego przez media przestrzenne. Autor podzielił rozprawę (rozdz. 1.3, ryc. 5) na części: teoretyczno-koncepcyjną (rozdz. 1-3, ok. 1/3 tekstu), empiryczną (rozdz. 4-6, ponad 1/2 tekstu) i syntetyzującą (rozdz. 7-8).

We wstępie (rozdz.1) Doktorant uzasadnia wybór tematu i logikę kolejności rozdziałów rozprawy, która w Jego zamierzeniu ma odzwierciedlać kolejność poszczególnych etapów badawczych. Prezentuje cele i pytania badawcze, metody badań i materiały źródłowe, strukturę pracy oraz schemat postępowania badawczego.

W uzasadnieniu podjęcia problemu badawczego Autor wskazuje na elementy: rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) determinujących współcześnie rozwój mediów (w tym przestrzennych, dalej w tekście recenzji określanymi mianem geomediów), zapośredniczających doświadczenia użytkowników przestrzeni rzeczywistej, wskazując równocześnie na lukę badawczą, dotyczącą sprawczości geomediów „do tworzenia reprezentacji miejsc oraz roli pozaludzkich aktorów w tym procesie” /str.8/. Przy tym wskazuje na upowszechniającą się opinię o kluczowej roli ICT, a szczególnie geomediów w procesie wytwarzania przestrzeni, kreujących „nowe formy praktyk społecznych i przestrzennych”, skutkując nowymi sposobami rozumienia przestrzeni, reprezentacjami oraz relacjami społeczno-przestrzennymi. To podejście współgra z wyrażanymi już w przeszłości opiniami, także dotyczącymi geomediów, które faktycznie są tylko jedną z linii technologii ogólnego zastosowania (GPT, General Purpose Technology), jaką jest ICT. „Podstawowa dynamika [...], która istnieje między ludźmi, wytwarzającymi i konsumującymi wiedzę polega na przekształcaniu kanałów, ale nie zawartości, czyli formy, ale nie treści naszych wzajemnych na siebie oddziaływań” (Charles Jonscher, 2001, Życie okablowane, str.296). Ponadto, te nowe formy praktyk społecznych i przestrzennych, przetrwają w takim stopniu, w jakim dominujące geomedium lepiej od swoich konkurentów potrafi zaspokoić ludzkie potrzeby (parafraza cytatu: Paul Levinson, Miękkie ostrze..., 2006, str.306, w odniesieniu do technologii informacyjnej).

Powyższe uwagi tylko pozornie pozostają w kontrapunkcie do badania zawartego w rozprawie. Doktorant badał przede wszystkim zbiór opinii, postaw i doświadczeń indywidualnych respondentów, uzyskany w trakcie wywiadów podążających, uzupełniając swoją analizę o dane pozyskane za pośrednictwem ankiety internetowej (CAWI). Należy nadmienić, że cały Wstęp (rozdz. 1), jest precyzyjnie zaplanowany i przejrzysto napisany, w tym w części dotyczącej opisu metodyki badań, a uzupełniające diagramy stanowią graficzny przewodnik dla całej rozprawy. Spektrum stosowanych metod obejmowało badania jakościowe i ilościowe oraz analizy przestrzenne, wykorzystując także aplikacje przechwytyjące ekrany urządzeń mobilnych w trakcie wywiadów podążających oraz skrypty aplikacji Google Maps, jak również oprogramowanie służące eksploracji tekstu (m.in. transkrypcji

wywiadów) i statystyczne. Wyniki analiz dekodowanych opinii tekstowych względem wyszukiwanych miejsc na obszarze badawczym w Poznaniu, uzyskane w Google Maps, zaprezentowano w postaci kartogramów posługując się wskaźnikiem ilorazowym (iloraz szans – na podobieństwo ilorazu lokalizacji).

Dwa pozostałe rozdziały części teoretyczno-koncepcyjnej stanowią przegląd literatury. Rozdział 2, dotyczy geografii cyfrowej (*digital geography*), w kontekście zwrotu cyfrowego (*digital turn*) w geografii społeczno-ekonomicznej, tj. wykorzystania narzędzi geotechnologii cyfrowych z punktu widzenia pojęcia miejsca „oraz sposobów jego wytwarzania” /str. 25/ w ramach różnych kierunków i podejść badań geograficznych, m.in. geografii komunikacji i mediów, paradygmatu podejścia krytycznego w geografii, (cyfrowej) geografii humanistycznej. Przywołując szereg opinii z literatury przedmiotu Doktorant przeprowadził dogłębny i wielowątkowy dyskurs, dowodząc istotności podejścia krytycznego we współczesnej geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarce przestrzennej /str. 29/, wzrostu znaczenia, roli i transformacji geografii komunikacji i mediów w kontekście zmian podejścia „do mobilności, dostępności czy przestrzeni oraz wpływu procesów komunikacji na sprawowanie kontroli i legitymizowanie władzy politycznej i gospodarczej” /str.30/, jak również kluczowego dla całej rozprawy dyskursu problematyki społeczno-humanistycznego znaczenia pojęcia miejsca i społecznego wytwarzania przestrzeni /rozdz. 2.2, str. 33/. Zawarte w tej części, przywołane z różnych dyscyplin, teorie, terminy i definicje umożliwiają zoperacjonalizowanie głównego wątku badawczego rozprawy, nadając jej charakter interdyscyplinarny i wiążąc z paradygmatem krytycznym w geografii i szerzej w naukach społecznych. Uzupełnieniem są przemyślenia, fakty naukowe i terminy sytuujące konstrukcję teoretyczną rozprawy w kontekście współczesnego rozwoju technologii cyfrowych, a dotyczące cyfrowego wytwarzania miejsc oraz praktyk i mechanizmów ich wytwarzania.

Ostatni rozdział w części teoretyczno-koncepcyjnej dotyczy mediów przestrzennych /rozdz.3/. Kluczowa dla rozprawy jest ich definicja, własności (w tym afordancje cyfrowe) oraz możliwe ich implikacje społeczno-gospodarcze oraz polityczne. Wydaje się jednak, na podstawie przeprowadzonego dyskursu, że najważniejszym określeniem mediów przestrzennych jest to najszersze – ‘technologia cyfrowa opierająca swoje działanie na łączeniu informacji z komponentem przestrzennym’ /str.45/, gdyż każde dalsze uszczegółowienie może skutkować zmianą postrzegania ich własności oraz wyżej wspomnianych implikacji, zwłaszcza w kontekście nieustannej ewolucji geomediów. Dalsza część dyskursu, w tej części rozprawy (rozdz. 3.2-3.4), poświęcona jest konstrukcji, operacjonalizacji i terminologii dotyczącej sposobów powstawania i funkcjonowania cyfrowych reprezentacji miejsc i roli mediów w tym procesach. Wiążąc elementy foresightu rozwoju sieci i technologii geoprzestrzennych z interdyscyplinarnym przeglądem literatury przedmiotu, Doktorant wskazał na potencjał „zmieniania znaczenia i postrzeganej struktury materialnego środowiska [...] poprzez wzbogacanie [...] o treści tworzone przez użytkowników platform cyfrowych” /str.55/. Kluczowa (zdaniem recenzenta) jest konstatacja dotycząca roli map i geomediów w reprezentacji i wytwarzaniu terytorium, które praktycznie przeistaczają mapę w synonim terytorium /str. 57/. W tym kontekście pojawia się pytanie, jeżeli mapy i geomedia synergetycznie reprezentują przestrzeń i są integralną częścią jej wytwarzania, to, w jakim stopniu zdeterminowane są w zależności od unifikującej technologii cyfrowej, a w jakim od pozostałych elementów takich jak: uwarunkowania kulturowe, ukształtowane praktyki formalnego kształcenia (zwłaszcza tradycje kartografii) i doświadczenie użytkowników. W pewnym zakresie odpowiedzią na to pytanie jest przywołanie w rozprawie teorii konstrukcjonizmu społecznego /str. 41/.

Główną (i najdłuższą) część badań rozprawy doktorskiej stanowi rozdział empiryczny (4), poświęcony omówieniu wyników przeprowadzonych (14) ustrukturyzowanych pogłębionych wywiadów jakościowych (określonych mianem podążających w maszynopisie), dotyczących m.in. wykorzystania smartfonów, sposobów nawigowania oraz tworzenia treści cyfrowych, jak również identyfikacji podstawowych praktyk związanych z wytwarzaniem miejsc /str. 58/. Autor, operując wykresami, wybranymi statystykami opisowymi oraz cytatami z wywiadów przeprowadził dyskusję, podsumowując uzyskane obserwacje, podejmując także próbę uogólnienia, w różnych badanych aspektach istotnych dla celów rozprawy, wg kolejnych, badanych wymiarów.

Na wstępie /str. 61/ poddał analizie poziomy umiejętności wykorzystania, refleksji nad funkcjonowaniem oraz obaw dotyczących wykorzystania mediów mobilnych, konfrontując powyższe wymiary parami. Wprawdzie nie stosował żadnych statystycznych testów nieparametrycznych wysnuwając jedynie wnioski, ale jego konkluzje dotyczące powyższych aspektów można pozytywnie zweryfikować konstruując kolejne tablice kontyngencyjne i obliczając np. wskaźniki Cramera.

() Obserwacja dotycząca zależności pomiędzy poziomami refleksji... a umiejętnościami wykorzystania mediów mobilnych: Cramer $V=0.48$; (**) Obserwacja – pomiędzy poziomem obaw... a umiejętnościami...: Cramer $V=0.42$; (***) Obserwacja – pomiędzy poziomem refleksji... a poziomem obaw...: Cramer $V=0.25$;*

Dalsze analizy dotyczyły wykorzystania smartfonów, nawigowania i dokumentowania (zapisywania) doświadczeń w miejscu oraz mediatyzacji (zapośredniczenia) doświadczania miejsc. O ile jednak wstępna analiza dotyczyła m.in. świadomości użytkowników (respondentów) co do faktu korzystania z chmury danych w sieci w trakcie używania smartfonów (co wiąże się ze zgodą na śledzenie lokalizacji użytkowników), to w dalszej części zarówno Autor jak i respondenci skoncentrowali się (świadomie) na aspektach utylitarnych i sposobach wykorzystania technologii geoprzestrzennych w urządzeniach mobilnych. W tej części dane z wywiadów podążających zostały skonfrontowane także wynikami ankiety internetowej (CAWI, 384 respondentów).

Osobny podrozdział (4.3) Doktorant poświęcił nawigowaniu i poznawaniu przestrzeni miejskiej. Szereg cytatów potwierdza intencje i sposoby wykorzystania aplikacji do wyznaczania tras przez respondentów, które w pewnym stopniu korelują także z ugruntowanymi w geografii i gospodarce przestrzennej badaniami ścieżek dziennych (np. dojazdów do pracy) lub tras, destynacji lub atrakcji turystycznych oraz doświadczania miejsc w przestrzeni publicznej, szczególnie w miastach. Częściowym podsumowaniem tego wątku jest opracowanie 'taktyki wyszukiwania miejsc' za pomocą geomeidiów (ryc. 24). Główna różnica polega na tym, że jeszcze kilka, kilkanaście lat wcześniej mieszkańcy lub odwiedzający byli po prostu konsumentami organizacji i infrastruktury oraz informacji ujawnionej w rzeczywistej przestrzeni publicznej, a obecnie wchodzą w rolę prosumentów, sami dzieląc się informacjami i własnymi doświadczeniami w sieci. Interesujące byłoby np. skonfrontowanie zachowań i doświadczeń indywidualnych w przestrzeni publicznej respondentów obecnie i w przeszłości. Zwłaszcza, że główny wątek badawczy rozprawy koncentruje się przede wszystkim na eksploracji indywidualnej miejsc i przestrzeni miejskiej, abstrahując np. od form zorganizowanych turystyki miejskiej czy imprez grupowych lub masowych ('eventów').

Jedną z konsekwencji upowszechnienia się geomeidiów jest szybkie dokumentowanie indywidualnych doświadczeń w miejscach pobytu lub odwiedzanych. Tym zagadnieniem poświęcony jest następny podrozdział (4.4). Tytuł podrozdziału jest trochę mylący, gdyż w tekście Autor utożsamia dokumentowanie indywidualnych wrażeń, odczuć, ocen, zdjęć i filmów ze współdzieleniem (*sharing*) tychże w sieci. W przeważającej części jednak indywidualne wykorzystanie geomeidiów polega współcześnie (zwyczajowo) na równoczesnym współdzieleniu udokumentowanych smartfonem obserwacji w czasie rzeczywistym. Konsekwencją jest mediatyzacja (zapośredniczenie) doświadczania miejsca, czemu poświęcony jest kolejny podrozdział (4.5).

Zdaniem Autora: geomeidia stały się cyfrową przestrzenią reprezentacji miejsc, konwergencją własnych, indywidualnych oraz zapośredniczonych doświadczeń wszystkich odwiedzających, udokumentowanych i współdzielonych w sieci, wytwarzających, niekiedy ambiwalentne, wyobrażenia o miejscu. Jednak istotną obserwacją i znaczącym wynikiem jest wyraźne rozróżnienie pomiędzy doznaniem w trakcie fizycznej obecności w odwiedzonej lokalizacji, a jej efemeryczną cyfrową reprezentacją w sieci (także z uwzględnieniem własnych udokumentowanych obserwacji i ocen), gdyż z czasem może ona ulegać zmianie, tworząc swoisty dyschroniczny, cyfrowy palimpsest (określenie Autora, str. 106), dyslokując czas od przestrzeni. Taka reprezentacja przestrzeni ponadto ulega metamorfozie, niezależnie od wykreowanych, udokumentowanych i współdzielonych ocen, przefiltrowaniu przez algorytmy i procedury geomeidiów, które (zdaniem Doktoranta, str.107) „mają zasadniczy wpływ na proces cyfrowego wytwarzania miejsc w kontekście tworzenia określonych możliwości interakcji z reprezentacją miejsca, [pełniącą] istotną rolę w jego postrzeganiu i doświadczaniu”.

Potwierdzenie powyższych konkluzji stanowią analizy sumaryczne rozkładu przestrzennego wyszukiwania wybranych kategorii miejsc, spełniających określone funkcje w Poznaniu, za pomocą różnych językowo wariantów skryptów w aplikacji Google Maps (w jęz. polskim, angielskim, niemieckim i ukraińskim, zawarte w rozdz. 5). Najpierw wyniki przedstawiono kartograficznie, ilościowo w siatce heksagonalnej, wykorzystując (wyżej wspomniany) wskaźnik ilorazu szans względem całego obszaru w granicach miasta oraz w granicach osiedli, konfrontując je także z danymi dotyczącymi gęstości zaludnienia, siecią przestrzenną ulic oraz rozmieszczeniem terenów zielonych. Kolejne iteracje językowe wyników wyszukiwania, zaprezentowane w postaci ilorazów szans, ponownie skonfrontowano parami i przedstawiono w postaci kartogramów złożonych, co pozwoliło ujawnić różnice wyników rozkładów przestrzennych dla porównywanych wariantów językowych skryptów. Ujawniona sprawczość przestrzenna geomediów i mechanizm filtrowania wydaje się jednak ograniczona czynnikami, które nie mogły być zweryfikowane w rozprawie, ale jednak ujawniły się jako różnice w liczbie wyników dla poszczególnych języków (por. ryc. 29, str. 109). Z jednej strony jest to sumaryczna liczba zapytań dotycząca danych kategorii w dłuższym okresie czasu, czyli proporcjonalnie, liczba i język kwerend użytkowników Google Maps, z drugiej mechanizm i sposoby promowania (zgłaszania) swoich usług przez firmy (usługodawców) w Google Maps. Ten mechanizm, nazwany pozycjonowaniem (w jęz. angielskim Search Engine Optimization), dla którego obecnie opatentowany algorytm (Page Ranks, rankingu wyników wyszukiwania) firma Google rozwijała i długo utrzymywała w tajemnicy, wytworzył już cały rynek usług marketingowych m.in. w Polsce. Początkowo dotyczył tylko stron internetowych i różnych operatorów geomediów, ale (prawdopodobnie) od 2007 roku wyszukiwarke (Google Search Engine) sprzężono już tylko z mapami Google. W tym kontekście adekwatne wydaje się stwierdzenie Autora dotyczące znaczenia podmiotowości geomediów w procesie wytwarzania miejsc, które istnieją w świadomości użytkowników tylko za pośrednictwem przestrzeni cyfrowej. W przeszłości rolę takich narzędzi spełniały m.in. książki telefoniczne (*yellow pages*), tradycyjne broszury i mapy reklamowe i, oczywiście, mechanizm marketingu szeptanego.

Ostatni rozdział empiryczny (6) wiąże się właśnie ze współczesnym przejawianiem się (cyfrowego) marketingu szeptanego w sieci (ang. *buzz marketing*) w odniesieniu do rzeczywistych miejsc (lokalizacji), z punktu widzenia „doświadczania miejsca i sposobów kreowania jego cyfrowej reprezentacji” (str. 131), tj. poprzez analizę treści tworzonych przez użytkowników sieci, niezależnie od ich motywacji. Zdaniem Autora wynikają one przede wszystkim z motywacji poznawczych, afektywnych i konatywnych (str. 132), którym odpowiadają odpowiednio trzy wymiary doświadczania miejsc: atrybuty miejsca, atmosfera – lepiej moim zdaniem opisuje ten wymiar termin: *genius loci* oraz praktyki. W tym celu wybrano 23 miejsca w Poznaniu wg czterech kategorii funkcjonalnych: centrum handlowe, gastronomia, tereny zieleni i rekreacji oraz miejsca historyczne i przanalizowano korpus słów (kluczowych) z pozyskanych z ponad 60 tys. recenzji tekstowych miejsc w jęz. polskim udokumentowanych przez użytkowników Google Maps online. Przeprowadzona analiza korespondencji oraz grupowanie słów kluczowych, przypisanych do odpowiednich wymiarów badania, dały z kolei asumpt do przeprowadzenia analizy sentymentu i określenia poziomu emocjonalnego komentarzy. Sformułowane wnioski dotyczyły „zwiększenia świadomości miejsca i demokratyzacji udziału użytkowników w tworzeniu cyfrowej reprezentacji miejsca” oraz „redukcji [opinii] do homogenicznej [postaci] informacji” zdeterminowanej przez wybrane geomedium.

W części syntetyzującej rozprawy Doktorant sformułował ogólny model relacji zachodzących między geomediami, człowiekiem i miejscem (rozdz. 7, ryc. 49), przedstawiający „podstawowe elementy procesu cyfrowego wytwarzania miejsc”. Można tylko wskazać drobną niespójność, fakt, że (na rycinie) triadyczne ujęcie zostało w pewien sposób liniowo przekształcone i w modelu centralnym elementem jest człowiek, podczas gdy w tekście wskazuje się także na podmiotowość geomediów względem wytwarzania miejsc (przestrzeni), zwłaszcza, że w przypadku Google Maps (oraz Google Earth) wykorzystywane są dane przestrzenne i informacje zakupione od różnych dostawców lub pozyskane bezpośrednio w terenie (Street View, *ground-level view*) oraz zgłoszone, zlokalizowane, treści przez różne podmioty (np. firmy), a nie tylko treści (opinie i komentarze) dokumentowane i przekazywane przez użytkowników (*user generated content*). Chociaż nie ulega wątpliwości, że w każdym, z tych

przypadków to ludzie (kartografowie, specjaliści zatrudnieni w firmie Google, za pośrednictwem wykreowanych algorytmów) decydują jak będzie wyglądała bazowa mapa finalna, a zatem wpływając na mapę myśli tworzoną przez użytkownika.

W zakończeniu (rozdz. 8). Doktorant podsumował syntetycznie wątki badawcze zasygnalizowane we wstępie do rozprawy i sformułował wnioski w postaci odpowiedzi na sformułowane wcześniej szczegółowe pytania badawcze. Zdaniem Doktoranta „istotą procesu wytwarzania miejsc” są triadyczne relacje zachodzące pomiędzy człowiekiem, miejscem i geomediami, które w specyficzny dla siebie sposób, w procesie komunikacji, wytwarzają praktyki, kreujące cyfrowe reprezentacje miejsc, działając jako filtr segregujący informacje i pełniąc rolę interfejsu między człowiekiem a miejscem oraz modyfikując zachowania ludzi.

Tekst rozprawy napisany jest wyraziście i zrozumiale. Styl naukowy nie utrudnia lektury, mimo że dotyczy problematyki o wysokim stopniu abstrakcji. Poszczególne wątki badawcze splatają się w zakończeniu pracy. Podejście Autora koncentruje się na całości problemu badawczego i w tym celu abstrahuje od szczegółowego rozpatrywania poszczególnych aspektów psychologicznych i technologicznych, co nie oznacza ich marginalizacji w rozprawie. Niewątpliwie mocną stroną pracy jest jej ustrukturyzowanie, organizacja i kolejność rozdziałów przedstawiona przejrzysto w tekście wstępu i na rycinach. Część teoretyczno-koncepcyjna (w tym przegląd literatury) została napisana pokazowo, celnie ujawniając kontekst i główne elementy rozprawy. Spis literatury (w tekście: Bibliografia) obejmuje kluczowe dla problematyki rozprawy publikacje cytowane w tekście. Wszystkie ankiety i ich sumaryczne wyniki zostały udokumentowane w czterech załącznikach do maszynopisu. Widać zaangażowanie Doktoranta i jego autentyczne zainteresowanie problematyką. Tekst rozprawy został starannie zredagowany (z obowiązku recenzenta, nieliczne literówki znaleziono na stronach: 18, 26, 73, 86, 122, 138).

Wnioski końcowe

Recenzowana rozprawa doktorska jest pracą badawczą, w której Autor stawia ambitne cele. Jest interesującym podejściem, wykorzystującym interdyscyplinarne spektrum wiedzy i metod pokrewnych dyscyplin z dziedziny nauk społecznych, bazując na fundamencie teorii, terminologii i metod geografii humanistycznej i prezentując, poddane rygorowi naukowemu, podejście z punktu widzenia paradygmatu krytycznego geografii.

Mgr inż. Maciej Głowczyński wykazał się w rozprawie doktorskiej wiedzą teoretyczną w zakresie przedmiotowym i metodologicznym geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej oraz szerzej, znajomością teorii i terminologii oraz metod m.in. socjologii i psychologii środowiskowej. W sposób oryginalny i twórczy sformułował model relacji zachodzących w procesie cyfrowego wytwarzania miejsc, uzasadniając wiarygodnie sformułowane odpowiedzi na postawione pytania badawcze, dowodząc także swojej sprawności w zakresie wykorzystania metod jakościowych, ilościowych i analiz przestrzennych geografii. Rozprawa dowodzi umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez Doktoranta i opanowania warsztatu naukowego.

Ponieważ spełnione zostały wszystkie formalne przesłanki pozwalające na pozytywną ocenę rozprawy doktorskiej mgr inż. Macieja Głowczyńskiego, wnioskuje do Rady Naukowej Dyscypliny Geografia Społeczno-Ekonomiczna i Gospodarka Przestrzenna Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza o dopuszczenie Doktoranta do publicznej obrony.

Warszawa, 08.09.2022

