

KS. DARIUSZ RAŚ

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

AUTOMATION ANXIETY. SZTUCZNA INTELIGENCJA W DZIENNIKARSTWIE W PERSPEKTYWIE INFOETYCZNEJ

1. Wprowadzenie. 2. AI vs. AA: sztuczna inteligencja a lęk przed automatyzacją. 3. Dziennikarz czy informatyk? 4. Bilans zysków i strat. 5. Edukacja ku kreatywnemu dziennikarstwu w czasach SI. 6. Infoetyka: kompetencja słuchania. 7. Zakończenie

Słowa kluczowe: automation anxiety, sztuczna inteligencja, dziennikarstwo, infoetyka, algorytm, automatyzacja, personalizacja

1. WPROWADZENIE

Jesteśmy pokoleniowo uprzywilejowanymi świadkami kolejnej rewolucji medialnej. Człowiek tworzy ułatwiające życie udogodnienia, które dotyczą wszystkich form jego aktywności. Przykładem są rozwój i ulepszenia w opiece zdrowotnej i systemach bezpieczeństwa, które podwyższają standardy ochrony życia ludzkiego w samochodach i innych systemach transportu. Również produkty i usługi dzięki rozwojowi technologii cyfrowej są coraz bardziej dostosowane do użytkownika, stają się nierzadko tańsze i trwalsze. Digitalizacja może ułatwić dostęp do informacji, edukacji i szkoleń, co stało się bardzo ważne w dobie pandemicznych obostrzeń. Sztuczna inteligencja (SI) (ang. *artificial intelligence*, AI) sprawia, że miejsca pracy będą bezpieczniejsze, ponieważ do niebezpiecznych zadań mogą posłużyć roboty, a nowe stanowiska pracy będą powstawać w miarę rozwoju i zmian branż opartych na sztucznej inteligencji. Dane pochodzące z analizy Parlamentu Europejskiego świadczą o tym, że szacowany wzrost wydajności pracy do 2035 r. związany ze sztuczną inteligencją wynosi 11–37%¹. Rozwój nowoczesnych technologii i środowiska cyfrowego dotknął również całego obszaru komunikacji społecznej

¹ Parlament Europejski, *Sztuczna inteligencja: szanse i zagrożenia*, 11.05.2022, <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20200918STO87404/sztuczna-inteligencja-szanse-i-zagrozenia> (dostęp: 13.09.2022).

i dziennikarstwa, umożliwił pozyskiwanie informacji i jej dystrybucji na wielką skalę, a dostęp do wielu źródeł wiedzy oraz dzielenie się informacjami i opiniami często dokonuje się z pomocą i przy udziale algorytmów globalnych sieci SI.

Kai-Fu Lee, były szef Google na Chiny, wskazuje w swojej książce, tłumaczonej również na język polski, na jeszcze jeden, polityczny aspekt zjawiska SI. Rywalizacja, która rozgorzała na dobre między Chinami a Stanami Zjednoczonymi w dziedzinie nowych technologii, przemożnie oddziałuje na resztę świata. Lee uważa, że zmiany i rozwój technologii SI oznaczają nie tylko postęp i dobrobyt, ale również wielkie dylematy etyczne: zagrożenia miejsc pracy i pogłębienie nierówności społecznych. Dla niego sztuczna inteligencja oznacza prawdziwą rewolucję. Cztery fale sztucznej inteligencji zmieniają dogłębnie nasz świat i jego postrzeganie przez nowe generacje ludzkości: pierwsza to Internet AI, druga to szeroko pojęty biznes AI, trzecia to digitalizacja przez i przy udziale AI fizycznego świata, oraz czwarta fala zjawiska to autonomiczna AI².

Obecny artykuł ma charakter przeglądowy, a jego celem badawczym jest przedstawienie problematyki niepokoju dziennikarzy wokół automatyzacji procesu *newsmaking* w redakcjach medialnych. Ponadto, zdefiniowany zostanie problem w kontekście wątpliwości infoetycznych wymienianych w literaturze, co stanowi składnik badań nad historią mediów współczesnych. Przedstawiony przegląd bazuje także na historycznej analizie zjawiska *automation anxiety* (AA), czyli strachu przed automatyzacją dziennikarstwa w kontekście zmian technologiczno-medialnych. Jako metodę badawczą przyjęto przegląd literatury oraz analizę zawartości treści medialnych związanych ze sztuczną inteligencją, z położeniem nacisku na kontekst AA. Problem badawczy można postrzegać z dwóch stron. Z jednej strony AI powoduje entuzjazm odbiorców treści, ze względu na szybkość przekazu, komparatywność informacji, możliwość symultanicznej dyskusji i składania zastrzeżeń do prawdziwości informacji, ale z drugiej strony pojawia się wśród żurnalistów anonsowany coraz obficie, zwłaszcza w zagranicznych artykułach badawczych, lęk przed automatyzacją dziennikarstwa (AA). Towarzyszy temu fenomenowi nierzadko zagubienie misji, groźba utraty pracy, czy też uczynienie z dziennikarstwa usługi zewnętrznej dla redakcji. Robotyzacja dziennikarstwa jest wówczas tylko sposobem oszczędzania pieniędzy w redakcji. Przegląd współczesnych zastrzeżeń, płynących coraz częściej z branży dziennikarskiej, stanowi odpowiedź na niezwykle aktualny problem. Cyfrowa sieć umożliwi bowiem działania dezinformacyjne na niespotykaną dotychczas skalę (np. wojna hybrydowa), zagrażające również i indywidualnie ludziom w procesie doinformowania. Tego typu zamierzona i konsekwentna formuła przekazu przy udziale AI i fabrykowanie informacji przez tworzenie różnego rodzaju fałszywych newsów, dokumentów czy treści wprowadzających w błąd, stało się powszechne i pomaga sprawcom zamieszania wywołać konkretny efekt, czyli podejmowanie przez odbiorcę błędnych decyzji. Dziennikarska AA wydaje się w tym wypadku niejako następstwem obserwacji takich i podobnych zdarzeń dezinformujących.

² K.-F. Lee, *Inteligencja sztuczna, rewolucja prawdziwa*, Poznań 2019.

2. AI VS. AA: SZTUCZNA INTELIGENCJA A LĘK PRZED AUTOMATYZACJĄ

Według przyjętej przez Parlament Europejski definicji sztuczna inteligencja „Umożliwia systemom technicznym postrzeganie ich otoczenia, radzenie sobie z tym, co postrzegają i rozwiązywanie problemów, działając w kierunku osiągnięcia określonego celu. Komputer odbiera dane (już przygotowane lub zebrane za pomocą jego czujników, np. kamery), przetwarza je i reaguje na nie. Systemy SI są w stanie do pewnego stopnia dostosować swoje zachowanie, analizując skutki wcześniejszych działań i działając autonomicznie”³. Jeśli szukamy rozwiązania praktycznego za pomocą obliczeń to jest to „inteligencja obliczeniowa”, a dziedzinę nauki o SI, zajmującą się takim rozwiązywaniem zagadnień efektywnie niealgorytmizowalnych, opartych na modelowaniu wiedzy, można przypisać do nauk kognitywnych⁴.

Źródła Parlamentu Europejskiego oceniają technologie sztucznej inteligencji jako rozwijające się od ponad 50 lat, a postęp w zakresie mocy obliczeniowej, dostępność ogromnych ilości danych i nowe algorytmy jako przełom w tej dziedzinie. Sztuczna inteligencja jest postrzegana jako centralny element cyfrowej transformacji. Przewiduje się, że w nieodległej przyszłości jej przyszłe zastosowania przyniosą ogromne zmiany. Jednak sztuczna inteligencja jest już obecna w naszym codziennym życiu. Co istotne, zagadnienie sztucznej inteligencji rzadko jest odnoszone do zawodu dziennikarstwa, a raczej do kontekstu zwalczania dezinformacji. W literaturze wskazano na następujące, pozytywne skutki SI⁵:

- zakupy i reklamy online, rekomendacje personalizowane,
- wyszukiwanie w internecie,
- cyfrowi asystenci,
- opieka medyczna,
- tłumaczenia maszynowe,
- inteligentne budynki, miasta i infrastruktura np. regulacja ruchu drogowego,
- samochody i inne pojazdy autonomiczne,
- cyberbezpieczeństwo, w tym walka z terroryzmem,
- sztuczna inteligencja w walce z koronawirusem,
- zwalczanie dezinformacji.

Jednakże samo pojęcie SI jest niezwykle trudne do zdefiniowania. Ona sama, jak podaje K. Wieczorek, „nie jest terminem ściśle naukowym, ponieważ składa się z dwóch określeń, z których żadne nie daje się jednoznacznie, operacyjnie zdefiniować. Nie potrafimy precyzyjnie określić, czym jest inteligencja – zamiast tego mnożymy wciąż nowe teorie, które stale poszerzają lub przekształcają zakres tego pojęcia”⁶.

³ Parlament Europejski, *Sztuczna inteligencja: co to jest i jakie ma zastosowania?* 26.04.2021, <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/priorities/sztuczna-inteligencja-w-ue/20200827STO85804/sztuczna-inteligencja-co-to-jest-i-jakie-ma-zastosowania> (dostęp: 1.08.2022).

⁴ A. Newell, *Unified Theories of Cognition*, Harvard University Press 1990.

⁵ Parlament Europejski, *Sztuczna inteligencja: co to jest i jakie ma zastosowania?* dz.cyt.

⁶ K. Wieczorek, *Orszak wdzięcznych marionetek, czyli maszyna jako urzekający potwór*, Logos i Ethos 52 (2022), 49–77, 63.

W branży dziennikarskiej SI wkracza w kompetencje ludzkie w dwóch aspektach. Z jednej strony jest to proces „umaszynowania dziennikarza”, związany z różnymi praktykami towarzyszącymi jego pracy, które razem wpisują się niejako w nurt transhumanizmu. Z drugiej strony – niejako symetrycznie (choć nie do końca) – można zaobserwować proces, który K. Wieczorek nazywa filozoficznie „ucieleśnieniem umysłu”, a który można również określić jako kreacja „dziennikarza-maszyny”. Nurt eksperymentów, zmierzający do powstawania coraz doskonalszych form sztucznej inteligencji, zastępującej żurnalistę, również w aspekcie kreacji dziennikarskich treści, opinii i grafik, musi prędzej czy później natrafić na kolejną granicę: autonomii i podmiotowości obiektów wyposażonych w inteligencję. I w tym miejscu należy dotknąć drugiego pola zainteresowania obecnych rozważań: zakresu pojęcia *automation anxiety*, który towarzyszy pracownikom różnych branż, w tym dziennikarzom.

Na temat tego problemu prowadzonych było wiele badań. Już w 1966 o syndromie AA w szerokim kontekście pisał Otis Lipstreu, profesor zarządzania na Uniwersytecie Colorado. Dla niego AA to zespół lęków przed automatyzacją, który jest jednym niewątpliwie z najczęstszych, choć najrzadziej diagnozowanych, zestawów objawów wpływających na zdrowie psychiczne w epoce cybernetycznej⁷. Mniejsza satysfakcja z pracy i obniżenie zaufania pracowników do managementu to tylko niektóre symptomy pojawiające się w jego badaniach z lat 60. XX w. Kryzys bezrobocia dotknął wówczas wielu branż, w których wystąpiła automatyzacja produkcji i usług. Należy nadmienić, iż najnowsze badania z zakresu medycyny pracy wyraźnie wskazują na występowanie somatycznych objawów AA u pracowników. Przykładowo, m.in. uzasadniali, że wzrost postrzeganej przez pracowników niepewności co do ich dalszego zatrudnienia w wyniku automatyzacji miejsc pracy prowadzi do pogorszenia zdrowia psychicznego⁸. Z kolei inne duże badania, prowadzone w Korei na reprezentatywnej próbie ponad 46,5 tys. pracowników (zarówno fizycznych, jak i umysłowych) jednoznacznie wykazały, że postrzegany lęk przed automatyzacją jest silnie skorelowany z zaburzeniami snu. Dotyczy to szczególnie osób młodych i starszych⁹.

Inaczej niż Otis Lipstreu, Herbert Marcuse, filozof i intelektualny „ojciec chrzestny” Nowej Lewicy, był optymistą, jeśli chodzi o automatyzację wszelkiej ludzkiej pracy. Widział on w automatyzacji i robotyzacji pierwszy warunek wolności i wyzwolenia z otępiającego ludzkość cyklu zdobywania i wytwarzania towarów oraz świadczenia usług. Interesującą perspektywę przemian społecznych i filozoficznych odkrył także w swojej przeglądowej analizie na temat tego zjawiska Daniel Akst. Według niego, po pierwsze, każda technologia pomaga uniknąć żmudnej pracy ręcznej; po drugie, wdrożenia technologiczne kosztują prawie zawsze utratę przez kogoś miejsca pracy; i po trzecie, nowa technologia tworzy etat pracy, ale dla zupełnie

⁷ O. Lipstreu, *The automation anxiety syndrome: symptoms and treatment*, Human Resource Management, 5 (1966) 1, 31–35.

⁸ J. Min, Y. Kim, S. Lee, T.W. Jang, I. Kim, J. Song. *The fourth industrial revolution and its impact on occupational health and safety, worker's compensation and labor conditions*. Safety and Health at Work 10 (2019), 400–408.

⁹ S.U. Baek, J.-H. Yoon, J.-U. Won, *Association between Workers' Anxiety over Technological Automation and Sleep Disturbance: Results from a Nationally Representative Survey*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 19, 2002, 1–12.

innej osoby oraz o innej charakterystyce¹⁰. Cały ten proces widziany ze strony pracobiorcy – dziennikarza wymaga innowacyjnego podejścia do wykonywanego zawodu i nierzadko przemiany paradygmatów zawodowych.

Zjawisko AA to skomplikowany proces społeczny, dotyczący współczesne pokolenia i profesje, związany z transformacją cybernetyczną i automatyzacją życia, a związany z obawą, lękiem, a nierzadko prowadzący również do syndromu chorobowego na tle psychicznym, w szczególności związany z utratą miejsca pracy, niemożnością konkurencji z maszyną lub braku akceptacji algorytmicznej oceną efektów pracy. W świecie medialnych redakcji strach ten według badań zdaje się dotyczyć szczególnie adeptów komunikacji społecznej i dziennikarzy, którzy już od jakiegoś czasu borykają się z przeświadczeniem, że grozi im „odejście do lamusa” i zostaną zastąpieni przez algorytm¹¹.

Roboty (lub boty) wykorzystywane są przez największe koncerny medialne. Tak zwana „wielka piątka”, czyli Google, Microsoft, Meta Platforms (Facebook), Amazon i Apple posługuje się algorytmami tak sprawnie, że budzi to podejrzenia o algorytmizację informacji w kierunku kształtowania opinii publicznej. Etaty dziennikarskie zajmują tam nierzadko inżynierowie informatycy. W Polsce ze sztucznej inteligencji korzysta większość medialnych korporacji, a już od 2016 r. ze specjalnego oprogramowania do pomocy korzystają dziennikarze sportowi z serwisu Sport.pl, należącego do spółki Agora S.A. Algorytmy sprawdzają się głównie w treściach, które wymagają przetworzenia dużej ilości danych. Najczęściej są to branże: finansowa, sportowa, sondaże polityczne oraz wszelkie statystyki. Na bazie zebranych informacji algorytmy tworzą rankingi, infografiki oraz animacje¹².

3. DZIENNIKARZ CZY INFORMATYK?

Proces (syndrom) AA w dziennikarskim świecie jest spowodowany m.in. nadchodzącymi informacjami o coraz to większych algorytmicznych postępach AI w kolejnych działach *newsmaking*. W 2011 r. algorytm Narrative Science sprawdził się w roli komentatora sportowego, tworząc kilkunastozdaniowe podsumowanie meczu footballu amerykańskiego dla kanału Big Ten Network. Z kolei w serwisie internetowym gazety „Los Angeles Times” pojawiła się krótka informacja dotycząca trzęsienia ziemi. Zawierała wszystko, co istotne dla czytelnika, a do tego została napisana przez algorytm¹³.

¹⁰ D. Akst, *Automation anxiety*, The Wilson Quarterly Summer 2013, <http://archive.wilsonquarterly.com/sites/default/files/articles/AutomationAnxiety.pdf> (dostęp: 23.07.2022).

¹¹ G. Cooper, *Automatyzacja dziennikarstwa - więcej obaw czy nadziei*, 2020, <https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/automatyzacja-dziennikarstwa-wiecej-obaw-czy-nadziei> (dostęp: 2.09.2022).

¹² J. Zdebska, *Czy robot zastąpi dziennikarza? O algorytmach piszących artykuły*, <http://nagrodamlodychdziennikarzy.pl/2022/02/23/czy-robot-zastapi-dziennikarza-o-algorytmach-piszacych-artykuly/> (dostęp: 2.08.2022).

¹³ *Czy pisarzy zastąpią algorytmy i roboty?*, <https://nieskonczona-opowiesc.gadzetomania.pl/2326,czy-pisarzy-zastapia-algorytmy-i-roboty> (dostęp: 22.06.2022).

Polski dziennikarz, Michał Gąsior, opisując w 2012 r. zawody bez perspektyw, określił się właściwie jako algorytmo-sceptyk: „fotografowie, dziennikarze, nauczyciele, socjologowie i rolnicy – czy będą nam jeszcze potrzebni? Reprezentowane przez nich profesje otwierają niechlubną klasyfikację zawodów bez przyszłości. [...] Czy w takim razie można powiedzieć, że Internet zabija zawody związane ze «starymi mediami»? – Oczywiście będzie coraz mniej zawodowych dziennikarzy, dla których taka praca stanowi źródło utrzymania. Pasje jednak nie zginą. Zawsze pozostanie grupa, która dostosuje się do nowych warunków”¹⁴. Autorem odpowiedzi na pytanie był w wyżej wskazanym tekście Wiesław Godzic, który wskazał medialne obszary, dotychczas zajmowane przez profesjonalistów, za teren ekspansji dziennikarstwa obywatelskiego. Według niego, zawodowcy nie dotrzymają kroku wypierającej ich z branży sztucznej inteligencji, a ostoją żurnalizmu staną się pasjonaci i blogerzy.

Trudno jest zakładać, że jeśli zaistnieje technologia pozwalająca na zastąpienie wszystkich żywych dziennikarzy, to redakcje z niej nie skorzystają. Można jednak wskazać obszary, w których trudno będzie zastąpić ludzki pierwiastek. Czy maszyna jest w stanie napisać poruszający reportaż z duszą, geniuszem i błyskotliwością? Czy jest w stanie otrzymać nagrodę Pulitzera? Czy informatyk jest w stanie opracować program robota-dziennikarza, który zauroczy nas oddaniem przyrodzie tak bardzo, jak redaktor i poszukiwacz przygód, Sir David Frederick Attenborough z BBC? Te i inne pytania, choć na razie pozostają bez odpowiedzi, dają jednak pewną nadzieję.

4. BILANS ZYSKÓW I STRAT

Ta część dotyczy rozważań na temat bilansu zysków i strat wprowadzenia algorytmizacji w mediach i procesu zastępowania żywego dziennikarza usługą informatyczną i jej pochodnymi. Bilans zysków jest niezaprzeczalny i szeroko aprobowany zarówno przez właścicieli globalnych koncernów medialnych, jak i przez redaktorów lokalnych gazet-portali. Niewątpliwą korzyścią jest ułatwienie pracy dziennikarzom, którzy mogą precyzyjnie i szybko przesyłać swoje relacje wprost do redakcji czy na strony internetowe tytułu. Przez komputeryzację przekazu udało się osiągnąć egalitaryzm mediów cyfrowych i ich ogólnodostępność. Wzrastają też możliwości zwalczania dezinformacji, np. poprzez szerokie porównanie i poszukiwanie źródłowych danych. Wspomniano również o wzroście bezpieczeństwa (także w sieci). Ważną korzyścią jest także możliwość edukacji mediów przez same media cyfrowe oraz dostępność specjalistycznych materiałów w zakresie komunikowania i szkoleń dziennikarskich online. Cały szereg korzyści z zastosowania technologii SI został opisany także w materiałach Parlamentu Europejskiego, do których odniesiono się powyżej. Jednakże w tym szeroko zakrojonym opisie

¹⁴ M. Gąsior, *Zawody bez przyszłości. Dziennikarze, nauczyciele, rolnicy - wyginą jak dinozaury?*, <https://natemat.pl/13375,zawody-bez-przyszlosci-dziennikarze-nauczyciele-rolnicy-wygina-jak-dinozaury> (dostęp: 2.09.2022).

niewątpliwych zasług SI, odnoszonych również do dziennikarskiej profesji, PE wskazuje na niebezpieczeństwa: rozmytą odpowiedzialność sztucznej inteligencji za wyrządzoną szkodę czy za „pomyłkę w sztuce dziennikarskiej”. Czy za nią należy winić programistę SI, czy producenta programu lub usługi? Sztuczna inteligencja może poważnie wpłynąć na prawo do prywatności i ochronę danych, może być na przykład użyta w sprzeczce do rozpoznawania twarzy lub do śledzenia i profilowania osób w Internecie. Ponadto, sztuczna inteligencja umożliwia łączenie informacji, które osoba podała, w nowe dane, co może prowadzić do wyników, których dana osoba się nie spodziewa.

Szczególne uwrażliwienie na straty „starego” dziennikarstwa w kontekście procesu digitalizacji ukazują założyciel „Nowych Mediów” i portalu wszystkocoinajwazniejsze.pl, Eryk Mistewicz. Czyni to w tekście *Co straciliśmy w dziennikarstwie? Wymienia kluczowe deficyty nowych form przekazu, w tym mediów społecznościowych i wyszukiwarek pracujących na maszynach agregujących informacje i reklamy. Koszty te można przedstawić następująco:*

- utrata refleksyjności,
- brak odpowiedzialności za słowo,
- zanik ciekawości świata,
- zaściankowość,
- depersonalizacja.

Utrata refleksyjności to strata dotkliwa, ponieważ ona właśnie wiąże dziennikarstwo z pracą twórczą. Niepotrzebnie myli się ją z powolnością. Dziennikarz solidny i refleksyjny to taki, który nad tekstem pracował, zdał sobie sprawę z wagi słowa kierowanego do innych. Brak odpowiedzialności za słowo to kolejny problem. Według Mistewicza dziś można napisać już wszystko, i co gorsze, nie ma to jakiegokolwiek znaczenia. Stwierdza on, co następuje: „Nie tylko dlatego, że bez wielkich konsekwencji można to usunąć. Także dlatego, że słowo straciło swą moc. Słowa bombardują nas ze wszystkich stron – jedyne, co nam pozostaje, to podłączenie się do tych strumieni słów (wypływających z wielu miejsc), które w miarę najlepiej wyrażają nasze nastawienie do świata, odpowiadają naszym wartościom (choć to słowo – wartość – też zaczyna odchodzić do przeszłości), i omijanie strumieni, które choć atrakcyjne, propagują rzeczywistość zafałszowaną”¹⁵. To spostrzeżenie nie kończy jednak konstatacji redaktora „Nowych Mediów”, który zauważa dalej: „Nie ma też już dziś nikogo, kto by przyjął za ten stan rzeczy odpowiedzialność. Wydawcy podwyższanie jakości produkowanych treści traktują często machnięciem ręki. Uniwersytety przekierowują zainteresowanie studentów kierunków dziennikarskich na inne formy «aktywności słowem». Media publiczne i ich nadzór także mają inne priorytety. Stowarzyszenia dziennikarskie raczej toczą ze sobą walki, niż zmagają się do wypracowania akceptowanych przez wszystkich standardów. Sprostowania nie są publikowane. A jeśli już domaganie się sprostowania wchodzi na drogę

¹⁵ E. Mistewicz, *Co straciliśmy w dziennikarstwie?*, <https://wszystkocoinajwazniejsze.pl/eryk-mistewicz-co-stracilismy-w-dziennikarstwie/> (dostęp: 13.09.2022).

sądową, najczęściej kończy się ugodą¹⁶. Z uwagi na wielu pośredników i agregaty obrabiające treści dostosowane do potrzeb odbiorców, trudno dziś o wartość podstawową, którą zawsze była odpowiedzialność za słowo, dźwięk i obraz.

Ciekawość świata to kolejna, zanikająca cecha dziennikarstwa. Treści dotyczą głównie przekazu stołecznych miast i metropolii. Najważniejszy polityk odwiedzający prowincję to właściwie jedyny powód, poza zabójstwami ze szczególnym okrucieństwem, aby treści z oddziałów regionalnych wchodziły na pierwsze strony czy główne anteny. Prowincja, z jej bogactwem kulturowym, zniknęła właściwie z głównych medialnych przekazów. Algorytm wyznacza *clickbait*, a wielkie zasoby ludzkie wyznaczają trendy ciekawości. Co istotne, teże niezaspokojonej ciekawości świata towarzyszy tzw. zaściankowość przekazu. Ucyfrowienie mediów, w tym głównych anten TV, spowodowało, że zlikwidowano sieć korespondentów w Europie i na świecie. Można zadać pytanie: po co komu wiedza o świecie, o życiu w innych krajach i tamtejszych problemach? Wystarczy stereotypizacja treści i wykorzystywanie sytuacji za granicą do wewnętrznych, polskich rozgrywek. Mistewicz pyta więc retorycznie, czy Niemcy to jedynie Nord Stream, migranci i odradzający się faszyzm, a Unia Europejska – to dwaj najczęściej cytowani politycy.

Ostatnią stratą w dobie digitalizacji przekazu, który chyba najbardziej przyczynia się do syndromu AA, jest według medioznawców dehumanizacja dziennikarstwa. Dziennikarz nie jest już w cenie. Cena jednego zdjęcia reporterskiego to w prasie lokalnej kilka złotych. Depersonalizacja pogłębia się, kiedy dziennikarski wybór, wybór tego, co najważniejsze – zastąpi sprawniejsza maszyna Google: „Ona wskaże tematy, które w tej chwili interesują ludzi. Pytania, jakie sobie zadają. Obszary zainteresowań. Dziennikarz jest zbędny. W przygotowaniu tekstu – także. [...] Dotarcie do umysłów odbiorców, rozpalenie ich, poprowadzenie liniami narracyjnymi – tu także technika wyprzedzać zaczyna dziennikarskie umiejętności. Szczególnie, jeśli dziennikarz nie wychodzi zza biurka. Teksty tworzy na podstawie Twittera. Przekleja treści podane przez innych. Nie jest zainteresowany światem. Nie zadaje pytań. Nie dzwoni, nie rozmawia, nie szuka. Porzuca rozmówcę, gdy ten nie chce potwierdzić jego (lub jego wydawcy) tezy. [...] Wkleja materiały dostarczone przez firmy, agencje PR, partie polityczne. Zabija zawód, który wykonuje. Nie, to nie jest zawód jego pasji, powołania, ale po prostu zawód – jakiś, który wykonuje, bo akurat koleżanka zwolniła miejsce w redakcji, a jemu tak właściwie wszystko jedno [...]”¹⁷. Jednakże pomimo wskazania słabości nowego typu dziennikarstwa, Eryk Mistewicz daje wiele nadziei i oczekuje na dziennikarstwo jakościowe.

Po rozważeniu bilansu zysków i strat procesu, w którym uczestniczymy jako analitycy, wykładowcy lub czynni dziennikarze w świecie medialnych zmian i rewolucji, pozostajemy nieco lepiej wprowadzeni w kontekst zjawiska AA. Strach przed komputeryzacją życia dziennikarskiego, które winno czerpać pełną inspirację nie tylko z tradycji, ale również z nowości, budzi w nas potrzebę opracowania planu przeciwdziałania temu i odsyła do kontekstu infoetyki.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Tamże.

5. EDUKACJA KU KREATYWNEMU DZIENNIKARSTWU W CZASACH SI

Ludzie chcą wierzyć w kreatywne dziennikarstwo. Są youtuberzy, mający miliony fanów, są samokształceniowe kluby, środowiska autorów i czytelników, aplikacje, tytuły, które warto czytać i wspierać. Aby dziennikarz w rewolucji SI w nowych mediach nie musiał stać się ofiarą syndromu AA, należy rozpocząć od rozpoznania nieuchronnych przemian zachodzących w zawodach związanych z komunikacją społeczną. Wrażenie, że tylko kształcenie uniwersyteckie raz odebrane wystarczy, jest złudne. Istnieje bowiem konieczność permanentnego kształcenia i ciągłej edukacji profesjonalistów z obszaru dziennikarstwa i komunikacji. Przejście z druku do mediów elektronicznych, telefonu, radia i telewizji oraz mobilności medialnej zawsze wiązało się z kosztami zmiany charakterystyki pracy.

Świat mediów pracuje dziś wedle zegarów cyfrowego świata. Należy przyjąć ten aksjomat. Obawa i strach przed automatyzacją, choć jest naturalna, to przewyższała. Brytyjskie pismo branżowe „Press Gazette” zapytało dziennikarzy w 2020 r., czy widzą sztuczną inteligencję jako zagrożenie, czy jako szansę. Ponad 1200 osób, tj. 69% biorących udział w badaniu, oceniło, że jest to raczej zagrożenie¹⁸. Jednakże nie da się uniknąć programów wdrożeniowych, współpracy z nowymi platformami komunikacji i sposobami wsparcia pracy dziennikarskiej. W sferze dziennikarstwa informacyjnego narzędzia sztucznej inteligencji są i będą wykorzystywane do personalizowania kanałów informacyjnych, skanowania mediów społecznościowych w poszukiwaniu artykułów, moderowania komentarzy czytelników lub przetwarzania ogromnych ilości danych.

Nowe ułatwienia cyfrowe ukierunkowują spojrzenie dziennikarzy na wykonanie swojej części pracy, polegającej na sprawdzaniu i humanizowaniu pracy bezdusznych automatów, a poświęcenie czasu na mniej przyjemną powtarzalną pracę, którą wykonują programy. W wielu redakcjach oznacza to, że żywi dziennikarze będą nadal integralną częścią dziennikarstwa, ponieważ istnieje pewien kontekst, głębsze zrozumienie i zaangażowanie, które mogą mieć przecież tylko ludzie. Mediodzawca Charlie Beckett, komentując angielski raport o AA, podziela pogląd, że sztuczna inteligencja nie jest po to, by zastępować dziennikarzy, ale by im pomagać w tak zwanym „rozszerzonym dziennikarstwie”. Jest on zdania, że SI pomaga żurnaliście nawiązać kontakt z odbiorcami, odkrywać historie i pisać artykuły. Jednakże ta pomoc to tylko uzupełnienie pracy dziennikarzy i wyznawanych wartości dziennikarskich. Co więcej, jeśli praca dziennikarska może być zastąpiona przez algorytm, to należy zadać sobie pytanie, dlaczego ktoś ją jeszcze w tym zakresie wykonuje? Dziennikarstwo bowiem rozwija się wraz sposobami komunikacji¹⁹.

¹⁸ F. Mayhew, *Most journalists see AI robots as a threat to their industry: This is why they are wrong*, <https://pressgazette.co.uk/ai-journalism/> (dostęp: 12.09.2022).

¹⁹ C. Beckett, *New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence*, <https://drive.google.com/file/d/1utmAMCmd4rfJHrUfLLfSJ-clpFTjyef1/view> (dostęp: 7.09.2022).

Polis, *think-tank* z London School of Economics, gościł wydarzenie pod nazwą Journalism AI Festival 2020, poświęcone związkowi dziennikarstwa i sztucznej inteligencji. Raport Polis, opublikowany w poprzednim roku, pokazał, że około połowa spośród 71 badanych organizacji medialnych z 32 krajów używała już wtedy sztucznej informacji do gromadzenia danych, dwie trzecie do produkcji newsów i do ich dystrybucji²⁰. Dane wskazują, że współpraca dziennikarzy z SI jest już faktem, co nie znaczy, że układa się ona bezproblemowo. Wspomniany wyżej G. Cooper stwierdził, że jednym z pierwszych problemów etycznych, podanym w tym raporcie są obawy członków redakcji, że sztuczna inteligencja stosowana jest jedynie ze względów oszczędnościowych²¹. Jednakże najczęściej redakcje, inwestując w zasoby SI, inwestują także w zasoby ludzkie.

Jeff Jarvis, amerykański dziennikarz, przedstawił ważne w omawianym kontekście rozdzielenie pojęć: „dziennikarstwo procesu” (*process journalism*) oraz „dziennikarstwo produktu” (*product journalism*). Ilustruje to zmianę sposobu pokazywania wiadomości i odchodzenie od tworzenia w redakcjach gotowych historii oraz przejście do tworzenia materiałów, które są na bieżąco uzupełniane na bazie interakcji z publicznością medium. Może zatem otwartość w kwestii sztucznej inteligencji przyczyni się nieco do odbudowania relacji redaktor – odbiorca. Należy wziąć tę dystynkcję pod uwagę w procesie kształcenia dziennikarzy oraz uczynić dziennikarstwo procesu ważnym elementem warsztatów dziennikarskich w ogóle²². Jarvis wykazuje, że w trybie online materiały dziennikarskie nigdy nie są skończone i nigdy nie są doskonałe. To po prostu oznacza, że uprawiamy dziennikarstwo inaczej. Dziennikarstwo jednak nadal stosuje standardy. Pojawiają się nawet nowe wymagania etyczne, które obejmują współpracę, przejrzystość, włączenie czytelników do procesu twórczego dziennikarstwa traktowanego jako proces. Sztuczna inteligencja pełni w tym zakresie rolę wspierającą. Pozostaje pytanie do dziennikarza-twórcy, jak zachować atrybuty kreatywnego dziennikarstwa w nowym stroju pracy?

6. INFOETYKA: KOMPETENCJA SŁUCHANIA

Funkcja dziennikarska AI jest fragmentem wolnego rynku informacyjnego i rządzi się normami płynącymi głównie z autoregulacji i obowiązującego prawa medialnego. Jednakże deontologią własną kierują się redaktorzy i dziennikarze. Ona wyznacza wyraźne granice, limity, które w algorytmicznej przestrzeni, poza pogonią za zdobywaniem korzyści ekonomicznych, dostrzegają godność osoby ludzkiej jako nadrzędną w procesie komunikacji. Infoetyka, czyli zespół wysokich standardów etycznych w codziennej pracy dziennikarzy, pozwala na bezpieczny obrót treściami informacyjnymi i opiniami ku dobru społecznemu. Przestrzeganie wysokich

²⁰ Tamże.

²¹ G. Cooper, dz.cyt.

²² J. Jarvis, *Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture*, <https://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/> (dostęp: 11.09.2022).

standardów etycznych zmniejsza również ryzyko występowania strachu przed automatyzacją czy wchodzenia dziennikarzy w syndrom AA. W tym kontekście praktycy komunikacji społecznej wskazują nowe wątpliwości i zastrzeżenia dotyczące np. procesu oceniania pracy dziennikarskiej przy udziale SI w zakresie klikalność treści ich autorstwa. Ocena generowana przez SI często nie odzwierciedla nakładu pracy i charakteru treści. Towarzyszy temu refleksja nad wszechobecnym już *clickbaitem*, czyli zjawiskiem sieciowego przyciągania uwagi za pomocą tytułów bądź miniatur, które przesadnie wyolbrzymiają faktyczną treść lub znaczenie artykułu, wzmacniając tym samym obecność reklam, często ulokowanych tak, że czytanie artykułu jest utrudnione.

W świecie ważnym głosem wydają się specjalistyczne wypowiedzi płynące z konferencji, doświadczeń i opracowań papieżstwa. W nowej erze papież Benedykt XVI i Franciszek upominają się o dziennikarstwo i jego misyjny charakter.

Może najistotniejszym aspektem papieskich przypomnień etycznych w związku z obecnością technicznych udogodnień sztucznej inteligencji jest kwestia antropologiczna, która wydaje się kluczowym postulatem całej infoetyki. Społeczeństwa współczesne postrzega się często jako zdeterminowane przez informacje podawane w sposób niepełny, również często już przy udziale SI, a dziennikarze odczuwają dyskomfort pracy lub wręcz AA, zwłaszcza kiedy materiał-informacja tak spreparowana, „rości sobie prawo nie tylko do przedstawiania rzeczywistości w sposób sugestywny, ale wręcz determinuje jej percepcję dzięki posiadanej mocy przekonywania”²³. W trzecim tysiącleciu nowoczesne narzędzia społecznego przekazu winny być traktowane zawsze jako integralna część kwestii antropologicznej. Stąd potrzebna ciągle dbałość o jakość informacji, których odbiorcą jest człowiek. Tożsamą do papieskiej ocenę sytuacji wyraził Olivier Gaude, szef francuskiego Unicomu. Według niego, obecnie w sferze publicznej, jak i prywatnej najtrudniej zapewnić jakość informacji i trafność ocen zawartych w powtarzanych komunikatach: „Jakość świata jutra w dużym stopniu uzależniona jest od jakości informacji, od tego, czy nie utoniemy w informacjach bez wartości, informacjach świadomie czy nieświadomie manipulowanych i sfalszowanych. Od szansy na wybór i wykorzystanie wyłącznie informacji referencyjnych”²⁴. Ten postulat broni dziennikarstwo przed dehumanizacją procesu komunikacji społecznej.

Podejście papieża Franciszka do infoetyki jest bardzo praktyczne. Dla niego dziennikarstwo to misja tłumaczenia świata, po to także, by ludzie mniej się bali i patrzyli na innych z większą świadomością i ufnością. Papież podczas seulskiego kongresu międzynarodowej organizacji SIGNIS – organizacji katolickich pracowników mediów, działającej w 140 krajach – wskazał, że „rewolucja mediów cyfrowych w ostatnich dziesięcioleciach okazała się potężnym środkiem wspierania jedności i dialogu w naszej rodzinie ludzkiej”²⁵. Aspekt sztucznej inteligencji, jak widać,

²³ D. Raś, *Infoetyka w praktyce. Przegląd argumentacji prasy wokół tematyki in vitro.*, Studia Sociologia Cracoviensia 5, 2013, 2 (9), 85.

²⁴ O. Gaude, *Wiarygodność informacji jest najwyższą wartością*, Nowe Media 4, 2013, 2, 85.

²⁵ *Dziennikarstwo misją tłumaczenia świata*, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/dziennikarstwo-misja-tlumaczenia-swiate-papiez-franciszek> (dostęp: 1.09.2022).

nie musi pomijać kategorii misyjności dziennikarstwa. Podczas miesięcy *lockdownu* z powodu pandemii Covid-19 media używające cybernetycznych narzędzi pomogły zbliżyć do siebie ludzi, nie tylko poprzez rozpowszechnianie prozdrowotnych informacji, ale także poprzez przezwyciężenie samotności i izolacji tysięcy ludzkich istnień. Papież wskazał równocześnie, że niektóre media cyfrowe są przestrzenią pełną „toksyczności”, mowy nienawiści i *fake newsów*.

Według standardów infoetycznych papieża Franciszka, to słuchanie jest warunkiem *sine qua non* dobrej komunikacji. I w tym kontekście można postawić pytanie, czy sztuczna inteligencja potrafi prawdziwie wysłuchać człowieka, opowiadającego swoją historię czy nierzadko swój ból? Papież Franciszek podkreślał: „Jest pewien sposób wykorzystania słuchu, który nie jest prawdziwym słuchaniem, ale jego przeciwieństwem: podsłuchiwanie. W rzeczywistości wszechobecną pokusą, która dziś, w dobie sieci społecznościowych, wydaje się jeszcze bardziej narzucająca, jest pokusa podsłuchiwania i śledzenia, wykorzystywania innych dla własnych korzyści. Przeciwnie, tym, co czyni komunikację dobrą i w pełni ludzką, jest właśnie słuchanie osoby, która stoi przed nami, twarzą w twarz, słuchanie drugiego, do którego zbliżamy się z lojalną, ufną i szczerą otwartością”²⁶. Te słowa wskazują na postulat dziennikarstwa wrażliwego. Sztuczna inteligencja, ingerując w życie publiczne, nierzadko przyczynia się do powstania dysfunkcji, gdzie zamiast słuchać siebie nawzajem, często mówi się do siebie. To zjawisko sprawia, że zamiast szukać prawdy i dobra, człowiek szuka tylko jakiegoś konsensusu; zamiast słuchać, zwraca uwagę na słuchalność czy klikalność.

W rzeczywistości, oglądanej oczami papieża Franciszka, SI niejednokrotnie ułatwia dysfunkcje: w wielu przekazach medialnych i toczonych sieciowo dialogach w ogóle nie widać porozumienia. Zamiast tego uczestnicy próbują narzucić innym swój punkt widzenia. Amerykański filozof Abraham Kaplan, cytowany przez papieża, przestrzega w swoich rozważaniach współczesność przed dialogiem, który staje się *duologiem*, czyli monologiem w dwóch głosach. W prawdziwej komunikacji zarówno „ja”, jak i „ty” są otwarte²⁷. Z tego powodu, w kontekście nasycenia dziennikarskich *newsroomów* i sieci społecznościowych technologią sztucznej inteligencji, warto powrócić do kompetencji słuchania. Bez umiejętności słuchania nie ma i nie będzie dobrego dziennikarstwa. Papież dodaje: „Aby dostarczać rzetelnych, wyważonych i kompletnych informacji, trzeba słuchać przez długi czas. Aby zrelacjonować wydarzenie lub opisać rzeczywistość w reportażu, trzeba umieć słuchać, być gotowym także do zmiany zdania i modyfikacji własnych początkowych założeń”²⁸.

²⁶ Papież: *niektóre media cyfrowe miejscem toksyczności, mowy nienawiści i fake newsów*, <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/papiez-media-cyfrowe-miejscem-toksycznosci-mowy-nienawisci-i-fake-newsow> (dostęp: 20.08.2022).

²⁷ A. Kaplan, *The life of dialogue*, w: *A discussion at the Nobel Conference*, red. J.D. Roslansky, Amsterdam 1969.

²⁸ Franciszek, *Słuchanie uchem serca, Orędzie papieża Franciszka na LXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, <https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/20220124-messaggio-comunicazioni-sociali.html> (dostęp: 14.09.2022).

7. ZAKOŃCZENIE

Niech opinia papieża Franciszka pozostanie jako *memento* infoetyczne na koniec przeglądu analitycznego, dotyczącego zjawiska wpływu sztucznej inteligencji na profesje dziennikarskie i *automation anxiety*. Strach przed automatyzacją, towarzyszący wielu dziennikarzom, coraz powszechniej stanowi interesujący przedmiot badań interdyscyplinarnych, również z zakresu psychologii i psychologii społecznej. Jednakże jednym z zasadniczych pól refleksji nad robotyzacją dziennikarstwa winna być infoetyka, która pozwala na uniknięcie ograniczenia dyskursu jedynie do pola funkcjonowania w zawodzie dziennikarskim, zdrowia psychicznego pracowników mediów, czy też rozważań dotyczących ekonomicznych korzyści i strat.

BIBLIOGRAFIA

- Akst D., *Automation anxiety*, The Wilson Quarterly Summer 2013, <http://archive.wilsonquarterly.com/sites/default/files/articles/AutomationAnxiety.pdf> (dostęp: 23.07.2022).
- Baek S.U., Yoon J.-H., Won J.-U., *Association between Workers' Anxiety over Technological Automation and Sleep Disturbance: Results from a Nationally Representative Survey*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 19, 2002, 1–12.
- Beckett C., *New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence*, <https://drive.google.com/file/d/1utmAMCm4rfJHrUfLLfSJ-clpFTjyefl/view> (dostęp: 07.09.2022).
- Cooper G., *Automatyzacja dziennikarstwa – więcej obaw czy nadziei*, <https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/automatyzacja-dziennikarstwa-wiecej-obaw-czy-nadziei> (dostęp: 2.09.2022).
- Czy pisarzy zastąpią algorytmy i roboty?*, <https://nieskonczona-opowiesc.gadzetomania.pl/2326,czy-pisarzy-zastapia-algorytmy-i-roboty> (dostęp: 22.06.2022).
- Franciszek, *Sluchanie uchem serca, Orędzie papieża Franciszka na LXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, <https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/20220124-messaggio-comunicazioni-sociali.html> (dostęp: 14.09.2022).
- Gaude O., *Wiarygodność informacji jest najwyższą wartością*, Nowe Media 4, 2013, 2, 85.
- Gąsior M., *Zawody bez przyszłości. Dziennikarze, nauczyciele, rolnicy - wyginą jak dinozaury?*, <https://natemat.pl/13375,zawody-bez-przyszlosci-dziennikarze-nauczyciele-rolnicy-wygina-jak-dinozaury> (dostęp: 02.09.2022).
- Jarvis J., *Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture*, <https://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/> (dostęp: 11.09.2022).
- Lee Kai-Fu, *Inteligencja sztuczna, rewolucja prawdziwa*, Poznań 2019.
- Lipstreu O., *The automation anxiety syndrome: symptoms and treatment*, Human Resource Management, 5, 1966, 1, 31–35.
- Mayhew F., *Most journalists see AI robots as a threat to their industry: This is why they are wrong*, <https://pressgazette.co.uk/ai-journalism/> (dostęp: 12.09.2022).
- Min J., Kim Y., Lee S., Jang T.W., Kim I., Song J., *The fourth industrial revolution and its impact on occupational health and safety, worker's compensation and labor conditions*. Safety and Health at Work 10, 2019, 400–408.
- Mistewicz E., *Co straciliśmy w dziennikarstwie?*, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/eryk-mistewicz-co-stracilismy-w-dziennikarstwie/> (dostęp: 13.09.2022).
- Papież: niektóre media cyfrowe miejscem toksyczności, mowy nienawiści i fake newsów*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/papiez-media-cyfrowe-miejscem-toksycznosci-mowy-nienawisci-i-fake-newsow> (dostęp: 20.08.2022).

- Parlament Europejski, *Sztuczna inteligencja: szanse i zagrożenia*, 11-05-2022, <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20200918STO87404/sztuczna-inteligencja-szanse-i-zagrozenia> (dostęp: 13.09.2022).
- Parlament Europejski, *Sztuczna inteligencja: co to jest i jakie ma zastosowania?*, 26.04.2021, <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/priorities/sztuczna-inteligencja-w-ue/20200827STO85804/sztuczna-inteligencja-co-to-jest-i-jakie-ma-zastosowania> (dostęp: 1.08.2022).
- Raś D., *Infoetyka w praktyce. Przegląd argumentacji prasy wokół tematyki in vitro.*, *Studia Sociologia Cracoviensia* 5, 2013, 2 (9), 71–85.
- The life of dialogue*, w: J.D. Roslansky, *A discussion at the Nobel Conference*, Amsterdam 1969.
- Wieczorek K., *Orszak wdzięcznych marionetek, czyli maszyna jako urzekający potwór*, *Logos i Ethos* 52, 2022, 49–77.
- Zdebska J., *Czy robot zastąpi dziennikarza? O algorytmach piszących artykuły*, <http://nagrodamlodych-dziennikarzy.pl/2022/02/23/czy-robot-zastapi-dziennikarza-o-algorytmach-piszacych-artykuly/> (dostęp: 02.08.2022).

AUTOMATION ANXIETY. ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM FROM THE INFOETHICS PERSPECTIVE

Summary

Personal demand for information and opinions seems to be constantly increasing in the age of digital media. Artificial intelligence (AI) is a new milestone for the constantly developing media. The influence of artificial intelligence on journalism is an interesting subject for research. Although, the main field of reflection should be focused on infoethics. Automation anxiety, means the fear of automation, accompanies journalists more and more frequently. For some, robotization of journalism is only a way to save money in the newsroom, and for others a catalyst for algorithm bias, contributes to the formation of an information bubble, causes a confirmation effect and fosters the generation of so-called deep fakes. Still other opinions indicate the positive side of the process, e.g. greater transparency of journalism and the discovery by AI of such connections between facts that would never have been discovered otherwise. So is there a space left in the media of the Web 3.0 era for a journalist's personality, reflection, responsibility for the word and personalism? These problems are key at the beginning of the third decade of the 21st century.

Key words: automation anxiety, artificial intelligence, journalism, infoethics, algorithm, personalism

Nota o Autorze

Ksiądz dr **Dariusz RAŚ** – prezbiter archidiecezji krakowskiej, adiunkt, wykładowca historii mediów i głównych nurtów kultury współczesnej w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Autor książki opisującej aspekt komunikacyjny struktury nowej ekspozycji w domu rodzinnym Karola Wojtyły – św. Jana Pawła II w Wadowicach – *Muzeum wielu narracji* oraz współautor książki *Ewangelicznie demokratyczna Polska. Śladami publicystyki ks. Ferdynanda Machaya*, Kraków 2021.

ORCID ID: 0000-0002-8112-8748

Kontakt e-mail: dariusz.ras@upjp2.edu.pl