

Załącznik nr 1 do Protokołu nr 3 z posiedzenia
Rady Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW z dnia 29 marca 2017 r.

Uchwała nr 38/2017

**Rady Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego
z dnia 29 marca 2017 r.**

w sprawie nadania stopnia naukowego doktora habilitowanego nauk społecznych
w dyscyplinie nauk o mediach dr Marii Annie Ryłko-Kurpiewskiej

Na podstawie art. 18a, ust. 11 *Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych
i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki* (Dz.U. 2003, Nr 65, poz. 595
z zm.) uchwała się, co następuje:

§ 1.

Rada Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW, po zapoznaniu się z uchwałą komisji habilitacyjnej zawierającą opinię w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego wraz z uzasadnieniem oraz pełną dokumentacją postępowania habilitacyjnego, w tym z recenzjami osiągnięć naukowych, **nadaje dr Marii Annie Ryłko-Kurpiewskiej** stopień naukowy doktora habilitowanego nauk społecznych, w dyscyplinie *nauk o mediach*

§ 2.

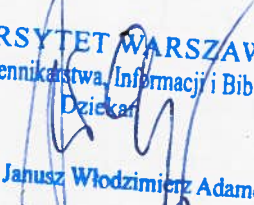
Uzasadnienie stanowi załącznik do uchwały.

§ 3.

Głosowanie nad niniejszą uchwałą przeprowadzono w trybie tajnym.

§ 3.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

UNIwersytet Warszawski
Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii
Dziekan

prof. dr hab. Janusz Włodzimierz Adamowski

UZASADNIENIE

1. Opinie o dorobku naukowym i aktywności naukowej doktor Marii Anny Ryłko-Kurpiewskiej, sporządzone przez troje Recenzentów, mają jednoznacznie pozytywne konkluzje.
2. Osiągnięcie naukowe w postaci monografii, zatytułowanej: *Reklama jako sztuka powtórzeń (Gdańsk, 2016)*, a także pozostałe elementy dorobku naukowego, wśród nich w szczególności:

- wyspecjalizowane i względnie jednolite metodologicznie, oparte na praktycznej obserwacji zjawisk rynkowych badania skupione wokół interdyscyplinarnie podejmowanej tematyki reklamy, w tym: oddziaływania reklamy na dzieci, relacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą przekazu reklamowego, uwarunkowań tworzenia przekazów reklamowych związanych z kulturą i mediami, budowy, struktury i sposobu konstruowania nazw i logotypów, sposobu ukazania profesji, zawodów i firm w aspekcie przekazu medialnego,
- spójny dorobek publikacyjny, a w nim: 1 współautorski (50 proc. – wraz z M. Łosiewicz w „International Business and Global Economy”) oraz 4 autorskie artykuły w czasopiśmie, w tym na łamach „Studiów Medioznawczych” oraz „Studiów Pragmalingwistycznych”, 22 rozdziały w monografiach (w tym 6 współautorskich), współredakcja 4 monografii zbiorowych oraz współredakcja naukowa serii wydawniczej, monografia (w oparciu o dysertację doktorską) *Dzieci jako odbiorcy reklam telewizyjnych* (łącznie wśród wyżej wymienionych: 7 artykułów oraz 4 prace redakcyjne w języku angielskim),
- 13 artykułów popularyzujących wiedzę,
- aktywny udział w 20 sesjach i konferencjach naukowych, w tym 3 o charakterze międzynarodowym oraz członkostwo Rad Naukowych 3 oraz komitetów organizacyjnych 8 konferencji,
- 18 cytowań dorobku (indeks *Publish or Perish*)

wnoszą znaczny wkład Habilitantki w rozwój dyscypliny nauki o mediach.

3. Dorobek w zakresie działalności dydaktycznej, organizacyjnej i popularyzatorskiej oraz współpracy międzynarodowej, obejmujący m.in. takie elementy jak:
 - kierowanie międzyuczelnianym projektem badawczym *Badania nad tożsamością w różnych obszarach społecznych* oraz dwoma projektami badawczymi, finansowanymi ze środków Uniwersytetu Gdańskiego oraz projektem *Nowoczesna dydaktyka, media, informatyka, etyka* w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki,
 - pełnienie funkcji redaktor naczelnej i redaktor tematycznej jednego z działów pisma „Media Biznes Kultura” oraz członkostwo w radzie naukowej tego periodyku,
 - pełnienie funkcji promotora pomocniczego w przewodzie doktorskim mgr Joanny Śliwińskiej (Wydział Filologiczny UG),
 - prowadzenie działalności eksperckiej (wykonanie 24 ekspertyz) i szkoleniowej w zakresie problematyki reklamowej,

- zainicjowanie oraz członkostwo w kapitule ogólnopolskiego konkursu na najlepszą pracę magisterską o mediach „Medi@stery”,
- prowadzenie zajęć dydaktycznych z zakresu języka reklamy, jej społecznego i kulturowego kontekstu, komunikacji werbalnej i niewerbalnej, marketingu i mediów w komunikacji kulturowej,
- prowadzenie zajęć warsztatowych, m.in. z zakresu copywritingu, kultury języka, metodologii tworzenia tekstów reklamowych i praktycznej stylistyki,
- autorstwo i współautorstwo programów studiów oraz inicjowanie współpracy macierzystej uczelni z otoczeniem biznesowym,
- pełnienie licznych funkcji organizacyjnych w macierzystej uczelni,
- członkostwo w licznych organizacjach i towarzystwach naukowych, w tym w Polskim Towarzystwie Komunikacji Społecznej, Zespole Etyki Słowa RJP PAN oraz Komisji Historii Nauk Społecznych Komitetu Historii Nauki i Techniki PAN,
- udział w programie Comenius (2014), mającym na celu rozwijanie aktywności dziennikarskiej uczniów,
- inicjowanie współpracy z uczelniami z Ukrainy oraz Uniwersytetem Ashford (Iowa, USA),
- praca nad wydaniem wielotomowej, dwujęzycznej publikacji *Media, Business, Culture*, a także *Identity and Image in Media Communication* (ukaze się w 2017 r.), popularyzujących polską myśl medioznawczą poza granicami kraju

świadczy o ocenionej pozytywnie, zróżnicowanej aktywności organizacyjnej i popularyzatorskiej, co pozwala w pełni i jednoznacznie pozytywnie ocenić aktywność zawodową Habilitantki.