

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Magdaleny Hensoldt-Fydy:  
*Mediolingwistyczne aspekty w konstruowaniu przekazu w mediach  
społecznościowych***

**Ocena ogólna rozprawy doktorskiej**

Dysertacja wpisuje się swą zawartością i założeniami metodologicznymi w zakres tematyczny języka komunikacji internetowej i dynamicznych zmian zachodzących w tym obszarze. Sytuuje się w obszarze dyscyplin nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz językoznawstwa i subdyscyplinie pragmatyka języków, która jest kluczowym kontekstem do modelu analityczno-interpretacyjnego. Interdyscyplinarne podejście łączące lingwistykę, pragmatykę i mediolingwistykę w koncepcji Bogusława Skowronka (2013, 2024) pozwoliło Autorce na szczegółową i pogłębioną analizę mediolingwistycznych aspektów komunikacji na Facebooku i wpływu na zaangażowanie odbiorców. Główny problem badawczy dotyczy wykorzystania mediolingwistycznych aspektów w tworzeniu internetowych przekazów językowych. Wybór tematyki, zarys teoretyczno-definicyjny, instrumentarium badawcze, metodologia, oparta na analizie frekwencyjno-tematycznej wsparta narzędziami teoretycznymi z zakresu pragmatyki językowej, ilościowe i jakościowe analizy obszernych danych, ich interpretacje i sformułowane wnioski są aktualne i nowatorskie. Dysertacja stanowi po pierwsze, dowód orientacji teoretycznej w poruszonym temacie, umiejętności krytycznej analizy literatury przedmiotu, zastosowania trafnie dobranych technik badawczych i analiz statystycznych. Po drugie, potwierdza kompetencje Doktorantki w systematycznym i precyzyjnym selekcjonowaniu danych, a także ich interpretacji i samodzielnym formułowaniu wniosków. Autorka wykazała się ogólną, interdyscyplinarną wiedzą lingwistyczno-medioznawczą z obszaru języka komunikacji w mediach społecznościowych i praktyk odbiorczych. Część empiryczna pracy pozwala na pozytywną ocenę warsztatu badawczego Doktorantki. Rozprawa stanowi wartościowy wkład w dyscyplinę, jest kompleksowym i oryginalnym opracowaniem.

## Ocena merytoryczna rozprawy

### 1. Struktura i zawartość treściowa rozprawy

Recenzowana rozprawa jest dobrze ustrukturyzowana (część teoretyczna, metodologiczna, empiryczno-analityczna, wnioski). Składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, z których pierwsze trzy są teoretyczne, czwarty i część piątego to zarys metodologii, piąty rozdział stanowi część analityczno-interpretacyjną, pozostałe elementy składowe to zakończenie, bibliografia, źródła internetowe, spis tabel, spis wykresów, streszczenie w języku polskim i angielskim. Praca całości liczy 311 stron. Spójna struktura rozprawy pozwala na logiczne śledzenie przebiegu realizacji projektu badawczego od części wprowadzającej, ustaleń teoretycznych, przez metodologię do wniosków końcowych. Wyraźny podział na część teoretyczną, analityczno-interpretacyjną pozwala na przejrzyste zapoznanie się z solidnym zapleczem teoretycznym, odczytanie wyników badań, z uwzględnionym kontekstem teoretycznym.

W pierwszym rozdziale zatytułowanym: *Media społecznościowe jako element Internetu* Autorka poruszyła kwestie związane z umiejscowieniem mediów społecznościowych w kontekście dynamiki rozwoju Internetu, aspektów personalizacji i interaktywności, z przeglądem ich różnorodnych definicji, typologii, a następnie skupia się na fenomenie popularności portali społecznościowych: Facebook, Instagram, YouTube, Tik-Tok i X.

W moim przekonaniu najistotniejszym fragmentem rozdziału dysertacji jest passus poświęcony mediom społecznościowym jako środowisku kształtującemu rzeczywistość językową. Wyakcentowanie, że media społecznościowe można postrzegać nie tylko jako narzędzie komunikacyjne, ale również jako platformę, która kształtuje współczesne zachowania językowe i praktyki odbiorcze.

W drugim rozdziale: *Język komunikacji internetowej* Autorka przybliżyła językowe aspekty w komunikacji internetowej i rozpoczyna swoje ustalenia od przeglądu klasycznych definicji języka. Następnie koncentruje się na teorii aktów mowy amerykańskiego filozofa języka Johna Searla, czyniąc ją podstawą do analizy języka komunikacji internetowej. Korzysta z ustaleń Searla, mówiących, że język służy do realizacji różnorodnych intencji komunikacyjnych, np. wyrażanie myśli, emocji, wpływanie na zachowania odbiorców. W kontekście komunikacji internetowej teoria Searla dostarcza narzędzi do analizy sposobu wykorzystania przez języka do budowania przekazów i realizacji intencji w złożonym środowisku cyfrowym. W kolejnej części rozdziału Doktorantka stara się udowodnić, że rozwój technologii informacyjnych stanowi kluczowy czynnik przemian językowych w kontekście komunikacji internetowej i słusznie konkluduje, że użytkownicy sieci adaptują język do specyfiki środowiska cyfrowego,

często redukując i upraszczając słownictwo, co może prowadzić do zaniedbywania norm językowych.

Rozdział trzeci *Pragmatyczne ujęcie języka w mediach społecznościowych* ma charakter językoznawczy i poświęcony jest w swojej pierwszej części współczesnym teoriom oraz stanowiskom językoznawczym stosowanym w badaniach nad pragmatyką językową. Wybrane zostały teoria aktów mowy Johna L. Austina i Johna Searle'a, teoria implikatury konwersacyjnej Herberta P. Grice'a oraz kontekstowa teoria komunikacji Gregory'ego Batesona. W przekonaniu Doktorantki, z czym wypada się zgodzić, powyższe teorie najpełniej dostarczają narzędzi do analizy nie tylko struktury języka, lecz także procesów komunikacyjnych i znaczenia, jakie generują. Ostatecznie celem tego rozdziału są teoretyczne ustalenia: w jaki sposób wybrane teorie mogą zostać zastosowane do analizy współczesnych form komunikacji w mediach społecznościowych, szczególnie w odniesieniu do mediolingwistycznych aspektów oraz w jaki sposób użytkownicy mediów społecznościowych wykorzystują pragmatyczne zasady komunikacji (teorie aktów mowy, implikatury konwersacyjne oraz metakomunikację) celem zwiększenia skuteczności swoich komunikatów. Treści omówionych powyżej trzech rozdziałów teoretycznych wypełniają rozważania na dobrym naukowym poziomie, godna podkreślenia jest ciągłość wywodów, prezentowane treści są ze sobą powiązane i dotyczą szeregu nawiązań i odwołań teoretycznych, zarówno do klasycznych, jak i współczesnych źródeł. Całość prezentuje mapę najważniejszych problemów polimorficznej rzeczywistości językowo-medialnej. Każdy rozdział kończą dobre podsumowania, które ułatwiają czytelny odbiór wysoce językoznawczych, nasyconych i niekiedy przeładowanych definicji, typologii i ujęć. Drobną sugestią byłoby skrócenie omówienia powszechnie znanych zjawisk np. definicji mediów społecznościowych w dobie Web.2.0 – gdy mówimy o generacji 4.0 i 5.0, ich typologii, specyfiki komunikacji na rzecz szerszego niż tylko w przypisie opisu kształtowania się zwłaszcza w Polsce badań nad językiem medialnym w kontekście historycznym.

Rozdziały kolejne czwarty *Analiza mediów społecznościowych w Polsce: dominacja Facebooka jako wiodącej platformy w latach 2019-2020* i piąty *Mediolingwistyczna analiza wybranych aspektów komunikacji na Facebooku* mają charakter empiryczny i precyzują pola badawcze analizy własnej. Paragrafy: organizacja badań własnych (IV rozdz.) oraz założenia metodologiczne badań własnych (V rozdz.) umiejscowione są w dwóch różnych rozdziałach, sformułowanie pytań badawczych i hipotez oraz charakterystyka metody zawarte są we wstępie. Wyodrębnienie odrębnego rozdziału poświęconego założeniom metodologicznym badań, w mojej opinii, i podniosłoby czytelność struktury części badawczej pracy.

W rozdziale czwartym Doktorantka charakteryzuje fenomen Facebooka, a następnie dokładnie, może nawet zbyt drobiazgowo, opisuje trendy w polskim Internecie posiłkując się zestawieniami statystycznym Polskiego Badania Internetu oraz raportów firmy badawczej Gemius. Analizy danych pozwoliły na ujęcie Facebooka jako platformy, która nie tylko zajmuje centralną pozycję na rynku, ale także dostosowywała swoją rolę i zasięg w odpowiedzi na zmieniające się uwarunkowania społeczne, polityczne i technologiczne. Badaczka wyjaśniła procedurę starannego doboru 18 portali celebrytów i scharakteryzowała poszczególne etapy selekcyjne z wykorzystaniem rozkładu (wzrostów lub spadków) precyzyjnych wskaźników, np. storytellers, liczby aktywnych użytkowników, liczby aktywności na jednego użytkownika.

Rozdział piąty jest poprawnie skonstruowany i cechuje go logiczny porządek: określenie założeń metodologicznych badań własnych, opis wybranych metod i narzędzi badawczych, analiza właściwa ukierunkowana na siedem kryteriów, do których zaliczają się: hybrydalny status języka, wielokodowość treści, ekonomizacja językowa, specyficzność ortograficzno-interpunkcyjna treści, kompletacje językowe, gry językowe, wartościowe wymuszanie w języku. Autorka sprawnie omawia wyniki badań i zestawień statystycznych, starannie i wnikliwie prezentuje dane graficznie i wizualnie. Posługuje się zaawansowaną statystyką, koreluje zmienne np. liczbę aktywności i indeks interaktywności (każda z rozbudowanymi wskaźnikami), wspomaga się wartościami mediany. Stopień detaliczności i pogłębienia wniosków jest nie tylko zadawalający, ale nawet ponadprzeciętny na bardzo dobrym poziomie statystyki opisowej. Rozdział wieńczy podsumowanie wyników badań własnych.

Dysertację kończy bardzo dobrze opracowane, syntetyczne zakończenie trafnie wskazujące odpowiedzi na poszczególne pytania badawcze. Każde badawcze pytanie skonfrontowane jest z interpretacją i uogólnieniami wyprowadzonymi z przeprowadzonych badań i analiz oraz wskazaniem fragmentu rozprawy, który dokładnie rozstrzyga pytania. Zgodnie z zaprezentowaną weryfikacją polegającą na analizie, syntezie wzmocnionej wnioskowaniem statystycznym zebranych danych większość założonych hipotez okazało się słuszne i odpowiadające faktycznemu stanowi rzeczy z wyłączeniem jednej - częściowo zweryfikowanej.

Wykorzystana literatura jest bogata, obejmuje ponad 270 pozycji, podzielonych na pozycje książkowe i artykuły w czasopiśmie (190 pozycji) i źródła internetowe – głównie raporty (84 pozycje). Wiele z nich jest obcojęzycznych i nowych, które ukazały się po 2000 roku, a obok nich cytowane są pozycje starsze należące do kanonu klasyki językoznawstwa. Źródła literaturowe stanowią zestaw pozycji, który przekłada się na uporządkowanie rozległej wiedzy



- z jednej strony językoznawczej, a z drugiej medioznawczej. Z pewnością stanowi wyczerpujący kontekst teoretyczny rozprawy, która dzięki nim zyskuje na randze naukowej.

## 2. Ocena metodologii badań oraz przyjętych i zastosowanych metod badawczych

Przedłożona do recenzji rozprawa stanowi dowód dobrej orientacji metodologicznej Autorki, w zaprojektowaniu i przeprowadzaniu badań ilościowych, wspomaganych jakościowymi, w umiejętności analize danych, formułowaniu wniosków i weryfikacji hipotez. Koncepcja badań własnych i sposób ich realizacji należy ocenić wysoko. Podstawową metodą badawczą wykorzystaną w pracy jest analiza frekwencyjno-tematyczną w przywołanej koncepcji Stanisława Michalczyka, precyzującej, że częstotliwość i tematyka komunikatów odzwierciedlają dominujące trendy językowe oraz preferencje komunikacyjne użytkowników. Badaczka poszukiwała częstotliwości występowania zjawisk językowych w określonym czasie, w określonych tekstach – w tym przypadku w postach oraz komentarzach do postów.

Doktorantka wybrała podejście ilościowe uzasadniając je dążeniem do obiektywizacji i rzetelności wniosków. W procedurze badań pomocniczo zostały wykorzystane wyniki badań popularności poszczególnych mediów, analiza trendów w polskim Internecie, oraz analiza zawartości wyselekcjonowanych postów - 725 wpisów wraz z odpowiedziami odbiorców, które wyróżniały się największą liczbą reakcji, komentarzy oraz udostępnień na podstawie Raportów Facebook Trends Polska na portalu Sotrender.com (dane z przełomu 2019-2020 oraz z maja 2024). Na etapie doboru próby dokonała wieloetapowej selekcji. W pierwszym etapie Doktorantka wyłoniła 20 najpopularniejszych profili celebrytów z największą liczbą aktywnych użytkowników i 20 profili z największymi zasięgami na przełomie 2019/2020 roku, a następnie wytypowała portale wspólne dla obu grup w liczbie 18 i te poddała dalszej analizie. W badaniach Autorka wykorzystowała autorskie narzędzie badawcze w postaci klucza kategoryzacyjnego do oceny aktywności i kreatywności celebrytów w tworzeniu postów. Posłużył on także do ustalenia pięciu kategorii przedziałów, precyzyjnie, punktowo reprezentujących określony poziom zaangażowania celebrytów i wpływu przekazów na użytkowników Facebooka.

Zaproponowane pytania i hipotezy są poprawnie sformułowane. Autorka postawiła pytanie główne i 6 szczegółowych pytań badawczych oraz 9 hipotez. Pytanie główne dotyczy sposobu w jaki mediolingwistyczne aspekty komunikacji językowej (hybrydalny status języka, wielokodowość treści, ekonomizacja form wypowiedzi, specyficzność ortograficzno-interpunkcyjna, kreatywne kompletacje językowe, gra językowa oraz wartościowe wymuszanie) wpływają na zaangażowanie użytkowników w przekazy komunikacyjne na

platformie Facebook. Pytania szczegółowe dotyczą kolejno następujących kwestii: (1) w jaki sposób dominujące platformy mediów społecznościowych kształtują interakcje społeczne i dynamikę komunikacji użytkowników; (2) w jaki sposób użytkownicy mediów społecznościowych wykorzystują pragmatyczne zasady komunikacji (teorie aktów mowy, implikatury konwersacyjne, metakomunikacje; (3) w jaki sposób wzrost popularności Facebooka w Polsce wpływa na intensywność i charakter zaangażowania użytkowników w komunikację online; (4) jakie mechanizmy kształtowania przekazu językowego są stosowane przez celebrytów i influencerów na Facebooku i w jaki sposób wpływają one na preferencje językowe oraz strategie komunikacyjne w mediach społecznościowych; (5) jaki związek może istnieć między poziomem występowania zbadanych aspektów tworzenia języka w treściach zamieszczanych przez wybranych celebrytów/influencerów a aktywnością użytkowników; (6) które środki mają największy wpływ na tworzenie przekazu na kontach wybranych celebrytów/influencerów w mediach społecznościowych Facebook. Postawione pytania posłużyły do sformułowania hipotez opisowych: podstawowej i pobocznych: H: mediolingwistyczne aspekty komunikacji językowej odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu przekazów na platformie Facebook, wpływając na utrzymanie uwagi odbiorców oraz ich zaangażowanie w proces komunikacji; H1: w środowisku internetowym, gdzie komunikacja jest szybka i bezpośrednia, skróty, emotikony i inne elementy języka mają na celu zwiększenie efektywności przekazu; H2: sytuacja społeczno-polityczna ma bezpośredni wpływ na aktywność użytkowników w mediach społecznościowych; H3: celebryci i influencerzy stosują hybrydalne kody językowe, łącząc różne języki (np. polski z angielskim), aby zwiększyć efektywność perswazyjną swoich komunikatów; H4: celebryci świadomie naruszają maksymy konwersacyjne Grice'a, takie jak ilość, jakość, sposób czy istotność, aby osiągnąć zamierzony efekt komunikacyjny; H5: stosowanie skrótów, emotikonów i akronimów jest ściśle związane z efektywnością komunikacyjną w mediach społecznościowych; H6: błędy językowe - ortograficzne czy interpunkcyjne, mogą prowadzić do naruszenia maksym jakości i sposobu Grice'a; H7: kompletacje językowe, takie jak łączenie kolokwializmów, skrótów i zapożyczeń, pełnią istotną rolę w przyciąganiu uwagi użytkowników; H8: gra językowa, poprzez celowe naruszanie maksym Grice'a, prowadzi do powstawania implikatur, czyli ukrytych znaczeń, które wymagają od odbiorcy większego zaangażowania intelektualnego; H9: celebryci świadomie formułują akty mowy, aby osiągnąć wspólną korzyść z odbiorcą, zgodnie z zasadą kooperacji Grice'a.

Spośród licznych analiz własnych chciałabym szczególnie docenić solidne i rzetelne ilościowe wyliczenia (sumowanie punktów) udziału założonych aspektów językowych w tworzeniu

przekazu na profilach celebrytów/influencerów i ceną konkluzję, że najważniejszymi aspektami językowymi w kształtowaniu przekazu na wybranych profilach społecznościowych są: wielokodowość treści, specyficzność ortograficzno-interpunkcyjna oraz wartościowe wymuszanie.

Ostatecznie, hipoteza główna oraz 8 pobocznych zostały całkowicie pozytywnie, a jedna – szósta częściowo pozytywnie zweryfikowana. Przeprowadzone analizy nie tylko potwierdziły założenia teoretyczne, ale także dostarczyły nowych wniosków na temat praktycznych zastosowań mediolingwistyki w komunikacji internetowej. Wnioski te sugerują, że transformacje w komunikacji internetowej odzwierciedlają nie tylko zmianę preferencji użytkowników, ale również ewolucję strategii celebrytów, którzy muszą nieustannie dostosowywać się do nowych technologii, trendów i narzędzi, aby pozostać konkurencyjni.

### 3. Ocena strony formalnej pracy

Pod względem opracowania redakcyjnego i stylistyczno-językowego, a także w zakresie stosowania zasad dla odsyłaczy bibliograficznych pracę oceniam pozytywnie. Doktorantkę cechuje staranność w podawaniu cytowanych źródeł i przywołanej literatury. Jak w każdym tego typu opracowaniu, również i w recenzowanej rozprawie można znaleźć stylistyczne potknięcia językowe i błędy natury interpunkcyjnej. Pojawiły się incydentalnie fragmenty powtarzające się, zdarzają się błędy literowe, interpunkcyjne i stylistyczne (przykłady na stronach: 6, 69, 103, 127, 129,134, 147,174, 189,196, 199,234, 237.274, 279).

### 4. Wskazanie mocnych i słabszych stron rozprawy

Mocną stroną pracy jest co najmniej kilka elementów:

- Ciekawy pomysł na projekt badawczy i wielowymiarowa i transdyscyplinarna analiza aspektów komunikacji językowej;
- Nowatorskie wyniki badań wpisują się w rozwój dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach;
- Zaawansowana metodologia;
- Przegląd literatury przedmiotu i solidne zaplecze teoretyczne;
- Propozycje przyszłych badań: dalsze, pogłębione analizy hybrydalności języka w aspekcie globalnej komunikacji, rola wartościowego wymuszania w kontekście zmieniających się norm kulturowych i społecznych - dalsze badania mogą przyczynić

się do lepszego zrozumienia roli języka w kształtowaniu zachowań i preferencji w świecie mediów społecznościowych;

- Wskazanie praktyczne: uzyskane wyniki mają istotne znaczenie dla twórców treści, marketingowców oraz specjalistów od komunikacji, którzy mogą wykorzystać mediolingwistyczne strategie do budowania bardziej zaangażowanych społeczności online.

Po stronie drobnych wad wymieniłabym:

- Lekkie zachwianie proporcji między częścią pierwszą pracy - teoretyczną, zarysowującą wyczerpujący kontekst dla dalszych rozważań analityczno-interpretacyjnych, a drugą poświęconą założeniom metodologicznym pracy i wynikom analizy własnej – w moim przekonaniu, najbardziej ciekawej i twórczej. Zebrany, bogaty materiał został wzorcowo wykorzystany jeśli chodzi o badania z przełomu 2019/2020. Natomiast pozostałe zebrane dane mogły być lepiej wykorzystane, a ich analizy pogłębione np. poprzez wskazanie ilustrujących przykładów technik mediolingwistycznych, w szczególności uwaga dotyczy badań z maja 2024 roku, które stanowiły kontynuację wcześniejszych analiz, umożliwiły porównanie zmian w strategiach komunikacyjnych celebrytów i influencerów w polskim Internecie;
- Niedosyt rozwinięcia tematyki dotyczącej historii badań nad językiem w polskich mediach;
- Rozrzucenie założeń metodologicznych – ich zebranie w jednym rozdziale wpłynęłoby na większą czytelność i zrozumienie badań.

### **Wnioski końcowe i konkluzja:**

Ustawowe wymagania i kryteria pracy doktorskiej określone są w ustawie: „Rozprawa doktorska przygotowywana pod opieką promotora albo pod opieką promotora i promotora pomocniczego (...) powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego lub oryginalne dokonanie artystyczne oraz wykazywać ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej lub artystycznej oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej”.

Zgodnie z tym, że istotą pracy doktorskiej powinno być pokazanie warsztatu naukowego doktoranta, który powinien polegać na umiejętności analize literatury, sformułowaniu



problemu i pytań badawczych, wyborze metody, przeprowadzeniu badań i ich interpretacji stwierdzam, że Doktorantka te wymogi spełnia.

Stwierdzam zatem, iż recenzowana przeze mnie rozprawa doktorska **mgr Magdaleny Hensoldt-Fydy: *Mediolingwistyczne aspekty w konstruowaniu przekazu w mediach społecznościowych*** odpowiada wymaganiom stawianym tego typu opracowaniom w obowiązujących przepisach i **wnoszę do Rady Naukowej Dyscypliny Nauki o Komunikacji Społecznej i Mediach WSiIZ o jej dopuszczenie do publicznej obrony.**

Justyna Smulik-Jaźwińska