



Warszawa, 17.01.2025

Dr hab. Małgorzata Molęda-Zdziech, prof. SGH

Katedra Studiów Politycznych

ISM KES SGH

mmoled@sgh.waw.pl, tel. 603952539

Recenzja rozprawy doktorskiej „Media społecznościowe w komunikowaniu politycznym na przykładzie przedterminowych wyborów prezydenckich w Rzeszowie” napisanej przez Panią mgr Annę Skibę, pod opieką Promotorki: dr. hab. Anny Siewierskiej, prof. URJ

Przedłożona mi do recenzji praca została napisana w dziedzinie nauk społecznych dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach. Pragnę zwrócić uwagę, że na stronie tytułowej brakuje informacji o dyscyplinie, w jakiej pisana była praca.

Na podstawie Uchwały Rady Naukowej Dyscypliny Nauki o Komunikacji Społecznej i Mediach Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie nr 29/2024 z 15 listopada 2024 roku, która wyznaczyła mnie na recenzenta w przewodzie doktorskim pani magister Anny Skiby, przedstawię recenzję rozprawy ww. Kandydata, napisanej pod kierunkiem naukowym prof. URJ, dr hab. Anny Siewierskiej. Zgodnie z art. 187, ust. 1-2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018 poz. 1668, z późn. zmianami), rozprawa doktorska powinna:

- 1) stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz
- 2) wykazywać ogólną wiedzę Kandydata w danej dyscyplinie naukowej, a także
- 3) wykazywać umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez Kandydata.

W recenzji zatem formułuję: opinię ogólną, złożoną z ocen cząstkowych, na które złożyły się następujące kryteria:

- 1) oryginalność rozwiązania problemu naukowego;
- 2) ocena ogólnej wiedzy teoretycznej Doktorantki;
- 3) umiejętności i nabyte kompetencje Doktoranta do prowadzenia samodzielnej pracy naukowej.

Dodatkowo zwrócę uwagę na język i strukturę pracy.

W recenzji wprowadzam także kilka uwag, które mogą być pomocne dla Autorki w dalszej pracy naukowo-badawczej. Na koniec, formułuję konkluzję.

Opinia ogólna

O wartości i wadze rozprawy decydują przede wszystkim aktualność tematu, jego znaczenie, w komunikowaniu politycznym, wykorzystanym w kontekście lokalnym. Nie sposób jednak, nie zwrócić uwagi na niefortunność sformułowania tytułu rozprawy: *"Media społecznościowe w komunikowaniu politycznym na przykładzie przedterminowych wyborów prezydenckich w Rzeszowie"*. Chodzi o sformułowanie „wyborów prezydenckich w Rzeszowie”, które jest błędne. Wybory Samorządowe obejmują głosowanie na Wójtów, Burmistrzów i Prezydentów miast. Wyrażenie „wybory prezydenckie” zwyczajowo zarezerwowane jest dla wyborów na prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej. W tytule brakuje daty o jakie wybory chodzi. Dowiadujemy się tego dopiero z pracy. Nawet w spisie treści nie ma tej informacji.

1) Oryginalność rozwiązania problemu naukowego

Autorka, w swojej rozprawie, podejmuje bardzo ważny i niezwykle aktualny temat wykorzystania mediów społecznościowych w komunikowaniu politycznym w kampanii samorządowej z 2021 roku. Jako studium przypadku wybrała Rzeszów i wybory na prezydenta miasta. Autorka wykorzystuje kilka perspektyw teoretycznych z dziedziny komunikowania politycznego i marketingu politycznego, co jest jak najbardziej zrozumiałe i wynika ze złożoności i wielowymiarowości podjętej problematyki. Analizę

empiryczną opiera o analizę treści w oparciu o materiały z kampanii, wykorzystane przez kandydatów, w mediach społecznościowych.

2) Ocena ogólnej wiedzy teoretycznej Doktoranta

Wiedza teoretyczna Doktorantki nie jest najmocniejszą stroną pracy, ale jest wystarczająca. Autorka odwołuje się do klasycznych pozycji (m.in. L. Mannovich, 2006, , w zdecydowanej większości polskich autorów (czy polskich autorów: m.in. B. Dobek-Ostrowska, T. Goban-Klas, M. Mrozowski). W bibliografii – z pozycji książkowych i artykułów – pozycji w języku angielskim jest zaledwie kilka. Wśród klasycznych zagranicznych pozycji zdecydowanie rekomendowałabym włączenie takich autorów jak D. McQuail, czy M. Castells.

W netografii, która nie została wydzielona, ale włączona do bibliografii, brakuje zdecydowanie adresów stron kandydatów na prezydenta Rzeszowa. Inne pozycje, odsyłają jedynie do głównych stron, np. mediów (vide: businessinsider.pl, czytajrzeszow.pl, gazetaprawna.pl). Z takich zapisów, trudno wywnioskować, do jakich treści odwoływała się Autorka, jakie teksty uczyniła przedmiotem analizy.

Autorka zdecydowanie lepiej czuje się prezentując wyniki badania empirycznego, któremu poświęca miejsca w rozdziale 3. „Analiza zawartości mediów społecznościowych kandydatów i ich poparcia”, a także podjętej próbie analizy, zrealizowanej w rozdziale 4. W poszukiwaniu optymalnego modelu komunikacji politycznej ze społeczeństwem. Piszę o tym szerzej w punkcie 4. tej recenzji. Widać, że ta sfera interesuje Doktorantkę bardziej, niż podejście stricte teoretyczne.

3) Ocena umiejętności i kompetencji Doktoranta do prowadzenia samodzielnej pracy naukowej.

Moja ocena dotycząca umiejętności i kompetencji Doktoranta do prowadzenia samodzielnej pracy naukowej jest pozytywna. Autorka opanowała podstawowe umiejętności i kompetencje, do prowadzenia samodzielnej pracy naukowej.

Autorka prawidłowo pod względem naukowym (choć dość nieskładnie stylistycznie) sformułowała główną hipotezę badawczą oraz dwie – ogólne tezy. Hipoteza główna brzmi : *„Poprzez media społecznościowe można wypracować skuteczny model komunikacji politycznej ze społeczeństwem - zarówno w trakcie*

kampanii wyborczej, a i po jej zakończeniu, a właściwie wypracowany model stanowi drogę do sukcesu społeczno-politycznego". (s. 7) Aby zachować poprawność językową, warto podzielić zdanie na dwa; „Poprzez media społecznościowe można wypracować skuteczny model komunikacji politycznej ze społeczeństwem. Właściwie wypracowany model może stanowić drogę do sukcesu społeczno-politycznego - zarówno w trakcie kampanii wyborczej, a i po jej zakończeniu”.

Do tego, sformułowano dwie hipotezy pomocnicze (cyt. za s. 7):

- 1. Im bardziej treści komunikacji w mediach społecznościowych dopasowane są do oczekiwań wyborców, tym większe poparcie dla kandydata i samorządu lokalnego.*
- 2. Im większy stopień współpracy kandydata ze wspólnotą lokalną, przy uwzględnieniu istotnej roli kobiet, tym większa szansa na zintegrowanie społeczeństwa ponad podziałami osiągnięcie sukcesu wyborczego.*

Brak spójnik „i” lub przecinka we frazie „*tym większa szansa na zintegrowanie społeczeństwa ponad podziałami, osiągnięcie sukcesu wyborczego*” utrudnia zrozumienie- trafnej i zweryfikowanej pozytywnie (vide wynik wyborów) hipotezy.

Uważam, że hipoteza główna, jak i szczegółowe, zostały sformułowane prawidłowo.

Autorka dokonała celowego doboru literatury przedmiotu, z zakresu szeroko pojętego komunikowania politycznego - przede wszystkim uprzywilejowując polskie pozycje (łącznie 73 pozycje). Dopelnieniem są źródła internetowe (artykuły prasowe, strony instytucji itp. – łącznie: 52 pozycje).

Autorka analizował dane zastane, jak i pozyskane w wyniku badań zastosował triangulację metod badawczych: m.in. analizę krytyczną regulacji prawnych, jak również krytyczny przegląd literatury przedmiotu. Zaprojektował i zrealizował badania z użyciem metod jakościowych (wywiady, wywiad eksperckie). W aneksach dołączył wytyczne do wywiadów, co pozwala potwierdzić poprawność ich przeprowadzenia.

Doktorantka przygotowała rozprawę poprawnie pod względem formalnym.

4) Struktura pracy i język rozprawy doktorskiej

Praca składa się z: Wstępu, 4 rozdziałów merytorycznych, zakończenia (łącznie 183 strony). Dodatkowym materiałem są: wykresy, fotografie, tabele, ramki i grafiki, których spisy zamieszczone są na końcu pracy.

We wstępie (bardzo skrótowym, zaledwie 4 strony) Autorka wprowadza do tematu pracy i uzasadnia jego wybór. Przedstawia cel pracy i pytania badawcze, a także sygnalizuje metodykę rozprawy (nigdzie więcej w rozprawie nie poświęcono tej kwestii więcej miejsca).

Autorka dokonała podziału na 4 rozdziały, mniej więcej o podobnej obszerności. Taki podział uważam za jak najbardziej zasadny.

W Rozdziale 1. Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji politycznej. (s. 9-36), Autorka scharakteryzowała krótko media społecznościowe, przedstawiając ich definicje, historię a także prezentując po kolei wybrane z nich: Facebook, Instagram, X (dawniej Twitter), YouTube, TikTok, LinkedIn. Rozdział jest napisany poprawnie, towarzyszą mu wykresy, czy grafiki, niektóre są po angielsku, a powinny być w języku, w którym pisana jest praca.

Rozdział 2. Nowe media w życiu społecznym i politycznym (s. 38-77) – Autorka poświęca wyłomaczeniu roli mediów społecznych w życiu społecznym, politycznym. Usiłuje zarysować kontekst polityki światowej, jak i lokalnej (samorządowej). Rozdział sprawia wrażenie pisanego pośpiesznie, czasami ma formę notatek (liczne wyliczenia po myślnikach), a nie spójnego tekstu.

Rozdział 3. Analiza zawartości mediów społecznościowych kandydatów i ich poparcia. (s. 79-146). Ten tytuł został błędnie utworzony – w takim brzmieniu nie wiemy czy „ich poparcia” odnosi się do mediów społecznościowych czy kandydatów.

Rozdział stanowi sedno empirycznego badania Autorki, stąd jest najbardziej obszerny, gdyż uwzględnia również wiele materiałów wizualnych. Przedstawia w nim sylwetki kandydatów w wyborach samorządowych na prezydenta Rzeszowa: Grzegorza Brauna, Konrada Fijołka, Ewy Leniart, Marcina Warchoła. Doktorantka dokonuje przeglądu profili, analizy elementów graficznych, tekstu, fotografii wybranych do publikacji przez sztaby wyborcze oraz kont na Instagramie. W prezentacji dominuje opis, brakuje pogłębionej analizy opisywanych mechanizmów. Częściowo takowa

pojawia się w podrozdziale o kontrowersjach w kampanii, w których Autorka wspomina m.in. o wykluczeniu z debaty telewizyjnej przez red. A. Stankiewicza – kandydata Brauna.

Próby analizy widoczne są najbardziej w rozdziale ostatnim, czwartym. Rozdział 4. W poszukiwaniu optymalnego modelu komunikacji politycznej ze społeczeństwem. (s. 149-172). Mam dwa zastrzeżenia: językowe i dotyczące sformułowania tytułu rozdziału:

1. Pojęcie komunikacji politycznej nie wymaga dopełnienia – jak proponuje Autorka – „ze społeczeństwem”. Komunikacja polityczna jest szerszym zjawiskiem i nie ogranicza się jedynie do społeczeństwa.
2. W tym rozdziale Autorka umieszcza wywiad z prezydentem Konradem Fijołkiem. Nie powinien on z pewnością znaleźć się w tym miejscu, ale zostać umieszczony na końcu pracy, w aneksie.

Autorka zwraca w rozdziale uwagę – na kwestie narzędziowe, bardziej techniczne jak; rodzaj i styl przekazu politycznego, podkreśla wagę spójności tekstu i identyfikacji wizualnej, jak i społeczne. Do tych ostatnich zaliczam: rolę kobiet w polityce, integrację społeczności lokalnej, siłę potencjału młodych wyborców.

Wśród czynników, które zadecydowały o sukcesie Konrada Fijołka i wygranej, Autorka wymienia determinację kandydata, wielkie zaangażowanie w prowadzoną kampanię i umiejętne wykorzystanie siły nowych mediów. Konrad Fijołek w 2021 roku uzyskał 56,51 proc. głosów, a Ewa Leniart, kandydatka popierana przez PiS otrzymała 23,62 proc.

Szkoda, że Autorka nie wprowadza konsekwentnie podsumowań po każdym rozdziale: brakuje takowego w rozdziale 1, jest w rozdziale 2, 3, brakuje go w rozdziale 4.

Autorka błędnie używa w pracy słowa „ilość” zamiast „liczba” (np. „ilość wpisów” s 62). „Ilość” stosuje się jedynie w wypadku niepoliczalnych pojęć, a wpisy można policzyć.

Zakończenie pracy podsumowuje podnoszone wcześniej kwestie, jest dość syntetyczne, ale spójne.

Konkluzja

Rozprawę przeczytałam z zainteresowaniem, gdyż prace analizujące przykłady komunikacji politycznej w skali lokalnej są zdecydowanie rzadsze. W pracy dominuje opis nad analizą, brakuje trochę większej dociekliwości badawczej Autorki, choć widać zainteresowanie tematem. Autorka zebrała duży, wartościowy materiał dotyczący kampanii politycznej z 2021 roku.

Rozprawa dowodzi, że Autorka posiadała ogólną wiedzę teoretyczną w obszarze nauk społecznych, dyscyplinie naukowej: nauki o komunikacji społecznej i mediach. Zrealizowane badanie (analiza treści), z użyciem różnych perspektyw, sposób prezentacji ich wyników stanowią potwierdzenie umiejętności Doktoranta do samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Pragnę zadać Autorce dwa pytania, na które będzie miał okazję odpowiedzieć w czasie obrony pracy:

- 1) *Jaka jest rola emocji w komunikowaniu politycznym z użyciem kanałów mediów społecznościowych?*
- 2) *Proszę omówić na czym polega specyfika komunikowania politycznego na szczeblu samorządowym.*

Zgodnie z obowiązującymi przepisami odnośnie drogi uzyskania stopnia naukowego doktora, **rozprawa doktorska powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz wykazywać ogólną wiedzę kandydata w danej dyscyplinie naukowej i umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.**

Przedłożona mi do recenzji praca doktorska spełnia ustawowe kryteria stawiane przed pracami doktorskimi, określone w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018 poz. 1668, z późn. zmianami), pracę doktorską napisaną przez Panią mgr Annę Skibę przyjmuję i wnoszę o kontynuowanie postępowania.


Małgorzata Molęda-Zdziech