

dr hab. Agnieszka Szymańska, prof. UJ

Moguncja, 8.02.2021 r.

Zakład Komunikowania Politycznego i Mediów  
Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej  
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej  
Uniwersytet Jagielloński

## **RECENZJA**

**osiągnięć Pana dr Dariusza Krawczyka ubiegającego się o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach wykonana na zlecenie Rady Naukowej Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego z 25 listopada 2020 r.**

### **1. Najważniejsze fakty z życiorysu zawodowego Habilitanta**

Pan doktor Dariusz Krawczyk jest pracownikiem Wydziału Kontaktów Społecznych Urzędu Miejskiego w Zabrze. Od 2007 r. zajmuje stanowisko naczelnika tej jednostki, do 2016 r. pełnił również funkcję rzecznika prasowego. W swojej karierze zawodowej Habilitant pracował także jako rzecznik prasowy Górnosląskiego Zakładu Energetycznego S.A. w Gliwicach (1995-1998), jako kierownik marketingu Agencji Reklamowej "E-Media" (2003-2007), jak również jako doradca ds. PR senatora Klemensa Ścierańskiego (2004-2007), a także prowadził działalność Public Relations na rzecz Południowego Koncernu Energetycznego S.A. (2003-2007). Poza tym dr Krawczyk pracował w przeszłości jako dziennikarz w różnych typach mediów, w tym w tygodnikach "Wiadomości Gliwickie" (1992-1993) i "Nowe Wiadomości Gliwickie" (1994; z-ca red. naczelnego) oraz "Siódemka" (1994-1995; z-ca red. naczelnego), Katolickim Radio "Plus" (1994) oraz "Dzienniku Zachodnim" (1998-2003). Od 2009 r. prowadzi doradztwo i szkolenia z zakresu komunikacji dla firm polskich i zagranicznych z branży energetycznej i węglowej. Od 2018 r. jest biegłym sądowym w zakresie komunikacji społecznej i zarządzania (Sąd Okręgowy w Gliwicach).

Dr Krawczyk jest od 2012 roku stałym współpracownikiem (prowadzenie zajęć dydaktycznych) Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej (dawniej: Instytutu Politologii) Uniwersytetu Śląskiego oraz Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej w Zabrze. W latach 2010-2012 pracował także na stanowisku adiunkta w Instytucie Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa Wyższej Szkoły "Humanitas" w Sosnowcu. Habilitant jest absolwentem studiów magisterskich na kierunku politologia (1996), które ukończył na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego (praca magisterska "Dziennikarstwo i prasa powstała w Gliwicach w okresie transformacji" pod kierunkiem naukowym dra hab. Mariana Gieruli). Pracę doktorską "Dziennikarze wobec działań Public Relations w województwie śląskim", przygotowaną pod kierunkiem naukowym dra hab. Stanisława Michalczyka, Habilitant obronił

w 2007 roku na tym samym Wydziale, uzyskując stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce. Recenzentami jego pracy doktorskiej byli dr hab. Ryszard Kowalczyk, prof. UAM oraz dr hab. Marian Gierula.

**2. Ocena osiągnięcia naukowego wymienionego w art. 219 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. Nr 2020.poz.85 t.j.)**

Dr Dariusz Krawczyk przedłożył do oceny osiągnięcie naukowe w formie cyklu publikacji powiązanych tematycznie, na temat:

**KOMUNIKACJA SPOŁECZNA JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO**

Przedstawiony do oceny cykl składa się z 16 publikacji, tj. 1 monografii, 5 artykułów opublikowanych w czasopismach naukowych, 8 rozdziałów w monografiach zbiorowych/zbiorach pokonferencyjnych oraz 2 publikacji przyjętych do druku. Zgodnie z intencją Habilitanta, sformułowaną w autoreferacie, przedstawiony dorobek ma stanowić podstawę do zaprezentowanego w monografii "rozwiązania porządkującego funkcjonowanie jednostek samorządowych na rynku medialnym" (zał. 3, s. 3). W celu weryfikacji tego zamierzenia niezbędna jest merytoryczna ocena jego podstaw, tj. publikacji, na których ustalenia Habilitant powołuje się w modelu prezentowanym w monografii. Ich ocena zostanie przedstawiona poniżej w porządku chronologicznym, począwszy od prac najwcześniejszych. Wyjątkiem od tej reguły będzie przedstawiona do oceny monografia, która - pomimo, iż nie jest publikacją w cyklu najmłodszą - zostanie poddana ocenie jako ostatnia.

Publikacja [16]<sup>1</sup> podejmuje temat znaczenia mediów w komunikacji samorządu terytorialnego. Autor nie wskazuje bardziej szczegółowo celu podejmowanych rozważań, a sam wywód prowadzony jest dość pobieżnie. Punkt wyjścia rozważań stanowi wyłącznie ustawowy zakres zadań informacyjnych jednostek samorządu terytorialnego, brak jest natomiast omówienia typologii funkcji społecznych mediów, ew. ich miejsca i znaczenia w procesie (lokalnej) komunikacji politycznej, czy choćby typologii narzędzi media relations. To powoduje, że główna uwaga Autora skupia się na funkcji informacyjnej, ew. integracyjnej mediów, bagatelizowane jest natomiast znaczenie ich funkcji kontrolnej (tak jak i innych funkcji mediów), a utrzymywanie własnego medium staje się w tej sytuacji najważniejszym i kluczowym działaniem komunikacyjnym organów samorządowych. Argumentem przemawiającym za potrzebą istnienia kontrolowanych przez władze samorządowe mediów jest przy tym w opinii Autora przede wszystkim brak zainteresowania mediów niezależnych od samorządu

<sup>1</sup> Krawczyk D. (2012), *Media w komunikacji samorządu terytorialnego z otoczeniem społecznym na przykładzie miast Górnośląskiego Związku Metropolitalnego*, s. 65-75, [w:] M. Kaczmarczyk (red.), *Public Relations i marketing w sektorze publicznym*, Sosnowiec. Habilitant podaje w dokumentacji błędny tytuł tej publikacji ("Media w działaniach Public Relations samorządu terytorialnego na przykładzie miast Górnośląskiego Związku Metropolitalnego", por. zał. 3, s. 5 / zał. 4, s. 3).

terenowego tematyką lokalną (s. 73), ew. tabloidowy charakter przekazu tych mediów polegający na "(...) dążeniu do prowokowania krańcowych reakcji emocjonalnych" (s. 70). Antidotum na tego typu zjawiska mają być w opinii Autora media samorządowe, ponieważ "dają one możliwość prezentacji wydarzeń ważnych dla społeczności lokalnych w sposób ustalony i nadzorowany przez wydawcę [A.Sz.: czyli samorząd]" (s. 69), co ma z kolei powodować, że "utrzymywanie mediów samorządowych z funduszy publicznych można potraktować w kategoriach wkładu w tworzenie społeczeństwa obywatelskiego" (s. 71). Tymczasem biorąc pod uwagę ustalenia medioznawstwa w zakresie katalogu czynników atrakcyjności medialnej<sup>2</sup> *bliskość/bezpośredniość* (w sensie geograficznym, kulturowym, społecznym, psychologicznym itd.) oraz *identyfikacja* (w znaczeniu ważności tematu z punktu widzenia odbiorcy; jego związku z życiem konkretnego człowieka/społeczności) stanowią bardzo skuteczne przesłanki zainteresowania mediów, które przy umiejętnej ich ekspozycji w materiałach prasowych przesyłanych mediom niezależnym winny powodować ich większe zainteresowanie<sup>3</sup>. Działaniom polegającym na inspirowaniu przekazu mediów niezależnych na tematy lokalne Autor poświęca natomiast jedynie kilka zdań (s. 72). Budzi to niedosyt zarówno w kontekście kosztów ekonomicznych obu typów działań, jak i skutków społecznych, wynikających z utrwalania sytuacji braku nadzoru społecznego nad działalnością samorządów przez media od nich niezależne.

Artykuł [15]<sup>4</sup> jest poświęcony problematyce medialnego wizerunku samorządów w organach prasowych tychże instytucji oraz metodom jego kształtowania. W pierwszej części artykułu, podobnie jak w publikacji omawianej powyżej, Autor stawia tezę, zgodnie z którą mediom niezależnym od samorządów przeciwstawiana jest prasa samorządowa, która z uwagi "(...) brak konieczności osadzenia samorządowych przedsięwzięć komunikacyjnych w realiach ekonomicznych rynku medialnego" (s. 28) (...) "nie jest zmuszona (...) do schlebienia gustom tej części odbiorców, która oczekuje od mediów taniej rozrywki czy epatowania budzącymi poruszenie pogłoskami" (s. 29), co powoduje, że "prasa samorządowa może pozwolić sobie na komfort funkcjonowania w grupie tzw. poważnych mediów" (s. 29). Habilitant nie definiuje jednak bliżej pojęcia, cech czy przykładów wzmiankowanych przez niego 'poważnych' mediów. W dalszej części wywodu Autor deklaruje prezentację wyników analizy porównawczej przekazów mediów samorządowych (prasy gminnej

---

<sup>2</sup> Zob. m.in. C. Warren, *Modern News Reporting*, Madison Wisconsin 1934; E. Östgaard, *Factors Influencing the Flow of News*, „Journal of Peace Research” 1965, tom 2, s. 39-63; J. Galtung, M. Holmboe Ruge, *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*, „Journal of Peace Research” 1965, t. 2, s. 64-91; W. Schulz, *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*, Alber, München 1990. W piśmiennictwie polskim/polskojęzycznym zaś: B. Garlicki, *Selekcja informacji w dziennikarstwie*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1981; St. Michałczyk, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, Katowice 2005; W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*. WUJ, Kraków 2006 i in.

<sup>3</sup> Atrakcyjne medialnie są również sukces, postęp/prozwoj, status (np. osób, które informują) itd. Tamże.

<sup>4</sup> D. Krawczyk (2015), *Oblicze samorządu w prasie samorządowej - metody kształtowania wizerunku*, „Rocznik Prasoznawczy”, Rok IX, Sosnowiec, s. 27-38.

i powiatowej) przed wyborami samorządowymi w 2014 r., wskazując, że czas kampanii wyborczej to "(...) okres podwyższonego zagrożenia pokusą koniunkturalnego wykorzystania takich czasopism" (s. 29). Autor nie podaje natomiast żadnych informacji na temat przyjętej w badaniach metodologii, w tym użytych metod (analiza zawartości?) i technik badawczych, szczegółowych ram czasowych (ile wydań poddano badaniu?), wielkości i kryteriów doboru próby (ile tytułów prasowych? ile jednostek wypowiedzi medialnej? jak je wybrano?), czy wreszcie użytego narzędzia pomiaru (klucz kategorizacyjny?) i definicji operacyjnych przyjętych kategorii badawczych (jakie elementy przekazu badano? tematykę? odniesienie lokalne? nacechowanie? płaszczyznę prezentacji? dobór aktorów dopuszczanych do głosu? itd.). Brak tych informacji bardzo utrudnia merytoryczną ocenę i zdecydowanie obniża wartość poznawczą prezentowanych przez Habilitanta ustaleń, sugerujących bezstronność i obiektywizm mediów samorządowych w sposobie prezentowania nadzorujących je organów władzy. Wątpliwości metodologiczne budzą także prezentowane w podsumowaniu wnioski dotyczące nastawienia opinii publicznej do mediów samorządowych (s. 35), które Autor opiera na badaniach (ponownie brak informacji na temat użytej metody i narzędzia pomiaru) przeprowadzonych w grupie 80 studentów dziennikarstwa UŚ, która w żadnym razie nie jest reprezentatywna dla ogółu odbiorców mediów samorządowych. Tego typu dane mogą służyć jedynie jako swego rodzaju ilustracja, nie posiadają jednak wartości dowodowej, a ich prezentacja jako wyników badania opinii publicznej stanowi przykład nieuprawnionego wnioskowania.

Publikacja [14]<sup>5</sup> podejmuje problematykę konsekwencji istnienia mediów samorządowych dla systemu medialnego, w szczególności rynku mediów lokalnych. W toku rozważań Autor dokonuje przeglądu lokalnego rynku mediów samorządowych oraz zapisów prawa, wskazujących możliwych wydawców mediów, a także zakres współzawodnictwa mediów samorządowych z mediami od samorządu niezależnymi (Autor nazywa je 'komercyjnymi', choć takie ujęcie wyklucza z obszaru rozważań media publiczne, również obecne na rynku lokalnym), który od lat budzi szereg kontrowersji i zastrzeżeń. Zaletą publikacji jest przywołanie stanowiska obu stron tego konfliktu, tzn. zarówno zwolenników, jak i przeciwników mediów samorządowych. Najwięcej miejsca Habilitant poświęca jednak na omówienie przede wszystkim kwestii niejednoznacznych przepisów prawa w zakresie dopuszczalności/braku dopuszczalności/ zamieszczania w mediach samorządowych płatnych reklam i ogłoszeń, co stanowi jedynie jeden z elementów współzawodnictwa obu typów prasy. W ostatniej części (pkt. 4) publikacji Autor prezentuje także wyniki badań własnych, przeprowadzonych przy użyciu 'wywiadów ankierskich' (s.119) z przedstawicielami urzędów miejskich w miastach GZM (brak informacji na temat liczby respondentów i treści pytań), z których wynika, że 50% wydawnictw

---

<sup>5</sup> Krawczyk D. (2016), *Prasa samorządowa wobec konkurencyjnego rynku medialnego*, s. 109-123, [w:] St. Michalczyk, D. Krawczyk (red.), *Oblicza mediów lokalnych i regionalnych. Szkice medjoznawcze*, Mikołów.

samorządowych w GZM publikuje ogłoszenia płatne, a druga połowa tego nie czyni. Habilitant nie formułuje żadnych konkluzji w związku z wynikami przeprowadzonych badań. Brak odniesienia do innych, tj. poza reklamowych aspektów współzawodnictwa mediów samorządowych na rynku medialnym oraz ograniczenie badań wyłącznie do opinii przedstawicieli samorządów, jak również brak szczegółowych danych dotyczących metodologii przeprowadzonych badań, negatywnie wpływają na wartość poznawczą tej publikacji.

Artykuł [13]<sup>6</sup> poświęcony jest zagadnieniu obecności mediów samorządowych w Internecie. Autor nie wskazuje bardziej szczegółowo celu podejmowanych rozważań. Po wstępie zawierającym bardzo ogólne rozważania na temat konsekwencji przenoszenia się wielu działań komunikacyjnych do Internetu, Habilitant deklaruje prezentację (wyników?) analizy empirycznej dotyczącej dostępu do elektronicznych wydań prasy samorządowej. Nie podaje jednak informacji na temat przyjętej metodologii (jaka metoda? jak próba badawcza? jakie kryteria jej doboru? jakie narzędzie pomiaru? jakie płaszczyzny analizy? itd.). Sposób prowadzenia wywodu, opisujący działalność kilku periodyków samorządowych (Autor nie wyjaśnia w oparciu o jakie kryteria wybranych do tego omówienia), m.in. tygodnika "Ratusz" w Gdyni, miesięczników "Głos Białowieży" i "Gazeta Otwocka", gazety samorządowej "Nasza Gmina Kraśnik" i in., ma bardzo ograniczoną wartość poznawczą: nie pozwala bowiem na rozpoznanie ani skali, ani natężenia/dynamiki, ani innych aspektów obecności mediów samorządowych w sieci. Także zawarte w podsumowaniu twierdzenia dotyczące oczekiwań odbiorców mediów ("Badania publiczności medialnej wskazują, że odbiorcy oczekują od samorządów aktywności wydawniczej", s. 206), są - podobnie jak w publikacji [15] - nieuprawnione, bazują bowiem na rezultatach badań (brak informacji dotyczących ich metodologii) przeprowadzonych w grupie 80 studentów UŚ. Dodatkowym elementem, który nie sprzyja walorom naukowym tej publikacji, jest sposób relacjonowania debaty publicznej na temat potrzeby istnienia mediów samorządowych. Użyte przez Autora sformułowania typu (...) "media komercyjne (...) preferują formułę przekazu treści opierającą się na potrzebie wywoływania emocji wśród odbiorców. Tabloidyzację odnajdywano zarówno w polegającym na epatowaniu czytelnika sensacją doborze tematów, jak też schlebaniu najniższemu gustowi gradacji przedstawianych materiałów oraz samym sposobie realizacji przekazów odpowiadającym możliwie najprymitywniejszym typom percepcji." (s. 202) są wobec braku przywołań publikacji (tak naukowych, jak i medialnych, relacjonujących debatę) takie opinie zawierających, wątpliwe. Używanie podobnie mocno nacechowanych ocen, bez poparcia w wynikach konkretnych badań, nie sprzyja zachowaniu obiektywizmu wywodu, który jest niezbędnym elementem dociekań naukowych.

---

<sup>6</sup> Krawczyk D. (2016), *Prasa samorządowa w cyberprzestrzeni. Nowy wymiar polityki informacyjnej gmin i powiatów*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”, J. Iwanek, R. Głajcar (red.), t. 16, Katowice, s. 193-207.

Tematem publikacji [12]<sup>7</sup> jest analiza debaty publicznej dotyczącej dopuszczalności wydawania prasy samorządowej. Artykuł ten cechuje większa dyscyplina wywodu, niż wcześniej omówionych publikacji Habilitanta, jednak i w jej przypadku wielość podejmowanych wątków powoduje bardzo pobieżne ich omówienie. Najbardziej odczuwalny jest natomiast powtarzający się brak umiejscowienia omawianej problematyki istnienia mediów samorządowych w jakiegokolwiek ramie teoretycznej, która pozwoliłaby Autorowi na spojrzenie na ich obecność w szerszym kontekście niżli jedynie przez pryzmat zadań informacyjnych samorządu czy nawet problemów związanych z ich obecnością w obrębie systemu medialnego. Obecność mediów samorządowych w ich obecnym kształcie niesie bowiem szereg konsekwencji społecznych i jest nieobojętna także dla systemu politycznego. Brak przyjęcia jasno sprecyzowanych założeń teoretycznych, w tym doprecyzowania w jakim obszarze dyscypliny prowadzone są rozważania (czy jest to komunikowanie polityczne? komunikowanie perswazyjne? marketing polityczny? promocja regionu? badania nad dziennikarstwem?) bardzo utrudnia percepcję wywodu i jego ocenę. Brak informacji na temat przyjętych przez Habilitanta założeń badawczych, w tym wskazania modelu czy typu relacji media-polityka, które przyjmuje On za punkt wyjścia swoich dociekań, powoduje, że czytelnik nie wie, jak Autor rozumie sferę publiczną, społeczeństwo obywatelskie i jakie przesłanki mogą wobec tego wpływać stymulująco, ew. hamująco na ich rozwój. Formulowane zatem kolejny raz przez Autora twierdzenie, że prasa samorządowa, która nie realizuje funkcji kontroli i nadzoru społecznego nad działaniami władz lokalnych, i która nie stanowi forum debaty publicznej (bo jest jedynie kanałem jednokierunkowego przekazu) przyczynia się "(...) do tworzenia społeczeństwa obywatelskiego zainteresowanego działaniami samorządu" (s. 233) musi budzić zastrzeżenia, o ile rozważania prowadzone są w odniesieniu do ustroju demokratycznego. Wątpliwość budzi także wielokrotnie już wcześniej (patrz: [16][15][13]) forsowana argumentacja, zgodnie z którą wydawanie własnych mediów jest dla organów samorządu terytorialnego niezbędne wobec tabloidowego charakteru przekazu mediów od samorządów niezależnych, ew. braku ich zainteresowania sprawami lokalnymi lub braku komercyjnych mediów lokalnych na danym terenie. Na obronę tej tezy Habilitant nie przedstawia bowiem żadnych danych empirycznych dotyczących np. analizy zawartości mediów niezależnych w kontekście prezentowanego przez nie wizerunku działań samorządowców czy badań wskazujących na notoryczne ignorowanie przez te redakcje atrakcyjnych medialnie materiałów prasowych nadsyłanych im przez organy samorządowe, czy wreszcie dotyczących liczby gmin, w których samorządowe medium jest jedynym dostępnym (nawet wówczas wartym rozważenia byłoby pytanie, dlaczego tak jest). Tego niedosytu w warstwie założeń teoretycznych nie kompensuje wymiar

---

<sup>7</sup> Krawczyk D. (2017), *Analiza debaty publicznej o dopuszczalności wydawania prasy samorządowej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie”, z. 100, R. Wolniak (red.), Gliwice, s. 225-241.

empiryczny artykułu, który w kontekście postrzegania zawodu dziennikarza ponownie bazuje wyłącznie na wynikach badań (brak informacji o ich metodologii) przeprowadzonych na grupie 70 studentów dziennikarstwa UŚ niereprezentatywnej dla odbiorców mediów samorządowych. W analizie debaty o dopuszczalności wydawania prasy samorządowej warto byłoby wreszcie uwzględnić głos lokalnych wydawców i dziennikarzy mediów od samorządów niezależnych, ew. instytucji ich zrzeszających.

Wiele bardzo poważnych zastrzeżeń natury metodologicznej budzi również artykuł [11]<sup>8</sup>. Deklarowane w tytule nastawienie środowiska dziennikarskiego do mediów samorządowych jest w istocie prezentowane w oparciu o wyniki badań także innych grup zawodowych (takich jak pracownicy działu reklamy lub marketingu - s. 67), których w treści artykułu Habilitant nazywa 'aktywnymi zawodowo uczestnikami rynku medialnego' (s. 58) oraz studentów dziennikarstwa UŚ. Brak jasno sprecyzowanych pytań badawczych powoduje również, że nieoczywisty dla czytelnika jest też cel przeprowadzonych badań: oprócz nastawienia do mediów samorządowych Autor przedstawia bowiem wyniki badań na temat m.in. 'społecznych kontrowersji związanych z prasą samorządową' (s. 60), czy 'możliwości tabloidyzacji prasy samorządowej' (s. 61; co istotne: Autor nie podaje definicji operacyjnej tego zjawiska). Te kwestie, oraz brak informacji na temat rzeczywistej struktury grupy respondentów (jaki odsetek respondentów faktycznie stanowili dziennikarze? z jakich mediów?), jak również użytej metody (ankieta? wywiad? sondaż? jaką formę pytań zastosowano? jaka była forma odpowiedzi? itd.) oraz charakteru badań (badanie jakościowe? jeśli tak, to dlaczego wyniki prezentowane są jako wartości liczbowe?) muszą mieć negatywny wpływ na ocenę wartości poznawczej uzyskanych wyników. Jeszcze większe zastrzeżenia metodologiczne budzi natomiast ten fragment publikacji (s. 64-67), który Habilitant poświęca na analizę tytułów periodyków samorządowych, w której przyjmując założenie badawcze w brzmieniu "Charakter prasy samorządowej można uchwycić dzięki analizie tytułów obecnych na rynku gazet" (s. 64), chce On wnioskować o ich linii programowej, by móc następnie w *Podsumowaniu* formułować konkluzje o ich nie-tabloidowym charakterze (s. 68). Taki sposób rozumowania jest nieuprawniony. Tytuł periodyku (np. FAKT) nie może być wskaźnikiem nie-tabloidowego charakteru *przekazu* medium. Charakter *przekazu* określić pozwala jedynie analiza zawartości *przekazu* mediów, nie ich tytułów czy nazw. Także próba ograniczenia wymiaru tabloidyzacji do mniej lub bardziej archaicznego layoutu mediów drukowanych, jest nieuprawniona. Tabloidyzacja przekazu mediów, również lokalnych, jest zjawiskiem złożonym i wieloaspektowym i jest

---

<sup>8</sup> Krawczyk D. (2017), *Postrzeganie prasy samorządowej przez środowisko dziennikarskie. Kontrowersje wokół wydawania periodyków przez jednostki samorządu terytorialnego*, „Państwo i Społeczeństwo” nr 3/2017, tom: *Komunikacja społeczna i kompetencje medialne w czasach nowych technologii*, K. Pokorny-Ignatowicz, G. Ptaszek (red.), Kraków, s. 55-68.

na tyle dobrze opisana w literaturze przedmiotu<sup>9</sup>, że możliwa jest znaczenie bardziej precyzyjna konstrukcja jej indyktorów, niż tych, które Autor zastosował w przedstawionej do recenzji pracy.

Kwestii postrzegania prasy samorządowej poświęcona jest również publikacja [10]<sup>10</sup>. Artykuł nie zawiera wstępu teoretycznego. W warstwie empirycznej Habilitant bazuje na wynikach badań przeprowadzonych w grupie 70 dziennikarzy, których opinie już w *Streszczeniu* przedstawia jako reprezentatywną dla ogółu środowiska dziennikarskiego w Polsce: "Podczas badania opinii aż 93 proc. polskich dziennikarzy mediów komercyjnych i publicznych uznało wydawanie prasy samorządowej za zasadne" (s. 185). Autor nie podaje jednak dalszych szczegółów na temat struktury grupy respondentów<sup>11</sup>, która uprawniałaby do traktowania jej jako reprezentatywnej dla ogółu środowiska dziennikarskiego w Polsce. Habilitant nie podaje także informacji na temat użytej metody badawczej i charakteru badań (jakościowe?). Brak tych podstawowych informacji metodologicznych uniemożliwia merytoryczną ocenę uzyskanych wyników i ma negatywny wpływ na ich wartość poznawczą. W *Podsumowaniu* wątpliwość budzi natomiast fakt powtórnego przywoływania (s. 193) wyników badań własnych (wskazujących na niemal pełną aprobatę dla idei istnienia mediów samorządowych) jako reprezentujących nastawienie środowiska dziennikarzy przy jednoczesnym pominięciu omawianego wcześniej (s. 190) stanowiska Stowarzyszenia Gazet Lokalnych, zdecydowanie i jednoznacznie sprzeciwiającego się obecności mediów samorządowych na polskim rynku mediów.

Publikacja [9]<sup>12</sup> jest poświęcona problematyce zadań służb komunikacyjnych administracji samorządowej. Artykuł nie zawiera rozważań teoretycznych i ma charakter opisowy. Punktem wyjścia wywodu są szeroko omawiane zadania informacyjne samorządu i ich kompetencje administracyjne, wynikające ze stosownych przepisów prawa. Zakres działań samorządowych służb komunikacyjnych Habilitant omawia na wybranych przykładach. Spójności prowadzonego wywodu nie sprzyja brak informacji na temat kryteriów doboru prezentowanych przykładów, których sposób omówienia jest dość chaotyczny. Percepcja ustaleń i ich jakość zdecydowanie zyskałyby, gdyby omówienie było dokonywane w oparciu o przejrzysty i czytelny schemat, konsekwentnie stosowany w odniesieniu do

---

<sup>9</sup> Zob. D. Piontek, *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011, a także M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, WUJ, Kraków 2008, jak również „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, tom 1/2013, Poznań.

<sup>10</sup> Krawczyk D. (2017), *Postrzeżenie prasy samorządowej wobec inicjatywy zakazującej jej wydawania*, „Rocznik Prasoznawczy”, rok XI, Sosnowiec, s. 185-193.

<sup>11</sup> Pewne obawy co do jednorodnego składu grupy respondentów budzi fakt, że podobnie jak w przypadku badań omawianych w publikacji [11], byli oni rekrutowani w trakcie kolejnej (tj. mającej miejsce w 2016 r.) konferencji poświęconej turystyce postindustrialnej. Zbliżona liczebnie grupa badanych zrekrutowana w roku 2015 składała się bowiem z dziennikarzy oraz 'aktywnych zawodowo uczestników rynku medialnego', takich jak pracownicy agencji reklamowych i działów marketingu.

<sup>12</sup> Krawczyk D. (2018), *Zakres działań służb komunikacyjnych administracji samorządowej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie”, z. 132, R. Wolniak (red.), Gliwice, s. 361-370.



każdego z ośrodków, a czytelnik znalazłby skalę analizy (ile i jakich ośrodków samorządowych przeanalizowano? wedle jakich kryteriów?).

Publikację [8]<sup>13</sup> stanowi materiał konferencyjny, którego objętość wynosi zaledwie 4 strony. Zgodnie z tytułem celem prowadzonego wywodu ma być wykazanie zasadności użycia instrumentarium z zakresu CSR (ang. Corporate Social Responsibility), czyli społecznej odpowiedzialności biznesu oraz nowoczesnych technik reklamowych przez lokalną administrację samorządową. Autor przyjmuje założenia, zgodnie z którym organy administracji terenowej mogą stosować działania CSR oraz techniki reklamy wzorowane na zasadach wynikających z innowacyjnych teorii zarządzania, w tym w szczególności koncepcji Przemysłu 4.0 (ang. Industry 4.0), zgodnie z którą "zmianie ulega paradygmat wytwarzania, wprowadzając możliwość produkcji elastycznej, spersonalizowanej i efektywnej kosztowo" (s. 124). Autor nie wyjaśnia w oparciu o jakie przesłanki decyduje się na transpozycję terminów i pojęć z obszaru nauk o zarządzaniu do analizy procesów komunikacyjnych administracji terenowej. Brak jest wyjaśnienia jaki rodzaj produktu ona wytwarza, jak należy rozumieć jej produktywność oraz jak należy rozumieć postulat uzyskania przez podmioty administracji publicznej 'przewagi konkurencyjnej' (nad którymi podmiotami?) oraz 'społecznej odpowiedzialności' skąd inąd przecież publicznych instytucji, co do których należy zakładać, że winny z natury rzeczy być odpowiedzialne społecznie, to znaczy służyć społeczeństwu. Autor nie definiuje / nie wskazuje żadnych konkretnych działań jako narzędzi z zakresu CSR, nie może więc uzasadnić potrzeby czy zasadności ich użycia.

Publikację [7]<sup>14</sup> stanowi również materiał konferencyjny o objętości 5 stron. Dr Krawczyk podejmuje w nim tematykę polityki informacyjnej i komunikacji perswazyjnej administracji terenowej w Polsce. Praca została opublikowana i przedłożona do oceny w języku ukraińskim, którym nie władam, nie mogę zatem jej ocenić.

Kolejny element cyklu, składającego się na osiągnięcie naukowe Habilitanta stanowi rozdział [6]<sup>15</sup>, opublikowany w pracy zbiorowej, a poświęcony sposobom wykorzystywania przez przedstawicieli władz lokalnych profili na portalu społecznościowym Facebook. Wprowadzenie ma charakter

---

<sup>13</sup> Krawczyk D. (2020), *Zasadność wykorzystania narzędzi CSR i nowoczesnych technik reklamowych w jednostkach samorządu terytorialnego* (materiał na konferencję „Actual Issues of Theory and Practice in the Field of Law, Education, Social and Behavioural Sciences –2020”), s. 124-128; [w:] Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціальних та поведінкових наук –2020, Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 23–24 квітня 2020 року), том 1, Чернігів (Ukraine) 2020.

<sup>14</sup> Krawczyk D. (2020), *ІНФОРМАЦІЙНА ТА КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ПОЛЬЩІ: ОСОБЛИВОСТІ І ПРОБЛЕМИ*, s. 372-377; [w:] Освіта і наука у мінливому світі: проблеми та перспективи розвитку, Матеріали II Міжнародної наукової конференції 27-28 березня 2020 р., Частина II, Dnipro (Ukraine) 2020.

<sup>15</sup> Krawczyk D. (2020), *Profil w serwisie Facebook jako narzędzie komunikacji perswazyjnej osób pełniących funkcje publicznej*, s. 423-437, [w:] M. Sokołowski (red.), *Przekonać, pozyskać, skłonić. Re-wizje. Teoretyczne i praktyczne aspekty propagandy*, Wydawnictwo A. Marszałek, Toruń.

publicystyczny. Jako cel prowadzonych dociekań dr Krawczyk wskazuje "określenie poziomu zastosowania mediów społecznościowych przez przedstawicieli administracji samorządowej w działaniach komunikacyjnych" (s. 424). Zgodnie z deklaracją Autora badania miały objąć "największe w Polsce ośrodki miejskie" (s. 425). Ocenę wartości poznawczej pracy publikacji utrudnia brak czytelnych założeń badawczych oraz brak informacji na temat metodologii przeprowadzonych badań i zastosowanego narzędzia pomiaru. Prowadzony wywód stanowi nadto zbiór różnorodnych wątków i uwag na temat wielu różnych zjawisk obecnych w procesie współczesnej komunikacji społecznej. Podejmowane zagadnienia dotyczą m.in. propagandy, fake newsów, społecznego zasięgu dezinformacji w skali globalnej (?) itd., których obecności Autor w kontekście swoich badań w żaden sposób nie wyjaśnia, co nie sprzyja koherencji i logice wyvodu. Spójności pracy i jej wartości poznawczej nie sprzyjają również przywoływane także w tej publikacji wyniki badań własnych Autora na temat stosunku dziennikarzy (do wydawania prasy samorządowej) oraz studentów dziennikarstwa UŚ, jako ich audytorium, ew. adeptów tego zawodu, które szeroko skomentowane zostały powyżej ([10][11]). Nie sprzyjają jej także po raz pierwszy w recenzowanym dorobku w tej publikacji przywoływane wyniki wskazujące, że "podczas międzynarodowego projektu badawczego z udziałem praktyków komunikowania [A.Sz.: w którym udział wzięło 18 ekspertów z USA, Wilk. Brytanii, Pakistanu i Kenii], który ukierunkowany był na zdiagnozowanie społecznego zasięgu dezinformacji w skali globalnej, aż 89% ankietowanych wskazywało na masowość upowszechniania fake newsów" (s. 433). Wobec braku informacji szczegółowych na temat metodologii badań przyjętej w przywoływanym projekcie (np. kim byli eksperci? kim byli ankietowani? jak brzmiały stawiane im pytania?) trudno bowiem dokonać merytorycznej oceny ich przydatności.

Artykuł [5]<sup>16</sup> jest poświęcony reklamie w działaniach komunikacyjnych samorządu i obejmuje rozważania uwzględniające organa władzy terenowej zarówno jako nadawcy, jak i oferenta przestrzeni reklamowej. W pierwszej części Autor dokonuje przeglądu definicji reklamy, czyniąc to jednak nie w oparciu o literaturę medioznawczą, ale SJP i publikacje wydawnictw prawniczych i zapisy ustaw, dotyczące samorządów. Tok i spójność wyvodu zaburza jego wielowątkowość, podejmująca takie zagadnienia jak sposób korzystania z reklam przez studentów czy gra 'Pokemon Go' (s. 109). Niezrozumiała jest również analogia, której Autor docieka pomiędzy przywoływanymi w tekście publikacji wnioskami badań G. Piechoty (dotyczących skłonności redaktorów prasy samorządowej do postrzegania treści wyborczych jako nie-politycznych) z reklamą krytycznie/negatywnie oceniającą sytuację (jaka? czyją?) (s. 112), jak również ponawiane również w tej publikacji przywołanie koncepcji 'Przemysłu 4.0.' w podsumowaniu rozważań, "która zakłada, że »obniżenie kosztów, poprawa

---

<sup>16</sup> Krawczyk D. (2020), *Reklama w działaniach komunikacyjnych jednostki samorządu terytorialnego*, „*Studia Politicae Universitatis Silesiensis*”, T. Kubin, P. Grzywina, Z. Kantyka (red.), t. 28, Katowice, s. 103-118.

wydajności, a także oferowanie udoskonalonych produktów i usług uwzględniających preferencje i zachowania konsumentów mogą być osiągnane dzięki automatyzacji produkcji, opartych na wykorzystaniu i wymianie w czasie rzeczywistym, przy ujęciu sztucznej inteligencji» (s. 115). Trudno ustalić związek tej koncepcji z tematyką podejmowanych w publikacji rozważań.

W publikacji [4]<sup>17</sup> dr Krawczyk podejmuje rozważania na temat działań komunikacyjnych administracji publicznej w kontekście informacji i manipulacji. W jej wprowadzeniu (p.1-2) omawia aspekty prawne wolności wypowiedzi w Polsce. Następnie przechodzi do prezentacji badań własnych, przeprowadzonych wśród "osób zawodowo związanych z dystrybucją informacji, kształtowaniem wizerunku oraz współdziałaniem z dziennikarzami" (s. 108) z obszaru GZM. Brak jest informacji na temat metodologii przeprowadzonych badań, w tym celu badań, przyjętych założeń i brzmienia pytań badawczych, wielkości i struktury próby respondentów, użytej metody, formy i kształtu narzędzia pomiaru itd. Te same zastrzeżenia metodologiczne dotyczą przywoływanych w tekście wyników badań z 2019 r. o postrzeganiu zjawiska dezinformacji, które Autor przeprowadził w grupie "kilkudziesięciu reporterów i publicystów mediów ogólnokrajowych działających na rzecz redakcji prasowych, radiowych i telewizyjnych" [A.Sz.: w przypisie liczba respondentów zostaje dookreślona jako 63] (s. 109). Autor nie podaje także informacji metodologicznych w odniesieniu do prezentowanych wyników badań, zrealizowanych w grupie 46 studentów dziennikarstwa UŚ (ich celu, założeń badawczych i metody). Także brak definicji operacyjnych mediów społecznościowych i mediów tradycyjnych utrudnia percepcję wyводу (profil gazety komercyjnej jest kwalifikowany jako medium tradycyjne czy społecznościowe?) uniemożliwia merytoryczną ocenę publikacji i negatywnie wpływa na wartość poznawczą prowadzonego wyводу.

Przyjęty do druku artykuł [3]<sup>18</sup> jest poświęcony narzędziom wykorzystywanym do pozyskiwania informacji przez media i zostanie opublikowany w j. angielskim. Jego celem jest identyfikacja skutecznych metod utrzymywania relacji z mediami. Zamierzenie to Autor realizuje w oparciu o badania, prowadzone w formie wywiadów (ew. wywiadów telefonicznych; brak informacji na temat struktury i formy stawianych pytań) wśród rzeczników organów samorządowych wchodzących w skład GZM. Jakość prowadzonego wyводу w zakresie prezentacji tego nurtu badań wyraźnie przewyższa standard recenzowanych powyżej publikacji. Niestety również w tej publikacji Autor decyduje się wesprzeć prowadzone rozważania powtórным przywołaniem wyników swoich poprzednich badań,

---

<sup>17</sup> Krawczyk D. (2020), *Działania komunikacyjne administracji publicznej. Od informacji do manipulację*, s. 107-115, [w:] A. Kuzior (red.), *Globalne konteksty poszanowania praw i wolności człowieka. Współczesne problemy i dylematy*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.

<sup>18</sup> Krawczyk D., *Communication tools in obtaining information by the media based on the opinion poll of press spokesman of local government units*, tekst złożony do druku w periodyku „Zarządzanie Mediami”.

których konstrukcja i przebieg budzą cały szereg zastrzeżeń metodologicznych (zob. [4], [6], [10], [11]), co ostatecznie negatywnie wpływa na ocenę również tej publikacji.

Kolejna przyjęta do druku publikacja [2]<sup>19</sup>, która również ukaże się w języku angielskim i wchodzi w skład przedstawionego do oceny osiągnięcia naukowego Habilitanta, jest poświęcona problematyce wykorzystania przestrzeni wirtualnej w działaniach komunikacyjnych samorządów. Zgodnie z deklaracją Autora procedura badawcza analizy, której wyniki prezentuje On w omawianej publikacji, przewidywała konieczność zidentyfikowania na Facebooku oficjalnego profilu jednostki samorządu terytorialnego wchodzącej w skład GZM, a następnie określenia liczby jego użytkowników, jak również liczby opublikowanych postów w przyjętym w badaniu przedziale czasowym oraz zweryfikowania liczby interakcji komunikacyjnych (s. 3). Uzyskane dane zestawiono z liczbą mieszkańców, a także wysokością wydatków na promocję ponoszonych przez badane samorzady w latach 2016-2018. Pierwsze z działań miało na celu uzyskanie wiedzy na temat zasięgu społecznego i zasięgu komunikacyjnego administracji samorządowej wykorzystującej media społecznościowe, a drugie określenie roli i znaczenia tych działań dla lokalnych decydentów politycznych. Pracę tę, nawet przy pewnych wątpliwościach dotyczących sposobu formułowania wniosków, cechuje najbardziej systematycznie przeprowadzony wywód, spośród wszystkich przedstawionych do oceny publikacji wchodzących w skład osiągnięcia naukowego Habilitanta.

Monografia [1]<sup>20</sup> wchodząca w skład przedstawionego do oceny osiągnięcia naukowego składa się ze wstępu, ośmiu rozdziałów oraz zakończenia i bibliografii. Zgodnie z deklaracją Habilitanta ma ona stanowić podsumowanie Jego dociekań naukowych, dotyczących prasy samorządowej jako narzędzia komunikacji organów administracji terenowej. W znacznej mierze dzieło to bazuje więc na wynikach badań prezentowanych w wyżej omówionych publikacjach i jako takie zasadniczo powiela wszystkie wskazane we wcześniejszym opisie błędy (zob: [15],[12],[11],[10],[9]). Sporo wątpliwości budzi również przynajmniej część założeń, na których bazuje konstrukcja zaprezentowanego w pracy modelu społecznie akceptowalnej i przydatnej prasy samorządowej (Autor nazywa ją 'innovacyjną koncepcją działalności wydawniczej gminy', zob. s. 14, szczegółowe zastrzeżenia są formułowane poniżej), a także sposób formułowania i prezentacji założeń i hipotez badawczych, których weryfikację Autor deklaruje, lecz których treści nie podaje (s. 15) ograniczając się do przedstawienie jedynie jednej hipotezy szczegółowej (brak hipotez głównych). Z tych powodów w warstwie empirycznej praca

---

<sup>19</sup> Krawczyk D., *Virtual space used in the communication activities of local governments on the Example provided by the communes of the Upper Silesia and Zagłębie Metropolis*, tekst przyjęty do druku w „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”.

<sup>20</sup> Krawczyk D. (2019), *Prasa samorządowa jako narzędzie polityki informacyjnej na przykładzie gmin Górnos Śląsko-Zagłębiowskiej Metropolii*, Wydawnictwo "Śląsk", Katowice.

posiada niewielkie walory poznawcze, ograniczające się głównie do informacji na temat odsetka gmin, wydających prasę i wielkości nakładów prasy samorządowej wydawanej na terenie GZM.

Ogromny niedosyt monografia pozostawia także w wymiarze rozważań teoretycznych. Również w tej pracy Autor uchyla się od omówienia obecnych w literaturze przedmiotu modeli relacji wzajemnych mediów i polityki i wskazania jakichkolwiek rozstrzygnięć w odniesieniu do tej kwestii. Poświęcony tej tematyce rozdział pierwszy ma objętość zaledwie 10 stron, z których tylko sześć Autor poświęca komunikowaniu lokalnemu (3 strony) i zarysowi lokalnej komunikacji medialnej (kolejne 3 strony). Pozostała część rozdziału przeznaczona została na omówienie czynników wpływających na funkcjonowanie regionalnego i lokalnego rynku mediów (ok. 3,5 strony). W przypadku tak lakonicznego streszczenia dotychczasowych ustaleń medioznawstwa w zakresie lokalnej i samorządowej komunikacji politycznej nie dziwi więc, że Autor głównie skupia się na odsyłaniu czytelnika do prac innych badaczy i to niestety nie tych najnowszych. Nie sposób oprzeć się też wrażeniu (o czym pisałam już przy okazji [16]), że brak ramy teoretycznej utrudnia Autorowi szersze spojrzenie na badany problem, wskutek czego rozważania prowadzone są bardzo jednostronnie: wyłącznie z perspektywy zadań informacyjnych i korzyści komunikacyjnych samorządu lokalnego.

Poza niedostatkami metodologicznymi prezentowanych w monografii badań, wspomnianymi w niniejszej recenzji przy okazji wcześniej omawianych publikacji, warto zwrócić uwagę również na kilka innych kwestii. W rozdziale piątym, poświęconym prezentacji przebiegu i wyników badań dotyczących prasy samorządowej w polityce informacyjnej administracji terenowej (brak definicji polityki informacyjnej) Autor deklaruje badania obejmujące wszystkie redakcje mediów samorządowych w GZM, nie podaje jednak ich liczby. Brak też informacji na temat formy i kształtu narzędzia pomiaru (w oparciu o jakie przesłanki Autor dokonywał np. oceny 'kompozycji graficznej' badanych mediów?). Wątpliwość budzi również traktowanie poziomu nakładów jako wskaźnika zasięgu prasy, podczas kiedy jak się wydaje w przypadku gazet płatnych sprzedaż jest bardziej rzetelnym wskaźnikiem. W przypadku prasy bezpłatnej nakład należy traktować zaś raczej jako wskaźnik *potencjalnego* zasięgu, niż rzeczywisty zasięg. Liczba tytułów, wysokość nakładów wskazują bardziej na nasycenie rynku, jako że najbardziej wiarygodnym wskaźnikiem zasięgu *społecznego* prasy jest jej czytelnictwo. Wartości liczbowych nakładu gazet bezpłatnych nie można również wprost porównywać z poziomem sprzedaży periodyków płatnych. W rozdziale szóstym Autor prezentuje wyniki badań obejmujących wywiady z prezydentami miast wchodzących w skład GZM. Również w odniesieniu do tej części badań brak jest informacji na temat wielkości grupy respondentów oraz brzmienia listy wyjściowej zadawanych pytań, prezentacja wyników zaś ogranicza się do zrelacjonowania jedynie trzech wywiadów. W świetle charakteru monografii jako pracy podsumowującej dokonania naukowe Habilitanta najwięcej uwagi poświęcić należy rozdziałowi siódmemu, w którym prezentuje On

propozycję usprawnienia wydawania gazet samorządowych. Bardzo wiele jej elementów, jak również formułowanych przy tej okazji przez Habilitanta wniosków, budzi poważne zastrzeżenia, jednak z uwagi na i tak już dużą objętość niniejszej recenzji, ograniczę się do wskazania kilku najpoważniejszych.

I tak oto przede wszystkim Autor wychodzi od mylnego założenia, iż wystarczy by prasa samorządowa zaniechała sprzedaży przestrzeni reklamowej / oferowania przestrzeni reklamy bezpłatnej / sprzedaży detalicznej swoich wydań (prasa samorządowa kolportowana winna być bezpłatnie), aby zadośćuczynić zarzutom o nieuczciwej konkurencji z jej strony (s. 111). Założenie to jest błędne, ponieważ media od samorządów niezależne nie utrzymują się jedynie z reklam. Ich głównym zadaniem jest odpłatne oferowanie odbiorcom określonego kwantum informacji. Jej powszechna dostępność spowodowana obecnością podmiotów oferujących ją bezpłatnie, a nie podlegających tym samym regułom rynkowym, stanowi zatem istotną barierę dla utrzymania się na rynku, ew. w ogóle wejścia na ten rynek. Watorów poznawczych przekazu mediów samorządowych z punktu widzenia odbiorcy w żadnym razie nie poprawi również postulowane przez Autora powstrzymywanie się zespołów redakcyjnych od krytyki oponentów politycznych ich właścicieli. Brak krytyki opozycji to za mało, w sytuacji, gdy nikt nie krytykuje sprawujących władzę. Trudno przyjąć również argumentację Autora, zgodnie z którą "Trudno jednak oczekiwać zarówno od osób prowadzących działalność gospodarczą w postaci wydawania gazety komercyjnej, jak też od redakcji gazety samorządowej, aby nie zważając na uwarunkowania kadrowe, ekonomiczne i relacje z otoczeniem społecznym, biznesowym i politycznym, profesjonalnie zajmowały się dziennikarstwem charakteryzującym się »głębszym poziomem gromadzenia informacji, znajdujących się poza kontrolą mediów czy opinii publicznej«" (s.118). Jako czytelnik i obywatel muszę bowiem tego od nich oczekiwać. Są bowiem jedyną instytucją społeczną, wyspecjalizowaną i odpowiednio wyposażoną do tego, aby sprawować społeczny nadzór nad życiem publicznym. Celem mediów nie jest pielęgnowanie dobrych relacji 'z otoczeniem społecznym, biznesowym i politycznym', ale nadzór nad nim. Kto inny miałby to czynić? Obywatel na własną rękę po pracy? W kontekście postulowanej formy bezpłatnego kolportażu, wątpliwość budzi z kolei założenie, że "(...) gazeta powinna być bezpłatna, gdyż jako informator wspólnoty samorządowej zawierać ma wiadomości ważne (...). Uzależnienie pozyskania tych danych od uiszczenia opłaty, stanowiłoby nieuzasadnioną barierę w dostępie do treści istotnych dla mieszkańców (...)" (s. 119). Jak twierdzenie to ma się do istniejącego nadal w Polsce obowiązku uiszczania opłaty radiowo-telewizyjnej na rzecz mediów publicznych? Osobną kwestią jest postulowana idea dostarczania periodyków samorządowych "(...) - niezależnie od intencji odbiorcy - do miejsca pracy lub zamieszkania potencjalnego czytelnika (...)" (s. 120). Habilitant twierdzi, iż "przyjmując kryterium zamieszkania w danej gminie, jako uzasadnienie otrzymywania biuletynu informacyjnego, rekomendować należy dystrybucję do skrzynek pocztowych (...) wszystkich mieszkań

znajdujących się na terenie gminy. Dotyczy to zarówno lokali komunalnych, jak też spółdzielczych, zakładowych czy prywatnych, a także socjalnych" (s.120). Pomijając kwestie ekonomiczne, czy wolno zmuszać obywatela do korzystania z mediów samorządowych? Istotne zastrzeżenia budzi również część 7.5. pracy, której tematem jest zespół redakcyjny gazety samorządowej. W świetle wielokrotnie, także w tej publikacji (s. 69), formułowanych przez dra Krawczyka zarzutów pod adresem mediów niezależnych, jako ulegających tabloidyacji w swoim sposobie obrazowania, pewnym paradoksem jest, że w Jego opinii "(...) już etap formowania składu zespołu redakcyjnego wiąże się z potrzebą zatrudnienia lub skorzystania z usług osób posiadających doświadczenie albo przynajmniej wykształcenie dziennikarskie" (s.123). Trudna do zaakceptowania wydaje się być również argumentacja, zgodnie z którą "(...) dzięki specjalistycznej wiedzy i uczestnictwu w pracach innych redakcji, zespół taki może stworzyć system zabezpieczeń, chociażby szczątkowych, przed wpływem decydentów politycznych. Dla gminnych polityków bowiem np. odmowa wykonania polecenia służbowego przez dziennikarza, od którego oczekuje się publikacji, łamiącej »zasady rzetelności, obiektywizmu i staranności zawodowej« może być budzącym oburzenie powodem do rozwiązania stosunku pracy (...)" (s. 123). Posiadanie doświadczenia zawodowego w mediach od samorządu niezależnych, względnie wykształcenia dziennikarskiego, bynajmniej nie stanowi bowiem immunitetu, który mógłby dziennikarza uchronić przed taką sytuacją. Wobec niemożności skonstruowania mechanizmów chroniących zespół redakcyjny przed ingerencją aktorów politycznych, będących właścicielami mediów samorządowych lub sprawujących nad nimi bezpośredni nadzór wyrażany przez Autora postulat, zgodnie z którym "(...) umiejscowienie w strukturze organizacyjnej urzędu lub instytucji gminnej nie mogą, lub przynajmniej nie powinny, determinować sposobu wykonywania obowiązków redakcyjnych" (s. 122) wydaje się być trudny do spełnienia. Największy niepokój, co do tego, w jaki sposób Habilitant w ogóle rozumie charakter i cel zawodu dziennikarza, czy szerzej dziennikarstwa i mediów jako takich, budzi natomiast ostatnia część rozważań omawianego rozdziału. W kontekście możliwości ewentualnego ograniczenia liczebności redakcji Autor twierdzi mianowicie: "(...) alternatywnym rozwiązaniem jest powierzenie zewnętrznej agencji public relations czy firmie reklamowej zbierania, tworzenia i redagowania materiałów prasowych przeznaczonych do publikacji, co zapewnić powinno poprawność lingwistyczną i warsztatową treści upowszechnianych przez periodyk samorządowy. Rezygnacja z zespołu redakcyjnego na rzecz utrzymania stanowiska redaktora naczelnego, który jako zamawiający kontaktowałby się z agencją promocyjną, wykonującą zlecane zadania w zakresie przygotowania tekstów oraz fotografii, nie jest działaniem pozbawionym podstaw merytorycznych i ekonomicznych" (s. 124). Jak to się ma do formułowanego na s. 122 postulatu: "Dziennikarze powinni rozumieć znaczenie, rolę i charakter swojego uczestnictwa w działalności komunikacyjnej gminy. Znając i przestrzegając zasady etyki zawodowej muszą identyfikować

rozgraniczenie między upowszechnianiem informacji, a propagowaniem treści perswazyjnych (...)”?  
Rozdział ósmy pracy i jej zakończenie nie wnoszą nowych elementów.

Reasumując, pragnę podkreślić, iż tematyka badań dotyczących komunikacji społecznej jednostek samorządu terytorialnego i wykorzystania w tym zakresie różnego typu mediów w najwyższym stopniu zasługuje na uwagę, a jej wybór na pochwałę. Niemniej jednak pomimo waloru ilościowego, dorobek dra Krawczyka w tym obszarze pozostawia ogromny niedosyt jakościowy. Zakres omówionego piśmiennictwa i prac, których ustalenia Habilitant prezentuje w wyżej omówionych publikacjach, wskazanych jako osiągnięcie naukowe, jest bardzo ograniczony i niezwykle powierzchowny. Z przedstawionego do oceny dorobku czytelnik nie dowiaduje też nic o środowisku w jakim media samorządowe funkcjonują (jak wygląda ich otoczenie rynkowe? ile istnieje mediów od samorządu niezależnych, które z prasą samorządową konkurują?). Także metodologia zaprezentowanych do oceny prac budzi bardzo wiele zastrzeżeń, które szczegółowo wskazuję powyżej przy okazji oceny każdej z publikacji. W sumie więc wartość poznawcza przedstawionego do oceny osiągnięcia naukowego jest raczej skromna, tak w wymiarze prezentowanych rozważań teoretycznych, jak i w warstwie empirycznej i w tym kontekście nie może stanowić istotnego wkładu w rozwój nauki o komunikacji społecznej i mediach jako dyscypliny naukowej.

**3. Ocena pozostałej części dorobku naukowego (aktywność badawcza i publikatorska; udział w zespołach i projektach badawczych, współpraca międzynarodowa, dorobek dydaktyczny, organizacyjny i popularyzatorski).**

***Działalność badawcza i publikacyjna*** [autorstwo i współautorstwo publikacji naukowych / wskaźniki cytowań]

Wykaz tzw. innych prac naukowych, zawarty w dokumentacji Habilitanta zawiera - poza dorobkiem wskazanym jako osiągnięcie naukowe - w sumie 24 publikacje autorskie i współautorskie, w tym 4 rozdziały w monografiach zbiorowych, 16 artykułów opublikowanych w czasopiśmie i 4 publikacje przyjęte do druku. Habilitant jest także (współ)redaktorem 4 monografii zbiorowych (praca piąta jest przyjęta do druku). Zgodnie z informacją podaną przez Habilitanta w załączniku nr 4 do wniosku o przeprowadzenie postępowania habilitacyjnego liczba cytowań Jego publikacji wg Google Scholar Citations wynosi 11.

***Konferencje, sympozja, kongresy*** [udział w konferencjach naukowych i komitetach organizacyjnych / wygłoszone referaty]

Dr Dariusz Krawczyk aktywnie uczestniczył w 5 wydarzeniach konferencyjnych, w tym w trzech konferencjach krajowych i dwóch konferencjach międzynarodowych (obie miały miejsce na Ukrainie), podczas których wygłosił pięć referatów. Dr Krawczyk był także członkiem zespołu organizacyjnego 6 wydarzeń konferencyjnych.



**Działalność organizacyjna, krajowa i międzynarodowa** [członkostwo w organizacjach i towarzystwach naukowych, staże, uczestnictwo w programach badawczych / projektach / konsorcjach / sieciach badawczych / kierowanie projektami / nagrody i wyróżnienia]

Dr Krawczyk jest członkiem Komisji Nauk Organizacji i Zarządzania katowickiego oddziału Polskiej Akademii Nauk (od 2019 r.) oraz Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (od 2016 r.).

W 2020 r. Habilitant odbył cztery staże zagraniczne: dwukrotnie w Centrum Aplikowanej Etyki w Bańskiej Bystrzycy na Słowacji (6.–31.01 oraz 27.07.), a także na Uniwersytetach w Kijowie 2.-16.02.) oraz Sumie (16.02.–1.03.) na Ukrainie, które połączone były z realizacją projektów i działań dydaktycznych także innych placówek z tych krajów.

W zakresie udziału w międzynarodowych projektach badawczych dr Krawczyk deklaruje oprócz tego opracowanie i zarządzanie realizacją projektu identyfikującego poziom dezinformacji w przekazach medialnych w Europie i Afryce, uczestnictwo w pracach zespołu analizującego narzędzia komunikacji perswazyjnej w odniesieniu do turystyki dziedzictwa postindustrialnego oraz udział w badaniach opinii studentów na temat postrzegania technologii kognitywnych oraz sztucznej inteligencji. Badania te prowadził zespół naukowców z The London Academy of Science and Business w Londynie, Wielkiej Brytanii, Uniwersytetu w Sumie na Ukrainie oraz Politechniki Śląskiej z Zabrze.

W 2017 r. Habilitant został odznaczony srebrnym medalem za długoletnią służbę, nadanym decyzją Prezydenta RP.

**Działalność dydaktyczna** [osiągnięcia dydaktyczne, opieka nad doktorantami, promotorstwo prac magisterskich i dyplomowych]

Habilitant jest współpracownikiem Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej (dawniej: Instytutu Politologii) Uniwersytetu Śląskiego oraz Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej w Zabrzu, gdzie jest zatrudniony do prowadzenia zajęć dydaktycznych. W przedstawionej dokumentacji brak jest informacji na temat nazw prowadzonych przedmiotów/kursów, typu tych zajęć i poziomu kształcenia, na którym są realizowane. Brak także informacji na temat działalności promotorskiej/recenzenckiej Habilitanta.

**Działalność popularyzatorska, ekspercka**

Habilitant jest współorganizatorem wykładów otwartych „FORUM ZARZĄDZANIA”, adresowanych do studentów Politechniki Śląskiej, kadry menadżerskiej śląskich przedsiębiorstw oraz pracowników administracji samorządowej.

Dr Krawczyk prowadził również wykłady i szkolenia na temat zarządzania komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną dla kadry kierowniczej, menadżerów oraz pracowników spółek produkcyjnych, handlowych i usługowych sektora wydobywczego i energetycznego, a także samorządów terytorialnych. Tworzył i wdrażał działania komunikacyjne dla różnych podmiotów gospodarczych, w tym DB Cargo,

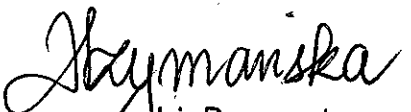
Katowickiego Holdingu Węglowego SA.; NITROERG SA i in. Przygotowywał i uczestniczył w realizacji projektów badawczych dla przedsiębiorstw przemysłowych (np. Polskie LNG SA, Huta Cynku „Miasteczko Śląskie”, Energetyka Ciepła Opolszczyzny SA itd.).

Habilitant jest współautorem ekspertyzy naukowej dotyczącej strategii reklamowej na temat metod promocji wizerunku Katowickiego Holdingu Węglowego SA.

#### 4. Wniosek końcowy

**Dorobek i życiorys naukowy dr Dariusza Krawczyka są niestety niewystarczające, aby stwierdzić, iż jest On zdolny do samodzielnego prowadzenia badań naukowych, a Jego twórczość już obecnie wnosi istotny wkład na rzecz nauk o komunikacji społecznej i mediach jako dyscypliny naukowej.** Także doświadczenie badawcze i publikatorskie dra Krawczyka są w mojej opinii nadal niewystarczające, by mógł on przyjmować na siebie funkcję promotora i recenzenta w procedurach awansowych. W przedstawionym do recenzji dorobku naukowym zastrzeżenia budzi zarówno szczytkowy zakres rozważań teoretycznych, jak i bardzo poważne niedostatki natury metodologicznej.

Wymienione wyżej okoliczności są powodami, dla których **uważam, że wkład doktor Dariusza Krawczyka w rozwój nauk o komunikacji społecznej i mediach wciąż nie jest wystarczający dla uzyskania tytułu doktora habilitowanego.**

  
podpis Recenzenta

Moguncja, 8.02.2021 r.