

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Anny Agnieszki Robak
„Style komunikowania polityków w mediach społecznościowych.
Analiza porównawcza”**

1. Wybór i uzasadnienie problematyki badawczej rozprawy doktorskiej

Autorka porusza istotny i aktualny problem naukowy, dotyczący stylów komunikowania polityków w mediach społecznościowych. Temat jest bardzo aktualny, wymagający szerszych badań. W tych czasach trudno sobie wręcz wyobrazić działalność polityków bez angażowania mediów społecznościowych. Podjęta problematyka jest bardzo ważna w zakresie naukowym, ale także praktycznym. Rozprawa może być swoistym poradnikiem dla polityków, jak komunikować się skuteczniej i efektywniej z poszczególnymi grupami odbiorców.

2. Metodologia i warsztat rozprawy doktorskiej

Celem rozprawy jest analiza mediatyzacji polityki w kontekście mediów społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem stylów komunikowania stosowanych przez polityków oraz ewolucji marketingu politycznego w tym środowisku. Przeanalizowano więc strategie wizerunkowe polityków Koalicji Obywatelskiej: Katarzyny Lubnauer, Borysa Budki, Klaudii Jachiry, Aleksandry Gajewskiej oraz Franciszka Sterczewskiego na platformach społecznościowych Facebook, Instagram i Twitter/X. W pracy wykorzystano ilościowy pomiar danych, analizę jakościową i analizę danych/treści. Główna hipoteza badawcza pracy dotyczy zależności pomiędzy stażem wyborczym polityków oraz ich sposobami komunikowania się za pośrednictwem mediów społecznościowych. Założono, że krótki staż polityczny warunkuje to, że polityk angażuje się w interakcje z wyborcami za pośrednictwem mediów społecznościowych i porusza sprawy istotne społecznie. Sformułowano również hipotezy powiązane bezpośrednio z badaniem

empirycznym, umieszczonym w drugiej części pracy. Autorka zamieściła w rozprawie także kilka szczegółowych pytań badawczych dotyczących angażowania się debiutantów oraz doświadczonych polityków w interakcje z odbiorcami, określonych dni i sytuacji aktywności w sieci, jak również specyfikę używanych hashtagów lub też okoliczności braku ich używania. Metodologia pracy jest dobrze przemyślana. Autorka wykorzystuje zarówno analizę ilościową, jak i jakościową, co pozwala na kompleksowe ujęcie problemu badawczego. Wybór próby badawczej, czyli skoncentrowanie się na politykach Koalicji Obywatelskiej, jest uzasadniony, przede wszystkim zminimalizowaniem różnic ideologicznych i skoncentrowaniem się na samych stylach komunikacyjnych. Taka analiza może prowadzić do dość jednostronnej perspektywy i ograniczać uogólnienie wyników na całą scenę polityczną (a temat pracy dotyczy stylów komunikowania polityków w mediach społecznościowych). Wydaje się, że porównanie z politykami innych ugrupowań pozwoliłoby lepiej ocenić różnice w stylach komunikacji. Aktualny wybór próby badawczej może być niewystarczający do wyciągnięcia ogólnych wniosków na temat stylów komunikacji w mediach społecznościowych, co trzeba wziąć pod uwagę przy publikacji pracy. W badaniu empirycznym przyjęto jednak bardzo szczegółowy klucz kategoryzacyjny, który jest logicznie skonstruowany i odpowiednio uszczegółowiony. Należy podkreślić, że badanie znacząco wzbogaca wskaźniki związane z regularnością publikacji i analizą zastosowanych hashtagów, jednocześnie wymagając od Autorki cierpliwości i dużego nakładu sił.

3. Merytoryczna wartość rozprawy doktorskiej

Struktura rozprawy jest logiczna i przejrzysta. Bardzo kompetentnie przedstawione jest zjawisko mediatyzacji polityki, pokazano jego specyfikę, hipotezy na temat wpływu Internetu na komunikację polityczną, a także wybrane badania dotyczące mediatyzacji polityki w Polsce. Opisano proces profesjonalizacji polityki, praca stanowi swoiste kompendium wiedzy na temat szeroko pojętego marketingu politycznego. W części teoretycznej podkreślono także wpływ mediów na odbiór treści, omówiono teorie komunikacyjne oraz priming. Przedstawiono problem

rzetelności i etyki mediów w dobie szybkiego rozwoju technologicznego. Nie pominięto charakterystyki kampanii negatywnych jako współczesnej techniki prowadzenia rywalizacji politycznej. Autorka akcentuje, że w związku z tym, iż współcześnie każdy może sam kreować newsy, powstaje problem wypowiedziania się w tematach, na które ma się fragmentaryczną wiedzę. W takich warunkach bardzo łatwo o szerzenie się fake newsów. W pracy przedstawiono rozróżnienia między dezinformacją a informowaniem pozornym, jak również zjawiskiem deepfake. W badaniu empirycznym podstawowym celem analizy profili Katarzyny Lubnauer, Borysa Budki, Klaudii Jachiry, Aleksandry Gajewskiej oraz Franciszka Sterczewskiego na platformach społecznościowych Facebook, Instagram i Twitter/X była identyfikacja ich sposobu komunikowania się z obserwatorami i ustalenie, czy style komunikacyjne można uznać za podobne pod względem długości stażu politycznego. Autorka przy tym bardzo dokładnie i logicznie przedstawia specyfikę debiutantów oraz polityków doświadczonych, starszych stażem, pełniących funkcję posła lub posłanki drugą lub więcej kadencję z rządu i założone sposoby komunikowania się z odbiorcami w obu przypadkach.

Jak ogromną pracę musiała wykonać Autorka świadczy część empiryczna pracy, gdzie za pomocą pomiaru ilościowego i analizy zawartości zbadano treści publikowane w mediach społecznościowych. Warto podkreślić, że za pomocą pomiaru ilościowego porównano ilości reakcji na posty, sumując liczbę polubień i komentarzy oraz udostępnienia postów przez innych użytkowników. Każdy post stanowił osobną jednostkę kategoryzacyjną, natomiast treści postów zostały podzielone na kategorie tematyczne, w tym m.in. sprawy społeczne, prawa kobiet, polityka, pandemia koronawirusa, autopromocja polityka. Klucz kategoryzacyjny został bardzo rozbudowany. Zawarto w nim także datę postu, wydźwięk postu (na podstawie sformułowań używanych przez autora, doboru słownictwa, jego nacechowania emocjonalnego), częstotliwość poruszania danego tematu czy rodzaj publikacji, z podziałem na portale społecznościowe oraz zawartość multimediów (czy zamieszczony został film lub ilustracja). Autorka zdaje sobie sprawę z zagrożeń pojawiających się przy prowadzeniu badań związanych z publikacjami zamieszczanymi przez polityków, lub osoby trzecie, w mediach

społecznościowych. Podkreśla, że np. trudno do końca zbadać intencje polityków, czy też emocje towarzyszące nadawcy.

Wybrana przez Autorkę metoda doboru próby badawczej zakładała analizę wszystkich postów opublikowanych przez analizowanych polityków w mediach społecznościowych przez pół roku, czyli od 1 lipca do 31 grudnia 2021 roku. Należy zwrócić przy tym uwagę, że badaniu podlegały wyłącznie takie posty, których autorem był dany polityk, bez postów udostępnianych z innych profili.

Autorka bardzo szczegółowo odpowiedziała na zawarte w pracy hipotezy badawcze, w tym zauważyła, że w pewnych zakresach widać różnicę w sposobie komunikowania się debutantów i polityków starszych stażem. Język polityków doświadczonych był czasami ostrzejszy niż w przypadku debutantów. Podkreśliła, że w komunikacji online ważna jest także umiejętność używania hashtagów i modyfikowania postów zależnie od specyfiki platform na których daną treść się udostępnia, o czym politycy często zapominają. Autorka trafnie konkluduje, że w przyszłości politycy powinni lepiej planować swoją strategię komunikacyjną, którą chcieliby realizować za pośrednictwem mediów społecznościowych, zidentyfikować i wybrać grupę docelową, a także wiedzieć co chcą przekazać danej grupie odbiorców i czy potrafią do nich dotrzeć. Doktorantka skupia się na analizie treści postów polityków, ale może warto byłoby wyraźniej uwzględnić kontekst odbioru treści przez użytkowników mediów społecznościowych oraz sposób, w jaki algorytmy platform wpływają na widoczność postów. Być może warto byłoby np. uzupełnić analizę postów o wywiady z ekspertami ds. komunikacji politycznej lub analizę reakcji użytkowników na treści publikowane przez polityków.

Pracę niewątpliwie wzbogacają posty polityków, zrzuty ekranów, a także wyniki badań przedstawione w tabelach. Dzięki temu rozprawa jest przejrzysta, logicznie ułożona, a badania jasno przedstawione i wręcz gotowe do druku. Autorka często opiera swoje analizy na studiach przypadków, co jest dodatkowym atutem. Pokazuje czasami perspektywę światową i krajową, tak jak np. w przypadku fake newsów. Z recenzenckiego obowiązku napiszę, że chociaż praca napisana jest bardzo starannie,

jasnym, komunikatywnym językiem, to czasami zdarzają się literówki (szczególnie w zakończeniu).

W trakcie lektury zainteresował mnie szczególnie fakt, że nie tylko doświadczeni politycy, ale i debiutanci, dość nieporadnie działają w mediach społecznościowych, nie wchodzą w interakcje z odbiorcami, nie odpowiadają na ewentualne pytania, czy nawet nie reagują na hejt. Skąd wynika taka bierność, brak profesjonalnego przygotowania do komunikacji online, działanie czasami wręcz „na ślepo”? Czy jest to faktycznie tendencja dotycząca wszystkich polityków w Polsce, czy może są jakieś wyjątki? Jak w tym zakresie wygląda sytuacja na świecie? Warto tymi wątkami szerzej się zainteresować.

4. Wniosek końcowy

Temat rozprawy jest oryginalny, cel i zakres pracy są jasno określone. Praca stanowi oryginalne rozwiązanie aktualnego, istotnego problemu naukowego, prezentuje właściwy poziom metodologiczny, a Doktorantka wykazuje się bardzo dobrą wiedzą teoretyczną i praktyczną. Przedłożona rozprawa podlega ocenie zgodnie z wymogami zawartymi w artykule 187, ustęp 3 ustawy „Prawo o szkolnictwie wyższym” (Dziennik Ustaw 2018, poz. 1668). Wnioskuje zatem o dopuszczenie Pani mgr Anny Agnieszki Robak do dalszych etapów postępowania o nadanie stopnia doktora.

Didko Polnycki