

**dr hab. Dariusz Tworzydło, prof. UW**  
Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations  
Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii  
Uniwersytet Warszawski

Rzeszów, 03.08.2022

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Żanety Welny, pod tytułem:**  
**„Serwisy społecznościowe w strategiach komunikacyjnych sztabów kandydatów w wyborach prezydenckich w latach 2010, 2015 i 2020”** przygotowanej w Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie, pod kierunkiem: **dr. hab. Krzysztofa Gajdki, prof. UPJPII.**

Recenzja została przygotowana w związku z uchwałą w sprawie powołania recenzentów, podjętą przez Radę Dyscypliny „Nauki i komunikacji społecznej i mediach” Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II W Krakowie.

#### **Wprowadzenie (podstawy formalne i prawne dla przygotowanej recenzji)**

Art. 13 ust 1 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. Nr 65 poz. 595 z późn. zm.) wskazuje, iż rozprawa doktorska 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. Przyjmuje się zatem, iż każda rozprawa doktorska musi być rozwiązaniem zdefiniowanego, nierozwiązanego dotychczas problemu naukowego. Problem, o którym mowa, musi być wyjaśniony za pomocą naukowych metod i narzędzi.

Przedstawiona do recenzji praca spełnia wymogi, które zapisane zostały w przytoczonej powyżej ustawie. W opracowaniu zawarte zostały między innymi wyniki oryginalnych, autorskich badań, które można przyjąć i uznać za wkład doktorantki w poszerzenie zasobów

wiedzy naukowej w badanym przez nią obszarze. Uwzględniając przedstawione w recenzji argumenty za i przeciw stwierdzam, iż recenzowana **rozprawa doktorska spełnia wymogi określone w art. 13 ust 1 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. Nr 65 poz. 595 z późn. zm.)**. Uzasadnienie dla powyższego kluczowego wniosku przedstawione zostanie w dalszej części niniejszej recenzji.

### **Ocena zawartości merytorycznej rozprawy doktorskiej**

Ocena poprawności merytorycznej rozprawy zawiera z jednej strony analizę rozplanowania zawartych w niej elementów, poprawność sformułowania celów, ocenę logiki wyводу i jego spójności. Przy ocenie wziąłem zatem pod uwagę układ rozdziałów, kompletność i poprawność sformułowania celu, tezę, obecność opisu metodologicznego, a w tym metod, technik i narzędzi badawczych.

Recenzowana rozprawa doktorska została przygotowana na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie, pod kierunkiem naukowym dr. hab. Krzysztofa Gajdki, prof. UPJPII. Praca zawiera 382 strony tekstu zasadniczego, bibliografię, spis wykresów, tabel, rysunków i aneks. Porusza ona ważny, interesujący i aktualny, a zarazem złożony problem jakim jest komunikowanie polityczne, które mgr Żaneta Welna rozumie cytując prof. T. Goban-Klasa jako: „tworzenie, organizowanie i rozpowszechnianie informacji (...) mających na w zamierzeniu lub w rzeczywistym oddziaływaniu wpływać na system władzy i jej użycie” (s. 14). Istotność podjętego tematu wynika ze znaczenia jakiego nabrały media społecznościowe w kampaniach wyborczych. Praca z jednej strony pokazuje w jaki sposób sztaby wyborcze korzystają z dostępnych narzędzi, z drugiej jest swego rodzaju oceną kierunków komunikacji realizowanych za pośrednictwem tych narzędzi. W dysertacji wskazano również opis zmian jakie dokonywały się w obszarze komunikowania politycznego na przestrzeni analizowanych przez autorkę dziesięciu lat. Jak podkreśla autorka „... każda z wymienionych czterech prezydenckich kampanii wyborczych stanowiła istotny element w rozwoju komunikowania politycznego w serwisach społecznościowych na gruncie polskim” (s. 15). Wskazuje jednocześnie, iż „Kampania w 2010 roku była pierwszą, poprzedzającą wybór prezydenta RP, podczas której możliwe było zastosowanie narzędzi social media” (s. 15). Można przyjąć, iż rok 2020 to czas nie tyle dynamicznego rozwoju, co dojrzałości tych narzędzi, z których tak intensywnie i z różnym skutkiem korzystają politycy. Z tych i innych powodów można uznać,



iż przedmiot rozprawy został obrany przez autorkę w sposób prawidłowy. Jest ważny zarówno z naukowego jak i praktycznego punktu widzenia.

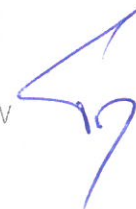
W dalszej części recenzji odniosę się do zawartości poszczególnych części pracy. We wstępie mgr Żaneta Wełna uzasadnia dobór tematu. Wskazuje także na stan badań w obszarze komunikowania politycznego. Wstęp zawiera prezentację celu dysertacji, którym jest: „...ukazanie rozwoju komunikowania politycznego w mediach społecznościowych na przykładzie kanałów social media kandydatów w wyborach na prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej oraz określenie interakcyjnych strategii komunikacyjnych realizowanych przez nich i ich sztaby w tym obszarze (s. 17). Oprócz celu głównego autorka stawia także dwa cele szczegółowe:

1. „... przeprowadzenie analizy ilościowej materiałów, opublikowanych na oficjalnych profilach kandydatów w wyborach prezydenckich za pośrednictwem serwisów społecznościowych.
2. „...dokonanie analizy jakościowej zawartości tychże przekazów” (s. 17).

Autorka postawiła również pięć hipotez badawczych, nie wskazując co prawda która z nich jest główną, ale nie ma to – w moim mniemaniu – istotnego wpływu na dalszy tok wyводу i wnioskania przeprowadzonego przez mgr Żanetę Wełnę w pracy (s. 17). Hipotezy postawione zostały w sposób poprawny, jednak pierwsza z nich (H1) zawiera sformułowanie „kompleksowa adaptacja”, które nie znajduje w dalszej pracy wystarczających odniesień bądź odpowiedniego wyjaśnienia (s. 17). Analizowana część pracy zawiera również opis metodologii, a w szczególności metod badawczych.

Autorka we wstępie wskazuje, że analizie dokonywanej w dysertacji poddaje cztery kampanie wyborcze które miały miejsce w latach 2010, 2015, 2020 (s. 14). Można przyjąć za autorką, na co wskazuje ona na kolejnej stronie (s. 15), iż kampania z roku 2020 składa się z dwóch niezależnych kampanii, co było wynikiem sytuacji w jakiej znalazła się Polska w związku z pandemią Covid-19.

Recenzowana rozprawa składa się z siedmiu spójnych i logicznie uporządkowanych rozdziałów. Układ pracy jest prawidłowy, zaś przyjęta kolejność rozdziałów nie budzi większych zastrzeżeń. W pierwszym rozdziale autorka poruszyła temat komunikowania politycznego w kontekście nowych mediów. Przedstawiła definicje komunikowania politycznego, a także ewolucję tego pojęcia. W oparciu o omówione definicje wyróżniła pięć



głównych podejść badawczych do tematu, który jest podstawą dysertacji. Opisała także uczestników procesu komunikowania politycznego. W rozdziale pierwszym mgr Żaneta Wełna sporo uwagi poświęciła także kwestii marketingu politycznego. Oprócz definicji przedstawiła ona historię i jego ewolucję. Poruszyła temat politycznego public relations (s. 44-51). Wymieniła instrumenty politycznych public relations (s.51-54). W pierwszym rozdziale przywołuje i opisuje ona definicje kampanii komunikacyjnej politycznej oraz kampanii wyborczej (s. 54). Dokonuje opisu ewolucji jakie dokonywały się w ramach kształtu kampanii wyborczych (s. 57-59), prezentuje modele kampanii wyborczych (s. 60 – 64). W rozdziale tym część uwagi poświęca także negatywnym kampaniom wyborczym oraz spin doctoring (s. 64 – 66). Rozdział podsumowuje opisem mediów jako kluczowych elementów kampanii wyborczych, wskazując przy tym między innymi na funkcje jakie one pełnią (s. 68 - 72).

Rozdział drugi mgr Żaneta Wełna poświęciła mediom społecznościowym w praktyce politycznej. W pierwszej kolejności prezentuje ona historię mediów społecznościowych (s. 73 – 76). Wskazuje na kluczowe elementy definicji tych mediów, ale także ich kluczowe cechy (s. 77 – 91). Podejmuje również rozważania na temat mediów społecznościowych w praktyce komunikowania politycznego (s. 91). Omawia formy internetowego komunikowania politycznego, znaczenie i funkcje tych działań oraz szanse i zagrożenia aktywności polityków w social mediach.

Rozdział trzeci to część praktyczna rozprawy doktorskiej. Poświęcony on został analizie aktywności kandydatów w wyborach prezydenckich w Polsce w roku 2010. W pierwszej kolejności mgr Żaneta Wełna zaprezentowała podstawowe informacje o kampanii, jej czas trwania oraz uczestników. Opisała tło społeczno-polityczne kampanii (s. 108 – 109). W dalszej części pracy omówiła przebieg kampanii i wyniki wyborów. Przedstawiła między innymi kalendarium aktywności kandydatów w social mediach, skupiła się na liczebności postów, reakcji, komentarzy i udostępnień. Dokonała opisu tematyki postów udostępnianych przez sztaby poszczególnych kandydatów.

Rozdział czwarty jest kontynuacją podjętego wcześniej tematu, tylko tym razem opis dotyczy kampanii prezydenckiej w serwisach społecznościowych na bazie danych kampanii z roku 2015. Opis dokonywany jest w podobnej strukturze jak we wcześniej analizowanym rozdziale. Rozdział piąty dotyka tematyki tzw. pierwszej prezydenckiej kampanii wyborczej, która miała miejsce w roku 2020, zaś rozdział szósty kampanii która miała miejsce w okresie

czerwiec-lipiec roku 2020. Mgr Żaneta Wełna stosuje ten sam schemat, który wykorzystywała przy opisach dotyczących kampanii z roku 2010 oraz 2015. Należy przy tym wskazać, iż analizy jakie przeprowadza należą do kategorii prostych opisów statystycznych, bazujących głównie na rozkładach częstości występujących zjawisk. To można uznać za mankament pracy, bowiem takie podejście, które przyjęła autorka nie pozwala na dokonanie głębokiego wnioskowania. Brak jest zatem w części badawczej pracy związków przyczynowo-skutkowych oraz współczynników pokazujących siłę zależności poszczególnych, analizowanych treści. Przy tak dużej jednostce analizy, którą wybrała doktorantka, interesujące byłoby między innymi wydzielenie kilku czynników w oparciu o które można byłoby dokonać ciekawych porównań lub spróbować zbudować jakiś zbiorczy model. W rozdziale siódmym doktorantka podsumowuje przeprowadzone przez siebie badania. Rozdział ten podzieliła na trzy części. Pierwsza z nich traktuje o ewolucji aktywności kandydatów i ich przekazów w mediach społecznościowych. Druga, jak wskazuje autorka „...zawiera syntezę zawartości przekazów pod względem jakościowym” (s. 343). Trzecia część to próba sformułowania wiodących strategii komunikacyjnych realizowanych przez sztaby kandydatów w wyborach prezydenckich w Polsce za pomocą serwisów społecznościowych (s. 343). W rozdziale tym autorka wskazuje, iż ewolucja aktywności kandydatów i zamieszczanych przez ich sztaby przekazów ukazana jest za pomocą czterech czynników: stosowania konkretnych kanałów w mediach społecznościowych, intensyfikacji działań, multimedializacji przekazów oraz zaangażowania odbiorców w social media (s. 343).

Podczas analizy pozyskanych danych mgr Żaneta Wełna często posługuje się określeniami, które nie dają pełnego obrazu sytuacji, są bardzo ogólne, np. „...liczba materiałów na Facebook była niewiele mniejsza...”, „...przedziały czasowe obu kampanii znacząco się różniły...”, „... była wyraźnie widoczniejsza” (s. 346). Brakuje precyzyjnego wskazania jak wielka różnica występuje pomiędzy poszczególnymi elementami, które poddane zostały analizie. Brakuje usystematyzowanej analizy wskaźnikowej. W rozdziale tym sporadycznie również występują krótkie wnioski, co może być wynikiem błędów o których mowa powyżej. Jest to w mojej ocenie mankament niniejszej pracy, bowiem tak duża liczba danych, która została zebrana mogła być wykorzystana zdecydowanie szerzej niż zaproponowała to w swojej dysertacji doktorantka. Autorka dysertacji wymienia i charakteryzuje również wyodrębnione w trakcie badań strategie komunikowania wyborczego w serwisach społecznościowych (s. 361), którymi są: strategia informowania wyborców, wpływania na decyzje wyborcze oraz mobilizacji elektoratu.



Oprócz zaprezentowanych powyżej rozdziałów autorka zawarła w pracy zakończenie wraz z weryfikacją hipotez badawczych, bibliografię, spisy wykresów i tabel, a także klucz kategoryzacyjny. Autorka wskazuje, iż „...na podstawie analizy zgromadzonego obszernego materiału badawczego w postaci 23 091 zrzutów ekranu z przekazami opublikowanymi za pośrednictwem oficjalnych profili kandydatów na urząd prezydenta RP możliwe było zweryfikowanie pięciu hipotez badawczych...”. Trzy z pięciu hipotez zostało zweryfikowanych pozytywnie, jedna negatywnie, a jedna w części pozytywnie i negatywnie. Autorka każdorazowo, aczkolwiek pobieżnie, wskazuje co wpłynęło na ostateczną decyzję o pozytywnej bądź negatywnej weryfikacji hipotezy. Ciekawym elementem całej pracy jest także wyodrębnienie przez doktorantkę trzech kluczowych strategii komunikowania wyborczego w serwisach społecznościowych (s. 378). W podsumowaniu autorka wskazuje na obszary potencjalnych kolejnych badań, które mogłyby stanowić kontynuację projektu przeprowadzonego przez mgr Żanetę Welnę.

Podsumowując uważam iż doktorantka podjęła temat trudny. Przeprowadziła szereg badań, które miały pomóc nie tylko w realizacji założonego przez nią celu, ale także przyczynić się do weryfikacji postawionych hipotez. Można uznać, iż praca stanowi o jej umiejętnościach a także poszerza zasób dotychczasowej wiedzy w wybranych obszarach. Praca jest poprawna również pod względem formalnym.

Treść pracy jest spójna z tematem, który został określony przez autorkę w tytule rozprawy. Jej układ jest poprawny. Praca została napisana językiem komunikatywnym i zrozumiałym. W przypadku recenzowanej rozprawy, dostrzegam co prawda drobne uchybienia stylistyczne, interpunkcyjne, czy techniczne, które jednak nie umniejszają ogólnie wysokiej oceny i konkluzji, które zamieszczam w końcowej części pracy.

### **Źródła, bibliografia i inne elementy aparatu pomocniczego**

Rozprawa doktorska powinna być przygotowywana z uwzględnieniem dbałości, staranności, w tym także w obszarach dotyczących bibliografii i strony technicznej. Autorka rozprawy dokonała analizy profili kandydatów startujących w wyborach prezydenckich w analizowanych serwisach społecznościowych. Wykorzystała w pracy 124 pozycje zwarte i szereg innych źródeł internetowych oraz aktów prawnych. Analiza bibliografii wskazuje na jej względną aktualność i różnorodność. Praca usytuowana została w dziedzinie nauk społecznych oraz w dyscyplinie nauk o mediach i komunikacji społecznej. Świadczą o tym nie



tylko postawione cele, hipotezy, ale także wykorzystana w rozprawie kwerenda literatury, która nieznacznie wychodzi poza główną dyscyplinę. Dokonując szczegółowego przeglądu literatury wskazuję, iż obejmuje ona m.in. takie obszary jak media, marketing, psychologia, nauki polityczne, czy nawet ekonomię. Uważam, iż interdyscyplinarność w tego typu pracy jest nieunikniona, a nawet pożądana, przy czym zaznaczam, iż zbadany materiał bibliograficzny jest w mojej ocenie spójny i dostosowany do tematu pracy, który podjęła mgr Żaneta Welna. Zauważalna jest duża dysproporcja w zakresie wykorzystania literatury polskiej i zagranicznej, choć aspekt ten może być zrozumiały z uwagi na obszar pracy jakim jest badanie polskich kampanii wyborczych. Jednak w mojej ocenie przywołanie i porównanie tego co się wydarzyło w badanym okresie w Polsce w stosunku do działań podejmowanych np. w USA czy wybranych krajach europejskich, z pewnością wzmocniłoby wartość recenzowanej rozprawy doktorskiej. Patrząc na zakres wykorzystywanych przez doktorantkę pozycji literaturowych we wskazanym obszarze można czuć niedosyt i brak, który nie stanowi jednak istotnego zarzutu i nie ma wpływu na ostatecznie pozytywną ocenę przygotowanej rozprawy.

Analizując aparat pomocniczy zawarty w rozprawie, wskazuję również, iż przygotowana praca zawiera wykaz wykresów w liczbie 159, a także 19 tabel oraz 12 rysunków. W pracy doktorskiej przygotowanej przez mgr Żanetę Welną znajduje się również aneks w postaci klucza kategorizacyjnego.

### **Wniosek końcowy**


**Zaprezentowane w recenzji opinie dotyczące rozprawy doktorskiej mgr. Żanety Welny pozwalają postawić ocenę pozytywną.** Rozprawa doktorska powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz wykazywać ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej. Praca Pani mgr Żanety Welny spełnia ten wymóg.

Zakłada się, iż rozprawa doktorska musi być rozwiązaniem zdefiniowanego, nierozwiązanego dotychczas problemu naukowego. Doktorantka osiągnęła powyższe. W sposób poprawny wykorzystwała dostępne metody i techniki badawcze. Wskazane w pracy uwagi oraz braki nie wpływają na moją ostateczną pozytywną ocenę dysertacji. Uważam jednak iż mogą one stanowić wskazania co do przyszłych projektów naukowych podejmowanych przez doktorantkę.



Niezależnie od powyższych wniosków końcowych oraz jednoznacznie pozytywnej oceny rozprawy napisanej przez mgr Żanetę Wełnę, chciałbym jeszcze wskazać na kilka aspektów, które w mojej ocenie mogłyby podnieść jej merytoryczną wartość. Podkreślam jednak, iż mają one jedynie stanowić asumpt do dyskusji i ostatecznie nie obniżają wartości recenzowanego opracowania. Otóż, w pierwszej kolejności chciałbym zauważyć iż autorka powinna była – w części teoretycznej pracy – opisać szeroko przykłady innych kampanii realizowanych poza Polską, co mogłoby stanowić dla prowadzonych analiz istotny punkt odniesienia na zasadzie podobnej do benchmarkingu konkurencyjnego. W obszarze realizowanych przez mgr Żanetę Wełnę badań, uważam iż praca zyskałaby zdecydowanie na wartości, gdyby wnioskowanie, którego dokonuje doktorantka było oparte nie tylko na częstościach, ale również innych miarach statystycznych np. korelacje, wskaźniki czy testy zależności, co przy takich liczebnościach analizowanych przez nią danych bez problemu mogło być zrealizowane i podniosłoby jakość wspomnianego wnioskowania statystycznego. Tylko wówczas również klucz kategoryzacyjny musiałby być inaczej skonstruowany (poszerzony). Także jakościowa analiza danych, w tym przekazów (treści) emitowanych podczas kampanii wyborczych, w mojej ocenie mogła być dokonana na poziomie większej szczegółowości, w zakresie poszukiwania zależności pomiędzy danymi, faktami, przekazami (warto było w mojej ocenie poszerzyć zakres analizy jak również dodać inne zmienne).

Finalnie uznaję jednak, iż mgr Żaneta Wełna była w stanie samodzielnie rozwiązać problem naukowy, który postawiła. **Biorąc pod uwagę całość recenzowanej pracy i jej wartość, w mojej konkluzji znajduje się wniosek o dopuszczenie Pana mgr Żanety Wełny do kolejnych etapów przewodu doktorskiego.**



.....  
podpis recenzenta