

Kielce, 07 12 2016 r.

Dr hab. Agnieszka Kasińska-Metryka, prof. UJK
Instytut Polityki Międzynarodowej i Bezpieczeństwa
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Recenzja rozprawy doktorskiej

Mgr Anny Jadachowskiej-Dziębor

***„Internet w komunikowaniu politycznym na poziomie lokalnym – na przykładzie
Radomska, Bełchatowa i Piotrkowa Trybunalskiego”***

Praca napisana pod kierunkiem prof. UAM dr hab. Piotra Pawelczyka

1. Wybór i uzasadnienie problematyki badawczej

Praca zatytułowana „*Internet w komunikowaniu politycznym na poziomie lokalnym – na przykładzie Radomska, Bełchatowa i Piotrkowa Trybunalskiego*” dotyczy zmian jakim uległo komunikowanie polityczne na skutek rozwoju internetu. Jego dostępność, a przede wszystkim możliwość uzyskania w komunikacji szybkiego sprzężenia zwrotnego, zmieniła role tradycyjnie przypisywane uczestnikom komunikowania politycznego. Jak pisze Autorka mgr Anna Jadachowska-Dziębor : „*Obywatel nie jest już pasywnym odbiorcą treści przekazywanych przez aktora politycznego. Dziś nie tylko równolegle i natychmiastowo może reagować na odbierane komunikaty, ale także jest równoprawnym nadawcą*” (s. 4). O ile zmianom w obrębie nowoczesnego komunikowania politycznego poświęcona jest bogata literatura przedmiotu, o tyle rozważania nad wykorzystaniem tegoż komunikowania na poziomie lokalnym należy uznać za innowacyjne. Autorka stwierdza, że wartością nadrzędną przyświecającą powstaniu dysertacji było kompleksowe ujęcie zmieniających się realiów komunikacyjnych w obszarze polityki z perspektywy średniej wielkości miasta, co tworzy inną perspektywę badawczą niż w odniesieniu do metropolii, globalnych instytucji czy organów unijnych. Wybrane do badań miasta to: Radomsko, Bełchatów i Piotrków Trybunalski i

warto zastanowić się co stało za tym właśnie wyborem, który w pierwszym oglądzie może wydawać się niedostatecznie zrozumiały. Autorka wyjaśnia, że są to „trzy podobnego >>formatu<< miejsca, leżące na południu województwa łódzkiego, blisko trasy A1 (...) lecz różniące się m.in. historią, wizją strategiczną, pomysłem na wizerunek, strukturą organizacyjną, budżetem oraz sposobem prowadzenia polityki informacyjnej” (s. 8). Powyższe uzasadnienie jest akceptowalne, jakkolwiek użyte określenie „format” jest definicyjnie nieostre, zwłaszcza że w odniesieniu tylko do jednej cechy tj. wielkości wymienione miasta mają od 50 do ponad 70 tys. mieszkańców, co znacznie je różni.

Przyjęte ramy czasowe tj. 2010-2014 obejmują okres kadencji samorządowej i należy uznać, że jest to wystarczająco długi czas dla zbadania komunikacji w internecie. Ważne jest także, że prezydentami miast w wybranym okresie były osoby, które posiadały już doświadczenie samorządowe (pełniły funkcję co najmniej po raz drugi) i były reprezentantami lokalnych stowarzyszeń.

Wszystkie powyższe aspekty wskazują na to, że wybrany temat rozprawy doktorskiej jest aktualny, naukowo frapująco i wart prezentacji. W pewnym uproszczeniu można stwierdzić, że Autorka postanowiła zweryfikować na ile teoria nowoczesnego komunikowania politycznego, ale także deklarowana przez władze otwartość na komunikację z otoczeniem znajdują swoje potwierdzenie w praktyce.

2. Metodologia i warsztat rozprawy doktorskiej

Przyjęta przez mgr A. Jadachowską-Dziębor metodologia, a także zaprezentowany warsztat rozprawy, zasługują na uznanie ze względu na naukową rzetelność i precyzję. Autorka sięgnęła do tych metod badawczych, które pozwalały na zastosowanie zarówno w odniesieniu do procesów komunikacyjnych jak i problemów politologicznych. W efekcie w pracy obecna jest analiza systemowa, ewolucyjna oraz porównawcza, a w części empirycznej analiza treści wspierana przez metody ilościowe. Indywidualne wywiady pogłębione z osobami, które odpowiadają za politykę informacyjną wybranych miast stanowią o szczególnym walorze empirycznym, ale także aplikacyjnym pracy.

Jak już zostało wspomniane, nadrzędny problem pracy tj. scharakteryzowanie ról, jakie w ramach komunikowania politycznego pełni internet został doprecyzowany poprzez szereg celów szczegółowych. Ich kolejność oraz zakres przedmiotowy świadczą o naukowej dojrzałości Autorki. Przyjęta teza badacza sprowadza się do stwierdzenia, że internet stanowi ważną część komunikowania politycznego miast tak w aspekcie przedmiotowym (kanał komunikowania) jak i podmiotowym (elektroniczna agora). Pięć hipotez badawczych składających się na realizację pracy również ocenić należy jako przemyślane i stanowiące efekt znajomości teorii komunikowania politycznego oraz wnikliwych obserwacji rzeczywistości społeczno-politycznej.

Struktura recenzowanej pracy w sposób logiczny odzwierciedla opisane przez Autorkę założenia badawcze i obejmuje cztery rozdziały tj. *Teorię komunikowania politycznego*, *Charakterystykę internetu w procesie komunikowania politycznego*, *Internet jako płaszczyznę debaty pomiędzy mieszkańcami a przedstawicielami administracji samorządowej na przykładzie Radomska, Bełchatowa i Piotrkowa Trybunalskiego w latach 2010-2014* oraz *Internet jako narzędzie komunikowania politycznego w kampanii samorządowej 2014 na przykładzie Radomska, Bełchatowa i Piotrkowa Trybunalskiego*.

Rozdział pierwszy zawiera wyczerpujący przegląd definicji komunikowania politycznego oraz charakteryzuje marketing polityczny w kontekście komunikowania politycznego. Kolejny rozdział dotyczy rozwoju mediów elektronicznych a także uszczegóławia rolę narzędzi komunikowania politycznego w internecie. Trzecia część pracy to prezentacja organizacji polityki komunikacyjnej wybranych miast w kontekście możliwości prowadzenia debaty publicznej pomiędzy władzą a mieszkańcami. Ostatni rozdział zawiera analizę kampanii samorządowej w 2014 r. w wybranych miastach.

Do tak zbudowanej struktury pracy można wnieść tylko drobne zastrzeżenia dotyczące nazw poszczególnych podrozdziałów np. *Public relations jako funkcja zarządzania*, gdyż sama Autorka wskazuje że PR może być rozpatrywany na wiele sposobów, a w omawianym kontekście występuje on raczej jako element promocji wchodzącej w skład narzędzi marketingowych, a nie tylko jako funkcja zarządzania. Nazwa tego podrozdziału jest zatem moim

zdaniem nazbyt zawężająca w stosunku do jego treści. Druga uwaga dotyczy użytego w tytule ostatniego rozdziału określenia „marketing polityczny w kampanii samorządowej 2014”. Pominąwszy kwestię pewnego skrótowego językowego (kampania 2014) wydaje się, że bardziej precyzyjne byłoby mówienie o marketingu wyborczym, zwłaszcza że we wcześniejszych rozważaniach Autorka jest precyzyjna i słusznie stwierdza, że ta część marketingu politycznego, która odnosi się do wyborów, określana jest jako marketing wyborczy (s. 49). Mając na uwadze permanentność komunikowania politycznego, warto przyjąć i stosować definicyjne rozróżnienie marketingu politycznego jako pojęcia ogólnego oraz marketingu wyborczego i międzywyborczego (powyborczego) jako określić zakresowo węższych. Powyższa nomenklatura obecna jest od lat w literaturze zachodnioeuropejskiej, a i w polskich opracowaniach autorzy coraz częściej precyzują wspomniane zakresy.

3. Merytoryczna wartość rozprawy

Mgr Anna Jadachowskij-Dziębor wykazała się zarówno rzetelnym warsztatem badawczym, dobrą znajomością literatury przedmiotu (jakkolwiek sugerowałabym bardziej krytyczny stosunek do istniejącej literatury oraz szersze sięgnięcie do dorobku M. Nowiny-Konopki¹) jak i starannością w prezentacji wniosków płynących z części empirycznej pracy.

Rozdziały trzeci i czwarty stanowią unikalny wkład w dotychczasową wiedzę na temat wykorzystania internetu w komunikowaniu wyborczym i powyborczym w wybranych miastach. Autorka pozytywnie zweryfikowała cztery z pięciu postawionych hipotez. Ostatnia tj. zakładająca, że miasta coraz częściej wykorzystują serwisy internetowe i media społecznościowe do kontaktu z mieszkańcami, zweryfikowana została negatywnie. Jakkolwiek omawiane miasta można ocenić pod kątem efektywności komunikacyjnej, to jednak w każdym z nich powtarzają się problemy, których lokalna władza nie potrafiła rozwiązać, czy to ze względu na brak długoterminowych strategii czy też ograniczenia finansowe. „*Aktorzy polityczni* – konkluduje doktorantka – *aby*

¹ Zob. m.in. M. Nowina-Konopka, *Politycy lokalni a nowe typy komunikacji w Internecie* (W:) *Nowe media i polityka*, red. M. Jeziński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009 i inne.

nie pozostać w tyle muszą się do omawianych zmian technologicznych dostosowywać znacznie szybciej niż robili to dotychczas” (s.278). Te i inne wnioski zawarte w bardzo dobrze przygotowanym, syntetycznym zakończeniu stanowią zadawalające résumé podjętej analizy.

4. Konkluzja

Całościowa ocena rozprawy mgr Anny Jadachowskiej-Dziębor na temat „Internet w komunikowaniu politycznym na poziomie lokalnym – na przykładzie Radomska, Bełchatowa i Piotrkowa Trybunalskiego” prowadzi do konkluzji, że prezentuje ona wysoki poziom merytoryczny a także metodologiczny i znacząco uzupełnia dotychczasowy stan badań w powyższym zakresie. Doktorantka wykazała się wiedzą zarówno z dyscypliny nauka o mediach jak i wiedzą *stricte* politologiczną. Uznaję zatem, że recenzowana rozprawa spełnia ustawowe wymagania i warunki oraz wnioskuję o jej dopuszczenie do publicznej obrony.

Agnieszka
Korutna-Melbyke