

Dr hab. Agnieszka Łukasik-Turecka, prof. KUL

Lublin, 01.09.2023 r.

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Wydział Nauk Społecznych

Instytut Nauk o Polityce i Administracji

e-mail: agnieszka.lukasik-turecka@kul.pl

Recenzja

rozprawy doktorskiej Pani mgr Katarzyny Stelmach

Propaganda polityczna 2.0. Obecność, formy przejawiania się i specyfika

oddziaływania propagandy politycznej w polskim internecie,

Katowice 2023, ss. 292

napisanej pod kierunkiem

dr. hab. Mariusza Kolczyńskiego, prof. UŚ

Recenzowana rozprawa doktorska Pani mgr Katarzyny Stelmach to interesujące studium o interdyscyplinarnym charakterze, poruszające kwestie z obszaru nauk o polityce i administracji oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach. Mimo interdyscyplinarnego charakteru pracy, za dyscyplinę wiodącą należy uznać nauki o polityce i administracji ze względu na przedmiot badań Autorki, jakim jest publicznie dostępna sfera internetu polskojęzycznego, zawierającego przekazy o charakterze polityczno-propagandowym, nadawane przez podmioty rywalizacji politycznej a także inne przekazy, spełniające warunki uznania ich za propagandę polityczną. Również rozłożenie akcentów w tytule rozprawy jednoznacznie wskazuje na nauki o polityce i administracji jako dyscyplinę wiodącą.

Zjawisko propagandy, znane od zarania dziejów ze względu na funkcjonowanie ludzi w politycznie zorganizowanych społeczeństwach, znajduje się w obszarze poszukiwań badawczych wielu naukowców. Mimo długiej historii propagandy, jej obecność, formy, a także skutki oddziaływania nadal stanowią obszar zainteresowań wielu badaczy. Nasilenie się przekazów propagandowych w okresie pandemii COVID-19, jak również wykorzystanie propagandy w związku z wojną Rosji w Ukrainie, dodatkowo te zainteresowania wzmocniło.

Autorka recenzowanej rozprawy także należy do grona badaczy eksplorujących ten wycinek rzeczywistości. Ona również odnotowała wzrost zainteresowań propagandą jako jednym ze sposobów oddziaływania politycznego oraz rolę nowych mediów jako ich potencjalnego nośnika wśród politologów, medioznawców, językoznawców, socjologów i psychologów społecznych. Słusznie zauważyła, że zainteresowanie propagandą wynika przede wszystkim z roli propagandy we współczesnych konfliktach zbrojnych. W swojej pracy Autorka skoncentrowała się na zagrożeniach związanych z przenikaniem propagandy do cyberprzestrzeni. We wstępie postawiła tezę, że *nowe media nie pozostają wolne od oddziaływań propagandowych; wręcz przeciwnie, w wielu aspektach technologicznych, psychologicznych i komunikacyjnych sprzyjają krzewieniu propagandy zarówno w jej ujęciu przedmiotowym, jak i czynnościowym* (s. 3).

Z uwagi na powyższe, temat wybrany przez Doktorantkę należy uznać za niezwykle trafny i istotny również z praktycznego punktu widzenia. Jako użytkownicy nowych mediów musimy stale podnosić swoje kompetencje dotyczące wiedzy o mediach, ich działaniu, korzyści, jakie nam niosą, ale także i zagrożeń. Jak pisze Autorka w konkluzji swojej pracy, *przyszłość prawdopodobnie będzie pisała scenariusze kolonizowania przez propagandę i perswazję kolejnych środków przekazu, i wymagała od odbiorcy coraz większej czujności i odporności* (s. 274-275).

Przedłożona do recenzji rozprawa liczy 292 strony i składa się ze wstępu, pięciu wyraźnie rozgraniczonych tematycznie rozdziałów, zakończenia, spisu tabel i literatury. Struktura pracy nie budzi zastrzeżeń; podział na rozdziały i podrozdziały jest logiczny. Dwa pierwsze rozdziały stanowią teoretyczną część pracy, dwa ostatnie – analityczną, rozdziela je rozdział trzeci o charakterze metodologicznym. Zabieg taki porządkuje treści zawarte w pracy i jest uzasadniony zarówno jeśli chodzi o przedmiot badań, jak i wyznaczone przez Autorkę cele.

Główna część pracy (od wstępu do zakończenia włącznie) uźródłowiona została w formie 573 przypisów o różnym charakterze edytorskim; dominują przypisy bibliograficzne i rzeczowe. Tradycyjny układ przypisów, na dole strony, zdecydowanie ułatwia lekturę i sytuje wywody Doktorantki w kontekście cytowanej literatury przedmiotu i innych źródeł. Publikacje, z których korzystała Autorka podczas pisania pracy, to pozycje polskojęzyczne i anglojęzyczne.

We wstępie Doktorantka uzasadniła wybór problematyki badawczej, przybliżyła definicje pojęcia „propaganda”, przedstawiła cele, hipotezy i metody badawcze, a także dokonała przeglądu najnowszej literatury przedmiotu i przybliżyła strukturę pracy.

Jako podstawowy cel rozprawy Autorka wskazała próbę zdefiniowania czym jest i jak przejawia się propaganda polityczna w nowych mediach, a także zbadanie obecności, charakteru, technik i metod politycznego oddziaływania propagandowego w polskim internecie, w oparciu głównie o strony internetowe naczelných organów administracji państwowej, podmiotów rywalizacji politycznej i administracji rządowej. Poza celem podstawowym wskazała także 13 celów cząstkowych, do których zaliczyła: (1) określenie powodów, celów i intencji oraz stopnia i rodzajów obecności i aktywności podmiotów politycznych w internecie, (2) zidentyfikowanie i zdiagnozowanie obecności oddziaływań propagandowych w polskim internecie, (3) ustalenie, czy i w jakim stopniu, a także w jaki sposób internet sprzyja realizacji i rozwojowi oddziaływań propagandowych, (4) identyfikację politycznych treści propagandowych w internecie, przede wszystkim na stronach internetowych naczelných organów administracji państwowej, podmiotów rywalizacji politycznej i administracji rządowej, a także identyfikację obszarów polityki, których dotyczy oddziaływanie propagandowe, (5) identyfikację i opis metod, technik i narzędzi propagandowych stosowanych w internecie, przede wszystkim na stronach internetowych naczelných organów administracji państwowej, podmiotów rywalizacji politycznej i administracji rządowej oraz w serwisach Web 2.0 oraz ustalenie, na ile propaganda w nowych mediach powraca do „klasycznych” technik propagandowych, a na ile i w jakim zakresie je przekształca, (6) identyfikację metod, technik i narzędzi propagandy swoiście internetowych, (7) identyfikację, podział i charakterystykę nadawców propagandowych, a także określenie zakresu i częstotliwości oddziaływań propagandowych przez poszczególnych nadawców, (8) identyfikację i charakterystykę odbiorców propagandy politycznej w internecie, (9) określenie podstawowych sposobów formułowania przekazu propagandowego w odniesieniu do grup nadawców, grup odbiorców i obszarów tematycznych, (10) ukazanie zagrożeń związanych z przenikaniem propagandy politycznej do internetu, (11) określenie funkcji, roli, znaczenia i tendencji rozwojowych propagandy internetowej, (12) identyfikację i opis hybrydowych form komunikowania politycznego w internecie, oraz (13) określenie roli propagandy internetowej w komunikowaniu wyborczym i międzywyborczym. Należy podkreślić, że wyznaczone cele jednoznacznie wskazują, że Autorka podjęła się ambitnego i obszernego zadania badawczego.

W oparciu o powyższe cele Doktorantka sformułowała następujące hipotezy badawcze:

1. Specyfika internetu (w wielu jego aspektach technologicznych, strukturalnych, psychologicznych i komunikacyjnych) sprzyja realizacji i rozwojowi propagandy, zarówno w jej ujęciu przedmiotowym, jak i czynnościowym.

2. *Przenikanie propagandy do cyberprzestrzeni stanowi zagrożenie dla pluralistycznej i prodemokratycznej roli internetu w komunikacji społecznej.*
3. *Propaganda w internecie stanowi silny nurt współczesnej propagandy politycznej, pozostającej w korelacji z innymi formami komunikowania politycznego o charakterze perswazyjnym (takimi jak PR czy marketing polityczny). Na styku propagandy i innych form komunikowania politycznego powstają formy hybrydowe.*
4. *Podmioty polityczne coraz częściej komunikują się z obywatelami/ mediami/ innymi podmiotami politycznymi przy pomocy nowych mediów. Jako cezurę, stanowiącą moment zrównoważenia stopnia wykorzystania i wpływu na życie publiczne mediów starych (zwłaszcza telewizji) i nowych, przyjmuję rok 2011.*
5. *Podmioty rywalizacji politycznej wykorzystują internet i inne nowe media z różnych pobudek, od konieczności dostosowania się do większości („tak robią inni”, „tam są wyborcy”), po celowe i ukierunkowane oddziaływanie przy ich pomocy na opinie, postawy i zachowania obywateli.*
6. *Internetowa propaganda polityczna czerpie wiele metod, technik i narzędzi z historii propagandy i perswazji, adaptując je do specyfiki nowego (super)medium.*
7. *Internetowa propaganda polityczna wypracowała szereg własnych metod, technik i narzędzi, stanowiąc współczesne medium dla rozwoju współczesnych form propagandy.*
8. *Internetowa propaganda polityczna, a zwłaszcza Web 2.0, problematyzuje i modyfikuje tradycyjne propagandowe modele nadawczo-odbiorcze.*
9. *Nadawcą treści propagandowych są zarówno instytucjonalne podmioty polityczne (takie jak naczelne organy administracji państwowej, organy władzy ustawodawczej i wykonawczej), jak i osoby prywatne (np. sympatycy i przeciwnicy ugrupowań); podmioty zbiorowe (np. ministerstwa, urzędy, partie, ugrupowania, komitety wyborcze) i indywidualne (np. poszczególni politycy i kandydaci, urzędnicy, dziennikarze, sympatycy, wolontariusze, inni).*
10. *Oddziaływanie propagandowe ma charakter zarówno urzędowo-państwowy (wynikający z obowiązków informacyjnych organu władzy państwowej), jak i wizerunkowy (wynikający z potrzeby wykreowania, rozpowszechniania, podtrzymywania lub zmiany określonego wizerunku); sporadyczny i krótkookresowy, w tym wyborczy (oddziaływanie związane z określoną kampanią wyborczą, w celu osiągnięcia określonego wyniku) i akcyjny (np. kampanie o charakterze publicznym w kwestiach społecznie doniosłych i kontrowersyjnych, agitacja towarzysząca operacjom militarnym), lub długofalowy i permanentny (polegający na długookresowym kształtowaniu postaw, np. między- i transwyborczy); pozytywny (propaganda*

sukcesu) lub negatywny („czarny PR”); zorientowany na emocje odbiorcy lub oparty na argumentacji racjonalnej i merytorycznej, itd.

11. Rozwinięcie i interpretacja hipotez 7 i 8 daje podstawę do twierdzenia o nowej jakości propagandy politycznej w internecie, który staje się nowym medium dla rozwoju nowych form propagandy politycznej. (s. 11-12).

Szeroko zakreślony obszar badawczy wymagał zastosowania odpowiednich metod badawczych. Na uwagę i docenienie zasługuje nie tylko trafność doboru zastosowanych metod, ale przede wszystkim podjęcie przez Doktorantkę trudu przyjęcia mieszanego podejścia złożonego z trzech metod: analizy zawartości, analizy dyskursu i analizy stref sieciowych, tym bardziej, że ich zastosowanie wymagało wsparcia informatycznego, zaś sama analiza wyników wymagała od Autorki dysponowania także wiedzą językoznawczą. Autorka rozprawy szczegółowo opisała wykorzystane metody badawcze i szczegółowo uzasadniła ich wybór.

Za przedmiot badań, zarówno ilościowych, jak i jakościowych, Autorka obrała publicznie dostępną sferę internetu polskojęzycznego, a także, w celach porównawczych, internetu anglojęzycznego, zawierającego przekazy o charakterze polityczno-propagandowym, nadawane przez podmioty rywalizacji politycznej a także inne przekazy, spełniające warunki uznania za ich za propagandę polityczną. W praktyce, przedmiotem badań były strony WWW organów i instytucji państwowych, jak również partii i ugrupowań politycznych. Do analizy Doktorantka wybrała 17 stron internetowych podmiotów politycznych, w tym: naczelnych organów administracji państwowej (Prezydent RP, Rada Ministrów, Prezes Rady Ministrów), urzędów administracji rządowej (ministerstwa, których polityka informacyjna skierowana jest do całego społeczeństwa, a nie tylko do zainteresowanych grup społecznych i zawodowych) oraz partii politycznych, które w badanym okresie posiadały reprezentację w postaci klubu lub koła w parlamencie ówczesnej kadencji. Dobór celowy należy uznać za właściwy i dobrze uargumentowany. Autorka przeprowadziła badania w 2014 roku, do szczegółowej analizy wybierając wrzesień i listopad 2014 roku. W kilku miejscach pracy szczegółowo i przekonująco uzasadniła wybór takiego okresu badawczego, określając rok 2014 jako bardzo dynamiczny w polskiej polityce. Należy zgodzić się z Doktorantką, że o jego specyfice zadecydowała kumulacja wyborów do Parlamentu Europejskiego i samorządowych, poprzedzających wybory parlamentarne i prezydenckie w 2015 roku, liczne afery i skandale, m. in. afera zegarkowa, afera podsłuchowa, sejmowa afera madrycka czy konflikt rządu z lekarzami), dymisje w Radzie Ministrów w związku z ujawnieniem „taśm prawdy” oraz wyborem Donalda Tuska na stanowisko Przewodniczącego Rady Europejskiej), zaprzysiężenie rządu PO-PSL Ewy Kopacz, a także, na scenie międzynarodowej, aneksja Krymu przez Rosję i wojna w Donbasie.

Do szczegółowej analizy Doktorantka wybrała wrzesień jako ostatni niewakacyjny okres rywalizacji międzywyborczej i listopad jako miesiąc, w którym prowadzona była intensywna kampania wyborcza i przeprowadzone wybory samorządowe. Równolegle Autorka prowadziła analizę w szerszym horyzoncie czasowym, który obejmował pierwsze dwudziestolecie XXI wieku, co pozwoliło na ukazanie rysu historycznego w pracy, a także nowych trendów komunikowania politycznego w nowych mediach. Do badania dyskursu propagandowego w ujęciu case studies Autorka wyselekcjonowała osiem publikacji spośród 1715 zbadanych. W oparciu o wcześniej przeprowadzone badania ilościowe, celem pogłębienia problemu wybrała do analizy przypadki o największej frekwencji nośników oraz językowych i pozajęzykowych środków oddziaływania propagandowego.

Zarówno określenie przedmiotu badań, jak i okresu badawczego nie budzą zastrzeżeń.

Pierwszy rozdział Autorka poświęciła zagadnieniu propagandy. Przedstawiła w nim najważniejsze definicje, klasyfikacje i typologie, omówiła problematykę nadawcy i odbiorcy propagandy politycznej, funkcje propagandy, a także usytuowała ją wśród innych sposobów oddziaływania na opinie, postawy i zachowania. Utworzone w oparciu o przywołane definicje zestawienie elementów konstytutywnych dla zjawiska propagandy poszerzyła o dodatkowe cechy propagandy, a te, które uznała za niejednoznaczne wzbogaciła o obszernie wyjaśnienie. Na podkreślenie zasługuje fakt, iż Autorka poza rozbudowaniem cech konstytutywnych dla propagandy zaprezentowała także własną autorską definicję tego zjawiska.

Rozdział drugi Autorka poświęciła zdefiniowaniu Web 2.0, nowych mediów i nowych mediów, a także przybliżyła skróconą historię internetu. Ukazała także Web 2.0 jako rodzaj filozofii i architektury uczestnictwa, a także postawiła pytanie o możliwość nowego społecznego porządku w wykorzystaniu nowych mediów przez politykę i polityków. W tej części pracy Autorka postawiła także pierwsze hipotezy w zakresie specyfiki komunikowania politycznego 2.0.

W rozdziale trzecim, metodologicznym, Doktorantka opisała dotychczasowe metody badań propagandy i internetu, a także przedstawiła opis założeń metodologicznych rozprawy. Z uwagi na interdyscyplinarny charakter badanego przez Autorkę zjawiska oraz określone przez nią cele i sformułowane hipotezy badawcze, przyjęła mieszane podejście ilościowe (analiza zawartości i gęstości słów kluczowych) i jakościowe (analiza dyskursu propagandowego na podstawie: case studies, analizy porównawczej słów kluczowych oraz analizy kontekstowej wyrażen). Podobnie, jak szeroko zakreślone cele badawcze, również dobór zróżnicowanych metod badawczych jednoznacznie wskazują na podjęcie przez Autorkę dysertacji dużego i ambitnego zadania.

W rozdziałach czwartym i piątym zawarte zostały wyniki badań przeprowadzonych na potrzeby dysertacji i przeprowadzona ich analiza. Wyniki badań Autorka przedstawiła przy pomocy czytelnych tabel.

W rozdziale czwartym Autorka zaprezentowała i omówiła wyniki ilościowej analizy zawartości witryn internetowych o nacechowaniu propagandowym, a także wyniki jakościowej analizy zawartości witryn w oparciu o case studies. W końcowej części rozdziału dokonała identyfikacji i charakterystyki komunikacyjnych sytuacji propagandowych na podstawie badań zawartości oraz wskazała dalsze perspektywy badawcze.

W piątym rozdziale Autorka scharakteryzowała dyskurs propagandowy w internecie w oparciu o wyniki badania gęstości słów kluczowych i słów kluczowych o nacechowaniu propagandowych, a także na podstawie badania wyrażań, tj. słów kluczowych w kontekście. Zawartość dwóch rozdziałów analitycznych świadczy o dużej wartości badawczej przedstawionych wyników badań.

W zakończeniu Autorka podsumowała wyniki badań własnych i odniosła się do zweryfikowanych hipotez badawczych, postawiła także Prognozę A.D.2023.

Konkludując, należy podkreślić, że rozprawa doktorska Pani mgr Katarzyny Stelmach stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego. Recenzowana rozprawa wykazała ogólną wiedzę teoretyczną Doktorantki w dyscyplinie nauki o polityce i administracji oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. W rozprawie Autorka dokonała kompetentnej analizy propagandy politycznej w nowych mediach. Udowodniła, że propaganda w internecie stanowi silny nurt współczesnej propagandy politycznej. Obecność oddziaływań propagandowych Autorka udowodniła zarówno w sposób ilościowy w całej badanej próbie, jak również w sposób jakościowy w poszczególnych publikacjach. Treść pracy odpowiada zadaniu badawczemu, określone przez Autorkę. Wybór tematu, a także przedmiot badań i okres badawczy nie budzą żadnych zastrzeżeń ze względów merytorycznych i formalnych. Cel główny pracy, a także cele szczegółowe i w ich wyniku sformułowane hipotezy badawcze świadczą o podjęciu przez Panią mgr Katarzynę Stelmach ambitnego zadania badawczego, z którego bardzo dobrze się wywiązała. Autorka rozprawy rzetelnie i z dużym znanstwem przedstawiła zagadnienia związane z badaną problematyką oraz przeprowadziła analizę wyników szeroko zakrojonych badań. Praca została napisana językiem naukowym. Tekst jest czytelny, jednoznaczny w odbiorze, zwięzły i redakcyjnie spójny. Niniejsza dysertacja świadczy o bardzo dobrym warsztacie naukowo-badawczym Doktorantki.

Ze względu na wysoką jakość rozważań zawartych w niniejszej pracy, stwierdzam, że recenzowana rozprawa Pani mgr Katarzyny Stelmach spełnia z nawiązką wymagania stawiane pracom doktorskim, dlatego wnoszę o dopuszczenie Pani mgr Katarzyny Stelmach do dalszych etapów przewodu doktorskiego i wnioskuję o wyróżnienie rozprawy.

Wniosek o wyróżnienie argumentuję tym, że recenzowana praca wyraźnie wskazuje na dojrzałość badawczą Autorki, która z powodzeniem zrealizowała ambitne zadanie badawcze. Do niewątpliwych walorów rozprawy należy zaliczyć: (1) jej interdyscyplinarny charakter, (2) fakt, iż podjęte przez Autorkę prace wyzwanie naukowe jest także istotne z praktycznego punktu widzenia, gdyż dostarcza odbiorcom mediów cennych informacji o zagrożeniach płynących z nowych mediów, (3) szeroko zakrojone badania przeprowadzone przy zastosowaniu z dużym znanstwem zróżnicowanych metod badawczych: analizy zawartości, analizy dyskursu i analizy stref sieciowych, (4) a także gruntowna analiza wyników badań świadcząca o bardzo dobrym warsztacie naukowo-badawczym Autorki.

Agnieszka Turcotte - Tuleja