

dr hab. Ludmiła Dziewięcka-Bokun
prof. nadzw. w Dolnośląskiej Szkole Wyższej
Wydział Nauk Społecznych i Dziennikarstwa
ul. Wagonowa
Wrocław

**Recenzja pracy doktorskiej
mgra Macieja Siembiedy**

**„Społeczne inicjatywy samorządności lokalnej w latach 1998-2004 w obrazie polskiej
prasy regionalnej, ”**

napisanej pod kierunkiem naukowym

prof. nadzw. dra habilitowanego Leszka Bulińskiego, (310 stron).

Powierzona mi do oceny rozprawa doktorska mgra Macieja Siembiedy dotyczy zagadnienia ważnego, acz dopiero od niedawna eksploatowanego i eksponowanego w doktrynie politologii i w dorobku polityki społecznej jakim są relacje społeczeństwa obywatelskiego i szeroko rozumianych mediów lokalnych.

Warto zauważyć, że mimo licznych opracowań oraz artykułów naukowych przedstawiających zjawiska aktywności społeczeństwa obywatelskiego oraz społeczne funkcje mediów regionalnych, na polskim rynku wydawniczym nie ma choćby tylko podobnego opracowania dokumentującego i analizującego takie relacje z ich dokładną egzemplifikacją. Praca nie tylko „omawia szczegółowo dwóch największych akcji społecznych jakie miały miejsce w dziejach polskiej prasy regionalnej (zważywszy zasięg i czas trwania), ale również dokładnie bada ich metodologię, procesy i uwarunkowania, które zdecydowały o niespotykanym poparciu społecznym obydwu kampanii i ich spektakularnych sukcesach”.

Dobrze więc się stało, że społeczne inicjatywy samorządności lokalnej w polskich mediach regionalnych stały się przedmiotem rozprawy doktorskiej prowadzonej przez profesora Leszka Bulińskiego. Pan mgr Siembieda, w 310 stronicowej pracy, analizuje kierunki i

różnorodne uwarunkowania tej relacji na przykładzie dwóch akcji społecznych skoncentrowanych na wówczas najważniejszych kwestiach decydujących o przyszłości dwóch regionów oraz na polityce redakcyjnej dzienników regionalnych służących interesom regionalnej publiczności medialnej tj.: kampanii "Brońmy swego" - realizowanej przez "Nową Trybunę Opolską" od 15 stycznia do 27 lipca 1998 r. oraz akcji "Dziennika Bałtyckiego" pod hasłem "Po pierwsze A-1", prowadzonej od 1 sierpnia 2003 r. do 1 września 2004 r.

Doktorant poddaje weryfikacji tezę o silnej współzależności efektywności społecznych inicjatyw w regionie i funkcji społecznej mediów regionalnych.

Za najważniejszy obszar poznania naukowego swojej pracy mgr Siemiega uznaje „określenie i opis roli samorządności lokalnej w kształtowaniu warunków życia wybranej społeczności oraz udział mediów lokalnych we współtworzeniu społeczno-politycznych warunków realizacji określonych inicjatyw na rzecz tej społeczności”.

Tezie głównej przyporządkowane zostały następujące hipotezy:

1/. Skuteczność działań prospołecznych w najwyższym stopniu determinują inicjatywy oddolne realizujące jasno sformułowany interes społeczny, jednoznacznie zorientowany na korzyść społeczności lokalnej, nie łączony z innymi pożytkami np. politycznymi czy gospodarczymi. Analiza badawcza genezy i ewolucji obydwu kampanii przedstawionych w recenzowanej pracy, dowodzi, że jednym z podstawowych czynników ich powodzenia było podporządkowanie działań mediów interesowi społecznemu.

2/. W społeczeństwie obywatelskim czynnikiem kształtującym politykę medialną inicjatyw społecznych jest perspektywa czytelnika, a nie wydawcy.

Jak pisze Doktorant „Jeżeli akcja społeczna inicjowana i realizowana przez gazetę regionalną zorientowana jest na korzyść publiczności medialnej tytułu, a nie interes jego wydawcy (zwiększenie sprzedaży egzemplarzowej, zdobycie przychylności reklamodawców zainteresowanych skutecznością akcji) – poparcie czytelników automatycznie wzrasta. Zjawisko czystości intencji ma tu takie samo znaczenie jak w procesie weryfikacji pierwszej z postawionych hipotez.”

3/. Prasa regionalna dysponuje większą siłą kreatywnego oddziaływania społecznego niż prasa centralna.

Hipoteza ta zweryfikowana została pozytywnie. Zasięg gazety regionalnej, kolportowanej na określonym obszarze administracyjnym wyznacza pole zainteresowań czytelników. Jej priorytetem tematycznym są wiadomości i problemy najbliższego otoczenia. „Potrzeby informacyjne czytelników związane z obszarem wiadomości ze świata i z kraju, zaspakaja telewizja. Aktualne kwestie publicystyczne (problemy, o których się mówi) najczęściej poszukiwane są w prasie ogólnopolskiej, a zwłaszcza w dziennikach centralnych i tygodnikach”. Wiadomości i problemy lokalne odbierane są przez respondentów ze znacznie większym zaangażowaniem emocjonalnym, a to z uwagi na takie czynniki jak: patriotyzm lokalny i poczucie przynależności do wspólnoty regionalnej, potrzebę partycypacji w życiu publicznym i współdecydowania o najważniejszych sprawach regionu, a także imperatyw aktywnego uczestnictwa w kreowaniu jego teraźniejszości i przyszłości.

Zdaniem mgr Siembiedy „Istotną rolę odgrywa tu również zjawisko emocjonalnych związków z gazetą regionalną, często określaną w badaniach mianem "mojej" lub "naszej" gazety, co generuje poczucie więzi. Wiąże się ono ze spełnianiem przez redakcję oczekiwań społecznych: dedykowanie najważniejszym kwestiom regionu odpowiedniej uwagi, miejsca na łamach i zaangażowania – najlepiej w postaci bezkompromisowego rozliczania osób odpowiedzialnych za rozwiązanie problemu. Gazeta regionalna, dysponuje znacznie bardziej sprecyzowanymi informacjami na temat zainteresowań i potrzeb czytelników niż prasa centralna, co bezpośrednio przekłada się na kreatywność i skuteczność zarządzania akcją społeczną. Czynnikiem decydującym są tu granice przestrzeni publicznej, w jakiej odbywają się działania oraz jej znajomość.”

4/. Skuteczność oddziaływania prasy regionalnej w akcjach społecznych pozostaje też w bezpośrednim związku z czasem trwania i metodami tego oddziaływania. (s.110)

Weryfikację powyższych hipotez też wspomagały pytania badawcze 1/. o czynniki zdolne pobudzać inicjatywy społeczne integrujące publiczność medialną gazety regionalnej, 2/. o to kto może być w społeczeństwie obywatelskim skutecznym kreatorem polityki medialnej i inicjowanych oddolnie regionalnych akcji społecznych, 3/. o warunki skuteczności udanej akcji społecznej gazety regionalnej, 4/. o metody efektywnego zarządzania akcją społeczną na łamach gazety oraz 5/. o wpływ terytorialnej i tematycznej bliskości czytelnika i gazety regionalnej na siłę oddziaływania tytułu.

Zebrane w toku pracy nad rozprawą informacje i dokumenty zaprezentowane w rozdziałach V i VI (s.191 do s.272) pozwoliły na szczegółową weryfikację hipotezy głównej i hipotez częściowych oraz na sformułowanie odpowiedzi na wskazane pytania. W tym miejscu wart podkreślenia jest fakt, iż osobiste doświadczenie zawodowe Doktoranta, który przez kilkanaście lat kierował redakcjami gazet regionalnych, wysoce wspierało prowadzone przez niego badania. Stąd sformułowane w zakończeniu pracy wnioski mają duży walor użyteczny: pozwalają nie tylko skorzystać z doświadczeń autorów i animatorów akcji, ale również lepiej zrozumieć rolę mediów lokalnych w zaspakajaniu potrzeb obywateli, zwłaszcza w roli partnera samorządności lokalnej.

Analiza tych dwóch największych akcji społecznych gazet regionalnych w dziejach polskiej prasy lokalnej doby demokracji pozwoliła nie tylko na weryfikację tezy o silnej korelacji inicjatyw obywatelskich ze społeczną funkcją mediów lokalnych. Co więcej, dała też asumpt do wskazania kierunków i uwarunkowań tych działań oraz rekomendacji wskazujących przesłanki wzrostu skuteczności.

Zdaniem mgr Siembiedy – siła i skuteczność kampanii społecznej pozostają w bezpośrednim związku z czasem jej trwania i metodyką działań.

„1. Akcja społeczna powinna być prowadzona do skutku, bez względu na czas jej trwania.

2. Mimo czasowej długości trwania działań, niosącej ryzyko znudzenia czytelnika, redakcja powinna utrzymywać temperaturę akcji, poprzez jej nowe, kreatywne odsłony, np. w postaci inspirowanych przez siebie wydarzeń z udziałem publiczności medialnej lub urozmaicania środków perswazji przez wprowadzanie autorskich pomysłów redakcyjnych.

3. Nadrzędną zasadą kampanii społecznej realizowanej przez gazetę jest nieustanna interakcja z czytelnikami.

4. Więź z uczestnikami akcji, a więc poparcie społeczne, wzmacnia wizualizacja akcji, jej odrębny ” layout” lub stałe miejsce na łamach, co pozwala na identyfikację emocjonalną.

5. Akcja społeczna wymaga wysokiego poziomu warsztatu dziennikarskiego oraz bogatej dokumentacji fotograficznej i ikonograficznej. Jednym z istotnych czynników mających wpływ na powodzenie akcji społecznych prezentowanych w pracy jest warsztat

dziennikarski. Do ob. obsługi obydwu kampanii wybrano najlepszych publicystów - dociekliwych, bezkompromisowych, rzetelnych i złośliwych. Zwłaszcza ta ostatnia cecha warsztatu i osobowości budziła u czytelników najwięcej głosów uznania. Inicjatywy społeczne są wymagające – satysfakcjonuje je nie tylko solidarność gazety regionalnej, ale również najwyższy poziom jej serwisu.”

Wnioski powyższe mają duży walor praktyczny: pozwalają nie tylko skorzystać z doświadczeń autorów i animatorów życia publicznego, autorom naukowych opracowań dedykowanych społeczności lokalnej ale również lepiej zrozumieć rolę mediów lokalnych w zaspakajaniu potrzeb obywateli, zwłaszcza w roli partnera samorządności lokalnej.

Wnikliwa lektura recenzowanej rozprawy pozwala na pozytywną jej ocenę. Teza i hipotezy badawcze rozprawy doktorskiej napisanej przez mgra Siembiedę zostały zweryfikowane pozytywnie. Także przyjęty cel badawczy - analiza mechanizmów współdziałania dwóch istotnych instrumentów demokracji: wolnej prasy regionalnej i społeczeństwa obywatelskiego - studiów został osiągnięty.

Moje zastrzeżenia budzi jednakże konstrukcja pracy; jej sześciorozdziałowa struktura rozszerza znacząco obietnicę tytułu pracy sformułowanego jako "Społeczne inicjatywy samorządności lokalnej w latach 1998-2004 w obrazie polskiej prasy regionalnej", zapowiadającego zaprezentowanie obywatelskich inicjatyw samorządności lokalnej oraz społeczną funkcję gazet regionalnych – na tle ich genezy, a także współczesnych uwarunkowań tworzonych w najnowszym ćwierćwieczu historii. Trzy pierwsze rozdziały (stron 140) stanowią kanwę rozważań na temat obywatelskich inicjatyw samorządności lokalnej oraz społecznej funkcji gazet regionalnych – na tle ich genezy, a także współczesnych uwarunkowań tworzonych w najnowszym ćwierćwieczu historii, moim zdaniem, są zbyt obszerne i pozostają w swej warstwie informacyjnej i eksplanacyjnej w dość luźnym związku z tytułem pracy. Ponieważ jednak wybór metody weryfikacji tez, nacechowany *á priori* subiektywizmem, jest dobrym prawem każdego badacza, więc i panu mgr Siembiedzie przywilej ten przysługuje. Jestem też przekonana, że struktura pracy jest wynikiem wspólnych uzgodnień Doktoranta i Promotora. Mam wątpliwość w kwestii tytułu pracy; zawarte w nim określenie „w obrazie polskiej prasy regionalnej” wydaje mi się mało precyzyjne. Czy nie mogłoby być po prostu „ w polskiej prasie regionalnej”? Podobne zastrzeżenia budzi we mnie tytuł rozdziału II –czy chodzi w nim o „aspekty politologiczne

polskiej rzeczywistości medialnej po 1989 roku”, czy może o aspekty polityczne, albo ustrojowe ?

W recenzowanej rozprawie doktorskiej mgr Maciej Siembieda wykazał się: umiejętnością samodzielnego myślenia, analizy głównie literaturowych i dziennikarskich materiałów źródłowych, dobrą orientacją w literaturze przedmiotu, poprawnością w stawianiu celu, hipotez i pytań badawczych oraz w budowaniu argumentów, a także konsekwencją w realizacji wytyczonych zadań. Recenzowana praca łączy dorobek politologii, socjologii oraz nauki o komunikowaniu, co w połączeniu z bogatymi materiałami źródłowymi uprawnia wniosek o jej interdyscyplinarnym charakterze. W zasadzie poprawny język rozprawy ułatwia percepcję przekazywanych treści. Szkoda, że umiejętność formułowania zwartych konkluzji została zademonstrowana przez autora rozprawy tylko w podsumowaniach rozdziałów II, V i VI. Ufam, że tę zdolność pan mgr Siembieda rozwinie w następnych pracach naukowych i tym samym wzbogaci swoje umiejętności swobodnego poprawnego naukowego poruszania się w bogatym materiale źródłowym.

Konkludując stwierdzam, że recenzowana praca spełnia wszystkie ustawowe wymagania stawiane rozprawom doktorskim i wnoszę o dopuszczenie pana mgr Macieja Siembiedy do kolejnego etapu przewodu doktorskiego.

20 maja 2014 r. 