

12 kwietnia 2024 r.

dr hab. Agnieszka Stępkowska, prof. US  
Instytut Językoznawstwa  
Uniwersytet Szczeciński

Recenzja rozprawy doktorskiej  
autorstwa pana magistra Adama Jankiewicza  
pt. *Warunki i przebieg udanej komunikacji wizerunkowej na przykładzie wybranych komunikatorów politycznych, uczestników światowej sceny politycznej*  
napisanej pod kierunkiem pana prof. dra hab. Stanisława Puppla  
[Wydział Neofilologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu]

Recenzja rozprawy doktorskiej pana magistra Adama Jankiewicza pod powyższym tytułem uwzględnia następujące elementy: (I) formalna struktura rozprawy, (II) strona merytoryczna rozprawy, (III) język rozprawy, (IV) wnioski.

## I. FORMALNA STRUKTURA ROZPRAWY

Recenzowana rozprawa ma następującą strukturę formalną: strona tytułowa, spis treści, wstęp, poszczególne rozdziały rozprawy (5 rozdziałów), wnioski, bibliografia i trzy załączniki. Oprawiona w twardą oprawę rozprawa obejmuje łącznie 297 drukowanych stron w formacie A4. Rozprawa jest zatem kompletna i strukturalnie przejrzysta.

## II. STRONA MERYTORYCZNA ROZPRAWY

- a) Tematyka rozprawy: rozprawa podejmuje zagadnienie aktualne w dobie dynamicznych zmian politycznych, wobec których społeczeństwo obywatelskie winno zachować czujność przy podejmowaniu ważnych decyzji wyborczych. W ostatnich latach rywalizacja między politykami konkurującymi opcji nasiliła się. To, kogo wybieramy do pełnienia funkcji urzędniczych, dyplomatycznych i politycznych, pozostaje w ścisłym związku z tym, jak wygląda nasze codzienne funkcjonowanie i jakość życia społecznego. Kandydaci do wspomnianych stanowisk nieustannie zajęci są tworzeniem własnego wizerunku na scenie politycznej, a ściślej mówiąc – rozwijaniem własnych kompetencji komunikacji międzyosobowej w celu uzyskania poparcia wśród wyborców. Zdaniem autora rozprawy,

komunikacja wizerunkowa podlega obszarowi określanemu jako *marketing polityczny*, czyli czemuś na kształt rynku politycznego.

W sensie szczegółowym rozprawa ma za zadanie przeanalizować komunikację wizerunkowo-mediacyjną w komunikacji politycznej najważniejszych polityków rangi światowej z państw demokratycznych i niedemokratycznych. Autor poddał ocenie komunikację dotyczącą wizerunku, mediacji i polityki tworzonych przez polityków. Tak więc, praca odnosi się do obszarów komunikacji politycznej, takich jak retoryka, perswazja, propaganda, public relations i marketing polityczny oraz ich wpływ na wizerunek polityków.

Autor rozprawy skupia się na analizie wybranych elementów wizerunku poszczególnych polityków oraz na tym, jak ten wizerunek odbierają potencjalni wyborcy na podstawie wyglądu zewnętrznego polityków, ich sposobu wypowiedzi, mimiki, gestykulacji, środowiska danego polityka, jakości języka oraz płynności wypowiedzi.

- b) Treść rozdziałów rozprawy: rozdziały 1–4 stanowią ‘część teoretyczną’, w której autor przeprowadza usystematyzowaną dyskusję nad zagadnieniami mającymi istotne znaczenie dla badanego zjawiska.

Rozdział pierwszy szczegółowo charakteryzuje komunikację międzyosobową. Czytelnik ma możliwość zapoznania się z definicjami komunikacji, a także z przeglądem aż 16 modeli komunikacji. Dwa z nich, tj. model komunikacji jako procesu transmisji Shannona i Weavera (1948) oraz model komunikacji międzyosobowej DRAAM Puppla (2004), posłużą za podstawę do analizy zebranego materiału empirycznego. W tej części rozprawy znajdziemy też istotne informacje odnośnie do dwóch zasadniczych form komunikacji międzyosobowej, czyli komunikacji werbalnej i niewerbalnej.

W rozdziale drugim zapoznajemy się z wizerunkiem w komunikacji politycznej, ujętym w opisie zarówno jako stan, jak i dynamizm. Interesującą lekturą okazały się elementy wizerunku i strategie wizerunkowe, na podstawie których autor wyprowadził typy wizerunku światowych komunikatorów politycznych. Wyodrębnione typy wizerunku (np. ekspert, ojciec, heros, błazen czy luzak) zostały wykorzystane w analizie zebranych danych w dalszej części pracy. Aby polityk wytworzył swój wizerunek, powinien działać wedle określonego schematu, czyli ocenić potencjał osobisty, zbadać oczekiwania społeczne, stworzyć biografię, m.in. ujawniając pewne elementy z życia prywatnego, a także dbać o wygląd fizyczny.

Rozdział trzeci dotyczy mediacji w komunikowaniu. Autor decyduje się na przyjęcie definicji krótkiej, acz pojemnej, która mówi o pośredniczeniu w sporze celem ułatwienia stronom dojścia do porozumienia. Autor jednak zwraca uwagę na wielość terminów bliskoznacznych pojęcia mediacji, co nie ułatwia procesu precyzowania tego, czym właściwie ona jest. W tym momencie autor słusznie zdecydował się na przedstawienie zasad mediacji (dobrowolności, bezstronności, neutralności, poufności i akceptowalności)

oraz modeli mediacji, które najogólniej rzecz ujmując opisują różne style, sposoby i uwarunkowania prowadzące do porozumienia między stronami sporu. Dopelnieniem pojęcia mediacji jest przeniesienie uwagi na osobę mediatora i wyliczenie jego cech charakterystycznych oraz kryteriów pozwalających mierzyć stopień jego umiejętności mediacyjnych.

Rozdział czwarty dotyczy komunikacji międzyosobowej, ale już w ujęciu *stricte* komunikacji politycznej. Komunikator polityczny wykorzystuje zasoby językowe i przekazuje komunikat do potencjalnego wyborcy. Taki komunikator ma wpływ na poglądy i opinie adresata, tworząc informację publiczną oraz dyskurs polityczny. Celem tych zabiegów jest zmobilizowanie swoich wyborców do oddania na niego swoich głosów. Odbiorcą podobnych komunikatów może być każda osoba, która ulega wpływowi komunikatora politycznego. Z kolei, komunikaty polityczne to wypowiedzi tworzone przez komunikatorów politycznych. Dalej w rozdziale czwartym, autor opisuje szczegółowo obszary komunikacji politycznej, do których zaliczają się retoryka, perswazja, propaganda, *Public Relations*, marketing polityczny i manipulacja.

Zapoznanie się z obszerną ‘częścią teoretyczną’ rozprawy daje podstawę sądzić, że autor posiadał umiejętność syntetyzowania bogatej literatury naukowej obejmującej różne szkoły, podejścia i orientacje teoretyczno-empiryczne. W tym zatem względzie autor spełnił standardy doktorskie. Kompletność przeprowadzonej syntezy w zakresie teoretycznym jest mocną stroną recenzowanej pracy, choć wiadomo, że synteza zawsze może być większa, ale ogranicza ją często charakter rozprawy stawiającej przed autorem przeprowadzenie części empirycznej, zwykle zawężającej spektrum zagadnień. Tak szeroko przeprowadzona synteza przydaje się w części empirycznej, co autor mógł jednak zaznaczyć wyraźniej.

Rozdział piąty stanowi ‘część empiryczną’. Tutaj autor przyjął za punkt wyjścia do badań wspomniane już dwa modele komunikacji, tj., model Shannona i Weavera oraz model DRAAM Puppla. Modele te posłużyły do opisu, analizy i oceny procesu komunikacji, kodowania wiadomości, przesłania komunikatu, a także jego odbioru i dekodowania informacji. Narzędziem badania był kwestionariusz z pytaniami zamkniętymi, co zapewne ułatwiło zliczenie i porównanie odpowiedzi respondentów. Badania były trzy i odnosiły się kolejno do wizerunku i kompetencji komunikacyjnych, kompetencji mediacyjnych oraz komunikatorów politycznych, czyli wybranych polityków światowej sceny. Poszczególne pytania zostały omówione i zilustrowane różnymi formami wykresów, co znacząco ułatwiło lekturę tej części pracy. Oprócz szczegółowych pytań i wykresów, każdy polityk poddany analizie otrzymywał ocenę ogólną swojego wizerunku, co – ponownie – stanowiło przyjazne w odbiorze dla czytelnika podsumowanie danego polityka. Wnioski z przeprowadzonych badań wskazują na jednoznaczny i wprost proporcjonalny korelację między zadbanym wizerunkiem a sukcesem komunikacyjnym. Kompetencje komunikacyjne na wysokim poziomie zyskały więcej ocen pozytywnych wśród uczestników badania. Właściwe zarządzanie komunikacją wizerunkową umożliwia

przekonanie do siebie odbiorców i osiągnięcie wytyczonych celów, czym dla polityka jest w istocie sukces wyborczy.

Swoją analizę autor przeprowadził w sposób systematyczny. Na postawione przez siebie pytania empiryczne odpowiedział w sposób zgodny z metodą badawczą, prezentując wyniki w formie tabel i wykresów opatrzonych komentarzem. Całość 'części empirycznej' jest łatwa do prześledzenia. Po zapoznaniu się z 'częścią empiryczną' rozprawy stwierdzam, że autor zrealizował postawione przed sobą zadanie w sposób konsekwentny. Część empiryczna dowodzi właściwego przyswojenia sobie przez autora zastosowanej metody badawczej.

Oto niektóre zauważone braki:

- błędy językowe/ stylistyczne, np.:

1) „windować” oznacza kierunek tylko w górę, ale w pracy jest błędnie użyte. Przykłady: „Komunikator polityczny może wywindować swój wizerunek pozytywnie (na plus) lub negatywnie (na minus).” – s. 7; „Zmiana wizerunku politycznego może również polegać na wyciszeniu pewnych cech wizerunkowych, które przyczyniają się do windowania w dół jego poparcia.” – s. 108; „Ci sami liderzy (...) wykorzystują media masowe i portale społecznościowe również do windowania w dół wizerunku swoich kontrkandydatów politycznych.” – s. 110; „...odbiór ich wizerunku może zmieniać się w zależności czy dane wydarzenie bądź informacja medialna winduje go w górę, czy w dół” – s. 279.

2) Sens zdania na str. 114 rozumiem, choć wprawdzie po dłuższym zastanowieniu: „Wraz ze wzrostem przychyłności zaobserwować można spadek nieprzychylnych opinii względem Hillary Clinton”, jednak wymagałoby ono przeformułowania by uniknąć tzw. zbitki „przychyłności-nieprzychylnych”.

3) „...atrybutem Aleksandra Kwaśniewskiego było jego wyższe wykształcenie od Lecha Wałęsy”. – s. 80.

4) „Wszystkie ludzkie relacje, społeczeństwa i kultury nie są wolne od sporów i konfliktów.” – s. 116, zamiast „żadne”.

5) „Rolą mediatora jest „jest realizacja następujących zadań: ...” – s. 130; „Najistotniejszym celem jest tego rodzaju mediacji jest osiągnięcie porozumienia, a nie rozwiązanie konfliktu.” – s. 130.

6) Przykłady tautologii: „Wizerunek optymalny – oparty jest o kilkuletnie planowanie do przodu” – s. 71; „strategia *win-win*, w której każda strona konfliktu odnosi sukces i wygrywa” – s. 131.

- inne usterki:

1) Praca zawiera dużą liczbę wykresów, ale nie są one przedstawione na skalach o tej samej rozpiętości maksymalnej, co wprowadza pewną niejasność, głównie

dotyczącą wizualizacji proporcji między podawanymi wartościami. Np. na str. 208, 209, 211, 212, 214, skale kończą się na wartościach 100, 90, 60 albo 45. Problem ten dotyczy również wykresów słupkowych (s. 203-206).

#### Zalecenia:

- 1) Sugerowałabym wyjęcie fragmentu pt. „Podstawowa terminologia” otwierającego rozdział pierwszy i przeniesienie go do końcowej części wstępu, względnie utworzenie z niego Załącznika. Wprowadzenie tej zmiany podniosłoby komfort lektury tekstu rozprawy. Fragment ten nie jest opatrzony numeracją rozdziału, co nie jest spójne ze strukturą dalszych rozdziałów.
- 2) Ponieważ w rozdziale piątym poszczególne badania dotyczą różnych kwestii, to z myślą o lepszej orientacji czytelnika, dodałabym w tytułach tych podrozdziałów taką informację, np. 5.2 Badanie pierwsze: Cechy wizerunkowe i kompetencje komunikacyjne; 5.3 Badanie drugie: Kompetencje mediacyjne; 5.4 Badanie trzecie: Werbalny i niewerbalny wizerunek komunikatorów świata polityki.

### III. JĘZYK ROZPRAWY

Rozprawa napisana została w języku polskim. Styl rozprawy jest adekwatny do poruszanych zagadnień, choć autor nie ustrzegł się błędów i potknięć językowych.

### IV. WNIOSKI

Biorąc pod uwagę zalety ocenianej rozprawy, uważam ją za spełniającą ustawowe wymogi stawiane rozprawom doktorskim, a tym samym dające podstawę do nadania Panu magistrowi Adamowi Jankiewiczowi stopnia doktora nauk humanistycznych. Jednocześnie jestem zdania, że przedstawiona rozprawa uzasadnia dopuszczenie Pana magistra Adama Jankiewicza do dalszych etapów postępowania w przewodzie doktorskim, o co niniejszym wnoszę.



prof. US dr hab. Agnieszka Stępkowska