

Warszawa, 05.06.2021

Dr hab. Paweł Ruszkowski, prof. Collegium Civitas

RECENZJA PRACY DOKTORSKIEJ

Mgr Katarzyny Zambrzyckiej-Papudy pt. „Teatr władzy – kreowanie wizerunku politycznego w kontekście teorii dramaturgicznej. Studium socjologiczne na przykładzie kampanii prezydenckiej 2020 roku w Polsce”, napisanej pod kierunkiem ks. prof. zw. dr hab. Sławomira H. Zaręby

Ogólna charakterystyka rozprawy

Recenzowana praca składa się ze wstępu, siedmiu rozdziałów, zakończenia, bibliografii oraz spisu wykresów, tabel i zdjęć. Autorka przyjmuje perspektywę teoretyczną interakcjonizmu symbolicznego w wersji Ervinga Goffmana.

Rozdział 1 zawiera prezentację podstawowych koncepcji klasyków interakcjonizmu symbolicznego: G.H. Meada, H. Blumera, M. Kuhna. Rozdział 2 omawia koncepcje związane z interakcjonizmem symbolicznym: etnometodologię, fenomenologię, teorie roli, teorie tożsamości, socjologię podmiotowości. W rozdziale 3 znajdujemy prezentację teorii E. Goffmana dokonaną w oparciu o jego dzieło „Człowiek w teatrze życia codziennego”.

Rozdział 4 „Retoryka polityczna a interakcjonizm symboliczny” zawiera obszerny przegląd koncepcji i metod marketingu politycznego. W ponad 40 stronicowym tekście Doktorantka odnosi się do koncepcji wywierania wpływu politycznego, roli sondaży wyborczych, koncepcji komunikacji politycznej, modeli perswazji, roli mediów oraz modeli zachowań wyborczych. Wszystkie te kwestie są omówione w sposób prawidłowy, z odniesieniem do właściwej

literatury przedmiotu. Jednak związek tych wszystkich aspektów gry politycznej z teorią interakcjonizmu symbolicznego jest w tekście słabo uwidoczniiony. Na końcu rozdziału brak konkluzji wskazujących jaka jest relacja pomiędzy omawianymi koncepcjami, a teorią Ervinga Goffmana.

Rozdział 6 i 7 stanowią część empiryczną pracy i dotyczą wybranych aspektów gry politycznej, związanej z pierwszą i drugą turą wyborów prezydenckich w roku 2020.

Autorka deklaruje, że celem dysertacji jest próba uchwycenia ewentualnych zmian w wizerunku kandydatów, którzy dostosowują swoją retorykę polityczną do preferencji potencjalnych wyborców, modyfikując tym samym swoją dramaturgiczną rolę w spektaklu politycznym (por. s. 6). We „Wstępie” znajdujemy listę szczegółowych pytań badawczych, które wyznaczają zakres zaplanowanych analiz empirycznych:

Który z polityków trafniej wykorzystywał reguły dramaturgiczne podczas drugiej tury wyborów? Który polityk częściej wykorzystywał wizerunek rodzinny podczas kampanii? Czy i kto częściej wykorzystywał autorytet znanych osób podczas kampanii? Kto wykorzystał trafniej scenografię i scenę do podczas swoich wystąpień? Który polityk skuteczniej stworzył wizerunek co przyczyniło się do przejścia elektoratu Sz. Hołowni i K. Bosaka? Który polityk prowadził intensywniejszą kampanię w mediach społecznościowych podczas II tury wyborów? Czy politycy podczas II tury wyborów wykorzystali te same narzędzia kreowania wizerunku? Który polityk wykorzystywał częściej regułę interakcji podczas spotkań z wyborcami w II turze wyborów? Czy kandydaci wykorzystywali odmienne narzędzia kreowania fasad osobistych na scenie wyborczej zgodnie z założeniami teorii dramaturgicznej ? Czy któryś z kandydatów częściej wykorzystywał w kampanii wyborczej regułę wzajemności w interakcjach z widownią? Czy u któregoś z kandydatów w kampanii wyborczej strefa fasadowa i sfera kulis w budowaniu wizerunku były bardziej spójne u A. Dudy niż R. Trzaskowskiego? (s.6).

Pytania te są prawidłowo sformułowane oraz interesujące poznawczo, nie wszystkie jednak zostały w sposób wyraźny zastosowane w analizie danych empirycznych. Koncepcją systematyzującą analizy empiryczne jest główna hipoteza badawcza, sformułowana w następujący sposób:

Hipoteza główna niniejszej pracy zakłada że, aplikacja środków wyrazu teorii dramaturgicznej E. Goffmana (reguły dramaturgiczne, scena, scenografia, fasada osobista, kulisy, widownia) w kampanii prezydenckiej w 2020 r. przyczyniła się do zwycięstwa A. Dudy. Przenalizowane zostaną wypowiedzi i materiały wyborcze, dzięki którym możliwe będzie określenie jakich strategii kreowania wizerunku użyli politycy w tej kampanii wyborczej i jaki skutek, w postaci wyników wyborów, przyniosły.

Można przyjąć, że w „Zakończeniu” Doktorantka pozytywnie weryfikuje te hipotezę, wykazując analogie pomiędzy teorią Goffmana, a konkretnymi zachowaniami kandydatów w wyborach prezydenckich. Niemniej należy zauważyć, że zarówno we „Wstępie”, jak też w rozdziale 5, poświęconym metodologii, sformułowane zostały szczegółowe hipotezy badawcze:

Hs1: A. Duda w swoich wystęпах na scenie wyborczej trafniej wykorzystał reguły dramaturgiczne w kampanii prezydenckiej, niż R. Trzaskowski.

Hs2: A. Duda w większym stopniu niż R. Trzaskowski wykorzystywał wizerunek własnej rodziny w celu zaprezentowania pozytywnej sylwetki polityka.

Hs3: R. Trzaskowski częściej wykorzystywał podczas kampanii wyborczej autorytet znanych polityków i celebrytów w celu tworzenia pozytywnej fasady własnego wizerunku.

Hs4: Scena i scenografia wykorzystane przez A. Dudę podczas kampanii wyborczej były trafniej dopasowane do oczekiwań i preferencji wyborców.

Hs5: W drugiej turze wyborów A. Duda skuteczniej niż R. Trzaskowski zbudował własny wizerunek, przyczyniając się do przejścia wyborców K. Bosaka i Sz. Hołowni.

Hs6: W II turze wyborów R. Trzaskowski częściej niż A. Duda prowadził bardziej intensywną kampanię wyborczą za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Hs7: W II turze wyborów R. Trzaskowski i A. Duda wykorzystywali odmienne narzędzia kreowania fasad osobistych na scenie wyborczej zgodnie z założeniami teorii dramaturgicznej.

Hs8: A. Duda ubiegając się o reelekcję częściej wykorzystywał w kampanii wyborczej regułę wzajemności w interakcjach z widownią niż R. Trzaskowski.

Hs9: W kampanii wyborczej strefa fasadowa i sfera kulis w budowaniu wizerunku były bardziej spójne u A. Dudy niż R. Trzaskowskiego (s.7).

Hipotezy te są prawidłowo sformułowane i tworzą ciekawą perspektywę poznawczą. Nie zostały one jednak w sposób uporządkowany i jednoznaczny zweryfikowane. W rozdziale 6 i 7 Doktorantka analizuje powyższe kwestie oraz ilustruje je przykładami konkretnych działań sztabów wyborczych oraz zachowań samych kandydatów. Jednakże – moim zdaniem – nie zostało to wystarczająco podkreślone w „Zakończeniu” pracy. Proszę zatem uprzejmie, aby Doktorantka odniosła się do tej kwestii w swoim „Autoreferacie”.

Uwagi szczegółowe

1. Temat pracy jest ciekawy i aktualny. W związku z tym, pozwolę sobie zasygnalizować pewien niedosyt, związany z częścią empiryczną pracy. Charakteryzując zachowania aktorów w mediach społecznościowych oraz na wybranych spotkaniach wyborczych, Doktorantka wybrała narrację parafrazy, czyli omówienia analizowanych zdarzeń. W ograniczonym stopniu posługuje się cytatami wypowiedzi rywalizujących polityków. Nie jest to błąd, niemniej uważam, że w przypadku analizy porównawczej konkretnych wypowiedzi praca byłaby znacznie ciekawsza.

2. W rozdziale 4 Doktorantka odnosi się do kwestii przydatności sondaży przedwyborczych dla strategii formułowanych przez sztaby wyborcze w następujący sposób:

Badania ogólnodostępne prowadzone są przez firmy badawcze i marketingowe. W Polsce są nimi m.in. Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS), czy TNS. Informacje prezentowane przez te firmy są bardzo ogólne. Mogą pokazać obywatelom ogólny podział głosów, jednak odnośnie działania marketingowego sztabów wyborczych nie są one zbyt użyteczne. Politycy nie mają w przypadku tych badań żadnego wpływu na treść pytań oraz ich układ” (s.88-89).

Z moich doświadczeń badacza i eksperta wynika, że nie jest to informacja precyzyjna. Po pierwsze, sztaby wyborcze mają możliwość zlecenia sondaży firmom badawczym i marketingowym. Po drugie, mają możliwość zakupu danych surowych z konkretnych sondaży i dokonania znacznie bardziej szczegółowych analiz statystycznych, niż ma to miejsce w komunikatach przekazywanych mediom przez firmy badawcze.

Konkluzja

Recenzowana praca podejmuje interesujący temat, dotyczący zróżnicowania efektywności strategii kształtowania wizerunku politycznego kandydatów w wyborach prezydenckich w Polsce. Teza pracy sformułowana jest prawidłowo, wywód przeprowadzony zgodnie ze standardami obowiązującymi w naukach społecznych.

Pomimo zgłoszonych uwag krytycznych pracę mgr Katarzyny Zambrzyckiej-Papudy oceniam pozytywnie i uważam, że spełnia ona wymagania stawiane rozprawie doktorskiej. W związku z tym wyrażam przekonanie, że praca ta może być podstawą do dalszych etapów przewodu, celem nadania jej autorce stopnia naukowego doktora.

Paweł Ruszkowski