

1-5 KWI. 2022

Olsztyn, 6 kwietnia 2022 r.

Prof. dr hab. Marzena Świgoń
Katedra Badań Mediów
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ul. Kurta Obizta 1
10-725 Olsztyn

**Recenzja pracy doktorskiej mgr Weroniki Kortas pt. „Sposoby
popularyzacji czytelnictwa w serwisie Facebook. Analiza z perspektywy
użytkowników” napisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Ewy Głowackiej
na Wydziale Filozofii i Nauk Społecznych
Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu**

Rozprawa dotyczy szerokiego zagadnienia, jakim jest czytelnictwo w dobie cyfrowej, ale ograniczonego swoim zakresem do jednego z najpopularniejszych serwisów internetowych, którym jest Facebook.

Tytuł pracy nie budzi zastrzeżeń, dokładnie oddaje zakres tematyczny pracy. Praca składa się z pięciu rozdziałów, trzech teoretycznych oraz dwóch prezentujących wyniki autorskich badań empirycznych. Całość liczy 350 stron.

Głównym celem podjętych przez Autorkę badań było: „sprawdzenie, czy istnieje przepis na idealne miejsce czytelnicze oraz czy w jego stworzeniu pomóc mogą badania docelowych użytkowników” (str. 5 oraz str. 11). Wprawdzie pierwsza część zacytowanego zdania brzmi nieco utopijnie, ale już w kolejnym zdaniu Doktorantka wyjaśnia, że „idealne miejsce czytelnicze

zdefiniowano jako takie, które będzie spełniać wszystkie wymagania użytkowników równocześnie nie zniechęcając ich do korzystania z niego", które to wyjaśnienie można przyjąć za wystarczające. Niemniej można by rozważyć zastąpienie określenia „idealne” innym, np. „najlepsze” czy „pożądane”.

Cel nadrzędny został uzupełniony siedmioma celami szczegółowymi, które obejmowały: ocenę stanu badań związanych z Facebookiem, stworzenie listy najpopularniejszych stron i grup na Facebooku poświęconych czytelnictwu, opracowanie kryteriów oceny tych stron, określenie oczekiwań wobec nich, ocenę wybranych stron czytelniczych pod kątem opracowanych kryteriów, syntezę wyników oraz scharakteryzowanie owego idealnego miejsca czytelniczego.

Pierwszy rozdział pt. „Charakterystyka serwisu Facebook” zawiera genezę i rozwój serwisu, opis działania produktów Facebooka, jak też wyjaśnienie terminów media społeczne i media społecznościowe. Dyskusyjne może być tutaj umiejscowienie podrozdziału z wyjaśnieniem terminów jako ostatniego (1.3. Media społeczne czy społecznościowe – problemy z nazewnictwem).

Rozdział drugi pt. „Badania użytkowników Facebooka na świecie i w Polsce. Przegląd piśmiennictwa” podzielono na cztery podrozdziały. Dyskusyjne jest tutaj rozbieżność analizy literatury przedmiotu na dwa okresy, tzn. lata 2004-2010 oraz 2011-2020 i przedstawienie jej w odrębnych podrozdziałach. Mocno dyskusyjne jest też przedstawianie osobno literatury polskiej i osobno zagranicznej, dodatkowo jeszcze w powyższych przedziałach czasowych, które mają się nijak do daty uruchomienia serwisu w Polsce, czyli 2008 roku.

Natomiast wyodrębnienie artykułów dotyczących badań obecności bibliotek na Facebooku wydaje się słuszne. Docenić też należy próbę uporządkowania tej bardzo bogatej literatury i przyporządkowania poszczególnych prac do obszarów badań Facebooka (tabela na str. 54).

Rozdział trzeci ma charakter metodologiczny. „Metodologia badań internetowych” podzielona została na dwie części: metody prowadzenia badań w Internecie oraz metodologię badań własnych. Szczególnie ciekawa jest ta druga część, obejmująca łącznie pięć etapów autorskich badań empirycznych, tj. badania ankietowe, netnograficzne, opracowanie obszarów i kryteriów oceny użyteczności stron, ocenę użyteczności, a także porównanie wyników analizy stron czytelniczych i stron bibliotek oraz badania netnograficznego.

Aby osiągnąć cel tych własnych badań, jakim była ocena stopnia użyteczności stron na Facebooku, Doktorantka zastosowała – bardzo słusznie – triangulację, czyli połączenie różnych metod i technik badawczych.

Przy badaniu ankietowym napotkała problemy z akceptacją umieszczenia linku do kwestionariusza w kilku grupach facebookowych, a było to jeszcze w czasach przed pandemią (w 2018 roku), niestety obecnie badacze coraz częściej spotykają się z tego rodzaju przeszkodą.

Kryteria do oceny użyteczności stron zostały wytypowane i opracowane właściwie (str. 167-168), podobnie jak elementy wpisów i stron, które brano pod uwagę w badaniu przeprowadzonym w czerwcu 2021 roku. Jak najbardziej słuszne jest też podjęcie się porównania otrzymanych wyników z analizy stron i badania netnograficznego.

Wyniki wszystkich tych badań opisano w rozdziałach czwartym oraz piątym, które stanowią najważniejszy wkład własny Autorki w rozwój badań naukowych. Rozbicie tej części na dwa odrębne rozdziały może zastanawiać, tym bardziej, że jeden jest objętościowy znacząco krótszy (rozdział 4 liczy 18 stron) od drugiego (rozdział 5 ma 90 stron).

Rozdział czwarty pt. „Badanie polskiej społeczności czytelniczej na Facebooku” zawiera (oprócz charakterystyki respondentów) dane na temat powodów obserwowania stron czytelniczych i dołączania do takich grup. W większości wydają się one oczywiste (tabela 11 i 12), co nie jest zarzutem, ponieważ badania Doktorantki potwierdziły powszechne przypuszczenia. Niemniej na dwa powody warto zwrócić uwagę, gdyż były stosunkowo rzadko wskazywane przez Jej respondentów, a są istotnymi wskazówkami dla osób prowadzących takie profile – chodzi o udział w konkursach oraz czytanie wywiadów z autorami książek.

W ramach netnografii, swoistej wirtualnej etnografii, otrzymaliśmy – może nieco zbyt zwięzłą – analizę recenzji badanych stron, jak też wpisów i komentarzy opublikowanych w wybranych grupach facebookowych. Za to podsumowanie zawarte w podrozdziale 4.3. można uznać za wystarczające.

Rozdział piąty pt. „Użyteczność polskich książkowych stron i grup na Facebooku” jest obszerny i podzielony na cztery podrozdziały, z których dwa to skrupulatny opis wyników badań własnych Autorki. Jeden z nich dotyczy analizy dziesięciu stron czytelnich według wytypowanych dziesięciu kryteriów, a drugi osiemnastu stron bibliotecznych według owych dziesięciu kryteriów. Do tej szczegółowej analizy nie mam uwag.

Ciekawym efektem przeprowadzonej analizy jest porównanie wyników badań z obu wspomnianych części (tabela 17 na str. 280-282). Otrzymaliśmy tutaj wartościowy zestaw wskazówek dla osób odpowiedzialnych za prowadzenie takich stron.

Niestety zawartość kolejnego podrozdziału 5.4. pt. „Idealne miejsce książkowe” pozostawia spory niedosyt. W dużej części zawiera informacje dostępne w „Centrum pomocy dla firm. Konfigurowanie strony firmy na Facebooku”, a nawet obszerne cytaty pochodzące z tegoż Centrum. Tę część można by dopracować tym bardziej, że stanowi ona najważniejszy element całej pracy doktorskiej, czyli próbę zdefiniowania najlepszego miejsca „książkowego” na Facebooku.

Nie mam uwag do Zakończenia rozprawy – zgrabnie podsumowano tutaj otrzymane wyniki badań, podkreślono różnicę pomiędzy badaniami własnymi a tymi opisanymi w części teoretycznej rozprawy, zwrócono uwagę na napotkane ograniczenia.

Rozprawę uzupełnia pięć rodzajów spisów, w tym wykresów i tabel oraz dwa załączniki: kwestionariusz ankiety oraz informacje dotyczące analizowanych grup na Facebooku. W przypadku tego ostatniego – spis dotyczy stanu na 22.08.2018 roku i zabrakło tutaj odniesienia do stanu współczesnego, przynajmniej krótkiej informacji o tych stronach na początku 2022 roku.

Bibliografia zawiera ponad 360 pozycji literaturowych w języku polskim oraz angielskim i wydaje się wystarczająca do przedstawienia wybranego tematu.

Na zakończenie pragnę dodać, że rozprawa napisana jest w miarę poprawnym językiem, ale niestety Autorka nie dołożyła wszelkich starań na etapie sprawdzania tekstu i dlatego zawiera on bardzo liczne błędy interpunkcyjne oraz pomyłki, takie jak (poniższy wykaz dotyczy tylko pierwszych dwudziestu kilku stron rozprawy, ponieważ dalej recenzentka zrezygnowała już z tego rodzaju korekty):

- wprowadzenie skrótu MS na stronie 9., a jego wyjaśnienie dopiero na stronie na stronie 11; wprowadzenie skrótu WBP na stronie 11., a rozwinięcie dopiero na stronie na stronie 14;
- dwukrotne występowanie na stronie 12. zdania *Postanowiono, że analiza będzie obejmować artykuły opublikowane od uruchomienia FB (4.02.2004) do końca roku 2019.*;
- na stronie 18. „część ten” zamiast „część tę”; w przypisie 27. na tej samej stronie „atorki” zamiast „autorki”;
- na stronie 20. „porównano” zamiast „porównano”;
- na stronie 22. „opublikowanm” zamiast „opublikowano”;
- na stronie 24. brakuje roku, podano tylko miesiąc „w październiku firma The Facebook zmieniła nazwę na Meta”;

Konkluzja końcowa

Rozprawa pani magister Weroniki Kortas spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim, dlatego wnoszę o dopuszczenie Doktorantki do dalszych etapów przewodu doktorskiego.