

prof. zw. dr hab. Tomasz Goban-Klas
prof. em. Uniwersytet Jagielloński
Katedra Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Recenzja rozprawy doktorskiej

mgr Rafała Waśko

Efekty trzeciej osoby a wpływ przekazów medialnych na podstawie opinii studentów
Uniwersytet Rzeszowski

Praca doktorska wykonana pod kierunkiem dr. hab. Zbigniewa Rykła, prof. URz

Ze wszystkich pięciu pytań formuły Lasswella ostatnie - "z jakim skutkiem?" jest w istocie najważniejsze, nadając znaczenie odpowiedziom na pozostałe cztery (kto, co, czym i do kogo?). Jednak ze względu na trudność badania efektów oddziaływania zazwyczaj ogranicza się do konstatacji efektów spektakularnych, a co najmniej behawioralnie widocznych - kupno towarów, wyniki głosowania, zachowania zbiorowe. Badanie wpływu na postawy jest trudniejsze, subtelniejsze, w tym mieści się temat podjęty w recenzowanej rozprawie doktorskiej, przy założeniu, że recepcja przekazów jest procesem złożonym i zindywidualizowanym, a odbiorcy mediów korzystają z nich świadomie i celowo.

Należy zgodzić się z mgr Rafałem Waśko, iż jego rozprawa dotyczy istotnego dla badań medioznawczych problemu skłonności każdej osoby do przeceniania wpływu komunikowania masowego na innych ludzi. Zjawisko to zostało zauważone w nauce dosyć wcześnie, jednak początkowo traktowano je jedynie jako jeden z czynników wzmacniających, osłabiających lub modyfikujących wpływ mediów na odbiorców. Dopiero Davison (1983) wskazał na potrzebę traktowania go jako ważnego i samoistnego elementu warunkującego efekty środków masowego przekazywania. Swoją propozycję nazwał on „hipotezą efektu trzeciej osoby”. Hipoteza dotycząca efektu trzeciej osoby zakłada, że odbiorcy mają skłonność do postrzegania wpływu wiadomości medialny w większym stopniu na innych niż na siebie, w oparciu o osobiste nastawienia i postawy. Efekt trzeciej osoby przejawia się poprzez przecenianie przez jednostkę wpływu przekazywanego masowo przekazu na uogólnionych innych lub niedoceniając wpływ komunikatów masowych na siebie.

Te typy percepcji wynikają z motywacji do samozadowolenia społecznego (brak poczucia wpływu masowych komunikatów promuje poczucie własnej wartości), wniossek o

odległość społeczną (wybór oddzielenia się od innych, na które można mieć wpływ) i postrzeganie ekspozycji na wiadomość (inni wybierają wpływ perswazyjnej komunikacji).

Mgr Rafał Waśko oparł we rozważania na obszernej literaturze (oceniając ją na ponad 150 pozycji, w tym artykuły w języku angielskim bezpośrednio podejmujące tematykę doktoratu). Jest ona podstawą części teoretycznej - sprawozdanie z swych lektur umieścił w poszczególnych podrozdziałach części pierwszej. Wykazał zatem erudycję, choć niemal każdy z podrozdziałów można rozbudować co najmniej do rozmiarów pojedynczego rozdziału. Taka fragmentaryzacja wywodów nie obciąża wszakże mgr Waśko to cecha stylu współczesnej socjologii, także kultury. Chce wyrazić i zaznaczyć swe stanowisko wobec wielu problemów sfery medialno-społecznej i reklamy masowej. Dlatego tak trudno (a zarazem - paradoksalnie) łatwo jest oceniać poszczególne stwierdzenia (akapity) rozważań w tej części, raz dzieląc przywołane stanowisko czy cytowanego autora/ki, a raz je kwestionując.

Od pewnego czasu efekt nazwany bywa też „efektem trzeciej osoby w sieci”, gdy jest badany i weryfikowany w mediach społecznościowych, blogach czy stronach internetowych. I ten aspekt został w rozprawie dostrzeżony.

Skomplikowana to zatem kwestia, obszernie i dogłębnie została przedstawiona w pierwszej części rozprawy, w rozdziale piątym. Oto jego struktura:

5. **Efekt trzeciej osoby**

5.1. Efekt trzeciej osoby jako jeden z efektów wpływu mediów na odbiorcę

5.1.1. Geneza i definicja efektu trzeciej osoby

5.1.2. Komponent percepcyjny

5.1.3. Komponent behawioralny

5.1.4. Kolejność pytań w badaniu a efekt trzeciej osoby

5.2. Czynniki efektu trzeciej osoby

5.2.1. Zmienne społeczno-demograficzne

5.2.2. Korzystanie z mediów oraz zaangażowanie odbiorcy

5.2.3. Postrzeganie innych

5.2.4. Zmienne dotyczące przekazu medialnego

5.2.4.1. Kanał i źródło przekazu medialnego

5.2.4.2. Rodzaj przekazu medialnego

5.2.4.3. Zawartość przekazu medialnego

5.3. Teorie wyjaśniające efekt trzeciej osoby

5.3.1. Teoria atrybucji oraz podstawowy błąd atrybucji

5.3.2. Teoria porównania społecznego

5.3.3. Teoria nierealistycznego optymizmu

Sam układ rozdziału, jego obszerność (liczba stron 25), na temat jednej hipotezy wskazuje na solidną analizę pozornie prostej hipotezy.

Ilościowe analizy materiału empirycznego nie są, niestety, regułą dzisiejszych badań socjologicznych, zwłaszcza indywidualnych, a takimi są prace doktorskie. Mgr Rafał Ważko pokonał ten tendencję zbierając swe materiały w dostępnym mu, ale przecież adekwatnym do weryfikacji, źródowisku społecznym - studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego. Materiał zebra, opracował, przedstawił i zinterpretował - wedle mojej oceny - poprawnie. Przedstawia swe badania i ich wyniki w dwóch rozdziałach - szóstym i siódmym. Analizuje i prezentuje je na wykresach, w tabelach, ujmuje w zestawieniach statystycznych i wskaźnikach.

Opanował właściwie empiryczne metody socjologii kultury.

Co ważne, wobec braku nowych poważnych syntez socjologii kultury w erze mediów - cyfrowych - zestawienie tez, autorów, dzieł ukazuje żywe pole dociekań, skalę i głębię problemów. Jako dzieło wieńczące studia trzeciego stopnia, jakimi są obecnie studia doktoranckie, spełnia zatem swą rolę, wykazując pracowitość Doktorantka, obeznanie z literaturą przedmiotu, ułożenie tez i hipotez w sensowne nauko całości, uwypuklenie ważnych problemów współczesnej kultury medialno-masowej, a nade wszystko odwołanie się do badań empirycznych i stosowanie ilościowych metod i analizy statystycznej hipotez.

Na podkreślenie pozytywne zasługuje staranność przygotowania rozprawy w tej części, poprawna strona formalna, naukowy język, odnośniki, spis wykorzystanej literatury. Oceniając od strony formalnej rozprawę stwierdzę jej poprawność językową, bibliograficzną, graficzną (choć tabele mogłyby być lepiej zaprojektowane, aby uwypuklać dane istotne). Od strony merytorycznej wysoko oceniam ożywienie dawniej często dyskutowanej problematyki oddziaływania mediów. Jednak tutaj brakowało mi rozważania o nowej nową ekologię (środowiska) mediów, w tym bardzo wpływowych mediów społecznościowych, gdzie w tworzonych tzw. echo chambers trudno oczekiwać klasycznych efektów trzeciej osoby.

Aby jednak syntetycznie w punktach ocenić rozprawę doktorską mgr Rafała Waśko przygotowałem formularz recenzyjny wzorując się na stosowanym w ocenianiu publikacji do druku.

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Rafała Waśko w systemie oceny kwestionariuszowej

Data/ Date: 23.05.2019

Tytuł:

Efekty trzeciej osoby a wpływ przekazów medialnych na podstawie opinii studentów Uniwersytetu Rzeszowskiego

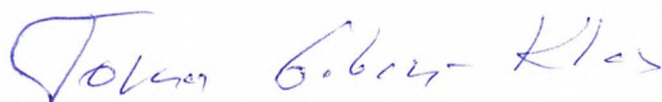
Czy tytuł rozprawy odpowiada treści?/ <i>Is the title of the article corresponds to the content?</i> <i>Tak, choć możejaśniej byłoby wskazanie wprost "Hipoteza efektu trzeciej osoby w sferze wpływu przekazów medialnych – badania opinii studentów Uniwersytetu Rzeszowskiej"</i>					
Proszę ocenić strukturę rozprawy./ <i>Logicznie skonstruowana, systematyzuje całość problematyki</i>					
Proszę ocenić dobór literatury przedmiotu./ <i>Dostatecznie obszerna, zawiera publikacje przywoływane w tekście, jaki i wykorzystane w dyskursie rozprawy</i>					
Język rozprawy)					
poprawny		wymaga zmian i przeredagowania	Nie	niewłaściwy	Nie
Metody badawcze/					
właściwie dobrane	TAK	niewystarczające	Nie	niewłaściwe	Nie
Dane statystyczne/					
wystarczające	TAK	niewystarczające	NIE	zbędne	NIE
Ilustracje i tabele/					
wystarczające	TAK	do poprawy	NIE	zbędne	NIE
Wnioski/ Conclusions (proszę wstawić X i uzasadnić/ please mark X and justify)					
poprawne	TAK	do uzupełnienia		niewłaściwe	
				TAK	NIE

Czy rozprawa nadaje się do druku? ?	TAK	
Czy rozprawa wymaga jedynie drobnych poprawek stylistycznych lub nielicznych korekt merytorycznych?	TAK	
Ogólna wartość rozprawy/		
Praca oryginalna, wnosi nowe treści do stanu wiedzy.	TAK	

Wniosek końcowy

Podsumowując analizę rozprawy doktorskiej mgr Rafała Waśko należy stwierdzić, że wykazuje oczytanie i erudycję, łączy elementy socjologiczne, medialne i społeczno-komunikacyjne, dokonuje wnikliwej analizy statystycznej, formułuje interesujące wnioski. Może być uznana za udaną próbę łączenia teorii i analityki społecznej w zakresie aktualnego tematu kulturowo-społecznego w sferze współczesnej kultury i reklamy masowej.

Spełnia warunki stawiane rozprawom doktorskim i może być podstawą publicznej obrony oraz nadania stopnia naukowego doktora w dziedzinie socjologii.



Tomasz Goban-Klas

10 czerwca .2019 roku