

prof. dr hab. Iwona Loewe

Instytut Językoznawstwa

iwona.loewe@us.edu.pl

ORCID: 0000-0002-5959-8938

Ocena rozprawy doktorskiej

mgr Kacpra Krzeczewskiego

pt. **Językowe kreowanie wizerunku kandydatów a koncepcja *framingu*.**
Kampania prezydencka 2020 w Polsce w „Wiadomościach” i „Faktach”

napisanej pod naukową opieką prof. dr hab. Grażyny Habrajskiej oraz
dr Anity Filipczak-Białkowskiej

Pan Magister Krzeczewski rozpoczął swoją dysertację od obszernego omówienia znanych nauce i kulturze poglądów na temat retoryki (ss. 5-47), koncepcji ramowania (ss. 48-77) oraz porządku dnia (ss. 57-61). Już na początku lektury ten zestaw teoretyczny zapowiada kreatywne rozwiązania i rodzi poznawcze zaciekawienie czytelnika. W poczuciu powagi swojej pracy przed częścią analityczną Autor zreferował wizerunek jako przedmiot badań a także serwis informacyjny jako charakterystykę źródła materiału. Wizerunek został zaprezentowany w perspektywie stanu badań politologicznych, medioznawczych oraz językoznawczych. Serwis wraz z newsem – w perspektywie generycznej.

Wprowadzenie do rozdziału *Genealogia i genologia retoryki i erystyki* zaskakuje decyzjami Autora o źródłach definicyjnych dwu początkowych rzeczowników tego tytułu. Pierwszy z nich (*genealogia*) jest pospolitym i powszechnie znanym czytelnikom prac naukowych słowem. Definicja drugiego (*genologia*) wydaje się nieprzydatna, skoro jest natychmiast zakwestionowana przez Pana Magistra i tłumaczy własnym opisem, co by chciał rozumieć przez *genologię*. Po tym zresztą objaśnieniu nie widzę żadnej potrzeby, aby zaprzęgać *genologię* w rozumieniu nauki do tego, co Autor chciał uzyskać. A potrzeba Mu - zdaje się - słowa *klasyfikacja* tropów i figur retorycznych oraz środków erystycznych.

Polecam uwadze Doktoranta konfrontację dzieł cytowanych i wspierającej literatury w karierze badawczej. Czasami odniesienia do słowników ogólnych języka etnicznego są w istocie potrzebne. Nadmiar podawanych definicji w praktyce naukowej (nie dydaktycznej) może mieć negatywną wartość – deprecjonującą czytelnika, którym jest partner w dyscyplinie. Dotyczy to pojęć: *genealogia*, *sofistyka*, definicji tropów, figur, chwytów itd. Ponadto zadaniem nauki jest nadszarga za efektami pracy innych badaczy oraz osiągnięciami innych nauk. Jeżeli polska kultura posiada pewne dobro encyklopedyczne, bo państwo zainwestowało w pracownię interaktywnego „Wielkiego słownika współczesnej polszczyzny”, to można i należy z niego korzystać. Opieranie się na słowniku datowanym na lata 70. XX wieku, który powstał w oparciu o materiał słownika z lat 60. XX wieku a ten posiadał egzemplifikacje z przełomu wieków XIX i XX oznacza duże ryzyko anachronizmu pozyskiwanych danych leksykograficznych i semantycznych.

Trudno o uzasadnienie problemowe wcześniejszych kilkudziesięciu stron wywodu o tropach, figurach i chwytach, które zostały za autorami pierwotnymi oraz współczesnymi przywołane. Jak sądzę na podstawie tytułu rozprawy, różnice w nazywaniu obiektów językowych, terminy ich pojawienia się, ubywanie i mylenie wraz z upływającym czasem albo wyborem tego, kto je opisuje, nie będą wykorzystywane problemowo, metodycznie ani w celach dowodzenia w dalszym ciągu pracy. Tym, co mogłoby zostawić u recenzenta przekonanie, że Doktorant się obczytał, policzył i wie, byłaby tabela z różnicami w nazewnictwie obiektów, której nadano by tytuł opracowanie własne. Zmieściłaby się ona na jednej stronie.

Mam też przekonanie, że definicje obiektów, które staną się poszukiwane w materiale Doktoranta, są w sporej części znane już polskim licealistom i praca magisterska to ostatnie miejsce, w którym można by odnaleźć motywację do zdania sprawy z rozumienia tychże przez Autora zwartej pracy.

Podsumowanie sformułowane na s. 46 jest już zaprezentowaniem wyników obserwacji materiału i uprzedza przeprowadzone dalej analizy. Jego moc wyjaśniająca mogłaby się zdecydowanie zwiększyć po wykonanym badaniu, w którym Autor mógłby finalnie i z satysfakcją obwieścić, że oto przeprowadzone analizy wykazały, że autorzy obserwowanych tekstów spośród mnogości figur, chwytów, tropów, sofizmatów zastosowali te oto. A było ich w kolejności: 6, 20 i 35. Zresztą ciekawa jest odpowiedź, dlaczego te. A najlepiej w jakiej proporcji rozkładają się one między nadawcami „Wiadomości” i „Faktów”.

W zwarty oraz interesujący sposób zostały sprawozdane wyniki prac Goffmana, Lakoffa, Minsky’ego i wkomponowana koncepcja agenda-setting. Lektura tej części jest przyjemnością. Jest to zasługą dobrego komentarza Autora, który dostrzega powiązania pomiędzy sprawozdanymi ustaleniami.

Sam jest aktywnym czytelnikiem i wie, w którą stronę dąży. Za zbędne dla wywodu uznaję trzy przykłady cytowane przez McCombsa, ponieważ czytelnik doktoratu mgra Krzeczewskiego czeka na konfrontację teorii z materiałem i realizację analiz. W punkcie 2.3. Doktorant przechodzi do specyfikacji ramowania w medioznawstwie, tymczasem – zwracam uwagę – już w paragrafach wcześniejszych odwołuje czytelnika do tego stanowiska. Czytelnik praktykujący lekturę linearną nie ma szans odnieść swojej uwagi do tych poglądów. Dlatego proponuję albo usunąć te sformułowania w paragrafach wcześniejszych, albo zmienić kolejność paragrafów w rozdziale.

Część rozprawy jest poświęcona stanowi badań analitycznych, które operacjonalizują teorię ramowania do podobnego materiału, który zebrał Doktorant. Jest to bardzo dobry fragment rozprawy. Po pierwsze, że jest umocowany bardzo istotnie w koncepcji doktoratu. Po drugie, że odnosi się do tego Autor w metatekście. Po trzecie, że w wynikach badań Nowak, Riedla, Palczewskiego Autor widzi możliwości uzupełnienia lub kontynuacji.

W rozdziale 3. zaprezentowano stan badań nad wizerunkiem jako przedmiotem obserwacji naukowej. To dobre omówienie z dobrze dobraną literaturą. Sproblematyzowane i uszeregowane od ogółu do szczegółu. Przyjęta kolejność w tym rozdziale także jest interesująca podczas lektury. Są to paragrafy, które opisują teoretyczne zjawiska wizerunku, marketingu, marketingu politycznego, a przeplecione zostały akapitami o dużym ładunku egzemplifikacyjnym. Mam na myśli marketing medialny, za pośrednictwem telewizji, marketing wyborczy w USA, w Polsce, etapy kampanii wyborczej, wizerunek z perspektywy historycznej (faraonowie, pomazańcy Boży, królowie, kobieta sukcesu).

Sądzę, że konstrukcja rozdziału 4. nie musi zawierać historii telewizyjnych stacji. Wystarczy omówić pozycję serwisów tychże. To programy informacyjne stanowią bowiem źródło do pozyskania materiałów objętych analizą.

W rozdziale 5. Doktorant dobrze umotywował podjęcie działań metodologicznych i metodycznych oraz materiałowych, objętościowych, uprzedzając pytania czytelnika. Odpowiednio zatem wytłumaczył, dlaczego językowa kreacja wizerunku i ramowanie, dlaczego analiza retoryczna, dlaczego w telewizji i dlaczego 32 newsy z ponad tysiąca w materiale.

Za ogromnie wartościowy podrozdział uznaję *Wątpliwości badawcze* (ss. 143-147). Doktorant opowiedział zjawiska, które zapewne pojawiły się podczas pracy z materiałem i wobec których musiał podjąć pewne decyzje metodologiczne, ale także objąć je refleksją logiczną. W pewnej mierze niektóre z nich mogły wszak wpłynąć na wynik badania empirycznego. Zrobiło to dobrze samej pracy, nade wszystko

jednak – jak sądzę – nauczyło Pana Magistra tej praktyki na przyszłość akademicką. Jest to bowiem praktyka potrzeba w pracach typu czasopiśmienniczego, które na pewien czas staną się głównym motorem napędowym kariery Doktoranta. Takie narracje ilustrują rzetelność procesu badawczego, refleksyjność naukową autora artykułu oraz proces dochodzenia do prawdy – efektu pożądanego w nauce, z którego Doktorant będzie rozliczany w czasie swojej pracy badawczej, a naukowiec/naukowcy rozliczani przez historię.

Cenię sobie podczas lektury dysertacji awansowych, kiedy Badacz stawia przed podjęciem pracy pytanie w oparciu o zgromadzony materiał lub formułuje wobec problemu hipotezy. To uczynił mgr Krzeczewski. Sądzę, że w odniesieniu do postawionego problemu badawczego zawartego w tytule pracy wystarczy mniejsza liczba hipotez. Myślę, że poniższe cztery wystarczają do sproblematyzowania badania.

– H1 – *serwisy informacyjne, wykorzystując ramy tematyczne i środki językowe, kreują językowy wizerunek kandydatów w sposób dowolny i wybiórczy (za pomocą różnych ram i środków językowych); H3 – językowy wizerunek polityków może być kreowany przy wykorzystaniu dowolnej ramy tematycznej; – H5 – dla serwisów informacyjnych w okresie kampanii wyborczej właściwa jest ilościowa dysproporcja w zakresie wykorzystania ram tematycznych i środków językowych, które budują wizerunek poszczególnych kandydatów; – H6 – dla serwisów informacyjnych w okresie kampanii wyborczej właściwe jest zróżnicowanie w zakresie językowego kreowania wizerunku kandydata w zależności od wydawcy serwisu i osoby, której poświęcony jest news*

W odniesieniu do hipotezy oznaczonej jako 1 mam wątpliwość logiczną, czy przymiotniki *dowolny* oraz *wybiórczy* nie wykluczają się podczas weryfikacji. Jeśli zaś zachowamy przymiotnik *dowolny*, to H3 zawiera się w H1. Tymczasem hipotezy 2, 4 i 7 mają charakter tez, których nie ma potrzeby sprawdzać, bo są prawdziwe przed badaniem, por.

– H2 – *newsy, w których kandydaci są postaciami pierwszoplanowymi (tzw. I kategoria newsów), bardziej sprzyjają kreowaniu wizerunku kandydatów, niż te, w których temat kandydatów występuje jako tło dla szerszego problemu (tzw. II kategoria newsów) i te, w których pojawia się jedynie krótka wzmianka o kandydatach (tzw. III kategoria newsów); – H4 – dla serwisu informacyjnego w okresie kampanii wyborczej właściwe jest, że wypowiadające się w nim osoby (nadawcy) spełniają różne funkcje w procesie kreowania wizerunku kandydata politycznego i wykorzystują do tego celu różne środki językowe;*

– H7 – w serwisach informacyjnych w okresie kampanii wyborczej dominują tzw. *personalny punkt widzenia* oraz *ukazywanie świata jako miejsca konfliktów, sporów i kontrowersji*.

Oceniam je jako aksjomaty, ponieważ do ich potwierdzenia wystarczą obserwacje każdego rodzaju komunikacji, każdorazowa tematyzacja wszelkich tekstów czy też powszechna wiedza o celach mediów masowych.

Część interpretacyjna pracy została zaprojektowana modułowo. Doktorant przyjął analogiczny opis newsa, który został wytypowany do argumentacji i weryfikacji hipotez. Pan Magister określa mianowicie ramę newsa, nazywa i podlicza zastosowane środki językowe z podziałem na figury, tropy i środki erystyczne. Następnie nazywa nadawców występujących w newsie i przydziela im indywidualne wyliczenia. Jeśli to potrzebne, cytuje fragmenty wiadomości na poparcie swoich racji dedukcyjnych. Jednostkę analityczną kończy podsumowaniem jakości oraz ilości figur, tropów i środków erystycznych przypisanych osobom występującym w newsie. Jest wszak w pomysł na opis newsów najpierw wynik, a potem objaśnienie. To przy lekturze wydaje się mało ekscytujące i zdradza efekt obserwacji już na początku omówienia.

Zwracam uwagę na pewne powtarzalne ryzykowne sformułowania.

Cytuję *Łącznie użyto 9 środków językowych (1 trop, 3 figury retoryczne, 2 chwyt erystyczne i 3 zabiegi argumentacyjne) – wszystkie zostały wykorzystane do kreacji wizerunku Dudy* (s.151). Zapewne środków językowych jest o wiele więcej, ale spośród poszukiwanych przez Autora było ich właśnie tyle.

Cytuję *Trzynastokrotnie występuje enumeracja, stosowana przede wszystkim przez prowadzącą i reportera, każdorazowo do wyliczenia czegoś* (s. 192) – nie udaje się w przyjętym instrumencie opisu newsów uciec od błędnych kół (znane przez znane). Enumeracja to wszak wyliczenie wyrażone jedynie metatekstowo w innym języku źródłowym.

Zastanawia news z 1.07., cytuję : *III etap kampanii „Fakty” – III kategoria (X news z 1.07.)*

Stosunek ramy do językowej kreacji wizerunku: Ta relacja jest newsem nieramowym – oznacza to, że w przypadku żadnej z ram nie uzyskano co najmniej 2 pozytywnych odpowiedzi na pytania badawcze (w przypadku tego materiału odpowiedź na każde pytanie była negatywna)(s. 201). Czy jest możliwy brak ramowania? Czy to jakoś świadczy o materiale? I jeszcze jedno zastanawia: zmieniają się ramy, a środki językowe są te same... Nie znalazłam odpowiedzi w wynikach badań.

Wybrany przez Doktoranta a więc ograniczony zestaw środków retorycznych uniemożliwia komentarz do takich wypowiedzi kreujących wizerunek, jak przykładowo ze s. 223, cytuję: *Odpowiadając na pytanie dziennikarki, czy był strażnikiem Konstytucji przez ostatnie pięć lat, sformułowaniem: „Oczywiście” stosuje panesię, z całym przekonaniem i szczerością przyznając, że w swojej opinii respektował i chronił zapisy Konstytucji w czasie trwania swojej kadencji.* Analiza wykonana instrumentarium Doktoranta ponosi w takich przykładach porażkę. Dzieje się tam sporo retorycznego, a instrumentarium nie może tego wydobyć. Podobna niewydolność instrumentarium zachodzi w stosunku do newsa ze s. 226, cytuję:

Na jego miejsce prezydent wyznaczył sędziego Sądu Najwyższego, profesora Aleksandra Stępkowskiego” przedstawia prezydenta ubiegającego się o reelekcję jako wypełniającego swoje obowiązki (kobieta podaje jedynie informację, że Duda wyznaczył nową osobę na stanowisko p.o. I prezesa SN – bez użycia zabiegów językowych, jest to jednak przejaw jego aktywności politycznej).

Doktorant zdecydował się na wybór instrumentu typu *petitio principii*, ale okazało się, że on niczego nie wnosi do wyników analizy. Czy da się obronić wartość wizerunkową tego sądu? Proszę o pomoc w tym zakresie.

Zwracam uwagę na ryzykowne interpretacje cytatów w cytatach. Zaszła taka na s. 350, cytuję: *Żona Trzaskowskiego wykorzystuje I środek językowy do kreowania wizerunku swojego męża. W zdaniu: „Nie wysłałam Stasia na komunię i nasze dzieci nie chodzą już na religię” z perspektywy grupy docelowej „Wiadomości” kobieta przedstawia rodzinę Trzaskowskich jako niewierzącą, mającą krytyczne podejście do Kościoła i religii, stosuje więc etykietowanie negatywne.* To zabieg, którego nie ma w instrumentarium Doktoranta – kontrast przez umieszczenie w kontekście, figura semantyczna a rebours, argumentum ad populum, nie zaś etykietowanie negatywne. W podsumowaniu jasne się stało to, co wykazywała lektura kolejnych (32) jednostek analitycznych – jakość użytych tropów, chwytów i figur jest porównywalna ze sobą w odniesieniu zarówno do stacji telewizyjnej, jak i beneficjentów tych określeń.

Chciałabym zapytać Autora podczas dyskusji nad dysertacją:

1. Czy coś zmieniło się od roku 2008, z którego to roku cytuję Pan co następuje

Przykładowo, większość naszej wiedzy na temat działań rządu, świata i biznesu, od szczybla narodowego aż po lokalny, pochodzi od rzeczników prasowych oraz innych przedstawicieli public relations, którzy reprezentują ważne źródła informacyjne.

2. w pewnym miejscu narracji pojawiają się nieśmiałe poglądy McCombsa wobec wiązania ramowania ze stereotypizacją. W jakim stopniu Doktorant widzi te nawiązania?

3. chcę zapytać o ustosunkowanie się do poniższego poglądu po przeprowadzonym badaniu własnym: (s. 84) *Według Cwaliny i Falkowskiego [2006: 177-189] można wyróżnić cechy, które powinien posiadać polityk idealny. Są to m.in.: szczerłość, uczciwość, stanowczość, koncentracja na „zwykłych ludziach”, bycie godnym zaufania, posiadanie wysokich standardów etycznych, umiejętność klarownego określenia wizji rozwoju kraju oraz skuteczność w jej realizacji*

4. proszę o uargumentowanie, kiedy, w jakich warunkach publicznych można mówić o autokreacji, a w jakich zaczyna się kreacja wizerunku osoby publicznej. Jakie są wyznaczniki rozgraniczenia tych dwu procesów komunikacyjnych?

Dostrzeżone błędy w pracy:

1. *Pojęcia naukowe zazwyczaj dają odbiorcy wskazówkę, z jakim zagadnieniem ma do czynienia, zawężają i konkretyzują temat. Teoria ramowania (framingu) jest jednak bardziej złożona. Pojęcia to nie teorie naukowe, a zatem zdania nie mogą być sobie przeciwstawne (jednak).*
2. *Liczne: w porównaniu do...*
3. s.171: *Tego pierwszego zaprezentowano jako człowieka niezainteresowanego sprawiedliwą rywalizacją i ignorującego Trzaskowskiego,*
4. s.208: *Łącznie użyto 32 zabiegów językowych*
5. s.268: *Łącznie użyto 62 zabiegów językowych (13 tropów, 26 figur retorycznych, 11 chwytów erystycznych oraz 12 zabiegów argumentacyjnych).*
6. s.279: *Łącznie użyto 72 zabiegów językowych (11 tropów, 34 figur retorycznych, 15 chwytów erystycznych i 12 zabiegów argumentacyjnych).*
7. s.310: *Łącznie użyto 3 zabiegów językowych (1 figury retorycznej, 1 chwytu erystycznego oraz 1 zabiegu argumentacyjnego).*
8. s.324: *Łącznie użyto 43 środków językowych (7 tropów, 21 figur retorycznych, 7 chwytów erystycznych i 8 zabiegów argumentacyjnych).*
9. s.362: *Nie zmienia to faktu, że przy pomocy epitetów wartościujących pozytywnie ...*

10. s.361 *Argumentacje niepełne (petitio principii) wystąpiły 16 razy, a opinie z uzasadnieniem zaledwie trzynastokrotnie* – sam autor wpadł w ramowanie, dając ten cytat czytelnikowi jako sugerujący myślenie w kategoriach, że 13 to mało. Matematyczne porównanie liczb jednak nie potwierdza tego kierunku wnioskowania.
11. s. 362 *Wśród figur retorycznych najczęściej wykorzystywano epitety wartościujące pozytywnie (51) i epitety wartościujące negatywnie (34). Świadczy to o tym, że choć w serwisie kreowano korzystny wizerunek kandydata KO, to jednak pojawiły się również wypowiedzi nacechowane negatywnie.* oraz s.413 *Kreowaniu wizerunku kandydatów dalszoplanowych, zarówno w „Faktach”, jak i w „Wiadomościach”, poświęcano bardzo mało czasu, środków językowych i ram (w audycji TVN-u nieco więcej, niż w serwisie TVP).* – zwracam uwagę na takie infantylne wnioskowanie. Nie powinno ono mieć miejsca w pracach aspirujących do naukowych.

Podsumowanie

Dysertacja mgr. Krzeczewskiego została przygotowana w oparciu o solidne zaplecze teoretyczne zaprezentowane w trybie stanu badań. Praca zawiera dobrze przemyślany, zebrany i wyselekcjonowany materiał analityczny. Interpretacje zostały wykonane zgodnie z opisaną procedurą z użyciem wybranego instrumentarium. W jego zakresie wnioskowanie co do prawdziwości/nieprawdziwości hipotez zostało w zdecydowanej większości przeprowadzone poprawnie. Rozprawa została zaprezentowana w kompozycji naukowych prac awansowych a jej komponenty nie wzbudzają zastrzeżeń. Doktorant wykazał się wiedzą o temacie, umiejętnością obierania metod badawczych oraz kompetencją językowego formułowania wyводу filologiczno-dedukcyjnego.

Wniosek

Biorąc pod uwagę zaopiniowane przeze mnie pozytywnie osiągnięcie badawcze pana mgr. Kacpra Krzeczewskiego, jakim jest przedłożona dysertacja Jego autorstwa, zwracam się do komisji o kolejny krok w czynnościach doktorskich. Tym samym dopuszczam mgr. Kacpra Krzeczewskiego do publicznej dyskusji nad rozprawą.

Anna Łoew

Ruda Śląska, 23 kwietnia 2025 roku