

Promotor: prof. dr hab. Bogusława Dobek – Ostrowska

Promotor pomocniczy: dr Grzegorz Kozdraś

Streszczenie rozprawy doktorskiej

mgr Jacek Nożewski

Użytkownicy mediów społecznościowych i ich aktywność informacyjna

Użytkownicy mediów społecznościowych nie są jednorodni. Ich możliwości wpływania na innych (*ang. influencers*) są większe lub mniejsze w zależności od zajmowanego miejsca w strukturze komunikacyjnej. Współistnienie mediów i użytkowników formalnie znanych jako odbiorcy w jednym obszarze serwisu społecznościowego wyzwała interakcje będące podstawą działania i kształtowania się struktury komunikacyjnej. Oba elementy – struktura i działanie stanowią podstawę niniejszej pracy. Użytkownicy budują strukturę – są jej podstawą, natomiast jej działanie wynika z interakcji pomiędzy nimi. Aktywność informacyjna jest więc rezultatem funkcjonowania użytkowników oraz wymiany przez nich przekazów o różnym charakterze – społeczne, kulturalne, polityczne itp. Aktywność informacyjna jest również działaniem mającym na celu poszukiwanie informacji oraz ich wykorzystywanie – najczęściej w postaci publikowania opinii na wybrane tematy oraz włączaniem się w dyskusje prowadzone przez innych użytkowników.

Konkretne zachowanie użytkowników nieprofesjonalnych uzależnione jest od informacji, które włączane są do obszaru komunikowania mediów społecznościowych przez dziennikarzy. Inny efekt wywoływać będą materiały rozrywkowe, inny poruszające tematy społeczne – rodzina, dom, bezrobocie, a jeszcze inny sprawy polityczne – decyzje podejmowane przez polityków, ustawy, działania rządu lub partii politycznych. Tym ostatnim autor poświęcił rozważania zawarte w niniejszej pracy. Polityka jest kategorią wzbudzającą bardzo dużo emocji wśród opinii publicznej. Kwestie związane ze służbą zdrowia, działalnością poszczególnych ministrów, bezrobociem lub finansami, a nawet kontrowersyjnymi decyzjami podejmowanymi przez rządzących wpływa najmocniej na kształtowanie się dyskursu publicznego, uzewnętrzniając ludzkie przekonania, sympatie lub antypatie. Wyróżnia się trzy wymiary, w których powinno być rozważane zagadnienie komunikowania politycznego: 1) wymiana komunikatów wewnątrz agendy politycznej – między politykami, 2) relacje między mediami i politykami, a także 3) komunikowanie o aktywności politycznej. Autor ograniczył

analizę aktywności użytkowników do ostatniego z przedstawionych poziomów. Powstały obszar badawczy przebiegający na osi: profesjonalści (media) – nieprofesjonalści (odbiorcy) ograniczył rozważania wyłącznie do relacji mediów i uznawane za słabe ogniwo komunikowania politycznego – audytorium.

Celem pracy jest dostarczenie kompleksowej wiedzy na temat współdziałania agendy medialnej i publicznej w serwisie Facebook. Tematyka ta obejmuje również rozważania dotyczące wpływu jaki wywiera określony typ newsa na zachowanie odbiorców. Na potrzeby zdiagnozowania zachowania informacyjnego użytkowników autor wprowadził kategoryzacje publikowanych materiałów ze względu na nasycenie sprawami politycznymi. Pozwoliło to sklasyfikować newsy pod względem tematyki oraz określić wpływ jaki wywierają na odbiorców. Dywersyfikacja danych ilościowych i jakościowych oraz rozdzielenie użytkowników na dwie grupy – profesjonalistów i nieprofesjonalistów podkreśliła znaczenie obu grup w tworzeniu struktury informacyjnej mediów społecznościowych.

Aby zaprezentować strukturę komunikacji w mediach społecznościowych oraz zasady jej działania, sporo miejsca w pracy poświęcone zostało określonym rozwiązaniom metodologicznym i technikom badawczym. Stworzona przez autora konstrukcja analityczna obejmowała empiryczne metody ilościowe, które stanowią podstawę przeprowadzonych badań oraz jakościowe. Równolegle były one poddawane analizie porównawczej, co w rezultacie umożliwiło określenie sposobu konstruowania nagłośnienia oraz dyskursu publicznego. Do analizy wybrano sześć czołowych polskich mediów, które równocześnie dystrybuują newsy o polityce w ramach platformy Facebook oraz posiadają oficjalne strony internetowe: TVN24 (tvn24.pl), TVP Info (tvp.info), *Gazeta Wyborcza* (wyborcza.pl), *Rzeczpospolita* (rp.pl), Onet.pl oraz Wirtualna Polska (wp.pl).

Wrocław, dnia 26.06.2018r.

Jarek Nojewski