

Olsztyn, 30 września 2024 r.

Prof. dr hab. Urszula Doliwa  
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

**Recenzja rozprawy doktorskiej Zuzanny Łapińskiej „Przemiany praktyk słuchania radia wśród kobiet. Studium przypadku” napisanej pod kierunkiem dr. hab. Mirosława Filiciaka, prof. Uniwersytetu SWPS**

Praca doktorska magister Zuzanny Łapińskiej dotyczy w szczególności praktyk słuchania radia. Jest to ciekawy i ważny temat, ponieważ, jak wynika z badań, wielu Polaków korzysta z radia codziennie, przez wiele godzin. Warto więc przyjrzeć się jaką rolę odgrywa ono w ich życiu codziennym. Analizuje Ona rynek radiowy i sposoby jego badania. Do prowadzonych badań ilościowych i jakościowych stara się wprowadzić komponent etnograficzny. Jest to zadanie ambitne – zamiast podążać utartymi szlakami badawczymi, Autorka postanowiła bowiem wytyczyć nowe.

Cel badania został jasno sformułowany i jest zgodny z tytułem i zakresem pracy. Pytania badawcze stawiane przez Autorkę dotyczą przede wszystkim rodzajów praktyk słuchania radia w zależności od miejsca słuchania. Autorka deklaruje także chęć przyjrzenia się potrzebom konkretnych słuchaczy zaspakajanych przez radio i scharakteryzowania roli tego medium.

W rozdziale pierwszym Autorka przedstawia radio jako przedmiot badań. Analizuje dostępną literaturę przedmiotu i przedstawia ustalenia innych badaczy. Niestety, czyni to bardzo pobieżnie. Koncentruje się na wybranych pozycjach autorów z Polski i jedynie w niewielkim stopniu omawia dorobek międzynarodowy w tym zakresie. Bardziej szczegółowo przedstawia jedynie ustalenia Marshalla McLuhana. Niestety, pomija przy tym jeden z bardziej istotnych wątków, który moim zdaniem jest warty podkreślenia w badaniach kanadyjskiego badacza. Zwraca on bowiem uwagę, że po wielu latach dominacji prowadzącej do odhumanizowania komunikacji związanej z kulturą druku, wraz z rozwojem radia nastąpił

powrót do kultury oralności, która dla człowieka jest bardziej naturalnym środowiskiem komunikacyjnym. Według McLuhana druk sprzyjał linearnemu myśleniu i indywidualizmowi, a radio daje szansę na bardziej wspólnotowe, zbiorowe doświadczenie, charakterystyczne dla kultury oralnej. Twierdził, że radio pozwala na silniejsze emocjonalne zaangażowanie odbiorcy, tworząc poczucie bliskości i intymności. Autorka w swojej pracy powieła też pewnego rodzaju mit, który funkcjonuje w literaturze przedmiotu. Dotyczy on słuchowiska radiowego o inwazji Marsjan *Wojna światów* i rzekomej paniki wywołanej jego emisją. W rzeczywistości Amerykanie wcale nie uciekali w hysterii przed atakiem Marsjan, taki obraz wydarzeń został wykreowany przez ówczesną prasę, która chciała przekonać opinię publiczną, że rozwój nowego medium może się okazać społecznie niebezpieczny.

Autorka w swojej pracy koncentruje się na kobietach jako słuchaczkach radia. Przegląd literatury przedmiotu w zakresie roli, jaką radio odgrywa w życiu kobiet, jest jednak pobieżny. Powołuje się co prawda na znaną badaczkę tej tematyki z Wielkiej Brytanii Caroline Mitchell, ale choćby z konstrukcji zdania (str. 40) wynika, że niezbyt dogłębnie poznała jej publikacje, pisze bowiem o niej jako o mężczyźnie „A słowa Mitchella o badaniach uczestniczenia kobiet w rynku radiowym tylko utwierdziły mnie w słuszności tej decyzji”.

W rozdziale drugim Autorka przybliża problem badań radiowych prowadzonych przez instytuty badawcze w Polsce. Choć bazuje ona na powszechnie dostępnych informacjach, uważam ten rozdział za bardzo cenny. Zebrała ona bowiem podstawowe dane na temat metodologii i zakresu prowadzonych badań w ujęciu historycznym i współczesnym.

Rozdział trzeci został zatytułowany „Etnografia jako metoda badania mediów”. Autorka odwołuje się do ustaleń innych naukowców, którzy badali praktyki korzystania z mediów. Z ich doświadczeń wyciąga istotne wnioski w zakresie projektowania własnych badań na temat radia. Przywołuje kilka interesujących projektów badawczych, pomija jednak bardzo istotną moim zdaniem pozycję sprzed kilku lat, napisaną przez Małgorzatę Lisowską-Magdziarz *Media powszednie. Świat mediów w codzienności*. Tymczasem autorka ta, badając praktyki korzystania z różnych mediów, poświęca też uwagę radiu jako medium pełniącemu unikatową funkcję w codziennym życiu. Warto by było zestawić wyniki badań uzyskane przez tę badaczkę z wynikami otrzymanymi przez Autorkę rozprawy.

Kolejny rozdział dotyczy badań pilotażowych. Umieszczenie tego rozdziału nieco zaskakuje. Analiza materiału badawczego wykracza bowiem poza formułę badań pilotażowych. Zostały one przeprowadzone na innej niż docelowa grupie badawczej. Wykorzystano je nie tylko do przemodelowania formuły badania głównego, ale potraktowano

je jako odrębne badanie, na podstawie którego można sformułować istotne wnioski. Bardziej zasadne byłoby więc moim zdaniem przeniesienie tego rozdziału do części analitycznej pracy.

Autorka analizuje też dane zastane, pochodzące z badań prowadzonych przez poszczególne instytuty badawcze: Gemius, Kantar Polska i Krajowy Instytut Mediów. Uzyskanie dostępu do tych surowych danych to sukces Doktorantki. Uważam też, że powrót do tych danych pierwotnych i analiza ich pod kątem poszerzenia wiedzy na temat korzystania z radia przez osoby z wybranej grupy docelowej jest dobrym pomysłem. Jedyne sposób ich omówienie jest nieco nużący, a przedstawione wykresy i tabele nie zawsze czytelne.

Badania ilościowe, jak słusznie zauważa Autorka, okazały się niewystarczające do trafego zdiagnozowania praktyk słuchania radia, więc zdecydowała się ona na przeprowadzenie badań etnograficznych, które stanowią główną część pracy. Z rozprawy możemy dowiedzieć się, że bardzo ważną rolę w projektowaniu badań odegrały wywiady z ekspertami marketingu dużych grup radiowych. Te rozmowy, zdaniem Autorki, pozwoliły zbudować plan projektu badawczego w taki sposób, aby zyskał on nie tylko teoretyczny wymiar, ale przede wszystkim praktyczny i wartościowy dla samych rozgłośni radiowych. Autorka deklaruje, że udało jej się przeprowadzić wywiady z trzema ekspertami z Agory, Eurozetu i Polskiego Radia. Specjaliści ci byli także członkami Komitetu Badań Radiowych. Niestety, Autorka nie podaje nam istotnych informacji dotyczących tego badania. Nie wiemy, kim były osoby, z którymi przeprowadziła wywiady, kiedy one zostały przeprowadzone, do pracy nie zostały dołączone transkrypcje tych rozmów. Stawia to pod znakiem zapytania ich wiarygodność i naukową przydatność. Muszę jednak przyznać, że uwagi przedstawione przez tych zanonimizowanych ekspertów, to jedna z ciekawszych części pracy.

W badaniu głównym wzięło udział 20 kobiet z wybranej grupy docelowej, z którymi przeprowadzono wywiady ustrukturyzowane. Dokonano również 6 obserwacji uczestniczących oraz utrwalono 6 nagrań zarejestrowanych przez osoby badane. Pomysł na takie poprowadzenie badań uważam za bardzo ciekawy i nowatorski. Doceniam również próbę wielokrotnej weryfikacji uzyskanych wyników poprzez nałożenie na siebie badań pochodzących z różnych źródeł: wywiadów, obserwacji i nagrań. Pozwoliło to na scharakteryzowanie sposobów i kontekstów korzystania z radia jako środka masowego przekazu, ale także odbiornika radiowego, którym w dzisiejszych czasach może być też komputer, tablet czy smartfon. Szczególną uwagę Autorka zwróciła na miejsca, w których z radia korzystamy najczęściej: samochód, dom i miejsce pracy. Pozwoliło to na sformułowanie interesujących wniosków.

Zostały one zebrane w rozbudowanym podsumowaniu. Autorka odnosi się w nim do wyznaczonych wcześniej celów. Stara się również udzielić odpowiedzi na sformułowane pytania badawcze. Wskazuje także na pewne kierunki, w jakich badania etnograficzne nad radiem mogłyby się rozwijać.

Autorka deklaruje, że chce przeciwdziałać niedoskonałościom pomiarów rynku radiowego. Odpowiedzią na te niedoskonałości mają być prowadzone przez Autorkę badania. Biorąc pod uwagę niewielką skalę prowadzonych badań, Doktorantka powinna jednak w sposób bardziej dojrzały wskazać na ograniczenia własnych badań. Na uwagę zasługuje jednak z pewnością charakterystyka praktyk słuchania radia kobiet z wybranej grupy docelowej w samochodzie, w domu i w miejscu pracy. Za cenny uważam również wprowadzony podział na kategorie werbalne i niewerbalne reakcji słuchaczy samochodowych (tabela 3). W kategoriach werbalnych zabrakło jednak moim zdaniem istotnego elementu jakim jest dialog podejmowany z pasażerami samochodu. Warta późniejszego wykorzystania jest też koncepcja podziału praktyk związanych ze słuchaniem radia na cztery podgrupy: nawyk, materialność, refleksję i społeczne rozumienie radia. Pierwsze dwie z nich Autorka zaliczyła do grupy praktyk nieurefleksyjnych, które trudno jest uchwycić w dotychczas prowadzonych badaniach.

Doktorantka nie formułuje w sposób jednoznaczny wniosków i porad przydatnych przedstawicielom stacji radiowych czy reklamodawcom, którzy chcieliby dotrzeć z przekazem do omawianej grupy docelowej za pośrednictwem radia. Uważam to za największy mankament prowadzonych badań. Skoro Autorka wskazuje, że jej badania mają wypełnić pewną lukę badawczą i pomóc stacjom radiowym w prowadzeniu świadomej działalności antenowej, powinna podać konteksty, w jakich jej badania mogą być wykorzystane. Należy jednak wziąć pod uwagę, że badania etnograficzne dotyczące korzystania z radia mają charakter pionierski. Wymagają dużo czasu, nie mogą być prowadzone na masową skalę, co utrudnia formułowanie jednoznacznych i wiążących wniosków.

Struktura pracy jest przejrzysta, nie jest jednak do końca logiczna. Części analityczne są często przemieszane z częściami teoretycznymi. Autorka dość sprawnie posługuje się językiem naukowym, zdarzają się jednak w pracy mniejsze lub większe usterki językowe. Elementy graficzne i zestawienia tabelaryczne stanowią istotne uzupełnienie wywodu.

Podsumowując, praca doktorska mgr Zuzanny Łapińskiej ma charakter nowatorski. Może stanowić istotną inspirację dla innych badaczy, którzy chcieliby prowadzić badania etnograficzne nie tylko w zakresie praktyk korzystania z radia, ale też innych mediów. Powstała na bazie prawdziwego zainteresowania Autorki badanym tematem, co pozwoliło Jej wnikliwie przedstawić omawiane zagadnienia. Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest oryginalne

rozwiązanie problemu naukowego. Na podstawie lektury rozprawy mogę też stwierdzić, że Kandydatka prezentuje ogólną wiedzę teoretyczną w dyscyplinie nauki o kulturze i religii i jest gotowa do prowadzenia samodzielnych badań. Praca spełnia więc kryteria nakreślone w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce dotyczące rozpraw doktorskich.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "A. Dolina".

Olsztyn, 30 września 2024 r.