

Dr hab. Ewa Domagała-Zyśk, prof. KUL

Katedra Pedagogiki Specjalnej

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Lublin, 30.06.2023

**Recenzja pracy doktorskiej mgr Mateusza Smieszka pt. Netnographic research
on social campaigns on You Tube as an area of the empowerment of people
with disabilities**

przygotowanej pod kierunkiem

promotora - dr hab. Beaty Borowskiej-Beszta, prof. UMK

oraz promotora pomocniczego - dr Tomasza Leszniewskiego

Integracja i inkluzja społeczna osób z niepełnosprawnościami jest istotnym, często badanym i analizowanym - ale ciągle zbyt słabo rozpoznany obszarem badań. Dotyczy to inkluzji we wszystkich aspektach, zarówno w obszarze postaw wobec osób z niepełnosprawnościami, inkluzyjnej komunikacji, dostępności we wszystkich jej przejawach, a także aktywności i uczestniczenia. Pomimo dość powszechnego przyjęcia Deklaracji Praw Osób Niepełnosprawnych (ONZ 2006), ciągle w wielu miejscach świata głos osób z niepełnosprawnościami jest zbyt słabo słyszalny a ich problemy uznawane za marginalne. Z tego powodu zamysł autora recenzowanej pracy doktorskiej uznaję za ze wszech miar słuszny. Potrzebna jest w dyscyplinie pedagogika praca badawcza, która w usystematyzowany i szczegółowy sposób nakreśli rolę i znaczenie mediów (szczególnie w kontekście kampanii społecznych) w budowaniu pozytywnego wizerunku osoby z niepełnosprawnością, podkreślania nie tylko trudności tej grupy osób - ale także mocnych stron, możliwości i talentów, którymi mogą oni wzbogacić społeczność, w których żyją, uczą się i pracują.

Formułując cel pracy Autor pisze, że chciałby zbadać i zrozumieć, w jaki sposób kampanie medialne służą wzmacnianiu osób z niepełnosprawnościami (s. 12). Każda kolejna strona pracy utwierdza czytelnika w przekonaniu, że cel ten jest realizowany skrupulatnie i konsekwentnie.

Recenzowana praca napisana jest w języku angielskim, obejmuje wraz z aneksami 382 strony i składa się z pięciu rozdziałów, które symetrycznie dzielą pracę na dwie części: pierwszą, obejmującą rozdziały pierwszy i drugi, w których zawarto wprowadzenie teoretyczne w problematykę dysertacji, przedstawiono zakres znaczeniowy używanych pojęć oraz przegląd literatury przedmiotu, oraz część drugą, w której omówiono metodologię własnych badań empirycznych oraz przedstawiono wyniki badań własnych, ich dyskusję i pochodzące z nich implikacje dla praktyki.

Uzasadnienie wyboru tematu pracy, wskazanie na tło znaczeniowe i metodologiczne opisane w rozdziale pierwszym uznaję za treści trafnie przedstawione na samym początku pracy. Jednocześnie nazwanie tekstu zamieszczonego na stronach 5-54 „Wprowadzeniem” (Introduction) jest pewnym umniejszeniem jego wartości. Część ta jest głęboko nasycona treściami, które Autor poznał dzięki szerokiej analizie literatury przedmiotu, przywołane zostały wszystkie najważniejsze postaci badaczy i aktywistów, które w obszarze wzmacniania i wspierania osób z niepełnosprawnościami odegrały ważną rolę w ostatnim stuleciu. Sugeruję zatem zrezygnowanie z nazywania tej części pracy „Wprowadzeniem”, a potraktowanie jej jako integralnej części głównego tekstu pracy.

Zamieszczone w rozdziale pierwszym definicje pojęć wykorzystywanych w pracy także uważam za bardzo potrzebny zabieg, który pozwala upewnić się - zapewne zarówno Autorowi jak i czytelnikom pracy - że opisują zjawiska w tym samym polu semantycznym. Oczywiście każde z przywołanych pojęć w zasadzie zasługuje na oddzielną monografię, zatem nie można mieć złudzeń co do wyczerpania zagadnienia, jednak Autor dokłada starań, aby przywołane pojęcia scharakteryzować krótko, syntetycznie, ale także w najbardziej pełny możliwy sposób. Zasadniczo potwierdzam wybór treści dokonanych przez Autora, sugeruję jednak uzupełnienie opisu pojęcia „disability” i powołanie się nie tylko na

klasyfikacje ICD-11 czy DSM-5, ale także szersze przywołanie International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF), w której w szczególności sposób podkreślane jest znaczenie analizy i opisu nie tylko zaburzeń i uszkodzeń struktur i funkcji organizmu, ale także zakresu ograniczeń doświadczanych przez osobę z niepełnosprawnością w obszarze aktywności i uczestniczenia.

Rozdział drugi (strony 55-128) obejmuje szczegółowo przygotowaną analizę literatury przedmiotu. Zwraca uwagę z jednej strony obszerność tej części, poświadczająca erudycję i dobre przygotowanie Autora do prowadzenia badań w wybranym obszarze - a z drugiej strony - wysokie kompetencje Doktoranta w obszarze dokonywania syntezy w zakresie przeglądu literatury przedmiotu. Rozdział ten składa się z trzech części. W pierwszej z nich Autor przywołuje główne teorie wykorzystywane w badaniach netnograficznych, przedstawiając zarówno ich zalety jak i krytykę, a także jednocześnie w przekonujący sposób uzasadniając ich wykorzystanie w przedstawionym w pracy doktorskiej projekcie badawczym. Jest to wyrazem dużej wrażliwości metodologicznej Doktoranta i upewnia czytelnika o ścisłym związku opisywanych teorii z projektem własnych badań empirycznych. W części drugiej rozdziału drugiego Autor dokonuje analizy zjawiska określanego angielskim słowem „empowerment”, które w zasadzie nie doczekało się polskiego tłumaczenia. W tej części pracy jej czytaniu towarzyszy refleksja dotycząca dobrej znajomości literatury obcojęzycznej przez Doktoranta i słuszności wyboru języka angielskiego jako języka, w którym została przygotowana praca doktorska, ale także swego rodzaju żalu, że prezentowane w rozdziale 2.3. treści nie są opisane w języku polskim, co miałyby duże znaczenie dla wzmocnienia dynamiki polskich badań tego fenomenu. Jako recenzentka wyrażam nadzieję, że w poprzednim zdaniu mogę wstawić frazę „jeszcze nie zostały opisane w języku polskim”, zachęcając Autora do publikacji tych lub podobnych treści w języku polskim. W ostatniej części rozdziału drugiego Autor prezentuje założenia i rolę kampanii społecznych dotyczących niepełnosprawności oraz internetu jako narzędzia o dużym znaczeniu w takich działaniach podejmowanych na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Ta część pozwala z kolei na wystawienie Autorowi wysokiej oceny w kategorii umiejętności prowadzenia badań o charakterze interdyscyplinarnym, ponieważ w wyraźny sposób przebija w nim nie tylko prosta

znajomość tematu, ale wiedza ekspercka z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.

Metodologia własnych badań empirycznych przedstawiona jest w rozdziale trzecim. Wskazano w nim na zastosowaną w badaniach metodę, model prowadzenia badań, określono pytania badawcze, opisano także metody i techniki zbierania danych. Autor uzasadnia także wybór określonych metod analizy zebranego materiału badawczego, wskazuje na aspekty etyczne prowadzenia badań netnograficznych w formule online oraz ograniczenia przyjętego modelu prowadzenia badań. Zasadniczo argumentacja Autora jest przekonująca i wskazuje na dogłębne przemyślenie modelu badań, który jest także mocno ugruntowany w dobrych praktykach prowadzenia podobnych badań w innych obszarach. W dalszych pracach nad upowszechnieniem wyników badań warto jednak przynajmniej częściowo zrezygnować z tak częstego wykorzystywania zdań w pierwszej osobie liczby pojedynczej (*in my project...* - p. 138, *in my netnographic research..* p. 137, *I implemented..* p. 137).

Na szczególne podkreślenie zasługuje rozdział 3.7., w którym przedstawiono metody analizy zebranych danych. Nie tylko utwierdza on czytelnika pracy doktorskiej w przekonaniu o słuszności przyjętego przez Autora modelu analizy danych, ale także czyni te kilkanaście stron modelowymi dla kolejnych prac netnograficznych. Zaproponowano sześć technik analizy danych, każdą z nich omówiono - z przywołaniem proponowanych wskaźników oraz ich uzasadnieniem, a także powołaniem się na dobre praktyki z wcześniejszych badań. Ta część pracy ma także charakter interdyscyplinarny, ugruntowujący w obszarze pedagogiki specjalnej model badań netnograficznych. Jednocześnie jest potwierdzeniem bardzo dobrej znajomości przedmiotu i podmiotu badań - Autor wielokrotnie w tym fragmencie daje wyraz swojej wrażliwości i szacunku dla osób z niepełnosprawnościami.

Rozdział czwarty liczy ponad 60 stron i zawiera - metodycznie, szczegółowo oraz wyjątkowo czytelnie przedstawione - wyniki analiz zebranego materiału badawczego. Autor dokonuje szczegółowej analizy 40 kampanii społecznych z lat 2012-2022, liczących 66 spotów. Analiza ma charakter formalny, wizualny i taksonomiczny. Materiałom przypisano także kody znaczeniowe, przeprowadzono

analizę tematyczną i analizę treściową. Sposób analizy danych jest poprawny i zasadniczo wyczerpuje zakładane cele. Warto jednak rozważyć także uzupełnienie analiz o kilka kolejnych elementów, które wynikają z ciągle poszerzających się możliwości naszego komunikowania się z osobami z niepełnosprawnościami, analizowania ich potrzeb a także poszukiwania bardziej adekwatnych sposobów odpowiadania na nie. I tak na przykład - w analizie formalnej spotów uwzględniono, czy opatrzone są one napisami (subtitles). Pogłębiając analizę warto jednak sprawdzić rodzaj przygotowanych napisów - czy są one tworzone automatycznie (zazwyczaj zawierają wtedy wiele nieścisłości językowych), czy też tworzone są w sposób dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnością słuchu i zawierają zapis nie tylko słów i zdań, ale także dźwięków np. *w oddali słychać jadącą karetkę, mężczyzna podśpiewuje pod nosem znaną melodię itp.* Jak wskazują doświadczenia osób niesłyszących i słabosłyszących, ważne jest nie tylko występowanie napisów w danym programie/spocie, ale także jakość ich przygotowania i uwzględnienia faktu, że są to napisy przygotowywane nie dla populacji ogólnej (np. obcokrajowców), ale właśnie osób niesłyszących/słabosłyszących. Przegląd materiału badawczego pokazuje, że w niektórych napisach pojawiają się błędy (np. „na prawdę” zamiast „naprawdę”), na jednym slajdzie pojawiają się na krótko długie frazy (np. liczące 10-12 wyrazów), nie zastosowano także zabiegów udostępniających materiał dla osób z dysfunkcją słuchu. Samo zatem stwierdzenie, że dany element występuje w kampanii - nie wyczerpuje zagadnienia jej dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. Warto także byłoby sprawdzić, czy w analizowanych materiałach z kampanii uwzględniono dostosowania dla innych grup odbiorców, np. możliwość wolniejszego odtwarzania materiału wizualnego i dźwiękowego, powiększania czcionki napisów oraz zmiany typu i koloru czcionki. Dopiero takie i tym podobne zabiegi sprawiają, że materiały medialne o osobach z niepełnosprawnościami - stają się prawdziwie dostępne dla różnych grup odbiorców z niepełnosprawnościami i zróżnicowanymi potrzebami komunikacyjnymi. Analizując z kolei fakt występowania w danym materiale medialnych usługi tłumaczenia na język migowy, warto nie tylko stwierdzić fakt pojawienia się tej usługi, ale również zapytać o jej jakość: typ rejestru językowego (np. czy jest to Polski Język Migowy, czy System Językowo-Migowy,

jeśli spot jest przygotowany dla danego regionu Polski - czy wykorzystywany kod językowy jest odpowiedni dla tego regionu), jaka jest jakość przygotowanego tłumaczenia. Warto także sprawdzić czy analizowane spoty opatrzone są możliwością skorzystania z usługi audiodeskrypcji (pojawia się ona w niektórych spotach automatycznie, jednak w większości filmów nie zaproponowano takiej możliwości).

Szczególnie cennym fragmentem analizy są wyniki kodowania i kategoryzowania. Analiza danych pozwoliła Autorowi na wyróżnienie 7 kategorii, określonych przez niego jako: świadomość niepełnosprawności, inkluzja, prawo i adwokatura, uczestniczenie oraz zmiany. Zasadniczo wskazane kategorie nie są dyskusyjne, z wyłączeniem ostatniej, która zdaje się być zbyt szeroka - i jednocześnie nierozłączna z poprzednimi. Analiza spotów i wyróżnionych kategorii może bowiem prowadzić czytelnika do konkluzji, że w zasadzie w każdej z poprzednich kategorii również pojawia się wątek zmiany: zmiany w zakresie poziomu świadomości dotyczącej niepełnosprawności, inkluzji osobistej i społecznej, zmian w zakresie prawa i możliwości adwokatury - samorzecznictwa czy też zmian w zakresie możliwości aktywności i uczestniczenia. Analiza tematyczna zebranego materiału zaowocowała z kolei wyróżnieniem ośmiu głównych tematów analizowanych kampanii. Zaproponowane tematy uznaję za spójne z treściami obecnymi w analizowanych materiałach. Analiza tematyczna prowadzona jest z dużym wyczuciem dla podmiotowości osób z niepełnosprawnością oraz partnerskim traktowaniem ich przez badacza. Być może warto w tym kontekście pominąć słowo „interestingly” (s. 217 - w opisie treści spotu dotyczącego relacji intymnych osoby z Zespołem Tourtetta).

Autor podejmuje się także analizy komentarzy dostępnych przy niektórych kampaniach (dotyczy to około połowy analizowanych spotów, ponieważ część z nich nie mogła być przez widzów komentowana). Komentarze zawierały treści pozytywne, wspierające zarówno działania medialne na rzecz osób z niepełnosprawnościami jak i same osoby, treści negatywne, treści dotyczące wzmacniania działań społecznych, współpracy i relacji społecznych, dzielenia się osobistymi doświadczeniami, roli kampanii społecznych jako narzędzi edukacyjnych oraz ich znaczenia w publicznej dyskusji nad niepełnosprawnością i

rolą osób z niepełnosprawnością w społeczeństwie. Te analizy są istotnym uzupełnieniem wcześniejszych, natomiast zabrakło w nich - choć z pewnością byłoby to trudne - analiz komentarzy wyrażanych przez same osoby z niepełnosprawnościami. Innymi analizowanymi elementami kampanii są promujące je slogany oraz krótkie opisy umieszczane przy filmach na platformie internetowej. W tym zakresie ciekawe byłoby nie tylko przeanalizowanie ich treści, ale także wskazanie pewnych tendencji zmian czasowych. Analizowany materiał pochodzi bowiem z lat 2012-2022 i niektóre treści, które mogłyby zostać uznane za nowatorskie jedenaście lat temu, dzisiaj zdają się być nieadekwatne, a nawet w pewnym stopniu infantylizujące i uprzedmiotowiające osoby z niepełnosprawnościami.

Pracę zamyka rozdział piąty, w którym zawarto dyskusję wyników, konkluzje i rekomendacje. Autor, konsekwentnie realizując założone cele, w tej części pracy odpowiada syntetycznie na pytania badawcze. Na szczególną uwagę zasługują analizy pytania nr 9, w którym autor wskazuje na elementy, których w analizowanych kampaniach zabrakło. O ile można z pewną dozą zrozumienia usprawiedliwić brak tych elementów w kampaniach sprzed dziesięciu lat, o tyle brak zagadnień dotyczących edukacji, praw obywatelskich czy współpracy międzynarodowej we współcześnie realizowanych spotach może być traktowany jako ważne niedopatrzenie. Autor także jest tego świadomy, stąd zapewne wynika wskazanie w ostatniej części pracy zarówno ograniczeń obecnych badań, jak też wskazanie na przyszłe perspektywy badawcze i działania o charakterze edukacyjnym, które warto podjąć w kontekście realizacji przyszłych kampanii medialnych.

Praca jest bardzo starannie przygotowana pod względem edycyjnym i językowym. Uporządkowania wymaga jednak kwestia używania w tekście imion autorów: Autor pracy czasem podaje ich imiona, jak np. Mike Olivier (s. 6), Bengt Nirje (s.7), a czasem nie - np. Bąbka (s. 6), Freire (s. 8)) i in.

Konkluzja

Lektura rozprawy doktorskiej mgr Mateusza Śmieszka, połączona z koniecznym w tej pracy zapoznaniem się z szeregiem materiałów wizualnych jest pouczającym

doświadczeniem: pozwala na uporządkowanie wiedzy w zakresie medialnego postrzegania niepełnosprawności, ale też prowadzi do niezbyt optymistycznych wniosków o ogromie pracy, jaka w tym obszarze powinna być jeszcze wykonana, aby głos - prawdziwy, autentyczny głos osób z niepełnosprawnościami - był lepiej słyszalny. Narzędzia medialne, w tym także inne niż analizowana w ocenianej pracy doktorskiej platformy społecznościowe mogą być znakomitym narzędziem przekazu treści, które będą budować obraz osoby z niepełnosprawnością nie tylko jako tej, która jest zmuszona prosić o wsparcie (np. w kampaniach mających na celu zebranie funduszy na określony cel) lub uznanie praw, które w niepodważalny sposób przysługują każdej osobie (np. prawo do rodzicielstwa) - ale jako osoby, która stawia sobie i realizuje ambitne cele (w tym także edukacyjne i zawodowe) i realizuje marzenia na miarę tych, które mają inne osoby w jej wieku (bez elementu paternalistycznego, często obecnego w nagraniach). Zapewne także interesujące i potrzebne byłoby przeanalizowanie obecności osób z niepełnosprawnościami nie tylko w kampaniach dedykowanych niepełnosprawności - ale także np. kampaniach rekrutacyjnych na studia, do pracy czy w zakresie turystyki - gdzie osoby z niepełnosprawnościami wystąpią obok innych osób, a ich niepełnosprawność nie będzie elementem różnicującym. W pracy doktorskiej mgr Mateusza Śmieszka dostrzegam zatem skuteczne i samodzielnie poprowadzone rozwiązanie problemu badawczego, ale także potencjał prowadzenia podobnych badań w nowych obszarach integracji i inkluzji społecznej.

Biorąc pod uwagę wskazane zalety recenzowanej pracy i poczynione uwagi, w konkluzji stwierdzam, że dysertacja mgr Mateusza Śmieszka pt. Netnographic research on social campaigns on You Tube as an area of the empowerment of people with disabilities spełnia wymagania stawiane rozprawom doktorskim i tym samym wnoszę o dopuszczenie mgr Mateusza Śmieszka do dalszych etapów przewodu doktorskiego. Jednocześnie - biorąc pod uwagę wysoką wartość naukową dysertacji dla dyscypliny pedagogika - wnioskuję o jej wyróżnienie.