

dr hab. Marta Juza, prof. UKEN
Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii

Recenzja pracy doktorskiej

pt. *Budowa i funkcjonowanie radia finansowanego przez słuchaczy. Analiza społeczności odbiorców radia 357*

przygotowanej przez mgr. Piotra Chmielewskiego
pod kierunkiem dr. hab. Patryka Gałuszki, prof. UŁ
s. 342

Uwagi wstępne

Przedstawiona mi do recenzji rozprawa doktorska mgr. Piotra Chmielewskiego prezentuje bardzo ciekawe studium przypadku internetowego Radia 357, finansowanego przez społeczność słuchaczy w systemie crowdfundingowym. Już sam ten sposób pozyskiwania środków na utrzymanie i rozwój stacji, wymuszający specyficzny sposób zarządzania nią i utrzymywania relacji z grupą swoich odbiorców-patronów, stanowi ewenement – jak sam Autor zauważa – być może nawet w skali światowej, co w naturalny sposób przyciąga uwagę socjologa. Jest to zarazem przykład radia, czyli modelowego „starego” medium, działającego jednak za pośrednictwem infrastruktury nowych mediów (internetu), co stanowi przejaw charakterystycznego dla współczesnego świata medialnego zjawiska konwergencji. Przypadek ten jest jednak jeszcze bardziej szczególny, gdyż w jego tle rozgrywają się doniosłe wydarzenia polityczne, które w pewnym sensie doprowadziły do powstania tej rozgłośni radiowej. Wszystko to otworzyło przed Doktorantem perspektywę do podjęcia badań socjologicznych w unikatowym obszarze, którą to okazję wykorzystał on w sposób satysfakcjonujący, choć nie bez pewnych potknięć, do których odniosę się w dalszej części recenzji.

Podjęcie Autora do tego tematu wydaje mi się równie nietuzinkowe, co sam ten temat; zarazem uważam je za trafne i bardzo płodne poznawczo. Przede wszystkim Autor nie ulega pokusie analizy badanego przypadku przez pryzmat wspomnianych zawirowań politycznych i towarzyszącej im medialnej kakofonii, co w nieuchronny sposób wpisałoby tę pracę w bieżący konflikt polityczny kosztem naukowej rzetelności; nawiasem mówiąc, Doktorant stara się opisać sytuację, która doprowadziła do powstania Radia 357, w sposób maksymalnie wyważony i wolny od wartościowania, co zasługuje w mojej opinii na duże

uznanie. Centralnym punktem zainteresowania mgr. Chmielewskiego stała się zatem nie geneza Radia 357 ani jego polityczny profil, lecz społeczność odbiorców i zarazem sponsorów (patronów) tej rozgłośni oraz wyjątkowy sposób funkcjonowania tak finansowanej firmy, co jest może mniej ekscytujące z polityczno-medialnej perspektywy, ale z pewnością bardziej wartościowe socjologicznie.

Podczas swoich badań Doktorant przyjmuje perspektywę teorii ugruntowanej, jak również towarzyszącego jej podejścia etnograficznego; nie formułuje zatem zasadniczego problemu badawczego ani hipotez, tylko trzy szerokie pytania badawcze wyznaczające ogólny kierunek analizy. Wydaje mi się to w tym przypadku wyborem najbardziej trafnym, gdyż operuje się tu na obszarze nowym, nietkniętym dotąd przez badania socjologiczne, wobec którego trudno o sformułowanie jakichś naukowo uzasadnionych założeń. Przyjęcie takiego podejścia do badań jest jednak niezwykle wymagające, gdyż badacz musi zebrać bardzo szeroki materiał badawczy. Także z tego zadania mgr Chmielewski wywiązał się w sposób imponujący, gromadząc materiały publicystyczne dotyczące genezy Radia 357, emitowane przez rozgłośnię audycje oraz inne oficjalne komunikaty, dane z obserwacji, tysiące wypowiedzi na forach internetowych i w mediach społecznościowych i wreszcie kilkadziesiąt wywiadów pogłębionych z osobami związanymi z radiem (patroni, pracownicy, mecenasi).

Wszystkie te przesłanki – przedmiot badań (społeczność), perspektywa teoretyczna i metodologiczna, ogrom materiału – świadczą jednoznacznie o dużej samoświadomości i dojrzałości badawczej Doktoranta.

Konstrukcja i strona formalna pracy

Zastosowana przez Doktoranta konstrukcja pracy jest równie niestandardowa jak sam przedmiot badań oraz przyjęte podejście analityczne. Pierwszy rozdział dysertacji (nie licząc Wprowadzenia) poświęcony jest bowiem nie – jak to zwykle bywa – historii omawianego przypadku ani rozważaniom teoretycznym, ale metodologii badań. Jest to jednak zabieg przemyślany, spójny z przyjętym w pracy paradygmatem teorii ugruntowanej. Ustawia to perspektywę prowadzonej analizy: na pierwszym miejscu jest gromadzenie materiału badawczego.

Kolejne trzy rozdziały mają charakter teoretyczny i dotyczą odpowiednio pojęcia społeczności w socjologii, radia jako medium, także w dobie konwergencji, oraz zjawiska crowdfundingu. Teoria została więc tu niejako podporządkowana celom badawczym, miała stać się w gruncie rzeczy użytecznym narzędziem wykorzystywanym w procesie badawczym;

niejako w zgodzie ze znaną maksymą, że nie ma nic bardziej praktycznego niż dobra teoria. Można mieć tu jednak pewne wątpliwości, czy jest to faktycznie teoria dobra, do czego odniosę się w dalszej części recenzji.

Dopiero w szóstym rozdziale następuje opis wydarzeń, które doprowadziły do powstania Radia 357. Jest to moim zdaniem logiczny układ: po przedstawieniu perspektywy badawczej i teorii następuje przejście do części analitycznej, a wstępem do niej jest przedstawienie genezy omawianego zjawiska. Dalej następuje pięć rozdziałów poświęconych analizie danych uzyskanych podczas badania, i dotyczą one kolejno: kształtowania się społeczności Radia 357, funkcjonowania tej rozgłośni, charakterystyce tej społeczności, rytuałom wspólnototwórczym w jej obrębie oraz miejsca patronów w zarządzaniu stacją. Część analityczna zajmuje więc ponad połowę tej obszernej pracy. Nasuwa mi się tu pewna wątpliwość, czy materiał badawczy zebrany przez Doktoranta nie był jednak zbyt bogaty. Może należało zatrzymać się w zbieraniu danych w momencie, gdy kolejne informacje nie wносиły już niczego nowego? Ta część pracy obfituje bowiem w powtórzenia, kolejne podobne do siebie cytaty, obserwacje i wnioski, np. na temat obecności radia w życiu codziennym patronów, a rozumiem, że żal było z czegoś zrezygnować. Odbija się to negatywnie na płynności wywodu. W lekturze nie pomaga też bardzo nieczytelny system kodowania analizowanych materiałów, np. kodów osób badanych, które zostały przyznane według klucza znanego chyba tylko Autorowi. Szkoda też, że niektóre wątki nie wybrzmiały wyraźniej. Dotyczy to np. odpowiedzi na pytanie, jak (i czy w ogóle) może efektywnie, na dłuższą metę, funkcjonować firma finansowana w dużej mierze przez kilkadziesiąt tysięcy podmiotów, które mają różne, a niekiedy sprzeczne oczekiwania (co Autor świetnie pokazał na przykładzie oburzenia jednych na promocję wegetarianizmu, a innych na zachęcanie do jedzenia mięsa), jak w warunkach niepewności co do ciągłości finansowania podejmowane są decyzje dotyczące długoplanowej polityki, strategii i przyszłości firmy, jak opracowuje się plany finansowe, kto ponosi za nie odpowiedzialność itd. Teoretycznie poświęcone temu zagadnieniu (trochę zresztą przegadane) rozdziały 8 i 11 nie wyjaśniają tego, relacjonują jedynie sprzeczne oczekiwania, negocjacje i konflikty pomiędzy różnymi podmiotami zaangażowanymi w działanie stacji, dotyczące tego, czym właściwie ma ona być i w jakim kierunku się rozwijać. Pozostawia to wrażenie, że funkcjonowanie tej stacji opiera się na czymś w rodzaju zinstytucjonalizowanej prowizorki, że trwa ona w permanentnym chaosie decyzyjnym, od kryzysu do kryzysu oraz w nieustannym sporze pomiędzy kadrą zarządzającą i patronami, jak również słuchaczami-patronami pomiędzy sobą. Nie jestem pewna, czy o to Autorowi chodziło.

Ocena merytoryczna pracy

Jak głosi tytuł rozprawy mgr. Chmielewskiego, ma ona na celu „analizę społeczności odbiorców Radia 357”. To dobrze, że mgr Chmielewski poświęcił osobny rozdział teoretyczny pojęciu społeczności, nie poprzestając na założeniu, że „wszyscy wiedzą”, jak rozumieć to modne słowo, jak to niestety często bywa w przywołujących je tekstach analitycznych, w tym także niestety socjologicznych. Jednakże pojawia się tu także pierwsza wątpliwość: kto mianowicie znajduje się w obrębie interesującej Autora społeczności? W pracy można bowiem odnaleźć różne odpowiedzi na to pytanie. Najczęściej jest to zbiór patronów, czyli osób finansujących rozgłośnie (jak w Pytaniu 2), ale bywa to też zbiorowość odbiorców (jak w tytule), ludzi zainteresowanych losami stacji, interesariuszy i osób formalnie z nią powiązanych („społeczność Radia 357”, jak w tytule rozdziału 7) lub też uważających samych siebie za członków tej społeczności – a wszystkie te zbiory nie muszą się pokrywać, choć niewątpliwie istnieje ich znacząca część wspólna. Na jakiej podstawie Autor zalicza więc do jednego zbioru grupy tak różne jak „milcząca większość” (płacąca i nie wiadomo, na ile zainteresowana), wierni fani stacji (płacący i zainteresowani), rozzarowani (niektórzy już nie płacący, ale nadal zainteresowani), a wyklucza „gapowiczów” ([jeszcze] nie płacący, ale [być może] zainteresowani)? Czy łączy je kryterium obiektywne (jakie?), czy subiektywne (wątpliwe, bo grupy te są często w opozycji wobec siebie)? I co to jest właściwie za zbiór?

I tu właśnie bardzo praktyczna byłaby dobra teoria odnosząca się do pojęcia społeczności, ale niestety przywoływane przez Autora teorie nie spełniają tej funkcji. Rozdział 2.1 zawiera przegląd literatury dotyczącej wspólnot i społeczności, ale z przedstawionego tam zestawu użyteczne są jedynie ujęcia Benedicta Andersona i Anthony’ego Cohena, a więc nie są to nawet koncepcje socjologiczne. Jest to jednak przegląd solidny, choć dosyć szkolny; są tam niezbędne odwołania do socjologicznej klasyki przedmiotu, od Tönniesa do Baumana, ale nie mają one większego przełożenia na badane kwestie. Pojawiają się za to wątki zupełnie to zbędne, np. kryzysu wspólnoty w miastach. Brakuje natomiast ujęć stricte socjologicznych, które mogłyby znaleźć zastosowanie w badaniach, np. Floriana Znanieckiego.

Dużo gorzej jest niestety w kolejnym podrozdziale, poświęconym społecznościom internetowym. Doktorant przywołuje tam bowiem literaturę bardzo leciwą, z początków XXI wieku, a niekiedy nawet z lat 80. XX wieku, czyli opisującą stan, którego od dawna już nie ma. Wynika to oczywiście z tego, że nowsze teksty nie powstają, a to dlatego, że w

dzisiejszym zindywidualizowanym i usieciowionym społeczeństwie życie społeczne rozgrywa się nie tyle w grupach / wspólnotach / społecznościach („pudełkach” wedle określenia Barry’ego Wellmana), ile w luźnych, amorficznych sieciach społecznych (Autor chyba nie jest tego świadomy, bo miesza i utożsamia zagadnienia więzi społecznych i społeczności, tak jakby zakładał, że życie społeczne musi rozgrywać się w społecznościach, a tak już nie jest, i to od dawna). Proces ten napędzają media, które w języku polskim powinny być nazywane sieciowymi (social networks) bądź społecznymi (social media), a nazywane są myląc społecznościowymi. Uwaga badaczy przeniosła się zatem z zapośredniczonych internetowo grup na wspomagane tymi mediami efemeryczne układy społeczne, których konceptualizacja oscyluje wokół modelu indywidualizmu sieciowego. Wszystko to nie są jednak pojęcia, które mogłyby być użyteczne w opisie zbiorowości patronów czy słuchaczy Radia 357.

Wszystkie przywołane w rozdziale 2 teorie nie mogą więc stać się „praktycznymi teoriami”, co prawdopodobnie przyczynia się do problemów Autora z jednoznacznym określeniem, czym jest i kogo obejmuje społeczność, którą on analizuje. W dodatku rozdział ten w tytule mówi o „społeczności odbiorców”; tymczasem zbiorowości osób po prostu oglądających czy słuchających jakiegoś kanału mediów masowych właściwie nie da się nazwać społecznością z punktu widzenia jakiegokolwiek teorii socjologicznej. Widać to zresztą w odniesieniu do typologii zbiorowości odbiorczych przedstawionej na s. 69 – żadnej z nich nie sposób nazwać społecznością w socjologicznym rozumieniu. W socjologii są one raczej konceptualizowane jako masa społeczna, w najlepszym razie kategoria społeczna. Domyślam się jednak (choć nie jest to wyraźnie napisane), że Autorowi chodzi nie tyle o masę odbiorczą, ile o grupę prosumentów zaangażowanych w życie tej stacji, także finansowo. Czy można ją nazwać społecznością? Zdecydowanie tak, i Autor miał tu słuszną intuicję, ale raczej nie w świetle przywołanych tu teorii. Czy są społecznością internetową? Niekoniecznie, choć życie tej społeczności rozgrywa się w dużej mierze w kontekście internetu, jest on jednak bardziej narzędziem usprawniającym jej działanie niż ośrodkiem jej życia. Brakuje tu użytecznych narzędzi teoretycznych, które mogłyby być tu wykorzystane; z pewnością nie są nimi teorie sprzed dwudziestu lat odnoszące się do rzeczywistości już minionej.

Wyżej oceniam natomiast rozdziały 3-5 poświęcone mediom. Są tu przywołane wszystkie istotne kategorie: od mediów masowych poprzez nowe media, aż po nowe nowe media i media społecznościowe. W satysfakcjonujący sposób omówiony został proces konwergencji mediów i kluczowej roli, jaką odgrywa w nim internet. Rozdział 3 charakteryzuje radio najpierw jako medium masowe, a następnie podlegające procesowi

konwergencji i korzystające na różne sposoby z możliwości, jakie daje internet. Rozdział 4 kontynuuje wątek konwergencji, skupiając się jednak bardziej na zmieniającej się roli odbiorcy i przesuwaniu się jej w kierunku prosumentyzmu. Po lekturze tych rozdziałów, a także po zapoznaniu się z wnioskami z badań mgr. Chmielewskiego, nasunął mi się paradoksalny wniosek, że w działalności radia jako medium musiało zmienić się (w procesie konwergencji) wszystko, aby w dużej mierze nie zmieniło się nic: radio nadal jest często medium słuchanym przez biernych odbiorców, dla których stanowi ono element wpleciony w życie codzienne. „Często” oznacza jednak „nie zawsze” i właśnie to „nie zawsze” jest najciekawsze i najbardziej interesuje Doktoranta, dając mu okazję do powzięcia ciekawych eksploracji socjologicznych.

Rozdział 5 jest natomiast poświęcony zjawisku crowdfundingu i stanowi bardzo solidny przegląd różnych jego ujęć teoretycznych. Opisane zostało znaczenie internetu w organizowaniu obecnie zbiorów pieniędzy. Część tego przeglądu literatury została przesunięta do aneksu, co uważam za zabieg uzasadniony, w treści pracy taka wyliczanka nie służyłaby płynności wywodu, ale jej brak mógłby z kolei narazić Autora na zarzut braku wiedzy na ten temat, kluczowy przecież w odniesieniu do problematyki pracy. Doktorant w tych rozdziałach wykazał się dużą wiedzą, którą następnie z powodzeniem wykorzystał w części analitycznej. Na tym rozdziale kończy się część teoretyczna. Zabrakło mi w niej koncepcji teoretycznych dotyczących zarządzania, kolejnej „dobrej teorii”, która okazałaby się praktyczna. Brak ten jest o tyle dojmujący, że w pracy jest to bardzo istotny wątek, pojęcie zarządzania pojawia się wielokrotnie w treści rozprawy, także np. w Pytaniu 1. I podobnie jak w przypadku braku „dobrej teorii” na temat społeczności, tak też tutaj ten brak odbija się negatywnie na wnioskach. Zapewne dlatego wywód w poświęconym zarządzaniu stacją współfinansowaną przez słuchaczy trochę „buxsuje”, na co zwróciłam uwagę we wcześniejszych partiach recenzji.

Mam też zastrzeżenia do Pytania 3, gdyż nastąpiło tu pewne pomylenie pojęć. Autor pisze w nim o władzy, jednak zjawisko, które poddaje analizie, nie ma nic wspólnego z władzą w rozumieniu socjologicznym. Przypomnę, że wedle różnych socjologicznych ujęć władzy, od Webera po Foucaulta, władzę sprawuje się nad kimś (osobami, grupami, kategoriami). Tymczasem Autorowi wyraźnie chodzi o decyzje dotyczące kształtu i rozwoju firmy, czyli o zarządzanie właśnie. Nie ma tu wprawdzie żadnego odwołania się do definicji władzy, ale nawet trudno czynić z tego zarzut, gdyż nie są one tu potrzebne. Tylko dlaczego Autor nietrafnie posłużył się tym pojęciem w formułowaniu zamysłu badawczego? Może gdyby spróbował je skonceptualizować na potrzeby swoich badań, to zorientowałby się, że

ono tu nie pasuje? Znów tu zatem wracam do braku „dobrej teorii” zarządzania, który skutkuje słabościami w analizie tej części pracy, konkretnie w rozdziale 11 poświęconym problemom decyzyjności w Radiu 357.

Podsumowanie i konkluzja

Mimo licznych uwag krytycznych, jakie zamieściłam w niniejszej recenzji, uważam rozprawę mgra Chmielewskiego za interesującą i wartościową pozycję naukową. Doceniam też niezwykłą wręcz pracowitość i refleksyjność Doktoranta i jestem przekonana, że w przyszłości przełoży się to na wartościowe dokonania naukowe. Swoją pozytywną ocenę opieram przede wszystkim na zamyśle jego projektu badawczego: poświęcenia uwagi nie tyle samej tej rozgłośni radiowej i towarzyszącego jej kontekstowi politycznemu, ale społeczności odbiorców, przyjęcia perspektywy teorii ugruntowanej i konsekwentnym trzymaniu się wynikającej z niej linii analitycznej, zebraniu olbrzymiego materiału badawczego i drobiazgową jego analizę. Moje zastrzeżenia dotyczą przede wszystkim kwestii teoretycznych. Uważam, że zdecydowanie warto uzupełnić określone braki i doprecyzować pewne kwestie, przeprowadzić ponownie analizę z użyciem „dobrych teorii”, a następnie rozważyć publikację pracy w formie książkowej. Dlatego też uważam, że przedłożona mi do oceny rozprawa spełnia w stopniu ogólnie zadawalającym wymogi, stawiane w naszym systemie akademickim pracom doktorskim. W związku z tym wnoszę o dopuszczenie mgra Piotra Chmielewskiego do publicznej obrony.

Kraków, 22.02.2026