

dr hab. Andrzej Kiciński

Kierownik Katedry Katechetyki Szczegółowej i Współczesnych Form Przekazu Wiary
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Diany Puchalskiej
pt. *Media społecznościowe a zjawisko ekshibicjonizmu społecznego w
pokoleniach Z oraz Baby Boomers***

Rzeszów: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej 2024
[wydruk komputerowy ss. 252]

Punktem wyjścia rozprawy doktorskiej mgr Diany Puchalskiej jest uzasadnione stwierdzenie, że w erze cyfrowej media społecznościowe stały się istotnym elementem codziennego życia, co sprawia, że analiza ich wpływu na zachowania ludzi staje się ważnym zagadnieniem. Platformy takie jak Facebook, Instagram, X (dawniej Twitter) oraz TikTok przekształciły sposoby komunikacji i wymiany informacji, stając się również narzędziami umożliwiającymi budowanie tożsamości, autoprezentacji i tworzenia relacji społecznych, ale także mają swoją niebezpieczną rolę. 28 listopada 2024 r. Australia jako pierwszy kraj na świecie zakazał mediów społecznościowych nastolatkom. Gazeta *Rzeczpospolita* odnotowała, że 77 proc. Australijczyków popiera zakaz korzystania przez nastolatków z mediów społecznościowych i podkreśla, że przepisy nakazują administratorom Facebooka, Instagrama (koncern Meta) oraz TikToka wprowadzenie rozwiązań, które powstrzymają osoby nieuprawnione przed korzystaniem z tych serwisów, pod groźbą grzywny sięgającej 49,5 mln dolarów australijskich (ok. 32 mln dolarów). Ustawa o minimalnym wieku korzystania z mediów społecznościowych czyni z Australii przyczynek badawczy w przyjmowaniu przepisów, które mają ograniczyć negatywne skutki korzystania przez nieletnich z serwisów takich jak Instagram czy TikTok. W recenzowanej pracy – słusznie – były wykluczone osoby niepełnoletnie (s. 139), ale wiemy, że to one uczą się komunikacji od dorosłych. Specjalistyczne badania naukowe poświęcone komunikacji dorosłych są więc z naukowego punktu widzenia nie tylko uzasadnione, ale wręcz konieczne, aby zrozumieć jakie wzorce komunikacji są dziś obecne w mediach społecznościowych.

Problem badawczy i struktura pracy

Problemem badawczym jest próba określenia poziomu ekshibicjonizmu społecznego w mediach społecznościowych, z uwzględnieniem różnic pokoleniowych i płciowych, analizując pokolenia Z i Baby Boomers (s. 6). Nie było to łatwe ze względu na trwający proces poszukiwań odpowiedzi na pytanie: jak rozumiemy sam „ekshibicjonizm społeczny”? Są

przywołane koncepcje E. Goffmana, A. Giddensa czy L. Festingera, które są pionierskie, ale naświetlają tylko pewien obszar budowania teorii tożsamości społecznej.

Jesteśmy jednak przyzwyczajeni do pojęcia ekshibicjonizm – jako zaburzenia preferencji seksualnych. W Międzynarodowej Klasyfikacji Chorób ICD-10 mamy definicję, że „ekshibicjonizm polega na okresowo nawracającej lub stałej tendencji do eksponowania narządów płciowych obcym osobom (zwykle przeciwnej płci) lub osobom przebywającym w miejscach publicznych, bez dążenia do bliższego kontaktu. W czasie odsłaniania występuje zwykle, ale nie zawsze, podniecenie seksualne, a potem często następuje masturbacja” (F65.2). W nowej klasyfikacji ICD-11 znajduje się już jednostka związana z zaburzeniami osobowości. Po polsku jest to trudność osobowościowa – problem traktowany nie jako zaburzenie, a jako pewien czynnik, który może utrudniać budowanie relacji i może wpływać na stan zdrowia. Będzie to rozpoznanie stawiane u pacjentów, którzy w związku ze swoimi nieadaptacyjnymi cechami osobowości doświadczają trudności w życiu, ale jednocześnie nie spełniają kryteriów diagnostycznych dla „typowych” zaburzeń osobowości. To rozpoznanie również będzie mogło być uzupełnione w razie potrzeby o dominującą cechę. Dlaczego ten dłuższy wywód medyczny? Po pierwsze nowe ICD-11 nie tylko dla medycyny, a także dla nauki o komunikacji społecznej może mieć dobry wpływ, bo większość zaburzeń osobowości i tak ma charakter mieszany. Niektórym jest bliżej do tego, żeby zamiast zastanawiać się nad tym, jaką „etykietkę” dać danemu pacjentowi, bardziej skupić się na tym, w jakim stopniu to utrudnia mu realne funkcjonowanie i jaka terapia będzie dla danej osoby najkorzystniejsza także w zakresie komunikacji z innymi. Po drugie gdy w literaturze przedmiotu brakuje jednoznacznej, wyczerpującej definicji pojęcia „ekshibicjonizmu społecznego”, mimo że samo zjawisko „ekshibicjonizmu” jest obecne szczególnie w literaturze zagranicznej dotyczącej zachowań w mediach społecznościowych to oryginalna praca doktorska wprowadza własne określenia i je weryfikuje. Twórczo więc we wstępie mamy definicję z obszaru komunikacji społecznej, że „Ekshibicjonizm społeczny to zjawisko społeczne polegające na intencjonalnym i regularnym upublicznianiu prywatnych informacji, przeżyć oraz wizerunku własnej osoby przy pomocy różnych środków przekazu, takich jak platformy cyfrowe, media tradycyjne, a także bezpośrednie interakcje społeczne. Jego celem jest często uzyskanie aprobaty, uwagi lub uznania w oczach innych” (s. 8.). Cennym uzupełnieniem jest dopowiedzenie w późniejszej części pracy, że „Ekshibicjonizm społeczny jest zjawiskiem coraz bardziej powszechnym w mediach społecznościowych. Obejmuje ono tendencję do dzielenia się osobistymi i często intymnymi informacjami z szeroką publicznością. To zjawisko może wynikać z potrzeby uzyskania uwagi, akceptacji lub afirmacji od innych użytkowników. Ekshibicjonizm społeczny przybiera różne formy, od publikowania codziennych aktywności po bardziej ekstremalne przypadki ujawniania prywatnych szczegółów życia” (s. 124). I z tych różnych form wybrano te, które dotyczą szczegółowego zrozumienia czynników wpływających na zachowania użytkowników mediów społecznościowych, takich jak czas spędzany na korzystaniu z platform, częstotliwość publikacji treści osobistych oraz preferencje dotyczące platform. Analiza objęła także aspekty związane z samooceną, zaangażowaniem, kontrolą nad życiem prywatnym oraz wpływem reakcji i opinii innych na publikowane treści. Tak postawiony i sprecyzowany problem badawczy pozwolił na realizację założonych celów dostarczając kompleksowego obrazu wpływu mediów społecznościowych na zachowania użytkowników z

różnych grup demograficznych. A problem mediów społecznościowych i zjawiska ekshibicjonizmu społecznego, który jest ważny i aktualny doczekał się właściwego pogłębienia w języku polskim.

W rozwiązaniu problemu badawczego pomogła dobra struktura pracy. Punkt wyjścia: Media społecznościowe na świecie i w Polsce (rozdział I z klarownym podziałem *Pionier sieci społecznościowych – Six Degrees; Friendster – krótka historia sukcesu; Era Myspace – wzlot i upadek; Polskie media społecznościowe – rozwój i specyfika; Współczesne popularne media społecznościowe: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Snapchat, YouTube*). Konieczne ukazanie przemian pokoleniowych (rozdział II), następnie obecnych zjawisk w cyfrowej rzeczywistości (rozdział III) a na koniec części teoretycznej: strefa prywatna a publiczna w mediach społecznościowych (rozdział IV). Struktura klarowna i mocny fundament do części empirycznej, czyli badań własnych i wniosków z tym związanych.

Metodologia badań własnych

Metodologia badań własnych zawiera od pierwszego zdania nie tylko opis metod stosowanych do rozwiązania dobrze postawionego problemu badawczego, że również syntetyczne wprowadzenia do tego zagadnienia. To właśnie media społecznościowe stają się ważnym obszarem badań ze względu na ich wpływ na zachowania, postawy i motywacje użytkowników. Kluczowe jest zrozumienie dynamiki oraz wpływu różnych zjawisk na funkcjonowanie jednostek w przestrzeni cyfrowej (s. 126). Obszar metodologii jest dobrym przykładem opisu zastosowanej metody, technik i narzędzi badawczych. Zawiera podstawowe informacje dotyczące przebiegu badania, kryteria włączenia i wykluczenia uczestników, organizację procesu badawczego i charakterystykę demograficzną badanej grupy, uwzględniając zróżnicowanie pokoleniowe i płciowe. W analizach statystycznych zastosowano test niezależności chi-kwadrat oraz korelację rho Spearmana, co pozwoliło na identyfikację istotnych zależności między zmiennymi oraz określenie różnic pokoleniowych w podejściu do mediów społecznościowych i ich wpływie na kształtowanie postaw ekshibicjonistycznych.

Siedem celów szczegółowych jest precyzyjnie określonych (s. 129) i spójnie z nimi są określone hipotezy badawcze (s. 132) oraz co często przysparza kłopoty metodologiczne a w tym przypadku dobrze sformułowano pytania, które pozwoliły na operacjonalizację zmiennej „ekshibicjonizm społeczny” poprzez przypisanie odpowiednich wskaźników. One umożliwiły precyzyjne zbadanie tego zjawiska. Wybrane aspekty aktywności użytkowników to:

- publikowanie zdjęć na portalach społecznościowych,
- publikowanie filmów z własnym udziałem,
- udostępnianie osobistych szczegółów z życia,
- potrzeba dzielenia się informacjami z życia,
- wpływ liczby polubień i komentarzy na samopoczucie,
- postrzeganie publikowania osobistych szczegółów z życia jako atrakcyjne,
- częstotliwość publikowania zdjęć lub filmów związanych z życiem prywatnym (s. 134).

Pozytywnie oceniam również przydzieloną skalę punktów za odpowiedź.

Badania pilotażowe zostały przeprowadzone na grupie 20 osobowej i rzeczywiście były potrzebne bo dokonano niezbędnych modyfikacji w kwestionariuszu podzielonym na dwanaście sekcji (w tym oczywiście metryczka). Istotne było wskazanie kryteriów włączenia i kryteriów wykluczenia dla badań. Do wspomnianego kryterium wykluczenia niepełnoletnich dodano jeszcze inne uzasadnione kryteria. Jednego jednak nie rozumiem na czym polegały ograniczenia zdrowotne, ale to pozostanie kwestia na debatę publiczną.

Kwestionariusz ankiety w formie elektronicznej przygotowany został w programie Google Forms, a dystrybuowany był za pośrednictwem internetu i mediów społecznościowych (Facebook, LinkedIn, a także przy pomocy poczty elektronicznej), to rzeczywiście gwarantowało pełną anonimowość uczestników badania. Kwestionariusz udostępniano od stycznia do marca 2023 roku, czyli jak później powstanie raport czy artykuły naukowe w związku z badaniami to dotyczą one tego roku bo jest rzeczą oczywistą, że doktorat ma swoje procedury i jest broniący w 2024 r. Nie zostaje to podkreślone jako rok zwłoki, tylko trendy w mediach społecznościowych mogą się zmieniać co pewien czas, a badania z każdego roku są ważne dla nauki, aby obserwować procesy zmian. Precyzyjnie zostały wyselekcjonowane grupy badawcze. W badaniu wzięło udział 400 osób, z czego połowę stanowiły osoby z pokolenia Z ($n = 200$), a połowę osoby z pokolenia Baby Boomers ($n = 200$). Grupy kobiet i mężczyzn były równoliczne w każdym pokoleniu ($n = 100$; $n = 100$).

Naukowa wartość rozprawy

Recenzowana rozprawa doktorska stanowi studium z nauki o komunikacji społecznej i mediach, w którym mgr Diana Puchalska ukazała, że wirtualna forma autoekspozycji nie jest jednak wyłącznie sposobem na wyrażenie siebie, a w licznych przypadkach stanowi źródło poszukiwania akceptacji i uznania objawiające się przez reakcje innych użytkowników, co wpływa na zachowania społeczne, a także na zdrowie psychiczne użytkowników mediów społecznościowych. Co więcej, media społecznościowe są coraz częściej miejscem, gdzie jednostki dzielą się z innymi użytkownikami nawet najbardziej prywatnymi aspektami swojego codziennego życia i funkcjonowania, niewątpliwie wpisuje się to w kanon zachowań, które określić można mianem nowoczesnej formy ekshibicjonizmu społecznego. Rozprawa jest interesująca zarówno dla ludzi nauki, pedagogów, psychologów, rodziców i wszystkich, którzy interesują się mediami społecznościowymi.

Naukowa wartość rozprawy to rzetelne *status questionis* badań. Przedstawiono przegląd badań dotyczących ekshibicjonizmu społecznego w kontekście mediów społecznościowych (s. 103n, a właściwie s. 115). Są przywołane badania T. Technakarawin i J. Sun. Te badania stanowią istotny kontekst dla analizy podjętej w recenzowanej pracy, która dodatkowo bada, czy osoby publikujące mogą odczuwać niezadowolenie z zamieszczonych przez siebie treści oraz czy zdarza im się usuwać opublikowane posty. Wyeksponowane mamy znany dla naukowców polskich badania przeprowadzone przez K. Borzucką-Sitkiewicz i K. Leksy, które miały na celu ustalenie, czy ekshibicjonizm społeczny w internecie, mierzony m.in. przez publikowanie zdjęć, filmików oraz prowadzenie bloga, jest zależny od płci oraz czasu spędzanego w sieci. Przywołane wyniki wykazały statystycznie istotną zależność między płcią a prowadzeniem bloga – ponad dwukrotnie więcej dziewcząt niż chłopców angażuje się w tę formę aktywności. Dziewczęta częściej publikują również zdjęcia ze swoim wizerunkiem,

natomiast chłopcy częściej zamieszczają filmiki z własnym udziałem. Nie zaobserwowano jednak różnic płciowych w zakresie publikowania innych informacji, takich jak dane osobowe, co oznacza, że hipoteza o zależności ekshibicjonizmu od płci została tylko częściowo potwierdzona. Są obecne rezultaty badań L. Wieczorek, która przeprowadziła szczegółową analizę wpływu rozwoju technologii cyfrowych na życie współczesnych młodych ludzi, ze szczególnym uwzględnieniem studentów (pokolenie C), a także badania W. Grabalskiej i R. Wielkiego analizujących zjawisko „sharentingu”, czyli praktykę publikowania przez rodziców zdjęć i informacji o swoich dzieciach w internecie. Mocną stroną są także syntetyczne charakterystyki badań B. Biegańskiego, K. Leksy, M. Dankowskiej, N. Saleem, M. Mäntymäki i A. Islam czy M. Górki.

W napisanie recenzowanej rozprawy doktorantka włożyła wiele pracy. Przeprowadziła gruntowną kwerendę naukową docierając do bogatej literatury zagranicznej i polskojęzycznej. Cenną wartość rozprawy stanowią badania ankietowe. Obfite w pracy dokumentowanie ważnych refleksji danymi zaczerpniętymi z przeprowadzonych badań, nadaje rozprawie doktorskiej wiarygodności i stanowi pomost pomiędzy teorią i praktyką milionów ludzi używających media społecznościowe w Polsce. W Polsce na początku 2024 roku, liczba mieszkańców wynosiła 37,7 mln, z czego 87% ogółu korzystało z internetu, a 75% to aktywni użytkownicy mediów społecznościowych. Odnotowała również, że w ciągu ostatniego roku liczba użytkowników internetu wzrosła o 1%, a mediów społecznościowych o 6%. Średni czas spędzany przez Polaków w internecie wyniósł 6 godzin i 42 minuty dziennie, z czego 1 godzinę i 50 minut poświęcano na media społecznościowe (s. 77). Naukowa wartość rozprawy polega również na tym, że poznajemy przemiany nie tylko w Polsce, ale i na świecie, gdzie obserwuje się tendencję do coraz dłuższego przebywania w internecie. Z kolei w Polsce notuje się odwrotną sytuację – użytkownicy spędzają w sieci mniej czasu w porównaniu do poprzedniego roku o średnio 5 minut. Także w przypadku mediów społecznościowych, globalnie średni czas spędzany wydłuża się, natomiast w Polsce skrócił się o 10 minut w porównaniu do roku 2023.

Ogólna wartość merytoryczna rozprawy polega na tym, że daje dużą ilość informacji z obszaru mediów i komunikacji społecznej. Bardzo pozytywne jest to, że autorka niekiedy prowokuje do dyskusji, przez co pośrednio przyczynia się do nowego spojrzenia czytelnika na koncepcję mediów społecznościowych i jej przemian w społeczeństwie polskim. Przeprowadzone w pracy analizy i przedstawione wyniki badań empirycznych mogą być pomocne w poszukiwaniu rozwiązań edukacyjnych dorosłych. Zaprezentowane w rozprawie odpowiedzi na postawione we wstępie pracy pytania, a zwłaszcza wnioski, mogą być także cenną pomocą w rozwiązywaniu codziennych problemów psychologicznych. Stąd zgłaszam postulat opublikowania pracy doktorskiej w formie książkowej.

Problem podjęty w rozprawie doktorskiej jest aktualny i w rozprawie został właściwie sformułowany i konsekwentnie we wszystkich elementach pracy rozwiązywany. Podział pracy na rozdziały jest logiczny i przekonujący. Dotyczy to także podziału poszczególnych rozdziałów na paragrafy. Zwięzłe, zwykle półstronicowe wprowadzenia do rozdziałów czynią zadość wymogowi jasności układu i podziału treści w rozdziale. Przeprowadzone w pracy analizy są pogłębione, wielowątkowe i zwarte. Są sumaryczne ujęcia pod koniec każdego rozdziału. Podsumowanie wyników przeprowadzonej refleksji znajduje się w rozdziale ostatnim i w zakończeniu. Dotyczą one głównych osiągnięć badawczych i zdaniem recenzenta

spełniają dobrze swoją rolę w recenzowanej rozprawie. Należy stwierdzić, że recenzowana rozprawa doktorska została starannie opracowana. Dokładność, staranność i sumienność daje się zauważyć zarówno w strukturze pracy, jak i w poszczególnych etapach jej realizacji. Widoczne jest to w wykazie skrótów oraz w obszernym zestawie bibliografii.

Na uznanie zasługuje także język rozprawy. Jest zwięzły, jasny, a przy tym komunikatywny, stylistycznie potoczny i terminologicznie precyzyjny. Dzięki temu refleksja naukowa mgr Diany Puchalskiej jest rzeczowa, przejrzysta i dokładna zarówno w przedstawianiu faktów, jak i wyciąganiu wniosków. Na korzyść recenzowanej pracy przemawia także rzeczowość i zdolność koncentrowania się autorki na istotnych kwestiach rozwiązywanego problemu. Zdaniem recenzenta doktorantka opanowała dobrze warsztat naukowy i dlatego opracowała podjęty temat umiejętnie, z dużą inwencją i nakładem pracy. Przypisy w recenzowanej rozprawie, wykonane w systemie przecinkowym, są poprawne i konsekwentnie stosowane w całej pracy. Troska autorki o staranność i estetykę pracy spowodowała wyeliminowanie prawie w całości niedociągnięcia warsztatowe. Tekst recenzowanej rozprawy jest starannie wykonany zarówno od strony redakcyjnej, jak i estetycznej. Niedociągnięcia, niezręczności czy błędy adiustacyjne są rzadkością w tekście pracy.

Kwestie do wyjaśnienia i dyskusji

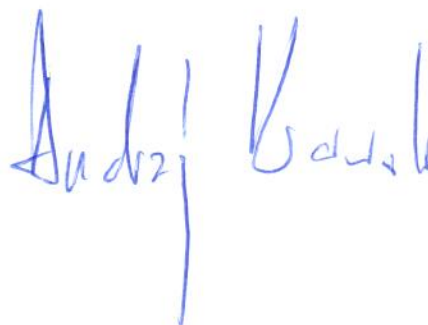
Aktualna i ważna problematyka rozprawy prowokuje do kontynuowania dyskusji w celu rozwinięcia jeszcze niektórych wątków. Twórczy bowiem profil każdej dysertacji nie na tym polega, że określony temat wyczerpuje i zamyka, lecz sprowadza się raczej do tego, że na właściwą problematykę wskazuje, wykrzesuje nowe inspiracje i wskazuje na drogi badań, które bez tego trudu badawczego zapewne nie pojawiłyby się wcale. W tym też duchu formułuję dwie kwestie do dyskusji.

Mamy definicję w pracy doktorskiej, że: „ekshibicjonizm społeczny to zjawisko społeczne polegające na intencjonalnym i regularnym upublicznianiu prywatnych informacji, przeżyć oraz wizerunku własnej osoby przy pomocy różnych środków przekazu, takich jak platformy cyfrowe, media tradycyjne, a także bezpośrednie interakcje społeczne. Jego celem jest często uzyskanie aprobaty, uwagi lub uznania w oczach innych” (s. 8.). Jak rozumieć „regularny” proces exhibicjonizmu społecznego? Pewnie nie tylko recenzenta interesuje co ile musi się powtarzać czy w jakich odstępach czasu, aby tak to określić? Drugie dotyczy „zdrowotnego” kryterium wykluczenia z badań. Proszę pogłębić to zagadnienie.

Wniosek końcowy

Podsumowując stwierdzam, że przedstawiona do oceny rozprawa doktorska mgr Diany Puchalskiej spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim procedowanym na podstawie Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. z 2017 r. poz. 1789), w związku z art. 179 ust. 1 Ustawy z dnia 3 lipca 2018 r. Przepisy wprowadzające Ustawę – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018 poz. 1669, z późn. zm.). Praca jest oryginalnym rozwiązaniem problemu naukowego, a doktorantka wykazała się ogólną wiedzą teoretyczną w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz posiada umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

W związku z powyższym zwracam się do Rady naukowej dyscypliny Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie, Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej z wnioskiem o dopuszczenie mgr Diany Puchalskiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

A handwritten signature in blue ink, reading "Andrzej Buda". The signature is written in a cursive style with a large initial 'A'.

Lublin, 29.11.2024 r.