

Warszawa, 22.09.2024 r.

prof. ucz. dr hab. Monika Przybysz  
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie  
Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

**Recenzja rozprawy doktorskiej**  
**mgr Barbary Sitko**  
**„STRATEGIE KOMUNIKACYJNE W TRZECIM SEKTORZE NA**  
**PRZYKŁADZIE KAMPANII SPOŁECZNYCH ORGANIZACJI**  
**PROZWIERZĘCEJ STOWARZYSZENIE OTWARTE KLATKI”**  
**napisanej pod kierunkiem**  
**ks. prof. UPJPII dr hab. Roberta Nęcka**  
**na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie**

---

**1. Wprowadzenie**

„Miarą człowieczeństwa jest stosunek do zwierząt” – to zdanie często można odnaleźć w Internecie i w wielu publikacjach związanych z tematyką relacji ludzko-zwierzęcych, z działaniami na rzecz zwierząt, ich ochroną i kwestiami prawnymi. Zawarte jest także między innymi we wstępie opracowania „Stosunek człowieka do zwierząt a koncepcja zrównoważonego rozwoju“ Elżbiety Leks-Bujak z Politechniki Śląskiej, Wydziału Organizacji i Zarządzania, Katedry Stosowanych Nauk Społecznych („Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development” 2009, vol. 4, no 2, str. 83-88), w którym autorka powyższe rozwija następująco: „Stosunek do zwierząt powinien być – i dla wielu myślących ludzi jest – miarą człowieczeństwa“, cytując również nestora polskiej nauki, prof. Zbigniewa T. Wierzbickiego: „Stosunek do naszych mniejszych braci jest papierkiem lakmusowym, który może nam

powiedzieć coś o człowieku“. To odmieniane na wszystkie przypadki zdanie, choć nie zawsze i nie do końca odpowiadające wszystkim zachowaniom człowieka i nie definiujące go w pełni (przykład Adolfa Hitlera i jego miłość do owczarków alzackich, to tylko jeden z przykładów), jest jednak w pewien sposób jednym z elementów życia społecznego. Troska o zwierzęta, przywiązanie do nich, opieka nad nimi, jednocześnie zapewnienie prawa do życia bez cierpienia, zapewnienie godnych warunków życia i zdrowia, to świat wartości istotnych w relacjach międzyludzkich i ze światem przyrody.

Rozprawa doktorska pani Barbary Sitko, podejmująca zagadnienie strategii komunikacyjnych organizacji prozwierzęcej Stowarzyszenia Otwarte Klatki wpisuje się w nurt ważnych refleksji i dyskusji nad dwoma podejściami do zwierząt – tych, które hodujemy i nazywamy „przyjaciółmi”, a nawet „członkami rodzin” oraz tych, które służą wielu osobom za pożywienie. Jednym i drugiem należy się zapewnienie dobrych warunków do życia bez cierpienia i nadmiernej eksploatacji. Jednak praktyka biznesowa pokazuje, że nie zawsze ma to miejsce, a często zysk jest jedynym kryterium hodowli przemysłowej bez liczenia się ze zdrowiem i życiem zwierząt, a w konsekwencji także ludzi spożywających takie mięso pełne chemikaliów i toksyn. Stąd, wiele organizacji – w tym fundacji i stowarzyszeń – powstało po to, aby nie tylko temat traktowania godnego zwierząt nagłaśniać, informować, ale także zachęcać do określonych postaw. Pani Barbara Sitko wybrała jedną z tych organizacji prozwierzęcych, która w Polsce prowadzi szereg działań informacyjnych, edukacyjnych, perswazyjnych i lobbujących na rzecz określonych działań prawnych. Stowarzyszenie Otwarte Klatki jako jedna z niewielu organizacji pozarządowych prowadzi te kampanie w sposób skoordynowany, zaplanowany, przygotowując badania tych działań i są to akcje wsparte licznymi działaniami aktywistów w świecie rzeczywistym, a nie tylko przestrzeni mediów, a nade wszystko mają one charakter strategiczny. I właśnie strategiom komunikacyjnym została poświęcona rozprawa doktorska Pani Barbary Sitko.

Podjęte przez Doktorantkę zagadnienie badawcze wydaje się szczególnie aktualne wobec współczesnych wyzwań, które rodzą się w nurtach relatywizmu, postmodernizmu, liberalizmu i konsumpcjonizmu, transhumanizmu, a z drugiej strony wpisują się w pewne nurty i trendy ekologizmu, wegetarianizmu, weganizmu i innych wyborów żywieniowych, a także ideologii dotyczących życia. Już na wstępie można

zauważyć, że owa praca pomaga zrozumieć nie tylko opisywane zjawiska społeczno-komunikacyjne w sposób szeroki, patrząc na nie z punktu widzenia interdyscyplinarnego, zarysowując rzeczywisty obraz współczesnego świata ludzi żyjących pomiędzy ścierającymi się w gwałtowny sposób ideami. Niniejsza rozprawa może być uznana także za odpowiedź na potrzebę zwiększenia liczby badań nad komunikacją strategiczną, komunikacją organizacji społecznych prowadzących działania w profesjonalny i nowoczesny sposób, czy też odpowiedź na potrzebę zwiększenia badań nad reklamą społeczną, marketingiem społecznie zaangażowanym, marketingiem zrównoważonym, kampaniami społecznymi. Publikacji tych, szczególnie aktualnych, z ostatnich lat, polskojęzycznych, brakuje, szczególnie wobec wielości takich inicjatyw społecznych podejmowanych w praktyce. Rozprawa Pani Barbary Sitko miejsce to w literaturze naukowej z pewnością zapełnia.

Niniejsza rozprawa doktorska daje również przeświadczenie, że temat analizy, choć wydawałoby się wdzięczny, bo służący społeczeństwu, jednak nie jest ani łatwy do analizy, ani też mocno zbadany. Doktorat Pani Barbary stanowi więc cenne kompendium wiedzy o zmianach, które zaszły w komunikacji społecznej szczególnie podmiotów non profit przez ostatnie kilkanaście lat, od solidnych, przekrojowych opracowań poświęconych kampaniom społecznym z początku XXI wieku.

## **2. Wartość naukowa rozprawy**

Praca zaprezentowana przez p. Barbarę Sitko stanowi spójne dzieło z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach. Z racji na podjętą tematykę i powiązanie spojrzenia teoretycznego z praktycznym należy uznać pracę za dzieło oryginalne. Wspomniana tematyka dotyczy rzeczywistości, która zmienia się w sposób niezwykle dynamiczny i stosunkowo trudno jest ją opisać. Niemniej jednak, zaprezentowaną dysertację doktorską należy uznać za przykład bardzo poprawnego studium medioznawczego z elementami licznych nawiązań do filozofii, prawa, teologii i marketingu. Niewątpliwym atutem pracy, podkreślającym jej wartość naukową jest fakt, iż praca nie ogranicza się jedynie do pojęcia teoretycznego, ale w głównej mierze

bazuje na oryginalnych badaniach empirycznych. Autorka podejmuje się tematu niełatwego, ale potrzebnego.

Mimo, iż na przestrzeni ostatnich lat ukazały się liczne publikacje, zawierające komunikaty publikowane w przestrzeni social media, a liczne prace doktorskie podejmują analizy tej przestrzeni w sposób regularny, to często badania te są dość pobieżne, nie zawsze zawierają jasny klucz kategoryzacyjny, niewiele osób podejmuje się uporządkowania tych treści według jasnego, rozłączonego, zupełnego i autorskiego klucza kategoryzacyjnego, jednocześnie zdając sobie też sprawę z faktu konieczności analizy również reakcji publiczności. Media społecznościowe bowiem to nie tylko nadawca, ale nade wszystko również dialog z odbiorcą.

Należy zatem podkreślić oryginalność pomysłu badawczego p. Barbary Sitko. Podejmuje ona bowiem interdyscyplinarny wysiłek nie tylko opisanie i diagnozowanie stanu rzeczy w świecie na styku komunikacji społecznej i marketingu, ale jednocześnie poszukuje solidnych podstaw filozoficzno-teologicznych oraz prawnych do umiejscowienia swoich refleksji dotyczących relacji człowiek-zwierzę nie w ideologiach, ideach, nurtach i aktualnych trendach i modach, ale w dorobku myślicieli, patrzących na ten związek w szerszym kontekście.

To, co warto podkreślić, to aktualność problemu badawczego, mocne osadzenie go w komunikacji społecznej, ale także poszukiwanie konkretnych rozwiązań badawczych, samodzielność poznawczą, drobiazgowość w osadzeniu tematu w różnych kontekstach. Sprawia to, iż niniejsza dysertacja może posłużyć jako inspiracja do prowadzenia kolejnych badań naukowych, a przede wszystkim jest przykładem bardzo solidnego, pracowitego, misternego wręcz poszukiwania najpierw teoretycznego, potem empirycznego, a wszystko to w duchu patrzenia renesansowego na przedmiot badawczy. Autorka jest świadoma wielości wątków, skomplikowania tematyki badawczej i licznych pól badawczych, które częściowo „pootwierala” do dalszych prac analitycznych, ale też ogromu pracy, który włożyła w zbadanie tego zagadnienia. Rozprawę można zatem uznać za istotne osiągnięcie z zakresu komunikacji społecznej. Jej wartość wyraża się nie tylko w wymiarze ilościowym (ss. 403), lecz przede wszystkim w wymiarze jakościowym, który odzwierciedla wysiłek i temperament badawczy, a także solidność, dokładność, rzetelność, benedyktyńską pracę i

cierpliwość, a ponadto ogromną ciekawość poznawczą. Za wartość jakościową należy także uznać zaprezentowane wyniki badań, sposób ich analizy i wyprowadzone z nich wnioski.

Całość rozprawy składa się z siedmiu rozdziałów, co nie jest najbardziej typową strukturą pracy, ale rozdziały te stanowią logiczną całość. W pierwszym z nich (s. 18-48) Autorka podejmuje zagadnienie postawy wobec zwierząt w wybranych ujęciach, głównie filozoficzno-teologicznym, co także odzwierciedla jednocześnie dwie pierwsze części rozdziału, ale także zainteresowania badawcze Promotora pracy, który ma niezwykle szerokie pola badawcze i który potrafił zaciekawić Doktorantkę szerszym spojrzeniem na zjawisko komunikacji instytucji prozwierzęcej. Ostatnia część tego rozdziału to analiza roli mediów w kształtowaniu postawy wobec mediów.

Rozdział drugi (s. 49-96), to szczegółowy opis trzeciego sektora, a więc organizacji pozarządowych w Polsce, sposobu ich funkcjonowania, działań organizacji prozwierzęcych, a także szczegółowy opis Stowarzyszenia Otwarte Klatki, ze specyfiką funkcjonowania i obszarami działań. Ten rozdział pełen jest informacji dotyczących działalności i specyfiki organizacji non profit, ze szczególnym uwzględnieniem działań na rzecz zwierząt.

Rozdział trzeci (s. 97-179), najbardziej obszerna część pracy, został poświęcony analizie problematyki kampanii społecznych i ważny jest też kontekst ich przedstawienia teoretycznego, a więc komunikacja perswazyjna. W tym rozdziale zostały zaprezentowane narzędzia i metody stosowane w kampaniach społecznych, scharakteryzowany shockvertising jako specyficzny sposób komunikowania perswazyjnego, wykorzystanie wizerunku osób znanych, a także opisane najważniejsze nośniki i przestrzenie publikacji przekazów społecznych. Istotną kwestią teoretyczną jest w tej części rozróżnienie kampanii społecznych od marketingu społecznie zaangażowanego i marketingu zrównoważonego.

Rozdział czwarty rozprawy (s. 180-205) stanowi precyzyjny zarys metodologiczny przeprowadzonych badań empirycznych i jest wstępem do części badawczej pracy.

Rozdział piąty (s. 206-270) i szósty (s. 271-310) to studia przypadków kampanii – dobrostanowych i „lifestylowych” według tego samego klucza opisu, a więc deskrypcji i analizy przekazów.

Rozdział siódmy (s. 311-339) jest częścią prakseologiczną pracy, zwieńczeniem pomysłu badawczego w postaci opisu strategii komunikacyjnych w kampaniach Stowarzyszenia Otwarte Klatki, skategoryzowane w typologię pod względem funkcji komunikacyjnych i celu – informacyjne, przekonujące i motywujące.

Z naukowego punktu widzenia owe siedem rozdziałów prezentuje wartość nie tylko komunikacyjną, ale także jest prezentacją tematyki w sposób systematyczny, zgodny ze standardem wysokiej jakości badań naukowych i zamysłu badawczego oraz w pełni wyczerpuje zagadnienie zapowiadane w tytule pracy.

Prezentowane treści w sposób klarowny przybliżają paradygmaty dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach, wykraczając w wielu miejscach poza i sięgając do innych dyscyplin naukowych. Kompilacja tytułów poszczególnych rozdziałów sprawia, że temat podjętej pracy zostaje całkowicie zrealizowany. Poszczególne rozdziały wydają się być symetryczne z racji na strukturę oraz podejmowane zagadnienia. Bardzo doby pomysł Autorka pracy wcieliła w życie dokonując podziału analizy kampanii społecznych i rozbijając opis na dwa ich typy w dwóch rozdziałach empirycznych. Całość rozprawy napisana jest poprawnym i zrozumiałym językiem, który nosi wszelkie znamiona pracy naukowej.

### **3. Wartość merytoryczna rozprawy**

Rozprawa doktorska p. mgr Barbary Sitko posiada jasną i logiczną strukturę, zgodną z założeniami metodologicznymi prac naukowych Składa się ona ze spisu treści (s. 3-7), wstępu (s. 8-17), który nota bene jest obecny, ale został pominięty w spisie treści, siedmiu rozdziałów pracy (s. 18-338), zakończenia (s. 340-347), obszernej bibliografii (s. 348-390), spisu wykresów, tabel i ilustracji oraz aneksów (397-401).

Rozdziały opatrzone są krótkimi wstępami, które umiejętnie wprowadzają w tematykę badawczą. Walorem merytorycznym jest również fakt, iż każdy z rozdziałów zawiera krótkie podsumowanie, co ułatwia zebranie myśli.

Warto również podkreślić aspekt merytoryczny wstępu do całej pracy (s. 8-17). Posiada on logiczną i uporządkowaną strukturę. W pierwszej części można odnaleźć obszerne wprowadzenie w podjętą tematykę. Znajduje się tam opisana koncepcja pracy, uzasadnienie podjęcia się badań nad wybraną tematyką, krótki zarys zagadnień w poszczególnych częściach i sformułowany problem badawczy oraz pytania badawcze. Tu ważny aspekt, który Autorka sformułowała jako motywacja do powstania rozprawy i jednocześnie pokazuje świadomy zamysł badawczy – uzupełnienie badań na problematyką kampanii społecznych ze względu na niedobory polskich publikacji poświęconych problematyce (s. 11), a także tocząca się dyskusja społeczno-polityczna (s. 12). Walorem dysertacji jest wybór takiej organizacji, która podejmuje różne działania komunikacyjne w różnych przestrzeniach i kanałach medialnych. Istotny jest także fakt, iż są to działania prowadzone w sposób nowoczesny, sprostujący wymogom komunikacyjnym współczesnych odbiorców.

We wstępie został także zdefiniowany główny problem badawczy. Został on ujęty następująco w pytaniu badawczym: „Jakie kluczowe strategie komunikacyjne stosowane są przez Stowarzyszenie Otwarte Klatki (jako organizację trzeciego sektora) w ramach prowadzonych przez nie kampanii społecznych w przestrzeni internetowej oraz na czym polega ich specyfika?” (s. 10). Badanie naukowe zostało zoperacjonalizowane na pytania szczegółowe: „1) Czego dotyczą kampanie społeczne Stowarzyszenia Otwarte Klatki? 2) Jakie środki perswazyjne zostały wykorzystane w kampaniach społecznych Stowarzyszenia Otwarte Klatki? 3) Jakie elementy w badanych kampaniach odnoszą się do Stowarzyszenia Otwarte Klatki jako NGO?” (s. 10). Jednocześnie Autorka wskazała następujący cel pracy: „Zasadniczym celem badania jest zidentyfikowanie oraz opisanie specyfiki kluczowych strategii komunikacyjnych stosowanych przez SOK, w ramach stosownych przykładów przekazów kampanii uwzględniających określone elementy wskazujące na wykorzystanie danej strategii” (s. 10). Te kluczowe elementy w sposób syntetyczny i przejrzysty ukazują ważne podstawy zamysłu badawczego i rozwinięte w postaci rozdziału czwartego w szereg szczegółów dają spójny obraz dobrze skrojonego projektu, który jest dojrzały i domknięty pod względem metodologicznym.

Autorka we wstępie oraz dołączonej obszernej bibliografii, a następnie poprzez liczne odwołania bibliograficzne i rozbudowane przypisy pokazuje znajomość aktualnej literatury przedmiotu, ale znacznie wykracza ponad nią, pokazując odczytanie także w zakresie tematów pomocniczych i pobocznych, jednocześnie sięgając do literatury z innych dyscyplin. Można stwierdzić, że w ten sposób pokazuje swoją dojrzałość badacza i pewien renesansowy model patrzenia na naukę, gdzie podstawą prowadzenia wnioskowania było odwoływanie się do dorobku filozoficznego, a jednoczesne odniesienia do dotychczasowego stanu badań. Czyni to w dwojaki sposób – przywołując kluczowe dla problematyki publikacje oraz ukazując istotne badania dotyczące badanej problematyki. We wstępie zostały także wskazane podstawowe materiały źródłowe. Z racji na podjęty przedmiot badań studium ma charakter interdyscyplinarny i dlatego odwołuje się do odpowiednich źródeł. Poszukując odpowiedzi na pytanie badawcze Autorka zaznaczyła również, że posługuje się metodą odpowiednią dla nauk empirycznych. Cała praca natomiast jest napisana zgodnie z paradygmatem nauk społecznych, stąd Autorka korzysta z badań jakościowych analizy komunikatów, analizy zawartości mediów zgodnie z autorskim kluczem kategoryzacyjnym: „1) charakterystyka kampanii; 2) obecność komponentów dotyczących informowania odbiorców; 3) stosowane środki perswazyjne; 4) występujące elementy odnoszące się do NGO” (s. 11), zarówno w wymiarze jakościowym, jak i w pewnym zakresie ilościowym, korzystając przy tym z metody studium przypadku. Aby zweryfikować uzyskane wyniki badań Autorka przeprowadza również sondaż ekspercki, z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza wywiadu, z osobami zajmującymi się tworzeniem i realizacją kampanii Stowarzyszenia Otwarte Klatki (w różnym zakresie i wymiarze). Daje to przemyślany i spójny plan metodologiczny i sięga do modelu triangulacji metod badawczych.

Krytyczna analiza rozprawy pozwala stwierdzić, że problem badawczy postawiony we wstępie pracy został rozwiązany. Tym samym, cel pracy został osiągnięty. Dzięki analizie treści zawartych w założeniach programowych, przeprowadzonych i zaprezentowanych badaniach oraz literaturze tematu, Autorka uzyskała oryginalne rezultaty badawcze. Opcjonalnie można byłoby w pracy dotyczącej analizy treści publikowanych w mediach społecznościowych przeprowadzić analizę



komentarzy użytkowników tych treści, jednak jest to pracochłonne, obszerne treściowo, wymaga wyboru odpowiedniej próby i znacznie zwiększyłyby objętość i tak już niemałej pracy, choć byłoby istotne ze względu na istotę mediów społecznościowych, którą jest dialog.

Zakończenie pracy nie budzi żadnych zastrzeżeń. W sposób syntetyczny przypomina wnioski z poszczególnych rozdziałów. Wykazuje ono także, że przeprowadzone studium rozwiązuje problem badawczy. Jak podkreśla Autorka, analiza tematu doprowadziła do ciekawych wniosków już w części teoretycznej pracy, dotyczących podejścia człowieka do zwierząt na wielu płaszczyznach, także w zakresie przemysłowego cierpienia zwierząt hodowanych w wielkoprzemysłowych fermach i koniecznych działań edukacyjnych społeczeństwa w tym zakresie, w tym przez organizacje pozarządowe. Autorka jest świadoma licznych zmian w zakresie komunikacji społecznej, także szczególnie mediów społecznościowych, dobrze zna i analizuje działalność organizacji pozarządowych, w tym działalność komunikacyjną Stowarzyszenia Otwarte Klatki, wykazuje ponadto znajomość problematyki kampanii społecznych, a także braki w zakresie literatury przedmiotu, która jest zadziwiająca wobec licznych działań prowadzonych w Polsce w tym zakresie. I świetnie uzupełnia te braki własną pracą badawczą. Na korzyść Autorki dysertacji przemawia również fakt, że dostrzega ona w zakończeniu swojej pracy konieczność kontynuowania badań naukowych, łączących w sobie omawiane zagadnienia. Bez wątplenia jest to nie tylko wyraz troski o dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach, ale także naukowa świadomość dynamizmu procesów społecznych i kulturowych. Jako znaczącą wartość merytoryczną ocenianej dysertacji należy uznać badania przeprowadzone przez Autorkę. To nie tylko umiejętne czytanie znaków czasu, ale także próba formułowania konkretnych postulatów.

Pozytywny jest również fakt, iż Autorka w swojej pracy nie ogranicza się jedynie do zaprezentowania i omówienia swoich własnych badań, lecz także odnosi się do badań innych autorów.

Atutem omawianej dysertacji jest także literatura. Bibliografia obejmuje źródła, w tym 273 pozycje literatury przedmiotu, i 212 pozycje w netografii oraz linki źródłowe do badanych kanałów kampanii społecznych. Zgodnie z metodologią na końcu pracy

znajduje się wykaz tabel, wykresów i rysunków. Istotnym walorem pracy jest także liczba zamieszczonych tabel (29) i wykresów (11) oraz ilustracji (42). Sprawia to, że dane uzyskane w badaniach i zaprezentowane w pracy usystematyzowane są w sposób przejrzysty.

Interesującym elementem pracy, który należy podkreślić, jest również aneks o numerze 1, w którym został zamieszczony klucz kategoryzacyjny oraz numer 2, w którym są pytania do wywiadów eksperckich.

Za dojrzałością naukową Autorki pracy przemawia również fakt umieszczenia wyników badań, które okazały się mniej istotne w podjęty opracowaniu.

Sformułowania użyte w poszczególnych rozdziałach i paragrafach nie budzą zastrzeżeń. Są one logiczne, poprawne oraz odzwierciedlają sens kolejnych tytułów. Widoczny jest także związek przyczynowo-skutkowy w całości pracy. Pomimo rzadkich i drobnych przeskoków myślowych pomiędzy akapitami to główny wątek badawczy jest łatwy do uchwycenia i prześledzenia.

Całość treści pracy opatrzona jest licznymi przypisami. Często są one niezwykle ważnym dopowiedzeniem, które pozwala śledzić aktualność tematu, są także dodatkowym wyjaśnieniem, który nie rozbija głównego wątku, a zawiera istotne argumenty.

Należy podkreślić, że dysertacja tworzy koherentną strukturę, gdzie badania zaprezentowane są w sposób usystematyzowany, a wnioski i postulaty są spójne.

#### **4. Ogólna ocena rozprawy i pytania**

Po dokonaniu analizy prezentowanej rozprawy doktorskiej należy podkreślić, że Autorka wykazała się dobrym warsztatem naukowym. Lektura dysertacji daje podstawę do stwierdzenia, że struktura jest przejrzysta i logiczna, a całość klarownie uporządkowana. Warto zaznaczyć również, że cała praca została napisana poprawnym językiem polskim, co sprawia, że lektura jest przyjemna.

Dokonując ogólnej oceny należy odnotować, że prezentowana dysertacja spełnia wszelkie kryteria pracy naukowej. Do jej wyjątkowych atutów należy zaliczyć przede fakt, że powstała ona w oparciu o badania własne oraz literaturę podjętego tematu.

Autorka wykazała się przy tym dobrym warsztatem z zakresu nauk społecznych. Fakty eksponują kompetencje badawcze i naukowe Autorki. W tym miejscu warto podkreślić umiejętność wpisania się w swoistą linię Badaczy podejmujących rzadkie zagadnienia i słabo opisane w literaturze polskojęzycznej, a także otwartość na ewentualne kontynuowanie badań. Warto z całą pewnością opublikować publikację prezentowanej dysertacji – najlepiej w całości. Może ona stanowić przydatny materiał do pracy dla dalszych badaczy, zarówno w przestrzeni nauk o komunikacji społecznej i mediach, jak i dla badaczy organizacji pozarządowych z różnych dyscyplin naukowych, dla badaczy problematyki prozwierzęcej również interdyscyplinarnie.

Po lekturze dysertacji doktorskiej p. mgr Barbary Sitko nasuwają się następujące kwestie do dyskusji:

1. Czy prezentowane w pracy wnioski i postulaty są możliwe do zaaplikowania w innych organizacjach pozarządowych, nie tylko podejmujących problematykę prozwierzęcą? Jeśli tak, to w jakim zakresie, jeśli nie, to dlaczego, albo jakie są ograniczenia w przeniesieniu takich strategii komunikacyjnych? Na ile są one uniwersalne w wymiarze ogólnopolskim, a na ile odnoszą się jedynie do pewnego typu organizacji non profit i dlaczego?

2. Z punktu widzenia doświadczenia medioznawcy oraz wniosków z pracy, co jest trudniejsze: czy proces przekazu wiedzy (treści) w mediach na temat cierpienia zwierząt czy też proces adaptacji tych wartości w społeczeństwie?

## **5. Wniosek końcowy**

Recenzowana rozprawa doktorska stanowi bardzo wartościowe i ciekawe studium naukowe oraz dostarcza wielu materiałów i treści do dalszych badań, zwłaszcza z zakresu komunikacji społecznej, ale także z zakresu nauk o mediach – szczególnie mediów społecznościowych. Biorąc zatem pod uwagę ocenę naukową, merytoryczną i formalną dysertację p. Barbary Sitko należy uznać za dojrzałą. Autorka rozprawy wykazała się umiejętnością prowadzenia badań oraz pisania tekstów naukowych. Zaprezentowała wysoki poziom wiedzy w zakresie nauk o

komunikacji społecznej i mediach. Wnioskuje zatem do Rady Dyscypliny Nauk o komunikacji społecznej i mediach Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie o dopuszczenie doktorantki p. mgr Barbary Sitko do dalszych etapów przewodu doktorskiego. Ponadto, wnioskuje również o wyróżnienie dysertacji, a także o jej wydanie w całości w postaci książki.

prof. ucz. dr hab. Monika Przybysz

