

ANALIZA SIECI SPOŁECZNYCH JAKO METODA BADAWCZA W POLSKICH STUDIACH NAD KOMUNIKOWANIEM POLITYCZNYM¹

Kinga Adamczewska

 orcid.org/0000-0003-0755-0788

Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ABSTRACT

Social Network Analysis as a Research Method in Political Communication Studies

New opportunities for creating and exchanging messages between political actors, the media and the audience/voters are to some extent the effect of the dynamically developing technological sphere. The advent of online media (including social media) has changed politics. At the same time, political communication is also changing. On the one hand, this is an inspiration and, on the other hand, a challenge for the scientific exploration of this research area. The interdisciplinarity of media science, which includes the study of political communication, prompts researchers to look for new research tools, especially in the field of data collection, analysis and visualisation. This leads to the incorporation of previously non-specific methods into the field of media studies. The aim of the article is to present social network analysis (SNA) as a method popular in American and European research, although still rarely present in Polish analyses of political communication. The article presents the characteristics of the method, its main indicators and the current state of research in Poland.

Keywords: political communication, political actor, media, audience, social network analysis

1 Praca powstała w wyniku realizacji projektu badawczego o nr 2018/29/N/HS5/00723 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Wstęp

Pojawienie się mediów online (w tym mediów społecznościowych) zmieniło politykę (Ernst, Engesser, Esser 2017, s. 253). Równolegle zmianom podlega także komunikowanie polityczne, definiowane jako proces wymiany komunikatów o charakterze politycznym pomiędzy aktorami politycznymi, mediami i obywatelami (Dobek-Ostrowska 2009, s. 11; 2006, s. 155). W hybrydowym systemie medialnym media tradycyjne i media online są ze sobą powiązane i wzajemnie się uzupełniają (Chadwick 2013). Nowe możliwości tworzenia i wymiany komunikatów, które przysługują nie tylko mediom, lecz także politykom (Golbeck Grimes, Rogers 2010, s. 1619; Esser, Stępińska, Hopmann 2017, s. 11) i obywatelom, są inspiracją do ponownego prze-myślenia klasycznych modeli komunikowania politycznego, ich weryfikacji, a być może i redefinicji. Osiągnięcie tego celu jest możliwe m.in. za sprawą inkorporowania na grunt komunikowania politycznego nowych metod i technik badawczych. Dodatkowo możliwość łączenia ich z metodami dobrze znanymi na gruncie badań medioznawczych pozwala uzyskać głębszy wgląd w charakter współczesnego komunikowania politycznego, jego przebieg, elementy i zaangażowane w nie podmioty, wreszcie relacje zachodzące między nimi. Za jedną z takich metod może być uznana analiza sieci społecznych.

W kontekście metodologicznym nowe technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) w badaniach komunikowania politycznego stworzyły możliwość wykorzystania nowych form eksperymentów badawczych, dodatkowych sposobów gromadzenia danych oraz zastosowania nowych metod i technik analitycznych (Garrett, Bimber, De Zúñiga, Heinderyckx, Kelly, Smith 2012, s. 215). Wyszczególniona w tym artykule analiza sieci społecznych (SNA) w ostatnich dekadach jest coraz intensywniej wykorzystywana w różnych dyscyplinach naukowych (Wasserman, Faust 2019, s. 3; Niemczyk, Stańczyk-Hugiet, Jasiński 2012, s. 12). Obecnie znalazła zastosowanie w naukach społecznych, w szczególności w socjologii, psychologii, antropologii, teorii komunikacji i naukach politycznych (Turner, Maryansky 2004, s. 604)².

Analiza sieci społecznych jako metoda badawcza

Analiza sieci społecznych jest metodą z natury interdyscyplinarną – łączy w sobie elementy matematycznej teorii grafów, algebry macierzowej, statystyki, a także socjologii (Wasserman, Faust 2018, s. 10; Kawa 2014, s. 44; van Duijn, Vermunt 2006, s. 2). Uznawana jest za sposób myślenia o systemach społecznych, w którym nacisk kładzie się na relacje zachodzące pomiędzy podmiotami należącymi do danego

2 W niniejszym artykule zaprezentowano pole badawcze eksplorowane przez polskich badaczy komunikowania politycznego z wykorzystaniem metody analizy sieci społecznych. Artykuł powstał w nawiązaniu do badań prowadzonych przez autora nad przepływem informacji politycznych pomiędzy aktorami komunikowania politycznego w mediach online.

systemu (Borgatti, Everett, Johnson 2018, s. 2). Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że w literaturze przedmiotu nie ma zgody co do statusu analizy sieci społecznych. Przez niektórych badaczy (jak w niniejszym artykule) jest ona postrzegana jako metoda badawcza (Wasserman, Faust 2019, s. 3; Bond, Harrigan 2011, s. 196), przez innych zaś ujmowana w formie dziedziny albo perspektywy badawczej (Stieglitz, Dang-Xuan 2013; Theiss 2013, s. 100) lub techniki czy zespołu technik badawczych (Wichłacz 2011; Sozański 2002).

Rdzeń SNA stanowi idea przedstawiająca każdą dowolną strukturę społeczną jako sieć powiązań (relacji, krawędzi lub połączeń) między jej elementami (aktorami, węzłami lub wierzchołkami). Sieci to zbiór aktorów połączonych określonymi relacjami (Diani 2008, s. 193) lub „zbiór «obiektów społecznych» rozważany wraz z pewnym układem «społecznych powiązań» między nimi” (Sozański 2002, s. 28). To właśnie ta struktura relacji jest przedmiotem analiz prowadzonych w środowisku politycznym, ekonomicznym czy społecznym (Wasserman, Faust 2019, s. 3; Stieglitz, Dang-Xuan 2013). Wykorzystanie SNA skupia więc uwagę badawczą raczej na charakterystyce powiązań między aktorami, a w mniejszym stopniu na charakterystyce indywidualnych aktorów (Zajac, Rakocy 2007, s. 83; Wetherell, Plakans, Wellman 1994). Ten relacyjny komponent teorii sieci tworzy fundament stosowania omawianej metody, wyróżniający ją na tle innych podejść. Dodatkowo wykorzystanie SNA wiąże się z przyjęciem czterech głównych założeń (Wasserman, Faust 2019, s. 4; Borgatti, Everett, Johnson 2018, s. 1):

1. Aktorzy sieci są postrzegani jako współzależne, a nie niezależne, autonomiczne jednostki.
2. Relacyjne więzi między aktorami są kanałami transferu lub „przepływu” zasobów (zarówno materialnych, jak i niematerialnych).
3. Modele sieci przy analizie pojedynczych aktorów zakładają, że strukturalne środowisko danego aktora jest dla jego działań źródłem możliwości lub ograniczeń.
4. Modele sieci konceptualizują strukturę (społeczną, gospodarczą, polityczną) jako trwałe wzorce relacji między aktorami.

Sieć społeczna jest więc zbiorem społecznie istotnych węzłów połączonych ze sobą jedną lub większą liczbą relacji. Węzły sieci to z kolei jednostki, których relacje układają się w określone wzorce (Marin, Wellman 2011, s. 11). „Zmapowane relacje tworzą sieć, która pokazuje zależności lub przepływy między węzłami. Węzły w sieci to ludzie i grupy, podczas gdy łączy wskazujące na zależności lub przepływy między węzłami to krawędzie lub relacje. Analiza sieci społecznej, czyli w skrócie SNA, zapewnia zarówno wizualną, jak i matematyczną analizę relacji międzyludzkich” (Wawrzynek 2017, s. 190).

Analizowane w ramach omawianej metody relacje między podmiotami tworzącymi sieć społeczną mogą być zwizualizowane za pomocą grafu, zbudowanego z węzłów i krawędzi (Newman, Barabási, Watts 2006, s. 109). Skonstruowana sieć prezentuje wzorzec interakcji, który jest możliwy do wyznaczenia dzięki założeniu, że wchodzą w nie podmioty nie odizolowane, ale zależne względem siebie (Araujo, Brito 1998, s. 22–46). Aktor może być jednostką indywidualną (osobą, przedsiębiorstwem,

jednostką samorządową, artykułem w mediach) lub podmiotem zbiorowym (grupą aktorów, zespołem, organizacją, społecznością) (Czakon 2012, s. 15). Więzi czy krawędzie są z kolei postrzegane jako relacje między aktorami (Kawa 2014, s. 43), które można zaliczyć do wielu kategorii: podobieństwa, relacji społecznych, interakcji i przepływów. Z uwagi na fakt, że moc wyjaśniająca badań wykorzystujących SNA tkwi nie we właściwościach badanych podmiotów (ich cechach i postawach), lecz w ich relacjach, badania takie mają wymiar strukturalny, a analizie podlega nie deklaracyjny proces komunikowania, ale jego realny przebieg.

Dane w analizie sieci społecznej mogą być gromadzone z użyciem różnych technik. Najpopularniejszą z nich stanowią kwestionariusze ankiet, w których zależności zachodzące między podmiotami są identyfikowane i operacjonalizowane za pomocą pytań typu: z kim respondent współpracuje, kogo zna, z kim i jak często się kontaktuje. Dane do analizy sieciowej mogą pochodzić także z wywiadów swobodnych, obserwacji i analizy dokumentów (Theiss 2013, s. 103; Borgatti, Everett, Johnson 2013), w tym analizy zawartości mediów bądź danych archiwalnych, np. pochodzących z mediów społecznościowych. Ten ostatni zasób często jest możliwy do wygenerowania przy użyciu konkretnych narzędzi, poświęconych analizie sieci społecznych (np. NodeXL, Netlytic, Gephi).

Wspomniane narzędzia badawcze są wykorzystywane w analizie sieci społecznych na wielu poziomach. NodeXL działa jako rozszerzenie programu MS Excel. W wersji rozszerzonej (płatnej) oferuje możliwość importu danych z mediów społecznościowych, obliczenie miar SNA dla całej sieci i poszczególnych węzłów, przygotowanie wizualizacji sieci, a także analizę sentymentu badanych wpisów. Netlytic jest narzędziem sieciowym, dostępnym przez przeglądarkę, oferującym dodatkowo analizę tekstu oraz geolokalizację danych pochodzących z mediów społecznościowych. Umożliwia także identyfikowanie popularnych tematów w mediach społecznościowych i wyszukiwanie konkretnych wątków (Łódzki 2018, s. 39). Gephi, ostatnie narzędzie, to z kolei oprogramowanie typu *open source*, służące do wizualizacji i eksploracji wszelkiego rodzaju grafów i sieci. Software oferuje import danych z mediów społecznościowych, wizualizację i eksport przygotowanych grafów oraz obliczenie miar SNA.

Analiza sieci społecznych – wybrane miary

Analiza sieci społecznych pozwala na dokonanie charakterystyki zarówno całej sieci, jaki i każdego jej elementu na podstawie specyficznych miar wykorzystywanych w tej metodzie. Na poziomie analiz całej sieci można wyróżnić na przykład: miarę spójności sieci, wyznaczaną przez jej gęstość (ang. *density*), miarę wzajemności (ang. *reciprocity*) oraz współczynnik grupowania/klastrowania (ang. *clustering coefficient*), który wyodrębnia społeczności w ramach analizowanej sieci (Borgatti, Everett, Johnson 2018, s. 173–180). Miary te często są wykorzystywane w publikacjach medioznawczych.

Gęstość sieci określa stosunek liczby istniejących połączeń między wszystkimi węzłami w sieci do liczby wszystkich potencjalnych połączeń między tymi węzłami (Faust 2006, s. 204). Często miara ta jest wykorzystywana w celach porównawczych: tej samej sieci w różnych okresach lub różnych sieci ze sobą (Faust 2006, s. 175).

Kolejna miara – wzajemności – obrazuje stosunek relacji dwukierunkowych między dwoma podmiotami (A ma relację z B i B ma relację z A) do liczby wszystkich relacji występujących w sieci. Wzajemność jest więc miarą obopólności wymiany informacji w sieci i wykorzystuje się ją tylko w przypadku sieci kierunkowych³ (Sas-Tomczyk 2015, s. 226).

Współczynnik klastrowania z kolei obejmuje miarę opisującą stopień grupowania się węzłów w sieci, mierzony bliskością powiązań między nimi. Innymi słowy, jest to stopień powiązań między sąsiadującymi ze sobą węzłami (Pan, Xu, Wang, Zhang 2019, s. 121587). Gdy te połączenia są gęste, współczynnik grupowania uznaje się za wysoki (Hansen, Dunne, Shneiderman 2010).

SNA jako metoda badawcza pozwala na dokonanie analiz nie tylko w obrębie całej sieci, ale także na poziomie pojedynczego aktora, szczególnie gdy pytania badawcze koncentrują się na jego pozycji i odgrywanej roli. Koncepcja ról odgrywanych przez indywidualne podmioty sieci może być więc w badaniach medioznawczych uzupełnieniem obrazu tych rysów, które funkcjonują na bazie teorii normatywnych lub empirycznych. Zdefiniowanie i charakterystyka roli danego węzła w sieci społecznej są uwarunkowane jego pozycją oraz relacjami z innymi podmiotami. Można wyodrębnić więc:

- węzły peryferyczne, słabo połączone z innymi węzłami, ulokowane na obrzeżach sieci;
- węzły centralne, silnie połączone z innymi węzłami, ulokowane w centrum sieci;
- łączniki, węzły, które łączą centra, wykorzystując przy tym niską liczbę połączeń (Tam 1989).

Do wyznaczania pozycji i ról poszczególnych podmiotów stosuje się m.in. miary centralności węzła sieci. Centralność jest fundamentalna w przypadku badań nad fenomenem przepływów i procesów zachodzących w sieci (Borgatti 2005), a więc w efekcie nad procesem komunikowania się aktorów sieci między sobą. Aby centralność wyodrębnić i zdefiniować, wykorzystuje się kilka miar: stopnia powiązań (ang. *degree*) dla sieci niekierunkowych oraz stopnia powiązań wejściowych i wyjściowych (ang. *in-degree* oraz *out-degree*) dla sieci kierunkowych, wskaźnika bliskości (ang. *closeness centrality*) lub wskaźnika pośrednictwa (ang. *betweenness centrality*).

3 Sieć kierunkowa to taka, w której relacja reprezentowana jest za pomocą strzałki – posiada kierunek od jednego węzła do innego, np. w sieci reprezentującej udzielanie informacji. Podmiot A może udzielić informacji podmiotowi B. Podmiot B może, ale nie musi, w odpowiedzi udzielić informacji zwrotnej. Z kolei w sieci niekierunkowej relacje między węzłami z założenia są wzajemne, np. gdy podmiot A pracuje w tej samej redakcji medialnej co podmiot B (Borgatti, Everett, Johnson 2018, s. 14).

Najprostszą charakterystyką pozycji węzła jest jego stopień powiązań, czyli liczba bezpośrednich relacji danego podmiotu z innymi. Stopień powiązań $d(n_i)$ przyjmuje wartości od 0 do maksymalnej liczby wierzchołków sieci $g - 1$, gdzie g to liczba wszystkich istniejących węzłów (Wasserman, Faust 2018, s. 100). W przypadku sieci kierunkowych możliwe jest dodatkowo wyodrębnienie stopnia relacji inicjowanych przez dany węzeł – wychodzących (ang. *out-degree*) – oraz stopnia relacji przyjmowanych przez dany węzeł – przychodzących (ang. *in-degree*). Ostatnia miara to wskaźnik popularności i prestiżu danego węzła w sieci (Batorski, Zdziarski 2009, s. 163–164).

Wskaźnik bliskości, określanej jako odległość jednostki od wszystkich innych węzłów w sieci, pozwala na określenie dystansu dzielącego dany węzeł od innego węzła, z zachowaniem reguły najkrótszych ścieżek. Bardziej centralną pozycję mają te jednostki, których dystans od pozostałych węzłów w sieci jest mniejszy w porównaniu do innych węzłów. Miara ta obrazuje niezależność danego węzła i jego odporność na wpływ (Freeman 1979).

Wskaźnik pośrednictwa z kolei zakłada, że zidentyfikowane w sieci węzły mają łączniki. Miara ta obrazuje więc istotność danego węzła w procesie komunikowania (Wasserman, Faust 2018, s. 188–189; Bruggeman, Bruggeman 2008, s. 76–78). Innymi słowy, wskaźnik pośrednictwa obrazuje, jak często dana jednostka pojawia się w najkrótszych ścieżkach między parami węzłów. Potencjalnie, jednostki te mają większą kontrolę nad przepływem informacji w sieci (Batorski, Zdziarski 2009, s. 165). Wymienione cechy pozycji podmiotu, jak centralność czy pośrednictwo, są określane jako „sieciovne podstawy władzy” (Diani 2008, s. 202; Wichłacz 2012, s. 107).

Powyższe miary wykorzystują od dłuższego czasu badacze w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej. O rosnącej popularności analizy sieciowej w badaniach medioznawczych na świecie świadczą najnowsze prace naukowców, publikowane w najlepszych, zagranicznych wydawnictwach. Badania uczonych dotyczą m.in. relacji zachodzących wewnątrz grup zawodowych dziennikarzy (Vergeer 2015; Van Leuven, Deprez 2017; Hanusch, Nölleke 2019); polityków (Praet, Martens, Van Aelst 2021; Hekim 2021; Esteve Del Valle, Broersma, Ponsioen 2022), ale także powiązań pomiędzy dziennikarzami i politykami, szczególnie w obrębie serwisu Twitter (Verweij 2012; Yoon, Park 2014). Coraz częściej publikowane są również studia relacji między użytkownikami mediów a pozostałymi podmiotami komunikowania politycznego, które tym samym integrują wiele pól badawczych w komunikowaniu politycznym (Choi, Sang, Park 2014; Baviera 2018; Majó-Vázquez, Nielsen, González-Bailón 2019; Zhenga, Shahin 2020; Gaol, Maulana, Matsuo 2020; Guo, Rohde, Wu 2020).

Analiza sieci społecznych w polskich badaniach nad komunikowaniem politycznym

Wiek XXI określa się mianem epoki sieci, w której społeczeństwo jest kształtowane przez infrastrukturę sieci społecznych i medialnych (van Dijk 2010, s. 36). Podobnie uważa Manuel Castells, uznając, że sieci stanowią nową morfologię społeczną, a „obecność lub nieobecność w sieci i dynamika każdej sieci w stosunku do innych są kluczowymi źródłami dominacji w naszym społeczeństwie” (Castells 2003, s. 467). Z kolei sieć jako zbiór wzajemnie powiązanych ze sobą węzłów (Castells 2003, s. 468) stanowi podstawową jednostkę analityczną w badaniach nowego typu społeczeństwa – społeczeństwa sieciowego (Nowina Konopka 2017, s. 52). Jak wskazuje Bogusława Dobek-Ostrowska (ZP 3/2023) w artykule wprowadzającym do niniejszego tomu, badania nad komunikowaniem politycznym w ostatnim dziesięcioleciu silnie eksplorują nowe pole badawcze – media społecznościowe, wykorzystując interdyscyplinarne metody badawcze. Jedną z nich jest analiza sieci społecznych, obecna głównie w badaniach komunikowania politycznego w Stanach Zjednoczonych oraz Europie Północnej i Zachodniej, a także coraz częściej wykorzystywana przez polskich badaczy.

W Polsce analiza sieci społecznych cieszy się zainteresowaniem badaczy z różnych dyscyplin, o czym świadczą badania dotyczące specyfiki sieci społecznych oraz publikacje na temat metodologicznych aspektów SNA (Batorski 2004; Juza 2006; Hupa 2007; Zając 2007; Zając, Rakocy 2007; Batorski, Zdziarski 2009; Kawa 2015; Sankowska, Siudak 2015; Wawrzynek 2017; Nożewski 2018). W niewielkim jeszcze stopniu z możliwości SNA korzystają badacze komunikowania politycznego w zakresie wyodrębnionych przez Bogusławę Dobek-Ostrowską następujących obszarów badawczych: aktorów politycznych, mediów masowych, działań komunikacyjnych, zawartości komunikowania politycznego, publiczności/wyborców, efektu komunikowania (Dobek-Ostrowska 2006, s. 197–216). Do wspólnej cechy wszystkich istniejących badań w tej dziedzinie, gdzie stosuje się SNA, należy jednak fakt, że poszczególne obszary są łączone ze sobą – realizując tym samym relacyjny charakter opisywanej metody. Badania aktorów politycznych, podmiotów medialnych i publiczności (jednocześnie lub osobno) okazują się więc powiązane z jednoczesnym badaniem ich działań komunikacyjnych i efektów, do których mogą one prowadzić. Dodatkowo media zostają skonceptualizowane zgodnie z ich podwójną naturą – jako podmiot lub kanał komunikowania.

Perspektywę aktorów politycznych wraz z ich działaniami komunikacyjnymi, w ramach których media traktuje się jako kanał komunikowania, połączyli Aneta Marcinkowska i Daniel Mider, wykorzystując analizę sieci społecznych do badania topografii stron internetowych polskich partii politycznych w czasie parlamentarnej kampanii wyborczej w 2011 roku (Marcinkowska, Mider 2012). Badacze zastosowali SNA, aby prześledzić wzajemne powiązania między stronami internetowymi partii politycznych. Powiązania te mogły być zidentyfikowane dzięki obecności odsyłaczy na stronie – hiperlinków.

Sieciowa analiza odnośników definiowana jest jako procedura badawcza polegająca na identyfikowaniu tematycznie połączonych zbiorów stron internetowych i ma charakter ilościowy, wykorzystuje głównie metody statystyczne oraz prezentacje danych w postaci grafów (Ackland, Gibson 2002, s. 2).

W kontekście badań światowych tego typu procedurę wykorzystali Robert Ackland i Rachel Gibson (2002), by zidentyfikować intensywności używania sieci przez australijskie partie polityczne, oraz Lada Adamic i Natalie Glance (2005), przeprowadzając analizę tysiąca blogów politycznych podczas kampanii prezydenckiej w 2004 roku w Stanach Zjednoczonych. Podobnie polski badacz Albert Hupa, wykorzystując w tym zakresie metodologię i terminologię SNA, badał orientacje polityczne w internecie na podstawie treści związanych z dyskursem politycznym, publikowanych w obrębie konkretnych domen (Hupa 2007). Badania te wykorzystywały takie wskaźniki SNA jak gęstość, wzajemność czy centralność analizowanych podmiotów.

Działania komunikacyjne polskich posłów w serwisie Twitter, dokonując syntezy tych samych obszarów badawczych z dziedziny komunikowania politycznego, zbadali Jacek Nożewski i Paweł Baranowski (2021). Wymienieni badacze wykorzystali hipotezę homofilii, stosowaną w SNA, która zakłada, że podmioty wchodzące ze sobą w relacje mają tendencję do nawiązywania powiązań z innymi, podobnymi do siebie podmiotami (McPherson, Smith-Lovin, Cook 2001, s. 416). Homofilia pozwala więc określić wzorce powiązań między ludźmi o podobnych cechach i atrybutach. Nożewski i Baranowski wykazali, że takimi cechami może być wykonywany zawód lub orientacja polityczna (Nożewski, Baranowski 2021, s. 9). Zastosowana miara wzajemności relacji oraz detekcji społeczności wbudowanych w analizowaną sieć pokazały, że istnieją wysoce spolaryzowane struktury parlamentarzystów, które funkcjonują w obrębie przynależności politycznej. Twitter w Polsce, zgodnie z wynikami badań, zdominowany był przez obóz Zjednoczonej Prawicy i Koalicji Europejskiej.

Perspektywę podmiotów medialnych i ich działań komunikacyjnych połączyli Jan M. Zając i Kamil Rakocy (2007). Badacze skupili się na roli blogów w procesie rozprzestrzeniania informacji. Ich zdaniem poznanie struktury blogosfery połączonej siecią odsyłaczy (hiperlinków) pozwala zrozumieć procesy (także społeczne), które w ramach tego medium zachodzą. Ponownie, wykorzystując w swoich analizach miary SNA, autorzy ci zwrócili uwagę na szczególne znaczenie tych relacji, które pozwalają ujawnić role odgrywane przez poszczególne węzły – wyznaczanie węzłów centralnych czy liczby powiązań danego węzła z innymi. Ten sam przedmiot badań został wykorzystany w 2009 roku przez Annę Zygmont, Jarosława Koźłaka, Łukasza Krupczaka i Bartosza Małocha, którzy zmapowali najbardziej popularne wówczas blogi, analizując ich stopień powiązań oraz wskaźniki centralności i prestiżu.

Kolejne, połączone perspektywy: podmiotów medialnych, użytkowników mediów, ich działań komunikacyjnych oraz zawartości komunikowania, analizował w swojej pracy doktorskiej Jacek Nożewski (2018). Badając aktywność informacyjną użytkowników w serwisie Facebook, autor skupiał się na interakcji zachodzącej między podmiotami profesjonalnymi (mediami) a nieprofesjonalnymi (odbiorcami).

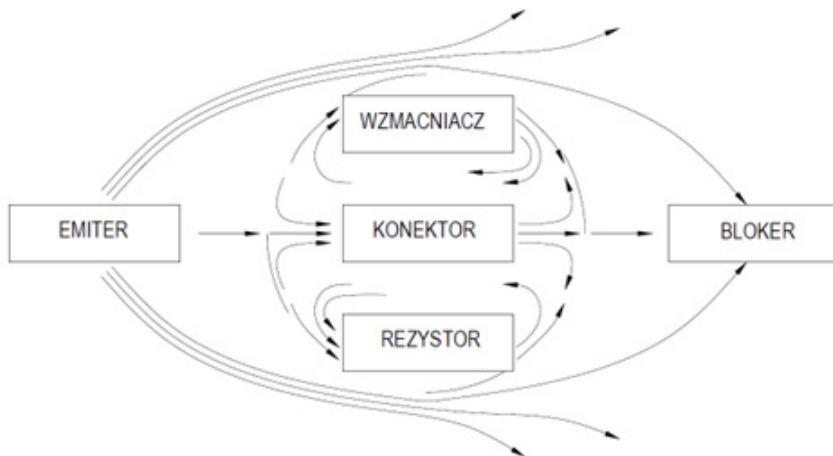
W efekcie zastosowania analizy sieci społecznych możliwe było zaprezentowanie współistnienia agendy medialnej i publicznej oraz kształtowania zachowań informacyjnych odbiorców pod wpływem przekazów medialnych o polityce.

Jacek Nożewski we współpracy z Eleną Johansson (2018) przeprowadził także badania nad obecnością i aktywnością komunikacyjną indywidualnych aktorów medialnych w Polsce i Szwecji. Analizy opierały się na zmapowaniu relacji dziennikarzy z ich źródłami informacji politycznych. Wyznaczając miary gęstości sieci, modularność i wskaźniki centralizacji, udowodniono, że szwedzcy dziennikarze częściej niż dziennikarze w Polsce pełnili funkcję gatekeeperów – kluczowych węzłów w sieci, regulujących przepływ informacji. W przypadku polskiej części Twittera omawiana rola częściej realizowana była przez aktorów politycznych.

Z kolei proces przepływu informacji pomiędzy politykami, dziennikarzami i organizacjami medialnymi oraz (w ograniczonym zakresie) obywatelami analizowała Kinga Adamczewska (2023). Badania odnosiły się do identyfikacji przepływu informacji między wskazanymi podmiotami i analizy poziomu interaktywności zaistniałej komunikacji w mediach tradycyjnych i mediach online. W toku badań potwierdzono, że podmioty medialne najczęściej wykorzystywały komunikację reaktywną, która generowana była głównie przez odwoływanie się do źródeł informacji, co stanowi praktykę dziennikarską, a nie przez możliwość reagowania (polubienie, udostępnienie lub komentowanie) na opublikowane materiały o charakterze politycznym. Można więc zgodzić się z wcześniejszymi badaniami, zgodnie z którymi dziennikarze w mediach online raczej obserwują bieżące kwestie i innych użytkowników mediów online (Hermans, Vergeer, Pleijter 2011; Broersma, Graham 2016, s. 99), a nie wchodzą z nimi w bezpośrednie relacje (Heravi, Harrower, Boran 2014, s. 25; Revers 2014).

Ważnym punktem badań była próba zrozumienia ról odgrywanych przez media w procesie przepływu informacji, które wyodrębnione zostały na podstawie charakterystyki stopnia powiązań przychodzących i wychodzących każdego z podmiotów. Jak ustalono, role mediów jako aktorów komunikowania politycznego nie ograniczają się do tych wyodrębnianych w klasycznych modelach transmisyjnych komunikowania (nadawca, pośrednik, odbiorca). Zwłaszcza w kwestii pośredników przepływu informacji należy zróżnicować podmioty medialne na te, które dynamizują przepływ informacji (wzmacniacze, więcej połączeń wychodzących niż przychodzących), oraz takie, które go katalizują (rezystorzy, więcej połączeń przychodzących niż wychodzących) czy też pełnią funkcję łączników. W przypadku tych ostatnich proporcja relacji wejściowych i wyjściowych jest taka sama (konektorzy). W tych trzech typach ról zachodzi obieg informacji płynących od nadawców (emiterów, tylko relacje wychodzące) do odbiorców końcowych (brokerów przepływu, tylko relacje przychodzące).

Rysunek 1. Typologia ról mediów w przepływie informacji politycznych.



Źródło: Adamczewska 2023, s. 232.

Użytkownicy mediów, a jednocześnie wyborcy także znajdują się w kręgu zainteresowania badaczy wykorzystujących analizę sieciową. Andrzej Jarynowski i Daniel Płatek (2022) podjęli próbę zrozumienia wzorców komunikacyjnych wśród uczestników antyrządowych protestów w 2020 roku. Przez analizę wpisów na Twitterze opatrzonych hashtagami m.in. #Strajkkobiet i #ProtestRolników badacze zmapowali strukturę społeczności zgromadzonej wokół wydarzeń, które wygenerowały w tamtym okresie napięcia społeczne. Biorąc pod uwagę gęstość wyodrębnionych sieci społecznych, ich modularność oraz rolę poszczególnych węzłów możliwe było przedstawienie praktycznych rekomendacji i przewidywań co do tego, w jaki sposób sieci te mogą wesprzeć kampanie informacyjne i edukacyjne dotyczące pandemii COVID-19.

W kontekście badania użytkowników mediów, podmiotów medialnych, zawartości tej komunikacji oraz jej efektów przeprowadzone zostały badania wpływu mediów informacyjnych na zakres partycypacji politycznej użytkowników serwisu Twitter (Nożewski 2021). Dzięki zastosowaniu analizy sieciowej ustalono, że podmioty medialne o silnej pozycji w sieci mogą wpływać na decyzje użytkowników o obserwowaniu danego polityka w serwisie Twitter. Dodatkowo ujawniono podział opinii publicznej – użytkownicy obserwujący media uznane za konserwatywne (prawicowe), lewicowe oraz centrowe wykazywali tendencję do jednoczesnego obserwowania profilu odpowiednio Andrzeja Dudy lub Rafała Trzaskowskiego. Badanie to było więc analizą tworzenia struktur komunikacyjnych w serwisie Twitter, które to tworzenie może nieść określone skutki dla uczestników tego procesu.

W podobnym duchu przeprowadzono badania porównawcze zjawiska polaryzacji politycznej w serwisie Twitter w Polsce i na Węgrzech (Matuszewski, Schabó 2019). Wychodząc od konceptualizacji mediów społecznościowych, zwłaszcza Twittera jako kanału przyczyniającego się do polaryzacji politycznej (Bail, Argyle, Brown,

Bumpus, Chen, Hunzaker, Volfovsky 2018; Marozzo, Bessi 2017), przeprowadzono analizę dwóch sieci społecznych z wykorzystaniem detekcji społeczności (klastrowanie) oraz wskaźników stopnia powiązań. Krawędzie między węzłami wyznaczały relację obserwujący–obserwowany. Wyniki przeprowadzonych badań pokazały, że nie można w pełni poprzeć dwóch następujących tez: 1. media społecznościowe zalały użytkowników Twittera nieograniczoną liczbą różnorodnych informacji i kontrastowych punktów widzenia; 2. Twitter ograniczył potencjał interakcji użytkowników o różnych poglądach politycznych czy przynależności ideologicznej (Matuszewski, Schabó 2019, s. 10). Ostatecznie przeprowadzona analiza sieciowa sugerowała, by polaryzację polityczną w mediach społecznościowych analizować w szerszej perspektywie, wychodząc poza zjawisko *echo chamber* z jednej strony, zaś z drugiej poza hipotezę o roli Twittera w demokracji deliberatywnej w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Wnioski

Polskie badania wykorzystujące metodę analizy sieci społecznych są coraz częściej reprezentowane w literaturze naukowej, szczególnie na przestrzeni ostatniej dekady. Wpisują się tym samym w światowy trend, w którym badacze, szczególnie ze Stanów Zjednoczonych i Europy Zachodniej, chętnie posługują się miarami SNA w badaniach komunikowania politycznego. Dotyczą one głównie nowego pola badawczego – mediów społecznościowych, które dzięki rozwojowi technologicznemu z jednej strony stały się nową przestrzenią komunikowania politycznego i przedmiotem zainteresowania naukowców, z drugiej zapewniły dostęp do danych i narzędzi pozwalających na analizę naukową dynamicznej wymiany komunikatów między aktorami politycznymi, mediami i obywatelami.

Na tle innych metod badawczych analizę sieciową wyróżnia jej relacyjny charakter. Łącząc różne perspektywy (aktorów politycznych, medialnych, obywateli/wyborców/użytkowników, działania komunikacyjne, treść komunikatów, efekt komunikacji), metoda ta pozwala kompleksowo analizować proces komunikowania. Nie bez znaczenia pozostaje więc fakt, że jej wykorzystanie przenosi punkt ciężkości prowadzonych badań z właściwości badanych podmiotów (ich cech, atrybutów) na relacje między nimi. To w strukturze tych relacji tkwi moc wyjaśniająca SNA.

SNA i jej narzędzia są wykorzystywane do badania interakcji w ekosystemie mediów, wewnątrz organizacji medialnych, pomiędzy podmiotami medialnymi, a także politycznymi czy „zwykłymi użytkownikami”. Analiza sieci społecznych jest szczególnie przydatna i może być wykorzystana do odkrywania wzorców interakcji między aktorami sieci oraz lepszego zrozumienia relacji społecznych w ogóle. Analiza mediów może odbywać się na wielu poziomach (organizacji, jednostek, materiałów medialnych), co z powodzeniem da się wykorzystać w badaniach dotyczących kształtowania ekosystemu medialnego. SNA oferuje także możliwość mapowania powiązań między samymi dziennikarzami oraz dziennikarzami a politykami czy dziennikarzami a odbiorcami informacji w mediach społecznościowych.

Badania tego typu pozwalają zobrazować więc potencjalną kooperację między tymi podmiotami, ich wzajemne zaangażowanie w konkretne wątki i dyskusje, a także intensywność wzajemnego komunikowania. Metoda ta może być także wykorzystana do zrozumienia sposobu, w jaki poszczególni aktorzy konsumują przekaz medialny (Weber 2018)

Polscy badacze stosujący tę metodę reprezentują głównie młode pokolenie naukowców, o których Bogusława Dobek-Ostrowska (ZP 3/2023) pisze jako o generacji ukształtowanej w nowych warunkach technologicznych, bez problemowego dostępu do świata. W istocie rzeczy dostęp do wiedzy oraz zakorzenienie i funkcjonowanie w świecie technologii i nowych mediów nie pozostaje bez znaczenia dla rozwoju polskich badań nad komunikowaniem politycznym, szczególnie jeśli chodzi o wykorzystanie nowych metod i narzędzi badawczych. Niestosowane wcześniej narzędzia technologiczne przeobrażają metodologię badań społecznych, szczególnie z punktu widzenia zbierania, analizowania i wizualizacji danych. Niesie to za sobą konsekwencje również dla medioznawstwa (Szpunar 2018, s. 325–331). Interdyscyplinarność nauk o mediach pociąga za sobą konieczność interdyscyplinarnego wyboru i wykorzystania metod badawczych (Nowina Konopka 2018, s. 343).

Bibliografia

- Ackland R., Gibson R. (2004). Mapping political party networks on the WWW. Australian Electronic Governance Conference (s. 1–32) [http://voson.anu.edu.au/papers/political_networks.pdf; 16.02.2023].
- Adamczewska K. (2023). Rola mediów we współczesnym przepływie informacji politycznej. Poznań.
- Adamic L., Glance N. (2005). The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog [<http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlog-WWW.pdf>; 13.01.2023].
- Araujo L., Brito C. (1998). Agency and constitutional ordering in networks. *International Studies of Management and Organization*, nr 27 (4), s. 22–46.
- Bail C.A., Argyle L.P., Brown T.W., Bumpus J.P., Chen H., Hunzaker M.B.F., Volfovsky A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, nr 115 (37), s. 9216–9221.
- Batorski D., Zdziarski M. (2009). Analiza sieciowa i jej zastosowania w badaniach organizacji i zarządzania. *Problemy Zarządzania*, vol. 7, nr 4 (26), s. 157–184.
- Baviera T. (2018). Influence in the political Twitter sphere: Authority and retransmission in the 2015 and 2016 Spanish General Elections. *European Journal of Communication*, nr 33 (3), s. 321–337.
- Bond M., Harrigan N. (2011). Political dimensions of corporate connections. W: J. Scott, P.J. Carrington (eds). *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (s. 196–210). London.
- Borgatti S.P. (2005). Centrality and network flow. *Social Networks*, nr 27 (1), s. 55–57.
- Borgatti S.P., Everett M.G., Johnson J.C. (2018). *Analyzing Social Networks*. Sage.
- Broersma M., Graham T. (2016). Tipping the Balance of Power: Social Media and the Transformation of Political Journalism. W: A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbø, A.O. Larsson, C. Christensen (eds). *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (s. 89–103). New York.
- Bruggeman J. (2008). *Social Networks: An Introduction* (vol. 194). London.

- Carrington P.J., Scott J., Wasserman S. (2005). *Models and Methods in Social Network Analysis* (vol. 28). Cambridge.
- Castells M. (2003). *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań.
- Chadwick A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford.
- Choi M., Sang Y., Park H.W. (2014). Exploring political discussions by Korean Twitter users: A look at opinion leadership and homophily phenomenon. *Aslib Journal of Information Management*, nr 66 (6), s. 582–602.
- Czakon W. (2012). *Sieci w zarządzaniu strategicznym*. Warszawa.
- Diani M. (2008). Analiza sieciowa. W: K. Górlach, P.H. Mooney (eds). *Dynamika życia społecznego. Współczesne koncepcje ruchów społecznych* (s. 99–114). Warszawa.
- Dijk J.A. van (2010). *Společne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*. Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2006). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2009). *Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym*. Bielsko-Biała.
- Dobek-Ostrowska B. (2006). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2023). *Rozwój badań nad komunikowaniem politycznym w Polsce w kontekście światowym. Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3, s. 11–34.
- Duijn M.A. van, Vermunt J.K. (2006). What is special about social network analysis? *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences*, nr 2 (1), s. 1–5.
- Esser F., Stępińska A., Hopmann D. (2016). Populism and the media: Cross-national findings and perspective. W: T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, C.H. De Vreese (eds). *Populist Political Communication in Europe* (s. 365–380). New York.
- Esteve Del Valle M., Broersma M., Ponsioen A. (2022). Political interaction beyond party lines: Communication ties and party polarization in parliamentary twitter networks. *Social Science Computer Review*, nr 40 (3), s. 736–755.
- Faust K. (2006). Comparing social networks: size, density, and local structure. *Advances in Methodology and Statistics*, nr 3 (2), s. 185–216.
- Freeman L.C. (1979). Centrality in Social Networks Conceptual Clarification. *Social Networks*, nr 1, s. 215–239.
- Garrett R.K., Bimber B., De Zúñiga H.G., Heinderyckx F., Kelly J., Smith M. (2012). Transnational Connections: New ICTs and the Study of Political Communication. *International Journal of Communication*, nr 6, s. 214–231.
- Gaol F.L., Maulana A., Matsuo T. (2020). News consumption patterns on Twitter: fragmentation study on the online news media network. *Heliyon*, nr 6 (10) [<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020320120>; 12.03.2022].
- Golbeck J., Grimes J.M., Rogers A. (2010). Twitter Use by the U.S. Congress. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, nr 61 (8), s. 1612–1621.
- Guo L.A., Rohde J., Wu H.D. (2020). Who is responsible for Twitter's echo chamber problem? Evidence from 2016 US election networks. *Information, Communication & Society*, nr 23 (2), s. 234–251.
- Hansen D., Dunne C., Shneiderman B. (2010). Analyzing Social Media Networks with NodeXL [<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1112>; 2.02.2023].

- Hanusch F., Nölleke D. (2019). Journalistic homophily on social media: Exploring journalists' interactions with each other on Twitter. *Digital Journalism*, nr 7 (1), s. 22–44.
- Hekim H. (2021). Ideological homophily or political interest: Factors affecting Twitter friendship network between politicians. *Journal of Information Technology & Politics*, nr 18 (4), s. 371–386.
- Heravi B.R., Harrower N., Boran M. (2014). *Social Journalism Survey: First National Study on Irish Journalists' Use of Social Media*. HuJo: Insight Centre for Data Analytics, National University of Ireland, Galway.
- Hermans E.A.H.M., Vergeer M.R.M., Pleijter A.R.J. (2011). Nederlandse journalisten in 2010: Onderzoek naar de kenmerken van de beroepsgroep, professionele opvattingen en het gebruik van digitale media in het journalistieke werk. Nijmegen.
- Hupa A. (2007). Badania orientacji politycznych w Internecie. *Studia Socjologiczne*, nr 186 (3), s. 115–143.
- Jarynowski A., Płatek D. (2022). Sentiment analysis, topic modelling and social network analysis: COVID-19, protest movements and the Polish Tweetosphere. W: K. Kopecka-Piech, B. Łódzki (eds). *The COVID-19 Pandemic as a Challenge for Media and Communication Studies* (s. 210–224). London.
- Johansson E., Nożewski J. (2018). Polish and Swedish journalist-politician Twitter networks: Who are the gatekeepers? *Central European Journal of Communication*, nr 2 (21), s. 129–150.
- Kawa A. (2014). Analiza sieciowa jako metoda badawcza w naukach o zarządzaniu. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, t. 365, s. 40–49.
- Łódzki B. (2018). Essential Internet Tools for Media Studies Research. W: A. Węglińska, A. Dytman-Stasieńko (eds). *Big Data. Digital Marketing and Trendwatching* (s. 28–47). Wrocław.
- Majó-Vázquez S., Nielsen R.K., González-Bailón S. (2019). The backbone structure of audience networks: A new approach to comparing online news consumption across countries. *Political Communication*, nr 36 (2), s. 227–240.
- Marcinkowska A., Mider D. (2012). Polityczna topografia Internetu. Zastosowanie analizy sieciowej do badań polskich partii politycznych w kampanii parlamentarnej w 2011 roku. *Studia Polilogiczne*, nr 26, s. 246–318.
- Marin A., Wellman B. (2008). *Social Network Analysis: An Introduction* [<https://pdfs.semanticscholar.org/aa4d/5f9ae3fbc6ae16a1de02f7b6daddf615a238.pdf>; 20.11.2022].
- Marozzo F., Bessi A. (2017). Analyzing polarization of social media users and news sites during political campaigns. *Social Network Analysis and Mining*, nr 8 (1), s. 1–13.
- Matuszewski P., Szabó G. (2019). Are echo chambers based on partisanship? Twitter and political polarity in Poland and Hungary. *Social Media + Society*, nr 5 (2), s. 1–14.
- McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J.M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, nr 27 (1), s. 415–444.
- Mizruchi M.S. (1994). Social Network Analysis: Recent Achievements and Current Controversies. *Acta Sociologica*, nr 37 (4), s. 329–343.
- Newman M.E., Barabási A.L.E., Watts D. J. (2006). *The Structure and Dynamics of Networks*. Princeton.
- Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E., Jasiński B. (2012). *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwania dla teorii i praktyki zarządzania*. Warszawa.
- Nowina Konopka M. (2017). *Infomorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach*. Kraków.

- Nożewski J. (2018). Użytkownicy mediów społecznościowych i ich aktywność informacyjna. Niepublikowana rozprawa doktorska, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.
- Nożewski J. (2021). Wpływ mediów informacyjnych na zakres partycypacji politycznej użytkowników serwisu Twitter w Polsce. Struktura i działanie. *Studia Medioznawcze*, nr 22 (1), s. 826–839.
- Nożewski J., Baranowski P. (2021). “Birds of a Feather Flock Together”: Bipolarity, Homophily and Intra-Party Communication Degree of Polish MPs on Twitter. *Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne*, nr 72, s. 7–28.
- Pan X., Xu G., Wang B., Zhang T. (2019). A novel community detection algorithm based on local similarity of clustering coefficient in social networks. *IEEE Access*, nr 7, s. 121586–121598.
- Praet S., Martens D., Van Aelst P. (2021). Patterns of democracy? Social network analysis of parliamentary Twitter networks in 12 countries. *Online Social Networks and Media*, nr 24, s. 100–154.
- Revers M. (2014). The Twitterization of News Making: Transparency and Journalistic Professionalism. *Journal of Communication*, nr 64 (5), s. 806–826.
- Sas-Tomczyk M. (2015). Zastosowanie metody Social Network Analysis w badaniach społecznych. W: J. Grotowska-Leder, E. Rokicka (red.). *Przemiany społeczne we współczesnej Polsce i ich konsekwencje. Perspektywa socjologiczna* (s. 221–234). Łódź.
- Scott J. (2012). *What Is Social Network Analysis?* London.
- Scott J., Carrington P.J. (2011). *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. London.
- Sozański T. (2002). Sieć społeczna. W: *Encyklopedia socjologii*, t. 4. Warszawa.
- Stieglitz S., Dang-Xuan L. (2013). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining*, nr 3, s. 1277–1291.
- Szpunar M. (2018). Nowe media – nowe metody badawcze? Metodologia pracy cyfrowego humanisty. W: A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess (red.). *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie* (s. 325–339). Kraków.
- Tam T. (1989). Demarcating the boundaries between self and the social: The anatomy of centrality in social networks. *Social Networks*, nr 11 (4), s. 387–401.
- Theiss M. (2013). Perspektywa sieci społecznych w badaniach lokalnej polityki społecznej. *Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje*, nr 22 (3), s. 99–114.
- Turner J.H., Maryanski A. (2006). Kontynuowanie tradycji II. Nowe teorie ewolucyjne. W: J.H. Turner. *Struktura teorii socjologicznej* (s. 138–174). Warszawa.
- Vergeer M. (2015). Peers and sources as social capital in the production of news: Online social networks as communities of journalists. *Social Science Computer Review*, nr 33 (3), s. 277–297.
- Verweij P. (2012). Twitter links between politicians and journalists. *Journalism Practice*, nr 6 (5–6), s. 680–691.
- Wasserman S., Faust K. (2018). *Social Networks Analysis: Methods and Applications. Structural Analysis in the Social Sciences*. Cambridge.
- Wawrzynek Ł. (2017). Analiza sieci społecznych w identyfikacji i wzmacnianiu potencjału innowacyjnego zespołów pracowniczych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 496, s. 183–204.
- Weber M.S. (2018). *Network Analysis*. W: P.M. Napoli (ed.). *Mediated Communication* (s. 171–189). Berlin–Boston.
- Wetherell C., Plakans A., Wellman B. (1994). Social networks, kinship, and community in Eastern Europe. *The Journal of Interdisciplinary History*, nr 24 (4), s. 639–663.

- Wichłacz M. (2012). Sieć a rozumienie przestrzeni polityki. W: A. Czajowski, L. Sobkowiak (ed.). *Polityka i polityczność. Problemy teoretyczne i metodologiczne* (s. 101–124). Wrocław.
- Yoon H.Y., Park H.W. (2014). Strategies affecting Twitter-based networking pattern of South Korean politicians: Social network analysis and exponential random graph model. *Quality & Quantity*, nr 48, s. 409–423.
- Zając J., Rakocy K. (2007). Blogi i blogosfera z perspektywy sieci społecznych. *Studia Medioznawcze*, nr 3 (30), s. 78–98.
- Zheng P., Shahin S. (2020). Live tweeting live debates: How Twitter reflects and refracts the US political climate in a campaign season. *Information. Communication & Society*, nr 23 (3), s. 337–357.
- Zygmunt A., Koźlak J., Krupczak Ł., Małocha B. (2009). Analiza blogów internetowych przy użyciu metod sieci społecznych. *Automatyka. Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie*, nr 13, s. 673–681.

STRESZCZENIE

Nowe możliwości tworzenia i wymiany komunikatów pomiędzy aktorami politycznymi, mediami i publicznością/wyborcami są m.in. efektem dynamicznie rozwijającej się sfery technologicznej. Pojawienie się mediów online (w tym mediów społecznościowych) zmieniło politykę. Równolegle zmianom podlega także komunikowanie polityczne. Stanowi to z jednej strony inspirację, z drugiej zaś wyzwanie dla naukowej eksploracji tego obszaru badawczego. Interdyscyplinarność nauki o mediach, w którą wpisuje się badanie komunikowania politycznego, sprawia, że badacze poszukują nowych narzędzi badawczych, szczególnie w zakresie zbierania, analizowania i wizualizacji danych. Prowadzi to do inkorporacji na grunt badań medioznawczych nowych metod. Celem artykułu jest prezentacja analizy sieci społecznych (SNA) jako metody popularnej w badaniach amerykańskich i europejskich, choć jeszcze rzadko obecnej w polskich analizach komunikowania politycznego. W artykule przedstawiono charakterystykę metody, jej główne wskaźniki oraz dotychczasowy stan badań z jej wykorzystaniem w Polsce.

Słowa kluczowe: komunikowanie polityczne, aktorzy polityczni, media, publiczność, analiza sieci społecznych