

**Recenzent:**

Ks. dr hab. Krzysztof Marcyński, prof. ucz.  
Katedra Teorii, Języka i Etyki Mediów  
Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa  
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie  
ul. Dewajtis 5  
01-815 Warszawa  
Tel. 600 090 781  
E-mail: k.marcynski@uksw.edu.pl

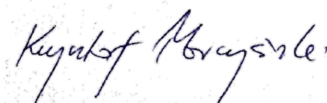
Warszawa, 11.05.2023

**Recenzja rozprawy doktorskiej pt.  
„Procesy mediatyzacji w branży szkoleniowej w Polsce  
w pierwszym roku pandemii COVID-19”**

przygotowanej przez Magdalenę Popek  
w Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej  
Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie  
pod kierunkiem promotora:  
dr hab. Andrzeja Adamskiego, prof. WSiIZ  
w dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach

**Wprowadzenie**

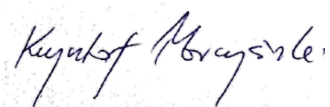
Branża usług szkoleniowych jest to pierwsze z dwóch głównych zagadnień podjętych w rozprawie doktorskiej Pani mgr Magdaleny Popek. Cieszy niezmiernie fakt, iż w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach także i ten obszar jest zgłębiany oraz badany. Jak dostrzegamy niemalże na co dzień, obecny wiek to epoka usług szkoleniowych pod różnymi nazwami i prawie z każdej dziedziny życia. Branża ta jest ważna w dzisiejszych czasach przede wszystkim dlatego, że umiejętności oraz wiedza pracowników stanowią kluczowy element sukcesu przedsiębiorstw, a ludzie chętnie rozwijają swoje umiejętności w celu poprawy swojej pozycji na rynku pracy czy też w innych dziedzinach życia.



Branża usług szkoleniowych naturalnie jest związana z komunikacją społeczną, stąd tak wiele zawodów z nią związanych m.in. takich, jak: trener, coach, mówca motywacyjny, mentor czy psycholog biznesu są warunkowane posiadaniem kompetencji komunikacyjnej rozwiniętej na wysokim poziomie. I bardzo często – w większym lub mniejszym stopniu – ta branża szkoleniowa jest związana z mediami – albo jest praktykowana w mediach czy przy ich użyciu, albo też dotyczy tematów medialnych i sprawnego użytkowania ich. Z tego m.in. względu usługi szkoleniowe są niezwykle praktyczną sferą i coraz częściej zgłębianą naukowo, czego wyrazem i przykładem jest rozprawa Pani mgr Magdaleny Popek.

Drugim zagadnieniem podjętym w recenzowanej pracy jest mediatyzacja komunikacji. Komunikacja między ludźmi coraz częściej odbywa się przy użyciu mediów i dotyczy to naturalnie także wspomnianej tu branży usług szkoleniowych. W wyniku mediatyzacji komunikacji można sprawniej i skuteczniej dotrzeć do odbiorcy – klienta, co też nie jest bez znaczenia dla przekazu wiedzy w dziedzinie biznesu oraz szeroko pojętego rozwoju osobistego i zawodowego.

Pani mgr Magdalena Popek do wyżej opisanych zagadnień nawiązała w swojej rozprawie pt. „Procesy mediatyzacji w branży szkoleniowej w Polsce w pierwszym roku pandemii COVID-19”. Dokładnie rzecz ujmując, przedmiotem recenzowanej dysertacji jest obraz i przebieg procesu mediatyzacji szkoleń w pierwszym roku pandemii COVID-19 w praktyce zawodowej trenerów biznesu, związanej ze społeczno-gospodarczym kontekstem – brakiem możliwości organizowania spotkań, szkoleń, konsultacji i konferencji w tradycyjnej formie – w bezpośrednim kontakcie z innymi uczestnikami (s. 10). Mając to na uwadze, Doktorantka – przygotowując rozprawę doktorską – wybrała sobie za cel, jak sam to określiła – „znalezienie odpowiedzi na pytanie o zakres i przebieg procesów mediatyzacji w branży szkoleniowej w pierwszym roku pandemii COVID-19 w Polsce” (s. 16). Ponieważ badania związane z usługami szkoleniowymi, a tym bardziej ich mediatyzacją, nie są w Polsce często podejmowane, niniejsza dysertacja nabiera szczególnego znaczenia poznawczego, badawczego i naukowego. W tym miejscu gratuluję zarówno Doktorantce, jak i Promotorowi podjęcia się zbadania tego problemu i przygotowania rozprawy doktorskiej w obszarze dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach.



## Opis struktury rozprawy

Praca liczy 382 strony; składa się ze wstępu, sześciu rozdziałów, zakończenia, bibliografii, netografii, streszczenia w języku polskim i angielskim, spisu tabel, rysunków, wykresów oraz załączników. W rozdziale pierwszym odniesiono się do komunikowania organizacyjnego, zwracając tu szczególną uwagę najpierw na takie zagadnienia, jak: tradycje badawcze nauki o komunikowaniu, interdyscyplinarny charakter nauki o komunikowaniu, definicje komunikowania i komunikacji, szkoły teoretyczne i tradycje badawcze nauki o komunikowaniu, a następnie m.in. na: komunikowanie jako proces, komunikowanie jako proces wielopoziomowy oraz system komunikowania organizacyjnego, komunikowanie organizacyjne w społecznym systemie komunikowania, poziomy, kierunki komunikowania organizacyjnego oraz nowoczesne modele struktury organizacyjnej.

W rozdziale drugim opisano wybrane aspekty mediatyzacji komunikacji. W pierwszej kolejności zwrócono uwagę na podstawy teoretyczne mediatyzacji, opisując jej definicję, nowe media w komunikacji zapośredniczone oraz narzędzia zapośredniczające komunikację w firmach. W tym rozdziale przybliżono również kalendarium pandemii COVID-19 w kontekście europejskim i polskim. W drugiej kolejności podjęto w tym rozdziale temat pracy zmediatyzowanej w czasie pandemii COVID-19, odnosząc się zwłaszcza do złożoności prawnych zmediatyzowanych form pracy, związanych z telepracą i pracą zdalną, a także szans i zagrożeń wynikających z pracy zdalnej i telepracy oraz rekomendacji dla przedsiębiorców na czas wspomnianej tu pandemii.

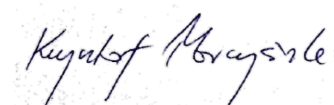
W rozdziale trzecim opisano mediatyzację szkoleń, zwracając tu szczególną uwagę na mediatyzację szkoleń stacjonarnych (ewolucja w szkoleniach – media w szkoleniach, kompetencje cyfrowe a szkolenia, adaptacja form szkoleniowych do świata cyfrowego – edukacja mieszana) oraz nowe media w szkoleniach online (mediatyzacja szkoleń w pandemii COVID-19, nowe media i nowe narzędzia w komunikacji organizacji i e-learningu, adaptacja form szkoleniowych offline do rzeczywistości online).

*Krzysztof Brzycki*

W rozdziale czwartym przedstawiono podstawy teoretyczne branży szkoleniowej, odnoszące się bezpośrednio do zagadnień podjętych w badaniach. Opisano tu krótko historię rozwoju i edukacji pracowników, a dalej ukazano m.in. kontekst powstania potrzeby wsparcia pracowników oraz zarys historii szkoleń. W rozdziale tym odniesiono się również do ewolucji formy szkoleniowej, opisując zwłaszcza rozwój organizacyjny, techniki wspierające rozwój organizacyjny, rozumienie i rolę trenera biznesu, kompetencje i kwalifikacje trenerów biznesu, szkoły trenerów – profil kandydatów, zakres wiedzy i umiejętności oraz sposób kształcenia trenerów. W dalszej kolejności – w opisywanym tu rozdziale – zwrócono uwagę na konkretne role czy zawody związane z branżą usług rozwojowych w Polsce. I tak, opisano tu szczegółowo znaczenie i rolę coacha, mówcy motywacyjnego, mentora, facylitatora, konsultanta oraz psychologa biznesu. W rozdziale czwartym opisano także formy pracy trenera biznesu, etapy jego pracy, specyfikę uczenia osób dorosłych w szkoleniach, konsultacje, facylitację, mentoring i coaching w szkoleniach, ewaluację szkolenia, model Kirkpatricka, następnie nowy Model Kirkpatricka oraz trudności związane z branżą.

W rozdziale piątym opisano szczegółowo metodologię badań własnych: przebieg procesu badawczego, problem badawczy, pytania i hipotezy, cel i przedmiot badań, badaną próbę, metody oraz narzędzia badawcze, analizę opracowań i danych zastanych – *desk research*, badanie jakościowe – IDI.

W rozdziale szóstym zaprezentowano wyniki badań. W pierwszej jego części zamieszczono dane o charakterze ilościowym. Są to dane na temat: korzystania z form szkoleń zapośredniczonych przez nowe media i cyfrowe technologie w badanych okresach, nowych mediów i cyfrowych narzędzi komunikacyjnych w szkoleniach w okresie marzec 2019 – luty 2020 oraz marzec 2020 – luty 2021, komunikatorów i narzędzi stosowanych w szkoleniach online w badanych okresach, nowych mediów i pozytywnej oceny na ich temat w dyskusjach trenerów biznesu oraz wyzwaniach i trudnościach w dyskusjach trenerów biznesu w badanych okresach. Dalej, dane te dotyczą reklamy szkoleń oraz ofert pracy dla trenerów w badanych okresach, tematyki porad w grupie „Trener Trenerowi Trenerem” w badanych okresach, nastawienia i emocji wobec korzystania z nowych mediów przez trenerów biznesu w badanych



okresach oraz zmian w sposobach organizacji i prowadzenia szkoleń w dyskusjach trenerów biznesu w badanych okresach. W następnej części tego rozdziału zaprezentowano dane o charakterze jakościowym dla okresu przed pandemią (doświadczenia respondentów, nastawienie wobec szkoleń online i nowych mediów, narzędzia, z których korzystali trenerzy, obserwowane nastawienie (klientów i w branży), następnie dla okresu przejściowego – pierwszej fali pandemii COVID-19, a także dla okresu adaptacji do szkoleń online.

Po zakończeniu pracy zamieszczono bibliografię składającą się z następujących części: 1) Źródła, 2) Opracowania, 3) Netografia. Po tej części umieszczono streszczenie, spisy tabel, wykresów i załączniki.

### **Ocena merytorycznej i metodologicznej wartości pracy**

We wstępie oceny merytorycznej i metodologicznej należy wyraźnie podkreślić, iż recenzowana rozprawa charakteryzuje się wysokim poziomem, dużą wartością poznawczą – w zakresie teoretycznym oraz praktycznym. Praca Pani mgr Magdaleny Poppek jest bardzo szczegółowa, bogata w źródła i różnego rodzaju opracowania naukowe i branżowe – w zakresie biznesu i usług szkoleniowych. W niektórych fragmentach jest nowatorska – dotyczy to szczególnie części badawczej, przygotowanej wśród respondentów pracujących w sferze usług szkoleniowych.

Przechodząc do szczegółowej oceny merytorycznej i metodologicznej dysertacji, warto zwrócić uwagę na następujące kwestie:

Po pierwsze, warto odnieść się najpierw do podstaw, czyli celu badawczego i poznawczego rozprawy doktorskiej. Cel, przypomniany już we wstępie recenzji, należy uznać za poprawnie sformułowany. Jednakże w części metodologicznej – w opisie metodologii badań – warto potraktować go priorytetowo i zamieścić nieco wcześniej, już w pierwszym paragrafie. A zatem paragraf o tytule „Cel i przedmiot badań” zamieścić nie w 5.3, a już 5.1., dlatego, że cel i przedmiot badawczy warunkują dalsze etapy badań, w tym w ogóle całą organizację badań.

*Krzysztof Brzyświec*

Po drugie, praca rzeczywiście jest bardzo szczegółowa. Ta szczegółowość dotycząca trzeciego rozdziału o mediatyzacji szkoleń, jest z wielką korzyścią dla rozprawy, a szczególnie zrozumienia części badawczej. Natomiast w opinii recenzenta można zrezygnować z dwóch pierwszych rozdziałów i rozprawę zacząć już od razu od trzeciego rozdziału, tj. od mediatyzacji szkoleń. Dwa pierwsze rozdziały mają charakter kompendium wiedzy o komunikacji, które w przypadku tej recenzowanej pracy stanowią zbyt szczegółowe i długie wprowadzenie do głównego tematu.

Po trzecie, należy wyraźnie podkreślić, iż Doktorantka kompetentnie i poprawnie dobrała literaturę przedmiotu w języku polskim i angielskim. Ta liczba jest imponująca. Pod tym względem rozprawa stanowi cenny i przede wszystkim aktualny stan badań na temat branży usług biznesowych, mediatyzacji szkoleń, mediów społecznościowych czy innych współczesnych form komunikowania. Co ważne, Doktorantka nawiązała w rozprawie do opracowań z dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach (M. McLuhana, S.P. Morreale'a, B.H. Spitzberga, J.K. Barge'a, itd.). Z wielką lekkością, ale i starannością Doktorantka przeanalizowała zebraną literaturę, przedkładając ją na współczesny, komunikatywny przekaz – kompetentny, merytoryczny i interesujący – w stylu trenera biznesu. Tu jedna tylko podpowiedź: warto w korzystaniu z tego typu literatury sięgać nie tylko po źródła pośrednie (opracowania, „z drugiej ręki”), ale przede wszystkim po bezpośrednie, czyli nawiązywać od razu do klasyków medioznawstwa oraz autorów i twórców danych teorii (zob. np. s. 35-38).

Po czwarte, Autorka bardzo dobrze radzi sobie z kwestiami teoretycznymi, ma świadomość znaczenia definicji, rozróżniania wszelkich terminów, konieczności ich kompetentnego wyjaśnienia dla całości rozprawy, a szczególnie dla części badawczej. Potrafi korzystać z różnych teorii komunikowania, nawiązywać do potrzebnych jej elementów.

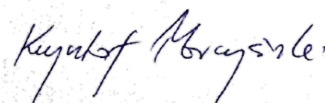
Po piąte, Doktorantka sprawnie i poprawnie aplikuje wiedzę medioznawczą do teorii i praktyki biznesu. Kompetentnie łączy medioznawstwo także z psychologią biznesu, co z jest dużą korzyścią dla obu tych obszarów badawczych i naturalnie – dla całościowego odbioru recenzowanej rozprawy doktorskiej.

Po szóste, należy wyraźnie podkreślić duże znaczenie przeprowadzonych przez Doktorantkę badań na temat przebiegu procesów mediatyzacji w branży szkoleniowej

*Krzysztof Morawski*

w Polsce w pierwszym roku pandemii COVID-19. Mimo, że o tej pandemii powstało już wiele opracowań i badań, a w przestrzeni publicznej już tak dużo się nie mówi i nie pisze, to nadal – jak najbardziej – badania Pani mgr Magdaleny Popek stanowią cenne źródło i pomoc dla teoretyków i praktyków. Pierwszy etap badania stanowiła analiza zawartości danych zastanych – treści postów opublikowanych w zamkniętej grupie „Trener Trenerowi Trenerem” na Facebooku (s. 213). Drugi etap badań były to jakościowe wywiady pogłębione z przedstawicielami grupy „Trener Trenerowi Trenerem”, dzięki którym Pani mgr Magdalena Popek uzyskała dane na temat wykorzystania mediów, urządzeń czy narzędzi cyfrowych w pierwszym roku pandemii COVID-19, a także motywacji w pracy szkoleniowej w tamtym czasie. Badania te mają szczególnie dużą wartość.

Po siódme, opis metodologiczny jest wyczerpujący, szczegółowy, w ogólnej ocenie – jak najbardziej poprawny. Metody badawcze są poprawnie dobrane, narzędzia badawcze – odpowiednio przygotowane. Hipotezy są szczegółowe i poprawnie sformułowane. Dobór materiału badawczego oraz dobór respondentów są odpowiednio uargumentowane. W opisie metodologii są oczywiście pewne fragmenty, które można by zrobić inaczej czy po prostu dopracować. Jest to m.in. następująca kwestia: warto ujednolicić badany okres w całej pracy: w tytule pracy jest to: pierwszy rok pandemii COVID-19, w opisie metodologii, na s. 212 zapisano jakby trochę odmienny cel główny pracy/badań: „Celem głównym przeprowadzonych badań była odpowiedź na pytanie o zakres i przebieg procesów mediatyzacji w branży szkoleniowej w Polsce w pierwszym roku pandemii COVID-19 w porównaniu do roku poprzedzającego - marca 2019 do lutego 2020”. Także w pytaniach pomocniczych (s. 16, s. 209) mamy zapis w liczbie mnogiej: „w badanych okresach” w przeciwieństwie do tytułowego: „w pierwszym roku pandemii”, co może wprowadzać czytelnika w błąd i rodzić pytania o spójność i precyzję badanego okresu. Oczywiście, Autorka miała prawo zrobić analizę porównawczą danych sprzed pandemii COVID-19 z pierwszym jej rokiem – dla lepszego zrozumienia czy zobrazowania danych. Idealnie jednak byłoby, gdyby te dane pracy były wszędzie jednoznaczne i bardziej precyzyjne.



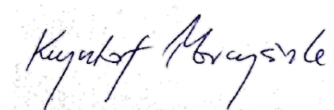
Po ósme, prezentacja otrzymanych danych jest szczegółowa, przejrzysta, komunikatywna dla odbioru. Dane są ukazywane według wcześniej przygotowanych kategorii analitycznych z klucza kategoryzacyjnego (s. 378-381), co świadczy m.in. o bardzo dobrym warsztacie naukowym Doktorantki oraz dobrej organizacji badań.

Po dziewiąte, i ostatnie, w rozprawie Doktorantka przywołała nazwę dyscypliny, w której ubiega się o uzyskanie stopnia doktora. Warto używać poprawnej nazwy, obecnie używanej – nauki o komunikacji społecznej i mediach. W pracy natomiast występuje wiele różnych wersji tej nazwy: nauki o mediach (s. 31), nauki o mediach i komunikacji (2 razy na s. 12), nauki o komunikowaniu i mediach (s. 36, 65, 367) i nauki o komunikacji społecznej i mediach (s. 25 – 3 razy, s. 26, 30, 65).

Podsumowując, pomimo kilku mankamentów rozprawę należy uznać za merytorycznie i metodologicznie bardzo dobrą. W tym miejscu można zadać Doktorantce następujące pytania:

- Co może Pani powiedzieć – na podstawie przeprowadzonych badań – o obecnych trendach komunikacyjnych w branży usług szkoleniowych? Czy doświadczenie pandemii COVID-19 przyczyniło się do trwałych zmian w tej sferze? Jeśli tak, do jakich?
- Jak Pani ocenia wykorzystanie sztucznej inteligencji w pracy trenera biznesu? Czy dostrzega tu Pani możliwości? Czy może także zagrożenia? Jeśli tak, to jakie?
- Jakie znaczenie ma dzisiaj kompetencja komunikacyjna w pracy trenera biznesowego w kontekście mediatyzacji szkoleń?

Podsumowując ocenę merytoryczną recenzowanej rozprawy doktorskiej mgr Magdaleny Popek należy uznać, iż jest to rozprawa bardzo ważna, wartościowa i interesująca pod względem teoretycznym oraz badawczym.





## Ocena strony formalnej pracy

### A) Ocena struktury pracy

Jak wspomniano na początku praca składa się z sześciu rozdziałów. Trzy pierwsze mają charakter teoretyczny dotyczą komunikacji, mediatyzacji komunikacji oraz mediatyzacji szkoleń. Rozdział czwarty również ma charakter teoretyczny, lecz ściśle związany z tematyką przeprowadzonych badań. Rozdział piąty i szósty mają charakter badawczy – zawierają opis metodologiczny oraz prezentację wyników badań oraz wniosków. Taki układ rozprawy jest logiczny, spójny i poprawny, jednakże – w opinii recenzenta – zbędny jest rozdział pierwszy i po części drugi. Można by od razu pracę rozpocząć od rozdziału trzeciego, czyli od mediatyzacji szkoleń, zakładając, że na poziomie doktoratu wiadome jest czym jest komunikacja (zob. rozdział I) i czym jest mediatyzacja komunikacji (zob. rozdział II). W tak proponowanym porządku praca zyskałaby na większej spójności i fokusowości. Warto także przemyśleć zasadność utrzymania bardzo krótkich paragrafów – niektóre liczą zaledwie kilka zdań (np. na s. 208). Podział struktury pracy nie powinien być zbyt długi i zbyt drobiazgowy. Recenzent jednak rozumie zamysł w tym względzie Doktorantki – zapewne dla uszczegółowienia pewnych kwestii zdecydowano się na taki oto układ rozprawy. Warto też poszczególne rozdziały poprzedzić przynajmniej krótkimi wstępami.

### B) Ocena języka i stylu

W przypadku języka oraz stylu rozprawy należy docenić staranność w tym względzie. Praca jest napisana w sposób komunikatywny, naukowy, lecz także poniekąd „biznesowy”, szkoleniowy dla zwiększenia lekkości języka, poprawności i atrakcyjności przekazu. Występują naturalnie pewne kwestie do poprawy – np. często stosowany jest zwrot – „niniejszy rozdział przedstawia” (s. 208), „podrozdział 6.1.2. przedstawiał dane” (s. 241), lecz to nie umniejsza wartości całości pracy. Recenzowana rozprawa ma zdecydowanie charakter książki naukowej. Doktorantka potrafi poprawnie przygotowywać charakterystyczne dla rozprawy doktorskiej części, typu: wstęp, zakończenie, struktura rozdziału (choć tu idealnie byłoby zamieścić krótkie wstępy do rozdziałów), bibliografia, aneksy. Podsumowując tę część recenzji, należy uznać, iż

*Krzysztof Brygusiewicz*

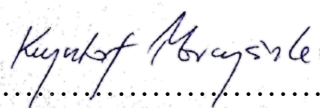
Autorka w pełni opanowała technikę pisania pracy doktorskiej, wykazując się dużą dojrzałością formalno-naukową.

### **C) Ocena sporządzania bibliografii**

Doktorantka zgromadziła bogatą literaturę. Bibliografię podzieliła następująco: 1) Źródła, 2) Opracowania, 3) Netografia. W tym względzie istnieją oczywiście różne szkoły metodologiczno-formalne. Dyskusyjne byłoby umieszczenie pewnych kwestii w źródłach (np. hasła słownikowe), lecz to i tak nie umniejsza znaczenia imponująco i bogato zebranej literatury.

### **Konkluzja końcowa**

Mając na uwadze zawartość merytoryczną i metodologiczną – teoretyczną i badawczą – rozprawy doktorskiej Pani mgr Magdaleny Popek pt. „Procesy mediatyzacji w branży szkoleniowej w Polsce w pierwszym roku pandemii COVID-19”, oceniam tę pracę bardzo wysoko oraz uznaję, że spełnia ona wszelkie wymagania oraz warunki określone w art. 187, ust. 3 ustawy „Prawo o szkolnictwie wyższym” (Dz.U. 2018 poz. 1668). Tym samym wnioskuję o dopuszczenie Pani mgr Magdaleny Popek do dalszych etapów przewodu doktorskiego, w tym do publicznej obrony rozprawy doktorskiej. Z racji także tematyki bardzo aktualnej, praktycznej i popularnej rekomenduję niniejszą rozprawę opublikować w formie drukowanej oraz/lub cyfrowej – po uwzględnieniu wyżej opisanych poprawek i sugestii.



.....  
*Ks. dr hab. Krzysztof Marcyński SAC, prof. ucz.*