

Katowice, 7.01.2022 roku

Prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej
Uniwersytet Śląski

Recenzja pracy doktorskiej
mgr Patrycji Kochanek
pt. *Dyskurs rynku pracy*

Uniwersytet Śląski Dyrektorat Wydziału Filologicznego (6)		
Wzrost	18-01-2022	Imię
Waga		Przebieg
Temperatura		

Promotor:

Prof. dr hab. Jerzy Biniewicz

Przedstawiona do recenzji praca doktorska autorstwa mgr Patrycji Kochanek pt. *Dyskurs rynku pracy* liczy 267 stron znormalizowanego maszynopisu. Składa się z wprowadzenia, siedmiu rozdziałów, zakończenia, bibliografii oraz kserokopii (w kolorze) materiałów źródłowych (to komunikaty kierowane do potencjalnych odbiorców, zainteresowanych pracą w danej firmie).

Dysertacja jest skonstruowana bardzo logicznie. Kolejne rozdziały rozwijają temat główny, dzięki czemu odbiorca może spojrzeć na problem panoramicznie, z odpowiednimi kontekstami historycznymi, co świadczy oczywiście na korzyść Doktorantki, która zebrała dostępne źródła i materiały w sposób właściwy, opisując je i ustosunkowując się do ich treści bardzo klarownie, co świadczy o doskonałym opanowaniu przez Nią wiedzy na prezentowany temat.

Doktorantka w swojej pracy opisuje wizerunek poszczególnych firm (Accenture, Konica Minolta, Bosch, Alior Bank, Electrolux, EY, Samsung, PwC, Mars, State Street, Nestle, Ferrero, Capgemini, Auchan, Kaufland, Ikea, P&G), jaki wyłania się z informacji kierowanych do odbiorców, potencjalnych przyszłych pracowników generacji Z, zachęcających młodych ludzi do podjęcia u nich pracy. Twórcy tych informacji/przekazów „mają świadomość tego, jakimi

wartościami kierują się potencjalni pracownicy, a więc w narracjach przywołują je i układają w pewnych sekwencjach, tak aby dopasować swoje treści do potrzeb komunikacyjnych odbiorców” (s. 99).

W pierwszym rozdziale pt. „Teoria dyskursu” Autorka przedstawiła bardzo klarownie i ze zrozumieniem założenia teoretyczne dotyczące teorii dyskursu, opisała wykorzystywane w dysertacji definicje oraz przybliżyła m.in. założenia multimedialnej analizy dyskursu.

W drugim rozdziale pt. „Rynek pracy” Doktorantka opisała zjawiska kształtujące rynek Pracy w Polsce i na świecie (m.in. społeczeństwo informacyjne, globalizację, globalną mobilność, dygitalizację i automatyzację, wojnę o talenty, krótkotrwałe więzi pracowników ze swoimi firmami, oraz omówiła zjawiska wpływające na rynek Pracy w Polsce (transformację ustrojową w Polsce, wejście Polski do Unii Europejskiej, rynek pracownika).

W rozdziale trzecim czytamy o koncepcji *employer branding*, jej genezie, mechanizmach działania i procesach strategii EB (komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej).

Natomiast w rozdziale czwartym mgr Patrycja Kochanek bardzo interesująco i klarownie przywołuje obraz pokoleń na polskim rynku pracy (pokolenia wyżu powojennego: 1945-1964, pokolenia X: 1965-198, pokolenia Y: 1981-1994, pokolenia Z: 1995-2004) ze wskazaniem na cechy charakterystyczne dla każdego z tych okresów.

W rozdziale piątym pt. „Metodologia” Autorka opisała metodologię, jaką wykorzystywała do swoich badań, a mianowicie - multimodalną analizę dyskursu oraz wielopoziomą lingwistyczną analizę dyskursu. „Zastosowane metody polegają z jednej strony - jak sama twierdzi - na analizie tekstów i ich wzajemnych zależności oraz sposobu uporządkowania, z drugiej zaś na badaniu kontekstu społecznego, w którym ów dyskurs istnieje. Metodologia ta wymaga od badacza traktowania tekstu jako środka pozwalającego wykreować obraz życia społecznego” (s. 7), co Doktorantce udało się w pełni, na bazie przeprowadzonych badań - w następnym rozdziale - pokazać.

W rozdziale szóstym pt. „Analiza materiału badawczego” Doktorantka skupiła się na analizie sfery semantycznej komunikatów multimodalnych. Opisała także strategie pracodawcy występującego w roli pioniera nowych technologii, mentora i opiekuna, jako inkubatora oraz globalnego działacza społecznego.

Ostatni rozdział – siódmy – jest podsumowaniem całości pracy i jest tu zatytułowany „Zakończenie”. Osobiście nie jest zwolennikiem takiego wyszczególniania podsumowań wyłącznie w osobnym rozdziale, zamykającym całość. W moim pojęciu dany rozdział jest częścią składową pracy, jakby subtematem tytułu głównego, dlatego zakończenia nie traktuję jako osobny rozdział. W moim pojęciu „zakończenie” zamyka, „podsumowuje” wszystkie dotychczasowe rozdziały, spina podjęte badania w końcowych konkluzjach. Proszę nie traktować tej uwagi jako zarzut. To taka uwaga na marginesie.

Autorka omawianej dysertacji postawiła jasno hipotezy badawcze (s. 99) i je obudowała konkretnymi przykładami w dalszych partiach rozprawy, bardzo interesująco opisała i rzetelnie zrekonstruowała obraz świata zarysowany w narracjach podmiotów dyskursu pracy skierowanych do generacji Z.

Ogromną zaletą pracy jest jej język! Nie można przejść obojętnie obok języka tej rozprawy, który nie jest trudny, choć porusza nie zawsze łatwe kwestie. Autorka przedstawia przywoływane problemy bez zbędnego sięgania po terminy żargonu naukowego. Język jest zrozumiały, przejrzysty i przyjazny nawet dla niespecjalisty, co czyni lekturę przyjemną, atrakcyjną, a nawet momentami wciągającą.

Wartością rozprawy jest samo opisanie pojęcia zagadnienia *employer branding* oraz ukazanie sposobów budowania marki przez dane firmy poprzez ich komunikację z potencjalnym pracodawcą, ale także kompetentna analiza dyskursu prowadzona na rynku pracy przez wskazane spółki zaprezentowana przez Doktorantkę. Wartością pracy jest także panoramiczne omówienie poszczególnych sposobów zwrócenia uwagi na dane firmy poprzez charakterystyczne zwroty, mające na celu zachęcenie pracobiorcy do podjęcia

zatrudnienia. Z przeprowadzonej przez Doktorantkę analizy wynika, że to metody skuteczne, tym bardziej że trafiają do szerokiego odbiorcy i mogą zaspokoić każde wrażliwe ego w zależności, od wrażliwości odbiorcy i tego, do czego on sam się nadaje: m.in. ktoś twórczy, kreatywny, umiejący odnaleźć się w zespole.

Podczas obrony pracy doktorskiej, chciałbym usłyszeć od Doktorantki, czy udało Jej się ustalić, na ile ten dyskurs skierowany do pracobiorców jest skuteczny i jak się sprawdza po zatrudnieniu młodego pracownika w rzeczywistości, czy kierowane informacje w komunikatach do potencjalnych pracobiorców nie są oznaką manipulacji i na ile są prawdziwe, jakie jest zdanie już przyjętych do pracy osób i czy nie czują się one zawiedzione.

Mam nadzieję, że uda się także Doktorantce odpowiedzieć na pytanie: dlaczego, w takim razie, tak często młodzi ludzie zmieniają pracę (czy to cecha pokolenia Z; przecież nie tylko z powodów niskiego wynagrodzenia), a może z powodu niedotrzymanych przez pracodawcę warunków, o jakich zapewniał pracobiorcę w swych materiałach promujących swą firmę.

Na koniec chcę podkreślić wysoką wartość poznawczą rozprawy. Różnorodny i bogaty materiał dokumentacyjny został wykorzystany i zaprezentowany przez Doktorantkę w sposób przejrzysty, z zachowaniem porządku logicznego, co sprawia, że wywód jest czytelny i uporządkowany według przyjętych – w tego typu pracach – kryteriów, dlatego w moim przekonaniu zasługuje ona na wyróżnienie (!).

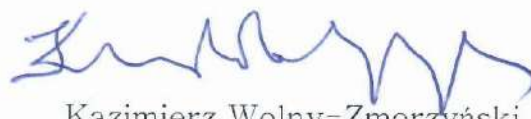
Mgr Patrycja Kochanek opanowała reguły akademickiej narracji i spełniła wymogi naukowego warsztatu. Jej praca skonstruowana jest bez zarzutu, a tok wyводу płynny, przechodzi od teorii do omówienia konkretnych przykładów. Pracę kończą bardzo dobrze uzasadnione wnioski oraz obszerna bibliografia (ss. 207–225), świadcząca o doskonałym rozeznanii Autorki w literaturze przedmiotu.



Konkluzja:

Praca doktorska mgr Patrycji Kochanek pt.: *Dyskurs rynku pracy* napisana jest bardzo interesująco, przejrzysto. Dysertację czyta się z dużym zainteresowaniem. Autorka w sposób analityczny uporządkowała i przedstawiła swe badania. Oceniana dysertacja doktorska spełnia wymagania stawiane rozprawom doktorskim, dlatego wnoszę o dopuszczenie mgr Patrycji Kochanek do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Mając na uwadze wysoką wartość naukową i poznawczą dysertacji uważam, że zasługuje ona na wyróżnienie.



Kazimierz Wolny-Zmorzyński

Katowice, 7 stycznia 2022 roku.