

dr hab. Grzegorz Maciejewski, prof. UE
Katedra Rynku i Konsumpcji
Kolegium Ekonomii
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
ul. 1-go maja 50
40-287 Katowice

RECENZJA ROZPRAWY DOKTORSKIEJ
magistra inżyniera Michała Łaskiego
pt. „Skuteczność mediów w zarządzaniu wizerunkiem Policji”
Wydział Nauk Stosowanych
Akademia WSB
Dąbrowa Górnicza 2021
Promotor dr hab. inż. Justyna Bugaj, prof. UJ

Przedstawiona do oceny rozprawa doktorska ulokowana została w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Autor podjął się w niej próby oceny skuteczności mediów tradycyjnych i elektronicznych w sprawnym zarządzaniu wizerunkiem Policji. Autor przedstawia instrumenty służące skutecznemu zarządzaniu wizerunkiem instytucji w mediach. Wskazuje mocne i słabe strony komunikacji medialnej oraz określa szanse i zagrożenia w zarządzaniu wizerunkiem Policji. Formułuje rekomendacje dla jednostek organizacyjnych Policji w zakresie zarządzania wizerunkiem.

Niniejsza recenzja została sporządzona zgodnie z warunkami określonymi w Ustawie o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2017, poz. 1789) oraz Ustawie o zmianie ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2017, poz. 859). W art. 13 Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki stwierdza się, że „rozprawa doktorska, przygotowywana pod opieką promotora albo pod opieką promotora i promotora pomocniczego, powinna stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego lub oryginalne rozwiązanie problemu w oparciu o opracowanie projektowe, konstrukcyjne, technologiczne, lub oryginalne dokonanie artystyczne, oraz wykazywać ogólną wiedzę teoretyczną kandydata w danej dyscyplinie naukowej lub artystycznej oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej lub artystycznej”.

Podstawą formalną recenzji jest pismo z dnia 2 listopada 2021 r. Pana prof. dr. hab. Marka Lisińskiego, Przewodniczącego Rady Dyscypliny Naukowej Nauki o Zarządzaniu

i Jakości Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej, w sprawie powierzenia mi wykonania recenzji rozprawy doktorskiej mgr. inż. Michała Łaskiego. Celem recenzji jest odpowiedź na pytanie czy przekazana do recenzji dysertacja doktorska odpowiada ustawowym warunkom i czy uzasadnia dopuszczenie mgr. inż. Michała Łaskiego do publicznej obrony. Ocena rozprawy doktorskiej została dokonana przez pryzmat spełnienia wymagań merytorycznych i formalnych stawianych pracom doktorskim w dziedzinie nauk społecznych, takich jak: ważność i aktualność podjętej problematyki, umiejętność prowadzenia naukowego wywodu (w tym stawianie celów i hipotez badawczych), dobór metod i technik badawczych, zawartość merytoryczna pracy, układ i struktura pracy oraz strona formalna i edytorska.

Ocena ważności i aktualności problematyki rozprawy

Wizerunek jest jednym z ważniejszych niematerialnych zasobów współczesnych organizacji. Kreowanie i zarządzanie wizerunkiem istotne jest z punktu widzenia wszystkich organizacji, szczególnego znaczenia nabierając w przypadku organizacji publicznych finansowanych ze środków publicznych. Do organizacji publicznych zalicza się również Policję, opisaną w Ustawie o Policji jako „umundurowaną i uzbrojoną formację służącą społeczeństwu i przeznaczoną do ochrony bezpieczeństwa ludzi oraz do utrzymywania bezpieczeństwa i porządku publicznego” (Dz.U. 2021, poz.1882).

W budowie i zarządzaniu wizerunkiem organizacji powszechnie wykorzystuje się różnego rodzaju media, tak te określane mianem mediów tradycyjnych (prasa, radio, telewizja), jak i te nazywane nowymi mediami, które rozumiane są jako wszelkie nowe technologie cyfrowe, media cyfrowe, media elektroniczne umożliwiające indywidualne i masowe komunikowanie się jednostek, grup społecznych, organizacji. Dynamiczny rozwój, zwłaszcza tych ostatnich, staje się z jednej strony szansą, a z drugiej wyzwaniem dla każdej organizacji publicznej. Wszystkie jej działania stają się bowiem jeszcze bardziej transparentne, a nieodpowiedzialne działania poszczególnych przedstawicieli danej komórki mogą zniweczyć latami budowany wizerunek całej organizacji. Kreowanie pozytywnego wizerunku organizacji publicznej, jaką jest Policja i zarządzanie nim jest zatem koniecznością, a fakt, że wydawane w tym celu środki pochodzą w głównej mierze z pieniędzy podatników powoduje, że tym bardziej do jego kształtowania trzeba wybierać te kanały komunikacji, które cechuje wysoka skuteczność działań wizerunkowych.

W tym kontekście wybór problematyki i tematu recenzowanej rozprawy doktorskiej uznać należy za właściwy i aktualny. Szersze przedstawienie kwestii zarządzania wizerunkiem organizacji publicznej na przykładzie Policji, a zwłaszcza ocena skuteczności wykorzystywanych w tym celu mediów wsparte rozpoznaniem literaturowym i empirycznym, przyczynia się do wzbogacenia wiedzy w tym obszarze zarządzania organizacjami oraz wypełnienia luki badawczej, widocznej w literaturze przedmiotu.

Ocena układu i struktury pracy oraz jej strony formalnej i edytorskiej

Dysertacja doktorska mgr. inż. Michała Łaskiego to dość obszerne studium o charakterze teoretyczno – empirycznym. Składają się na nie wstęp, sześć rozdziałów, zakończenie oraz załączniki o charakterze źródłowym i metodycznym.

Część teoretyczną pracy tworzą trzy pierwsze rozdziały. Pozwalają one określić stan dotychczasowej wiedzy w podjętym temacie, a także zidentyfikować lukę w rozważaniach dotyczących skuteczności mediów w zarządzaniu wizerunkiem organizacji, w tym także w Policji. Szeroko opisane zostały aspekty teoretyczne zarządzania wizerunkiem organizacji publicznych, począwszy od przedstawienia koncepcji i rodzajów wizerunku organizacji publicznych, przez wskazanie perspektyw kształtowania wizerunku, omówienie procesu zarządzania wizerunkiem, aż do przedstawienia działań i narzędzi public relations kształtujących wizerunek organizacji. Z uwagi na zakres tematyczny rozprawy scharakteryzowano tradycyjne i elektroniczne kanały komunikacji wykorzystywane w zarządzaniu wizerunkiem organizacji, zwrócono uwagę na relacje pomiędzy skutecznością i efektywnością działań wizerunkowych, przybliżono kwestie pomiaru skuteczności mediów w działaniach wizerunkowych organizacji i wykorzystywanych w tym celu wskaźników. W części teoretycznej recenzowanej rozprawy przedstawiono również historię działalności Policji od początku polskiej państwowości do czasów obecnych, organizacyjne i prawne podstawy funkcjonowania Policji, a także wizerunek współczesnej Policji w społeczeństwie polskim.

Naturalnym i oczekiwanym łącznikiem części teoretycznej i empirycznej rozprawy jest rozdział czwarty pracy. Stanowi on metodyczną część dysertacji. W części tej zaprezentowane zostały cele i hipotezy badawcze, przedstawione zostały zakresy pracy, opisane zostały zastosowane metody, techniki i narzędzia badawcze. Zaprezentowano także opis i przebieg podjętych badań empirycznych. Część metodyczną dopełnia informacja o sposobie doboru próby do badań oraz charakterystyka respondentów.

Część empiryczna dysertacji (rozdziały piąty i szósty) przedstawia wyniki badań własnych, podjętych przez Autora rozprawy oraz sformułowane przez niego rekomendacje. W pierwszej kolejności mgr inż. Michał Łaski przedstawił wyniki badań przeprowadzonych wśród 50 funkcjonariuszy Policji, następnie wyniki badań przeprowadzonych na grupie 125 mieszkańców Sosnowca i miejsko-wiejskiej gminy Ogrodzieniec. Analizami objęto wizerunek i skuteczność mediów wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

Układ pracy, struktura podziału treści, kolejność rozdziałów i podrozdziałów jest właściwa, choć budzi pewne zastrzeżenia. Tok wywodów jest uporządkowany i poprawny. Poszczególne rozdziały są ze sobą logicznie powiązane. Wywód prowadzony jest od elementów wprowadzających, ukazujących cele, metodykę i zakresy pracy, przez zagadnienia teoretyczne, ukazujące aktualny stan wiedzy na temat podejmowanej w dysertacji problematyki, do empirii poszerzających wiedzę z zakresu teorii zarządzania wizerunkiem organizacji publicznych oraz implikacji praktycznych w tym obszarze. Proporcje między warstwą teoretyczną a empiryczną rozprawy uznać należy za właściwe.

Ważną częścią pracy jest wstęp. Zawiera on przekonujące uzasadnienie podjęcia tematu pracy, problem badawczy, cel główny i cele szczegółowe pracy, a także krótki opis metodyki podjętych badań i opis struktury pracy. Brakuje mi jednak we wstępie hipotez, które dotyczą przecież postawionego problemu badawczego rozwiązywanego na wszystkich kartach rozprawy, a nie tylko w jej części empirycznej.

Za dyskusyjne, by nie powiedzieć zbędne, uznać należy wprowadzenie do rozdziału trzeciego treści historycznych, ukazujących działalność Policji od początku polskiej państwowości, aż do czasów obecnych. Przedstawiona do recenzji dysertacja to praca z nauk o zarządzaniu a nie z historii. W mojej opinii w rozdziale trzecim Autor powinien przede wszystkim skupić się na analizie informacji ze źródeł wtórnych, opisujących wizerunek Policji w polskim społeczeństwie. W omawianym rozdziale Doktorant poświęca temu zagadnieniu zaledwie cztery strony.

W mojej opinii tytuł rozdziału czwartego „Metodyka badań empirycznych” powinien zostać sformułowany inaczej. Zawarte w nim treści nie dotyczą bowiem metodyki badań empirycznych jako takich, tylko wybranych zagadnień służących rozwiązaniu postawionego w pracy problemu badawczego. Są w nim także podejmowane kwestie poza-metodyczne, dotyczące organizacji badań czy charakterystyki badanej próby respondentów. Uważam zatem, że bez szkody dla przedstawianych w rozdziale czwartym treści, mógłby on zostać zatytułowany „Metodyczno-organizacyjne aspekty podjętych badań empirycznych”. To najkrótszy rozdział rozprawy. Liczy zaledwie 15 stron.

Rozdział piąty dysertacji nosi tytuł „Wizerunek Policji w Polsce – wyniki badań empirycznych”, natomiast rozdział szósty „Zarządzanie wizerunkiem Policji w świetle badań własnych”. Nie bardzo rozumiem, to czyje są wyniki badań empirycznych, skoro własne – czyli Autora, przedstawione są tylko w rozdziale ostatnim?

Zakończenie pracy stanowi podsumowanie podjętych rozważań, odniesienie się (kolejne) do postawionych celów, hipotez, a także wyartykułowanie (w bardzo osobisty sposób) szeregu wniosków płynących z przedstawionego materiału empirycznego.

Praca, wraz z bibliografią oraz załącznikami, liczy 253 strony, zawiera bardzo liczne tabele, rysunki i wykresy, których w pracy jest łącznie aż 132. Część z nich wzbogaca oraz porządkuje prowadzone rozważania i wywody naukowe, część jednak wydaje się być zbędna i powinna znaleźć się w aneksie źródłowym. Miejscami praca przypomina raport z badań a nie rozprawę naukową. Szczególnie mam tu na myśli te fragmenty jej części empirycznej, gdzie Doktorant prezentuje wyniki swoich badań ilustrując je całostronicowymi wykresami bez słowa komentarza (np. s.148-149 czy s.151-153). Forma opisu wykresów i tablic z wynikami badań też ma charakter raportu, zawierając w tytułach zamiast badanych problemów przeniesione wprost z narzędzia badawczego pytania kierowane do respondentów. Pomijam już, że wiele tablic jest źle skonstruowanych (puste komórki, czytelność zamieszczanych danych, niewłaściwy podział tablic na stronach), a wyniki pytań kafeterijnych zamieszczane w tablicach nie zostały posortowane. Może gdyby Doktorant wprowadził w tablicach wynikowych także kolumnę „Próba ogółem” łatwiej byłoby mu takiego uporządkowania dokonać.

Liczba pozycji wykorzystanej w pracy literatury jest duża, obejmuje 276 pozycji zwartych i czasopiśmienniczych, w tym również w wersji elektronicznej. Zauważalne są także pozycje literaturowe opublikowane w języku angielskim. Literatura przedmiotu została dobrana właściwie i jest adekwatna do omawianej problematyki. Doktorant wybrał liczące się i ważne pozycje, co należy wyraźnie docenić. Wprawdzie stopień wykorzystania powoływanej literatury w pracy bywa różny, jednak Autor starał się rzetelnie dokumentować formułowane poglądy, oceny, sądy i wnioski, co znalazło odzwierciedlenie w wielu przypisach i powołaniach. Autora należy także pochwalić za dobry styl pisarski.

Reasumując, mimo zgłoszonych uwag, recenzowana praca zawiera wszystkie elementy, które w świetle obowiązujących wymogów powinna posiadać rozprawa doktorska. Ilość i problematyka rozdziałów jest poprawna. Pozwoliła Autorowi przedstawić podjęty temat i pokazać drogę do realizacji postawionych celów. Uwzględniając zatem wymagania stawiane

dysertacjom doktorskim stwierdzam, że od strony formalnej praca doktorska mgr. inż. Michała Łaskiego je spełnia.

Ocena merytoryczna rozprawy

W rozdziale pierwszym Doktorant dokonał systematyzacji zagadnień dotyczących koncepcji i rodzajów wizerunku organizacji publicznych. Przedstawił atrybuty, kategoryzacje i składowe wizerunku, omówił wizerunek pracodawcy oraz zwrócił uwagę na relacje między tożsamością a wizerunkiem organizacji. Dalej podjął bardzo ważne, z punktu widzenia tematu pracy i jej części empirycznej, rozważania dotyczące kształtowania wizerunku organizacji publicznych. Doktorant wskazał tu dwie perspektywy postrzegania wizerunku organizacji: perspektywę wewnętrzną, ukazującą sposób postrzegania organizacji z punktu widzenia ludzi powiązanych z organizacją (zarząd, pracownicy, ich rodziny) i perspektywę zewnętrzną, ukazującą sposób postrzegania organizacji z punktu widzenia różnych grup jej interesariuszy. W dalszej części rozdziału Autor dysertacji przedstawił proces zarządzania wizerunkiem organizacji publicznej oraz działania i narzędzia public relations kształtujące wizerunek organizacji. To dobrze napisany rozdział teoretyczny wprowadzający czytelnika w najważniejsze aspekty podjętego tematu. Doktorant dokonał w nim nie tylko zręcznej kompilacji wielu pozycji źródłowych, przedstawiając poglądy i stanowiska innych autorów, lecz dokonał również ich krytycznej analizy.

Rozdział drugi dysertacji ma pierwszorzędne znaczenie dla zrozumienia całości rozprawy, zwłaszcza jej części empirycznej. Posłużył on Doktorantowi do opisanie kanałów komunikacji stosowanych w zarządzaniu wizerunkiem organizacji, podkreślając specyfikę poszczególnych mediów i odnosząc się do ich skuteczności w kształtowaniu wizerunku organizacji. Swój wywód Doktorant rozpoczął od opisanie i zilustrowania relacji pomiędzy skutecznością i efektywnością działań wizerunkowych. Szkoda, że Autor nie pokusił się o tego typu wizualizację w rozdziale pierwszym, podczas przedstawiania wzajemnych powiązań kluczowych dla podjętego tematu pojęć: tożsamość, wizerunek, osobowość organizacji. Dalej, opisał cechy charakterystyczne mediów tradycyjnych i elektronicznych. Rozważania zakończył zestawieniem i opisem mierników skuteczności mediów w działaniach wizerunkowych organizacji. To dobry rozdział teoretyczny, ale w mojej opinii, powinna się w nim także znaleźć analiza danych wtórnych. Mam tu na myśli dane opisujące choćby zasięg poszczególnych mediów, czytelnictwo, oglądalność, słuchalność, liczbę subskrybentów, liczbę aktywnych

profilu użytkowników itp. w ujęciu dynamicznym i strukturalnym. Autora docenić należy za kwerendę literatury w zakresie mierników skuteczności mediów w działaniach wizerunkowych organizacji publicznych. Mierniki te prezentuje on w tabelach 5-7, wskazując na medium, wskaźnik i jego definicję. Szkoda tylko, że wskaźniki te nie są skwantyfikowane. Kiedy daną wartość wskaźnika uznać należy za wysoką? Kiedy za niską? Średnią? Np. ilość polubień określonego komunikatu? Procent czytelników czytających periodyk w rozbiciu na poszczególne wydania? Do czego należy odnieść wartości tych wskaźników? O czym one informują?

Rozdział trzeci rozprawy poświęcony został Policji jako organizacji społecznej. Dużo miejsca przeznaczył Autor na ukazanie historii tej formacji w Polsce, od początków państwowości do czasów obecnych. W dalszej części rozdziału Doktorant omówił prawne aspekty funkcjonowania Policji w Polsce, jak również przytoczył akty prawne regulujące zadania i obowiązki Policji. W rozdziale przedstawiona została także struktura organizacyjna Policji. Rozdział trzeci Autor zamyka omówieniem kwestii związanych z wizerunkiem Policji w Polsce. Na temat struktury i zawartości rozdziału pisałem już wcześniej. W mojej opinii rozdział ten powinien być w całości poświęcony ocenie dotychczasowych działań Policji w obszarze zarządzania swoim wizerunkiem.

Rozdział czwarty pracy wprowadza czytelnika w drugą, empiryczną część dysertacji. Tytułowi i strukturze rozdziału poświęciłem już wcześniej parę słów, tutaj zatem skupię się tylko na jego treści. Rozdział rozpoczyna się od przedstawienia uzasadnienia podjętego problemu badawczego, który – jak pisze Badacz – wpisuje się w dziedzinę nauk społecznych, dyscyplinę nauk o zarządzaniu i jakości oraz w subdyscypliny zarządzania publicznego i marketingu. Dalej Autor dysertacji stawia cele pracy i hipotezy badawcze, opisuje metody oraz narzędzia wykorzystywane w naukach o zarządzaniu i jakości do pozyskiwania danych pierwotnych, by przejść następnie do opisu procedury podjętych badań empirycznych. Rozdział kończy opisem doboru i charakterystyką próby badawczej.

O ile można docenić Autora za analizę źródeł literaturowych, to proces badań pierwotnych i analiza informacji zdobytych w wyniku przeprowadzenia tego procesu są dla Doktoranta obszarem najwyraźniej mało jeszcze poznanym. Swoje uwagi do treści rozdziału zacznę od zwrócenia uwagi na bardzo nieczytelny zapis hipotez. Dlaczego Autor nie numeruje hipotez cząstkowych kolejno? Dlaczego nie przedstawił ich w za pomocą modelu badawczego, powszechnie stosowanego w dysertacjach naukowych, a nawet w artykułach? W rezultacie mamy trzy hipotezy oznaczone numerem 1. Hipoteza główna pracy brzmi: „jeżeli skutecznie korzystamy z mediów to sprawniej zarządzamy wizerunkiem Policji” (s.99). „My” to znaczy

kto? Ponadto korzystać z mediów można nie tylko w celu sprawnego zarządzania wizerunkiem. O jakie zatem „korzystanie” chodzi? Po co Autor stawia pierwszą hipotezę teoretyczno-poznawczą o treści: „Jeśli instytucje publiczne zarządzają wizerunkiem to ich rekomendacje można wykorzystać do poprawy sprawności zarządzania wizerunkiem Policji” (s.99), skoro nie zgromadził danych niezbędnych do sprawdzenia tej hipotezy ani w rozdziałach teoretycznych, ani empirycznych?

Uzupełnienia wymaga wiedza Doktoranta dotycząca stosowanych metod, technik i narzędzi badawczych. A zacząć należałoby w ogóle od tego, że czym innym są metody badawcze, a czym innym metody analizy danych. Badanie techniką CAWI (techniką – nie metodą), którą Autor rozprawy opisuje zamieszczając nawet rozwinięcie jej akronimu, nie polega na wysłaniu uczestnikowi badania linku do kwestionariusza ankiety zamieszczonego w internecie. Gdy mamy do czynienia z taką sytuacją mówimy o zastosowaniu metody ankiety, za pomocą techniki ankiety online z wykorzystaniem kwestionariusza (a nie arkusza) ankietowego online. Technika CAWI – Computer Assisted Web Interview to technika badań pierwotnych, polegająca na wykorzystaniu przez badacza komputera z dostępem do Internetu w trakcie wywiadu – rozmowy prowadzonej z respondentem¹. Jaką zatem techniką badawczą posłużył się Doktorant w trakcie swoich badań pierwotnych? Czy jest świadomy zalet i wad wybranej przez siebie techniki badawczej?

W punkcie dotyczącym doboru i charakterystyki próby badawczej napotkałem na kilka nieścisłości (s.108 i nast.). Autor pisze, że przeprowadzone zostały trzy rodzaje badań. Pierwsze badania to terenowe badania ankietowe wśród funkcjonariuszy Policji i ich rodzin. Co Autor rozumie pod pojęciem rodziny? To były rodziny nuklearne? Wielkopokoleniowe? A może chodziło po prostu o innych członków gospodarstw domowych Policjantów? W opisie badanej próby pierwszą kategorią wiekową są osoby poniżej 30 roku życia (s. 110), czy Doktorant badał także osoby niepełnoletnie? A jeśli tak, to czy miał zgodę rodziców/opiekunów prawnych na takie badania? Kto zatem dokładnie – oprócz funkcjonariuszy – brał udział w badaniu? Zwłaszcza, że w kolejnym akapicie Badacz wspomina już tylko o 50 funkcjonariuszach komend miejskich z Sosnowca i Ogrodzieńca. Doktorant pisze także, że badania wizerunku i skuteczności mediów na zewnątrz organizacji przeprowadził na wybranej losowo grupie respondentów, reprezentatywnej dla przekroju społeczeństwa (s.108). Na jakiej podstawie Autor rozprawy tak sądzi? Zwłaszcza, że jak dalej podaje, grupa ta (a właściwie próba ba-

¹ E. Śmiłowski: Tendencje w technikach badań surveyowych – rozwój CATI, CAPI, CAWI [w:] Badania Marketingowe. Metody, nowe technologie, obszary aplikacji. Red. K. Mazurek-Łopacińska, PWE, Warszawa 2008, s. 50-51.

dawcza) liczyła 125 osób, mieszkańców gmin Sosnowiec i Ogrodzieniec. Czy Doktorant chce nam powiedzieć, że badania na próbie 125 respondentów wymienionych dwóch gmin są reprezentatywne dla całego społeczeństwa? W jaki sposób zatem Autor pracy rozumie pojęcie badań na próbie reprezentatywnej? Jakiego operatu losowania użył, aby otrzymać próbę losową? Dlaczego badania ograniczył tylko do dwóch gmin? Czy ma świadomość, z jakim błędem pomiaru otrzymał swoje wyniki badań?

Zupełnie inną kwestią jest to, że badanie wizerunku zewnętrznego Doktorant ograniczył tylko do badań respondentów – obywateli. A co z opiniami innych interesariuszy: z opiniami przedsiębiorstw, instytucji rynkowych, instytucji administracji rządowej i samorządowej, organizacjami pozarządowymi etc., etc.? Nie są one dla Autora rozprawy ważne?

Należy natomiast docenić Doktoranta, że w swoim programie badawczym przeprowadził tak ilościowe, jak i jakościowe badania empiryczne. Badania jakościowe stanowiły trzy wywiady eksperckie z funkcjonariuszami Komendy Policji w Sosnowcu. Niestety, nie znalazłem w pracy narzędzia badawczego, zastosowanego do tej techniki badania.

Jeśli już o metodach, technikach i narzędziach. Na stronie 186 swojej rozprawy Autor pisze, że „Badania prowadzone były w czasie pandemii w sierpniu i wrześniu 2020 r. Prowadzone były za pomocą metod CATI i CAWI”. Skąd nagle informacja o zastosowaniu techniki (nie metody) CATI? Jakie badania Doktorant przeprowadził tą techniką?

Ostatnie dwa rozdziały stanowią empiryczną część rozprawy. I tak, w rozdziale piątym, Badacz zaprezentował wyniki, a właściwie analizę wyników przeprowadzonych badań empirycznych rozpoczynając od analizy zewnętrznych atrybutów wizerunku Policji, dalej omówił skuteczność mediów elektronicznych Policji, omówił skuteczność w zarządzaniu wizerunkiem zewnętrznym Policji oraz przedstawił analizę statystyczną badań zewnętrznych według miejsca zamieszkania respondentów. Co do formy prezentacji wyników badań i analiz wypowiadałem się wcześniej, teraz zatem chciałbym w pierwszej kolejności odnieść się do poziomu pomiaru badanych przez Doktoranta kwestii. Doktorant swój pomiar oparł głównie o dwubiegunowe skale porządkowe, pięciostopniowe, a więc o tzw. skale słabe. Pomiar wykonany na takich skalach nie pozwala na obliczanie i interpretowanie średniej arytmetycznej, a mimo to Doktorat to czyni. Tutaj Autor dysertacji powinien posłużyć się medianą i dominantą. Przyjęło się ponadto, że albo opisuje się tylko znaczenie skrajnych wartości skali (np. 1 - zdecydowanie się nie zgadzam i 5 – zdecydowanie się zgadzam), albo wszystkie pięć stopni. Autor dysertacji opisuje stopień pierwszy, trzeci i piąty. Co w tej sytuacji oznaczają cyfry 2 i 4? Czy respondenci właściwie interpretowali wszystkie punkty tak opisanych skal?

Wielkość próby licząca 125 badanych upoważnia jeszcze Doktoranta do przedstawiania danych w procentach, ale prezentacja danych w przekroju według miejsca zamieszkania, przy tak małych próbach, powinna być podawana w liczbach bezwzględnych. Doktorant tymczasem przedstawia struktury procentowe badanych zjawisk na podpróbach liczących 32 badanych - mieszkańcy wsi (dodać należy: „w gminie Ogrodzieniec”) i 27 – mieszkańcy miasta poniżej 10 tys. czyli po prostu Ogrodzieńca. W sytuacji, gdy badani mieszkańcy Sosnowca opisani zostali jako mieszkańcy miasta powyżej 100 tys. (wypadałoby dodać słowo: „osób”), dochodzi do tego, że nie mamy informacji o opiniach respondentów z miast, których liczba mieszkańców zawiera się w przedziale od 10 tys. do 100 tys. osób. Jak w takiej sytuacji można mówić o reprezentatywności? Badania nie są reprezentatywne nawet dla Zagłębia Dąbrowskiego. Generalnie przedstawionym wynikom badań bliżej jest do badań opinii na temat Policji i ich działań informacyjnych czy wizerunkowych, niż do badania skuteczności wykorzystywanych mediów w zarządzaniu wizerunkiem Policji.

Swobodny stosunek Autora dysertacji w podejściu do rzetelności podawanych wyników i ich uogólniania widać także w opisie danych zestawionych w tabeli 36, na stronie 176 rozprawy. Autor pisze „Tabela 36 ukazuje (przy okazji, to Autor coś przedstawia na tablicy, a nie tablica ukazuje, Autor jest podmiotem, a tablica tylko formą prezentacji) wybrane wskaźniki skuteczności witryn internetowych policji polskiej, niemieckiej, francuskiej i nowojorskiej. Witryna internetowa prowadzona przez Policję polską ma największą liczbę odwiedzin wśród witryn europejskich policji.” (s.177). Doktorant wyciąga taki wniosek analizując de facto trzy przypadki z 47², bo tyle w sumie jest państw w Europie. To chyba zbyt śmiały wniosek.

Analiza statystyczna prowadzona za pomocą testu χ^2 oraz współczynnika V Cramera wykazała, że miejsce zamieszkania nie jest czynnikiem różnicującym większości opinii badanych na temat Policji i ich działań wizerunkowych. Fakt ten działa na korzyść Doktoranta i jego projektu badawczego.

Z kolei, w rozdziale szóstym mgr inż. Michał Łaski dokonał podsumowania uzyskanych wyników badań, na podstawie których sformułował rekomendacje dotyczące wykorzystania mierników oceny skuteczności mediów do sprawnego zarządzania wizerunkiem Policji. Dokonał także weryfikacji większości postawionych hipotez badawczych. Brak weryfikacji jednej z hipotez Autor wyjaśnił na stronie 196 rozprawy: „Ze względu na niemożliwość dostarczenia danych instytucji publicznych w kwestii używanych przez nie mierników, nie udało się zweryfikować założonej hipotezy, mówiącej o wykorzystaniu rekomendacji instytucji pu-

² Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Europa-Ludnosc;4019494.html> (dostęp 04.12.2021)

blicznych do sprawnego zarządzania wizerunkiem Policji”. Dużą wartością pracy są własne rekomendacje Autora dla jednostek policyjnych, mające na celu skuteczniejsze zarządzanie wizerunkiem Policji w mediach. Dokonane przez Doktoranta ustalenia oraz sformułowane wnioski w tej części pracy ocenić należy dość wysoko. Przymnażają one wiedzy tak o charakterze teoretycznym, jak i praktycznym. Dyskusyjnym pozostaje jednak jakość materiału badawczego, na którym te wnioski i rekomendacje się opierają.

Zwieńczeniem rozważań prowadzonych na kartach rozprawy jest jej zakończenie. Autor przedstawił w nim jeszcze raz główne wnioski i rekomendacje, wynikające z przeprowadzonych studiów literaturowych i analiz wyników własnych badań empirycznych, w tym zwłaszcza weryfikację przyjętej hipotezy głównej i hipotez cząstkowych.

Konkluzje końcowe

Rozprawa doktorska mgr. inż. Michała Łaskiego pt. „Skuteczność mediów w zarządzaniu wizerunkiem Policji” przygotowana pod kierunkiem naukowym promotor dr hab. inż. Justyny Bugaj, prof. UJ jest w ostatecznej mojej ocenie, udanym rozwiązaniem problemu badawczego przedstawionego we wstępie rozprawy. Autor zrealizował cele pracy i zweryfikował większość postawionych hipotez. Praca wnosi do poruszanej problematyki nowe i interesujące treści. Recenzowana dysertacja jest przykładem oryginalnego, autorskiego opracowania, napisanego na wystarczającym poziomie naukowym, ulokowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Konkludując, stwierdzam, że przedłożona do recenzji dysertacja spełnia obowiązujące wymagania prawne stawiane rozprawom doktorskim i w związku z tym wnoszę o jej przyjęcie przez Radę Dyscypliny Naukowej Nauki o Zarządzaniu i Jakości Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej oraz dopuszczenie do publicznej obrony.



Katowice, dnia 06.12.2021 r.