

Płock, 23 czerwca 2024 r.

dr hab. Andrzej Kansy, prof. AMP

Akademia Mazowiecka w Płocku

Recenzja rozprawy doktorskiej

Pani mgr Marty Cerkaskiej pt. *Fenomen podcastów w Polsce. Analiza wybranych kategorii w kontekście ich funkcji społecznych i marketingowych.*

Dysertacja napisana pod kierunkiem naukowym ks. dr. hab. Roberta Nęcka, prof. UPJPII w Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie.

Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach

Podcasty stały się coraz częściej stosowaną formą komunikowania o dużej atrakcyjności, a także widocznym elementem krajobrazu mediów i świadectwem postępującej mediatyzacji. Zarówno nadawcy jak i odbiorcy zaspokajają przy użyciu podcastów różne potrzeby i realizują szereg funkcji. Udostępnianie treści audio na żądanie jest także odzwierciedleniem współczesnego stylu odbioru mediów oraz odbiciem zmian społecznych i przeobrażeń kulturowych.

Rozprawa doktorska mgr Marty Cerkaskiej pt. *Fenomen podcastów w Polsce. Analiza wybranych kategorii w kontekście ich funkcji społecznych i marketingowych* dotyczy ważnego zjawiska, które zaistniało w przestrzeni medialnej w Polsce w XXI w., uzyskując silną pozycję rynkową. Nie dziwi zatem, że podcasting stał się obszarem badawczym dla medioznawców. Mimo istnienia wielu publikacji opisujących zagadnienia cząstkowe oraz licznych wydawnictw poradnikowych na ten temat brakuje ujęć monograficznych, które szerzej przedstawiałyby zjawisko podcastingu. Dlatego też gratuluję Autorce odnalezienia luki badawczej i jej znakomitego wypełnienia, licząc na opublikowanie zaprezentowanych w rozprawie wyników badań w formie monografii.

Struktura dysertacji

Rozprawa doktorska mgr Marty Cerkaskiej liczy 276 stron i składa się z siedmiu rozdziałów, poprzedzonych wstępem i znajdujących konkluzję w zakończeniu. Integralną częścią pracy są: spis treści, bibliografia, spis wykresów, spis tabel, spis rysunków oraz 16 aneksów.

We wstępie Autorka dokonała wprowadzenia do tematu, scharakteryzowała badane zjawisko, a także przedstawiła stan badań, wskazując na potrzebę dalszej refleksji naukowej na temat zjawiska podcastingu. Zakreśliła obszar i perspektywę czasową badań, opisała przedmiot dociekań, wyznaczyła ich cel oraz sformułowała hipotezy badawcze. We wstępie znajdujemy również precyzyjne wyjaśnienia metodyczne.

Mgr Marta Cerkaska dzieli pracę na dwie części: teoretyczną (rozdziały I-VI) i empiryczną (rozdział VII). W pierwszym rozdziale zarysowano historię podcastingu oraz scharakteryzowano badane zjawisko. Autorka, dostrzegając panujący chaos nomenklaturowy, dokonała usystematyzowania pojęć i odniosła je do teorii medioznawczych. Rozdział drugi koncentruje się na podcastach jako nowym kanale komunikacji ogólnokrajowych wydawców prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych. Przedstawiono tu rozwój podcastów w poszczególnych grupach i podgrupach wyróżnionych przez Autorkę. Analizy przeprowadzone zostały w ujęciu jakościowym i ilościowym. Podcast jako narzędzie popularyzowania nauki w internecie i komunikacji naukowej jest przedmiotem rozważań w trzecim rozdziale. Mgr Marta Cerkaska także i tutaj dokonała uporządkowania pojęć, przedstawiając niezbędne definicje. Wyczerpująco omówiła społeczne role i kompetencje, także w zakresie etyki i odpowiedzialności, podcasterów popularyzujących naukę. Scharakteryzowała wybrane popularne podcasty o tej tematyce a także podcasty szkół wyższych. W czwartym rozdziale Autorka omawia podcast jako element budowania bezpieczeństwa społecznego. Czyni to na przykładzie bardzo popularnych podcastów o tematyce kryminalnej, w których omawiane są prawdziwe zbrodnie. Wskazuje podgatunki podcastów typu *true crime* oraz ich specyfikę. Autorka zadaje ważne pytanie o motywacje odbiorców tego rodzaju treści oraz oddziaływanie podcastów o tematyce kryminalnej. Rozdział piąty poświęcono komercyjnemu wykorzystaniu podcastów, w szczególności w content marketingu, jako skutecznej formie pozyskiwania i utrzymywania klientów przy pomocy atrakcyjnych, praktycznych i aktualnych treści. Po niezbędnym scharakteryzowaniu obszaru marketingu internetowego i marketingu treści zaprezentowano stosowane w

podcastach formy treści oraz omówiono sposoby ich rozpowszechniania. Następnie dokonano usystematyzowania branż stosujących audio content marketing, wyróżniając cztery kategorie działalności: usługową, produkcyjną, publiczną i społeczną. W szóstym rozdziale mgr Marta Cerkaska omawia metodykę przeprowadzonych badań. Wskazuje cel i precyzyjnie określa przedmiot badań, odnosząc swoje rozważania do funkcji mediów. Precyzyjnie wyznacza hipotezy badawcze, wyjaśnia dobór kategorii podcastów do badań oraz opisuje zastosowane metody badawcze. Analiza wyników i ich podsumowanie znajdują się w siódmym, ostatnim, rozdziale.

W obszernej bibliografii wyróżniono: źródła, literaturę i netografię. Zawartość bibliografii odnosi się w przeważającej części do nauk o komunikacji społecznej i mediach. Autorka powołuje się na prace medioznawców, m.in. Zbigniewa Bauera, Edwarda Chudzińskiego, Andrew Dubbera, Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Urszuli Doliwy, ks. Michała Drożdża, Tomasza Gobana-Klasa, Denisa McQuaila, Macieja Mrozowskiego, Andrzeja Paczkowskiego, Walerego Pisarka, Grażyny Stachyry, Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego. Podczas przygotowywania rozprawy do druku, a jestem przekonany, że to nastąpi, warto skorzystać z bardzo wartościowego opracowania tematu funkcji, którego dokonała Olga Dąbrowska-Cendrowska w monografii pt. *Jak żyć? Poradnikowe funkcje periodycznych mediów adresowanych do kobiet w Polsce w XXI wieku* (Warszawa, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, 2018), ale to tylko sugestia. W pracy wykorzystano także publikacje autorstwa praktyków podcastingu.

Przedstawiona struktura dysertacji doktorskiej mgr Marty Cerkaskiej jest poprawna, spójna i logiczna, w pełni uzasadniona i podporządkowana zrealizowaniu celu badawczego oraz zweryfikowaniu postawionych hipotez. Układ rozdziałów jest prawidłowy, każdy z nich zawiera wprowadzenie, część merytoryczną i podsumowanie. Podział na podrozdziały sprzyja precyzyjnemu i jasnemu prezentowaniu treści, przez co praca jest bardzo czytelna w odbiorze.

Ocena merytoryczna

Autorka poprawnie wyznaczyła cel badań, a następnie wykazała, że podcasty stanowią formę przekazu, która nosi w sobie potencjał do wszechstronnego wykorzystania przez różnorodne instytucje i branże. Analizując cztery kategorie podcastów: podcasty wydawców mediów ogólnokrajowych, podcasty popularnonaukowe, podcasty kryminalne *true crime* oraz podcasty wydawców komercyjnych, wskazała pełnione przez

nie funkcje. Niewątpliwą zaletą pracy jest usystematyzowanie przez mgr Martę Cerkaską wiedzy na temat zjawiska podcastingu.

Do realizacji celu badawczego Autorka użyła sześciu hipotez (właściwie siedmiu, ponieważ w ramach hipotezy czwartej wyróżniono dwie hipotezy odnoszące się do podcastów popularyzujących naukę), których zasadność została odpowiednio uzasadniona: 1. „Podcasty wydawane przez tradycyjne media ogólnokrajowe i portale internetowe umożliwiają dystrybucję nowych treści (wcześniej nie publikowanych w pierwotnych kanałach komunikacji) do nowych grup odbiorców”; 2. „Podcasty umożliwiają archiwizację treści audio z mediów tradycyjnych w sieci”; 3. „Podcasty umożliwiają wydawcom dystrybucję tej samej treści w różnych formatach (content repurposing)”; 4. „Podcast jest formatem, którego charakter sprzyja tworzeniu efektywnych treści popularnonaukowych”; „Najpopularniejsze polskie podcasty popularnonaukowe mają wysoki współczynnik jakości przekładający się na ich funkcję edukacyjną”; 5. „Podcasty o tematyce *true crime* to treści odwołujące się do ludzkich emocji i wywołujące reakcje prospołeczne”; 6. „Format jakim jest podcast staje się bardzo dobrym narzędziem do uprawiania audio content marketingu” (s. 168-170). Hipotezy te zostały trafnie postawione i należycie uzasadnione w kontekście osiągnięcia celu badawczego.

Na podkreślenie zasługuje czytelne zestawienie zastosowanych metod. Autorka odniosła je do przedmiotu badań, wskazując kategorie badawcze oraz sytuując w tekście rozprawy. I tak do zbadania historii podcastów użyto metody historycznej z elementami analizy i syntezy. Kategorią badawczą były fakty historyczne. Same zaś podcasty badano przy pomocy analizy ilościowej, analizy treści, analizy danych (rozdziały 1-5). Analiza wyników badań została dokonana w formie syntez przeprowadzonych analiz.

Podsumowując, stwierdzam, że Autorka w swoich badaniach zastosowała odpowiednie metody do osiągnięcia celu badawczego i umiejętnie ich użyła, realizując zamierzenie.

Wnioski z badań

W wyniku przeprowadzonych badań Autorka ustaliła, że podcasty polskich mediów ogólnokrajowych to nowe audycje, celowo emitowane w tej formie, w których podejmowane są nowe tematy lub takie, które stanowią uzupełnienie dotychczas prezentowanych treści. W ten sposób media zyskują nowy kanał transmisji i nowych

odbiorców. Mgr Marta Cerkaska wykazała także, że omawiana grupa mediów zyskała w wyniku zastosowania formy podcastów nową „przestrzeń do redystrybucji treści” (s. 210), zamieszczając w formie podcastów wyemitowane wcześniej materiały. Ponadto w dysertacji wykazano, że w podcastach publikowane są treści, które wcześniej były prezentowane w innych formatach. Na podstawie przeprowadzonych badań Autorka stwierdziła, iż forma podcastu jest używana w celu popularyzowania nauki i może służyć do realizowania funkcji edukacyjnej. Z kolei podcasty typu *true crime*, niosąc naukę i morał (s. 211), mogą realizować funkcję społeczną. Forma podcastu wykazuje także, jak ustaliła mgr Marta Cerkaska, istotny potencjał marketingowy.

Osiągnięciem Autorki jest zdefiniowanie i opisanie funkcji podcastów. Przeprowadzone badania wykazały, że podcasty mogą realizować szereg funkcji społecznych - informacyjna, opiniotwórcza, edukacyjna, socjalizacyjna, rozrywkowa, wsparcia budowania bezpieczeństwa społecznego - realizowanych przez media ogólnokrajowe oraz popularyzatorów nauki i instytucje naukowe, a także twórców podcastów typu *true crime*. Podcasty realizują także funkcję marketingową w wyniku zamieszczania promocyjnych treści branżowych.

Refleksja badawcza mgr Marty Cerkaskiej zasadniczo obejmuje początek XXI w., ale w dysertacji wskazano możliwości kontynuowania badań, wymieniając potencjalne obszary zainteresowania dla medioznawców. Są to m.in.: ewolucja podcastów, adaptowanie nowych trendów tematycznych, wpływanie na społeczeństwo i kulturę, porównanie podcastów polskich i zagranicznych oraz, szczególnie interesujący, obszar wykorzystania w dydaktyce.

Podsumowując, należy uznać, że mgr M. Cerkaska wykazała się ogólną wiedzą z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, umiejętnością samodzielnego prowadzenia badań naukowych oraz zrealizowała zamierzony cel badawczy, w sposób oryginalny rozwiązała postawiony problem badawczy i zweryfikowała hipotezy. Spełniła zatem niezbędne wymagania uwzględniane podczas sporządzania recenzji zgodnie z art. 187 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dnia 20 lipca 2018 r.: 1) ocena wraz z uzasadnieniem, czy rozprawa doktorska prezentuje ogólną wiedzę teoretyczną osoby ubiegającej się o nadanie stopnia doktora w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach; 2) ocena wraz z uzasadnieniem, czy rozprawa doktorska świadczy o umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez osobę ubiegającą się o nadanie stopnia doktora; 3) ocena wraz z uzasadnieniem, czy rozprawa doktorska

stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, oryginalne rozwiązanie w zakresie zastosowania wyników własnych badań naukowych w sferze gospodarczej lub społecznej.

Praca napisana jest w sposób przystępny, zrozumiałym i poprawnym językiem, z umiejętnym zastosowaniem aparatu naukowego. Prezentacja wyników jest czytelna, warsztat redakcyjny poprawny, a narzędzia edytorskie wykorzystane z wysoką sprawnością. Staranność w przygotowaniu elementów graficznych wzbudza szacunek dla pracowitości Autorki.

Wskazane byłoby opublikowanie recenzowanej monografii ze względu na wkład badawczy do dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz istniejącą lukę na rynku wydawniczym.

Zagadnienie do dyskusji podczas obrony

Potencjał podcastu jako narzędzia wychowania do wartości.

Konkluzja

W konkluzji stwierdzam, że opiniowana dysertacja Pani mgr Marty Cerkaskiej pt. *Fenomen podcastów w Polsce. Analiza wybranych kategorii w kontekście ich funkcji społecznych i marketingowych*, napisana pod kierunkiem naukowym ks. dr. hab. Roberta Nęcka, prof. UPJPII w Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie spełnia wymagania określone w art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. W związku z tym wnioskuję o dopuszczenie Pani mgr Marty Cerkaskiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Andrzej Karsy