

Uniwersytet Warszawski

Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr. Marka Cichańskiego
pod tytułem: „Reklama prasowa w ”Przeglądzie Sportowym” w latach 1921-1939”.**

**Recenzja przygotowana na prośbę Szkoły Doktorskiej
na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie**

1. Temat rozprawy

Recenzowana rozprawa doktorska przygotowana została w Szkole Doktorskiej na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie w dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach (nauki społeczne). Rozprawa doktorska przygotowana została pod kierunkiem naukowym promotora dr. hab. Krzysztofa Gajdki, prof. UPJPII.

Doktorant podjął temat, który nie jest często podejmowany, a sposób podejścia do tematu, koncepcja badań, brzmienie hipotez sformułowanych przez Doktoranta pozwalają stwierdzić, że Doktorant znalazł lukę badawczą. Znalezienie luki badawczej, udana próba zamiany tejże luki w bardzo interesujące pole badawcze oraz znakomite wywiązanie się z zaplanowanych zadań jest niewątpliwą wartością pracy Doktoranta.

Z zaprojektowanych zadań Doktorant wywiązał się znakomicie: proces obejmujący kwerendę naukową i ramy teoretyczne pracy, jak również zaprojektowanie aktywności badawczych, realizacja badań oraz opis uzyskanych wyników oceniam jako bardzo rzetelny, przeprowadzony ze starannością badawczą, a także – co nie zawsze jest właściwe pracom naukowym – przedstawiony w sposób interesujący, co sprawiło, że lektura rozprawy doktorskiej była przyjemnością naukową, poznawczą. Już na początku recenzji chcę zaznaczyć niesamowitą pieczołowitość zrealizowanych zadań, staranność i benedyktyńskie wręcz nakłady pracy, które musiały zostać wykonane, aby zrealizować zaplanowane badania.

Zaproponowany temat rozprawy jednoznacznie i bez wątpliwości wpisuje się w zakres dyscypliny naukowej. Świadczą o tym zarówno cele pracy, pytania badawcze oraz zaproponowany przez Doktoranta warsztat naukowy.

2. Przedmiot pracy, problemy i cele badawcze

Doktorant określił cele pracy, jak poniżej (s. 8):

1. stworzenie wyczerpującego opracowania, które prezentuje wyniki analizy (ilościowej i jakościowej) wszystkich ogłoszeń prasowych na łamach „Przeglądu Sportowego” w międzywojniu oraz propozycji metodologicznej, która może być pomocna szczególnie dla początkujących badaczy dawnej reklamy (ten cel Doktorant określił jako cel główny);
2. scharakteryzowanie tego, czym różniły się ogłoszenia od siebie w okresie krakowskim i warszawskim; cele szczegółowe:
3. określenie, jakie czynniki wpływały na ilościowy i jakościowy rozwój reklamy prasowej w „Przeglądzie Sportowym” w latach 1921-1939;
4. określenie przedmiotu reklamy (produkt, usługa, znak towarowy, firma, branża);
5. analiza ówczesnego języka reklamy oraz budowa anonsów (nagłówek, ilustracja, tekst);
6. określenie grupy docelowej, do której trafiał „Przegląd Sportowy” w latach 1921-1939.

Wobec zakreślonych wyżej celów Doktorant sprecyzował pytania badawcze oraz hipotezy (s. 13-14):

Pytania badawcze:

P: Czym różniły się od siebie ogłoszenia w okresie krakowskim i warszawskim?

P1: Jakie czynniki wpływały na jakościowy i ilościowy rozwój reklamy na łamach „Przeglądu Sportowego” w latach 1921-1939?

P2: Jakie produkty i usługi reklamowano?

P3: Jakich środków retorycznych i graficznych używano dla wzmocnienia siły perswazji ogłoszeń?

P4: Do jakich grup docelowych zamierzano dotrzeć?

Hipotezy badawcze:

H: Reklama prasowa w okresie krakowskim miała charakter lokalny, po przeniesieniu redakcji do stolicy zwiększa się prestiż pisma w związku z otwarciem na nowy rynek gospodarczy i reklamowy.

H1: Na jakościowy i ilościowy rozwój reklamy na łamach „Przeglądu Sportowego” w latach 1921-1939 miało wpływ kilka czynników, np. ekonomiczny i demograficzny.

H2: Tematyka reklam prasowych zawartych w „Przeglądzie Sportowym” w dwudziestoleciu międzywojennym była bardzo zróżnicowana, wiązało się to z prestiżem pisma oraz rozwojem wielu nowych branż i marek w tamtym okresie, dla których ogłaszanie się w prasie było jednym z ważniejszych narzędzi promocji.

H3: Na przestrzeni lat środki retoryczne i graficzne uległy ewolucji wraz z rozwojem „Przeglądu Sportowego”.

H4: Grupa odbiorców „Przeglądu Sportowego” była bardzo zróżnicowana, czytelnikami gazety byli przedstawiciele różnych klas społecznych.

3. Struktura rozprawy, zawartość rozdziałów oraz uwagi do tychże

Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska jest bardzo obszernym opracowaniem liczącym 295 stron, z czego 226 stanowi tekst rozprawy doktorskiej. Składa się z sześciu rozdziałów, części nazwanej jako „Wstęp” (poprzedzony wykazem skrótów, s. 3) oraz „Zakończenie”, bibliografii, wykazów: fotografii, tabel i wykresów oraz aneksu, w którym ujęty został indeks nazwisk (s. 244-254) oraz zarys rozwoju handlu i przemysłu krakowskiego od średniowiecza do początku lat XX wieku (s. 255-257), zarys rozwoju handlu i przemysłu warszawskiego od średniowiecza do początku XX wieku (s. 258-262), wykaz firm oraz oferowanych przez nie towarów w okresie krakowskim (1921-1925) (s. 263-276), wykaz firm oraz oferowanych przez nie towarów w okresie warszawskim (1925-1939) (s. 277-294).

Zaproponowana przez Doktoranta struktura pracy jest logiczna, przejrzysta i uzasadniona merytorycznie. Przedstawione mi do recenzji opracowanie ma uporządkowaną strukturę pozwalającą odbiorcy lektury na zapoznawanie się z jej treściami bez zakłóceń i wprowadzającą odbiorcę tekstu w tematykę w sposób przejrzysty, merytoryczny, pozwalający osadzić prowadzony dyskurs zarówno w bliższej, jak i dalekiej przestrzeni omawianych zagadnień.

Praca doktorska mgr. Marka Cichańskiego posiada wyodrębnioną część teoretyczną (Wstęp oraz rozdziały 1-3) i empiryczną (rozdział 4-6). Obie części są porównywalnej – bardzo wysokiej – jakości. Jest to warte zauważenia, ponieważ dość często w pracach doktorskich zauważa się pewną „nierówność” części teoretycznej i praktycznej.

We Wstępie Doktorant zawarł: nakreślenie ram interesującego go obszaru badawczego wraz z nakreśleniem powodów zajęcia się tematem. We wstępie znalazł się również opis tła dla analizowanego tematu pracy oraz przedstawienie stanu badań dawnej reklamy na ziemiach polskich. Na uwagę zasługuje bardzo rzetelny research literatury i badań w zakresie analizowanego tematu. Pan mgr Marek Cichański zamieścił tu także metodologię badań własnych. Zastanawiające jest, dlaczego opis kategorii klucza kategoryzacyjnego znalazł się w przypisie. To przecież istotny element opisu metodologii, więc warto było dać mu godne miejsce. Wstęp jest także miejscem zamieszczenia pytań badawczych i hipotez badawczych. Tutaj także znajduje się przedstawienie struktury pracy doktorskiej, jak również krótka charakterystyka poszczególnych rozdziałów omawianej pracy.

Rozdział pierwszy – *Historia prasy sportowej w Polsce w latach 1881-1939* – prezentuje etapy rozwoju i funkcjonowania prasy sportowej na dawnych ziemiach polskich. Doktorant zarysował ten obszar szeroko, wykroczył poza ramy czasowe swojej analizy, co pozwala odbiorcy na umiejscowienie rozważanej tematyki w kontekście historycznym, społecznym i gospodarczym, który w znacznej mierze determinuje tematykę omawianą w rozprawie. W rozdziale tym Doktorant opisał m.in.: początki prasy sportowej w Królestwie Polskim w latach 1881-1918, pierwszy etap rozwoju prasy sportowej w II RP (1918-1927) oraz drugi etap rozwoju prasy sportowej w II RP (1927-1939).

Drugi rozdział – *Definicja, cele i krótka historia reklamy* – wprowadza w podstawy teoretyczne pojęć używanych w pracy. Doktorant w bardzo szeroki i wnikliwy sposób przedstawił: definicje, podstawowe cele, funkcje reklamy, środki perswazyjne, rodzaje reklamy. Bardzo interesującą częścią, zapowiadającą wysoką jakość dalszych części pracy, stanowi podrozdział 2.6: *Obraz reklamy prasowej na łamach specjalistycznych czasopism branżowych wychodzących w dwudziestoleciu międzywojennym*.

W rozdziale drugim Autor monografii wskazał, że „Na początku warto często powtarzać reklamę, żeby...” (s. 57). To znaczne uproszczenie i uogólnienie kwestii częstotliwości lokowania reklamy, ponieważ reklamę należy eksponować stosownie do jej celów w powiązaniu do grupy docelowej.

Trzeci rozdział dysertacji doktorskiej – *„Przegląd Sportowy” w latach 1921-1939 – wzloty i upadki najstarszego polskiego dziennika sportowego* – obejmuje szeroką tematykę. Doktorant zajął się w nim drogą, którą pokonał „Przegląd Sportowy” w międzywojniu, przechodząc od lokalnego tygodnika do ogólnopolskiego dziennika sportowego. Tutaj także Doktorant przedstawił sylwetki redaktorów naczelnych „Przeglądu Sportowego” w latach 1921-1939 oraz pracę redakcyjną omawianego dziennika sportowego. Można byłoby rozważyć inną koncepcję omówienia sylwetek redaktorów naczelnych i dziennikarzy niż wprost w postaci biogramów. W rozdziale trzecim omówione zostały także takie kwestie jak: periodyczność, cena, objętość i numery specjalne oraz siedziba redakcji „Przeglądu Sportowego”.

W rozdziale czwartym – *Budowa ogłoszenia prasowego na przykładzie reklam zawartych w „Przeglądzie Sportowym” w latach 1921-1939* – Doktorant dokonał analizy budowy ogłoszenia prasowego na przykładzie reklam zawartych w „Przeglądzie Sportowym” w latach 1921-1939. Analiza ta objęła następujące elementy: nagłówek, slogan reklamowy, perswazyjne środki językowe, tekst reklamy, ilustracje i kolor oraz czcionkę, światło i ramkę.

W piątym rozdziale – *Analiza ogłoszeń prasowych w okresie krakowskim (1921-1925)* – Doktorant dokonał analizy ogłoszeń prasowych w tzw. okresie krakowskim funkcjonowania „Przeglądu Sportowego” (1921-1925). Analiza ogłoszeń prasowych poprzedzona została omówieniem gospodarki Krakowa w danym okresie i na tym gruncie Doktorant zaprezentował wyniki swej analizy – ogłoszeń oraz słownictwa reklam i anonsów zamieszczanych w okresie krakowskim.

W rozdziałach czwartym i piątym znajdują się rozbudowane zestawienia tabelaryczne, dokładnie prezentujące uzyskane wyniki analizy. Niektóre z tabel można byłoby także uzupełnić wykresami z wybranymi, najbardziej charakterystycznymi czy wartymi uwagami, danymi.

W powyżej wskazanych rozdziałach niezwykle interesujące poznawczo są przedstawione przez Doktoranta opisy pisma w okresie krakowskim i warszawskim, a ich osadzenie w sytuacji ekonomicznej, gospodarczej, społecznej czy terytorialnej (siedziba redakcji) pokazuje stosowanie odmiennych polityk i strategii rozwoju czasopisma.

Ostatni, szósty rozdział – *Analiza ogłoszeń prasowych w okresie warszawskim (1925-1939)* – jest rozdziałem o identycznej strukturze jak rozdział piąty, z tym że analiza dotyczy „Przeglądu Sportowego” w okresie warszawskim (1925-1939). Znalazło się więc tutaj omówienie gospodarki Warszawy w dwudziestoleciu międzywojennym oraz analogiczna, ze względu na metodologię badań, analiza ogłoszeń prasowych oraz słownictwa reklam i anonsów w tzw. okresie warszawskim.

Jak wspomniałam wcześniej rozdziały 3-6 stanowią część empiryczną pracy. Choć równie wysoko oceniam obie części pracy, zarówno teoretyczną i opisową, jak i empiryczną, chciałabym raz jeszcze podkreślić zastosowaną metodologię oraz wykonaną pracę. Analiza reklamy prasowej w „Przeglądzie „Sportowym” została przeprowadzona na całym zasobie liczącym 1 535 numerów, co zdarza się obecnie bardzo sporadycznie, a w odniesieniu do tak znacznego zbioru praktycznie incydentalnie. Jednak najczęściej doktoranci decydują się na analizę określonej części zbioru. W celu zachowania przejrzystości autor wprowadził podział na dwa okresy: krakowski i warszawski. W pierwszym w 197 numerach zamieszczono 2 440 reklam, w drugim w 1 338 numerach zamieszczono 9 993 ogłoszeń, co łącznie w latach 1921-1939 w „Przeglądzie Sportowym” dało 12 443 reklam. Główną metodą badawczą była analiza zawartości. Po zebraniu wszystkich danych, autor przystąpił do kategoryzacji zebranego materiału w oparciu o stworzony klucz kategoryzacyjny, składający się z 17 kategorii. Tak skrupulatne i pracochłonne podejście do analizy badanego czasopisma sportowego zasługuje na wyjątkowe wyróżnienie.

Dysertację doktorską wieńczy Zakończenie zawierające podsumowanie dokonanej analizy m.in. poprzez odniesienie się Doktoranta do każdego pytania badawczego (s. 220-226) postawionego na początku pracy. Doktorant wykazał wypełnienie celu podjęcia badań.

Materiał pomocniczy rozprawy to: bibliografia (literatura źródłowa (roczniki „Przeglądu Sportowego” z lat 1921-1939), publikacje zwarte (34), artykuły prasowe (14), artykuły naukowe (39), opracowania polskojęzyczne (39), opracowania zagraniczne (7), netografia (13), wykaz fotografii (55), wykaz tabel (29), wykaz wykresów (1) oraz opisany wcześniej aneks. W całości pracy na wyróżnienie zasługuje także bogaty materiał ilustracyjny oraz zestawienia tabelaryczne.

Poziom przedłożonej do recenzji dysertacji doktorskiej pozwala stwierdzić, że Doktorant w satysfakcjonująco wysokim stopniu przyswoił i opanował wiedzę teoretyczną, wprowadzając w kluczowe aspekty tematyki rozprawy, jak i dającą solidny fundament dla zaprojektowania i przeprowadzenia procesu badawczego. Część teoretyczna pracy, metodologia i techniki badawcze wskazują na znakomitą orientację i biegłość Doktoranta.

4. Uwagi redakcyjne

Praca doktorska Pana mgr. Marka Cichańskiego napisana została pięknym, starannym językiem. Kultura języka jest na bardzo wysokim poziomie. Nieliczne błędy językowe.

Warto – na etapie publikowania monografii, do czego gorąco zachęcam – przeformatować część opisującą metodologię badań (s. 12-13) i istotne elementy opisu metodologii ująć w tekście głównym zamiast w przypisie (np. przypis nr 17).

5. Dyskusja

Wywołując dyskusję, która przypuszczalnie pojawi się w trakcie publicznej obrony rozprawy doktorskiej, chciałabym zasygnalizować Doktorantowi następujące pytanie:

1. W przedstawionej do recenzji publikacji opisując przedmiot reklam prasowych wskazał Pan na ich znaczną różnorodność - ogłoszenia prasowe dotyczyły szerokiej gamy produktów czy wydarzeń. Z czego to mogło wynikać?
2. Czy podczas analizy ogłoszeń prasowych zauważył Pan określone strategie komunikowania związane z lokowaniem ogłoszeń prasowych? Jeśli tak, to jakie? Na czym one polegały?
3. W rozprawie wspomina Pan o periodyczności „Przeglądu Sportowego”. Z czym mogła być związana? Jakie mogły być przewidywane skutki działań redakcji w tej kwestii?

6. Wniosek końcowy

Zaprezentowane w recenzji opinie, mające na celu posłużyć ostatecznej ocenie przedstawionej rozprawy doktorskiej magistra Marka Cichańskiego, pozwalają pozytywnie ocenić przygotowaną pracę. Przedłożona do recenzji praca wykazała wiedzę Doktoranta w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediów oraz dowiodła umiejętności realizowania badań naukowych, jak również konstruowania wniosków. Pracę doktorską oceniam bardzo wysoko. Lektura pracy doktorskiej była przyjemnością.

Przedstawiona do recenzji dysertacja spełnia wszelkie wymagania stawiane rozprawom doktorskim. Biorąc powyższe pod uwagę stwierdzam, że rozprawa doktorska Pana magistra Marka Cichańskiego spełnia wymagania ustawowe, co pozwala mi wyrazić pozytywną opinię w kwestii dopuszczenia Pana mgr. Marka Cichańskiego do kolejnych etapów przewodu doktorskiego.

Uwzględniając wysoką wartość merytoryczną pracy wnoszę o wyróżnienie rozprawy doktorskiej.

.....

podpis Recenzentki