

Ks. dr hab. Adam Maj CO  
Wydział Nauk Społecznych  
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II  
Al. Raławickie 14  
20-950 Lublin

Lublin, 28 VIII 2024 r.

**Recenzja rozprawy doktorskiej p. mgr Marty Cerkaskiej pt.  
„Fenomen podcastów w Polsce. Analiza wybranych kategorii w kontekście ich funkcji  
społecznych i marketingowych” (Kraków, UPJPII, 2024)**

Rozprawa powstała w Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie pod naukowym kierunkiem ks. profesora Roberta Nęcka.

Aktualność problematyki określonej w temacie rozprawy wiąże się z bieżącymi przemianami cywilizacyjnymi, zwłaszcza rozwojem nowoczesnych technologii informatycznych i informacyjnych, ze zmianami kulturowymi, szczególnie w komunikacji społecznej. Zjawisko podcastów, wyróżnione w pracy tematycznie i problemowo, należy do nowych elementów tych przemian i godne jest uwagi oraz refleksji naukowej. Dlatego z zainteresowaniem i uznaniem trzeba przyjąć dobór problematyki prezentowanej dysertacji, wyeksponowaną istotę i kategoryzację podcastów, ich funkcji: społecznych i marketingowych.

W perspektywie ogólnej wiedzy o zjawisku podcastów, zwłaszcza w kontekście zarysowanej we wstępie perspektywy badawczej, można stwierdzić, że przyjęta problematyka mieści się w zakresie badań w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach.

**Formalne aspekty rozprawy**

Praca liczy 276 stron, zawiera 10 tabel, 21 wykresów, 5 rysunków oraz 16 aneksów. Struktura rozprawy jest klasyczna: składa się na nią wstęp, siedem rozdziałów, zakończenie, bibliografia oraz stosowne spisy: treści, tabel, rysunków i wykresów.

Wstęp obejmuje podstawowe elementy strukturalnego wprowadzenia w problematykę rozprawy: jej aktualność i uzasadnienie wyboru tematyki, problematykę i kwerendę literatury

przedmiotu, zarys metodologii i struktury pracy. Wydaje się, że pewne elementy we wstępie są zbyt uszczegółowione np. metodologiczne i dotyczące struktury pracy. Wstęp liczy 8 stron.

Problematyka rozprawy, ujęta w tytułach siedmiu rozdziałów, jest spójna z jej tematem. Pierwszy rozdział dotyczy historii rozwoju i charakterystyki podcastingu, drugi podcastu jako nowego kanału komunikacji mediów ogólnokrajowych (można było w tytule pominąć „dla”), trzeci podcastu jako narzędzia popularyzacji nauki, czwarty podcastu jako czynnika bezpieczeństwa społecznego, piąty funkcji marketingowej podcastu, szósty podstaw metodologii własnych badań empirycznych, siódmy analizy uzyskanych wyników.

W ujęciu statystycznym układ rozdziałów pracy jest zróżnicowany: pierwszy liczy 36 stron, drugi – 44, trzeci – 25, czwarty – 19, piąty – 24, szósty – 9, siódmy – 34 strony.

Zakończenie pracy, 5-cio stronicowe, zawiera weryfikację przyjętych hipotez, syntetyczne ujęcie funkcji podcastów i zarysowuje perspektywę dalszych badań.

Praca zawiera bardzo obszerną bibliografię, skategoryzowaną jako źródła, literatura i netografia. Wskazane źródła są netografią, ale w tym miejscu dotyczą tylko podcastów, a nie literatury. Zapis bibliograficzny jest zasadniczo jednolity i formalnie uporządkowany. W zapisie bibliograficznym występują drobne uchybienia (np. jednostkowy brak wydawnictwa).

Można stwierdzić, że dysertacja zawiera wszystkie elementy strukturalne pracy doktorskiej, ich układ jest przemyślany, przejrzysty, spójny i logiczny.

Autorka sprawnie posługuje się techniką pracy naukowej, stosując odsyłacze jednolite i prawidłowo. Język opracowania jest zasadniczo poprawny, z niewielkimi uchybieniami, zwłaszcza interpunkcyjnymi, a wartki, potoczny styl, mimo zachowania reguł języka naukowego, nadaje pracy wysoką wartość komunikacyjną.

Należy podkreślić estetykę graficzną i edycyjną przedstawionej rozprawy i co więcej – jednolity styl całości opracowania, w którym każdy rozdział posiada wprowadzenie i syntetyczne podsumowanie.

Trzeba stwierdzić, że praca spełnia wymogi formalne dysertacji naukowej i jest świadectwem sprawnego warsztatu naukowego Doktorantki.

### **Problematyka i metodologia rozprawy**

Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny i koncentruje się na następujących obszarach badawczych:

- charakterystyka zjawiska podcastu;
- funkcja społeczna podcastów;
- funkcja marketingowa podcastów;

– podcasty oraz ich funkcje społeczne i marketingowe w świetle badań empirycznych.

Powyższe obszary badawcze wynikają z problematyki rozprawy określonej w tytule oraz przyjętej strategii badawczej: teoretycznej i empirycznej (ilościowej i jakościowej).

Pierwszy obszar – charakterystyka zjawiska podcastu, zawarty w rozdziale I i II, obejmuje genezę i rozwój podcastingu na świecie i w Polsce, definicję podcastu i eksplorację jego kategorii oraz rozwój podcastingu w mediach ogólnokrajowych.

Na tle genezy podcastingu w świecie, w kontekście rozwoju bazy i procesów technologicznych, Autorka dokonuje analizy rozwoju podcastingu w Polsce, wyróżniając jego dwie fazy: początkową – w latach 2005-2012 oraz od 2013 r. tzw. nową erę, spowodowaną jego popularnością. Jest to przejście od zjawiska niszowego do formy mainstreamowo-profesjonalnej. Uszczegółowienie i dopełnienie historii podcastingu w Polsce stanowi w II rozdziale analiza podcastu jako nowego kanału komunikacji mediów ogólnopolskich, w której konkretnie uwzględnieni są wydawcy prasowi, radiowi, internetowi i telewizyjni.

Z teoretycznego punktu widzenia istotnym elementem przedstawionych analiz jest próba zdefiniowania podcastu. Według Autorki podcast to: „audycja dźwiękowa o charakterze narracyjnym, publikowana w Internecie i/lub w kanałach RSS, podejmująca dowolny temat” (s. 45). Doktorantka dopowiada, że „podcast jest audycją dźwiękową i wyłącznie dźwiękową” (tamże). W ramach kategoryzacji podcastów Autorka wyróżnia podcasty z dodatkowymi treściami jako zwiastunami właściwego seansu lub z bonusem – nowymi treściami z jakiejś szczególnej okoliczności. Innym rodzajem jest ilustrowany podcast jako wideopodcast lub fotopodcast, czyli dodawanie do podcastu audio elementów wizualnych. Pierwszy to audycja audiowizualna, drugi jest lustracją fotograficzną prezentowanych treści. W ramach charakterystyki istoty, rodzajów i form podcastów wyeksponowano jako uzasadnioną dominantę podcastów wywiad.

Podsumowując analizę pierwszego obszaru badawczego, można stwierdzić, że Doktorantka sprawnie i wnikliwie dokonała systematyzującej charakterystyki podcastu, jego genezy i historii, pojęcia i kategoryzacji. Na podkreślenie zasługuje szczegółowa analiza podcastu jako nowego kanału w mediach ogólnopolskich.

Drugi obszar badawczy, uzasadniony tematyką pracy, dotyczy funkcji społecznej podcastów, realizowanej w ramach popularyzacji nauki (rozdział III) czy wspomagania bezpieczeństwa społecznego (rozdział IV).

Jak zauważa Autorka, „upowszechnianie nauki jest istotne z punktu widzenia rozwoju nowoczesnego i demokratycznego społeczeństwa” (s. 100), a podcasty stanowią jedno z na-

rzędzi służące popularyzacji nauki w Internecie. Przedstawione analizy wnikliwie charakteryzują zjawisko internetowej popularyzacji nauki, uwzględniając jego istotę, kanały i formy; jedną z nich są podcasty. Ważnym przedmiotem analiz są etyczne aspekty popularyzacji nauki w sieci internetowej, zwłaszcza w odniesieniu do twórcy internetowego. Na tym tle Autorka charakteryzuje wybrane, polskie podcasty popularnonaukowe, także niektórych wyższych uczelni.

Przejawem realizacji funkcji społecznej podcastów, szczególnie w zakresie wspomaganie bezpieczeństwa społecznego, stanowi ich gatunek *true crime* o tematyce kryminalnej. Na tle analizy tego gatunku we współczesnych mediach Autorka charakteryzuje specyfikę polskich podcastów *true crime*, ich podgatunków oraz społecznych aspektów, zwłaszcza motywacji poznawania oraz skutków ich oddziaływania, w tym zagrożeń.

Przeprowadzone analizy przykładowych, zróżnicowanych i bardzo popularnych podcastów ujawniają funkcję społeczną podcastów w zakresie popularyzacji nauki czy budowania bezpieczeństwa społecznego. Pogłębione analizy ukazują treść i dynamikę podcastów w ich funkcji społecznej, dostarczając uporządkowaną wiedzę.

Trzeci obszar badawczy, wynikający z tematyki pracy, dotyczy funkcji marketingowej podcastu, ściśle jako narzędzia w *audio content marketingu* (rozdział V). Podobnie jak w poprzednich analizach, Autorka przedstawia na szerokim tle danego zjawiska, tutaj content marketingu w Internecie, systematyzację branż stosujących podcasty *audio content marketing*, którymi są branża usługowa, produkcyjna, publiczna i społeczna. Content marketing to proces skupiający się na tworzeniu i dystrybucji wartościowych treści, odpowiadających na potrzeby aktualnych i potencjalnych klientów określonych branż, których jedną z zasadniczych form stanowią podcasty.

Analizy i zestawienia kategoryjne w sposób szczegółowy odsłaniają zjawisko podcastów o charakterze komercyjnym, uzasadniając realizację funkcji marketingowej podcastów.

Czwarty obszar badawczy wiąże się badaniami empirycznymi, zawiera elementy metodologii badań (rozdział VI) oraz analizę wyników badań (rozdział VII).

Przedstawiona metodologia obejmuje przedmiot badań, którym są cztery kategorie polskich podcastów: „podcasty wydawców mediów ogólnokrajowych, podcasty popularnonaukowe, podcasty kryminalne *true crime* oraz podcasty wydawców komercyjnych” (s. 166). Natomiast celem jest „zdefiniowanie i opisanie funkcji, jakie podcasty pełnią w życiu społecznym i biznesowym” (tamże). Inny opis celu badań nie wydaje się zręczny z użyciem pojęcia „udowodnienie” oraz potocznego, emocjonalnego określenia „fenomenalny” dla określenia społecznego i marketingowego znaczenia podcastu. Na tle społecznych funkcji mediów

(informacyjnej, opiniotwórczej, edukacyjnej, socjalizacyjnej, rozrywkowej) oraz marketingowej sformułowano 7 hipotez (numeracja rozbieżna z podaną we wstępie, ale treściowo tożsama – por. s. 13-14 i 168-170).

W realizacji procesu badawczego, obejmującego 453 podcasty, Autorka posłużyła się metodą historyczną, analityczno-syntetyczną, analizą ilościową, analizą treści.

Wyniki badań oraz ich interpretacja została wielowątkowo przedstawiona w ramach strategii ilościowej i jakościowej, w odniesieniu do poszczególnych kategorii wydawców w aspekcie wyróżnionych funkcji społecznych oraz funkcji marketingowej. Interesujący element badań stanowi model jakości podcastów popularnonaukowych, określony przyjętymi wskaźnikami. Kolejnym zagadnieniem badawczym jest analiza komentarzy podcastów o tematyce *true crime* w kontekście funkcji społecznej. Końcowy problem badawczy stanowi analiza wybranych podcastów marketingowych podjęta w strategii ilościowej i jakościowej. Przedmiotem badań były podcasty branżowe/tematyczne, specjalistyczne/eksperckie, promocyjne i edukacyjne.

Przedstawione analizy wyników własnych badań są logiczne i ciekawe poznawczo, a weryfikacja hipotez w zakończeniu pracy syntetyzuje i pogłębia rezultaty badań nad współczesnym podcastingiem polskim.

Prezentowany model badawczy jest interesującym konstruktem, który przyniósł konkretne efekty badań. Jednocześnie budzi wątpliwości co do spójności formalnej i merytorycznej. Jak już wspomniano, zawarto we wstępie zbyt wiele szczegółów metodologicznych, które zostały powtórzone w rozdziale metodologicznym lub je w nim pominięto (np. odnośnie metod badań). Brakiem pozostaje niesformułowanie problemów badawczych, na które odpowiedź powinny stanowić hipotezy.

Pomimo przedstawionych zastrzeżeń badania empiryczne, zwłaszcza w strategii jakościowej, ukazały obraz podcastingu w Polsce oraz jego funkcje społeczne i marketingowe. Tym samym cel pracy, teoretyczny i empiryczny został osiągnięty.

### **Uwagi i wnioski**

Rozprawa Pani mgr Marty Cerkaskiej jest spójną i logiczną pracą naukową. Posiada walory teoretyczne, poznawcze i praktyczne, a także formalne.

Przede wszystkim walorem jest próbą naukowego opracowania fenomenu podcastu w Polsce. Ujęcie analityczno-syntetyczne, definicyjne i kategoriale podcastingu stanowi cenny wkład teoretyczny w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach. Nie mniej istotnym walorem jest rozpoznanie zjawiska podcastu zwłaszcza w trzech wybranych, zna-

czących i popularnych dziedzinach, jakim jest popularyzacja nauki, bezpieczeństwo społeczne i marketing. Na uwagę zasługuje autorska koncepcja modelu badania jakości podcastów popularnonaukowych. Analizy teoretyczne i empiryczne oraz wspomniany model zawierają w sobie walor praktyczny dla autorów i odbiorców podcastów. Trzeba jeszcze raz potwierdzić walor formalny pracy, jej porządek i estetykę edycyjną.

Mimo to, niektóre elementy dysertacji są dyskusyjne, o czym już wspomniano w recenzji. Wydaje się, że trzeba zastąpić pojęcie „nomenklatura” (źle się kojarzy) innym, bardziej adekwatnym, czy też pominąć sugestie polityczne np. w odniesieniu do zmian w środowisku dziennikarskim po 2015 r. (wybory były w tym roku, a nie w 2016 r., s. 33). Ponadto płynna narracja pracy wymaga merytorycznego uzasadnienia podejmowanych zagadnień (np. w doborze analizy podcastów popularnonaukowych czy *true crime*), czy też elementów badań empirycznych, w tym wskaźników modelowych (można je uzupełnić o wymiar etyczny).

Korekta językowa i metodologiczna powinna być wstępem do przygotowania rozprawy do druku, bowiem jej zawartość na to zasługuje.

Na koniec należy podkreślić, że Autorka wykonała ogromną i nowatorską pracę nad nowym zjawiskiem komunikacyjnym, niemającym pogłębionych badań, śledząc i analizując setki podcastów. Przy tym Doktorantka wykazała się znajomością nowych technologii elektronicznych, komunikacyjnych i współczesnych mediów oraz erudycją naukową w ich zakresie.

Problematyka rozprawy rodzi różnorodne pytania. Może Autorka spróbuje podjąć problematykę formatowania podcastów nie tyle do potrzeb i oczekiwań odbiorców, ale ze względu na twórcę podcastu, jego przekonania czy też ideologię – w jakiej mierze Doktorantka dostrzega ten problem, jak rozpoznać to zjawisko i się przed nim zabezpieczyć?

Biorąc pod uwagę walory merytoryczne i formalne, pomimo pewnych zastrzeżeń, oceniam pracę pozytywnie i stwierdzam, że dysertacja spełnia warunki wymagane dla nadania stopnia naukowego doktora określone w art. 186 i art. 187 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o Szkolnictwie Wyższym i Nauce (tekst jedn., Dz. U. 2023, poz. 742 z póź. zm.). Opowiadam się za przyjęciem rozprawy oraz dopuszczeniem Pani mgr Marty Cerkaskiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

