

Warszawa, dn. 18.09.2023 r.

**Dr hab. Barbara Ocicka, prof. SGH**

Doktor habilitowany w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości

**Szkoła Główna Handlowa w Warszawie**

Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie

Instytut Finansów Korporacji i Inwestycji

Zakład Zarządzania Ryzykiem

Al. Niepodległości 162

02-554 Warszawa

**Recenzja rozprawy doktorskiej**

**mgr Katarzyny Wicińskiej-Pel**

**pt. „Rozpoznawanie wartości organizacyjnych za pomocą analizy  
pragmalingwistycznej na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności  
organizacji (CSR)”**

napisanej w Uniwersytecie Łódzkim pod kierunkiem naukowym prof. UŁ dra hab.

Tomasza Czapli i promotora pomocniczego dr Iwony Dembowskiej-Wosik

w dyscyplinie: nauki o zarządzaniu i jakości

### **1. Opinia ogólna**

Podstawą formalną przygotowania niniejszej recenzji jest pismo Przewodniczącej Komisji Uniwersytetu Łódzkiego do spraw stopni naukowych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, prof. dr hab. Ewy Walińskiej, z dnia 18. lipca 2023 r., informujące o powołaniu mojej osoby na recenzenta rozprawy doktorskiej mgr Katarzyny Wicińskiej-Pel przez ww. Komisję, a w zakresie merytorycznym ustawa z dnia 20. lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2023 poz. 742 ze zm.). Zgodnie z wymogami obowiązujących przepisów, recenzja została sporządzona według następujących kryteriów podlegających ocenie wraz z uzasadnieniem: oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, ogólna wiedza teoretyczna, umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Przedłożona mi do recenzji rozprawa doktorska, przygotowana przez Panią mgr Katarzynę Wicińską-Pel, wpisuje się w nurt rozważań o zarządzaniu przedsiębiorstwem w kontekście wartości w świetle koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility*, CSR). Problem badawczy dotyczy identyfikacji wartości deklarowanych i

B. Ocicka 1

realizowanych w działalności przedsiębiorstw na przykładzie koncepcji CSR. Jest on zatem osadzony w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Nauki o zarządzaniu i jakości w dziedzinie nauk społecznych rozwijają się niewątpliwie poprzez podejście interdyscyplinarne i najczęściej podejmują próby wyjaśniania zjawisk i procesów, korzystając z wiedzy innych dziedzin i dyscyplin naukowych. Z tego punktu widzenia uważam za interesujący pomysł Doktorantki, aby podjąć próbę identyfikacji wartości organizacyjnych za pomocą narzędzi wypracowanych w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo, zaś analizy dokonać na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.

## **2. Ocena oryginalności rozwiązania problemu naukowego**

Ocena oryginalności rozwiązania problemu naukowego przedłożonej dysertacji doktorskiej została sporządzona z uwzględnieniem:

- znaczenia problematyki podjętej w rozprawie,
- zgodności tematu dysertacji z zawartością opracowania,
- struktury pracy,
- formalnej strony rozprawy.

### **2.1. Znaczenie problematyki podjętej w rozprawie**

We Wstępie do pracy Doktorantka zaprezentowała ogólne przesłanki podjęcia tematu, problem badawczy, cel główny, cele cząstkowe oraz pytania badawcze. Przedmiot badań nie został jasno sformułowany, co należy uznać za mankament, pośrednio została również sformułowana luka badawcza. Z tekstu wnioskuję, że luka badawcza (Doktorantka nie użyła tego pojęcia w rozprawie) została wskazana w stwierdzeniu, że „Analiza literatury przedmiotu pokazała, że narzędzia językoznawcze jako sposób rozpoznawania wartości organizacyjnych są w niewystarczającym stopniu wykorzystywane w badaniach naukowych o zarządzaniu i jakości” (s. 6). Sformułowanie to nie zostało jednak w dysertacji poprzedzone przedstawieniem wyników stosownych badań literaturowych. Za problem badawczy rozprawy Doktorantka uznała „możliwość zastosowania analizy języka jako narzędzia rozpoznawania wartości organizacyjnych oraz określania ich zgodności na poziomie deklaracji (wartości deklarowanych) oraz realizacji (wartości przejawiających się w opisie podejmowanych działań) na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu” (s. 6). Autorka dążyła do uzupełnienia luki badawczej poprzez opracowanie narzędzia językoznawczego służącego rozpoznawaniu i klasyfikowaniu wartości w tekstach pisanych dotyczących CSR.

Główny cel pracy stanowiło „rozpoznanie zgodności wartości deklarowanych przez przedsiębiorstwa z wartościami przez nie realizowanymi w praktyce ich funkcjonowania na przykładzie koncepcji CSR za pomocą analizy pragmatycznej tekstów upublicznianych przez firmy na ich stronach internetowych” (s. 6). Jak się domyślam, ów cel określa pośrednio przedmiot badań. Celowi głównemu podporządkowanych zostało pięć następujących celów częściowych (osobiście rekomendowałabym nazwać je celami szczegółowymi):

- „znalezienie kryteriów językowych umożliwiających rozpoznawanie wartości organizacyjnych przejawiających się w tekstach pisanych,
- opracowanie narzędzia językoznawczego pozwalającego na rozpoznawanie i klasyfikowanie wartości organizacyjnych wyrażonych w tekstach pisanych dotyczących CSR,
- odzwierciedlenie koncepcji CSR poprzez wartości,
- rozpoznanie zgodności wartości organizacyjnych deklarowanych oraz realizowanych przez przedsiębiorstwa dotyczących koncepcji CSR,
- opracowanie listy kluczowych wartości obecnych w tekstach badanych firm podejmujących temat CSR” (s. 6).

Na s. 67 dysertacji Doktorantka próbowała usystematyzować sformułowane cele częściowe, przypisując do każdego z nich przymiotnik eksploracyjny (cel pierwszy) lub aplikacyjny (cele pozostałe). Moim zdaniem taka systematyzacja nie jest adekwatna do celów częściowych w rozprawie doktorskiej. Gdyby Autorka sformułowała, a następnie usystematyzowała cele w trzech aspektach, jako odpowiednio cele teoretyczne (naukowe), empiryczne (badawcze), aplikacyjne, prawdopodobnie określiłaby lepiej cele ukierunkowane na rozwiązanie problemu naukowego w rezultacie przeprowadzonych badań, dostarczających wyniki i wnioski mające walory poznawcze, jak i aplikacyjne. Pragnę dodać, że w moim przekonaniu zrealizowane cele aplikacyjne muszą mieć przynajmniej potencjalny wpływ na zmianę rzeczywistości biznesowej bądź działalności przedsiębiorstw – pozostaje bez wyjaśnienia, na czym ten wpływ ma polegać w rozumieniu Autorki w odniesieniu do celów uznanych w rozprawie za aplikacyjne.

Za niezrozumiałe z punktu widzenia poprawności wywodu dotyczącego konstrukcji ścieżki badawczej Doktorantki, a jednocześnie za jeden z głównych mankamentów pracy, należy uznać brak hipotez badawczych, szczególnie hipotezy (alternatywnie tezy) głównej rozprawy. Dlaczego Autorka świadomie nie postawiła hipotez w pracy, które mogłyby zostać zweryfikowane w toku odpowiedniego postępowania badawczego, nie wiadomo, w pracy nie ma uzasadnienia tej decyzji. Z punktu widzenia czytelnika przedłożonej rozprawy pojawia się

pytanie, czego mogłaby dotyczyć główna hipoteza? W moim osobistym odbiorze przyjętego zakresu i wyników postępowania badawczego zaprezentowanego w dysertacji musiałaby ona dotyczyć podobieństwa albo rozbieżności analizowanych tekstów. Pierwsze podejście miałoby jednak charakter weryfikacji prawdy oczywistej, drugie byłoby nader łatwe w falsyfikacji hipotezy. Dojście do takich wniosków nie wymagałoby z pewnością pogłębionych rozważań i rozprawy doktorskiej. W tym kontekście pragnę stwierdzić, że szkoda, iż Autorka nie sformułowała luki badawczej na bazie pogłębionej kwerendy źródeł literatury, dowodząc i wyjaśniając w sposób merytoryczny zasadność podjęcia wybranej problematyki w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, której uzupełnieniu towarzyszyłaby adekwatna procedura badawcza z wykorzystaniem narzędzia z dyscypliny językoznawstwo.

Autorka postawiła siedem pytań badawczych:

- „Jakie kryteria językowe pozwalają na odczytywanie wartości organizacyjnych?
- Jakie kryteria wartościowania charakteryzują każdą z grup wartości?
- Jakie działania firm społecznie odpowiedzialnych charakteryzują poszczególne grupy wartości?
- Jakie wartości wynikają jako deklarowane z tekstów publikowanych przez badane firmy?
- Jakie wartości wynikają jako realizowane z tekstów publikowanych przez badane firmy?
- Które z przebadanych firm są spójne w zakresie wartości deklarowanych i realizowanych?
- Które z wartości występują we wszystkich badanych firmach uznanych za społecznie odpowiedzialne?” (s. 7).

Doceniam sformułowanie pytań badawczych, które jest istotnym etapem przygotowania rozprawy naukowej i jest praktykowane w badaniach jakościowych. Z warsztatowego punktu widzenia są one prawdopodobnie łatwiejszym sposobem wyrażenia ciekawości badacza (zwłaszcza będąc pytaniami o występowanie i rodzaj zmiennych, a bez odniesienia do kierunku i siły związków między nimi) aniżeli zidentyfikowanie luki i sformułowanie hipotez, wymagające często dużo wysiłku w postaci kwerendy opracowań teoretycznych oraz wyników dotychczasowych badań empirycznych uzyskanych przez innych badaczy.

## **2.2. Zgodność tematu z zawartością opracowania**

Tytuł recenzowanego opracowania brzmi „Rozpoznawanie wartości organizacyjnych za pomocą analizy pragmalingwistycznej na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności

organizacji (CSR)”. Zawartość części teoretycznej i badawczej generalnie odpowiada przyjętemu tematowi opracowania, lecz następuje szereg słabości w rozważaniach dotyczących sposobu rozwiązania problemu naukowego.

Jako pierwsze należy odnotować zastrzeżenie dotyczące użycia w tytule pracy niejednoznacznego z punktu widzenia dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości terminu „rozpoznanie”. Jest on stosowany w precyzyjny sposób w medycynie czy wojskowości, natomiast w pracy pozostał niezdefiniowanym określeniem. Nie ma także uzasadnienia użycie w tytule rozprawy skrótu „CSR”, tym bardziej że nie odpowiada on w pełni akronimowi terminu „społeczna odpowiedzialność organizacji”.

W rozprawie występuje dychotomia między tytułem rozprawy a rozważaniami w kolejnych rozdziałach pracy. W tytule jest wyraźnie zaanonsowane podjęcie analizy „na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji”, podczas gdy dalsza część rozprawy jest faktycznie wyłącznie skoncentrowana na części z tych organizacji, a mianowicie na przedsiębiorstwach, i to z reguły na liderach rynku, często o charakterze korporacji. Autorka używa przemiennie w rozprawie trzech terminów: organizacja, przedsiębiorstwo i firma, co zasygnalizowała w przypisie wyjaśniającym na s. 9. Podczas gdy można zaakceptować przemiennie stosowanie terminów przedsiębiorstwo i firma, gdyż są one utożsamiane w potocznym rozumieniu, nie można postawić znaku równości między terminami organizacja oraz przedsiębiorstwo czy firma. Najczęściej używany w rozprawie termin przedsiębiorstwo, oznacza w najprostszym ujęciu, podmiot gospodarczy prowadzący na własny rachunek działalność produkcyjną lub usługową w celu osiągnięcia określonych korzyści. Należy ono do kategorii organizacji gospodarczych, podczas gdy organizacje obejmują także podmioty użyteczności publicznej, administracyjne, militarne i policyjne, społeczne czy religijne. Nietrudno skonstatować, że wszystkie te organizacje znacząco różnią się między sobą, zaś przedsiębiorstwa są tylko jednym z rodzajów organizacji. Pojawia się tu zatem zasadnicze pytanie, dlaczego w tytule rozprawy użyto terminu „organizacja”, podczas gdy w istocie rzeczy cała praca jest poświęcona wyłącznie przedsiębiorstwom, co więcej, w części badawczej, wyłącznie wybranym liderom polskiego biznesu. Ta semantyczna uwaga staje się tym poważniejsza, że w kończącym merytoryczne rozważania Doktorantki podrozdziale 4.3. i Zakończeniu pracy ma miejsce niczym nieuzasadnione z punktu widzenia nauki uogólnienie, że badania Doktorantki doprowadziły do identyfikacji kluczowych wartości, na których „opiera się obecnie polski CSR” (s. 146).

W rozdziale pierwszym Autorka podjęła próbę przedstawienia rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu bez zakotwiczenia problematyki w szerszym kontekście teorii nauk o zarządzaniu. Rozdział stanowi zestawienie definicji i myśli na temat wybranych aspektów, ich istoty i rozwoju, zaczerpniętych z wybranych przez Autorkę pozycji polskiej literatury przedmiotu. Brak w nim tenoru dyskusji naukowej, uwag krytycznych oraz własnych oryginalnych komentarzy Doktorantki. W mojej ocenie zbyt często jedynie opisowo jest eksploatowany dorobek niektórych cytowanych autorów, o czym świadczy m.in. częste cytowanie fragmentów i używanie skrótu *ibidem* w odnośnikach (przypisach dolnych). Analiza modeli i narzędzi CSR bazuje na zaledwie kilku wybranych źródłach opublikowanych w latach 2009-2019. Z kolei analiza trendów rozwojowych CSR jest bardzo ogólna. Dotychczas podjęto wiele badań, jak również praktycznych działań, w celu wykreowania nowego modelu przedsiębiorstwa przyszłości, które w swej długofalowej koncepcji rozwoju uwzględnia nie tylko sukces biznesowy, lecz także wymiar społeczny i ekologiczny biznesu. Wśród wielu propozycji wskazujących, w jaki sposób taki rozwój mógłby zostać zrealizowany, główne miejsce zajęły dwie – społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Autorka zacytowała na s. 27 pogląd, że model CSR wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju, co można zaakceptować, choć w rzeczywistości obie z tych koncepcji przeplatają się wzajemnie, są bardzo pojemne i mieszczą w sobie w istocie rzeczy liczne mniej lub bardziej szczegółowe koncepcje. Opis tendencji rozwojowych CSR w rozdziale pierwszym kończy się na krótkim porównaniu tej koncepcji ze zrównoważonym rozwojem oraz ESG. Autorka posłużyła się kilkoma cytatami z literatury z zakresu tej tematyki, jednak nie podjęła pogłębionego autorskiego wnioskowania w tym zakresie. Koncepcja i raportowanie ESG zostały zaprezentowane bez wnikania w istotę tej koncepcji, jej ocenę, prezentację decyzji i regulacji podejmowanych przez Unię Europejską w celu rozwoju pomiaru i raportowania zrównoważonych działań przedsiębiorstw. Doktorantka zauważyła, choć w bardzo skromnym wymiarze (s. 28), że tradycyjny CSR stał się niewystarczający i musiał zostać uzupełniony o nową formułę umożliwiającą analizę, mierzenie i kwantyfikację działań, co dało początek strategiom uwzględniającym aspekty ESG, koncentrującym się na konkretnych kryteriach środowiskowych, społecznych i zarządczych w działalności przedsiębiorstwa. Wymogi przygotowania danych w raportowaniu ESG wykraczają daleko poza wymiar inwestorski i marketingowy. Zespoły zajmujące się raportowaniem ESG muszą nie tylko opracowywać i analizować określony zestaw dodatkowych informacji niefinansowych, lecz również przechodzić przez proces ich weryfikacji. Natura tego, z czym się już dziś mierzą, bliższa jest zagadnieniom z obszaru finansów i kontrolingu niż marketingu

i komunikacji. Doktorantka nie zauważyła przy tym, że w Unii Europejskiej zrobiono również krok naprzód w stosunku do wyzwań ESG, a mianowicie wprowadzono w 2022 r. Dyrektywę w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (ang. *Corporate Sustainability Reporting Directive*, CSRD), a następnie opublikowano stanowiące jej uzupełnienie Standardy sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju (ang. *European Sustainability Reporting Standards*, ESRS). Szkoda, że Doktorantka nie przeanalizowała tych dokumentów, a przede wszystkim genezy ich wprowadzenia. Jedną z podstawowych przesłanek zmian była likwidacja występującej w biznesie niespójności między informacjami z raportów ESG firm a rzeczywistością, określanej w języku angielskim jako *greenwashing* (w polskim tłumaczeniu interpretowaną również kolokwialnie jako ekościema, zazielenianie, zielone mydlenie oczu czy zielone kłamstwo). W UE stwierdzono, że w komunikacji przedsiębiorstw często dominuje podejście marketingowe, które często bazuje na fałszywych lub wprowadzających w błąd deklaracjach, dotyczących zgodności produktu (a w domyśle szerszych działań przedsiębiorstw) z zasadami ochrony środowiska. W rozprawie zabrakło odniesienia do tych problemów, co z pewnością umożliwiłoby krytyczne spojrzenie na wartość deklaracji przedsiębiorstw w zakresie społecznej odpowiedzialności i pomogłoby zrozumieć kierunek ewolucji CSR. Reasumując, rozdział pierwszy pokazuje niedostateczne umiejętności Doktorantki w zakresie prowadzenia analizy i syntezy danych z przeglądu literatury o charakterze dyskursu naukowego oraz cechuje się wymienionymi słabościami merytorycznymi.

Podobne uwagi można sformułować w odniesieniu do rozdziału drugiego, w szczególności podrozdziałów 2.1. oraz 2.2. Rozdział ten poświęcony jest rozważaniom na temat wartości w ujęciu zarówno biznesowym, jak i językowym. W rozprawie w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości należałoby oczekiwać dojrzałej dyskusji naukowej na temat tego ważnego od kilku dziesięcioleci w teorii i praktyce terminu, podczas gdy w ujęciu Autorki ma ona charakter nad wyraz wątpliwy. Lektura tej części rozprawy sprawia wręcz wrażenie, że działania CSR stają się nadrzędne wobec wszystkich innych celów podejmowanych przez przedsiębiorstwo. Na s. 61 Doktorantka zacytowała m.in. bezkrytycznie konstatację B. Kromera, że „nadrzędnym celem organizacji praktykujących odpowiedzialność społeczną jest maksymalizacja ich wkładu w zrównoważony rozwój”, zaś na s. 64 stwierdziła, że „To, co jest zamieszczone na stronach internetowych firm jest istotne dla jej interesariuszy, gdyż pozwala na lepsze zrozumienie strategii przedsiębiorstwa”. Wychodząc z kluczowego dla teorii organizacji i nauk o zarządzaniu terminu celów przedsiębiorstwa, należy podkreślić, że cele zorientowane na

społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstwa są częścią swoistej wiązki celów przez nie realizowanych, odnoszącą się do jego trwania i rozwoju w kontekście związków z otoczeniem. W konsekwencji, przedsiębiorstwa nie realizują z reguły jednego celu głównego, a prawie nigdy nie jest nim wyłącznie wychodzenie naprzeciw wyzwaniom społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, lecz kilka celów głównych. Fundamentalnej przyczyny zajmowania się wartościami w praktyce biznesowej należy poszukiwać w możliwości poprawy dzięki nim wyników działalności przedsiębiorstwa, a celami nadrzędnymi, które są dzięki nim osiągane są z reguły maksymalizacja zysku, poprawa rentowności czy wartości rynkowej przedsiębiorstwa, a nie realizacja celów społecznej odpowiedzialności. Duży niedosyt sprawia także lektura podrozdziałów poświęconych wartościom, ich identyfikacji i ocenie za pomocą metod językoznawczych. Konstrukcja i rozważania w podrozdziałach 2.1.-2.3. mają charakter typowo przeglądowy. Przeważa prezentacja definicji, klasyfikacji, poglądów i cytatów wybranych autorów. Na odbiorze tej części dysertacji ciąży m.in. ponownie brak tenoru dyskusji, który powinien cechować rozprawę doktorską. Nie przekonuje w pełni również przedstawiony w podrozdziale 2.4. wybór klasyfikacji kryteriów wartościowania E. Laskowskiej jako bazowej metody językoznawczej do porównawczych badań tekstów Autorki rozprawy. Metodę tę Autorka scharakteryzowała na podstawie publikacji pt. „Wartościowanie w języku potocznym”. Jak stwierdziła Doktorantka, tym razem krytycznie, klasyfikacja ta „powstała na podstawie analizy języka mówionego” (s. 51), „nie wszystkie kryteria wyróżnione przez E. Laskowską miały ostre granice oraz były precyzyjnie zdefiniowane” (s. 52). Ta druga niedoskonałość klasyfikacji znalazła niestety odzwierciedlenie w zmodyfikowanym podziale wartości dokonany przez Doktorantkę na potrzeby analizy własnej. Skrajnym przykładem jest włączenie „łańcucha dostaw” do grupy wartości kognitywnych (zamiast do grupy wartości wspólnotowych) – Tabela 8., s. 61-62, którego nie można uznać za słuszne, wiedząc, że zarządzanie łańcuchem dostaw dotyczy zarządzania relacjami.

W odniesieniu do rozdziału trzeciego rozprawy należy na początku zwrócić uwagę na niepoprawność jego tytułu, który brzmi „Metodologia pracy”. Metodologia stanowi naukę o metodach badań naukowych, ich skuteczności i wartości poznawczej. Rozdział został zatem poświęcony metodyce a nie metodologii badań. Jest on nad wyraz krótki (niecałe 9 stron), co więcej jest w nim dużo powtórzeń treści z innych części rozprawy, szczególnie ze Wstępu. Kluczową rolę w rozdziale odgrywa podrozdział 3.2., w którym zostały przedstawione następujące etapy „postępowania badawczego” Doktorantki:



- analiza krytyczna literatury przedmiotu odnoszącej się do zagadnienia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wartości w zarządzaniu,
- przygotowanie narzędzia językoznawczego pozwalającego na rozpoznawanie wartości w publikowanych tekstach,
- realizacja badania własnego z wykorzystaniem modelu grup wartości rozpoznawanych za pomocą analizy pragmatycznej tekstów dotyczących wartości deklarowanych oraz realizowanych w ramach koncepcji CSR przez firmy poddane badaniu oraz ich prezentacja,
- rozpoznanie kluczowych wartości polskiego CSR na podstawie badanych firm.

Generalnie taką ścieżkę postępowania badawczego, prowadzącego do opracowania rozprawy doktorskiej, można by uznać za logiczną, acz mam osobiście duże zastrzeżenia do sposobu ich realizacji i wartości naukowej ich rezultatów. Temat ten rozwijam w pkt. 4 recenzji poświęconym ocenie umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez Doktorantkę.

W czwartym rozdziale rozprawy Autorka podsumowała wyniki analizy wartości wśród badanych przedsiębiorstw przeprowadzonej z wykorzystaniem autorskiego narzędzia, określiła modele odwzorowania wartości w badanych przedsiębiorstwach oraz wskazała 22 wartości wyodrębnione w procesie analizy tekstów i – Jej zdaniem – „złotą szóstkę” wartości, na których „opiera się obecnie polski CSR”. Na znaczeniu wyników badań zaprezentowanych zarówno w tym rozdziale, jak i wniosków końcowych sformułowanych w Zakończeniu pracy zaciążyły jednak mankamenty w postępowaniu badawczym.

W Zakończeniu pracy nie zostały zaprezentowane oryginalne wnioski o walorach naukowych (poznawczych) i aplikacyjnych. Swym charakterem odpowiada ono bardziej streszczeniu głównych punktów postępowania Doktorantki na potrzeby opracowania dysertacji i ich wyników (w znacznej mierze powtarzając je z innych części rozprawy), aniżeli prezentuje wnioski na miarę oczekiwań w pracy naukowej.

### **2.3. Ocena struktury pracy**

Praca została napisana na 218 stronach, z czego 146 stron zajmuje opracowanie tematu, zaś pozostałe strony stanowią trzy załączniki o łącznej długości 56 stron, odpowiednio: Załącznik 1. Teksty firm poświęcone deklarowanym wartościom (s. 147-165), Załącznik 2. Teksty firm poświęcone tematyce społecznej odpowiedzialności biznesu (s. 166-194), Załącznik 3. Przyporządkowanie konstytutywnych fraz użytych w materiale badawczym do wartości

rozpoznanych w badaniu za pomocą analizy pragmalingwistycznej (s. 195-204), bibliografia (s. 205-215), spisy tabel i rysunków (s. 216-218).

Dysertacja składa się z czterech zasadniczych rozdziałów, z których pierwszy pt. „Rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu” (s. 9-31) i drugi pt. „Rola języka w rozpoznawaniu wartości” (s. 32-65) mają charakter teoretyczny na podstawie przeglądu literaturowego (łącznie 56 stron). Rozdział trzeci pt. „Metodologia pracy” (s. 66-74) jest rozdziałem metodycznym (9 stron). Zaś czwarty pt. „Analiza wyników badań” (s. 75-143) ma – zgodnie z założeniami Autorki – charakter empiryczny (69 stron). Od strony formalnej struktura pracy jest w zasadzie tradycyjna (teoria – metodyka – empiria połączona z dyskusją i wnioskami) i można ją uznać za odpowiednią dla tego typu opracowania. Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny – część teoretyczna (łącznie rozdziały pierwszy i drugi) stanowi ok. 26% całości rozprawy, rozdział metodyczny – ok. 4%, rozdział empiryczny – ok. 32%, załączniki – 26%, pozostałe 12% odpowiednio wstęp, zakończenie, bibliografia oraz spisy tabel i rysunków. Należy zauważyć, że rozdział metodyczny jest zdecydowanie uboższy od pozostałych. Poza tym, znaczną część rozprawy stanowią załączniki 1 i 2 prezentujące teksty pozyskane ze stron internetowych przedsiębiorstw.

#### **2.4. Ocena formalnej strony opracowania**

Praca jest generalnie poprawna pod względem formalnym. Stosowane terminy są precyzyjne w odniesieniu do części „lingwistycznej”, w czym pomaga Autorce szerokie korzystanie z popularnych encyklopedii i słowników, szczególnie języka polskiego. Metoda ta jednak nie sprawdza się w odniesieniu do używanych terminów z ekonomii i zarządzania. Przykładami są uproszczone definicje takich terminów, jak np. „ekonomiczny – odnoszący się do ekonomii lub ekonomiki, dotyczący gospodarki – sposobu działania podmiotów gospodarczych” czy „zysk – nadwyżka wpływów nad wydatkami w działalności gospodarczej; dochód, zarobek” (s. 47). Niektóre terminy nie zostały w ogóle sprecyzowane, czego najlepszym przykładem jest rozpoczynające tytuł rozprawy, i będące jednym z kluczowych dla jej zrozumienia, słowo „rozpoznanie”. Wcześniej w recenzji była już mowa o terminach „organizacja” i „zarządzanie łańcuchem dostaw”. Język Autorki obejmuje również niedoskonałości w tłumaczeniu terminów z języka angielskiego, np. nastąpił brak rozróżnienia terminów *governance* oraz *corporate governance* – w odniesieniu kolejno do ładu zarządczego oraz ładu korporacyjnego, a także w używaniu skrótów pochodzących z języka angielskiego – skrót CSR został wykorzystany przy określeniu „społecznej odpowiedzialności organizacji” w tytule pracy, a przy określeniu „społeczna odpowiedzialność biznesu” w jej treści.

Treść dysertacji została wzbogacona poprzez prezentację 9 tabel oraz 43 rysunków. Oba rodzaje elementów graficznych stanowią wartość dodaną do treści.

Do rozprawy doktorskiej przedłożonej do recenzji nie załączono streszczenia w języku angielskim wymaganego na podstawie art. 187 pkt. 4 ustawy.

### **Konkluzja częściowa dotycząca oryginalnego rozwiązania problemu badawczego**

Ocena czterech aspektów związanych z oryginalnością rozwiązania problemu naukowego pozwala na wniosek częściowy mówiący o tym, że dysertacja nie spełnia tego wymogu.

### **3. Ocena ogólnej wiedzy teoretycznej**

Ocena ogólnej wiedzy teoretycznej Autorki przedłożonej dysertacji została sporządzona z uwzględnieniem:

- aktualności literatury uwzględnionej w opracowaniu,
- i jej kompletności.

#### **3.1. Ocena aktualności literatury wykorzystanej w dysertacji**

Badania literaturowe polegały na klasycznym przeglądzie literatury obejmującym pozycje wybrane przez Autorkę dysertacji. Spis źródeł wykorzystanych w rozprawie zawiera 103 pozycje o charakterze monografii lub artykułów, 11 encyklopedii i słowników, 3 raporty i 30 źródeł internetowych (w tym strony internetowe firm podlegających analizie w badaniach własnych Doktorantki). Łącznie Bibliografia zawiera 147 pozycji źródłowych. Wyłączając strony internetowe, udział proc. pozycji bibliograficznych wydanych w okresie ostatnich 5 lat (od 2018 r.) stanowi ok. 7% (8 pozycji), co przy obecnej wysokiej dynamice obiegu wiedzy w nauce jest zdecydowanie niezadowalającym wskaźnikiem wskazującym na brak rzetelności Autorki w poszukiwaniu i przywoływaniu najnowszych publikacji i wyników badań w literaturze zarówno polsko- jak i obcojęzycznej.

#### **3.2. Ocena kompletności literatury wykorzystanej w dysertacji**

Wśród źródeł bibliograficznych większość stanowią pozycje polskojęzyczne, publikacje międzynarodowe obejmują 9 pozycji w języku angielskim i 1 pozycję w języku niemieckim, co stanowi ok. 7% źródeł. Zwraca także uwagę fakt, że Autorka często odnosi się do pozycji wykorzystanych przez innych autorów, nie docierając do źródłowych materiałów. Przykładowo, prezentując modele społecznej odpowiedzialności biznesu w podrozdziale 1.3., Autorka posługuje się polskojęzyczną literaturą w opisie modeli rozwiniętych przez zagranicznych autorów, nie zadając sobie trudu dotarcia i analizy źródłowych materiałów. W przypadku pozycji obcojęzycznych, powoływanie się na nie ma charakter wiedzy zaczerpniętej

z innych źródeł (ang. *secondary citations*) – Autorka przedstawiła w odnośnikach autorów i tytuły prac, z których pochodzą podane informacje. Świadczy to o braku umiejętności lub możliwości bezpośredniego wykorzystania zagranicznej literatury przedmiotu przez Autorkę rozprawy. Ocena kompletności literatury wykorzystanej w rozprawie prowadzi do konstatacji, że Autorka nie przeprowadziła kwerendy źródeł z wykorzystaniem zasobów elektronicznych baz naukowych (m.in. Web of Science, Scopus, Emerald, EBSCOhost, ScienceDirect, Wiley, Springer, Taylor & Francis). Analiza źródeł z wymienionych baz doprowadziłaby z pewnością Autorkę do wniosku, że w przypadku takich kluczowych w dysertacji pojęć, jak np. społeczna odpowiedzialność biznesu, wartości w przedsiębiorstwach czy zastosowanie analizy pragmatycznej w dyscyplinach innych niż językoznawstwo, można dziś skorzystać z wielu wartościowych publikacji, w których zresztą dominuje tenor dyskusji. O niewykorzystanym przez Doktorantkę potencjale literatury przedmiotu może świadczyć liczba 37 546 pozycji źródłowych, w tym 31 371 artykułów, zidentyfikowanych w bazie Web of Science według kryterium wyszukiwania „CSR” jako hasła kluczowego w tytule, abstrakcie lub wśród słów kluczowych w publikacjach (wyszukiwanie dokonane na potrzeby recenzji 25.08.2023 r.). Poza tym, wśród źródeł bibliograficznych w dysertacji, nie ma odwołań do publikacji własnych Autorki, co sygnalizuje Jej niewielki dotychczasowy dorobek naukowy w analizowanym obszarze, a pośrednio również na nieznamość poruszanego w dysertacji dorobku na temat podjętej problematyki w nauce polskiej i zagranicznej.

#### **Konkluzja częściowa dotycząca ogólnej wiedzy teoretycznej:**

Ocena aktualności i kompletności wykorzystania źródeł literaturowych pozwala na konkluzję częściową o niewystarczającym wykazaniu się Autorki dysertacji ogólną wiedzą teoretyczną z zakresu omawianej tematyki, na co wskazuje bardzo niski poziom wykorzystania najnowszej literatury przedmiotu (z ostatnich 5 lat) oraz uwzględnienia zagranicznego dorobku naukowego w podjętej tematyce.

#### **4. Umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez doktorantkę**

Ocena umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez doktorantkę obejmuje ocenę:

- kompletności badań kontekstowych,
- zrealizowanej metodyki badań,
- wykorzystania aparatu narzędziowego w badaniach,
- wykorzystania aparatu analitycznego,
- zasadności przedstawionych wniosków.

#### **4.1. Kompletność badań kontekstowych**

Do podstawowych wymogów stawianych obecnie przed autorami prac naukowych, szczególnie tych prowadzących do nadania stopnia naukowego, należy udowodnienie umiejętności przeprowadzenia pogłębionych, często również krytycznych studiów literaturowych, prowadzących do określenia luki badawczej. Analiza literatury przedmiotu przeprowadzona w recenzowanej rozprawie jest niewątpliwie powierzchowna. W rozdziałach pierwszym i drugim (części teoretycznej) rozprawy bardzo skromną jest część wnioskowo-dyskusyjna, dominuje przegląd i przytaczanie definicji, stwierdzeń i poglądów innych autorów. Podjęta przez Doktorantkę tematyka stwarza niewątpliwie przesłanki do opracowania nowatorskiej, oryginalnej rozprawy, która jednak musiałaby wynikać z solidnych, pogłębionych studiów literaturowych.

#### **4.2. Zrealizowana metodyka badań**

Istota przeprowadzonych badań empirycznych polegała na identyfikacji, zgromadzeniu, analizowaniu, a następnie sformułowaniu wniosków na podstawie tekstów o charakterze marketingowym i upubliczniętych przez firmy na stronach internetowych. Badania empiryczne bazują na analizie tekstów opublikowanych na stronach internetowych 17 przedsiębiorstw wybranych spośród 35 firm uznanych za społecznie odpowiedzialne w rankingu odpowiedzialnych firm w 2019 r., przygotowanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, oraz na podstawie kryterium autorskiego dotyczącego dostępności na stronie internetowej materiałów poświęconych wartościom deklarowanym i realizowanym w ramach koncepcji CSR. Autorka skoncentrowała się na rozpoznawaniu zgodności językowej wartości organizacyjnych deklarowanych i realizowanych przez wybrane przedsiębiorstwa na przykładzie koncepcji CSR na podstawie tekstów ze stron internetowych tych podmiotów. Materiał badawczy, zgromadzony w okresie sierpień-grudzień 2021 r., został zaprezentowany w Załącznikach 1 i 2 do rozprawy (s. 147-194), zaś wyniki przyporządkowania fraz użytych w materiale badawczym do wartości rozpoznanych w badaniu za pomocą analizy pragmatycznej zostały przedstawione w Załączniku 3 (s. 195-204).

Doktorantka zaprezentowała bezkrytyczne podejście do zebranych danych empirycznych, pomimo ich marketingowego charakteru, przyjmując je za podstawę wnioskowania w rozprawie, bez żadnego bezpośredniego kontaktu z badanymi podmiotami, próby jakiegokolwiek weryfikacji pozyskanych ze stron internetowych informacji lub konieczności czyjejkolwiek autoryzacji wyciąganych wniosków. Nie są znane powody, dlaczego Doktorantka nie podjęła jakiegokolwiek próby zweryfikowania realizacji deklarowanych przez poddane analizie

przedsiębiorstwa wartości na bazie empirycznej. Szkoda, że nie podjęła na ten temat żadnych bezpośrednich rozmów z interesariuszami firm. Do próby 17 „badanych” przedsiębiorstw Autorka zaliczyła różnorodnych graczy rynkowych, zorientowanych głównie na realizację celów ekonomicznych, mogących posiadać różnorodną reputację wśród swych klientów, dostawców, społeczności lokalnych, organizacji społecznych, a także własnych pracowników. Potrzeba weryfikacji czy opcja rozważenia alternatywnego (być może w niektórych przypadkach negatywnego) obrazu spełnienia wartości CSR przez firmy jest obca Autorce. We wnioskowaniu Doktorantka bazuje na prawie idealnym obrazie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, wykreowanym na stronach internetowych, głównie przez osoby lub firmy (ang. *content writers*) odpowiedzialne zawodowo za tworzenie internetowych treści tekstowych, w tym e-marketingowych, co więcej będących z reguły pod kontrolą tzw. recenzentów treści (ang. *content reviewers*), którzy kontrolują, czy treści te są zgodne z wytycznymi, wartościami, zasadami czy standardami jakościowymi przedsiębiorstw. Doktorantka nie uwzględniła roli, jaką muszą w kontekście budowy wizerunku odgrywać działania marketingowe przedsiębiorstwa, w tym budowanie jego image'u na stronach internetowych. Na straży zgodności wartości, przynajmniej postrzeganych przez otoczenie jako zadeklarowane i zrealizowane wartości przedsiębiorstwa, stoją nie tylko służby marketingowe, lecz także kierownictwo, działy *compliance* czy nawet rzecznicy prasowi. W tym kontekście odnosi się również wrażenie, że Doktorantka nie dostrzega, a przynajmniej nie przedstawiła tego w pracy, na czym polega rola marketingu w Internecie. W istocie rzeczy jest on jednym z głównych narzędzi promocji przedsiębiorstw, ich marki i produktów. Trzeba mieć przy tym na uwadze, że implementacja idei CSR w ramach strategii przedsiębiorstwa obarczona jest znacznym ryzykiem. Jeżeli interesariusze nabiorą podejrzeń, że działania takie mają jedynie na celu marketingowe wykreowanie pozytywnego wizerunku firmy, skutek może być zupełnie odwrotny niż pierwotne intencje firmy. Strony internetowe w praktyce biznesowej skutecznie zastąpiły (choć ich nie wyeliminowały) tradycyjne kanały komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, takie jak np. ulotki, foldery reklamowe czy nawet telewizję. Dzięki rozwojowi Internetu przedsiębiorstwa uzyskały potężne narzędzie dialogu z otoczeniem, które z powodzeniem może zostać użyte również w komunikacji inicjatyw związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Ale należy tu dobitnie stwierdzić, że wytrawni gracze biznesowi, a do nich należą niewątpliwie badane przez Doktorantkę podmioty, przestrzegają rygorystycznie niepisane zasady, że to, co przedsiębiorstwo deklaruje na swych stronach internetowych, w swym swoistym DNA wartości, musi być kompatybilne z tym, co odnośnie ich realizacji postrzegają w swoim odbiorze jego interesariusze. Pojawia się zatem w tym

kontekście pytanie, czy ma głęboki sens badawczy przyjęcie za cel rozprawy rozpoznania zgodności wartości „deklarowanych” i „realizowanych w praktyce” na bazie analizy stron internetowych, które z punktu widzenia interesów przedsiębiorstw muszą perfekcyjnie odpowiadać wymogom budowy ich pozytywnego wizerunku? Jawnie prezentowana rozbieżność tych wartości mogłaby być swoistym „pocątkiem śmierci” dla wizerunku podmiotu kreującego swój image przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie.

Przyjęcie perspektywy pragmalingwistycznej w analizie tekstów, z punktu widzenia tematu dysertacji, należy uznać za trafną decyzję i godną pogłębionej analizy, choć osobiście odczuwam brak wyjaśnienia ze strony Doktorantki, dlaczego wybrano właśnie ten rodzaj w rozważaniach lub dlaczego nie warto było zastosować (może nawet w formie uzupełniającej) innych subdyscyplin analizy lingwistycznej. Autorka argumentuje, że „analiza literatury pozwoliła stwierdzić, że narzędzia językoznawcze jako sposób rozpoznawania wartości organizacyjnych są w niewystarczającym stopniu wykorzystywane w badaniach naukowych o zarządzaniu i jakości” (s. 66), jednak nie określa bliżej, jakie publikacje zostały poddane wspomnianej analizie.

Analiza badawcza polegała na porównaniu tekstów dotyczących wartości deklarowanych i realizowanych przez przedsiębiorstwa w odniesieniu do tematyki społecznej odpowiedzialności biznesu. Końcowym efektem tych analiz miało być sprawdzenie spójności między wartościami deklarowanymi oraz realizowanymi przez wybrane podmioty i określenie, po analizie pragmalingwistycznej, do jakiego z zaproponowanych modeli odwzorowania wartości (empirycznego, kognitywnego, moralnego, wspólnotowego, mieszanego lub zrównoważonego) można przypisać analizowane przedsiębiorstwa. Kolejnym etapem badawczym było wyszczególnienie 22 wartości wyodrębnionych w procesie analizy tekstów oraz wskazanie kluczowych wartości występujących w polskim CSR. Nawiązując do poprzednich rozważań na temat celów tradycyjnych działań przedsiębiorstwa w zakresie CSR, można przyjąć założenie, że to, czy zostanie ono uznane przez swoich interesariuszy za odpowiedzialne społecznie, zależy głównie od tego, w jaki sposób komunikuje ono te działania. Skuteczny model przekazywania informacji w tym obszarze gwarantuje przedsiębiorstwu uzyskanie lub utrzymanie pozytywnego wizerunku. Jednocześnie w zrealizowanej metodyce badań, rozpoznanie konkretnych wartości w obszarze CSR zostało uzależnione również od skuteczności komunikacji marketingowej na firmowych stronach internetowych.

#### 4.3. Wykorzystanie aparatu narzędziowego w badaniach

Doktorantka nie wykorzystwała bogatej literatury naukowej dotyczącej analizy lingwistycznej, zwłaszcza dostępnej w językach obcych, szczególnie w języku angielskim. Dotyczy ona przede wszystkim wykorzystywania analizy pragmalingwistycznej do celów badań w dziedzinie językoznawstwa i lingwistyki językowej. Nawet pobieżna analiza naukowych baz danych wskazuje, że jej zastosowanie w innych niż językoznawstwo dyscyplinach naukowych, choć nie należy do wiodących metod badawczych, jest jednak coraz częściej stosowane, szczególnie w informatyce, a także w elektronice, akustyce, medycynie, psychologii, naukach społecznych czy prawnych. Analiza wykorzystania terminu *paralinguistic analysis* jako kryterium wyszukiwania w tytule, abstrakcie lub wśród słów kluczowych w bazie Web of Science (dokonana na potrzeby recenzji 25.08.2023 r.) wskazała, że występuje ono w 426 pozycjach źródłowych, w tym 289 artykułach naukowych. Analogicznych pozycji o charakterze popularnonaukowym lub publicystycznym jest znacznie więcej poza bazami naukowymi. Szkoda, że Doktorantka nie odniosła się praktycznie do żadnej ze znaczących publikacji naukowych o zasięgu międzynarodowym, ograniczając się wyłącznie do wybranych pozycji w języku polskim. Ich wykorzystanie *mutatis mutandis* w dysertacji otworzyłoby przed Autorką możliwości bardziej profesjonalnego i pogłębionego spojrzenia na wykorzystanie w badaniach analizy pragmalingwistycznej, szczególnie z perspektywy interdyscyplinarnej.

#### 4.4. Wykorzystanie aparatu analitycznego

Doktorantka zapoznała się z opublikowanymi przez firmy tekstami, za pomocą analizy pragmalingwistycznej wyszczególniła fragmenty zawierające odniesienie do wartości i wykorzystując autorskie narzędzie badawcze, przyporządkowała je do czterech grup wartości. Rozpoznanie konkretnych wartości z analizowanych tekstów nastąpiło na podstawie fraz rzeczownikowych, czasownikowych i innych, np. przymiotnikowych (Załącznik 3). W opracowaniu wykorzystano statystykę opisową dla potrzeb zestawień wyników procentowych częstości występowania grup deklarowanych wartości w badanych firmach, wyników procentowych częstości występowania realizowanych wartości w badanych firmach oraz udziałów procentowych wartości deklarowanych i realizowanych w charakterystyce każdej z firm. Wszystkie przeprowadzone analizy zostały zaprezentowane na wykresach, co wzbogaca treść i ułatwia analizę wyników.

Jednakże należy podnieść kwestię braku wykorzystania przez Doktorantkę dostępnych obecnie możliwości zastosowania różnorodnego oprogramowania wspierającego analizę bogatego i różnorodnego zbioru danych jakościowych, służącego analizie zarówno tekstów, jak i



mnożności innych różnorodnych materiałów. Wykorzystanie odpowiedniego oprogramowania umożliwiłoby Autorce włączenie materiałów ujmujących perspektywę oceny CSR badanych firm przez różne grupy interesariuszy i doprowadziłoby do bardziej wiarygodnych rezultatów badań, a w rezultacie bardziej rzetelnych wyników oceny realizacji wartości.

Doktorantka wydaje się w swojej pracy nie zauważać, że w epoce wiedzy cyfrowej, intensywnie wykorzystującej technologie, m.in. technologie sztucznej inteligencji można zastosować do analizy każdego wymiaru naszego życia, w tym także lingwistyki i możliwości jej wykorzystania w różnych dyscyplinach nauki. Niezależnie od wielkości zbiorów danych (te badane przez Doktorantkę są naprawdę niewielkie), specjalistyczne oprogramowanie można dziś wykorzystać z sukcesem do analizy pragmalingwistycznej w różnych kontekstach tekstowych, w tym także tych badanych przez Doktorantkę. Profesjonalne oprogramowanie zapewnia szybkość dokonywanych analiz i ich szerszy kontekst, dostrzega najróżniejsze zależności i relacje, posiada zdolności do twórczego przetwarzania danych, analizuje trendy, a jednocześnie posiada zdolność do uczenia się i dostosowywania się do zmieniających warunków.

#### **4.5. Zasadność przedstawionych wniosków**

Po pierwsze, wnioski sformułowane w dysertacji są tylko częściowo zasadne dla badanych przedsiębiorstw. O ile zgromadzony materiał badawczy mógłby stanowić podstawę dla wnioskowania o deklarowanych wartościach, o tyle nie ma podstaw, by na jego podstawie potwierdzić realizację wartości przez badane przedsiębiorstwa. Oprócz podnoszonej powyżej jakości materiału badawczego o charakterze marketingowym, zwracam uwagę na fakt, że wśród tekstów mających zaświadczyć o realizacji wartości, zawartych w Załączniku 2, gros stanowią strategie zrównoważonego rozwoju czy cele strategiczne przedsiębiorstw określone w odniesieniu do celów zrównoważonego rozwoju według agendy Organizacji Narodów Zjednoczonych pt. „Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030”. Posiadanie strategii i przyjęcie celów strategicznych nie oznacza, że jest ona wdrażana, a działania w niej zaplanowane można uznać za realizowane. W przedstawionym kontekście wykorzystanie wyłącznie tekstów internetowych, o charakterze marketingowym, uważam za niewystarczające dla potrzeb zweryfikowania realizacji deklarowanych przez przedsiębiorstwa wartości, a w rezultacie dla potrzeb realizacji głównego celu rozprawy na gruncie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

Po drugie co ważniejsze, aczkolwiek przy uwzględnieniu powyższego, podjęcie wnioskowania o wartościach „polskiego CSR” i uogólnienie wyników dla biznesu w Polsce na bazie

B. Otwicka 17

materiałów ze stron internetowych z próby 17 przedsiębiorstw, ma decydujące znaczenie o negatywnej ocenie zasadności przedstawionych w dysertacji wniosków. Wielkość próby badawczej oraz rodzaj i jakość zgromadzonego materiału empirycznego oceniam za niewystarczające dla sformułowania wniosków, które zostały zawarte w rozprawie. Zwracam uwagę na wątpliwą pod względem naukowym regułę, przyjętą przez Autorkę w określeniu „kluczowych wartości występujących w polskim CSR” (s. 142), która oznaczała, że „do zakwalifikowania danej wartości do „złotej szóstki” polskiego CSR wystarczyła obecność w którymś z tekstów danej firmy, pod warunkiem występowania tej wartości we wszystkich firmach” (s. 142). Zrealizowane przez Doktorantkę badanie własne na potrzeby rozprawy mogłoby w mojej ocenie stanowić preludeum do właściwych badań weryfikujących realizację wartości w przedsiębiorstwach. Weryfikacja realizacji wartości powinna nastąpić na bazie rozszerzonej analizy źródeł wtórnych (nie tylko upublicznianych przez same badane przedsiębiorstwa) oraz pierwotnych badań empirycznych, z rekomendacją ujęcia perspektywy różnych interesariuszy w obu przypadkach. Szkoda, że Autorka nie wskazała w Zakończeniu pracy ograniczeń zrealizowanych badań własnych, oceniając znaczenie ich wyników w rozwiązaniu problemu naukowego. Nie przedstawiła także kierunków dalszych dociekań naukowych w obszarze prowadzonych badań naukowych.

Konkluzja częściowa dotycząca oceny umiejętności **samodzielnego prowadzenia pracy naukowej przez doktorantkę** jest negatywna.

## **5. Wnioski i konkluzja końcowa**

Rozprawę doktorską mgr Katarzyny Wicińskiej-Pel należy uznać za nie spełniającą wymogów stawianych tego typu pracom. Doktorantka podjęła istotny problem badawczy ze względu na znaczenie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu i wartości w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Wybrana problematyka badawcza stwarza niewątpliwie przesłanki do opracowania nowatorskiej, oryginalnej rozprawy z wykorzystaniem interdyscyplinarnego podejścia, co jednak nie znalazło odzwierciedlenia w przedłożonej do recenzji pracy. W ramach dysertacji Autorka nie zastosowała wystarczająco pogłębionej i krytycznej analizy źródeł literatury oraz odpowiedniego instrumentarium badawczego dla osiągnięcia wyników i wniosków o charakterze poznawczym i aplikacyjnym.

Po zapoznaniu się z opracowaniem konkluduję, że recenzowana dysertacja nie spełnia ustawowych kryteriów stawianych pracom doktorskim, tj.:

1. Recenzowana rozprawa nie stanowi oryginalnego rozwiązania problemu naukowego. Przedmiot rozprawy i jej cel główny, sformułowany przez Doktorantkę, co więcej

niepoparty hipotezami badawczymi, jak również sposób realizacji zadania badawczego świadczą o braku umiejętności zbudowania koncepcji i oryginalnego rozwiązania problemu naukowego.

2. Recenzowana rozprawa w niewielkim stopniu potwierdza ogólną wiedzę teoretyczną Autorki w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości, w szczególności w zakresie podjętej tematyki, co odzwierciedla niski poziom wykorzystania aktualnych źródeł wiedzy oraz kompletności analizy dorobku krajowego, a w szczególności dorobku zagranicznego poświęconego problematyce. Część teoretyczna dysertacji wykazuje merytoryczne słabości i nie daje podstaw do stwierdzenia, że Autorka posiada aktualną i uporządkowaną ogólną wiedzę teoretyczną w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.
3. Recenzowana rozprawa nie potwierdza dostatecznego opanowania przez Autorkę umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej, o czym świadczy przede wszystkim niewykazanie umiejętności stosowania metod analizy i syntezy naukowej, brak umiejętności krytycznej analizy literatury, niedostateczny dobór metod badawczych, zrealizowanie postępowania badawczego z wykorzystaniem metod badawczych nie wystarczających dla osiągnięcia celów rozprawy oraz nieuzasadnione naukowo uogólnianie wyników i formułowanie wniosków. Część empiryczna dysertacji nie pozwala na pozytywną ocenę warsztatu badawczego Doktorantki.

Reasumując, stwierdzam, że recenzowana rozprawa doktorska mgr Katarzyny Wicińskiej-Pel, pt. „Rozpoznawanie wartości organizacyjnych za pomocą analizy pragmalingwistycznej na przykładzie koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji (CSR)” nie spełnia przesłanek, o których mowa w art. 187 ustawy z dnia 20. lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

*Barbara Ocicka*

