

Prof. UMCS, dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak  
Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach  
Wydział Politologii i Dziennikarstwa  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej  
w Lublinie

### **Recenzja**

rozprawy doktorskiej mgr Zuzanny Marii Gałuszki

**„Współczesny obraz pracy umysłowej w narracjach pracodawców.**

**Krytyczna analiza ofert pracy i tekstów wizerunkowych organizacji”**

napisanej na Uniwersytecie Wrocławskim

na Wydziale Komunikacji Społecznej i Mediów

pod kierunkiem dra hab. Jerzego Biniewicza, prof. UW

Przedłożona praca podlega ocenie zgodnie z wymogami określonymi w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2024 r. poz. 1571 z późn. zm.) w odniesieniu do oryginalności rozwiązania problemu naukowego, wykazanej w rozprawie ogólnej wiedzy teoretycznej Autorki w danej dyscyplinie naukowej oraz umiejętności samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Podjęty w pracy doktorskiej temat jest nie tylko aktualny, ale przede wszystkim istotny i wypełniający zauważalną lukę w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach w zakresie pogłębionych rozważań i analiz nad dostrzegalnym dyskursem współczesnego obrazu pracy umysłowej w przekazach pracodawców.

Mgr Zuzanna Gałuszka na podstawie dotychczasowych ustaleń badaczy oraz wyników własnych badań empirycznych w oparciu o założenia krytycznej analizy dyskursu podjęła się udanej próbie identyfikacji sposobu konstruowania wyobrażeń na temat pracodawcy, środowiska pracy i pożądaných pracowników.



Autorka wykazuje się w pracy wiedzą teoretyczną z zakresu badanego obszaru. W rozprawie podejmuje udaną próbę poszukiwania nowych perspektyw omawianych zjawisk, z powodzeniem podejmuje się ich interpretacji, formułuje interesujące wnioski i konstatacje, wskazując przy tym rodzaje się pytania i kierunki dalszych badań.

Temat i zaproponowany przez mgr Zuzannę Gałuszkę sposób jego ujęcia uważam za ważny poznawczo, społecznie, ze względu na obserwowane dynamiczne zmiany w zakresie wykorzystywania nowoczesnych technologii, platform społecznościowych, zabiegów marketingowych do konstruowania przekazów oddziałujących na odbiorców, kreujących określone wizje świata.

Podjęta problematyka oraz związane z nią rozważania, szczególnie przez pryzmat założeń krytycznej analizy dyskursu w niewielkim stopniu jest opracowana w literaturze przedmiotu.

Dysertacja liczy 241 stron, została podzielona na trzy części i łącznie 6 rozdziałów, opatrzonych wprowadzeniem, zakończeniem, bibliografią, aneksem oraz streszczeniem (w językach polskim oraz angielskim). Aneks zawiera ujęte w tabeli informacje dotyczące badanego materiału źródłowego (wykaz 22 pracodawców oraz adresy ich stron internetowych a także adresy internetowe analizowanych ofert pracy).

Przyjęta przez mgr Zuzannę Gałuszkę konstrukcja pracy pod względem formalnym i merytorycznym jest poprawna. Podział treści jest logiczny, służy realizacji zadania badawczego. Tytuły poszczególnych rozdziałów odpowiadają ich zawartości, choć w moim odczuciu wyodrębnienie trzech części pracy jest zabiegiem dyskusyjnym i wprowadzającym dysproporcję treści (w zaproponowanym ujęciu w części I mamy jeden rozdział, w części II – dwa rozdziały, w części III – trzy rozdziały). Części I oraz II uzupełniają się, jako te tworzące ramy teoretycznie zaproponowanej przez Autorkę perspektywy badań (do przemyślenia w przedłożonym podziale jest tu szczególnie tytuł części II „Teoretyczne podstawy pracy”). Rozdziały w części III tworzą spójną prezentację wyników badań empirycznych.

Szczególne uwagę zwraca właśnie III część rozprawy, w tym **interesująco poprowadzony rozdział szósty** stanowiący oś rozważań badawczych Autorki (zawiera m. in. omówienie wyników zrealizowanych analiz, w tym liczne i trafne przywołania sformułowań zaczerpniętych wprost z materiału źródłowego a także interesujące poznawczo spostrzeżenia i wnioski).

Podkreślić należy wykorzystaną w pracy bogatą literaturę przedmiotu polsko- i anglojęzyczną. Mgr Zuzanna Gałuszka przywołuje ustalenia badaczy zarówno z klasycznych już pozycji z zakresu komunikowania, marketingu, sięgając także do najnowszych opracowań i analiz, w tym branżowych (związanych *employer brandingiem*).

W strukturze pracy uwagę zwracają zarówno bardzo dobrze merytorycznie napisane wprowadzenia do każdego z rozdziałów (nakreślające treści poruszone w danej części rozprawy), jak i podsumowania kolejnych etapów rozważań, w tym wnioski oraz wielokrotnie formułowane rodzące się dalsze pytania badawcze. Dzięki klarowności wyводу czytelnik może śledzić tok rozumowania Autorki.

Mgr Zuzanna Gałuszka niewątpliwie podjęła się rozważań nad złożonym problemem badawczym. Na poziomie zaprojektowanych badań udało się jasno i klarownie omówić wybrane jego aspekty. Lektura części teoretycznych pracy daje do zrozumienia, że Autorka posiada odpowiednią wiedzę, śmiało porusza się w podjętej problematyce badawczej (docenić w całej pracy należy liczne przypisy wyjaśniające i dygresyjne).

#### **Szczegółowe uwagi dotyczące rozprawy doktorskiej**

Deklarowany we **Wprowadzeniu** cel dysertacji, jakim była „rekonstrukcja współczesnego obrazu pracy umysłowej w dużych organizacjach, wytwarzanego dyskursywnie przez pracodawców zatrudniających w Polsce” (s. 11), należałoby dodać na wybranych przykładach, został zrealizowany. Jedyna uwaga dotycząca konstrukcji Wprowadzenia dotyczy braku jasno sformułowanych pytań badawczych, których poszukiwać należy w dalszych partiach rozprawy (*de facto* wyartykułowanych dopiero w rozdz. 4, wcześniej Autorka pisze o tezach, założeniach), tu jednak, szczególnie we fragmencie opisującym cel badań umiejscowienie ich wydaje się zasadne.

**Rozdział pierwszy („Społeczeństwo konsumpcyjne jako predykat konsumpcji pracy”)**, przejrzyste i rzeczowo wprowadza czytelnika do różnych kontekstów omawianej problematyki. To rozważania teoretyczne, w oparciu o dotychczasowe ustalenia badaczy, nad współczesnym postrzeganiem pracy przez pryzmat konsumpcji i budowania tożsamości (omówione zostały m. in. pojęcia: konsumpcjonizmu, społeczeństwa konsumpcyjnego czy

*employer branding*). W konkluzji Autorka przyjmuje cztery założenia istotne dla kierunku autorskich badań (s. 29-30):

„(1) Nabywanie stylów życia i tożsamości odbywa się poprzez konsumowanie szeroko rozumianych produktów i marek;

(2) Jednostka będąca konsumentem, ma autonomię w budowaniu własnego wizerunku – wybiera dla siebie dogodne, bardziej lub mniej koherentne elementy z całego spektrum ofert stworzonych przez rynek i marketing;

(3) Praca mieści się w złożonym systemie symbolicznym wykraczającym daleko poza zagadnienia utrzymania i zysku – będąc „znakiem” wymaga „opakowania” pod postacią atrakcyjnej narracji i konkuruje na rynku znaczeń;

(4) W tym sensie oferty pracy tworzone przez organizacje są ofertami komunikacyjnymi. Firmy jako istotni aktorzy (*agents*) dyskursu kreują pewien obraz świata, który jednostka może „nabywać”, tak samo jak produkty czy usługi. Wytworzony konstrukt pracy i opis środowiska pracy jako punkt odniesienia do rzeczywistości buduje oczekiwania wobec pracy i umożliwia narrację o sobie poprzez pracę”.

Kontynuacją rozważań teoretycznych, są **rozdziały drugi oraz trzeci**. Oba w pełni poświęcone szczegółowemu omówieniu oraz wyjaśnieniu tytułowych kategorii „**Konstrukcjonizm społeczny**” (od genezy i rozwoju w kolejnych latach tego nurtu w myśli wybranych badaczy, poprzez omówienie jego czterech głównych założeń, czy w końcu wyjaśnienie pojęć konstrukcjonizm i konstruktywizm) oraz „**Krytyczna Analiza Dyskursu**” (od zarysu jej rozwoju jako odrębnego nurtu badań dyskursu, po założenia i stosowane techniki, do przybliżenia istoty trójwymiarowego modelu analizy dyskursu zaproponowanego przez Normana Fairclougha, stanowiącego metodologiczną podstawę badań empirycznych Autorki; w modelu tym zakłada się, że każdy akt dyskursywny ma trzy nierozłączne wymiary (s. 47-48): tekst (komunikat językowy), praktykę dyskursywną (procesy produkcji, dystrybucji i konsumpcji tekstu) i praktykę społeczną (kontekst).

**Rozdział czwarty „Założenia metodologiczne”** zawiera doprecyzowanie głównego celu i przedmiotu autorskiego badania, uzasadnienie dobru analizowanego materiału źródłowego oraz opis kolejnych etapów przyjętej procedury badawczej.

Celem badania była „rekonstrukcja oraz – jeśli okaże się to możliwe – typologizacja obrazów pracy proponowanych potencjalnym pracowni(cz)kom w szeroko rozumianych ofertach pracy (ogłoszeniach i samoopisach organizacji)” (s. 50).

Mgr Zuzanna Gałuszka sformułowała następujące pytania badawcze:

„jakie znaczenia, cele i sensy są jej [pracy – M. A.-Sz.] nadawane w dyskursie oraz jakiego kapitału, rozumianego jako szereg kompetencji miękkich, postaw i cech osobowości, oczekuje się od jednostek wykonujących pracę umysłową (...), w jakim obrazie rzeczywistości tkwią organizacje zatrudniające w Polsce” (s. 50).

Przedmiotem badania Autorka uczyniła „konstrukt umysłowej pracy najmniej w Polsce, wyłaniający się z przekazów tworzonych przez duże podmioty zatrudniające – zarówno lokalne firmy właścicielskie, jak i międzynarodowe korporacje” (s. 50-51), zawężając ją do pracy umysłowej w sektorze prywatnym, rozumianym jako „część gospodarki obejmującej podmioty kontrolowane i zarządzane przez osoby fizyczne, grupy lub przedsiębiorstwa, których celem jest osiągnięcie zysku” (s. 52).

Ostatecznie materiał źródłowy, którego analiza stała się podstawą wnioskania obejmował dwa rodzaje treści: „oferty pracy i samoopisy organizacji zatrudniających (dotyczące kultury pracy i kariery w jej ramach)” (s. 53). W domyśle adresowane do osób poszukujących lub rozważających zmianę pracy. Treści te pochodziły od 22 dużych firm reprezentujących różne branże wyłonionych na podstawie rankingu magazynu „Forbes” *Najlepszych Pracodawców w Polsce w 2023 roku* (s. 57-60). Analizowane treści były zamieszczane na stronie danej firmy (tzw. „samoopis”, tj. zakładki typu „O nas”, „Kariera”, „Pracuj z nami”) oraz na profilu społecznościowym LinkedIn i na dwóch portalach rekrutacyjnych: Pracuj.pl, RocketJobs. Łącznie szczegółowo przeanalizowanych zostało 68 ofert pracy na stanowiska „średniego szczebla”, tj. managerskie oraz operacyjne (specjalności, eksperci, konsultanci, koordynatorzy), s. 63. Te wybory Autorka uzasadniła w stopniu wystarczającym.

Jednak, jak mgr Zuzanna Gałuszka wskazuje dalej, cezurą badań uczyniła pierwszy kwartał 2025 roku (s. 62) i tu moje pytanie dotyczy braku powtórzenia podobnej analizy w innym przedziale czasowym (czy przeprowadzenia badania pilotażowego), co bez wątpienia wzmocniłoby zasadność formułowanych wniosków. W pracy brakuje również uzasadnienia kryterium doboru próby badawczej z 2025 roku w kontekście przywołanego rankingu pracodawców z 2023 roku, pojawia się tu rozbieżność, nie wiemy też czy wskazany materiał źródłowy z 2025 roku był próbą losową czy celową? W sposób celowy (co Autorka podkreśla w *Zakończeniu pracy*, s. 181) dobrane zostały jedynie analizowane firmy.

Same teoretyczne etapy analizy materiału badawczego nie budzą zastrzeżeń. Autorka zgodnie z deklaracją (s. 64) przyjęła trójwymiarowy model dyskursu Fairclougha: analiza tekstu, praktyk dyskursywnych i praktyk społecznych. Tu jednak rodzi się kolejne pytanie, dlaczego w badaniach Autorka nie uwzględniła podjęcia jakiegokolwiek próby rozmowy (np. ankiety, wywiadu pogłębionego) na temat rekrutacji, zatrudnienia z pracownikami działów HR (*Human Resources*) badanych firm?, tym bardziej, że Autorka ma świadomość (o czym pisze w rozprawie) dużego znaczenia funkcjonowania i kreowania polityki kadrowej przez tego rodzaju działy, szczególnie w dużych firmach.

**Rozdziały piąty i szósty** poprowadzone są zgodnie z przyjętym modelem analitycznym, zawierają wyniki badań, interesujące spostrzeżenia i wnioski Autorki.

W rozdziale piątym „**Analiza praktyki dyskursywnej**” mgr Zuzanna Gałuszka koncentruje się na refleksjach płynących z analizy dotyczącej konstrukcji i dystrybucji ofert pracy i tekstów autoprezentacyjnych firm. W kontekście rozważań na temat ewolucji gatunku (z informacyjnego ku wizerunkowemu) zasadnie wyjaśnia stosowanie w rozprawie pojęcia „oferta pracy” a nie „ogłoszenie o pracę”. Omawia wytyczne administratorów, w tym strukturę ofert pracy zależnych od różnych uwarunkowań technicznych i funkcjonalnych danej platformy rekrutacyjnej, kolejno porównując: Pracuj.pl, LinkedIn oraz RocketJobs. Przybliży wybrane założenia *employer branding* przez pryzmat zawartości zamieszczanych na stronach internetowych firm zakładów zawierających materiały autoprezentacyjne („samoopisy”), w tym informacje na temat możliwości rozwoju pracownika (treści te Autorka postrzega jako „swoiste rozszerzenie oferty pracy”, s. 81). Na podstawie analizy treści podejmuje próbę wyartykułowania istoty pozycji i relacji hierarchicznych między pracodawcą, kandydatem na pracownika i pracownikiem.

Wyniki badań zawarte w **rozdziale szóstym „Analiza tekstu i praktyki społecznej”** uporządkowane zostały według najczęstszych schematów dostrzeżonych w architekturze informacji ofert pracy (od analizy wymagań stawianych kandydatom, poprzez charakterystykę miejsca pracy, po korzyści materialne i pozamaterialne dla pracownika wynikające z zatrudnienia). Sposób opracowania wyników analiz zaprezentowanych w tej części pracy zasługuje na szczególne docenienie. Każda z trzech części została skonstruowana na podstawie wyłonionych w toku badań kategorii tematycznych („Modelowy pracownik”, „Środowisko pracy”, „Korzyści z pracy”). Na uznanie zasługuje tu zarówno udana próba odtworzenia sposobu kreowania przez pracodawców deklarowanego obrazu rzeczywistości

(autoprezentacja firmy i jej pracowników), jak i krytyczna interpretacja tych przekazów „w oparciu o możliwe implikacje, ujawniające się sprzeczności oraz narracyjne pęknięcia, które można wyczytać z badanych tekstów” (s. 88).

W tej części zebrane zostały liczne fragmenty cytatów z materiałów źródłowych, niezwykle trafnie dobrane w kontekście przedstawionych wniosków z badań na temat obrazu współczesnej pracy umysłowej. Uwaga ta dotyczy również cytatów, którymi kompozycyjnie opatrzone zostały poszczególne podrozdziały tej części rozprawy.

Dopełnieniem pracy jest znakomicie, niemal „literacko” napisane **Zakończenie** rozprawy, podzielone na kilka części, w których Autorka przypomina główne spostrzeżenia i wnioski wynikające z literatury przedmiotu oraz własnych badań: „Konwergencja narracji”, „Harmonia sprzeczności”, „Hegemonia ideologii neoliberalnej”, „Perspektywa kandydatów i pracowników jako interesujące pole badawcze”.

Warto podkreślić, że kolejne rozdziały przedłożonej rozprawy to interesujące przedstawienie i omówienie wyników analizy zgromadzonych źródeł. Podkreślić należy płynne łącznie przez Autorkę poszczególnych wątków i części pracy.

We wszystkich rozdziałach mgr Zuzanna Gałuszka wykazała się bardzo dobrą znajomością opisywanych zagadnień, koncepcji teoretycznych oraz umiejętnością ich krytycznej oceny, analizy i syntezy. Wyniki własnych badań prezentowane w częściach empirycznych są opatrzone właściwymi podsumowaniami, a także często zachęcającymi do polemiki naukowej refleksjami.

Pod względem technicznym rozprawa jest z reguły poprawnie opracowana pod względem edytorskim, zdarzają się nieliczne błędy (np. numeracja stron począwszy od rozdz. 1 zawarta w Spisie treści nie jest zgodna z wnętrzem rozprawy, sporadycznie występują błędy stylistyczne oraz literówki).

W całej pracy Autorka wielokrotnie nawiązuje do wniosków i spostrzeżeń poczynionych we wcześniejszych fragmentach rozprawy, co pozwala śledzić tok rozważań i sprzyja przejrzystości wyводу. W dysertacji można odnaleźć wiele trafnych, ale i zachęcających do dyskusji spostrzeżeń i wniosków sformułowanych przez mgr Zuzannę Gałuszkę wynikających z autorskich badań.

Wśród licznych, interesujących i ważnych poznawczo konstatacji podkreślić warto chociażby te, w których mgr Zuzanna Gałuszka zauważa, że:

„(...) późny kapitalizm redefiniuje relację jednostki z pracą poprzez rozszerzenie logiki konsumpcji na sferę zawodową. Dobrze wynagradzana praca jest niezbędna, aby prowadzić określony styl życia, ale praca sama w sobie jest obszarem konstruowania tożsamości, ale w innym sensie niż miało to miejsce dawniej, gdy to zawód jako taki był jej źródłem. Praca jako projekt tożsamościowy potęguje zaangażowanie w pracę, a kluczową rolę odgrywa tu dyskurs, który nasycą pracę znaczeniami wykraczającymi poza wymiar ekonomiczny – przedstawia ją jako arenę osobistego rozwoju i wpływu na rzeczywistość, mimo że ten w dużych organizacjach jest znikomy. Atrakcyjność narracji o samorealizacji sprawia, że jednostki poświęcają się pracy i utożsamiają sukces organizacji z własnym” (s. 180). W tworzonym „modelu kariery” właściwie nie ma miejsca na postrzeganie pracy jedynie w kategoriach źródła utrzymania, stabilizacji finansowej. Korzyści płynące z pracy to przede wszystkim możliwość rozwoju (s. 182).

Warto dodać, że Autorka podejmując się próby rekonstrukcji obrazu współczesnej pracy umysłowej wnioskując z narracji pracodawców na podstawie analizy zgromadzonego materiału badawczego dochodzi do wniosku o „narzucaniu jednego, dominującego modelu myślenia o pracy” (s. 181). Pożądany pracownik jawi się jako „pracownik – przedsiębiorca” (s.187), „samoregulujący się podmiot, który ma nieustannie zarządzać własnym kapitałem, inwestować w siebie i optymalizować swoją wartość rynkową” (s. 188). „Pracownik ma być zaangażowany, produktywny, odpowiedzialny, samodzielny, umieć współpracować, dzielić się wiedzą, być pełen pasji, a nade wszystko – nieustannie zorientowany na rozwój. Środowisko pracy jest niezmiennie opisywane jako dynamiczne i pełne wyzwań, a zarazem wspierające, oparte na współpracy i *wyjątkowej* kulturze, która ma stymulować rozwój, kreatywność i wymianę wiedzy (...) „Z jednej strony mowa jest o *work-life balance* i dobrostanie, z drugiej zaś wymaga się totalnego zaangażowania, pasji i niekończącego się rozwoju, które w swej istocie przekraczają granice kontraktowego czasu pracy i wymiany ekonomicznej” (s. 182-183).

Jak zauważa mgr Zuzanna Gałuszka „dyskurs, który na poziomie deklaracji celebrytuje indywidualizm, otwartość i elastyczność, w rzeczywistości formatuje zarówno jednostki, jak i same organizacje do jednego wzorca. W ten sposób dokonuje się proces głębokiej standaryzacji, w ramach której jednostka ma być sobą, ale pod warunkiem, że to *ja* idealnie wpisuje się w predefiniowany model służący zwiększaniu produktywności i wartości” (s. 182), „firmy, konstruując takie przekazy, nieświadomie lub świadomie komunikują,

że oczekują od pracowników nie tylko profesjonalizmu i rzetelnego wykonywania zadań, ale także głębokiego, osobistego *poświęcania się pracy*” (s. 189).

Rozważania zawarte w pracy oraz przyjęty sposób narracji utwierdzają w przekonaniu, że mgr Zuzanna Gałuszka ma bardzo dobre rozpoznanie w literaturze przedmiotu, trafnie dobiera i analizuje źródła, odważnie formułuje wnioski.

Niewątpliwym atutem pracy jest interesujące omówienie poruszanej aktualnej problematyki, ale także sprawne łączenie różnorodnych płaszczyzn i wątków rozważań.

Na dobrą ocenę zasługuje podsumowanie wyników analiz i sformułowanie płynących z nich wniosków, próba diagnozy, wskazanie dalszych dylematów badawczych, ale i podjęcie prób prognoz.

### **Wniosek końcowy**

Oceniając rozprawę doktorską mgr Zuzanny Gałuszki zatytułowaną „Współczesny obraz pracy umysłowej w narracjach pracodawców. Krytyczna analiza ofert pracy i tekstów wizerunkowych organizacji” należy podkreślić, że jest ona poprawna pod względem formalnym, merytorycznym i metodologicznym.

Praca ta stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego i wzbogaca dotychczasowy dorobek nauk o komunikacji społecznej i mediach szczególnie o ustalenia i oryginalne wnioski wynikające z pogłębionych rozważań i analiz nad dostrzegalnym dyskursem współczesnego obrazu pracy umysłowej w przekazach pracodawców.

Mgr Zuzanna Gałuszka wykazała się umiejętnością prowadzenia pracy naukowej, trafnie formułując problem badawczy i doprowadzając do jego rozwiązania, podejmując przy tym udaną próbę sformułowania prognoz i rekomendacji.

Konkludując, przedłożoną do recenzji dysertację oceniam **pozytywnie**, to praca doktorska, która **spełnia wymogi** określone w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2024 r. poz. 1571 z późn. zm.).

Wnioskuje o dopuszczenie mgr Zuzanny Marii Gałuszki do dalszych etapów postępowania w przewodzie doktorskim.

*Małgorzata Bańka-Szanińska*

Lublin, 30 grudnia 2025 r.