

## RECENZJA PRACY HABILITACYJNEJ

<b>HABILITANT</b>	Mgr. Slavka Pitoňáková, PhD.
<b>WYDZIAŁ</b>	Fakulta masmédií PEVŠ
<b>DYSCYPLINA</b>	masmediálne štúdiá
<b>TEMAT</b>	<i>Metamorfózy prezentácie kultúrneho dedičstva v mediálnom priestore</i>
<b>OBJĘTOŚĆ PRACY</b>	170 strona liczbowanych, w tym 146 stron tekstu (z uwzględnieniem bibliografii) oraz 24 strony aneksu
<b>RECENZENT</b>	prof. UPJPII dr hab. Krzysztof Gajdka, MBA Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie Wydział Nauk Społecznych Kierownik Katedry Komunikacji Marketingowej

Przedkładana do recenzji praca habilitacja jest przykładem rzetelnej naukowej roboty. **Rozprawa nie jest może zbyt obszerna** (co z pewnością stanowi jej słabą stronę), ale porusza wiele zagadnień wyjątkowo aktualnych, Autorka zaś stara się wypełnić lukę, wprowadzając zaktualizowaną terminologię, proponując nowe modele tak teoretyczne, jak i związane z kształceniem przyszłych specjalistów ds. promocji dziedzictwa kulturowego, oraz postulując konkretne działania, które wymiennie mogą przelożyć się na profesjonalizację przedsięwzięć związanych z promocją dziedzictwa kulturowego (w tym te z silnym zaangażowaniem środowiska dziennikarskiego).

Słowa pochwały należą się Autorce za doskonałe **rozeznanie w literaturze przedmiotu** oraz prezentację stanu badań nad

poruszaną problematyką. Ważne, że Autorka sięga również do pozycji najnowszych i stara się znaleźć kwestie, które warto, a może nawet należy podjąć właśnie teraz, a które dotyczą nade wszystko realiów słowackich. W części teoretycznej, stanowiącej kontekst dla dalszych rozważań, na szczególną uwagę zasługują zestawienie definicji kultury i dziedzictwa kulturowego (za krajową i światową literaturą przedmiotu) oraz świetnie rozeznanie w tematyce transformacji mediów, ze szczególnym uwzględnieniem roli, rangi i znaczenia nowych mediów. Co ciekawe, w trakcie rozważań teoretycznych (np. na temat reklamy wykorzystującej dziedzictwo kulturowe), Autorka posiłkuje się ciekawymi studiami przypadków (np. COOP Jednota), co czyni teorię (w tym liczne definicje) bardziej przyswajalną. Kolejny ciekawy passus pracy dotyczy postrzegania dziedzictwa kulturowego jako części *heritage media products*, inny – *gatekeepingu* dziedzictwa kulturowego (z autorskim modelem dwustopniowego *gatekeepingu* dziedzictwa kulturowego). Zwracają też uwagę koncepcja *product cultural heritage placement* oraz szerzej omówiony na podstawie wyników przeprowadzonego badania postulat kształcenia (w zmodyfikowanej formie) profesjonalistów w dziedzinie promocji dziedzictwa kulturowego. Koniecznie należy wśród silnych stron pracy wskazać na zaproponowane przez Autorkę **modele teoretyczne** (ocena produktów medialnych, prezentacja nowych pojęć, model dwustopniowej komunikacji dziedzictwa kulturowego).

Nie wnoszę zastrzeżeń do zaproponowanych przez Autorkę **metod badawczych**, z uznaniem pragnę zauważyć, że zaanonsowała je w stosownym miejscu pracy (ze wskazaniem proporcji) i właściwie umotywowowała. Autorka zastosowała więc studia przypadków, poszerzone wywiady bezpośrednie, badanie kwestionariuszowe, analizę zawartości (mediów), kwerendy literaturowe. Wykorzystując te właśnie metody, Autorka pragnęła udzielić (skutecznie!) odpowiedzi na podstawowe w jej pracy **pytanie badawcze**: czy dziedzictwo kulturowe w przestrzeni słowackich mediów jest prezentowane w sposób wystarczający, w jakich produktach medialnych i w jaki sposób jest prezentowane, jakie kroki należy w obecnej sytuacji podjąć, aby sytuacja w obszarze medialnej prezentacji dziedzictwa kulturowego się polepszyła?

**Struktura pracy** nie budzi moich zastrzeżeń, układ jest czytelny i logiczny, a segmentacja materiału (z podziałem na część teoretyczną / kontekstową i empiryczną wyrazista i konsekwentna. Zamieszczenie w aneksie kwestionariuszy ankietowych oraz transkrypcji wywiadów bezpośrednich uważam za słuszne i celowe.

Formułując **cel pracy**, Autorka zaakcentowała szczególnie potrzebę wypełnienia luki w dotychczasowych badaniach poprzez „propozycję bardziej kompleksowego obrazu prezentacji dziedzictwa kulturowego w wybranych treściach medialnych poszczególnych mediów słowackich, identyfikację aktualnego stanu i możliwości w przedmiotowej sferze, zaproponowanie możliwych rozwiązań oraz modeli teoretycznych mających na celu prezentację tematu dziedzictwa kulturowego w mediach”. Cel ten został – w moim odczuciu – przez Autorkę w pełni osiągnięty. Podobnie ma się rzecz w odniesieniu do **celów cząstkowych**, wśród których szczególną uwagę pragnę zwrócić na następujące trzy: zbadać zainteresowanie wybranych grup studentów szkół wyższych przedmiotową problematyką (tu jednak pozostaje pewien niedosyt, że badanie przeprowadzono na około 90-osobowej grupie studentów dwóch zaledwie kierunków, jego skala i reprezentatywność są więc raczej na poziomie pracy magisterskiej); przeprowadzić rozmowy z wybranymi przedstawicielami ze sfery mediów oraz materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego. Na uznanie zasługują tak przeprowadzone rozmowy, jak i ustalenia (w tym skonsultowanie autorskich propozycji nowych działań) z osobami decyzyjnymi i wysoko postawionymi w swoich środowiskach (dyrektor regionalnego muzeum, szef centralnego urzędu ochrony zabytków, lider słowackiego syndykatu dziennikarskiego). Wśród wspomnianych wyżej celów cząstkowych pojawia się także zapowiedź konkretnego działania, mającego na celu stworzenie platformy skupiającej wybranych słowackich dziennikarzy życzliwie nastawionych do problematyki promocji dziedzictwa kulturowego. Biorąc pod uwagę, że pierwsze działania obliczone na realację tego celu zostały już poczynione i skonsultowane z czynnikami decyzyjnymi, można mówić o pełnym sukcesie.

**Praca jest napisana poprawnym językiem** (tego dobrego wrażenie nie psują nieliczne w skali całości błędy literowe i interpunkcyjne), Autorka umiejętnie stosuje naukową narrację z

elementami narracji publicystycznej (przy czym lektura pracy nie nuży), na uznanie zasługuje prezentacja wyników badań (wykresy, tabele) oraz formatowanie pracy. Dużym plusem pracy są liczne i uzasadnione studia przypadków.

**Praca jest aktualna, oryginalna i niszowa, mocno interdyscyplinarna.** Wyróżnić należy doskonałą orientację Autorki nie tylko w problematyce dziedzictwa kulturowego, ale także przemian zachodzących w świecie mediów i komunikacji marketingowej (w tym nowych kanałów komunikacyjnych), z pewnością można powiedzieć, że jest erudycyjna. Praca stanowi efekt wieloletnich badań i poszukiwań Autorki (współgra z Jej dotychczasową twórczością naukową i popularyzatorską oraz zainteresowaniami pozanaukowymi). Rozprawa zostanie z pewnością zauważona tak przez środowiska naukowe wielu dyscyplin i doczeka się licznych cytowań, jak też przez wszystkich (od instytucji po pasjonatów, w tym regionalistów) zainteresowanych tematyką dziedzictwa kulturowego i jego promocji z uwzględnieniem najnowszych trendów komunikacyjnych. Dojrzałe wnioski, które prezentuje Autorka, sprawność retoryczna w naukowym wywodzie oraz zaprezentowane postulaty badawcze pozwalają całość ocenić pozytywnie. Z całą pewnością zauważone zostaną też zaprezentowane przez Autorkę modele teoretyczne oraz propozycje (w tym ta skierowana do środowiska dziennikarskiego), jeśli praca ukaże się w wersji drukowanej, z całą pewnością zostanie wykorzystana w dydaktyce uniwersyteckiej, a po niewielkim przepracowaniu całości (nieco inna segmentacja materiału, większa ilość studiów przypadków, pytania problemowe) może stać się również podręcznikiem akademickim

### **Stanowisko recenzenta**

Pomimo zaprezentowanych powyżej nielicznych uwag, wnioskuję o przyjęcie i dopuszczenie do obrony pracy habilitacyjnej doktor Slavki Pitoňákovej pt.

*Metamorfózy prezentácie kultúrneho dedičstva v mediálnom priestore,*

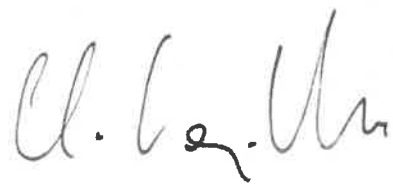
a po pomyślniej obronie

**udzielenie**

naukowo-pedagogicznego tytułu „docent“  
w dyscyplinie *masmediálne štúdiá*.

Kraków 2023-01-30

**prof. UPJPII dr hab. Krzysztof Gajdka, MBA**

Handwritten signature of Krzysztof Gajdka in black ink.