



Prof. dr hab. Anna Wójcik-Karpacz
*Instytut Zarządzania
Wydział Prawa i Nauk Społecznych
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach*

Kielce, 11.06.2023 r.

OCENA

osiągnięcia naukowego dr Adriany Paliwody-Matiolańskiej oraz aktywności naukowej realizowanej w więcej niż jednej uczelni lub instytucji naukowej, w szczególności zagranicznej

I. Podstawa formalna sporządzenia recenzji

Podstawą formalną niniejszej recenzji jest pismo prof. dra hab. Pawła Luli Prorektora ds. Nauki Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie informujące mnie, że Rada Dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w dniu 23 marca 2023 roku powołała mnie w skład Komisji habilitacyjnej dr Adriany Paliwody-Matiolańskiej, powierzając funkcje recenzenta. Postępowanie habilitacyjne zostało wszczęte w dniu 20 grudnia 2022 r. w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości.

Recenzja zawierająca ocenę osiągnięć naukowych dr Adriany Paliwody-Matiolańskiej została przygotowana zgodnie z art. 219 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2022 r. poz. 574 z późn. zm.). Recenzja została wykonana na podstawie dokumentacji przesłanej pocztą tradycyjną przez Prorektora ds. Nauki – prof. dra hab. Pawła Lulę oraz online przez sekretarza ww. Komisji dra hab. Mariusza Łapczyńskiego, prof. UEK [oświadczenia dwóch pozostałych współautorów wskazujące na ich merytoryczny (a nie procentowy) wkład w powstanie trzech prac].

II. Podstawowe informacje o Habilitantce

Zawarte w autoreferacie informacje wskazują, że Habilitantka związana jest z Katedrą Handlu i Instytucji Rynkowych od 2007 roku, kiedy to rozpoczęła pracę na stanowisku asystenta. Rok później została zatrudniona na stanowisku adiunkta, na którym pozostaje do chwili obecnej.

W roku 2007 uzyskała stopień doktora nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu nadany uchwałą Rady Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie z dnia 12 lipca 2007 r. na podstawie rozprawy doktorskiej pt. „Odpowiedzialność

społeczna w kształtowaniu rozwoju przedsiębiorstwa” oraz po złożeniu wymaganych egzaminów. Promotorem w przewodzie doktorskim była dr hab. Halina Piekarz, prof. AE. Recenzentami w przewodzie doktorskim byli prof. dr hab. Małgorzata Czerska i dr hab. Stanisław Chomątkowski, prof. AE.

W świetle tych informacji popartych kserokopią dyplomu potwierdzającego posiadanie stopnia naukowego doktora mogę stwierdzić, że dr A. Paliwoda-Matiolańska spełnia warunek określony w art. 219 ust. 1 pkt 1 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce dotyczący posiadania stopnia doktora.

W latach 1999 – 2008 Habilitantka pracowała także w Wyższej Szkole Biznesu – National - Louis – University w Nowym Sączu początkowo na stanowisku asystenta a po uzyskaniu stopnia naukowego doktora na stanowisku adiunkta.

III. Ocena osiągnięcia naukowego zgodnie z art. 219 ust. 1 pkt 2a Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce

Jako osiągnięcie naukowe w postępowaniu habilitacyjnym zgodnie z zapisami art. 219 ust. 1 pkt 2a Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce dr A. Paliwoda-Matiolańska wskazała autorską monografię pt. *„Decorum. Instytucjonalizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach branży paliwowo-energetycznej – perspektywa komunikacyjna”*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2022, która wypełnia wymóg ustawy. Jest to monografia wydana przez wydawnictwo, które w roku opublikowania monografii w ostatecznej formie było ujęte w wykazie sporządzonym zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 267 kryteria ewaluacji jakości działalności naukowej ust. 2 pkt 2 lit. a. Recenzję wydawniczą ww. monografii sporządziły: dr hab. Maria Nowina-Konopka, prof. UJ i dr hab. Natalia Potoczek, prof. Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN.

Zgodnie z definicją zawartą w § 10 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie ewaluacji jakości działalności naukowej (Dz.U. 2019 poz. 392) monografia naukowa jest to recenzowana publikacja książkowa, przedstawiająca określone zagadnienie naukowe w sposób oryginalny i twórczy, opatrzona przypisami, bibliografią lub innym właściwym dla danej dyscypliny naukowej aparatem naukowym.

Opracowana przeze mnie recenzja monografii pt. „*Decorum. (...)*” jest skierowana na określenie wartości wniesionego przez Habilitantkę wkładu w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

Tytuł precyzyjnie oddaje zawartość książki. Ustalenia badawcze odnoszą się do tytułowego *decorum* – Habilitantka wyjaśnia, że komunikacja przedsiębiorstw nie powinna koncentrować się tylko na *decorum* - środowiskowo i społecznie zaangażowanym symbolizmie komunikacji organizacyjnej, lecz ma odzwierciedlać realną, strategiczną transformację sektora paliwowo-energetycznego i przedsiębiorstw, które go tworzą. Podtytuł także uważam za trafny, bo objaśnia i dookreśla tytuł. Praca ta bada bowiem jak wykorzystują komunikację organizacyjną (biznesową) związaną ze zrównoważonym rozwojem konkretne firmy w mediach społecznościowych.

Dobór tematyki oceniam pozytywnie. Problematyka instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w perspektywie komunikacji organizacyjnej jest jednym z obszarów rozwijających się badań. Zagadnienia te należy uznać za aktualne i ważne poznawczo, jak również istotne praktycznie mając na uwadze wyzwania przed którymi stoją przedsiębiorstwa w kontekście kolejnych etapów instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju i zmian w poziomie tolerancji rozwarstwienia pomiędzy deklarowanymi a rzeczywistymi działaniami przedsiębiorstw z sektora paliwowo-energetycznego przez interesariuszy. Dzięki temu, że media społecznościowe oferują nowe możliwości dialogu i połączenia z interesariuszami (komunikacja cyfrowa) pojawiły się również nowe obszary do eksploracji. Z drugiej strony, media społecznościowe, w szczególności w oparciu o dane z serwisu Twitter, dają nową możliwość eksploracji wymiaru językowego w komunikacji korporacyjnej. Przy tym, nowoczesne narzędzia analizy danych tekstowych (text minig) pozwalają wybrać, które znaczenie słowa jest zamierzone poprzez analizę kontekstu w jakim to słowo występuje. Na tym tle kwestie językowego wykorzystania mediów cyfrowych w badaniach dyskursu korporacyjnego uważam za istotne.

Stąd sędzę, że obrana tematyka mogła doprowadzić do opracowania monografii pogłębiającej obecny stan wiedzy i przyczyniającej się do rozwoju dyscypliny. Niestety lektura tej książki wskazuje, że ten potencjał nie został w pełni przez Autorkę wykorzystany, o czym piszę w dalszej części recenzji.

Rozprawa składa się z trzech rozdziałów poprzedzonych wstępem i podsumowanych w zakończeniu, wykazu literatury, spisu tabel, spisu rysunków, streszczenia w języku angielskim, wykazu prac wydanych przez UE w Krakowie w serii specjalnej Zeszytów Naukowych: Monografie. Monografia liczy 241 stron, w tym 197 stron tekstu zasadniczego. Każdy z trzech rozdziałów składa się z kilku podrozdziałów, a niektóre z nich z bardziej szczegółowych wyodrębnionych w ich ramach punktów.

Choć struktura książki wydaje się poprawna, bo Autorka przyjmuje układ monografii teoria-empiria i w zasadzie części teoretyczne są spójne z przeprowadzonym procesem badawczym, to jednak jej obecny układ nie pozwolił na przykład na wykorzystanie argumentów ujętych w rozdziale pierwszym i drugim do jasnego wyłonienia i sprecyzowania luki badawczej (luka badawcza - s. 163), którą Autorka osadziła w znacznym oddaleniu od treści prezentowanych w tych rozdziałach. Przy tym, cel ogólny pracy/cele szczegółowe pracy (s. 14-15) podane są we wstępie. Brakuje metodyki studium przypadku. Co ważne, w monografii brakuje części dedykowanej naukowej dyskusji, która pokazywałaby znaczenie ustaleń badawczych poprzez umieszczenie ich w kontekście porównawczym. Brakuje implikacji, określenia ograniczeń i kierunków dalszych badań.

W uzupełnieniu dodam, że część teoretyczna pracy składa się z dwóch rozdziałów pierwszego i drugiego oraz z niektórych części wchodzących w skład rozdziału trzeciego (tj.: p. 3.1; 3.2; 3.3; 3.4.1; 3.4.2), część metodyczna ujęta jest w rozdziale trzecim (p. 3.4.2) w którym omówione są także rezultaty badań empirycznych (p. 3.2.2.; 3.4.4.; 3.4.5.; 3.4.6; 3.4.7). Praca byłaby czytelniejsza w odbiorze, gdyby poszczególne punkty kończyły się podsumowaniami przedstawiającymi syntetyczny ogólny ogląd prezentowanych w nich kwestii.

Odnosząc się do zawartości poszczególnych rozdziałów w moim przekonaniu podrozdziały zatytułowane „*Uwagi ogólne*” powinny być opatrzone tytułami odpowiednimi do treści jakie one zawierają. Tytuły tych podrozdziałów powinny być konkretne i jak najdokładniej informować o treści danego podrozdziału, aktualnie ten wymóg nie jest spełniony. Czytelnik nie wie, co Autorka miała na myśli opatrując trzy podrozdziały tytułami „*Uwagi ogólne*”. Ich lektura wskazuje, że treści ujęte we wszystkich podrozdziałach pt. „*Uwagi ogólne*” raz mają charakter ogólnego wprowadzenia tylko do wybranych kolejnych sekcji w danym rozdziale, innym razem są niczym innym jak streszczeniem wybranych kwestii. Przy tym, jednym kwestiom Autorka poświęca więcej uwagi innym mniej a niektóre są pominięte.

W moim przekonaniu rola tych podrozdziałów jest niejasna, ich struktura nie jest spójna, różne jest ich powiązanie z kolejnymi częściami pracy w poszczególnych rozdziałach, których miały stanowić integralną część. Kolejne uwagi co do układu książki i zawartości niektórych jej części przedstawię bardziej szczegółowo w dalszej części recenzji.

We wstępie do książki Autorka uzasadnia podjęcie tematu instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w środowisku gospodarczym, wskazuje na możliwości scharakteryzowania instytucjonalizacji idei zrównoważonego rozwoju z wykorzystaniem instrumentarium teorii instytucjonalnej, podaje założenia i przedstawia autorskie wyrażenie „systemy zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwem” i jego definicję. Osobiście nie widzę potrzeby tworzenia takiego wyrażenia, jak i jego definicji (s. 11). Uważam, że ten konstrukt, jak i jego definicja pojęciowa są błędne. Autorka nawet nie podała argumentów, dlaczego odrzuca istniejące terminy i ich definicje, a po drugie, nawet nie bada zintegrowanych systemów zarządzania w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju w sektorze paliwowo-energetycznym.

Natomiast wybór branży i najważniejszych firm z sektora energetycznego oraz ich konta na Twitterze oraz czas prowadzenia badań są odpowiednie. Według mnie właściwy jest wybór perspektywy komunikacji organizacyjnej w rozpoznawaniu działań związanych z wdrażaniem idei zrównoważonego rozwoju w oparciu o dane z serwisu Twitter. Ponieważ tak jak w konwencjonalnej analizie danych, tak i w tej wykorzystującej zaawansowane technologie nadal celem jest wydobycie znaczenia z surowych i dostępnych dla badacza i/lub firmy materiałów pisanych (w tych badaniach są to *tweety*), a następnie wykorzystanie ich w przypadku badacza do realizacji celów pracy badawczej, a w przypadku firmy np. do badania opinii interesariuszy na temat działań prospołecznych i proekologicznych firm, a następnie ich wykorzystania czy to do zarządzania wizerunkiem firmy, czy do usprawnienia procesów biznesowych, czy do udoskonalenia oferowanych produktów i usług. Zatem Twitter daje dostęp do materiałów tekstowych, które wcześniej nie były dostępne do analiz, a *text mining* pomaga w uzyskiwaniu potrzebnych informacji z nieustrukturyzowanych danych.

Ustaliłam, że brakuje określenia wprost głównego problemu badawczego. Autorka podaje tylko cel pracy, którym jest „*opis i charakterystyka procesów instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju z perspektywy komunikacyjnej na przykładzie branży paliwowo-energetycznej.*” (s. 14). W tym miejscu mam wątpliwości co do sformułowanego

celu ogólnego pracy. Ponieważ w moim przekonaniu badane są, ale tylko wzorce/tendencje w modelach komunikacji na Twitterze stosowane przez konkretne firmy z sektora energetycznego a nie procesy.

Na tym tle ważne jest to, że Autorka dostrzega powiązanie instytucjonalizacji i komunikacji organizacyjnej. Choć nie do końca poprawnie to wyraża „w *monografii instytucjonalizacja rozumiana jest jako proces zachodzący w ramach komunikacji organizacyjnej i poprzez tę komunikację*”. Po pierwsze, istota tego procesu nie została wcale określona. Po drugie, w literaturze istnieją już definicje instytucjonalizacji. Po trzecie, akcent powinien być położony tylko na wykorzystanie komunikacji organizacyjnej (biznesowej) w instytucjonalizacji idei zrównoważonego rozwoju.

W kolejnym kroku Autorka jak twierdzi „zoperacjonalizowała” cel ogólny na cztery cele szczegółowe wyrażone pytaniami. (s. 14-15). Z tym jednak, że tylko w autoreferacie cel ostatni (czwarty z kolei) dodatkowo został jeszcze rozwinięty w formie dwóch celów szczegółowych (autoreferat, s. 8 – 9). Przy tym, Autorka nie podaje żadnych informacji czy to są pytania badawcze czy nie.

Wstęp zawiera również opisy trzech rozdziałów. Przy tym, jedne kwestie są przedstawione szczegółowo, inne zaś ogólnie lub są pominięte. Moim zdaniem we wstępie brakuje kompleksowego przedstawienia treści książki w graficznej formie procesu badawczego.

Rozdział pierwszy pt. „*Zrównoważony rozwój jako integralny element współczesnego dyskursu społeczno-gospodarczego*” ma charakter podręcznikowy. Przy tym, narracja jest uciążliwa, co powoduje zamieszanie wokół argumentów zbudowanych na podstawie źródeł z różnych odległych czasem okresów, a przez Autorkę bywa, że traktowanych jako „obecnie” (np. s. 26), co w monografii naukowej nie powinno mieć miejsca, bowiem rzutuje to na błędne określenie dotychczasowego stanu wiedzy. Poza tym, ten rozdział jest przepełniony mnogością pojęć, teorii i terminów. Moim zdaniem prezentowane tu treści zbyt daleko odbiegają od zasadniczego tytułowego decorum i postawionej hipotezy badawczej. Treści te nie znajdują swojej kontynuacji w części empirycznej, m.in. nie są wykorzystane w podsumowaniu i wnioskach z badań empirycznych.

Rozdział drugi pt. *Zrównoważony rozwój z perspektywy teorii instytucjonalnej i komunikacji organizacyjnej*” Autorka zaczyna od przedstawienia tła ekologicznego i

społecznego wymiaru działania organizacji gospodarczych, wprowadzając takie pojęcia jak teoria instytucjonalna, zmiana instytucjonalna, legitymizacja społeczna czy izomorfizm organizacyjny. W podrozdziale 2.2. pt. „*Teoria instytucjonalna jako orientacja badawcza współczesnych organizacji gospodarczych*” moją główną wątpliwość budzą ustalenia literaturowe poczynione na bazie opracowań z drugiej połowy XX w. i początku XXI w., co oznacza, że literatura nie jest szczególnie bogata w odniesieniu do najnowszych osiągnięć w badanym obszarze. Tym samym bywa, że ustalenia innych badaczy z początku XXI w. Autorka traktuje jako „nowe badania” (s. 86). Moja uwaga dotycząca doboru źródeł w ww. aspekcie odnosi się do całej części teoretycznej. Pomimo wskazanych zastrzeżeń, w przypadku tej sekcji dodam, że Autorka dość jasno zarysowuje możliwości komunikacyjnego wymiaru analizy instytucjonalnej. To podejście stanowi podstawę teoretyczną przyjętą w pracy badawczej i było pomocne przy analizie i interpretacji wyników badań i sformułowanych wnioskach. Podejście komunikacji organizacyjnej i założenia teorii instytucjonalnej tworzące ramy teoretyczne studiów empirycznych zostały zrozumiale zaprezentowane, w tym takie kwestie jak pojmowanie instytucji, instytucjonalizacji, problem legitymizacji społecznej, rozwarstwienia, mitów instytucjonalnych i izomorfizmu. Zagadnienia te pozwalają na poznanie i zrozumienie instytucjonalizacji idei zrównoważonego rozwoju w organizacjach gospodarczych.

W podrozdziale 2.3 pt. „*Komunikacyjny wymiar instytucji i procesów instytucjonalizacji*” studia literatury pozwoliły na przedstawienie definicji i istoty komunikacji w perspektywie jednostek, grup i instytucji, w tym komunikowania na poziomie instytucjonalnym z otoczeniem zewnętrznym. Ta ostatnia kwestia jest bezpośrednio powiązana z podejmowanym tematem (s. 94-95) i mogłaby być znacznie bardziej rozwinięta. Dalej zasygnalizowano: kwestie będące obiektem zainteresowań badawczych względem komunikacji organizacyjnej w perspektywie instytucjonalnej, powiązania między komunikacją organizacyjną a logiką instytucjonalną (s. 94) oraz dyskursywne podejście w teorii instytucjonalnej. Na uwagę zasługuje włączenie w rozważania podejścia instytucjonalizmu komunikacyjnego (s. 95) dlatego, że te badania odnoszą się do instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach operujących w sektorze paliwowo-energetycznym w kontekście ich komunikowania się z otoczeniem zewnętrznym. Szkoda, że studia literatury w powyższym zakresie nie obejmowały znacznie bardziej aktualnych publikacji niż te na których ujawnione zostały luki poznawcze (tj. J.C. Lamers, 2003/s. 94, 95;

J.C. Lamers i J.B. Barbour, 2006/s. 95 – ustalenia tych autorów przytaczane są także na kolejnych stronach). Należy bowiem brać pod uwagę aktualny stan i kierunki badań, a tego w tym miejscu brakuje zarówno z perspektywy czasu realizacji badań, jak i opublikowania wyników tych badań. Stąd kwestie te wymagały uzupełnienia, bo w aktualnej ich postaci nie dają pełnego obrazu badań, pomijają badania realizowane w międzyczasie.

Z kolei wyjaśnienie umiejscowienia komunikacji w centrum teorii i analizy instytucjonalnej jest właściwe (s. 95), gdyż uwzględnia znaczenie analizy retoryki i dyskursu w badaniu procesów instytucjonalizacji. Pokazuje, że skoncentrowanie studiów na retoryce pozwala badaczom porównywać elementy składowe instytucji z działaniami dyskursywnymi przedsiębiorstw, przypomina, że w procesach komunikacji organizacji biznesowych przekazywane są zasady postępowania, normy i wytyczne wynikające z filozofii tych organizacji, podkreśla, że komunikacja marketingowa, w tym PR przedsiębiorstw jest odzwierciedleniem tych instytucjonalnych założeń, odsłania rolę komunikacji w konstytuowaniu przedsiębiorstw i ich przekształcaniu (s. 98, 103), pokazuje komunikację jako narzędzie kształtowania i monitorowania narracji nt. przedsiębiorstw, opisuje możliwość wykorzystania komunikacji w celu projekcji obrazu legitymizacji społecznej (s. 100, 103). W tej części jasno przedstawione jest także zjawisko izomorfizmu (s. 104-105) pod kątem wdrażania idei zrównoważonego rozwoju, następstwa presji społecznej i instytucjonalnej na charakter dyskursu kreowanego przez organizacje biznesowe a faktycznie realizowane działania w ww. zakresie, co ściśle koresponduje z podejmowanymi badaniami. Habilitantka trafnie podsumowuje powyższe rozważania twierdząc, że „(...) *ważny jest nie tylko sposób komunikowania, ale też charakter i forma interpretacji koncepcji zrównoważonego rozwoju i zrównoważonych systemów zarządzania oraz ocena współzależności oraz spójności sfery operacyjnej ze sferą symboliczną.*” (s. 107). Szkoda, że studia te nie obejmowały aktualniejszej literatury niż ta wykorzystana w pracy, co niewątpliwie uszczupliło przegląd ustaleń literaturowych i sugerowanych kierunków badań przed podjęciem tych badań empirycznych. Czasem nawet, nie ma żadnego odwołania do sformułowanych stwierdzeń, np. „*W ostatnich latach można zaobserwować wzrost symboliki zaangażowania społecznego i środowiskowego.* (...)” (s. 106-107).

W podrozdziale 2.4 pt. „*Standardowy i symboliczny wymiar zrównoważonych systemów zarządzania przedsiębiorstwem*” na uwagę zasługują kwestie dyfuzji standardów w

organizacjach w szczególności jako konsekwencji instytucjonalnego izomorfizmu. Pokazana jest rola i przejawy dyfuzji standardów w kontekście instytucjonalizacji zrównoważonego zarządzania w organizacjach. Ciekawie jest zaakcentowana wszechobecność standardów i standaryzacji we współczesnym świecie. Sprzyja temu wielowymiarowy opis powiązań zrównoważonego rozwoju z aspektami ekonomicznymi, technicznymi, społecznymi i prawnymi w odniesieniu do organizacji biznesowych. Habilitantka przedstawia hipokryzję i rozwarstwienie jako skutki instytucjonalnych zmian będących efektem różnorodnych nacisków na przedsiębiorstwa by te demonstrowały odpowiedzialność wobec przyrody i społeczeństwa. W świetle podejmowanego tematu również przegląd konceptualizacji pojęcia *decorum* jest zasadny. Dość szczegółowo opisane jest symboliczne i standardowe podejście przedsiębiorstw do ich odpowiedzialności oraz zaangażowanie w rozwiązywanie problemów społecznych i ekologicznych. Jednakże studia literatury zasadniczo nie obejmowały publikacji najaktualniejszych.

Odnosząc się do zawartości rozdziału trzeciego pt. „*Institucjonalizacja zrównoważonego rozwoju w branży paliwowo-energetycznej*” w moim przekonaniu wybrane kwestie ujęte w podrozdziale 3.1. „*Uwagi ogólne*” mogłyby być bez szkody dla przejrzystości pracy dołączone do odpowiednich treści kolejnych podrozdziałów tworzących ww. rozdział. Pewne fragmenty tekstu w tym podrozdziale są wprowadzeniem do podjętej problematyki, inne zaś streszczeniem zawartości tylko wybranych podrozdziałów/podpunktów. W odniesieniu do jednych badań (studium przypadku) są podane syntetyczne wnioski a w odniesieniu do drugich badań z 2016 r. takich informacji Habilitantka nie podała (s. 130-131). Ponadto przedstawione zostały kwestie związane ze wskazaniem kierownika i pozostałych członków zespołu biorących udział w projekcie badawczym, według mnie skład zespołu powinien być ujęty w p. 3.4.3, kierując się aktualną strukturą pracy. W tym podrozdziale prezentowane są kwestie o podobnym poziomie ogólności i tematyce co w szczególności na początkowych stronach kolejnego p. 3.2., natomiast odnotowuję słabe powiązanie p. 3.1. z kolejnymi (p. 3.3.; p. 3.4.). Stąd moje wątpliwości budzi rola tego podrozdziału jaką ma on pełnić w rozdziale trzecim.

Struktura podrozdziału 3.2. jest poprawna, bo zgodna z zasadą przechodzenia od problemów bardziej ogólnych do bardziej szczegółowych. Punktem wyjścia rozważań w p. 3.2.1. jest charakterystyka społecznego, kolejno ekologicznego i etycznego wymiaru funkcjonowania branży paliwowo-energetycznej. W mojej ocenie ciekawe fragmenty tego

podrozdziału odnoszą się do rezultatów przeglądu literatury w zakresie zarzutów kierowanych pod adresem branży paliwowo-energetycznej. Z kolei w p. 3.2.2. ujęte są wyniki prezentowanych dociekań naukowych, które dają możliwości wykorzystania tego konkretnego przypadku do rozpoznania występowania rozwarstwienia pomiędzy zadeklarowanymi i dobrowolnie przyjętymi zobowiązaniami a realizowaną faktycznie aktywnością, jak i do pokazania problemu wywierania dużego nacisku na komunikację organizacyjną w procesach instytucjonalizacji idei zrównoważonego rozwoju. Szkoda jednak, że takich analiz i interpretacji oraz wniosków Autorka nie przedstawiła w dedykowanej temu części pracy, a co uczyniła, ale w odniesieniu do badań eksploracyjnych tekstu w p. 3.4.7.

Co ważne, Autorka poprawnie rozpoznała przypadek ze względu na określony cel, usytuowany w określonym czasie i miejscu, z uwzględnieniem jemu właściwego kontekstu. W uzupełnieniu dodam, że badania prowadzone były w miejscowości Żurawlow, gdzie na pobliskich obszarach dzierzawionych przez amerykańską firmę Chevron miały pierwsze próby eksploracji gazu łupkowego w Polsce przez tę firmę, a które spotkały się ze sprzeciwem i protestami lokalnej społeczności w latach 2011-2014.

Jak podaje Habilitantka, celem studium przypadku była *identyfikacja schematu postępowania transnarodowych korporacji z branży paliwowo-energetycznej w zakresie stosowania kontrowersyjnych technologii oraz form komunikacji z lokalnymi społecznościami* (autoreferat s. 9). W moim przekonaniu takiego schematu postępowania Habilitantka nie opracowała, ponieważ ani chronologia konfliktu pomiędzy firmą Chevron a mieszkańcami Żurwalowa (tab. 3.2/s. 146) ani opis kolejnych wydarzeń i działań podejmowanych przez strony tego nie zastępują (s. 141-148).

Dodam, że w autoreferacie Habilitantka przedstawia jeszcze dwa kolejne szczegółowe cele pracy (pytania 2 i 4, s. 8-9), które poprzez studium przypadku zakłada osiągnąć. Cele te Autorka wyraża dwoma pytaniami: (1) w jaki sposób organizacje gospodarcze integrują trzy wymiary zrównoważonego rozwoju: ekologiczny, społeczny i ekonomiczny w systemach zarządzania przedsiębiorstwem w ujęciu teorii instytucjonalnej; (2) jak procesy instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju przedstawione są w komunikacji organizacyjnej przedsiębiorstw branży paliwowo-energetycznej, w tym w szczególności w nowych mediach społecznościowych.

Niestety zdawkowe odpowiedzi na te pytania można odszukać w różnych częściach monografii (np. s.130-131, 139, 141), jeśli brałam pod uwagę tylko ww. studium przypadku. Dlatego uważam, że opis rozdziału trzeciego przedstawiony we wstępie książki jest mylący w części odnoszącej się do treści wskazujących, że „*Szczegółowy opis wniosków z tej części zawiera podrozdział pierwszy.*” Sądzę raczej, że chodzi o podrozdział podrozdziału 3.2.1. a nie podrozdział 3.2 „*Uwagi ogólne*”. Niestety nawet w p. 3.2.1., czyli w części poprzedzającej studium przypadku jest tylko wybiórcza konfrontacja materiału empirycznego związanego ze sporem między firmą Chevron a mieszkańcami Żurwałowa z literaturą, a na koniec tego podrozdziału znajduje się dość syntetyczne podsumowanie istniejącego stanu wiedzy w literaturze przedmiotu. Sama Autorka we wstępie monografii pisze „*(...) zgromadzony materiał i sformułowane na jego podstawie wnioski są konfrontowane w ramach pogłębionej analizy literatury przedmiotu.*” (s. 16). Dlatego w moim przekonaniu brakuje pogłębionego porównania, w wyodrębnionej części opracowania studium przypadku, wyjaśnień czy wzorców dostępnych w literaturze z uogólnieniami wynikającymi z analizy danych empirycznych. Sądzę bowiem, że zadaniem Habilitantki powinno być wyodrębnienie różnic po to, aby wyraźnie ukazała ona wkład tego studium przypadku w rozwój wiedzy, a w tej części tego zabrakło. Stąd też uważam, że w obecnej postaci jest to egzemplifikacja kwestii podejmowanych już w literaturze. Sądzę, że egzemplifikacja sama w sobie nie jest zamierzeniem odpowiednio ambitnym na osiągnięcie mające wnieść znaczny wkład do rozwoju dyscypliny.

Autorka nie określiła, czy jej zdaniem studium przypadku ma charakter eksploracyjny, deskryptywny czy eksplanacyjny. W dodatku słabą stroną tej części pracy jest brak wyraźnego akcentu na ograniczenia tego studium. W tym miejscu nasuwa się pytanie, dlaczego Habilitantka nie przedstawiła procedury prowadzenia tego konkretnego badania?

Tym bardziej, że analiza danych powinna być szczegółowo wyjaśniona. Istnieją rygorystyczne procedury jakościowej analizy danych, w tym dedykowane oprogramowanie. Autorka powinna wyjaśnić, w jaki sposób zastosowała te procedury. Wskazane ww. słabości tego studium zawężają wartość poznawczą wyników tego badania i obniżają jego rzetelność.

Czytelnik ma również trudności z ustaleniem m.in. rodzaju wykorzystanych technik gromadzenia i analizy danych. W tym względzie mogłam kierować się wyłącznie analizą tekstu wstępu ujętego monografii i p. 3.2.2. oraz informacjami podanymi w autoreferacie. Na ich podstawie ustaliłam, że Autorka wykorzystwała dwie metody badań a mianowicie wywiady,

które były metodą zbierania danych jakościowych podczas rozmów z aktywistami prowadzonymi przez Habilitantkę i jakościową technikę analizy dokumentów/źródeł (tj.: komunikaty i oficjalne publikowane dane przedsiębiorstwa, artykuły prasowe, dane organów administracyjnych, informacje w mediach społecznościowych), która polegała na analizie treści, opisie oraz interpretacji zjawisk, które się w nich znajdowały. Dodam, że ta druga metoda także nie jest określona wprost w monografii. Doceniam jednak to, że pozyskane informacje pozwoliły Autorce na opracowanie perspektywy dla konfrontacji ustaleń innych badaczy przywołanych w rezultacie zastosowania tradycyjnego przeglądu literatury. Choć prawidłowe przeprowadzenie tego etapu studium zależało także od kompletności rozpoznania literatury przedmiotu, a ta niestety jest dość ograniczona, jeśli chodzi o wykorzystanie najaktualniejszych publikacji biorąc pod uwagę rok wydania monografii.

Śluszonym zabiegiem było przeprowadzenie badań terenowych w Żurawlowie, których celem było uzyskanie danych pierwotnych, a co jest ważne w sytuacji, gdy raczej nie było możliwe uzyskanie odpowiedniego nasycenia informacyjnego wyłącznie ze źródeł wtórnych dostępnych w bazach danych. Materiały zgromadzone podczas tych badań terenowych i danych wtórnych sprawiły, że studium tego przypadku mogło opierać się na szerokim dostępie do danych opisujących z jednej strony postępowanie amerykańskiej firmy Chevron z branży paliwowo-energetycznej w zakresie stosowania kontrowersyjnych technologii w Polsce, a z drugiej sprzeciw i protesty lokalnej społeczności wobec działań tej transnarodowej korporacji w zakresie wydobywania gazu łupkowego i stosowania technologii szczelinowania hydraulicznego.

Z kolei w podrozdziale 3.3. pt. „*Zmiana klimatyczna w komunikacji organizacyjnej przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej*” Habilitantka przedstawiła ewolucję w podejściu przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej do zmian klimatycznych poprzez pryzmat zmian w stosowanych przez nie praktykach. Ustaliła, że pierwotnie praktyki oparte na wprowadzaniu wątpliwości co do prezentowanych stanowisk naukowych miały wzbudzać wątpliwości szeroko rozumianej opinii publicznej, następne skoncentrowane na częstszym stosowaniu określenia „zmiany klimatyczne” niż „globalne ocieplenie” miały pociągać za sobą większą neutralność tego pojęcia, późniejsze skupione na podkreślaniu współodpowiedzialności i zakresu obowiązków wszystkich interesariuszy, pozwalały nawet na marginalizowanie a nawet pomijanie/eliminowanie aspektu sprawczości i odpowiedzialności

tej branży, kolejne prezentowały sektor jako obrońcę przyrody, lidera i innowatora w zakresie przeciwdziałania negatywnemu oddziaływaniu człowieka na środowisko naturalne, późniejsze dystansowały się od obecnych problemów i ich przyczyn oraz sprowadzały się do orientacji na przyszłości i powiązaniu zmian klimatycznych z celami branży, w ujęciu strategii *win-win*, współodpowiedzialności za przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, a nawet interpretowania zmian klimatycznych nie jako efektu działania przedsiębiorstw, lecz czynnika, który ma negatywne konsekwencje dla działalności gospodarczej, w tym badanego sektora.

Na tym poprawnie zbudowanym wobec podjętego tematu tle Habilitantka opracowała czytelny zestaw cech komunikacji organizacyjnej przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej w zakresie zmian klimatycznych zaprezentowany w tab. 3.3./s. 158. W przypadku tej części analiza literatury nie budzi niedosytu, znajdują się tu także publikacje aktualne. Chcę jednak zaznaczyć, że Autorka powinna zwracać uwagę na czas wydania publikacji i odpowiednio do tego prezentować ujęte w niej kwestie, trudno bowiem zgodzić się np. ze stwierdzeniem Autorki odnoszącym się do tego, „*że w ostatnich latach zaobserwowano prezentowanie sprzecznych informacji na temat zmian klimatycznych w mediach (...) (O’connor, Bord i Fisher 1999).*”(s. 149). Niemniej jednak, podsumowanie wraz z tab. 3.3. trafnie ujmuje ujęte w tej części kwestie, które jednocześnie odsłaniają co, kiedy i przez kogo było zbadane. Dodam, że Autorka w rozważania włącza także tytułowe *decorum* wskazując na konkretny rodzaj dyskursu (np. dot. zmian klimatycznych), w którym przyczyny zaistniałej sytuacji są pomijane, co jest trafnym zabiegiem.

W podrozdziale 3.4. zatytułowanym „*Komunikacja organizacyjna przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej w mediach społecznościowych na przykładzie platformy Twitter w świetle badań własnych*” Autorka wyodrębniła siedem części.

W pierwszej z nich (p. 3.4.1. „*Uwagi ogólne*”) Autorka wprowadza czytelnika w możliwości wykorzystania nowych mediów społecznościowych jako platformy do autoprezentacji organizacji i komunikowania się organizacji z otoczeniem. Główny akcent położony jest na Twitter, słowa kluczowe i hasztagi, które są ważną częścią komunikacji na Twitterze. Zgadzając się z argumentami przedstawionymi przez Autorkę uważam, że Twitter może być wykorzystywany przez przedsiębiorstwa sektora paliwowo-energetycznego jako narzędzie wykraczające poza jednokierunkową, symboliczną narrację korporacyjną, czyli do

wykorzystywania relacji zwrotnej z interesariuszami na temat zmian społecznych i kwestii zrównoważonego rozwoju.

Natomiast uważam, że fragmenty opisujące ustalenia innych badaczy dotyczące tego, w jakim celu i co robią organizacje dotychczas wykorzystujące media społecznościowe w tym miejscu są nadmiarowe, i powinny być wykorzystane w dalszej części do naukowej dyskusji, której aktualnie brakuje lub w części już istniejącej „*Podsumowanie i wnioski*”. W tej części monografii (s. 160) dostrzegłam też identyczny opis rezultatów przeglądu literatury co w innej współautorskiej publikacji „*Text mining (...)*” (s. 4-5) tyle, że po tłumaczeniu tekstu z języka angielskiego na język polski, a mianowicie: „*Twitter jako przykład kanału social media, stosowany strategicznie, pozwala na interaktywną, angażującą rozmowę w czasie rzeczywistym z kluczowymi interesariuszami, przynosząc organizacji korzyści wizerunkowe (Frame i Brachotte 2015, Saffer, Sommerfeld i Taylor 2013, Smitko 20120).*”

W drugiej części podrozdziału trzeciego (tj. w p. 3.4.2. „*Twitter w procesie badawczym*”) Autorka jasno wyjaśnia czym jest Twitter i powiązane z nim kategorie (tweety, retweety, interfejs, hasztagi, big data) oraz opisuje, jak można z niego korzystać. W świetle tego, że Twitter tworzy przestrzeń, która umożliwia użytkownikom udział w dyskursie publicznym, Autorka słusznie uważa, że badaczom daje on możliwość badania tego dyskursu oczywiście przy użyciu odpowiednich narzędzi i metod pozyskania i gromadzenia danych pierwotnych.

W p.3.4.2. brakuje jednak konkretnego odniesienia się do tytułowego osadzenia Twittera „*w procesie badawczym*”. Tej kwestii Autorka poświęciła najmniej miejsca, choć w tych badaniach empirycznych ma ona kluczowe znaczenie.

Część 3.4.3. „*Cel i metodologia badań*” koncentruje się na projekcie badań empirycznych, których Habilitantka była kierownikiem. Część ta odnosi się do podstaw metodycznych postępowania badawczego, przedstawione są przesłanki i charakterystyka tych badań. Rodzaj firm, czas badań i wybór Twittera jako nowoczesnego medium cyfrowego uważam za właściwe (s. 164).

Z tym jednak, że analiza treści zawartych w części 3.4.3. „*Cel i metodologia badań*” od s. 164 i na następnych stronach wskazuje, że metodyka badań jest identyczna jak w art. „*Corporate image (...)*” oraz „*Text mining (...)*”. Wybór jednostek badania, czas i działania podejmowane w ramach realizacji np. eksploracyjnych badań jakościowych mających na celu wstępne zidentyfikowanie 16 hasztagów i słów kluczowych związanych z problematyką zrównoważonego rozwoju oraz zmian

społecznych jako podstawowych obszarów działań CSR/aktywności ESG w sektorze energetycznym („Corporate...” (s. 4)/„Text mining ...” (s. 6)/„Decorum...” (s. 165) są identyczne z tym, że różnią się szczegółowością opisu i prezentowane są w różnych miejscach ww. publikacji.

Co więcej, w monografii (s. 165) nie ma odniesień do żadnej z wcześniejszych publikacji, w których wymiary a w ich ramach słowa kluczowe i hasztagi były wcześniej wylistowane. Jednym z nich jest art. „Corporate (...)” *“These related to general social and environmental aspects (sustainable/sustainability, environment/ environmental, social, and communities), the most critical challenges facing the sector (climate change, emissions, low carbon, energy, and recycling), the future orientation of the development of the industry (clean energy, innovation, and future energy), and the most significant controversies in the industry with both social and environmental impact (gas flaring and spills) (s. 4).* Słowa kluczowe i hasztagi są także przedstawione w art. „Text mining (...)” (s. 6). W oświadczeniach współautorzy obu tych artykułów wskazują, że jest to ich wspólnym dziełem. Natomiast w monografii nie ma informacji na ten temat (s. 165). Spostrzeżenie to jest to o tyle istotne, że w tych badaniach empirycznych analizy odnoszą się do specyficznych elementów tweetów, tj. słów kluczowych i hasztagów. Dodam, że słowa kluczowe i hasztagi właściwie zostały dobrane biorąc pod uwagę, po pierwsze, naciski instytucjonalne jakie wywierane są na przedsiębiorstwa sektora paliwowo energetycznego, które na pierwszym miejscu stawiają kwestie środowiskowe, a po drugie fakt, że sam sektor energetyczny podziela podobną interpretację działań w zakresie zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, jak również oszacowania ich potencjalnych skutków.

Następnie hasztagi te zastosowano do monitorowania tweetów firm z sektora energetycznego (łącznie 50 kont na platformie Twitter) z 2016 r. Monitoring online przeprowadzono za pomocą Brand24. Obejmował on tweety, słowa kluczowe i hasztagi z całego 2016 roku. W rezultacie zidentyfikowano 3043 tweety (sklasyfikowane jako „tweety zorientowane na zrównoważony rozwój”) zawierające co najmniej jedno z monitorowanych słów kluczowych lub hashtagów, a następnie zebrano je w jedną bazę danych (dane, tweety, link, firma, słowo kluczowe lub hasztagi). Analiza treści i wyników całkowitej liczby tweetów z 2016 r. została przeprowadzona w celu określenia częstotliwości hashtagów i słów kluczowych w każdym języku, wymiarów narracji zorientowanej na zrównoważony rozwój, kontekstu, tematów, wykorzystanie zasobów hipertekstowych i multimedialnych, a także interaktywność i oddziaływanie tweetów (wykorzystano narzędzie Twitonomy). Graficzna

prezentacja słów kluczowych została przedstawiona bez częstotliwości ich występowania na s. 166 w tab. 3.4 [w pozycji „Źródło” brak powołania się na publikację „*Corporate (...)*”] i z jej uwzględnieniem w tab.3.7 na s. 175 [w pozycji „Źródło” jest podany art.„*Corporate (...)*”]. Częstotliwość występowania słów kluczowych i hashtagów przedstawiona jest także w art. „*Corporate (...)*” (tab. 1/s.6).

Następnie angielskojęzyczna baza danych (2081 tweetów) została poddana procesom eksploracji tekstu z zakresu statystyczno-lingwistycznego (analiza z wykorzystaniem oprogramowania R: budowa chmury semantycznej i techniki klastrowania słów). Usunięto adres URL z korpusu tweetów (https:), linki do tweetów, spacje, cyfry, emotikony i inne znaki. Duże litery zostały przekształcone na małe. Zastosowano dwie metody dotyczące interpunkcji. Jedna analiza została przeprowadzona bez usuwania interpunkcji w celu zachowania hashtagu. Kolejno zaimplementowano usuwanie znaków interpunkcyjnych w celu odczytania ogólnej chmury słów kluczowych. Matryca słów została zbudowana z progiem częstotliwości 15 wystąpień (identyczne założenia są w ww. art.) poniżej którego słowa kluczowe i/lub hashtagi były usuwane z biblioteki chmury słów i listy najpopularniejszych wyrażen. Ponieważ metoda eksploracji tekstu bada standardowe terminy i ich powiązania. W rezultacie powstała chmura słów i klastry. Oczywiście takie same opisy czytelnik znajduje w art. „*Corporate (...)*” i niektóre treści są także ujęte w art. „*Text minig (...)*”. Brakuje zatem odniesień do tego ostatniego z artykułów, w którym już wcześniej była opisana metodyka identycznych badań będąca wspólnym efektem członków zespołu. Natomiast w odniesieniu do art. „*Corporate (...)*” w przypisie nr 21 (s. 165) Autorka odnosi się tylko do słów kluczowych wyłączonych z analizy skupień podczas gdy znacznie większy zakres analiz i interpretacji jest wykorzystany w monografii niż wskazany.

Z opisu przebiegu badań wynika, że zastosowane podejście metodologiczne jest odpowiednie z uwagi na fakt, że Twitter umożliwia szerokie wykorzystanie faktów i symboli, które są komunikowane za pomocą starannie dobranych słów kluczowych i hashtagów, tworząc w ten sposób popularne rozmowy, które koncentrują się na kwestiach m.in. zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

Generalnie plan tych badań był odpowiedni. Zastosowano dostępne i właściwe metody badawcze. Przy czym, w monografii prezentacja tych metod mogłaby być bardziej dokładna i uporządkowana oraz tam, gdzie to było zasadne powiązana z odniesieniami do tabel i rysunków

prezentujących wyniki wykorzystania tych metod. Brakuje też odniesień do innych współautorskich publikacji opisujących bardziej szczegółowo i kompleksowo te metody i procedurę postępowania badawczego. W tej części brakuje jasnego wskazania założeń metodologicznych postępowania badawczego. Ponadto, zapowiadane szerokie możliwości wykorzystania oprogramowania R nie wychodzą poza te prezentowane w innych wcześniejszych publikacjach.

W dodatku, bardzo skrótowy opis procedury badawczej Autorka przerywa postawieniem hipotezy badawczej (s. 164). Według mnie Autorka powinna umieścić tę hipotezę w wyodrębnionej części przedstawiającej rezultaty przeglądu literatury, ponieważ hipoteza powinna być opracowana w oparciu o wcześniejsze badania i literaturę. Moje wątpliwości w tej kwestii budzi fakt, że Habilitantka wyprowadza hipotezę bez uprzedniego wykrycia i zdefiniowania problemu badawczego. Wyprowadzenie hipotezy poprzedzone jest jednym zdaniem [„*Ponadto Twitter pozwala na szerokie wykorzystanie zarówno informacji, jak i symboli przekazywanych za pomocą starannie dobranych słów kluczowych i hashtagów, umożliwiając w ten sposób tworzenie i rozprzestrzenianie się popularnych konwersacji skupionych na kwestiach prospołecznych i prośrodowiskowych (Uzunoğlu, Türkel i Yaman-Akyar 2017, Etter 2013)*”., s. 164] sformułowaniem na przeglądzie zaledwie dwóch publikacji, a przecież hipotezy powinny być „wydobywane” z wcześniejszych badań empirycznych i literatury. W tej części nie ma zatem wnikliwej analizy tego, co działo się przed podjęciem tych badań empirycznych w badanym obszarze i jakie są tego efekty. W moim przekonaniu, Autorka przedstawiła raczej swoje oczekiwania badawcze niż opracowała hipotezę.

Kolejne duże wątpliwości pojawiają się po analizie treści hipotezy badawczej postawionej w monografii i tej sformułowanej w art. „*Corporate image (...)*” oraz zapoznaniu się z rezultatami ich weryfikacji. Dlatego uważam za zasadne przytoczenie brzmienia obu hipotez i rezultatów weryfikacji tych hipotez.

W monografii hipoteza badawcza (s. 164) brzmi następująco: „*Branża paliwowo-energetyczna stosuje proaktywne i responsywne podejście do komunikacji na platformie Twitter w obszarze zrównoważonego rozwoju (środowiskowego i społecznego zaangażowania)*”. W uzupełnieniu dodam, że responsywność jest ściśle powiązana z interaktywnością, która oparta jest na interakcji z respondentami i komunikacji polegającej na dialogu.

W monografii hipoteza badawcza nie została potwierdzona podobnie jak w art. „Corporate image (...)”. W monografii treści odnoszące się do weryfikacji postawionej hipotezy przedstawione są w cz. 3.4.7 „Podsumowanie i wnioski”: „Komunikacja na platformie Twitter sektora energetycznego nie charakteryzuje się proaktywnym, responsywnym i unikalnym podejściem do zrównoważonego rozwoju. Ma ona charakter defensywny i instrumentalny w zakresie tematów dotyczących kwestii społecznych i środowiskowych. W związku z tym hipoteza badawcza nie może być potwierdzona.” (s. 189-190).

Z kolei w art. „Corporate (...)” (s. 4) hipoteza badawcza brzmi następująco: “(...) on Twitter, the energy sector applies an interactive and dialogical PR communication strategy to corporate social responsibility with its stakeholders, rather than developing a defensive, symbolic, and instrumental PR strategy regarding environmental and social issues.” (s.4).

Jak wspomniałam powyższej w art. “Corporate (...)” (s.9) autorzy stwierdzają: “The hypothesis of the study that, on Twitter, the energy sector applies a more proactive approach to sustainability and corporate responsibility instead of maintaining defensive and instrumental communication about social and environmental issues cannot be confirmed. The high levels of symbolism in the application of linguistics together with the strong tendency for mutual imitation among the PR strategies of the energy companies result in reduced levels of interaction and engagement with CSR communication with stakeholders via Twitter. The analyzed companies do not take advantage of the dialogical potential of social media or their use in public relations strategies. Furthermore, the interactivity and engagement with the public via CSR communication are rather passive, defensive, symbolic, and corporate, demonstrating a trend towards homogeneity.”

W tym miejscu mam kolejne wątpliwości, bowiem te współautorskie ustalenia badawcze nie zostały włączone do monografii ani do przeglądu literatury przed postawieniem hipotezy badawczej ani do części 3.4.7 „Podsumowanie i wnioski”, w której brakuje dyskusji. Pojawia się zatem pytanie o następstwa włączenia tych ustaleń badawczych (opracowanych przez wszystkich członków zespołu badawczego) przedstawionych w art. „Corporate (...)” (s. 9), czy wypełniają one obszar niewiedzy zidentyfikowany pobieżnie w monografii w p.3.4.3. „Cel i metodologia badań” i czy w monografii postawienie hipotezy o przytoczonym powyżej brzmieniu byłoby wówczas zasadne, w moim przekonaniu odpowiedź brzmi: „nie”.

Podsumowując tę część monografii stwierdzam, że Habilitantka użyła wspólnych ustaleń i wniosków nie powołując się przy poszczególnych fragmentach tekstu monografii „*Decorum. ...*” na art. „*Corporate (...)*”. Nie ma żadnych odniesień do opisów wyników badań zarówno przy komentarzach, jak i ustaleniach badawczych. W dodatku pewne analizy i interpretacje są także zaczerpnięte z jeszcze innego współautorskiego art. a mianowicie „*Text mining (...)*”, do którego odniosę się w dalszej części recenzji.

Ponadto, w tej części brakuje odniesienia się do tytułowego celu badań „*Cel i metodologia badań*” (s. 163).

W części 3.4.4 „*Ogólna charakterystyka komunikacji przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej na platformie Twitter*” Habilitantka przeanalizowała następujące aspekty: rok założenia konta, aktywność wydawniczą (opublikowane tweety, responsywność i popularność) oraz interaktywność. Ogólna charakterystyka i aktywność badanych firm na platformie Twitter jest także przedstawiona w rozdziale „*Symbolic or real?...*”(2019), (pierwszym autorem jest E. Smolak-Lozano, drugim A. Paliwoda-Matiolańska – podkreślam ten fakt, ponieważ w źródłach pod tabelami/rysunkami w monografii „*Decorum. (...)*”, jak i w autoreferacie np. na s. 30 czy wykazie osiągnięć naukowych (zał. 4 dołączony do wniosku o wszczęcie postępowania habilitacyjnego) np. na s. 5, podana kolejność autorek jest inna niż ta wskazana w części 3.4.4., co nie powinno było mieć miejsca.

Analiza treści tej części monografii wskazuje, że Habilitantka bazuje na tych samych danych liczbowych lub statystykach opisowych (opis pozycji „*Źródło*” pod tabelami/rysunkami). Stąd, analizy i ustalenia w znacznej mierze pokrywają się z tymi zawartymi we współautorskim rozdziale „*Symbolic or real?(...)*” (autorki określiły swój na 50%). W tych publikacjach różny jest sposób prezentacji graficznej danych liczbowych/statystyk opisowych, których zakres częściowo się pokrywa, ponieważ stanowi fragment większego zestawu danych statystycznych.

Biorąc ten fakt pod uwagę, szczegółową analizę treści cz. 3.4.4 monografii w powiązaniu z rozdziałem pt. „*Symbolic or real?(...)*” w monografii „*Organisational and strategic communication research. Global trends*” (2019) przedstawiam poniżej.

W monografii „*Decorum. (...)*” (2022 r.) zostały wykorzystane, jak wspomniałam, wyniki badań wcześniej zaprezentowane w ww. rozdziale (2019 r.) z tym, że dane liczbowe/statystyki opisowe prezentowane są w odmiennej formie graficznej niż w rozdziale

ww. monografii, czasem też stanowią tylko część większego zbioru analizowanych danych empirycznych (np. w monografii „*Decorum (...)*” – tabela 3.5; to w rozdziale ujętym we współautorskiej monografii - rys. 1/s. 22 i rys. 3/s. 23; dalej rys. 3.3./s. 170 → rys. 4/s. 26; tab. 3.6 → rys. 8/s. 32 i rys. 9/s. 32 - odpowiednio). Przypomnę, że Autorka wskazuje w pozycji „Źródło” ten rozdział, tyle że zamienia miejscami pozycje jego auterek.

W monografii „*Decorum (...)*” (s. 168 i nast.) formułowane wnioski opierają się w gruncie rzeczy na analizie i ocenie identycznych danych liczbowych/statystyk opisowych jak te przedstawione w rozdziale pt. „*Symbolic or real? (...)*”. Stąd niektóre ustalenia są w obu pracach identyczne (np.: liczna obserwujących ogółem - prawie 2,5 mln obserwujących dla całego sektora: 2 406 566; średnia liczba obserwujących na korporację: 49 113 obserwujących w 2016 r., wartość średniego poziomu odpowiedzi odbiorców (responsywności) w sektorze energetycznym wynosząca 34,5%; średnia liczba tweetów publikowanych przez każdą firmę: 850 rocznie w 2016 r., przy średniej 4,8 tweetów dziennie na firmę; (...).

Co więcej, w monografii „*Decorum (...)*” Habilitantka analizuje dane 13 z 21 firm, czyli tylko te, które uzyskały średni wynik responsywności odbiorców reagujących na komunikaty w sektorze powyżej 50%, tzn. najbardziej responsywnych firm, a w ww. rozdziale współautorki analizują wspomniane 21 firm, które osiągnęły wynik powyżej średniej.

Poniżej przedstawiam ustalenia i wnioski w monografii, które są identyczne jak w ww. rozdziale pt. „*Symbolic or real? (...)*”, np.:

- „*Firmy, które w 2016 r. opublikowały najwięcej tweedów, to Iberdrola, Marathon Petroleum i BP (odpowiednio: 2886, 2841 i 2641), a najmniej - EDP i Enea, które były nieaktywne na swoich kontach na platformie Twitter. Analiza stopnia interaktywności, popularności i responsywności wykazała zróżnicowany ogólny obraz analizowanych firm.*” (s. 170) → „*Symbolic or real? (...)*” “*The companies with the highest number of tweets in 2016 are: Iberdrola, Marathon, and BP (2886, 2841 and 2641 respectively). At the other end, there are some, like EDP and ENEA, that have been inactive on their Twitter accounts. As can be observed, average high daily activity does not mean the overall highest level of publishing activity over a one-year period in the sector.*” (s. 25). „*An analysis of the level of interactivity, popularity, and responsiveness has provided a very varied overall picture.*” (s.26).
- „*Przeciętny poziom interakcji z treścią komunikatów od odbiorców jest bardzo niski, znacznie mniejszy od oceny reakcji firm. Choć ogólnie duża społeczność wskazuje na wysoki poziom popularności tych firm wśród użytkowników platformy Twitter, nie sprzyja ona intensywnej interakcji z publikowanymi treściami marki.*” (s. 170) → „*Symbolic or real? (...)*”, „*(...) the average level of interaction with the content of communication from the public is very low and is far below the level of companies' reactions. The overall large size of the communities, however, indicates that these companies are generally popular among Twitter users but do not encourage intensive interaction with the published brand content.*”(s. 27).
- „*Badane firmy nie osiągają również wysokiego poziomu popularności w rozmowach na platformie Twitter. Można jednak zidentyfikować tweety o dużym wpływie (m.in. firm Valero Energy, Statoil, Shell, Gazprom, Conoco, Enea). Oznacza to, że firmy są zdolne do kształtowania dyskursu na platformie Twitter i prowadzenia ogólnych debat. Nie zidentyfikowano jednak stabilnej tendencji ukierunkowanej na ESG*

oraz zrównoważony rozwój w obrębie ich sieci społecznościowej.” (s. 170) → „Symbolic or real?(...)” „(...) indicates that the companies do not achieve a high level of popularity within Twitter conversations. However, there are tweets with high influence (Valero Energy, Statoil, Shell, Gazprom, Conoco, Enea, etc.). This means that occasionally the companies are able to have an impact on Twitter conversations and overall debates, while not creating a more stable trend, in the desired direction and within the field of sustainable development on a regular basis on the social network.” (s. 28).

- „Firma Marathon Petroleum była jedną z najbardziej aktywnych firm na platformie Twitter.” (s. 170), „Firma Iberdrola z kolei, która jest najbardziej aktywna pod względem całkowitej liczby opublikowanych tweedów, znalazła się wśród najbardziej wpływowych firm, których informacje były retweetowane. (rys. 3.4). Przed nią pojawiła się Energiegrou, która charakteryzuje się umiarkowanym poziomem aktywności w medium.” (s. 172) → „Symbolic or real?(...)” „This is particularly interesting for Marathon, which is one of the most active companies on Twitter. However, Iberdrola, which is the most active company on Twitter in terms of the total number of tweets published, managed to be one of the most influential ones, preceded by Engiegrou, which had moderate publishing activity, (...)” (s. 29).
- „Niemniej jednak najbardziej responsywne firmy wykorzystują komunikację na platformie Twitter do celów obsługi klienta, np. BPC Limited i GNF_es, jak szczegółowo wykazano w analizie treści tweedów.” (monografia: s. 170). Identyczne ustalenia można znaleźć w rozdziale pt. „Symbolic or real?...” . Por. “Nevertheless, the most responsive companies use their Twitter communication for client service purposes, for example BPC limited and GNF_es, as the content analysis of the tweets has demonstrated in detail.” (s. 26).
- „Analiza odpowiedzi i wzorców rozmów również wykazała, że sektor energetyczny wykorzystuje platformę Twitter do obsługi klienta, a nie jako sferę wpływowego i interaktywnego dialogu na temat kluczowych kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem. Firmy takie jak Marathon, Rosneft, TEPCI, Lukoil, CoalIndia, Cameco, Valero, Gazprom, NextEra, Enea, czy Energia PT w ogóle nie udzieliły interesariuszom odpowiedzi w analizowanym okresie.” (s. 172) → „Symbolic or real?(...)” „(...) , analysis of the replies and conversation patterns shows that the energy sector treats Twitter as a customer service channel and not an area for influential and interactive dialogue on key sustainability issues. Companies such as Marathon, Rosneft, TEPCI, Lukoil, CoalIndia, Cameco, Valero, Gazprom, Next Era, Enea, and Energia PT did not issue any replies to stakeholders at all during the analysed period.” (s. 30).
- “Ogólny poziom wzmianek pokrywa się z poziomem odpowiedzi, ponieważ firmy, które przekształcają platformę Twitter w kanał obsługi klienta, są najczęściej wymieniane.” (s. 172) → “The overall number of mentions coincides with the level of replies and responsiveness, with the companies that make Twitter into a customer service channel being the ones that are most mentioned, (...)”; (s. 32)
- “Zbadano liczbę odpowiedzi, retweetów i interakcji, aby określić ogólny stopień zaangażowania interesariuszy w rozmowę w sektorze energetycznym. Na podstawie analizy obecności firm z sektora energetycznego na platformie Twitter do 2016 r. stwierdzono, że średnia liczba wzmianek wynosi 1001. 47% wszystkich tweedów jest przesyłanych dalej przez użytkowników, a 41% jest przez nich polubionych. Jeśli chodzi o interakcję, tylko 18% wszystkich tweedów sektora energetycznego to te, które są retweetowane przez obserwujących, a odpowiedzi w formie interaktywnego dialogu stanowią tylko 16%.” (s. 172-173) → „Symbolic or real?(...)” „The number of replies, retweets, and interactions was investigated to determine the general degree to which the stakeholders are engaged in the conversation within the energy sector. Thanks to an analysis of the presence of the energy sector companies on Twitter up to 2016, we can observe that the sector on average managed to accumulate 1001 mentions per company, (...) 47% of all these tweets were further retweeted by the users and 41% were favoured by them. In terms of interaction, only 18% of all tweets by the energy sector are retweets of followers, and replies as in the form of interactive dialogue constitute only 16%.” (s. 32).

W monografii „Decorum (...)” w komentarzach nie ma żadnych odniesień do wcześniejszych ustaleń badawczych zawartych w rozdziale “Symbolic or real?(...)” (2019). W sytuacji, gdy zgodnie z definicją zawartą w § 10 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa

Wyższego z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie ewaluacji jakości działalności naukowej (Dz.U. 2019 poz. 392) monografia naukowa jest to recenzowana publikacja książkowa, (...), opatrzona przypisami, bibliografią (...). Dlatego w tej sytuacji trudno jest mi uznać za wystarczające podanie w pozycji „Źródło” pod tabelami/rysunkami informacji wskazującej na opracowanie własne na podstawie (Paliwoda-Matiolańska i Smolak-Lozano 2019).

Następnie w części 3.4.5 pt. „*Rodzaje narracji w komunikacji przedsiębiorstw z branży paliwowo-energetycznej na platformie Twitter*” przedstawione są rezultaty analizy słów kluczowych i hashtagów celem odkrycia ogólnego dyskursu i charakteru narracji badanych firm z branży paliwowo - energetycznej w ich tweedach, których treść została przeanalizowana. Logikę konstrukcji tej części uznaję za właściwą. Uwaga dotyczy jednak tego, że rezultaty analizy treści 16 monitorowanych słów kluczowych i hashtagów pod kątem określenia wzorców częstotliwości używania języka w komunikacji na Twitterze są także przedstawione w wieloautorskim artykule pt. „*Corporate image (...)*”. W obu publikacjach ww. analiza dotyczyła powszechnie znanych sformułowań dotyczących kwestii środowiskowych i społecznych.

Analiza danych liczbowych odnoszących się do monitorowanych 16 słów kluczowych i hashtagów pokazała wzorce częstotliwości używania danego języka w komunikacji na platformie Twitter [monografia „*Decorum. (...)*” s. 174 i następne]. W przypadku monografii „*Decorum. (...)*”, wspomniana analiza tym razem jest nieco bardziej szczegółowa niż ta przedstawiona w art. Paliwoda-Matiolańska, Smolak-Lozano, Nakayama, (2020). „*Corporate image or social engagement: (...)*” w części 4.2. „*Use of keywords and hashtags on Twitter*” (s. 5-6).

Analizy i interpretacje wyników badań w obu ww. publikacjach są praktycznie identyczne, co w ww. art. Ustalenia odnoszą się m.in. do częstotliwości występowania monitorowanych słów kluczowych i hashtagów na platformie Twitter w sektorze energetycznym, ograniczonego wykorzystania mediów audiowizualnych, dominacji języka angielskiego o niskim poziomie zaawansowania technicznego. Analiza monitorowanych najpopularniejszych słów i hashtagów (s. 174-175) zasadniczo powiązana jest z danymi ujętymi w tab. 3.7. lub 3.8. z tym, że danych wskazujących na częstotliwość słów w języku hiszpańskim „energia”, „innovacje”, „zrównoważone” czy „zmiany klimatyczne” nie mogę się doszukać w monografii „*Decorum. (...)*” (s. 174).

W przypadku tej części, dalsze analizy i interpretacje wskazują, że „(...) ograniczone użycie tych wyrażen w formie hashtagów wskazuje na bardziej ogólne użycie symboliczne w ramach taktyki treści, a nie na strategiczne podejście do aktywnego dialogu.” Autorka słusznie twierdzi, że „Ich wykorzystanie w komunikatach jest raczej ogólne i stosunkowo korporacyjne. Podkreśla ono pozycję marki w tych kwestiach, ale brakuje informacji o konkretnych projektach i inicjatywach, pozwalających na odczytanie komunikatu w kontekście rzeczywistego zaangażowania. Najpopularniejsze słowa (zob. rys. 3.6) odzwierciedlają korporacyjną orientację komunikacji organizacyjnej branży (energia), nastawienie na przyszłość (innowacje) oraz ogólną orientację na zrównoważony rozwój (zrównoważony/zrównoważony rozwój). Nie widać tu jednak bezpośrednio wyrażonych pojęć sugerujących zmianę społeczną. Dyskurs na temat technicznych problemów działalności branży (wycieki, spalanie gazu) i ich wpływ na środowisko jest prawie nieobecny.” (...) Można również zaobserwować, że użycie słów kluczowych – energia, środowisko, zrównoważenie – ma charakter symboliczny. Wykazano zatem, że autoreferencja jest dominującym podejściem w sektorze energetycznym.” (s. 176-177). → Szkoda, że identyczne ustalenia mają miejsce w art. “Corporate image (...)”. 4.2. “Use of keywords and hashtags on Twitter” (s. 5-6), a mianowicie: “In general terms, the linguistic model of PR strategies for CSR communication is based on the use of universal and symbolic terms, together with commonly known expressions regarding environmental or social issues, while simultaneously avoiding controversial topics, thus preventing the creation of a solid and differentiated conversational trend. The sectorial and corporate orientation of communication dominates over the environmental and social engagement of the companies. (...) In terms of the symbolic use of expressions in the form of keywords, it was “energy,” “environment,” and “sustainable. (...) This reveals that self-referencing is the dominant approach among the corporations in the energy sector.”

Poniżej przedstawiam kolejny przykład wykorzystania tekstu z art. “Corporate image (...)” w monografii.

- „Odniesienie do innowacji jest próbą kształtowania narracji, która pokazuje perspektywę i priorytet sektora jako innowacyjnego w zakresie technologii. Zrównoważony rozwój, który jako popularny temat pojawia się na trzecim miejscu, wzmacniany przez słowa kluczowe „energia” i „innowacja”, niejako narzuca interpretacje branży energetycznej jako innowacyjnej w zakresie zrównoważonego rozwoju. Analiza treści wykazała, że te dwa wyrazy są używane ogólnie i nieco symbolicznie bez wyraźnego przedstawienia problemów związanych ze zrównoważonym rozwojem i propozycji powiązań. Świadczy to o biznesowej inicjatywie sektora skoncentrowanej na kwestiach innowacji oraz obszarze zrównoważonego rozwoju, choć w obu przypadkach bez sprecyzowania znaczenia czy zakresu działalności. Wykorzystanie słów energia, innowacja i zrównoważenie sugerują związki pomiędzy innowacyjnością a zaangażowaniem środowiskowym i społecznym.” (s. 177-178). → “Corporate image (...)”. (s. 6) “Innovation is referred to in an attempt to influence, proving once again the sector’s perspectives and priorities. Because of its very common use by almost all the companies, it does not constitute a differentiation factor. Sustainability as a trending topic appears in third place, being symbolically represented by keyword use, with a general or mainly universal orientation towards the environment, albeit without any specific connotations. In both cases, there is a general and somewhat symbolic use of these two expressions, without the strong presence of sustainability-specific issues, projects, or events. First, this proves that the commercial initiative in the sector is focused on innovation as a topic and, secondly, that the meaning or scope of activity in the area of sustainability is not specified under these broad terms.” (s. 6).

Analiza treści wskazuje na identyczny sens obu komentarzy, czyli w monografii i w artykule „Corporate image (...)”. Według mnie porównanie tych ustaleń daje podstawę by uznać je za identyczne.

Natomiast ciekawie graficznie Autorka przedstawiła charakterystykę dyskursu zorientowanego na zrównoważony rozwój na podstawie słów kluczowych (rys. 3.7/ s. 179). W kolejnym kroku Habilitantka samodzielnie określiła „(...) orientację kontekstową 3043 tweetów zorientowanych na zrównoważony rozwój i 50 kont na platformie Twitter w 2016 r., które

pozytywnie wpłynęły na komunikację korporacyjną i zmianę (postęp społeczny).” Analiza treści tweetów pozwoliła Jej wyodrębnić trzy grupy. „Pierwsza odnosi się do zarządzania marką jako podstawowej strategii PR, druga koncentruje się na inicjatywach zorientowanych na społeczną zmianę i zrównoważony rozwój, mając na celu poprawę stanu środowiska oraz funkcjonowania społeczności, a trzecia ma charakter mieszany.” (s. 178-180) → W uzupełnieniu warto dodać, że w art. „Corporate image (...)”, w cz. 4.2. „Use of keywords and hashtags on Twitter” (s. 6) autorzy wyodrębnili tylko dwa wymiary orientacji kontekstowej: komunikację korporacyjną i zmianę/postęp społeczny. Pierwszy odnosi się do zarządzania marką jako nadrzędnej strategii PR, podczas gdy drugi koncentruje się na CSR z inicjatywą zorientowaną na zrównoważony rozwój, mającą na celu poprawę otoczenia i społeczności odpowiedzialności przedsiębiorstw. Ta interpretacja wyników badań jest autorska i szerzej opracowana niż w art. „Corporate (...)”.

Dodam, że dane wyjściowe dla tych ustaleń były identyczne, jak te w ww. art., lecz już ich analizy i interpretacje są tylko częściowo zbieżne z tego względu, że w art. nie wyodrębniono trzeciego wymiaru tzw. „mieszanego”. W monografii Habilitantka nie ustosunkowuje się do tych rozbieżności. Te różnice czytelnik dostrzega dopiero po analizie treści art. „Corporate (...)” porównując opisy i interpretacje. Jest to ważna kwestia w sytuacji, gdy głównym celem jest pogrupowanie obiektów w taki sposób, aby stopień powiązania elementów z tej samej grupy był jak najwyższy (homogeniczność obiektów wchodzących w skład jednej grupy), a z elementami z innych grup jak najniższy (heterogeniczność samych grup). Niestety w monografii Habilitantka nie odniosła się do tych kwestii, choć istniała taka potrzeba. Habilitantka identyfikuje te grupy (s. 179 – 180) w oparciu o wybrane proste statystyki opisowe. Przy tym, nie przedstawia kompletnych rezultatów analizy statystycznej wyników badań w przedmiotowym zakresie, nie ma też szczegółowej graficznej prezentacji tych ustaleń poza ogólną (tab. 3.9/s. 180). W tym miejscu nasuwa się też kolejna wątpliwość, bo choć wymiary (grupy) orientacji kontekstowej zostały scharakteryzowane w tab. 3.9, s. 180, to charakterystyki tych trzech wymiarów są opracowaniem własnym Habilitantki dokonanym na podstawie współautorskiego artykułu „Corporate image (...)”, w którym także brakuje informacji wykorzystanych w opisie orientacji kontekstowej tweetów w monografii.

Dlatego sądzę, że wielowymiarowa analiza statystyczna znajdująca zastosowanie w tym badaniu, czyli w badaniu danych o obiektach wielowymiarowych w celu podzielenia zbioru tych obiektów na grupy (skupienia), które w świetle danych wykazują odrębność powinna być

kompletna z możliwością dostępu do rezultatów analizy statystycznej wyników badań np. na otwartej platformie albo w postaci załącznika do książki, lub w jeszcze innej formie, aktualnie zauważalny jest ich brak, co nie pozwala ocenić rozbieżności w ustaleniach w obu tych pracach.

Co więcej, *„Analiza lingwistyczna tweetów zorientowanych na zrównoważony rozwój w języku angielskim, która została przeprowadzona za pomocą technik statystycznej eksploracji tekstu, pozwoliła na określenie charakteru narracji tweetów (grupowanie wyrazów przeprowadzone na podstawie najczęściej występujących w treści słów odzwierciedla istotne zmiany w statystykach słów kluczowych i hashtagów: bez hashtagów – analiza 1 oraz z hashtagami – analiza 2).”* (s. 180). Najczęściej używane hashtagi i słowa kluczowe w tweetach zorientowanych na zrównoważony rozwój Habilitantka przedstawiła na s. 181. Przy czym, wskazała, że słowo „energia” pojawia się także w innych odniesieniach, które mogą wskazywać na kontekstowe powiązania ze zmianami społecznymi. Identyczna metoda została zastosowana w art. *„Corpotare image (...)”*, cz. 4.3. *Narrative contextualization of Twitter messages*” (s. 6-7).

Analiza R chmury słów (rys. 3.8/s. 182, tekst na s. 184-185) i klastrów pokazuje, że narracyjna warstwa cyfrowej strategii komunikacyjnej dotycząca kwestii społecznych i środowiskowych jest autoreferencyjna, (...).

Przedstawiona chmura słów w monografii jest identyczna jak chmura słów w art. *„Corpotare image (...)”*. Z tym, że w monografii i w art. *„Corporate (...)”* w tekście nie podano min. częstotliwości słów, by dane słowo było brane pod uwagę. Taką informację podano tylko w art. *„Text mining (...)”*.

W monografii treść komentarzy na temat chmury słów jest identyczna jak w art. *„Corporate (...)”*. Wspomniany fragment w monografii: *„Chmura słów pozwala na rekonstrukcję narracji treści. (...)”* (s. 184-185), fragment z art. *„Corporate (...)”* cz. 4.3 *„The word cloud allows the reconstruction of the trending narrative and content narrative. (...)”* (s. 7).

Co więcej, chmura słów jest analizowana w kolejnym art. *„Text mining (...)”* (s. 8) i współautorzy dochodzą do identycznych ustaleń, a mianowicie:

“R analysis of the word cloud demonstrated that the narrative content of the CSR digital strategy is auto-referential, indicating the prevailing approach to symbolic communication on the one hand (universal terms generally used in CSR/sustainability-oriented communication strategies) and corporate/branding topics on the other. This is more evident in the tweet content than in the trending topics.”

W tej części monografii czasem pojawiają się interpretacje wyników badań, których w niej nie przedstawiono. Na przykład Habilitantka twierdzi, że „(...) eksploracyjna analiza, w której pominięto znak #, daje bardziej trafne wyniki, z większą liczbą wykrytych słów kluczowych i wyrażeń”. (s. 181) Tego niestety nie można stwierdzić, bo w monografii brakuje adekwatnych wyników badań. W analizowanym tekście nie ma też innych odniesień do innych publikacji.

Istnieje jeszcze inny przykład problemów związanych z powiązaniem interpretacji wyników badań z ich graficzną prezentacją, a mianowicie:

„Jak pokazuje analiza chmury, hasztagi, których częstotliwość występowania przewyższa częstotliwość występowania innych wyrażeń w komunikatach na platformie Twitter, to przede wszystkim wyrażenia autokomunikacyjne, odnoszące się do marki lub energii jako takiej, a następnie dwa symboliczne terminy „zrównoważony rozwój” i „zaangażowanie”, bez konkretnego kontekstu narracyjnego zmiany społecznej lub inicjatywy o charakterze ESG. Popularny temat #bpstats jest rzadziej używany, ale jest również obecny. Widoczne jest wskazywanie na markę i korporacyjną rozmowę w dyskursie dotyczącym zrównoważonego rozwoju i CSR, który tradycyjnie koncentrował się na raportowaniu i danych (#bpstats przez autoodniesienie do firmy BP). Zaobserwować można stosowanie hasztagów odwołujących się bezpośrednio do własnej marki: #enel lub #eniday poza BP (self-branding), choć w dużym stopniu w ich strategii PR. Wyraźnie występuje hasztag #climatechange (używany przez wiele różnych podmiotów: Enel, TotalEnergies, Eni, Engie, Cenovus, Enbridge, Exxon). Jak można zauważyć wiele firm używa tego hasztagu. Komunikacja opiera się na wykorzystaniu popularnego i postrzeganego pozytywnie tematu. Firmy omawiają go bez wyraźnego podejścia do zmiany społecznej, maksymalizując widoczność marki. (...).” (s. 182-183).

Fragment ten nie posiada żadnego odniesienia do innej publikacji, a i w monografii również nie są prezentowane wyniki badań, na bazie których opisy takie byłyby zasadne.

Z kolei analiza pomijająca znak # wskazuje na ciekawe ustalenia (s. 183) odnoszące się do identyfikacji ukierunkowania strategii komunikacji sektora paliwowo-energetycznego. Habilitantka ustaliła, że strategia komunikacji w tym sektorze opiera się na powszechnym i symbolicznym wykorzystaniu uniwersalnych wyrażeń: zrównoważony, zrównoważony rozwój, przyszłość, innowacje, środowisko, klimat i zmiany. W mniejszym zakresie strategia komunikacji ukierunkowana jest na zmiany społeczne. Autorka twierdzi, że wskazują na to stosowane wyrażenia, tj.: bpstats, CEO, opublikować, konferencja, projekt, start-up, co świadczy o narracji raczej marki/korporacji i tradycyjnej wizji CSR (raportowanie, wydarzenia, prezesi). Habilitantka stwierdza, że „Pojawia się uniwersalne, symboliczne użycie dyskursu zrównoważonego rozwoju i powiązanych z nim bardzo ogólnych terminów, z większym zorientowaniem na przyszłość sektora pod względem nowych osiągnięć (innowacje, start-upy, technologia), ale niekoniecznie związanych bezpośrednio z kwestiami środowiskowymi i społecznymi, ponieważ nie są one przedstawione w określonym kontekście zmiany społecznej.”

Choć opis i interpretacja ta jest bardziej szczegółowa w monografii niż ta przedstawiona w art. „*Corporate (...)*” to jednak, moim zdaniem, brakuje tu czytelnego powiązania analizy i interpretacji wyników badań z graficzną prezentacją danych statystycznych w formie rysunków czy tabel. W monografii niektóre kwestie przedstawione są dwa razy (np. tab. 3.10 i rys. 3.9.) a inne wcale. Warto dodać, że analizy i komentarze do chmury słów (bez hashtagów) w monografii prowadzą do identycznych konkluzji co w art. „*Corporate (...)*”. Dodam, że identyczne analizy i ustalenia przedstawione w monografii na s. 183 są również zaprezentowane w art. „*Text mining (...)*” (s. 9), a mianowicie:

„Analiza (...) w określonym kontekście zmiany społecznej.” (Pełny tekst zobacz w monografii.) → „Text mining (...)” (s. 9) „The PR strategy of the energy sector is based on the general and symbolic use of universal expressions such as “sustainable”, “sustainability”, “future”, “innovation”, “development”, “environment”, “climate”, and “change”. In lower proportions, but still dominating over the social change discourse, the following expressions are used: “bpstats”, “CEO”, “release”, “conference”, “project”, and “startup”. This reveals a brand/corporate-oriented narrative and traditional CSR vision (reporting, events, CEO presence). The PR strategy employs the sustainability discourse in a universal symbolic manner, and includes general terms related to the sector’s future in terms of new development (“innovation”, “startup”, “technology”). However, these general terms are not necessarily related directly to CSR issues because they are not employed in the specific context of social change.”

Oznacza to, że w monografii Habilitantka wykorzystała wspólne ustalenia, nadto nie zrobiła odniesienia do współautorskich ustaleń badawczych ujętych w artykule, który był opublikowany w 2020 roku, czyli 2 lata przed wydaniem monografii i był dostępny najpierw w formie online na otwartej platformie: Atsuhō Nakayama, Adriana Paliwoda Matiolańska and Emilia Smolak-Lozano (2020). *Text Mining and Dimension Reduction Methods of Exploring Isomorphism in Corporate Communications*, Institut für Wirtschaftsinformatik und Marketing (IISM), KIT Scientific Publishing, Vol. 7, No. 1.

Ustalenia badawcze związane z określeniem narracyjnej kontekstualizacji komunikacji za pomocą tweetów sformułowane w monografii są identyczne jak te w art. „*Corporate (...)*” w cz. 4.3. *Narrative contextualization of Twitter messages*.

W monografii (s. 184) dotyczy do fragmentu „*Chmura słów pozwala na rekonstrukcję narracji treści. Dominujące hashtagi oddają główny dyskurs globalnego myślenia, kierunki zmian, identyfikowanie potrzeb obecnych i w przyszłości, określenia roli prezesów (szefów), ale nie dają wiedzy o konkretnych rozwiązaniach czy problemach. Ogólny kontekst narracyjny jest jeszcze bardziej defensywny i symboliczny, brakuje w nim jasnych i realnych przykładów zaangażowania w standardowy wymiar zrównoważonych systemów zarządzania: myślenie o lepszej gospodarce, przyszłe technologie, krajobraz, dokonanie wielkiej transformacji, wiara w projekt itp.* (s. 184) (...) Dalszy tekst przedstawiony jest na kolejnej stronie (s. 185): „*Narracja w strategii sektora energetycznego skupia się przede wszystkim wokół wskazanych linii autoodniesień rozmów branżowych zarówno w przypadku trendów konwersacji, jak i treści dyskursu. Ponadto dyskusja korporacyjna zdaje się mieć dominujący wpływ na rozmowy rozwijane za pomocą tradycyjnej perspektywy raportowania społecznego. Troska o własną przyszłość jako branży i firmy w ogóle jest trzecim najczęściej spotykanym klastrem narracji na platformie Twitter zarówno pod*

względem dominujących trendów, jak i treści. Semantyczna eksploracja tekstu obrazująca powiązania słów wskazuje na ogólną orientację firm na przyszłość i innowacje technologiczne, ale nie w odniesieniu do konkretnych działań i wpływu na społeczności lub środowiska. Można zatem określić dyskurs na platformie Twitter jako symboliczny, bardziej obecny jako kontekst narracyjny, modny temat do rozmów, wykorzystujący najczęściej ogólne i uniwersalne wyrażenia związane ze zrównoważonym rozwojem i środowiskiem naturalnym, jednak bez konkretnego powiązania konwersacji z jakąkolwiek rzeczywistą inicjatywą, projektem lub problemem.” (s. 185) → Jak wspomniałam, identyczne ustalenia są także zawarte w art. „Corporate ...” (s.7), a mianowicie: „The word cloud allows the reconstruction of the trending narrative and content narrative. In the case of the former, the popular hashtags illustrate the dominant discourse of global thinking regarding the belief in general change that considers the need for a new future and contemplating the role of CEOs (management), but without specifying particular solutions or issues within the trends in the conversations. In the case of the latter, the general narrative context is even more defensive and symbolic, lacking any clear and real examples of CSR or social change engagement, covering the appropriateness of considering a better economy, future technology, observing the environmental landscape, performing a substantial transition (but without clarifying its real meaning), belief in projects, etc. In the first place, the CSR narrative in the PR strategy of the energy sector is clustered around these three aforementioned lines of self-referenced sectorial talk, in terms of both the trending of the conversation and the content of discourse. In the second place, the corporate discussion seems prevalent in influencing the conversations developed, implementing the traditional CSR perspective of reporting. The concern regarding the future of the sector and the company, in general, is the third most widely observed cluster of PR narrative regarding CSR on Twitter, in terms of both the dominant trends and content.”

Oba powyższe teksty zawierają identyczne ustalenia badawcze odnoszące się do zidentyfikowanych klastrów narracji na platformie Twitter. Dodam, że w monografii brakuje ich przedstawienia w formie graficznej w cz. 3.4.5. w sytuacji, gdy w pakiecie R dostępnych jest bardzo wiele metod do przeprowadzania analizy skupień (s. 167) i graficznej ich prezentacji. Niestety w tej kwestii nie widać szerokich możliwości zastosowania wspomnianego oprogramowania.

Natomiast częstotliwość występowania słów z hasztagami i bez jest przedstawiana raz w tabeli 3.10/s. 181 a innym razem na rys. 3.9/s. 184.

Problem ponownego wykorzystania wcześniej opublikowanych współautorskich treści powraca w tej części. Następnym fragmentem (s. 183) w monografii którego treść jest odzwierciedleniem treści ujętych w innej wcześniejszej współautorskiej publikacji jest następujący:

„Innowacja i zrównoważony rozwój (ze znakiem # i bez niego), zarówno jako słowa kluczowe, jak i popularne tematy, są najczęściej używanymi wyrażeniami w dyskursie tworzonym na platformie Twitter, chociaż mają one raczej symboliczne znaczenie ze względu na unikanie wyraźnego skojarzenia z konkretnymi inicjatywami, które odzwierciedlają rzeczywistą zmianę w strategii firmy, wykraczającą poza cele związane z budowaniem marki. Na podstawie chmury można stwierdzić, że narracja jest silnie autoreferencyjna i zorientowana na przyszłość. Wszystkie wyrażenia związane ze zrównoważonym rozwojem są bardzo ogólne, odnoszą się do przyszłości i mają wymiar innowacyjny, czyli dotyczą zmian technologicznych.” (s. 183) → Wspomniany inny art. to „Text mining (...)” (s. 9-10), gdyż również zawiera ww. interpretacje wyników badań: „Innovation” and “sustainability”, as both keywords and trending topics, are the most common expressions employed in the discourse on Twitter. However, they are symbolic in meaning, once again avoiding a clear association with specific initiatives that would reflect a real change in corporate CSR strategy beyond branding purposes. In general, the cloud

illustrates a rather dispersed narrative with strong autoreferential (“energy”) and corporate future orientation (“innovation”), accompanied by branding efforts (“conference”, “projects”, “auto-references”, “stats”, “CEOs”) with a symbolic CSR/sustainability communication approach (“climate change”, “future”, “new”, “globe”, etc.).” To fragment zaczerpnięty z art. „Text mining (...)” do którego Habilitantka w ogóle nie odniosła się w monografii a obejmuje identyczne ustalenia badawcze.

Powielanie analiz widoczne jest w kolejnym fragmencie tekstu monografii, a mianowicie:

„Słowa w tweetach, takie jak: talks, top, best, news, story, industry, business, company lub economy, tworzą znaczącą zawartość chmury słów.” (s. 183). → W art. „Text ...” (s. 10) są identyczne analizy: *“Terms such as “talks”, “top”, “best”, “story”, “news”, “industry”, “business”, “company”, and “economy” comprise a significant proportion of the word cloud, and are used widely within the sector.”*

Jak wspomniano w tej części monografii niektóre opisy wyników badań nie wynikają z danych liczbowych/statystyk opisowych ujętych w tabelach/rysunkach, a mianowicie:

„Tylko 2% wszystkich tweedów to wiadomości, które poza określonymi hashtagami i słowami kluczowymi wykorzystują materiał audiowizualny – wideo lub zdjęcie – do bardziej kreatywnej i angażującej komunikacji (Tokyo Electric stosuje zdjęcia).” (s. 173).

(...) „415 w języku hiszpańskim”, „83 w języku hiszpańskim”, „85 w języku hiszpańskim”, „68 w języku hiszpańskim”, dotyczące odpowiednio słów kluczowych i hashtagów takich jak energia/innovacje/zrównoważone/zmiany klimatyczne; (...), ponieważ 83% badanych firm używa tego języka (s. 174).

W części 3.4.6. pt. „Podobieństwa i różnice w komunikacji firm z branży paliwowo-energetycznej na platformie Twitter” nowoczesne narzędzia pozwoliły Habilitantce na przeprowadzenie analizy semantycznej i zobrazowanie charakteru komunikacji firm w mediach społecznościowych, co uważam za trafne przedsięwzięcie badawcze.

Jednakże opis analizy korespondencji w tej części jest przedstawiony dość pobieżnie, bo brakuje ważnych informacji m.in. na temat tego, czy macierze terminowo-dokumentowe zostały obliczone przez eksplorację tekstu w danych tweeta. Następnie, brakuje informacji o tym, czy agregując macierz terminów dokumentów dla każdej firmy, zostały obliczone dane reprezentujące częstotliwość słów. Pominięto określenia min. poziomu częstotliwości występowania tweetów i słów kluczowych, który decydował o wykluczeniu firm z dalszych badań (s. 185). Informacje te można jednak odszukać w art. „Text mining (...)”.

Jest natomiast informacja, że przeanalizowano dane za pomocą analizy korespondencji (correspondence analysis, CA). Wybór tej metody jest właściwy ze względu na to, że analiza korespondencji zapewnia wizualne wskaźniki wkładu słów i dokumentów w oparciu o osie, co w tych badaniach ma duże znaczenie.

Analizą objęto 13 firm. 164 słowa były brane pod uwagę w analizie korespondencji. Dzięki analizie korespondencji opracowano dwuwymiarową konfigurację tweetów poprzez

porównanie dwuwymiarowej struktury: firm (wymiar 1) i słów (wymiar 2) (s. 185). Porównując dwuwymiarową konfigurację firm i słów, został wyjaśniony związek między firmami a analizowanymi słowami. Komunikacja na temat zrównoważonego rozwoju branży paliwowo-energetycznej na platformie Twitter wykazuje tendencję do dążenia w kierunku homogeniczności i w wyniku nacisków izomorficznych wykorzystywane jest w niej symboliczne podejście do legitymizacji. (s. 187). Rysunek 3.10/s. 186 podsumowuje główne ustalenia. Jednakże tylko górna część rysunku 3.10/s. 186 jest czytelna, dolna tylko w ograniczonym zakresie. Co utrudnia interpretację wyników statystycznej analizy danych. Czytelnikowi z pomocą mogą w tym momencie przyjść pozostałe dwie publikacje „*Corporate (...)*” (rys. 5/s. 7) i „*Text mining (...)*” (rys. 2/s. 14; rys. 3/s. 14) dlatego, że opracowanie statystyczne wyników badań jest identyczne i obejmuje od jednego do dwóch rysunków identycznych jak te w monografii (s. 186).

Co więcej, interpretacja rys. 3.10/s. 186 na którym są przedstawione dwie odrębne konfiguracje, tj.: dwuwymiarowa konfiguracja słów oraz dwuwymiarowa konfiguracja firm w monografii jest bardzo ogólna, natomiast w art. „*Text mining (...)*” kompleksowa. Poza tym, Habilitantka nie poczyniła żadnych odniesień do tego art. ani w tekście odnoszącym się do analiz i interpretacji, w pozycji „Źródło” powiązanej z rys. 3.10, podała tylko inną współautorką publikację „*Corporate image (...)*”, w której także są prezentowane te kwestie.

Jak wspomniałam, interpretacje tych rysunków w monografii są pobieżne, fragmentaryczne w porównaniu z art. „*Text mining (...)*” i „*Corporate image (...)*”.

Przy tym, w części 3.4.6 w pozycji „Źródło” pod tabelami/rysunkami wskazana jest tylko jedna współautorska publikacja „*Corporate image (...)*”. Podobnie jak w poprzedniej części Autorka podała w pozycji „Źródło” pod tabelami/rysunkami informacje wskazujące na opracowanie własne na podstawie (Paliwoda-Matiolańska, Smolak-Lozano i Nakayama 2020). Wykorzystanie kolejnego art. „*Text mining (...)*” w tej części zostało pominięte.

W części 3.4.7. „*Podsumowanie i wnioski*” argumentacja jest oparta na odpowiedniej podstawie koncepcyjnej. Wnioski powiązane są z wynikami badań i odpowiednio łączą się z pozostałymi elementami pracy. Logika argumentacji jest jasna. Wnioski są powiązane z tytułem monografii i celem szczegółowym pracy (s.15) wyrażonym pytaniem: „*jak procesy instytucjonalizacji zrównoważonego rozwoju przedstawiane są w komunikacji organizacyjnej przedsiębiorstw branży paliwowo-energetycznej, w tym w szczególności w nowych mediach*”

społecznościowych.” Wyniki postępowania badawczego dla postawionej hipotezy badawczej dały podstawę do jej odrzucenia. Niestety ustalenia te nie są porównane z ustaleniami innych autorów. Wcześniejsze badania dotyczące ogólnie komunikacji w nowoczesnych mediach cyfrowych pod względem konstrukcji dyskursu w przez przedsiębiorstwa sektora energetycznego lub w innych branżach praktycznie nie zostały przedstawione w tej monografii.

Co więcej, autorka nie umieściła siebie i swojego zespołu wśród poprzednich badaczy, bo w moim przekonaniu ograniczenie się do podania w pozycji „Źródło” tylko dwóch współautorskich publikacji to o wiele za mało, co budzi moje zastrzeżenia i rzuca cień na wiarygodność i rzetelność tych badań. To bardzo słaba strona tych badań. Budzi to wątpliwości z określeniem, na ile te ustalenia badawcze wypełniają wskazaną przez Habilitantkę lukę między teorią a praktyką (s. 163-164) w sytuacji, gdy kwestie te były już wcześniej przedmiotem dociekań badawczych prowadzonych na tej samej grupie badanych przedsiębiorstw, w tym samym czasie i przy użyciu tych samych metod, a co ważniejsze, współautorskie rezultaty pracy badawczej całego zespołu nie zostały włączone w te badania już na etapie identyfikacji luki badawczej, natomiast liczne fragmenty były wykorzystane w tej monografii w zakresie analiz i interpretacji oraz ustaleń badawczych bez stosownych odniesień do nich.

„Zakończenie” pracy oferuje logiczne powiązanie między empirycznymi a teoretycznymi częściami pracy. Przy czym, są tu także kwestie do których Autorka powraca w monografii czasem kilkakrotnie, co jest zbędne. Ustalenia innych badaczy sprzed ponad blisko 30 lat Habilitantka traktuje jako ustalenia ostatnich lat (s. 191), co nie powinno mieć miejsca w pracy naukowej.

Choć Autorka dokonuje próby wskazania elementów wkładu własnego w przedstawionej monografii to pozwalają one jednak na wyłonienie wyłącznie jej wkładu w części odnoszącej się do badań pierwotnych i wtórnych odnoszących się do przykładu Żurawłowa, bo kolejne fragmenty nie pozwalają na wyłonienie autorskiego wkładu, lecz wkładu wszystkich członków zespołu badawczego z którymi czytelnik ma szansę się zapoznać studiując ich wcześniejsze trzy współautorskie publikacje.

W mojej ocenie ciekawym fragmentem jest powiązanie pomiędzy teorią komunikacji a teorią instytucjonalną i zwrócenie uwagi na instytucjonalizm komunikacyjny. Choć uważam, że czytelnik w części pracy pt. „Zakończenie” powinien mieć szansę zapoznawać się z

najważniejszymi wnioskami z rozdziału podejmującego tę tematykę a nie z syntezą jego elementów.

Kolejnym interesującym fragmentem w tej sekcji jest odniesienie się do kwestii różnic między symbolicznym a standardowym wymiarem zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwem; zwrócenie uwagi na fakt, co interesariusze są skłonni zrobić z informacjami wynikającymi z rozwarstwienia sfer symbolicznych i operacyjnych; dostrzeżenie problemu rozmiaru rozwarstwienia pomiędzy wymiarem standardowym i symbolicznym zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwami i tolerancji jego poziomu przez interesariuszy; odniesienia się do tytułowego *decorum* w kontekście zmian jakie dokonują się z dnia na dzień w instytucjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju.

W tej sekcji Habilitantka nie wskazuje jednak implikacji praktycznych i kierunków dalszych badań. Pomimo że odsłania problem poziomu tolerancji rozmiaru rozwarstwienia pomiędzy wymiarem standardowym a symbolicznym w praktyce zarządzania przedsiębiorstwami (s. 194-195).

Co więcej, postępowanie badawcze, którego wyniki przedstawia niniejsza monografia, nie są pozbawione ograniczeń. Ograniczenia badawcze Habilitantka zasadniczo mogła określić odnosząc się do następujących kategorii: zakres merytoryczny badań, próba badawcza, metody prowadzonych badań i operacjonalizacja zmiennych, jednak tego nie uczyniła.

Konkludując, w moim przekonaniu to badanie nie rozszerza liczby badań instytucjonalnych o badanie wzorców komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych wśród firm energetycznych, ponieważ określenie narracyjnej kontekstualizacji komunikacji za pomocą tweetów, w tym słów kluczowych było rezultatem wspólnych już wcześniej opublikowanych analiz i interpretacji wyników tych samych badań empirycznych. Ustalenia badawcze ujęte w tej części były celem i efektem dociekań naukowych wszystkich członków zespołu, o czym świadczy analiza treści ww. publikacji i oświadczenia współautorów tych publikacji.

Przedstawiona powyżej analiza treści przytoczonych fragmentów monografii i trzech innych publikacji wskazuje, że w analizach i interpretacjach wyników tych badań słowa kluczowe bywają pomijane, opatrywane cudzysłowami, podawane w nawiasach, lub wkomponowywane w zdania bez specjalnych wyróżnień. Na czytelniku sprawia to wrażenie odmienności prezentowanych opisów i komentarzy ujętych w monografii „*Decorum (...)*” od

tych przedstawionych we wcześniejszych współautorskich publikacjach, podczas gdy w rzeczywistości nie do końca tak jest.

Innymi słowy, ustaliłam, że mniejsze/większe fragmenty tekstów z wcześniejszych publikacji są wykorzystane w monografii „*Decorum (...)*” w różnych konfiguracjach, czasami pomijane są jakieś kwestie, lub dany fragment pojawia się kilka akapitów dalej niż w tekście pierwotnym, wszystko to utrudnia czytelnikowi ich identyfikację z tymi wcześniej prezentowanymi w innych publikacjach.

Monografia „*Decorum (...)*” w podrozdziale 3.4. w znacznym stopniu jest odzwierciedleniem współautorskich analiz statystycznych wyników badań i ich interpretacji oraz wniosków z badań wcześniej prezentowanych w innych współautorskich publikacjach. Przy tym, Habilitantka w konkretnych fragmentach pracy, czyli tam, gdzie komunikowane treści są identyczne jak te ujęte we wcześniejszych współautorskich publikacjach nie czyni stosownych do nich odniesień. Co ważne, jedna publikacja w ogóle nie została ujęta w wykazie literatury [A. Nakayama, A. Paliwoda-Matiolańska, E. Smolak-Lozano (2020). *Text Mining (...)*], choć była opublikowana przed wydaniem monografii „*Decorum. (...)*” (2022).

Moim zdaniem, przedstawione w recenzji argumenty w powiązaniu z otrzymanymi oświadczeniami określającymi wkłady merytoryczne pozostałych współautorów (E. Smolak-Lozano, A. Nakayamy) w powstanie prac, których określone efekty zostały później ponownie wykorzystane w monografii wskazanej przez Habilitantkę jako osiągnięcie naukowe pokazują, że ww. osiągnięcia nie są wyłącznym wkładem A. Paliwody-Matiolańskiej, która ubiega się o nadanie stopnia doktora habilitowanego, lecz wszystkich współautorów ww. publikacji.

Otrzymane oświadczenia określające wkłady merytoryczne współautorów w powstanie prac tylko częściowo pozwoliły na ustalenie indywidualnego wkładu Habilitantki.

Analiza wkładów ww. współautorów w powstanie ww. prac jasno wskazuje na ich udział zarówno o charakterze organizacyjnym, technicznym, jak i twórczym, z wyłączeniem opracowania koncepcji badań i założeń badawczych.

Uszczegóławiając, w odniesieniu do rozdziału pt. „*Symbolic or real? Sustainability and Corporate Social Responsibility in social media communication in the energy sector: A triangulated approach analysing hashtags and keywords*” (2019) udział merytoryczny współautorek pokazuje, że A. Paliwoda-Matiolańska i E. Smolak-Lozano współpracowały przy prowadzeniu badań i gromadzeniu danych, analizie i interpretacji wyników oraz

przedstawieniu pracy w formie publikacji, natomiast indywidualnym wkładem Habilitantki było opracowanie koncepcji badań i założeń badawczych, co należy docenić.

W odniesieniu do dwóch pozostałych publikacji, tj.: *Corporate image or social engagement: Twitter discourse on corporate social responsibility (CSR) in public relations strategies in the energy sector (2020)* oraz *Text Mining and Dimension Reduction Methods of Exploring Isomorphism in Corporate Communications (2020)* udział merytoryczny współautorów był następujący: A. Paliwoda-Matiolańska i E. Smolak-Lozano współpracowały przy prowadzeniu badań i gromadzeniu danych, A. Nakayama wykonał obliczenia, wszyscy autorzy współpracowali przy analizie i interpretacji wyników oraz przedstawieniu pracy w formie publikacji. Indywidualny wkład Habilitantki w powstanie tych publikacji polegał na opracowaniu koncepcji badań i założeń badawczych.

Sądzę, że miało miejsce wykorzystanie konkretnych graficznych prezentacji wyników badań, współautorskich analiz i interpretacji wyników tych prac oraz ustaleń badawczych. Podpowiada to zarówno analiza wkładów merytorycznych wszystkich współautorów, jak i analiza treści monografii wskazanej jako główne osiągnięcie naukowe.

W dodatku Habilitantka użyła ww. konkretnych graficznych prezentacji wyników badań (tab. 3.4/s. 166 – brak odniesień do literatury; rys. 3.10/s. 186 – w pozycji „Źródło” podany jest tylko jeden art. zamiast dwóch art.), współautorskich analiz i interpretacji wyników ww. prac oraz ustaleń badawczych ważnych z punktu widzenia podjętej problematyki badawczej nie powołując się na współautorskie publikacje, które zawierają identyczne treści.

Nadto, wątpliwości budzi określenie w monografii przez Autorkę udziału czynnościowego prof. A. Nakayamy w realizowanym projekcie (s. 131). Moje ustalenia wskazują bowiem, że jego wkład nie miał charakteru wyłącznie technicznego, gdyż nie sprowadzał się on tylko do statystycznej eksploracji tekstu w tym projekcie badawczym. Prof. A. Nakayama wspomnianą w monografii statystyczną eksplorację tekstu wykonał także na potrzeby dwóch innych wcześniejszych współautorskich publikacji, z których jedna, jak wspomniałam, [„*Text Mining (...)*”] nie została wykazana w monografii, choć podejmowane są w niej także kwestie identyczne co w monografii. Jednocześnie prof. A. Nakayama był współautorem analiz i interpretacji wyników tych badań empirycznych w dwóch innych publikacjach, co sam stwierdził w oświadczeniach.

Moim zdaniem opis udziału czynnościowego E. Smolak-Lozano (s. 131) przedstawiony przez Habilitantkę w monografii także odbiega od stanu faktycznego z tego względu, że jej udział nie sprowadzał się tylko do opracowania analiz wskaźnikowych mediów społecznościowych. W uzupełnieniu dodam, że E. Smolak-Lozano współpracowała z Habilitantką przy prowadzeniu badań, gromadzeniu danych, dokonała pomiaru zgromadzonych danych. Co więcej, Habilitantka wykorzystwała w monografii konkretne opisy i interpretacje wyników badań oraz ustalenia badawcze z innych wspólnych publikacji, których współtwórcą jest także E. Smolak-Lozano.

Ponadto, jak wspomniałam, w tekście monografii brakuje odsyłaczy do współautorskiego artykułu „*Text Mining (...)*”, został on pominięty w wykazie literatury w sytuacji, gdy Habilitantka wykorzystuje konkretne współautorskie fragmenty tekstu tego artykułu oraz graficzne prezentacje wyników badań. Jak wspominałam, artykuł ten został opublikowany w 2020 r., czyli przed wydaniem monografii „*Decorum (...)*” (2022). Pierwszym autorem pominiętego artykułu jest A. Nakayama.

Moim zdaniem, w monografii brakuje rzetelnych informacji, kto był (współ)twórcą poszczególnych analiz i interpretacji wyników badań, ustaleń badawczych. To rzuca cień na wiarygodność i rzetelność treści ujętych w monografii.

Ponieważ Habilitantka nie powoływała się za każdym razem na inne publikacje, z których wykorzystywała konkretne ich fragmenty w monografii wskazanej jako główne osiągnięcie naukowe. Co sprawia na czytelniku wrażenie, że wszystkie ustalenia literaturowe, analizy i interpretacje wyników badań czy ustalenia badawcze są samodzielnym osiągnięciem Habilitantki, podczas gdy fakty czasem świadczą o innym stanie rzeczy. Dlatego sądzę, że ta monografia w znacznej mierze jest powtórzeniem istniejących już współautorskich opracowań naukowych.

Uważam bowiem, że podanie źródeł pod tabelami i rysunkami tego nie zastąpi. A i te czasem są niekompletne, bo brakuje wskazania publikacji, w której prezentowane informacje były ujęte po raz pierwszy (np. tab. 3.4/s. 166 – brak powołania się na art. „*Corporate (...)*”; rys. 3.10/s. 186 podana jest tylko jedna publikacja w sytuacji, gdy jest ich dwie), co już podkreślałam.

Wskazane powyżej słabe strony monografii „*Decorum (...)*” sprawiają, że interesujący temat nie był przez Habilitantkę eksplorowany w satysfakcjonujący sposób. Dlatego w mojej opinii przedstawiona monografia nie wnosi znacznego wkładu do rozwoju dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

Podsumowując recenzję monografii „*Decorum. Instytucjonalizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach branży paliwowo-energetycznej – perspektywa komunikacyjna*”, wskazanej przez Habilitantkę jako istotne osiągnięcie naukowe stwierdzam, że w mojej ocenie przedstawione w niej treści nie stanowią podstawy do sformułowania konkluzji o znacznym wkładzie dr A. Paliwody-Matiolańskiej w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.

IV. Ocena aktywności naukowej realizowanej w więcej niż jednej uczelni lub instytucji naukowej, w szczególności zagranicznej

Aktywność naukowa dr Adriany Paliwody-Matiolańskiej wykraczała poza jej macierzystą uczelnię, gdyż współdziałała z pracownikami zagranicznych uczelni.

W wymiarze międzynarodowym aktywność naukowa Habilitantki obejmowała m.in. współpracę z dr E. Smolak-Lozano (University of Málaga, Hiszpania) i prof. A. Nakayama (Tokyo Metropolitan University (Japonia)). Efektami naukowymi uzyskanymi poprzez współpracę z tymi naukowcami są trzy współautorskie publikacje (dwa artykuły i jeden rozdział w monografii naukowej), w tym jedna jest publikacja we współpracy tylko z dr E. Smolak-Lozano. Te publikacje naukowe Habilitantka z pozostałymi członkami zespołu zrealizowała w ramach projektu „Instytucjonalizacja wzorców zrównoważonej produkcji w branży paliwowo-energetycznej” (nr 2012/05/D/HS4/01177) finansowanego ze środków NCN, którego była kierownikiem.

W ramach tego projektu Habilitantka odbyła także cztery staże naukowe na zagranicznych uczelniach, których efektem było dzielenie się wiedzą na temat przebiegu instytucjonalizacji idei zrównoważonego rozwoju w Polsce i innych krajach, poznawanie opinii innych naukowców na temat zachowań lokalnych społeczności dotyczących stosowania kontrowersyjnych technologii, analizy uwarunkowań instytucjonalnych implementacji idei zrównoważonego rozwoju w Europie. Kolejny piąty staż odbyła na HEC University of

Montreal. Efektem tego stażu jest jej dołączenie do sieci badaczy nad gospodarką obiegu zamkniętego.

Dr A. Paliwoda-Matiolańska recenzowała trzy rozprawy doktorskie i była członkiem jednej komisji doktorskiej na Uniwersytecie Malaga w Hiszpanii.

Poza tym, była członkiem dwóch zespołów eksperckich oceniających wnioski w konkursach o przyznanie grantów naukowo-badawczych na poziomie narodowym (NCN, w ramach konkursów SONATA 16 i PRELUDIUM 16) i europejskim w ramach programu HORIZON finansowanego przez UE. Nadto, oceniała 6 wniosków o finansowanie projektów badawczych złożonych do NCN w ramach konkursu OPUS 7 i OPUS 21 (rok 2017/3 wnioski) w ramach panelu HS4.

Natomiast przejawem aktywności naukowej realizowanej we współpracy z innymi uczelniami krajowymi jest ekspertyza opracowana w ramach projektu realizowanego przez WSB – National – Luis University w Nowym Sączu, finansowanego przez Europejski Fundusz Społeczny w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013.

Habilitantka po uzyskaniu stopnia doktora wygłosiła 11 referatów na konferencjach zagranicznych, z czego 8 odbyło się za granicą oraz 10 na konferencjach krajowych, co świadczy o przeciętnym poziomie tego rodzaju aktywności. Niemniej jednak, w szczególności pięć z tych wystąpień (autoreferat, s. 37) było szczególną okazją do wymiany poglądów i konfrontacji własnych ustaleń badawczych z ustaleniami innych naukowców i praktyków.

Biorąc pod uwagę aktywność naukową realizowaną w więcej niż jednej uczelni lub instytucji naukowej Habilitantka wykazała ją poprzez udział w projektach badawczych, wystąpieniach na konferencjach krajowych i międzynarodowych, sporządzoną ekspertyzę w ramach współpracy z inną uczelnią krajową, sporządzone recenzje prac naukowych i uczestnictwie w komisji doktorskiej na Uniwersytecie Malaga w Hiszpanii, uczestnictwo w zespołach oceniających wnioski o finansowanie badań, uczestnictwo w pracach zespołów badawczych realizujących projekty finansowane w drodze konkursów krajowych, pełnienie funkcji kierownika projektu finansowanego przez NCN oraz staże naukowe na zagranicznych uczelniach. Wymienione formy aktywności naukowej dr A. Paliwody-Matiolańskiej realizowane poza macierzystą jednostką, w mojej opinii, dały istotne efekty naukowe.

V. Wniosek końcowy

Przedstawione w treści recenzji argumenty wykazały, że dr Adriana Paliwoda-Matiolańska nie wypełnia wymogu art. 219 ust. 1, pkt 2 Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, natomiast wypełnia wymogi art. 219 ust. 1, pkt 1 i 3 tej ustawy.

Monografia pt. *„Decorum. Instytucjonalizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach branży paliwowo-energetycznej – perspektywa komunikacyjna”*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2022, wskazana przez Habilitantkę jako główne osiągnięcie naukowe nie stanowi znacznego wkładu w rozwój dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości. Stwierdzam, że jej wkład w rozwój tej dyscypliny nie jest wystarczający do uzyskania stopnia doktora habilitowanego.

Zatem nie popieram wniosku o nadanie stopnia doktora habilitowanego.

Anna Wójcik-Kampacz