

Wrocław, 15.12.2017

dr hab. Magdalena Sobocińska
Katedra Badań Marketingowych
Wydział Nauk Ekonomicznych
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Recenzja rozprawy doktorskiej

mgra Artura Modlińskiego
pt. „Strategie instytucji kultury wobec niezadowolenia i bojkotów konsumenckich”,
przygotowanej na Uniwersytecie Łódzkim pod kierunkiem naukowym promotora
prof. zw. dr hab. Tomasza Domańskiego oraz promotora pomocniczego
dr Małgorzaty Karpińskiej-Krakowiak

Podstawa opracowania recenzji

Przedmiotem niniejszej recenzji jest rozprawa doktorska Pana mgra Artura Modlińskiego pt. „Strategie instytucji kultury wobec niezadowolenia i bojkotów konsumenckich”. Promotorem pracy jest Pan prof. zw. dr hab. Tomasz Domański, a promotorem pomocniczym Pani dr Małgorzata Karpińska-Krakowiak. Podstawą formalną recenzji jest pismo z dnia 25 października 2017 r. Prodziekan ds. Nauki i Rozwoju Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego Pani prof. zw. dr hab. Ewy Walińskiej w sprawie powierzenia mi w oparciu o decyzję Rady Wydziału do oceny rozprawy doktorskiej mgra Artura Modlińskiego.

Celem recenzji jest odpowiedź na pytanie, czy rozprawa ta spełnia wymogi określone w art. 13 ust. 1 Ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1789).

Uwzględniając wymogi ustawowe wyrażam przekonanie, że przedstawiona do oceny rozprawa doktorska mgra Artura Modlińskiego w pełni spełnia wymagania stawiane

tego typu pracom naukowym. Stanowi ona oryginalne rozwiązanie ważnego problemu naukowego, dotyczącego bojkotów konsumenckich i strategii antykryzysowych instytucji kultury, a także dowodzi, że Doktorant posiada ogólną wiedzę teoretyczną w dyscyplinie: nauki o zarządzaniu oraz umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej.

Szczegółowe uzasadnienie oceny przedłożonej do recenzji rozprawy doktorskiej przedstawiam poniżej. Ocena ta została dokonana z uwzględnieniem takich kryteriów jak:

- problematyka i temat rozprawy,
- cele pracy, pytania badawcze oraz zastosowane metody badawcze,
- zawartość merytoryczna pracy oraz jej układ i struktura,
- strona formalna i edytorska rozprawy doktorskiej.

Ogólna charakterystyka rozprawy

Rozprawa doktorska mgr Artura Modlińskiego dotyczy ważnej, aktualnej oraz dotychczas w małym stopniu rozpoznanej problematyki bojkotów konsumenckich, a także strategii zwalczania i łagodzenia ich skutków przez instytucje kultury. Za walor pracy uznaję wybór problematyki badawczej i jej ujęcie oraz prowadzenie przez Autora rozważań w rozprawie doktorskiej w kontekście takich kategorii jak: niezadowolenie konsumentów, bojkoty konsumenckie, rynek kultury, instytucje kultury, konsumenci kultury i ich procesy nabywcze, segmentacja na rynku kultury, interesariusze i konkurencja na rynku kultury oraz strategie antykryzysowe przedsiębiorstw i instytucji kultury. Nadanie rozprawie doktorskiej takich ram conceptualnych i dokonanie pogłębionej refleksji naukowej nad wskazanymi kategoriami świadczy o dojrzałości naukowej Doktoranta, jak również o dużym wyczuciu podjętej problematyki. Atutem pracy jest prezentowanie w pogłębiony sposób wyników badań literaturowych i badania empirycznego. Osiągnięcie celu rozprawy doktorskiej dotyczącego identyfikacji typów bojkotów konsumenckich występujących w sferze kultury wraz z rozpoznaniem sposobów reakcji instytucji teatralnych na te zagrożenia wymagało od Autora zrealizowania wieloetapowego programu badawczego.

Prowadzenie badań w tym obszarze istotnie wzbogaca wiedzę w zakresie zachowań konsumentów na rynku kultury i jest także wartością z punktu widzenia rozwoju zarządzania w kulturze na płaszczyźnie naukowej oraz w praktyce. Jest to tym istotniejsze, że instytucje kultury stanowią trzon sektora kreatywnego, który posiada znaczący potencjał rozwojowy i ma coraz większy wpływ na PKB, czy rynek pracy.

Złożoność podjętej przez Autora problematyki wynika z tego, iż odbiorcy różnie i w subiektywny sposób reagują na dzieła, czy wyobrażenia o nich, powstałe w wyniku np. doniesień medialnych. Ten sam przekaz artystyczny niejednokrotnie jest nie tylko odmiennie odbierany przez różnych widzów, ale również ten sam uczestnik kultury może nadać dziełu inny sens i znaczenie w zależności m.in. od poziomu swoich kompetencji kulturowych, które są strukturą dynamiczną i mogą się rozwijać, jak również zanikać.

Wielowymiarowość podjętej problematyki wynika także z tego, że sztuka może być traktowana jako wartość autoteliczna, jak również – z uwagi na pełnione funkcje – jako narzędzie zmiany społecznej.

Recenzowana rozprawa doktorska liczy 284 strony wraz załącznikiem w formie narzędzia badawczego. Składają się na nią wstęp, cztery rozdziały, zakończenie, bibliografia, netografia oraz spis rysunków. Układ pracy jest spójny i logiczny. Pragnę podkreślić, że na wysoką ocenę w pełni zasługują zarówno rozważania prowadzone w oparciu o dobrze dobraną (polską i zagraniczną) literaturę przedmiotu, jak i na podstawie zrealizowanego badania empirycznego o charakterze jakościowym. Praca mgra Artura Modlińskiego posiada liczne walory poznawcze oraz aplikacyjne, które są warte upowszechniania w formie monografii lub cyklu artykułów.

Wybór problematyki i tematu rozprawy doktorskiej

Nie mam wątpliwości i z uznaniem podkreślam, że wybrana przez Autora problematyka rozprawy doktorskiej jest nie tylko aktualna i interesująca, ale również ważna z naukowego punktu widzenia. Jest ona tym istotniejsza, iż uwzględnia perspektywę zarządzania instytucjami kultury, posiadającego wyraźną specyfikę wynikającą z funkcji pełnionych przez sztukę, a także łączy ją z podejściem marketingowym oraz wiedzą o zachowaniach konsumentów. Jak słusznie zauważa Autor we wstępie rozprawy doktorskiej, o ile wiele badań i analiz poświęcono kategoriom rozczarowania i niezadowolenia klientów oraz bojkotom konsumenckim skierowanym wobec różnego typu przedsiębiorstwom, to jednak te zjawiska i procesy dotyczące instytucji kultury oraz związane z nimi mechanizmy podlegały dotychczas w bardzo niewielkim stopniu rozpoznaniom naukowym.

Duże znaczenie podjętej przez mgra Artura Modlińskiego problematyki, wyrażonej we właściwie sformułowanym temacie pracy, wynika również z tego, że w dobie postępującej wirtualizacji życia społeczno-gospodarczego konsumenci mogą na większą skalę wyrażać swoje niezadowolenie. Rozwój nowych mediów sprawia, iż współczesne bojkoty konsumenckie przebiegają inaczej niż pierwsze bojkoty. Wynika to także z rosnącej świadomości, oczekiwań i kompetencji konsumentów, którzy mają ułatwiony dostęp do oferty firm z całego świata oraz coraz bardziej precyzyjnie określają swoje oczekiwania. Przemiany te sprawiają, że rośnie na rynku pozycja konsumenta, który przestaje być postrzegany jako bierny odbiorca przekazów marketingowych. W dyskursie dotyczącym konsumenta coraz częściej przedstawia się go jako aktywny podmiot, będący m.in. kreatorem wartości oraz niejednokrotnie źródłem innowacji. Ponadto rozwój teorii konsumpcji związany jest z przywiązywaniem większego znaczenia do uwzględniania osiągnięć współczesnej psychologii i socjologii w wyjaśnianiu zachowań konsumentów na rynku oraz holistycznym ujmowaniem czynników kształtujących postępowanie

konsumenta, a w tym tych o charakterze afektywnym oraz kognitywnym. Zważywszy, że wiedza ma charakter kumulatywny, to problematyka ta wymaga poszerzania i pogłębiania o analizy uwzględniające sektorowe uwarunkowania postępowania konsumentów na rynku i formy ich protestów.

Przeprowadzone przez Autora pogłębione studia literaturowe umożliwiły właściwe zidentyfikowanie luki poznawczej i w konsekwencji pozwoliły stwierdzić, że temat bojkotów konsumenckich oraz strategii antykryzysowych instytucji teatralnych nie był wcześniej w Polsce podejmowany. Jest to tym istotniejsze, gdyż właściwie określona luka badawcza stanowi niezbędny warunek realizacji wartościowych badań o dużym ładunku poznawczym.

Ponadto należy podkreślić, że podjęta przez Doktoranta problematyka posiada duże znaczenie nie tylko w wymiarze naukowym, ale również aplikacyjnym i jest ważna z punktu widzenia rozwoju sfery kultury oraz zwiększania skuteczności oddziaływania instytucji kultury na rynek.

W podsumowaniu tego punktu oceny pragnę stwierdzić, że ujęcie problematyki i wybór pola badawczego w pełni spełnia wymagania stawiane w tym zakresie rozprawom doktorskim, a treść całej pracy zgodna jest z jej tematem.

Ocena celów pracy, pytań badawczych oraz zastosowanych metod badawczych

Określony we wstępie cel pracy doktorskiej został sformułowany poprawnie. Dotyczy on zbadania typów bojkotów konsumenckich, które występują w sferze kultury oraz zidentyfikowania tego, jak podmioty tej sfery reagują na takie zagrożenia. Jest to cel ambitny, oryginalny i odnosi się do zagadnień w małym stopniu dotychczas rozpoznanych. Cel ten został dookreślony pięcioma celami szczegółowymi, z których cztery dotyczą instytucji kultury generalnie, a jeden teatrów. Choć cele szczegółowe w pewnym stopniu wychodzą poza cel główny, gdyż cztery dotyczą instytucji kultury w ujęciu ogólnym, to jednak uważam przyjęcie takiego rozwiązania za właściwe. Pozwala ono szerzej spojrzeć na analizowane problemy. Do celów szczegółowych, które Autor sformułował i zrealizował należy:

- porównanie form oraz uwarunkowań niezadowolenia i bojkotów konsumenckich względem instytucji kultury oraz przedsiębiorstw,
- wskazanie typów bojkotów, którym podlegają instytucje kultury,
- wskazanie determinant bojkotów instytucji kultury,
- opracowanie cyklu rozwoju sytuacji bojkotowej w instytucji kultury,
- wskazanie różnic w strategiach antykryzysowych podejmowanych przez tradycyjne przedsiębiorstwa i instytucje teatralne.

Szczegółowym celem pracy odpowiadają pytania badawcze, które zostały również sformułowane w sposób właściwy. Autor postawił siedem ważnych pytań badawczych i

udzielił na nie odpowiedzi dzięki właściwie zaprojektowanemu i zrealizowanemu procesowi badawczemu. W tym miejscu pragnę podkreślić, iż Doktorant posiada doświadczenia w realizacji projektów badawczych, zarówno ilościowych, jak i jakościowych. Na podstawie analizy załączonej dokumentacji można stwierdzić, iż Autor uczestniczył i uczestniczy w finansowanych m.in. przez Narodowe Centrum Nauki projektach o zasięgu krajowym, jak i międzynarodowym. Udział Doktoranta w takich projektach jest istotny z punktu widzenia pogłębiania umiejętności badawczych.

Osiągnięcie celów pracy wymagało zrealizowania złożonego, ośmioetapowego postępowania badawczego, wykorzystującego ideę triangulacji. Upatruję w tym dużą wartość pracy.

Z uznaniem podkreślam, iż przedstawiony w rozdziale czwartym opis badania wskazuje na wiedzę oraz umiejętności badawcze Autora rozprawy. Z uwagi na sformułowane cele za właściwe należy uznać wykorzystanie metody studium przypadku oraz przeprowadzenie 11 pogłębionych wywiadów. Opracowane przez Autora narzędzie badawcze odpowiada celom badania i pytaniom badawczym. Uważam jednak za właściwsze użycie w tym przypadku sformułowania „scenariusz”, niż jak uczynił to Autor „kwestionariusz”, gdyż badania mają charakter jakościowy, a kwestionariusz jest narzędziem badawczym używanym w badaniach ilościowych.

Dzięki zrealizowanemu badaniu Autor zgromadził ciekawy materiał badawczy, który analizował z wykorzystaniem programu MAXQDA. Podsumowując tę część recenzji pragnę podkreślić, że wybór metod badawczych, wraz z podaniem szczegółowego uzasadnienia ich zastosowania są mocną stroną recenzowanej rozprawy doktorskiej.

Ocena zawartości merytorycznej pracy oraz jej układu i struktury

Zasadniczą strukturę rozprawy doktorskiej wyznaczają wstęp, cztery rozdziały o wewnętrznie rozbudowanej strukturze oraz zakończenie. Sposób i zakres prezentacji poszczególnych problemów oraz zagadnień jest prawidłowy i podporządkowany przedstawionym we wstępie celom pracy, a także pytaniom badawczym. Praca ma klarowną i logiczną konstrukcję. Za właściwe uważam oddzielenie treści teoretycznych od metodycznych i empirycznych. Wpływa to na czytelność prowadzonego przez Autora w pracy wywodu. Trzy pierwsze rozdziały mają charakter teoretyczny, natomiast wyniki badania empirycznego zostały przedstawione w rozdziale czwartym. W rozdziale tym ukazano również metodykę zrealizowanego badania.

Pragnę podkreślić, że wykorzystana w pracy literatura przedmiotu jest obszerna i dobrze dobrana. Obejmuje ona różne typy publikacji, a w tym prace zwarte, artykuły oraz źródła internetowe z okresu 1920-2017.

Bibliografia recenzowanej pracy liczy łącznie 434 pozycje. Cechuje ją walor aktualności, gdyż udział zawartych w niej publikacji wydanych w ostatnich dziesięciu

latach jest znaczący i wynosi 55% (118 pozycji w bibliografii liczącej 214 pozycji bez źródeł internetowych). O bardzo dużym zakresie uwzględnienia dorobku światowego, będącego przejawem internacjonalizacji nauki, świadczy to, iż udział publikacji zagranicznych (głównie angielskojęzycznych) w bibliografii (bez źródeł internetowych) wynosi 85%.

Za walor pracy uważam odwołanie się do dużej liczby angielskojęzycznych i polskich pozycji literaturowych autorstwa osób o uznanym dorobku. Pozwoliło to na dobre osadzenie wyników własnego badania w kontekście dotychczasowego dorobku naukowego. Potwierdza to znane w nauce oraz kulturze prawo ciągłości i zmiany, a także świadczy o dobrym rozeznaniu Autora w zakresie podjętej problematyki i o Jego erudycji. Dobrze dobrana literatura oraz zrealizowane przez mgra Artura Modlińskiego studia literaturowe przełożyły się na ukazanie w pracy w interesujący sposób ważnych nurtów badawczych dotyczących niezadowolenia klientów oraz bojkotów konsumenckich, jak również istotnych wymiarów zarządzania i marketingu na rynku kultury.

Rozdział pierwszy zatytułowany: „Istota niezadowolenia i bojkotu konsumenckiego” zawiera odniesienia do pojęcia niezadowolenia oraz podejść stosowanych w jego badaniu. Autor słusznie zauważa w tej części pracy, że w literaturze satysfakcja oraz niezadowolenie są analizowane jako odrębne zjawiska, jak i kategorie, których nie powinno się rozdzielać, gdyż wzajemnie się one dopełniają. Za właściwe uważam to, iż Autor w swojej pracy przyjmuje podejście zbilansowane, u podstaw którego leży założenie, że występuje możliwość jednoczesnego odczuwania przez konsumenta pewnego stopnia satysfakcji i niezadowolenia. W rozważaniach Pan mgr Artur Modliński wskazuje w oparciu o analizę dorobku literaturowego, że niezadowolenie nie musi dotyczyć jedynie wartości użytkowej oferty, lecz również czynników pozaofertowych i może wynikać z niezgodności między postępowaniem oferenta na rynku a normami i wartościami oraz przekonaniami konsumentów. Uwzględnianie tzw. czynnika moralnego jest szczególnie ważne w wyjaśnianiu zachowań konsumentów na rynku kultury. Za wartościowe uważam także zwrócenie uwagi na branżowe uwarunkowania powstawania niezadowolenia oraz na konsekwencje jednorazowego i trwałego niezadowolenia. Istotną częścią tego rozdziału jest ukazanie przez Autora modeli teoretycznych opisujących przyczyny satysfakcji i niezadowolenia, a w tym modelu oczekiwanej niezgodności, modelu postrzeganej wydajności, modelu atrybucji, modelu akcentującego rolę emocji, humoru i nastroju konsumenta w kształtowaniu się niezadowolenia oraz modelu opartego na sprawiedliwości wymiany rynkowej, czy też modelu Kano, wskazującego na to, że niezadowolenie konsumenckie powstaje, gdy produkt nie spełnia potrzeb podstawowych i negocjowanych. Za interesujące i ważne z punktu widzenia podjętej problematyki uważam wskazanie na główne kategorie przyczyn negatywnych odczuć konsumentów, a w tym czynniki ekonomiczne, kognitywne, afektywne oraz błędy w procesach komunikowania się. Do atutów tego rozdziału zaliczam także dokonanie modyfikacji klasyfikacji J.

Goodmana, dotyczącej przyczyn niezadowolenia w ujęciu podmiotowym i przedmiotowym oraz porównanie tej klasyfikacji z klasyfikacją przyczyn niezadowolenia klientów według S. Mahapatry, a także zaprezentowanie procesowego ujęcia niezadowolenia, zgodnie z którym niezadowolenie może pojawić się przed zakupem, w trakcie i po zakupie. Z uznaniem przyjmuję rozważania dotyczące niezadowolenia użytkowego oraz normatywnego, wynikającego z działań pozaofertowych przedsiębiorstwa, typologii niezadowolonych konsumentów, jak również form wyrażania przez nich niezadowolenia. Dokonane przez Autora pogłębione analizy stanowią podstawę do zaprezentowania zjawiska bojkotu konsumenckiego, a w tym jego definicji i genezy. W ciekawy sposób zostały także omówione przykłady bojkotów konsumenckich. Ważnym osiągnięciem Doktoranta jest również przedstawienie, w oparciu o analizę literatury, tendencji i zmian intensywności występowania motywów bojkotów konsumenckich i wskazanie na: polityczno-handlowe, społeczne, środowiskowe i hybrydowe bojkoty konsumenckie. Wnioski wynikające z rozdziału pierwszego są dobrym punktem wyjścia do rozważań podejmowanych w kolejnych częściach pracy.

W rozdziale drugim zostali ukazani uczestnicy bojkotów konsumenckich oraz cele i kategorie tych bojkotów. Wśród uczestników bojkotów konsumenckich Autor wskazuje na dziewięć głównych podmiotów, do których zalicza: podmiot objęty bojkotem, aktualnych i potencjalnych konsumentów, media, instytucje kontrolne, instytucje sądownicze, liderów opinii, grupy nacisku oraz organizacje społeczne. Wymieniony zestaw podmiotów wydaje się kompletny i wskazuje na holistyczne ujmowanie podjętej w pracy problematyki. Autor w umiejętny sposób analizuje przesłanki bojkotów konsumenckich, wskazując na ich główne (behawioralne i emocjonalne) oraz pośrednie (ekonomiczne, wizerunkowe i informacyjne) cele. Rozróżnienie celów głównych bojkotów konsumenckich od celów pośrednich, dzięki którym możliwe staje się zrealizowanie celów głównych, wskazuje na złożoność podjętej problematyki oraz na dużą wiedzę Doktoranta w tym zakresie, wynikającą z obserwacji i analizy przypadków. Kolejną interesującą częścią tego rozdziału jest dokonanie kategoryzacji bojkotów konsumenckich oraz wyróżnienie – wraz z ich analizą i wskazaniem przykładów – bojkotów: prywatnych, publicznych, politycznych i państwowych, a także bojkotów jedno i wielopodmiotowych, bojkotów reorientacyjnych i regresyjnych, bojkotów pokojowych i siłowych, bojkotów z wykorzystaniem podmiotów referencyjnych oraz bojkotów prowadzonych w środowisku internetowym i rzeczywistym. Rozdział ten cechuje się spójnością, a jego walorem są także autorskie ujęcia graficzne prezentowanych zagadnień w formie rysunków, które bardzo dobrze syntetyzują omawiane zagadnienia.

Rozdział trzeci poświęcony został problemom zarządzania i marketingu na rynku kultury oraz mechanizmom powstawania niezadowolenia uczestników kultury. Stanowi on logiczną konsekwencję analiz prowadzonych w dwóch pierwszych częściach pracy. Rozdział ten rozpoczynają rozważania odnoszące się do kultury wysokiej i procesów jej

urynekowania. Autor zgodnie z zapowiedzią we wstępie przedstawia specyfikę rynku kultury, jego podmioty, produkty oferowane na tym rynku oraz ich cechy, wśród których wskazuje na nieuchwytność, unikalność, symboliczność, hedonizm i estetyzm oraz czasochłonność. Za cenne uważam także rozważania dotyczące wartości dostarczanych przez produkty kultury odbiorcom oraz typów i funkcji instytucji kultury, a także oferowanych przez nie dóbr i usług. Na podkreślenie zasługuje omówienie w pracy modelowych podejść tworzenia oferty przez instytucje kultury, a w tym podejścia tradycyjnego, które zakłada, że oferta tworzona jest tylko przez artystów i dyrektora artystycznego oraz zyskującego na znaczeniu podejścia zespołowego, którego istotnym elementem jest uwzględnianie w procesach kreacji oferty perspektywy działu marketingu oraz pozyskiwanie informacji na temat potrzeb i gustów konsumentów. Jak słusznie zauważa Autor badania marketingowe w tym przypadku wykorzystywane są po to, aby stworzyć repertuar odpowiadający zespołowi artystycznemu oraz oczekiwaniom uczestników kultury. Wartościowe są również treści tego rozdziału dotyczące typów uczestników kultury oraz procesów nabywczych wraz z podaniem szerokiego spektrum ich wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań. Autor w tej części pracy przedstawia proces segmentacji i wybór grupy docelowej na rynku kultury oraz analizuje strategie pozycjonowania instytucji kultury, uwzględniające typ konsumenta, poszukiwane korzyści, charakter produktu, współpracę z inną marką, jak również odwoływanie się do innych marek, czy też charakter produktu i cechy oferty. Mgr Artur Modliński za przedmiot swoich rozważań uczynił również procesy konkurencji na rynku kultury oraz tworzenie pozytywnych relacji z interesariuszami. Do walorów pracy zaliczam także ukazanie nowoczesnych, interaktywnych rozwiązań, których zastosowanie w sferze kultury podnosi wartość oferty instytucji kultury.

Rozdział czwarty ma charakter empiryczny. Według mojej opinii wartość tego rozdziału jest bardzo duża. Przeprowadzone przez Autora badanie i analiza wyników jest dużym atutem pracy i w szczególności stanowi o wkładzie mgra Artura Modlińskiego w rozwój nauk o zarządzaniu. Na podkreślenie zasługuje właściwy sposób zaprezentowania metodyki badania. Zrealizowany przez Autora proces badawczy był wieloetapowy i obejmował badania o charakterze jakościowym. Przyjęte założenia badawcze, wybór metod i konstrukcja narzędzia badawczego, a także sposób przeprowadzenia wywiadów oraz zakres ich analizy są prawidłowe. Szczegółowa ocena zastosowanych przez Autora rozwiązań metodycznych została dokonana w części recenzji poświęconej celom pracy, pytaniom badawczym oraz zastosowanym metodom badawczym. Wartościową częścią omawianego rozdziału są prowadzone przez Doktoranta rozważania dotyczące etapów sytuacji kryzysowych ujętych w formie modeli linearnych oraz cyklicznych. Dokonany przegląd literatury oraz analiza wyników zrealizowanego badania jakościowego pozwoliły Autorowi na stworzenie własnego modelu obrazującego cykl rozwoju sytuacji kryzysowej w instytucji kultury. Model ten odwołuje się do założenia o cykliczności sytuacji

kryzysowej. Zakłada się w nim występowanie czterech etapów sytuacji kryzysowej, oddzielonych wydarzeniami granicznymi. Do etapów tych Autor zaliczył: spokój organizacyjny, deeskalację/eskalację, zwalczanie kryzysu i łagodzenie jego skutków oraz uczenie się i adaptację. Za bardzo wartościowy uważam pogłębiony opis etapów sytuacji kryzysowej w instytucji kultury, wzbogacony o treści wywiadów. Wartościowe są także zaprezentowane w pracy studia przypadków dotyczące strategii zwalczania i łagodzenia skutków bojkotów konsumenckich realizowane przez polskie instytucje teatralne. Rozpoznaniem i analizą zostały objęte sytuacje kryzysowe w takich instytucjach kultury, jak: Teatr Polski we Wrocławiu, Teatr Polski w Bydgoszczy, Teatr Stary w Krakowie, Teatr Polonia w Warszawie, Teatr Dramatyczny w Warszawie, Teatr Śląski w Katowicach. O głębi i randze pracy świadczy odnośnienie się Autora w opisach studiów przypadków do kategorii immanentnie związanych z istotą sztuki, wśród których należy wskazać na wolność twórczą i jej granice lub ich brak w sztuce, wartości przekazywane przez sztukę, relacje między twórcami a decydentami środków finansowych i organizatorami instytucji kultury, misję artystyczną, pozycję uczestnika kultury na rynku oraz wartości religijne. Ponadto przeprowadzone przez Autora studia literaturowe oraz badania empiryczne pozwalają na stwierdzenie, że bojkot co do zasady w praktyce przedsiębiorstw nie jest postrzegany w kategoriach promocji, natomiast w przypadku instytucji kultury, z uwagi na ich specyfikę i funkcje sztuki, może być formą zaplanowanych działań marketingowych.

Wyrazem realizacji celów pracy jest także opracowanie przez Autora na podstawie badań jakościowych typologii instytucji kultury stosujących kontrowersyjne treści. Podzielam pogląd mgra Artura Modlińskiego, iż w przypadku instytucji kultury wzbudzanie kontrowersji niejednokrotnie ma charakter celowy i może służyć nie tylko promocji, ale również realizacji misji kulturalnej instytucji kultury. Autorska i bardzo interesująca propozycja typologii instytucji kultury uwzględniająca cel stosowania kontrowersji (realizacja misji, promocja) oraz status instytucji kulturalnej (prywatna, publiczna) posiada walory poznawcze oraz aplikacyjne.

O naukowym charakterze pracy świadczy także wskazanie na kierunki rozwoju dalszych badań dotyczących bojkotów konsumenckich w sferze kultury, a w tym badań porównawczych oraz ilościowych.

Wypracowana struktura rozprawy, tok rozumowania, rodzaj wykorzystywanych argumentów w treści pracy, a także zakres zrealizowanych badań literaturowych i badania jakościowego oraz sposób prezentacji wyników uważam, że zasługują na bardzo wysoką ocenę. W podsumowaniu merytorycznej oceny rozprawy doktorskiej wyrażam pełne przekonanie, że mgr Artur Modliński zrealizował cele pracy oraz odpowiedział na pytania badawcze i wskazał jakie rodzaje bojkotów występują w przypadku instytucji teatralnych, a także jak instytucje te reagują na takie zagrożenia.

Strona formalna i edytorska pracy

Rozprawa doktorska została przygotowana z dbałością o kwestie edytorskie oraz estetyczne. Język pracy jest zrozumiały i precyzyjny. Świadczy to o sprawności narracyjnej Autora, opanowaniu przez Niego warsztatu pisarskiego, odczytaniu w zakresie podjętej problematyki i dużym wyczuciu tematu. Sposób prowadzenia rozważań jest logiczny i podporządkowany tezie pracy. Prezentacja bogatej i dobrze wyselekcjonowanej bibliografii jest zgodna z obowiązującymi standardami, choć występują w tym zakresie niewielkie usterki. Dotyczą one braków dat publikacji niektórych pozycji podanych w bibliografii. Natomiast w przypadku publikacji D. Jemielniaka „Badania jakościowe. Podejścia i teorie” zabrakło wskazania na redakcję. Podobnie w przypadku podręcznika: „Badania marketingowe. Teoria i praktyka”. Jest to jednak kwestia bardzo techniczna i nie zmniejsza wartości pracy, w tym także w warstwie formalnej. Zwracam na nie uwagę, gdyż uważam, że praca zasługuje na opublikowanie i warto uzupełnić brakujące informacje w przypisach. Sugeruję rozważyć także zmodyfikowanie sformułowania: „...niezadowolenie konsumentów powstaje, gdy produkt lub usługa nie spełnia potrzeb ...” (s. 21), ponieważ w literaturze z zakresu marketingu przyjmuje się, że usługa jest produktem.

Do walorów pracy zaliczam dobrze przygotowany wstęp i zakończenie, posiadające wszystkie niezbędne elementy, które powinny być w nich ujęte, a także wartościowe podsumowania kończące poszczególne rozdziały. Pragnę także zwrócić uwagę na w większości autorskie opracowania rysunków, które potwierdzają, iż Autor posiada umiejętność syntezy i wizualizacji wyników rozpoznania literaturowych i empirycznych. W znaczący sposób porządkują one i uatrakcyjnają treści prowadzonych rozważań.

Konkluzja recenzji

W konkluzji recenzji pragnę wskazać na główne walory rozprawy doktorskiej mgra Artura Modlińskiego. Zaliczam do nich przede wszystkim:

- podjęcie oryginalnego i ciekawego oraz w bardzo małym stopniu dotychczas rozpoznanego tematu dotyczącego zachowań konsumentów, bojkotów konsumentów, rynku kultury i jego podmiotów oraz strategii antykryzysowych instytucji kultury,
- systematyzację istniejącego dorobku naukowego w zakresie natury i mechanizmów oraz konsekwencji niezadowolenia konsumentów, a także zjawiska bojkotu konsumentów,
- zidentyfikowanie typów bojkotów, którym podlegają instytucje kultury, ich determinanty, jak również dokonanie porównania bojkotów konsumentów wobec instytucji kultury oraz przedsiębiorstw,
- stworzenie typologii instytucji kultury stosujących kontrowersyjną treść oraz promocję i wyróżnienie przez Autora instytucji kultury typu: Celebryta, Neron, Stańczyk, Diogenes,

- stworzenie autorskiego modelu obrazującego cykl zarządzania sytuacją kryzysową w instytucjach kultury,
- poparcie rozważań literaturowych analizą 6 studiów przypadków i wynikami badań pierwotnych zrealizowanych w formie pogłębionych wywiadów z 11 przedstawicielami instytucji teatralnych w Polsce.

Recenzowaną rozprawę oceniam wysoce pozytywnie zarówno w warstwie teoretycznej, jak i empirycznej. Praca mgra Artura Modlińskiego jest bardzo wartościowym opracowaniem, które wzbogaca dorobek w zakresie nauk o zarządzaniu. Posiada również walory aplikacyjne, gdyż wyniki przeprowadzonych studiów literaturowych i zrealizowanych wywiadów pogłębionych mogą być użyteczne dla decydentów w instytucjach kultury i warte są upowszechniania.

W świetle pogłębionej lektury rozprawy doktorskiej i w nawiązaniu do ustaleń przedstawionych w treści recenzji uważam za wskazane przygotowanie przez Autora na bazie rozprawy doktorskiej publikacji. Przemawia za tym tematyka, wartość naukowa pracy, a także jej walory aplikacyjne. Publikacja taka mogłaby zainteresować zarówno ekonomiczne środowisko naukowe, a także osoby zarządzające instytucjami kultury oraz twórców i artystów. Poszerzałaby ona wiedzę o występowaniu różnorodności sposobów interpretacji dzieł, gdyż jak pisał w „Teorii widzenia” związany z Łodzią Władysław Strzemiński: *„Widzenie – to nie tylko bierny odbiór doznań wzrokowych. Otrzymane doznania poddajemy analizie myślowej, konfrontujemy z odpowiadającymi im odcinkami rzeczywistości, wyjaśniamy sens powstałych stąd wzajemnych związków i przyczyn. (...) Istnieje wzajemny wpływ myśli na widzenie i widzenia na myśli. (...) W procesie widzenia nie to jest ważne, co mechanicznie chwyta oko, lecz to, co człowiek uświadamia sobie ze swojego widzenia”*.

Recenzowana rozprawa pt. „Strategie instytucji kultury wobec niezadowolenia i bojkotów konsumenckich” napisana pod kierunkiem naukowym promotora prof. zw. dr hab. Tomasza Domańskiego oraz promotora pomocniczego dr Małgorzaty Karpińskiej-Krakowiak w pełni spełnia wszystkie warunki stawiane rozprawom doktorskim określone w art. 13 ust. 1 Ustawy z dnia 14 marca 2003 roku o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1789) i stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz wykazuje ogólną wiedzę teoretyczną Doktoranta w zakresie nauk o zarządzaniu, a także potwierdza umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. Uwzględniając powyższe wnoszę o przyjęcie rozprawy doktorskiej mgra Artura Modlińskiego i dopuszczenie do publicznej obrony. Jednocześnie z uwagi na zaprezentowane w recenzji liczne walory pracy składam wniosek o wyróżnienie rozprawy doktorskiej mgra Artura Modlińskiego nagrodą zgodnie z zasadami stosowanymi w Uniwersytecie Łódzkim.

Magdalena Sobocińska