

Dr hab. Marcin T. Zdrenka, prof. UMK  
Instytut Filozofii  
Uniwersytet Mikołaja Kopernika

Recenzja rozprawy doktorskiej  
**Mgr inż. Agnieszki Walczak-Skałeckiej**

## **Koncepcja marki osobistej w świetle wybranych teorii tożsamości narracyjnej**

Lublin 2022, stron 198

### **Problematyka i cel pracy oraz uwagi wstępne**

Głównym zagadnieniem rozprawy doktorskiej mgr inż. Agnieszki Walczak-Skałeckiej jest pojęcie marki osobistej, czyli kategoria wypracowana w marketingu i jako taka stanowiąca zagadnienie rozpoznawane przez nauki ekonomiczne. Autorka stawia sobie ambitne zadanie wyprowadzenia centralnej kwestii poza ramy swojej dziedziny, a nawet dalej – poza pole nauk społecznych, jeśli trzymać się przyjętej dziś (i moim zdaniem nadużywanej) typologii i demarkacji naukowej. Wiąże się to z próbą przeprowadzenia analizy problemu marki osobistej przy użyciu teorii tożsamości narracyjnej w kontekstach – jak wskazuje to sama Doktorantka – filozoficznych, psychologicznych i socjologicznych.

Tak zarysowany projekt, przede wszystkim przez swoją interdyscyplinarność jest nie tylko ambitny, ale także poznawczo intrygujący; pośrednio zaś demaskujący sztuczność niektórych podziałów stosowanych w dzisiejszym naukoznawstwie. Ma to szczególne znaczenie w filozofii, którą reprezentuję, traktowanej dziś jako jedna z dyscyplin humanistycznych. Można jednak stwierdzić, że jest to perspektywa dalece redukcyjna i ograniczająca istotę tego, czym przez stulecia filozofia była i czym chce być także dzisiaj.

Sekretariat Instytutu Filozofii  
Wpłynęło, dnia 1.8.2023  
EJB  
.....  
podpis

Jest to jednak kwestia drugorzędna wobec centralnej trudności natury formalnej. Praca doktorska mgr inż. Walczak-Skałeckiej została przygotowana na kierunku nauki o poznaniu u komunikacji społecznej. To w poważny sposób determinuje rolę recenzenta reprezentującego dziedzinę filozofia. Rzetelne wywiązanie się z tego zadania musi wiązać się z ograniczeniami w postaci rozpoznania walorów wymiaru filozoficznego pracy, ewentualnie interferencji tego wymiaru z pozafilozoficznymi zagadnieniami rozprawy oraz daleko idącemu zawieszeniu oceny w tych polach, w którym dominuje perspektywa innych dyscyplin naukowych. Działając w poczuciu odpowiedzialności za powierzone mi zadanie oraz rozpoznając granice swoich kompetencji przestawię zatem ocenę wybranych partii pracy, pozostawiając inne jej wymiary pozostałym recenzentom. Dotyczy to także ogólnej konkluzji postępowania, która – w moim przekonaniu wyłonić powinna się dopiero na etapie dyskusji, po wszystkich konfrontacji stanowisk, reprezentowanych przez różne dziedziny. Nie oznacza to, że powstrzymuję się od jednoznacznej konkluzji niniejszej recenzji; pozostawia jednak otwarte pole do dyskusji podczas obrony. Jest oczywisty element każdej procedury doktorskiej – jednak w przypadku interdyscyplinarnej pracy, z jaką mamy tu do czynienia, ma to specjalne znaczenie i wymaga wyraźnego podkreślenia.

### **Ocena struktury pracy**

Praca zbudowana jest z czterech rozdziałów. Trzy pierwsze skonstruowane są poprawnie i wpisują się w klasyczną triadę, jakże ulubioną przez filozofów: prezentację kwestii narracyjnej tożsamości – w rozdziale pierwszym; pojęcie i rozwój kategorii marki osobistej – w rozdziale drugim; wyzwania z związane z marką osobistą w zderzeniu z koncepcjami tożsamości narracyjnej – w rozdziale trzecim.

W pracy odnajdujemy też rozdział czwarty, traktujący o „pragmatyce budowania marki osobistej” i będący próbą odpowiedzi na dość pompatyczne pytanie „czy bycie *marką* wyklucza bycie człowiekiem?”. Odniosę się to niego w części oceny merytorycznej, jednak już teraz sygnalizuję konstrukcyjną niespójność tej ostatniej części z całością konstrukcji pracy. Rozdział ten – odjawszy obecny w nim diagram – składa się z niecałych pięciu stron, podczas gdy pierwszy – z pięćdziesięciu jeden, drugi – pięćdziesięciu, trzeci – czterdziestu. Obnaża to w sposób wyraźny

niespójność konstrukcyjną rozprawy, co szczególnie doskwiera wobec ważnych pytań natury etycznej, które odszyfrowuje w tytułowym pytaniu „czy bycie *marką* wyklucza bycie człowiekiem?”.

Pracę dopełniają poprawnie skonstruowane wprowadzenie i podsumowanie oraz obszerna bibliografia. Jej obszerność i sposób opracowania budzi uznanie, podobnie jak wzbogacenie (i precyzyjne opisanie tego w spisie treści) wywołu elementami graficznymi – rysunkami, diagramami oraz tabelami. To, co może niepokoić, zwłaszcza wobec nieobszerności rozdziału czwartego oraz podsumowania, to fakt, że odjęcie od rozprawy bibliografii (16 stron), 24 rysunków (szacunkowo 18 stron) oraz czterech tabel (5 stron) wyraźnie wpływa na jej objętość, która (ponownie: szacunkowo) zmniejsza objętość dysertacji do 150 stron. Nie jest to jakoś skandalicznie niski wynik, ale wobec interdyscyplinarności projektu oraz konieczności przeprowadzenia wielu prac przygotowawczych dotyczących różnych dziedzin (filozofia, socjologia, psychologia, ekonomia i zasadnicza część poświęcona marce osobistej) dość zastanawiający.

### **Ocena merytoryczna**

Muszę podkreślić że w wymiarze filozoficznym, z uwzględnieniem pośrednio sygnalizowanego przez Autorkę w rozdziale czwartym etycznego wymiaru zagadnienia marki osobistej, ocenie może zostać poddana jedynie część rozdziału pierwszego, niektóre elementy rozdziału drugiego oraz kilka wątków w pozostałych częściach pracy.

Prezentacja teorii tożsamości w filozofii, jak i jej koncepcji tożsamości narracyjnej jest przeprowadzona prawidłowo; dobór i sposób referowania na użytek konfrontacji z centralnym zagadnieniem pracy koncepcji Charlesa Taylora, Alasdaira MacIntyre'a oraz Paula Ricoeura jest jak najbardziej trafny. Dobrym zabiegiem było zarówno bezpośrednie przywołanie źródeł, jak i opracowań (K. Rosner, K. Filutowska) oraz szersze odniesienia do innych koncepcji (np. B. Willimas, D. Mackie, D. Parfit). Generalnie uznanie budzą naprawdę szerokie odniesienia do literatury przedmiotu, co znajduje swoje odzwierciedlenie choćby w rozbudowanych przypisach.



Za trafne posunięcie uważam także, decyzję Autorki by przy prezentacji zagadnienia tożsamości narracyjnej nadmiernie i sztucznie nie wydzielać warstw socjologicznej, filozoficznej i psychologicznej. Pozwoliło to uniknąć całkowicie jałowej dyskusji o identyfikacji dziedzinowej różnych autorów (np. Z. Baumana) i swobodnie przemieszczać wywód między rozpoznaniem Taylora czy MacIntyre'a a na przykład Baumana czy Giddensa, których co gorliwsi zwolennicy ładu naukoznawczego nazwali by socjologami. Pokazuje to wyraźnie, że podejście interdyscyplinarne może być twórcze i inspirujące. A także nowatorskie – jeśli wziąć pod uwagę świadomość autorki, że część pytań, jakie chce w pracy postawić, nie zyskała odpowiedzi w dostępnej literaturze (s. 5).

Nie jestem jednak przekonany, czy udało się podobnego płynnego przejścia dokonać między filozofią, socjologią i częściowo psychologią a teoriami marki osobistej, prezentowanymi w rozdziale drugim i częściowo trzecim. Doktorantka pozostaje wyraźnie „w mocy” języka nauk ekonomicznych, czy może raczej „w mocy marki osobistej” oraz tezy o dominującym i kluczowym znaczeniu tego pojęcia nie tylko w marketingu, ale także w wymiarze społecznym, politycznym czy mediów społecznościowych. Argument z rosnącej liczebności wpisów z hasztagiem #marka-osobista czy #personalbranding w serwisie Instagram ma swoją moc perswazyjną, ale jest dyskusyjny metodologicznie. Nie uwzględnia na przykład zwiększającej się liczby użytkowników Instagrama (szacunkowo ok. 1 miliarda na początku 2019 roku do ponad półtora miliarda w połowie roku 2022 i około 2 miliardów obecnie). Jest to zatem przyrost – w opisywanym przed Doktorantką okresie 2019-2022 o ponad 50%, co w pewnym stopniu łagodzi uderzające statystyki gwałtownego przyrostu liczebności tych czy innych hasztagów). Sam jednak koncept uzasadnienia przy pomocy tej metody rozrastania się sfery oddziaływania pojęcia „marka osobista” jest oryginalny i inspirujący do dalszych poszukiwań. Co więcej, inne źródła, takie na przykład jak Google Ngram (badające występowanie słów w zasobach Google Books – niestety jedynie do roku 2019) potwierdzają te trendy. Tym bardziej szkoda, że wątek ten nie został rozwinięty (formułuję to nie w postaci zarzutu, ale jedynie z pozycji niezaspokojonej ciekawości).

W ogólnym rozrachunku pewnej hegemonii pojęcia „marka osobista” widocznej w pracy można się było spróbować wyraźniej przeciwstawić. Pojęcie to jest modne i szeroko stosowane oraz w naturalny sposób koegzystuje z gwałtownie

rozwijającymi się mediami społecznościowymi czy tak zwaną kulturą narcyzmu. Z pewnością byłoby z zyskiem dla pracy, gdyby ten wątek pojawił się w pracy, choćby w kontekście prac A. Blooma czy M. Szpunar. Twierdzą jednak – choć chętnie na ten temat podyskutuję z Autorką – że „marka osobista” nie ma jednak aż tak totalnej i dominującej pozycji w szeroko rozumianej kulturze. Można przecież sobie wyobrazić prowadzenie działalności społecznej, naukowej, artystycznej czy nawet biznesowej bez bezpośredniego żadnego angażowania się w zarządzanie „marką osobistą” (zwłaszcza w działalności pozabiznesowej). Co więcej, przyjmowanie hegemonii tej figury jest także na swój sposób legitymizacją neoliberalnego hiperkapitalizmu, który – jako formuła organizacji życia społecznego jest dzisiaj jeśli nie podważany, to dyskutowany.

Autorka zdaje się podążać za rozbudowanymi koncepcjami rozumienia, budowania i rozwijania marki osobistej i wyraźnie widać, że właśnie w tym miejscu pracy jest w swoim żywiole. W rozdziale trzecim udaje się jej też skutecznie zbliżyć do siebie kategorie marki osobistej i narracyjności. Szkoda tylko, że niektóre ważne wątki są ledwie wzmiankowane – jak chociażby kwestia zagrożeń zdrowia psychicznego w podrozdziale 3.5, zaś te, które wprost prowokują pytania o charakterze etycznym, rozpoznawane są jako wyzwania osobiste, albo właśnie dotyczące zdrowia psychicznego (zob. przypadek G. Miecznikowskiego, s. 156 i n.)

Jednak trafność bądź słabość rozpoznań dotyczących bezpośrednio koncepcji marki osobistej mogę, jako recenzent, ocenić jedynie w perspektywie „zewnątrznego” obserwatora – tu wręcz niezbędna będzie pomoc innych Recenzentów, lepiej zorientowanych w problematyce nauk ekonomicznych czy teoriach marketingu. Kwestie, które mogłyby zainteresować filozofa, a szczególnie etyka – na przykład relacja pojęć osoba (nie tylko tożsamość) i marka osobista czy ograniczenia stosowalności marki osobistej – mogłyby wybrzmieć w dobrze skonstruowanym rozdziale czwartym, który nadaje się na świetny wehikuł do rozpoznań syntetyzujących perspektywę filozoficzną, etyczną i z zakresu teorii marketingu czy nauk ekonomicznych. Obiecuje to wprost jego tytuł – o ile dobrze odczytuje intencje pytania „czy bycie *marką* wyklucza bycie człowiekiem?”.

Jednak jak to wskazałem powyżej, rozdział czwarty jest mocno szkieletowy (ogłędnie mówiąc – zwięzły) oraz skupia się głównie na rozwijaniu autorskiej pragmatyki budowania marki osobistej. Tym samym większość pytań etycznych oraz



kwestii wskazanych wyżej pozostaje ostatecznie bez odpowiedzi. Kilka dodatkowych uwag pojawia się co prawda w zakończeniu, ale poziom refleksyjności o kondycji człowieka współczesnego („ciągła walka o przetrwanie”, „rzeczywistość napawająca nas lękiem” – s. 178) nie zostaje pogłębiony i nie wykracza poza potoczne podzielane przeświadczenia. Odpowiedź na ponownie postawione w finalnym rozdziale pytanie (s. 174) „czy bycie *marką* wyklucza bycie człowiekiem?”, jakkolwiek negatywna i związana ze zgrabnie sformułowaną deklaracją, że człowiek powinien dbać o to, by być podmiotem swojej własnej historii” pozostaje właściwie czystą deklaracją.

Ostatecznie można postawić istotne pytanie – jaką rolę w rozprawie pełni komponent filozoficzny? Kluczowe kwestie etyczne czy filozoficzne nie są w niej wyraźnie rozwijane – niezależnie od wysokiego poziomu trafności doboru źródeł i poprawności prezentacji samych koncepcji. By jednak trafnie ocenić z pozycji recenzenta, w jakim stopniu narracyjna koncepcja tożsamości przyczyniła się do rozwoju zagadnienia marki osobistej, należy takiej oceny dokonać we wnętrzu nauk ekonomicznych lub innej perspektywie (teorii marketingu?), w której pełni ona kluczową rolę. Z pewnością z pomocą mogły tu przyjść inne nauki społeczne. Jestem w tej kwestii bardzo ciekaw opinii pozostałych Recenzentów.

### **Rysunki, diagramy, tabele**

Istotną częścią pracy i formy jej prezentacji pozostają liczne ilustracje, diagramy i tabele. Przyjmuję ich obecność z pokorą i wielkimi zastrzeżeniami wobec własnych kompetencji i przyzwyczajzeń. Ten typ poszerzania przekazu w filozofii i etyce stosowany jest rzadko, co jednak nie powinno rzutować na ocenę ich stosowania w innych naukach i formach komunikacji naukowej. Więcej nawet, gotów jestem uznać doświadczenie obcowania z nimi jako ważny element poszerzania własnych kompetencji i inspirujący pretekst do ogólniejszej refleksji o komunikowaniu się z czytelnikami.

Mam jednak pewne zastrzeżenia natury ogólnej. Część z rysunków (np. rys. 1, s. 54) jest chyba wyrazem artystycznej ekspresji Autorki (nie ma w tym nic złego!), ale niewiele wnosi do wyjaśnienia zagadnienia, które mają ilustrować? Wyraźnie to widać, gdy skonfrontujemy się z pytaniem: jak bardzo zmniejszy się czytelność

opisu spirali narracyjnych reinterpretacji, jeśli zrezygnować z umieszczenia tego rysunku? W moim przekonaniu – w niewielkim, zgoła – żadnym.

Podobna refleksja nasuwa się w kontekście niektórych diagramów, których moc eksplanacyjna jest – w mojej opinii – znikoma (np. rys. 3, s. 73), albo wręcz pozostają one kompletnie nieczytelne (rys. 5, s. 88; rys. 10, s. 96, rys. 16, s. 120). Niektórych diagramów po prostu nie rozumiem.

Dopuszczam jednak możliwość, że w niektórych przypadkach jest to kwestia techniczna. Część z rysunków i diagramów zawiera miejsca „wybielone” lub niepełne treściowo (opisy i elementy są tylko częściowo widoczne). Być może jakimś istotnym walorem rycin był kolor, który zaginął w czarno-białym druku? Jeśli tak – osłabia to nieco moje zarzuty, jednak jest przesłanką do kolejnego. Jeśli ilustracje, diagramy czy inne elementy pomocnicze mają pełnić pomocniczy charakter, rolą Autorki jest zadbać ze szczególną troską o ich czytelność, komunikatywność i jakość. Nieczytelny albo wręcz dezinformujący znak, na przykład drogowskaz, jest dużo bardziej szkodliwy niż jego brak.

### **Uwagi formalne i językowe**

Rozprawa jest napisana poprawnym językiem, zaś Autorka włożyła wiele staranności w redakcję i skład (z wyłączeniem kwestii niektórych diagramów i rysunków, o czym wyżej). Czasem ta dbałość jest przesadna, jak w przypadku wyróżniania cytatów, które są oznaczone potrójnie: cudzysłowem, kursywą oraz wcięciem tekstu. Taka redundancja – jakże cenna w lotnictwie czy energetyce jądrowej – jest całkowicie zbędna przy oznaczaniu cytatów. O wiele lepsza jest stara zasada *less is more*. A zatem wystarczy zastosować albo cudzysłów „”, albo *kursywę* (której jednak nie powinno się stosować do dłuższych fragmentów tekstów) albo wyróżnienie przez wcięcie całego bloku cytatu. Generalnie jednak odczytuję stosowaną w pracy praktykę życzliwie – jako wyraz nadmiernej staranności edycyjnej. Nieco bardziej niepokojące jest szczodre oddawanie pola cytatom i łączenie ich zdawkowymi komentarzami (np. na s. 139-140 czy s. 165).

Podobnie zbędne jest kultywowanie praktyki odróżnianie tytułów źródeł książkowych (*kursywą*) i artykułów w czasopismach („cudzysłowem”) w przypisach. Tym bardziej, że w bibliografii zapis jest już ujednolicony. Ale ponownie –

odczytuje ten drobiazg życzliwie, jako wyraz konsekwentnego dążenia do staranności i precyzji.

Drobniejsze błędy literowe (np. błąd w nazwisku Dereka Parfita na s. 18; w przypisie 72 już poprawnie) czy brak stosowania cudzysłowów „pierwszego” i «drugiego» rzędu (np. przyp. 215, s. 720), pomijam jako drobne i całkowicie nieistotne. Za to moją wrażliwość purysty (recenzenci też mają swoje słabości) całkowicie zaspokaja stosowanie długich myślników przy wskazywaniu zakresu stron (np. s. 54–58) – jest to standard bardzo rzadko dziś respektowany.

### **Konkluzja**

Stwierdzam, że zgodnie z art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r. poz. 1789 z późn. zm. Dz. U. z 2017 r. poz. 1789 z późn. zm.) przedłożona mi rozprawa doktorska **mgr inż. Agnieszki Walczak-Skaleckiej** stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego.

Tym samym stwierdzam, że walory rozprawy, z uwzględnieniem zastrzeżeń, co do zakresu materiału podlegającego ocenie (praca jedynie częściowo jest pracą z filozofii) oraz konieczności posiłkowania się w dalszej dyskusji opinią pozostałych Członków Komisji pozwalają na tym etapie sformułować twierdzenie, że spełnia ona ustawowe wymogi stawiane pracom doktorskim i upoważnia do postawienia wniosku o dopuszczenie mgr inż. Agnieszki Walczak-Skaleckiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Toruń, 6 kwietnia 2023

Marcin T. Zdrenka

