

Prof. dr hab. Agnieszka Kasińska-Metryka  
Instytut Polityki Międzynarodowej i Bezpieczeństwa  
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Kielce, 12 01 2018 r.

## Recenzja rozprawy doktorskiej

**Mgr KAMILA GLINKI**

### **„Polityka miejska w marketingu prezydentów największych miast Dolnego Śląska”**

Praca napisana pod kierunkiem **prof. dr hab. Roberta Wiszniowskiego**  
**oraz dr Małgorzaty Babińskiej**

#### **1. Wybór i uzasadnienie problematyki badawczej**

Dysertacja zatytułowana „*Polityka miejska w marketingu prezydentów największych miast Dolnego Śląska*” posiada niewątpliwie charakter interdyscyplinarny, o czym świadczy już sam jej tytuł, a potwierdza to niezwykle złożona i wieloaspektowa treść.

Autor bardzo precyzyjnie określił cel pracy, którym jest „*wieloczynnikowa analiza zależności pomiędzy polityką miejską a aktywnością marketingową prezydentów czterech największych miast Dolnego Śląska, która przypada na okres samorządowej kampanii wyborczej*” (s. 5). Treść pracy poświadcza również przywołane przez doktoranta trojaki uzasadnienie wyboru pola badawczego tj. wypełnienie luki w badaniach aktywności marketingowej prezydentów w ramach marketingu miejskiego oraz wyborczego, zestawienie „podwójnej” perspektywy badawczej (politologicznej oraz dotyczącej socjologii miast w sensie problemów społeczności lokalnych), a wreszcie aktualizację i uzupełnienie opracowań na temat aktywności marketingowej prezydentów Wrocławia, Wałbrzycha, Legnicy i Jeleniej Góry.

(9.

Na podkreślenie zasługuje osadzenie pracy zarówno w kanonie klasycznych rozważań politologicznych, jak i sprawnie zastosowane podejście analityczne wypracowane w ramach marketingu terytorialnego, w tym zwłaszcza marketingu miejskiego.

Zaproponowana struktura pracy jest zwarta, ale w pełni odzwierciedla główne problemy badawcze. Rozdział I pt. „*Polityka miejska - uwarunkowania immanentne i akcydentalne*” wprowadza teoretyczne aspekty rozumienia tejże polityki, przybliżyła pojęcie reżimu miejskiego, ale także kreśli ramy interpretacji polityki miejskiej na różnych poziomach. W kolejnej części rozważań zatytułowanej „*Marketing w polityce miejskiej*,” mgr Kamil Glinka analizuje uwarunkowania aktywności marketingowej miast, by przejść z tej płaszczyzny do klasycznie ujętego marketingu wyborczego, a w szczególności marketingu prezydenckiego. Istotnym jest wskazania na dużą dbałość o precyzyjne i konsekwentne stosowanie terminologii, co w przypadku marketingu politycznego i kategorii pochodnych (marketing wyborczy, powyborczy, prezydencki) nie jest praktyką powszechną.

Trzecia część dysertacji tj. „*Polityka miejska na Dolnym Śląsku*” jest najkrótszą, ale w sposób syntetyczny i wyczerpujący omawia rozwojowy i wyborczy kontekst polityki miejskiej, przede wszystkim w oparciu o specjalistyczne dokumenty strategiczne czterech wybranych do analizy miast. Ostatnia część rozprawy – „*Marketing prezydencki w systemie polityki miejskiej – przykład Dolnego Śląska*” prezentuje najbardziej uszczegółowione wyniki badań. Autor bardzo wnikliwie określił pozycję systemową prezydentów, a następnie zaprezentował rozwojową i wyborczą interpretację polityki miejskiej.

Mgr Kamil Glinka sprawnie połączył rozważania na temat zarówno ustrojowych jak i funkcjonalnych (praktycznych) związków polityki miejskiej z aktywnością prezydentów i dostrzegł oraz nazwał występujące w tym zakresie zależności. Konkludując należy stwierdzić, że wybór problematyki badawczej ma charakter nowatorski, a sposób jej zaprezentowania sprawia, że praca posiada wybitny walor aplikacyjny. Niezwykła sprawność intelektualna Autora, bardzo dobry warsztat politologiczny, ale także otwartość na nowe nurty badawcze złożyły się na koncepcję recenzowanej pracy.

Q



## 2. Metodologia i warsztat rozprawy doktorskiej

Solidność warsztatowa Autora znajduje swoje potwierdzenie również w odniesieniu do przyjętej i zastosowanej metodologii. Autor podjął się systematyki wykorzystanych metod badawczych i uczynił to w sposób graficzny, co stanowi swoiste *novum* wśród dysertacji z zakresu nauk społecznych. Wiodące metody tj. analiza porównawcza, analiza zawartości, analiza dyskursu i metoda parametryzowania znalazły rzeczywiste zastosowanie w dysertacji, jakkolwiek przy tak obszernym „*Wprowadzeniu*” nie byłoby bezzasadnym także bardziej rozbudowane, opisowe uzasadnienie dokonanego wyboru metod badawczych.

Jak już zostało powiedziane, warsztat rozprawy doktorskiej mgr Kamila Glinki świadczy o dużej dojrzałości Autora, bardzo rozległej i usystematyzowanej wiedzy, a także wyjątkowej staranności w dobrze źródła i ich przywoływaniu. Należy jednak zasygnalizować, że swoboda z jaką K. Glinka sięga do źródeł zastanych powinna zachęcić Autora do bardziej krytycznego ich potraktowania. Podczas przygotowywania pracy do publikacji sugerowałabym również wcześniejsze wskazanie czytelnikowi przyjętej cezury czasowej, która jest wyróżnikiem pracy. Doktorant dokonuje uzasadnienia ram czasowych rozważań (str.13), ale dla jasności wyводу ta informacja powinna zostać umieszczona wraz z opisem celu pracy (vide s.5).

Sam Autor słusznie zauważa, że mnogość przywoływanych pozycji literatury przedmiotu dwóch subdyscyplin „*potęguje dylematy związane z przyjęciem określonych ujęć definicyjnych*” (s.10). Pomimo tego, K. Glinka bardzo sprawnie radzi sobie z nomenklaturą nauk społecznych, a nawet doprecyzowuje zakres znaczeniowy pojęć wykraczających poza meritum, takich jak np. „*subdyscyplina*” czy „*koincydencja*”.

## 3. Merytoryczna wartość rozprawy

Mgr Kamil Glinka sformułował nowatorski, aktualny i interdyscyplinarny problem badawczy. Zrealizował postępowanie naukowe w sposób rzetelny,

oparty na klasycznych fazach, ale w przyjętej perspektywie badawczej wykroczył poza schematy. Bardzo dobrze zbudowane zostało *Zakończenie* zawierające podsumowanie funkcji realizowanych w wyniku aktywności marketingowej prezydentów podczas kampanii samorządowych. Przekonanie o atrakcyjności miasta i sukcesie polityki jego rozwoju jest silnie skorelowane z działaniami na rzecz pozyskania poparcia mieszkańców wyrażanego w cyklicznym akcie głosowania. Systemowe osadzenie prezydenta na arenie lokalnej, katalog przypisanych mu ról i kompetencji sprzyja powstaniu tej współzależności. Oprócz powyższej, ogólnej konstatacji, Autor zaprezentował skrupulatną weryfikację hipotez badawczych i udzielił odpowiedzi na towarzyszące im pytania. Można jednak poddać pod dyskusję, czy istniała potrzeba sformułowania aż pięciu hipotez badawczych.

Niemniej jednak wnioski sformułowane przez doktoranta stwarzają szerokie możliwości włączenia ich zarówno w dyskusję na poziomie samorządowym (koincydencyjność tzw. *electoral marketing* i *city marketing*) jak i w kontekście szerszej debaty na temat wielokadencyjności. Jak trafnie zauważa K. Glinka „*brak miejskiej strategii marketingowej jest uniwersalnym predyktorem silnej pozycji systemowej prezydenta (...) jest on w stanie w skuteczny i efektywny sposób realizować zadania publiczne, a w konsekwencji, zwyciężać we wszystkich kolejnych wyborach. Uzyskanie >>wiecznego<< statusu niesie ze sobą wymierne konsekwencje*” (s. 188).

#### 4. Konkluzja

Całościowa ocena rozprawy mgr Kamila Glinki na temat „*Polityka miejska w marketingu prezydentów największych miast Dolnego Śląska*” pozwala na sformułowanie opinii o **zasługującym na wyróżnienie** poziomie merytorycznym i metodologicznym pracy. Szczególną uwagę zwraca staranność i wszechstronność przeprowadzonego postępowania badawczego, a także swoboda w korzystaniu dorobku kilku dyscyplin. Mgr Kamil Glinka dysponuje niezwykle rozbudowaną wiedzą, wykraczającą poza zakres nauki o polityce, posiada także umiejętność obserwacji badanych zjawisk empirycznych i ich deskrypcji za pomocą rozbudowanej siatki pojęciowej.

Q.

Recenzowana praca w pełni realizuje ustawowe wymagania i warunki, może zatem podlegać dalszemu procedowaniu.

..... Agnieszka Koszowa - Kuchta