

dr hab. Bożena Taras, prof. UR

Uniwersytet Rzeszowski
Instytut Filologii Polskiej

Recenzja

**osiągnięć dr Aleksandry Radziszewskiej ubiegającej się o nadanie stopnia doktora
habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo**

Dr Aleksandra Radziszewska jest absolwentką dwóch uczelni: Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Częstochowie oraz Politechniki Częstochowskiej. W Wyższej Szkole Pedagogicznej w Częstochowie studiowała filologię germańską, którą ukończyła w 2000 roku, uzyskując tytuł zawodowy magistra na podstawie pracy dyplomowej zatytułowanej *Polnisches Handelsgesetzbuch in deutscher Fassung – eine translatorische Analyse* przygotowanej pod kierunkiem prof. zw. dr. hab. Juliana Maliszewskiego. W tym samym roku otrzymała drugi dyplom – na Politechnice Częstochowskiej, na której studiowała zarządzanie i marketing. Podstawą uzyskania stopnia magistra na tej uczelni była praca dyplomowa *Studium porównawcze systemów kształcenia menedżerów w polskich i niemieckich uczelniach w aspekcie integracji europejskiej* napisana pod kierunkiem prof. zw. dr. hab. Ireneusza Durlika.

Z Wydziałem Zarządzania Politechniki Częstochowskiej związała Habilitantka swoją pracę zawodową i kolejny awans. Tam w 2003 roku uzyskała stopień doktora nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu na podstawie rozprawy doktorskiej *Warunki skuteczności funkcjonowania systemu zarządzania jakością w przedsiębiorstwie* przygotowanej pod kierunkiem prof. zw. dr. hab. inż. Stanisława Borkowskiego i od 2004 roku pracuje na stanowisku adiunkta.

Habilitantka legitymuje się także drugim doktoratem. W 2007 roku Rada Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego nadała jej stopień naukowy doktora nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa. Podstawą stała się dysertacja *Strategie translatorskie w przekładzie terminologii z dziedziny zarządzania* napisana pod kierunkiem prof. zw. dr. hab. Juliana Maliszewskiego.

Dwa fakultety świadczą o wyjątkowych predyspozycjach i pracowitości Wnioskodawczyni. Trzeba jednak pamiętać, że dr Aleksandra Radziszewska ubiega się

o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo, zatem dorobek z tej dziedziny zostanie poddany ocenie.

Ocena osiągnięcia naukowego w rozumieniu Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym... [z późniejszymi zmianami]

Wskazany przez Habilitantkę we wniosku osiągnięciem naukowym, będącym podstawą postępowania habilitacyjnego, jest monografia autorska zatytułowana *Pragmalingwistyczne wyznaczniki skuteczności komunikacyjnej tekstów reklamowych* wydana nakładem Wydawnictwa Naukowego PWN w 2015 roku. Książka liczy 413 stron. Tekst główny obejmuje pięć rozdziałów, wstęp i podsumowanie, tekst poboczny – bibliografię i streszczenie w języku angielskim.

Próżno jednak szukać zarówno w monografii, jak i w autoreferacie szczegółowej analizy zasadniczych części pracy. Można wprawdzie odnaleźć w nich akapit (różniący się zaledwie paroma słowami) odnoszący się do treści poszczególnych rozdziałów, lecz odbiorca sam musi zakwalifikować je do właściwych fragmentów rozprawy (s. 14 monografii, s. 3 autoreferatu). Jasno natomiast określono cel, kilkakrotnie używając tej samej wypowiedzi autorskiej: „Celem opracowania [jest / była] analiza języka przekazów reklamowych oraz określenie jego specyficznych cech i uwarunkowań wpływających na ich skuteczność komunikacyjną” (s. 13, 385 monografii, s. 3 autoreferatu).

Treść kolejnych części pracy (1. *Pragmatyczne aspekty tekstów reklamowych*, 2. *Pragmatyczna struktura tekstów reklamowych*, 3. *Stylistyka w pragmatyce tekstów reklamowych*, 4. *Wartościowanie w tekstach reklam*, 5. *Przekaz reklamowy na rynku międzynarodowym*.) nie oddaje, według mnie, jej problematyki narzuconej tematem *Pragmalingwistyczne wyznaczniki skuteczności komunikacyjnej tekstów reklamowych*. W opracowaniu brakuje przede wszystkim wstępnej podbudowy teoretycznej. Autorka nie definiuje podstawowych dla rozważań pojęć, nie określa założeń metodologicznych, nie wskazuje narzędzi badawczych. A przecież termin *pragmalingwistyka* nie ma ogólnie przyjętej definicji. Sięgając po pragmalingwistyczną metodę analizy, można odwołać się do jednej z trzech koncepcji: semiotycznej, komunikacyjnej lub interdyscyplinarnej. Wybór określonej koncepcji implikuje kolejne aspekty, np. językowe, kulturowe czy komunikacyjne. Nie wiadomo też, jak rozumiane jest w pracy inne istotne dla rozważań pojęcie – *skuteczność komunikacyjna*. Można bowiem wyszczególniać uwarunkowania fortunności aktu i działania językowe służące osiągnięciu zamierzonego przez mówiącego celu, ale najważniejsze jednak

wyduje się – w kontekście analizowanych tekstów reklamowych – wskazanie instrumentu badawczego pozwalającego określać komunikat w kategoriach skuteczności, np. co jest podstawą uznania efektywności środków językowych czy zgodności działań odbiorczych z intencją nadawczą.

W pracy wyraźnie brakuje krytycznego omówienia dotychczasowej literatury przedmiotu, czyli rozdziału, w którym Habilitantka wykazałaby się nie tylko znajomością publikacji naukowych, podstawowych nurtów badawczych czy stosowanych metodologii, ale właśnie poczyniła terminologiczne uściślenia i wybrała spośród wielu propozycji najstosowniejsze metody badań. Dzięki uszczegółowieniu uniknęłaby chaosu zarówno nazewniczego, jak i kompozycyjnego.

Konsekwencją niekontrolowanego doboru literatury jest z jednej strony brak terminologicznego uporządkowania; np. obok ogólnie przyjętych nazw *nadawca*, *odbiorca* pojawiają się miana: *recypient*, *osoba nadawcy*, *osoba odbiorcy* (w dwóch ostatnich przypadkach mamy zapewne do czynienia z odwołaniem się do nazewnictwa zaproponowanego przez Katarzynę Skowronek w pracy *Reklama. Studium pragmatylinwistyczne* – osoba Nadawcy, osoba Odbiorcy, jednak wprowadzenie zapisu małą literą zmienia jego sens), z drugiej zaś strony błędy / braki terminologiczne, np. *taki język* to raczej *odmiana językowa*, język niektórych grup społecznych czy środowisk to *socjolekty* i *profesjolekty*, a *słynne powiedzenia* to zapewne *skrzydlate słowa* (polecam m.in. publikacje Aleksandra Wilkonია *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny* i Wojciecha Chlebdy *Szkice o skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*). Trudno też zrozumieć decyzję Autorki o odwoływaniu się do tekstów z lat 50. i 60. XX wieku (zob. Jodłowski 1953, Kniaginina, Pisarek 1965), w tekście nie ma stosownego uzasadnienia, i wprowadzaniu starego nazewnictwa (np. s. 284).

Habilitantka swoje rozważania niejednokrotnie opiera na pracach obcojęzycznych. Nie wiadomo jednak, czy sama tłumaczy terminy czy przytacza nazwy już wcześniej użyte w polskich badaniach lingwistycznych. Spostrzeżenie to odnosi się np. do przyjętych przez nią Austinowskich klas wypowiedzi (s. 45) czy późniejszej systematyzującej je koncepcji Searle'a (s. 46). Zresztą w polskiej literaturze lingwistycznej badacze niejednokrotnie zwracają uwagę na liczbę terminów i ich wieloznaczność, podejmując przy tym próby usystematyzowania niejednoznaczności terminologicznej (zob. L. Bednarczuk, *Uwagi o funkcjach języka (głos w dyskusji nad referatem R. Grzegorzczukowej)*, w: *Język a Kultura*, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczukowa, Wrocław 1991;

R. Lipczuk, *O wielości i wieloznaczności terminów (na przykładzie klasyfikacji aktów mowy)*, „Acta ac Communitas” 2000, nr 9).

Zastrzeżenia budzi także kompozycja pracy, będąca linearnym, przypadkowym zestawieniem opracowanych przez innych badaczy, np. typologii funkcji, strategii tekstowych, typologii kultur, form językowych (zob. s. 17-45, 305-382, 89-135), ilustrowanych jedynie dowolną liczbą własnych przykładów Habilitantki dobieranych bez żadnego klucza. Autorka nie polemizuje z propozycjami innych autorów, nie uzasadnia ich przedstawienia, jedynie je wylicza i egzemplifikuje. Zapewne stąd bierze się powtarzanie treści, np. na s. 45 w trzech kolejnych akapitach przywoływane są aspekty aktów mowy (lokucja, illokucja, perlokucja), czy wykluczanie się zestawianych treści, np. produktów reklamowanych po angielsku w Polsce i w innych krajach (s. 312).

Kolejna uwaga odnosi się do korpusu badawczego. Stanowią go – jak pisze Autorka – „teksty reklam w języku polskim, angielskim oraz niemieckim zamieszczane w gazetach, czasopismach, ulotkach i broszurach reklamowych, na firmowych stronach internetowych oraz w postaci różnych form e-reklamy” (s. 13 monografii, s. 3-4 autoreferatu). Habilitantka nie wprowadza ram czasowych, nie wiadomo więc, do których lat odnosi się materiał egzemplifikacyjny. Niefrasobliwość w tym względzie sprawia, że analizy nie są wiarygodne. Trzeba bowiem pamiętać o różnicach w rozwoju branych pod uwagę rynków reklamy. Dookreślając granice temporalne, można by prowadzić wielopoziomowe analizy porównawcze zarówno synchroniczne, jak i diachroniczne. Wątpliwości budzi również brak zróżnicowania medium reklamowego (prasa, strony internetowe firm, internet), z których pozyskano materiał egzemplifikacyjny, oraz niesprecyzowanie kryteriów typologicznych decydujących o wyborze określonych form reklamy. Chcąc prowadzić analizy porównawcze, o czym pisze Autorka (s. 13), należałoby objąć badaniami analogiczną liczbę tekstów reklamowych o podobnej tematyce z trzech wskazanych kręgów kulturowych – polskiego, niemieckiego i angielskiego. Habilitantka nie przeprowadziła jednak własnych badań. Powołuje się na obce opracowania, w których rzadko uwzględniano polski rynek reklamowy, a już na pewno nie analizowano środków językowych (zob. s. 65, 309-312, 332-333). Odnotować więc należy beztroskę w formułowaniu stwierdzeń czy wprowadzaniu porównań, niewynikających z analizy materiału badawczego, np.: *W języku niemieckim **znacznie częściej niż*** [podkr. – B.T.] *w polskojęzycznych tekstach reklamowych, gdzie przeważa forma imperatywu drugiej osoby liczby pojedynczej, stosuje się formę grzecznościową* (s. 200), *Niezwykłe często stosowaną i bardzo popularną relacją syntaktyczną w tekstach jest relacja celowości* (s. 198), *Co prawda najczęściej spotykana jest forma drugiej osoby liczby*

pojedynczej lub mnogiej, **jednak** nadawcy niektórych reklam zwracają się do ogółu (s. 200), Komunikacyjna funkcja apelu jest **najczęściej** realizowana w tekście reklamowym poprzez modalność i może przyjmować formę apelu bezpośredniego, rady, pomysłu czy rekomendacji. (s. 199).

Autorka nie prowadzi w pracy szczegółowej analizy, np. nie dookreśla cech produktów, nie pokazuje, jakimi środkami językowymi kształtowany jest system wartości w przekazach reklamowych, nie omawia starannie środków językowych, pomijając istotne, z punktu widzenia odbiorcy rozprawy, formy gramatyczne charakterystyczne dla trzech analizowanych języków; wyjątkiem jest zapis: *Użycie zaimka osobowego (my, wir, we), zaimków dzierżawczych (nasz, unser, our), a także form pierwszej osoby liczby mnogiej podkreśla, że nadawcą nie jest pojedyncza osoba, lecz pewna organizacja i grupa związanych z nią ludzi* (s. 93); a proponowane uogólnienia nie mają podstaw analitycznych.

Być może z braku krytycznego omówienia dotychczasowej literatury przedmiotu wynikają też braki bibliograficzne. W rozważaniach pominięto ważne dla analizy przekazów reklamowych publikacje, m.in. *Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych* Rafała Zimnego czy *Slogany w reklamie i polityce* Marka Kochana. Po lekturze pracy dr Aleksandry Radziszewskiej nasuwa się też pytanie o badania porównawcze, zwłaszcza polskich i niemieckich tekstów reklamowych, a studia takie prowadzi np. Joanna Golonka (zob. *Wartości w społeczeństwach polskim i niemieckim i ich językowe środki wyrazu na przykładzie tekstów reklamowych*, „Biuletyn PTJ” 2003, R. 59, *Werbung und Werte. Mittel ihrer Versprachlichung im Deutschen und im Polnischen*, Wiesbaden 2009).

W całej pracy pojawia się sporo błędów literowych, językowo-stylistycznych i interpunkcyjnych, np. *przystępny* (s. 225), *Skłodowskiej* (s. 226), *Mimo, że reklama dysponuje* (s. 15), *Natomiast w świetle językoznawstwa kognitywnego, reklama wydaje się być przede wszystkim komunikatem konwencjonalizującym* (s. 208) (zob. też m.in. ss. 11, 12, 13, 21, 41, 45, 49, 65, 93, 116, 169, 181, 192, 227, 290, 298, 301, 305, 340, 367, 369, 407). Przyczyn należy zapewne upatrywać w braku korekty językowej, która wyeliminowałaby nie tylko zasygnalizowane wyżej błędy, ale również mieszanie policzalnej *liczby* z nieokreśloną bliżej *ilością*, stosowanie nieuzasadnionych powtórzeń czy agentywne użycie nazwy nieosobowej. Nie do przyjęcia jest natomiast brak umiejętności w zakresie opracowania tekstu pobocznego, tj. sporządzania bibliografii i przypisów, które stanowią podstawę aparatu naukowego. W pracy nie ma powiązania między kształtem przypisów bibliograficznych a kształtem bibliografii, przypisy sporządzono bowiem w sposób tradycyjny, zaś bibliografię w systemie

harwardzkim. Dziwi również fakt, że na ponad czterystu stronach monografii nie pojawia się ani jeden przypis rzeczowy.

Na koniec pragnę jeszcze poruszyć delikatną kwestię rzetelności zawodowej. Habilitantka niezwykle rzadko stosuje cudzysłów, by zaznaczyć dosłowne przytoczenie czyichś słów (np. s. 16, 227, 337, 340). W zasadzie mamy w pracy do czynienia z referowaniem myśli, przynajmniej można odnieść takie wrażenie, chociaż wśród odwołań do różnych opracowań zdarzają się dosłowne fragmenty tekstów innych autorów bez cudzysłowu. Na przykład fragment: „Na ramę modalną zdania składają się predykaty asertoryczne, pytające, życzące i rozkazujące. Obok tych typów modalności wymienia się trzy rodzaje modalności logicznej: aletyczną [...], epistemiczną [...] i deontyczną [...]” (s. 284) jest dokładnym przytoczeniem tekstu Urszuli Wieczorek z książki *Wartościowanie, perswazja, język* (s. 23), zdanie: „Zamiast jednego rzeczownika umieszcza się inny, pozostający z nim w realnej zależności” (s. 209-210) dosłownym przeniesieniem z pracy Jakuba Lichańskiego *Co to jest retoryka?* (s. 41), zaś sformułowanie: „ewolucja współczesnej reklamy zmierza do ograniczenia czynnika czysto informacyjnego, odwołującego się do sfery racjonalnego poznania na rzecz odbioru emocjonalnego i estetycznego” (s. 44) zaczerpnięto bez zmian z pracy Ewy Szczęsnej *Poetyka reklamy* (s. 13). Ponadto Autorka nie zawsze podaje numer strony, z której pochodzi tekst (zob. przypis 43. na s. 284); dostrzec też można błędy w tym zakresie (zob. przypis 91. na s. 226). Jest wreszcie przypadek odwołania się w tekście do teorii Abrahama Masłowa (s. 39-44), niestety, bez wskazówki bibliograficznej. Być może są to przypadki odosobnione, jednak podają w wątpliwość rzetelność badawczą Wnioskodawczyni.

Dziwi fakt, że Habilitantka nie odwołuje się do własnych opracowań (zob. wykaz publikacji), tak jakby nie prowadziła częściowych analiz i nie poddawała ich pod ocenę innych językoznawców (zob. wykaz konferencji). A szkoda, bo sądzę, że uczestnicząc i prezentując przemyślenia na forach lingwistów, miałaby możliwość weryfikacji własnych sądów i dopracowania metodologii badań.

Uważam, że Autorka nie przemyślała koncepcji pracy, a wykazane powyżej braki logicznego uporządkowania myśli czy umiejętności stosowania analizy problemowej, a zwłaszcza wątpliwości natury etycznej, są na tyle ważne, że nie mogę pozytywnie ocenić monografii autorskiej dr Aleksandry Radziszewskiej.

Ocena dorobku naukowego sytuowanego poza cyklem publikacji zgłoszonych jako podstawa procedur habilitacyjnych

Opublikowany dorobek dr Aleksandry Radziszewskiej jest imponujący; liczy – jak podaje – 128 pozycji bibliograficznych, z czego 49 ukazało się przed doktoratem. Tu, niestety, kończy się wiedza na temat prac naukowych napisanych przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora. Nie wiadomo, ani ile tekstów odnosi się do badań lingwistycznych, ani jaką problematyką zajmowała się w tym okresie. Na podstawie tematu rozprawy doktorskiej można się oczywiście domyślać, że jednym z nurtów badań lingwistycznych, być może jedynym, było przekładoznawstwo.

Więcej informacji można odnaleźć na temat aktywności naukowej po doktoracie. W latach 2007-2015 Wnioskodawczyni opublikowała 79 prac, z których 28 wskazuje jako dorobek w zakresie językoznawstwa, na który składają się: 2 monografie (w tym wydana rozprawa doktorska oraz książka stanowiąca osiągnięcie naukowe będące podstawą postępowania habilitacyjnego), 12 rozdziałów w tomach wieloautorskich, 2 referaty oraz 12 artykułów w czasopismach z listy B MNiSW. Niestety, w związku z brakiem informacji o prowadzonych badaniach lingwistycznych i opublikowanych pracach przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora, poza monografiami nie można określić, jaką aktywnością wykazała się w tym zakresie Habilitantka. Należy też zaznaczyć, że ani jeden artykuł nie został opublikowany w czasopiśmie lingwistycznym, a wszystkie czasopisma z listy B MNiSW (dziś trzech tytułów nie ma na tej liście), w których ukazały się wskazane do dorobku teksty, odnoszą się do innych dziedzin: ekonomii, marketingu oraz przedsiębiorczości i zarządzania.

Autorskie monografie opublikowane zostały wprawdzie w renomowanych wydawnictwach, ale obie prace recenzował promotor rozprawy doktorskiej; co więcej, 9 z 12 rozdziałów ukazało się w monografiach wieloautorskich pod jego redakcją. Relacji Mistrz – Uczeń niewątpliwie należy się szacunek, sądzą jednak, że po doktoracie działalność naukowa w szerszym zakresie powinna mieć charakter otwarty, ponadregionalny. O tym, że tak nie jest, świadczy analizowany dorobek w dziedzinie językoznawstwa, w którym aż 10 z 12 publikacji (tj. 83,3%) – rozdziałów w tomach wieloautorskich – ukazało się w Częstochowie w Wydawnictwie Politechniki Częstochowskiej lub Nysie w Wydawnictwie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej. Z tej przyczyny Habilitantka jest mało znana w ogólnopolskim środowisku akademickim językoznawców. Wrażenia tego nie zacierają cztery publikacje: trzy zagraniczne – jedna wydana we Frankfurcie nad Menem pod redakcją Juliana

Maliszewskiego, dwie w Rzymie będące publikowanymi referatami, oraz jedna krajowa, która ukazała się nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

Wnioskodawczyni wskazała we wniosku na dorobek składający się z 28 prac, w tym: 2 monografii, 12 rozdziałów w monografiach wieloautorskich, 12 artykułów publikowanych w czasopismach naukowych, 2 wydanych drukiem referatów. W materiałach przekazanych w celu recenzji zabrakło 11 prac: 10 artykułów (3 rozdziałów w tomach zbiorowych i 7 artykułów w pismach naukowych) i 1 referatu. Rodzą się zatem pytania o przyczyny takiej decyzji. Być może pominięte teksty nie są oryginalne, a poruszana w nich problematyka i stosowana metodologia badań niewiele mają wspólnego z analizą lingwistyczną. Zresztą z powtarzaniem akapitów mamy do czynienia w złożonych do oceny tekstach, np. w artykułach *The translation of international advertising as form of intercultural communication* (s. 308-309) i *A cross-cultural marketing communication – linguistic perspective* (s. 124-125), także w artykule *Metaphors and borrowings as reflection of culture in business Communications* (s. 78-82) i książce *Strategie translatorskie w przekładzie terminologii z dziedziny zarządzania* (s. 73-80). W wymienionych tekstach Autorka nie podaje informacji o wcześniejszym opublikowaniu jego fragmentów.

Uwzględniając zatem poczynione wyżej uwagi (p. czasopisma z listy B MNiSW, braki w korpusie tekstów, miejsce publikacji, powtarzanie treści), liczebnie oceniany dorobek w dziedzinie językoznawstwa jawi się nader skromnie. Nie lepiej, w mojej opinii, wypada poruszana w tych tekstach tematyka. Habilitantka wskazuje wprawdzie (p. V autoreferatu) różne obszary badawcze, nie są one jednak zbyt spójnie zaprezentowane. Nie wiadomo bowiem: 1) Czy zagadnienia związane „z szeroko rozumianą lingwistyką biznesu, translatoryką oraz interkulturowymi i lingwistycznymi aspektami komunikacji w relacjach przedsiębiorstwo-klient [przedsiębiorstwo – klient – B.T.]” oznaczają „Językoznawstwo” z tabeli na s. 14; 2) Jak należy klasyfikować „problematykę związaną z komunikacją międzykulturową w biznesie oraz zarządzaniem międzykulturowym” (s. 10) w zestawieniu tabelarycznym – jako komunikację w biznesie, komunikację międzykulturową, zarządzanie przedsiębiorstwem czy marketing (s. 14). Razi nie tylko brak uporządkowania terminologicznego. W części tej nie ma szczegółowej charakterystyki poszczególnych obszarów badawczych wymienionych w p. V. Są natomiast podane publikacje z pełnym opisem bibliograficznym, niestety, sporządzonym z wieloma błędami (m.in. w zapisie czasopism). Odnosi się wrażenie, że Habilitantka skoncentrowała się na podkreśleniu liczby opublikowanych prac naukowych (p. tabela s. 14), nie zaś na ich wartości merytorycznej. Odczucie to potęguje dołączony do wniosku wykaz cytowań wraz z indeksem Hirscha. Nie

wiem, jaki był cel włączenia zestawienia cytowań, gdyż tylko dwa teksty w tym wykazie odnoszą się do poddawanej ocenie dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo wskazanej przez Habilitantkę we wniosku o przeprowadzenie postępowania habilitacyjnego. Ponadto, chociaż to szczegół, zestawienie sporządzono dla dr inż. Aleksandry Radziszewskiej, a powinno odnosić się do dr Aleksandry Radziszewskiej.

W dorobku naukowym Habilitantki, sytuowanym poza cyklem publikacji zgłoszonych jako podstawa procedur habilitacyjnych, można by wskazać trzy obszary badawcze: przekładoznawstwo, komunikację międzykulturową i e-komunikację. Niestety, większość tekstów ma charakter odtwórczy. Wnioskodawczyni referuje prace innych badaczy, niekiedy dołączając wyniki własnych badań ankietowych, jak sama zaznacza, niereprezentatywnych. W wielu artykułach nie ma odwołań ani do teorii lingwistycznych, ani do teorii komunikacyjnych.

Z całego dorobku naukowego sytuowanego poza cyklem publikacji zgłoszonych jako podstawa procedur habilitacyjnych na wyróżnienie zasługują badania przekładoznawcze, zwłaszcza monografia *Strategie translatorskie w przekładzie terminologii z dziedziny zarządzania*. Jest to znakomite studium lingwistyczne i translatologiczne, w którym Habilitantka szczegółowo opisuje strategie przekładu terminologii specjalistycznej z dziedziny zarządzania z języka niemieckiego na język polski. Autorka udowadnia w tej pracy, że potrafi gromadzić i opracowywać materiał egzemplifikacyjny oraz stosować wybrane z tekstów naukowych metody do jego opisu. Szkoda, że umiejętności tych nie wykorzystała, pisząc rozprawę habilitacyjną.

Ocena aktywności naukowej, popularyzatorskiej oraz organizacyjnej po doktoracie jako realizacji kolejnego ustawowego wymogu procedury habilitacyjnej

Ocena aktywności naukowej, popularyzatorskiej i organizacyjnej Habilitantki w okresie po uzyskaniu stopnia doktora obejmuje lata 2007-2015. Na uznanie zasługuje fakt, że Habilitantka publikuje w trzech językach: polskim, niemieckim i angielskim, a także aktywnie uczestniczy w międzynarodowych konferencjach odbywających się nie tylko w kraju, ale także poza jego granicami. Nie można jednak pominąć faktu, że 15 konferencji w ciągu 9 lat nie jest szczególnym osiągnięciem (to mniej niż dwie konferencje rocznie), a tylko dwa wystąpienia (Rzym 2009, Rzym 2010) zostały zaliczone przez Wnioskodawczynię do poddanej ocenie dyscypliny, przy czym publikowanego tekstu referatu *Language and culture – the selected problems of international business Communications* nie

dołączono do materiałów przekazanych w celu recenzji. Można przypuszczać, że są powtórzeniem fragmentów innego tekstu / innych tekstów. Nie ma zatem wątpliwości, że Habilitantka prezentuje wyniki prowadzonych badań, ale w dziedzinie nauk ekonomicznych, o czym świadczą wygłoszone, a następnie opublikowane referaty (zob. nr 29, 30, 32, 34, 35, 41, 46, 47, 49, 50, 63, 66, 79 na liście publikacji z zakresu nauk ekonomicznych).

Z przekazanej mi do oceny dokumentacji nie wynika, by Wnioskodawczyni podejmowała jakiegokolwiek działania popularyzatorskie. Nie ma też odnotowanych: prac przez nią redagowanych, udziału w organizowaniu konferencji naukowych, odbycia stażu naukowo-badawczego (podane informacje odnoszą się do okresu przed uzyskaniem stopnia doktora), członkostwa w organizacjach naukowych (np. o profilu językowym, komunikacyjnym lub medialnym).

Bez wątpienia dr Aleksandra Radziszewska pracuje z oddaniem na rzecz własnego środowiska akademickiego, pełniąc różne funkcje i biorąc udział w lokalnych przedsięwzięciach. Prowadzi zajęcia dydaktyczne – wykłady, ćwiczenia, laboratoria – na trzech kierunkach: Filologia, Zarządzanie, Zarządzanie i Inżynieria Produkcji oraz na anglojęzycznych studiach European Faculty of Engineering. Za działalność naukową i dydaktyczną została doceniona dwukrotnie przez Rektora Politechniki Częstochowskiej w poddanym ocenie okresie: w 2011 roku otrzymała nagrodę za pracę zespołową, a w 2015 roku za pracę indywidualną (za cykl publikacji). Nie są to jednak, w mojej opinii, osiągnięcia spełniające wymogi stawiane kandydatom ubiegającym się o nadanie stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo.

Konkluzja

Dr Aleksandra Radziszewska jest osobą niezwykle pracowitą, a Jej dorobek naukowy licznie imponujący. Niestety, niewiele publikacji odnosi się, co starałam się wykazać, do ocenianej dyscypliny. Habilitantka legitymuje się dwoma fakultetami, szkoda tylko, że potencjału tego w odniesieniu do językoznawstwa, w moim odczuciu, należycie nie wykorzystuje. Interdyscyplinarność Jej prac postrzegam bowiem głównie w sferze postulatywnej. Brakuje w nich nie tylko lingwistycznej terminologii, ale przede wszystkim metodologii badań. Ponadto monografia stanowiąca podstawę postępowania habilitacyjnego jest, w mojej opinii, słabsza od rozprawy doktorskiej.

Uważam, że dr Aleksandra Radziszewska nie spełnia w chwili obecnej ustawowych wymagań stawianych kandydatom do uzyskania stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie

nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa. Nie wnosi bowiem twórczego wkładu w rozwój lingwistyki, ponadto nie wyróżnia się aktywnością naukową – publikacyjną i konferencyjną – oraz organizacyjną w tej dziedzinie. Stwierdzam zatem z przykrością, że przedłożony mi do oceny dorobek naukowy nie stanowi wystarczającej podstawy do nadania dr Aleksandrze Radziszewskiej stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo.

Rzeszów, dn. 8.12.2016 r.

