



RPW/19777/2020  
Data: 2020-07-16

## **Recenzja osiągnięć Pana dra Michała Larka ubiegającego się o nadanie stopnia doktora habilitowanego nauk humanistycznych w dyscyplinie literaturoznawstwo**

### 1. Najważniejsze fakty z życiorysu zawodowego Kandydata

Śledząc rozwój kariery naukowej Pana dra Michała Larka, wypada zauważyć wieloaspektową działalność, zwłaszcza w okresie po doktoracie, wielostronność zainteresowań naukowych a jednocześnie ich niezwykle wyraziste ukierunkowanie i skoncentrowanie. Po studiach polonistycznych stopień doktora nauk humanistycznych uzyskał Pan Larek na podstawie pracy „Problem referencji w polskiej poezji lingwistycznej” (Poznań 2006), która wydaje się typowo literaturoznawcza i skoncentrowana na języku. Jak sam przyznaje w życiorysie przełomowe dla niego były zlecone mu zajęcia dydaktyczne, które wymusiły niejako zmianę specjalizacji na bardziej kulturoznawczą i okołomedialną (prowadził zajęcia z „wprowadzenia do kultury popularnej” oraz „historię i teorię mediów”). Warto od razu stwierdzić, że Habilitant prowadził intensywną działalność zarówno krytycznoliteracką jak i pisarską, jest autorem powieści kryminalnych, dlatego udziela się także jako praktyk twórczego pisania oraz trener tzw. storytellingu. Co ciekawe, prace krytycznoliterackie były skupione na poezji oraz rozmowach z pisarzami. Natomiast prace z antropologii mediów (wg jego określenia) czerpały głównie z innego literaturoznawcy, który stał się teoretykiem kultury, Kanadyjczyka Marshalla McLuhana. Prace reporterskie obejmują nie tylko eseistyczne spacerunki po Poznaniu czy Łodzi, ale także blok wywiadów z przyjaciółmi Stanisława Barańczaka. Na uwagę zasługuje także refleksja o literaturze popularnej. Od 2015 roku Habilitant publikuje popularne teksty o tzw. storytellingu dla nauczycieli polonistów.

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-206 Łódź, Poland  
e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl  
tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132



Wypada zatem stwierdzić, że mamy do czynienia z praktykiem kultury literackiej, pisarzem, który posiada jeszcze wykształcenie teoretyczne. Pan doktor Larek wygłaszał referaty na 9 konferencjach krajowych i lokalnych. Nie jest to dużo, jeśli zważymy, że wykaz obejmuje okres 2007-2019. W latach 2006-2015 był członkiem redakcji „Czasu Kultury” kwartalnika społeczno-kulturalnego, z którym do dzisiaj współpracuje. Jego działalność społeczno-kulturalna została nagrodzona odznaką honorową „Zasłużony dla kultury polskiej”, nadaje się ją osobom „wyróżniającym się w tworzeniu, upowszechnianiu i ochronie kultury”.

2. Ocena osiągnięcia naukowego wymienionego w Art. 16 Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. Nr 65, poz. 595, z późn. zm.) (znowelizowanej w 2011 r.) oraz pozostałego opublikowanego dorobku naukowego.

Według encyklopedycznych i słownikowych charakterystyk po angielsku "storytelling" ma kilka synonimów: anegdota, narracja, opowieść, opis, wyjaśnienie, recital, opowiadanie, ćwiczenie, relacja, reportaż, fabuła, wymawianie, wątek, wyliczenie. Ale głównie jednak jest to opowiadanie, albo opowiadanie historii, zaś termin opisuje społeczną i kulturową aktywność dzielenia się historiami. Towarzyszy temu dzieleniu się improwizacja, teatralność lub dekoracje. Każda kultura ma swoje własne historie lub narracje (czasami nazywane mitami), które są udostępniane jako środek rozrywki, edukacji (od czasów Arystotelesa), zachowania kultury (tradycji) lub wpajania wartości moralnych (czasami indoktrynacji). Kluczowe elementy historii i opowiadania to fabuła, postacie i narracyjny punkt widzenia. Jak wskazuje się w popularnych opracowaniach termin storytelling, czyli „opowiadanie historii” może odnosić się w wąskim znaczeniu, szczególnie do opowiadania ustnego, a także w

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział  
Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132



luźniejszym znaczeniu do technik wykorzystywanych w innych mediach do rozwijania lub ujawniania narracji opowiadania.

Według Larka w książce „Storytelling. Studium o sztuce projektowania angażujących opowieści” „Storytelling rozumie story trochę tak, jak Susan Sontag „dzieło sztuki”, które „prowadzi do swoistej ekscytacji, zaangażowania”, „jest uwodzeniem”, „proponuje doznanie, które ma objawiać cechę władczości, „nie może jednak uwieść bez współdziałania doświadczającego podmiotu”. Zatem: „storytelling” to techniczna wiedza operacyjna, czyli przeznaczona do aplikowania w praktyce, wyrażona w przystępnym języku, która koncentruje się na sposobach angażowania uwagi odbiorców za pomocą narzędzi służących do konstruowania powieści. Inaczej: to sztuka projektowania doświadczeń afektywnych przy użyciu narracji.” (19) Wydaje się, że projekt naukowy Larka ma być umieszczony na styku literaturoznawstwa i narratologii, ale narratologii w tej książce jest praktycznie bardzo mało, a już o najnowszej narratologii kognitywistycznej nie wspomnę. Zamiast tego, mimo że autor zastrzega się często, iż nie chce być interdyscyplinarny sięga do dyscyplin takich jak marketing i zarządzanie. Pisze on w jednym ze swoich artykułów o krytyce interpretacjonizmu: „Na koniec. Wydaje się, że dla sporej części literaturoznawców interpretacja jest ukoronowaniem zawodowej działalności, wyrazem ich wiedzy, kompetencji i intelektualnego wyrafinowania. Tymczasem z prac McLuhana wynika, jak sądzę, że interpretacja to przejaw naiwności i egzaltacji będącej rezultatem niewiedzy, jak naprawdę oddziałują na ludzkość teksty, czyli przedmioty materialne. Owa „inna historia literatury” miałaby być zatem napędzana pragnieniem ujrzenia dziejów książek z perspektywy bardziej realistycznej, pragmatycznej, technicznej niż perspektywa ustanowiona przez tradycję hermeneutyczną.” (Larek, Michał. „McLuhan. Inna historia literatury”. *Er(r)go. Teoria–Literatura–Kultura* 34, nr 1 (2017): 67–82.) Wydaje się, że podobne cele przyświecają Larkowi w tej wskazanej jako główne osiągnięcie książki: wyjście poza naiwność interpretacji. Jednak tego się tylko domyślam, bo wbrew pozorom autor słabo wyjawia swoje cele i metody.



Na samym wstępie pracy co prawda wskazuje wyraźnie na charakterystykę współczesnej kultury przez coś, co nazywa „ekonomią uwagi”. Faktycznie w refleksji nad kulturą współczesną, zwłaszcza cyfrową, w dobie Facebooka i Twittera, często pisze się o walce o ludzką uwagę w celu jej monetaryzacji. Dlatego Habilitant na wstępie pisze: „Storytelling, którego podstawy mam zamiar opisać w niniejszej książce, to swoiste połączenie świadomości literaturoznawczej z kreatywnym temperamentem, programowo wpisujące się w przywoływana na początku „ekonomię uwagi”. (14) Cel główny to „wypracowanie narzędzi i wytrenowanie umiejętności, czego skutkiem będzie stworzenie opowieści, która skutecznie zaangażuje audytorium.” Wydaje się zatem, że celem Autora było napisanie podręcznika twórczego pisania. Jednak twórczego pisania też w tej książce bardzo niewiele. Choć „angażujące opowieści” od zawsze były celem literatów, to ekonomia „była zawsze obecna w tle”. Gdzieś na poboczu głównego dyskursu miga także starożytna retoryka jako walka polityczna, czy sztuka walki. Jednak najważniejszym kontekstem „storytellingu” Larka jest jednak marketing i zarządzanie, zwłaszcza zarządzanie marką. Wprost odwołuje się do terminu używanego m.in. przez Marcina Składankę „design interaktywny”. Tenże zestawiany jest nieco szokująco z pracami teoretycznymi Bolesława Prusa. Celem tego designu jest „projektowanie atrakcyjnych przedmiotów, których konsumpcja ma sprawić przyjemność użytkownikom poprzez wzbudzenie odpowiednich emocji.” (16-17) Dlatego między innymi, że Larka interesuje produkt kapitalistycznego rynku, to zwraca uwagę na pracę Magdaleny Lachman o okładkach. „Storytelling pilnie śledzi najnowsze trendy w sztuce projektowania angażujących okładek.” (24) Nie idzie za tym jednak żadna oryginalna przeglądowa praca. „Storytelling to technika nawiązywania kontaktu z odbiorcą rozumianym po prostu jako konsument. Wartość tej techniki to jej skuteczność -- także, a może głównie: komercyjna.” (29) Jako metodologiczne wsparcie sięga Larek do teoretyków mediów cyfrowych, aby „Wzmocnić sojuszy pomiędzy wiedzą teoretyczną a operacyjną (Jenkins, Rozprzestrzenialne media)”. Czasami Larek

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział

Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133. +48 6655138 fax +48 42 6655132



wyduje się sięgać po poważne naukowe terminy, takie jak neuroestetyka, czy kognitywna narratologia, jednak są to odwołania bardzo powierzchowne, z drugiej i trzeciej ręki niejako, bez samodzielnie przeprowadzonych badań empirycznych i bez pogłębionych ram teorii. „Nawiązując do książki słynnego teoretyka designu, Donalda A. Normana, podpowiadam [sic! Tak jest w oryginale, przyp. JP], że storytelling to odmiana designu. W związku z tym opowieść musi apelować do trzech części ludzkiego mózgu: do mózgu gadziego, układu limbicznego oraz umysłu. (33) Nie znam w sposób wybitny filozofii umysłu, jednak „umysł” jako część ludzkiego mózgu obok „mózgu gadziego” (?) to jest swoiste kuriozum. Podobnym dla mnie kuriozum jest zdanie: „Przyjmijmy, że "układ nerwowy" jest pojęciem metaforycznym i oznacza właśnie ludzkie sensorium.” (85) W kognitywistyce i w narratologii kognitywistycznej układ nerwowy, to układ nerwowy, nie żadna metafora. Marketing i zarządzanie zwycięża co chwila na kartach tej książki: „storytelling” to „design reakcji publiczności” (poetyka to rodzaj designu) (62), „sensoryczny rodzaj literaturoznawstwa (81), projektowanie percepcji (Donald Norman): „kreowanie story to rodzaj designu, czyli po prostu planowanie doświadczeń odbiorców”. (103) oraz „maszyna drukarska zaszczepiła Zachodowi kapitalistycznego bakcyła i w efekcie sprawiła, że produkowanie różnego rodzaju narracji, zarówno elitarnych, jak i masowych, podlega kapitalistycznej logice.” – pisze Larek. (43) To ostatnie zdanie pozostaje w sprzeczności z przekonaniem kilkakrotnie wyrażanym, iż „storytelling to nie jest nowoczesna nowinka, to wiedza, którą zaczęli opracowywać już wybitni starożytni humaniści. Troska o angażowanie uwagi leży przecież u podstaw kultury, komunikacji, sztuki, widowisk, literatury itd. Była już zresztą o tym mowa.” (57) Czyli z jednej strony storytelling jest wykwitem zaawansowanego kapitalizmu XIX wieku, dlatego odwołania do Poego i Dickensa wydają się naturalne, ale z drugiej strony to przecież odwieczne zjawisko, dlatego sięgamy do Arystotelesa i proponujemy renesans starożytnej retoryki, choć ta np. w Ameryce ma się doskonale, o czym

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział

Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-238 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132



Habilitant zdaje się nie wiedzieć. Zastanawia mnie, dlaczego nie pojawia się w tym kontekście także popularne w zarządzaniu myślenie projektowe.

Podobnie zresztą uderza nieobecność odniesienia do storytellingu jako metody badania jakościowego w badaniach społecznych. A w tych właśnie badaniach np. u Davida M. Boje oraz Nazaniny Tourani pojawiają się odniesienia do teorii Waltera Benjamina i refleksji o powieściach i zmięczeniu „sztuki opowiadania” (Narrator 1996). [Boje, D. M. i Tourani, N. (2012) Storytelling, czyli o materialności praktyk opowiadania, rozdział w: Jemielniak, D. (2012) Badania jakościowe. Podejścia i teorie]. Pojawiają się tam także odniesienia do antropologicznych tradycji „natywnych” opowiadaczy oraz do teorii np. aktora-sieci Bruno Latoura. A przecież taka metoda zbierania opowieści byłaby świetnym wsparciem teoretycznym rozważań Larka. Próżno jej szukać. Gdyż Habilitant wierzy w praktykę i intuicję z niej wyrastającą. „Prus był na tropie wiedzy definiowanej jako know-how.” (78) Zresztą wiele terminów, nie tylko storytelling, czy „know-how” traktowane są jako li tylko hasła. Na marginesie, Autor pisze o hasle McLuhana Medium is a message, zaś u tamtego było raczej Medium is the message and the massage. Jeśli idzie o know-how, to wedle przepisów podatkowych w Polsce: Art. 5a ust. 34 lit. c definiuje „Know-how” jako udokumentowaną wiedzę (informację) nadającą się do wykorzystania w działalności przemysłowej, naukowej lub handlowej, zaś w art. 29 ust. 1 pkt 1 tej samej ustawy know-how określone jest jako całość informacji związana ze zdobytym doświadczeniem w dziedzinie przemysłowej, handlowej lub naukowej. Larek szuka intuicyjnie materiału inspiracji, jak o tym świadczy fragment: "Moja podpowiedź -- pragmatyczna naturalnie -- brzmi następująco: księgę tę [Prusa] warto traktować, tak jak sugeruje jej forma -- luźna, hybrydyczna, niegotowa -- jako coś, co się raz na jakiś czas wertuje w poszukiwaniu inspiracji." (79) Skądinąd ciekawe zwrócenie uwagi na zapiski Prusa kończą się po dwóch stronach: „Tutaj zakończę -- intensywniejsza penetracja zapisków Prusa to wyzwanie, któremu trzeba poświęcić inny rodzaj

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział

Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133. +48 6655138 fax +48 42 6655132



publikacji, już raczej ściśle warsztatowy, a mój cel jest wszakże inny. (80) Nie mam jasności, co to znaczy ten inny cel. Podręcznik twórczego storytellingu?

Larek pragnie pozostawać w ramach literaturoznawstwa, jednak, jak już wskazałem buszuje na dobre w refleksji praktyków marketingu i zarządzania. Dodajmy polskiego. Pisze on: „Potencjał marketingowy to potencjał w gruncie rzeczy emotogenny” (82), zaś jego książka pozostaje w ramach tradycyjnego literaturoznawstwa -- nie jest częścią interdyscyplinarnego czy transdyscyplinarnego projektu (82) Sam przyznaje, że „daleko jej, rzecz jasna, do naukowej ścisłości, ale czy w tym obszarze coś takiego jest w ogóle możliwe? Wydaje mi się, że kluczowa jest tutaj wytrenowana intuicja. (83) Zatem to co pozostaje to: „wiedza intuicyjna, z różnych dyscyplin (kognitywistyki czy psychologii), korzystająca z dobrodziejstw sieci (ślady odbioru, recepcji) (83) Naprawdę zdumiewa mnie, jak specjalista od „opowieści” odwołujący się niby do kognitywistyki (najważniejszymi opracowaniami tutaj będzie wcale nietypowy Carroll i Vetulani, nie ma zaś np. klasyka Brunera, o Marku Turnerze i innych nie wspomnę), może napisać zdanie: „Przyjmijmy, że "układ nerwowy" jest pojęciem metaforycznym i oznacza właśnie ludzkie sensorium.” (85) Albo „Artysta jako neurobiolog -- bardzo pożyteczne hasło.” „Twórcy historii – neurochirurdzy” (85)

W rozdziale VIII „Storytelling na mapie metodologii badań literaturoznawczych” Autor podkreśla, że trzyma się skromnych ram literaturoznawczych (237). Jak już wskazałem, raczej daleko poza te ramy wykracza. „Chodzi mi o to, żeby podpowiedzieć storytellerom, gdzie mogą szukać teoretycznego wsparcia.” (237) I dlatego proponuje, aby przywrócić retorykę jako dyscyplinę (242) (tutaj powołuje się na jedną pracę Korolki jako jedyny autorytet pomijając przydatne w tym względzie prace np. Wayne’a Bootha, przedstawiciela literaturoznawczej szkoły chicagowskiej, specjalizującego się w retoryce.)

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział

Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132



Powierzchność i fascynacja Larka zarządzaniem jest szczególnie widoczna choćby w tym, że w swojej pracy aspirującej do habilitacyjnej kilkakrotnie jako autorytatywna przywołana jest praca Pawła Tkaczyka pt. Narratologia, która – nota bene – pozbawiona jest jakiegokolwiek aparatury naukowej, nie ma przypisów, bibliografii, indeksów. Praca Tkaczyka to jest podręcznik praktyczny dla marketerów. Zaś Larek pisze: "U podstaw scenopisarstwa leży zatem dzieło Proppa. Chciałbym to podkreślić, żeby tym mocniej zasygnalizować istotność narratologii (rozwijanej także przez kolejne pokolenia badaczy) dla storytellingu. (tutaj przypis 22 z Tkaczykiem właśnie) (246) Innych prac narratologicznych niestety jest tylko kilka, najpoważniejsza chyba Mieke Bal.

Mimo że Larek kilkakrotnie wskazuje, że jest literaturoznawcą, to wydaje się nie znać wielkiego obszaru badań literaturoznawczych po tak zwanym zwrocie afektywnym. Ani współczesnych polskich także narratologów. Ani refleksji narratologicznej nowego historycyzmu. Pisze on np. „W obszarze badań literaturoznawczych skupionych na dekodowaniu znaczeń czy rekonstruowaniu kontekstów filozoficznych bądź kulturowych, ten rodzaj refleksji jest bardzo słabo rozwinięty (jej odpryski można znaleźć ukryte gdzieś na peryferiach naszej dyscypliny)". (82) I żadnego tekstu choćby z „Tekstów Drugich” habilitant nie zna? Nie wypada mi wskazywać, że w całej książce nie pada klasyczne retoryczno-poetyckie słowo „pathos”, czy „empatia”, choć wspomniane są neurony lustrzane z odniesieniem do psychologa Vetulaniego (92), zaś w jednym przypisie w mamy wspomnianą empatię i chemię (kortyzol i oksytocyna) Z badań literaturoznawczych podręcznik akademicki teorii literatury Markowskiego i Burzyńskiej jest traktowany jako praca stricte naukowa i nazywana towarem: jako towar instant. Wypadałoby rozróżniać pracę badawczą od podręcznika.

W ogóle jakby nie istnieje dla Larka także pogłębiona charakterystyka estetyczna. Mimo przywołania „neuroestetyki” i „filozofii horroru” niewidoczna jest estetyka, czy zwrot cielesny, tak bardzo się ostatnio zaznaczający i tak dobrze wpisujący się w

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział  
Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132





rozważaniu na temat medium jako „masażu” (the medium is the massage – tu gra słów McLuhana i Quentina Fiore). Najlepiej widoczne są natomiast odniesienia do marketingu, dziennikarstwa (Malcolm Gladwell, czy Martela „Mainstream”), czy także filmoznawstwa. Choć i tutaj bardzo powierzchownie. Kiedy np. w rozdziale szóstym komentuje teorię i praktykę Eisensteina, jego montaż atrakcji, to w ogóle w tym miejscu nie wspomina pokrewnych przecież mu formalistów rosyjskich i awangardy, bo musiałbym coś wspomnieć prawdopodobnie o neoformalistach w filmoznawstwie, a tutaj może brakuje jakiejś wiedzy. Formaliści wspomniani są w następnych rozdziałach też tylko przez Szklowskiego z jego „sztuką jako chwytem”. Kontrowersyjnie na tym tle wygląda teza, że teleologią literatury jest „podążanie w stronę filmu, w stronę jakości filmowych”. Końcowy krótki przegląd przydatnych metodologii (254) jest jakimś propedeutycznym i pobieżnym wprowadzeniem w kamienie milowe narratologii literaturoznawczej.

W rozdziale VII Historia literatury jako historia walki o uwagę odbiorcy obejmuje przede wszystkim widowiska teatralne i filmowe: *comedia dell'arte*, teatr elżbietański, melodramat.

Autor w rozdziale V podaje kilka emocji według niego kluczowych, nie podaje jednak żadnych argumentów za takim właśnie ich zestawem: rozbawienie, wzruszenie, strach, złość i gniew, zaskoczenie. Nota bene, żeby pokazać rozbawienie przytacza obszerny fragment z Diderota (160-163). Analizy tutaj nie ma. I nie wydaje się to przeoczeniem, raczej jest intencjonalne. Kuriozalny jest cytat na trzy strony bez pogłębionej analizy.

Na koniec jeszcze kilka uwag o stylu: nie wiem, dlaczego Habilitant, który jest pisarzem nie czuje niestosowności swojego konwersacyjnego stylu w pracy habilitacyjnej: "wracam do Lachman" (23), 'Storytelling pilnie śledzi najnowsze trendy w sztuce projektowania angażujących okładek'. (24) „Dotychczasowe uwagi odesłały



nas do dziedziny fizjologii -- fizjologii odbioru. Nieprzypadkowo. Otóż storytelling zorientowany jest na stymulowanie ludzkiego Sensorium." (25) , „Koncept jest taki: (...)” (10), „udzielałem się całkiem intensywnie na tej niwie”, „Jeden przykład.” (29), "Szalenie skuteczne narzędzie stymulujące odbiorców" (34), „Wniosek? Zważywszy na cel mojej rozprawy, ujmę go tak: maszyna drukarska zaszczerpiła Zachodowi kapitalistycznego bakcyła (...). (43), "Moja odpowiedź -- pragmatyczna naturalnie - - brzmi następująco: księgę tę warto traktować, tak jak sugeruje jej forma -- luźna, hybrydyczna, niegotowa -- jako coś, co się raz na jakiś czas wertuje w poszukiwaniu inspiracji." (79). Nie wymieniam przykładów złego stylu więcej, żeby nie mnożyć drobnych uwag, ale naprawdę ten konwersacyjny styl bardzo mnie razi swoją nonszalancją.

Główna propozycja włączenia tzw. storytellingu marketingowego w obszar badań literaturoznawstwa, czy raczej jako obszar refleksji dydaktycznej (choć nie jest to jasno powiedziane) wydaje się ważka. Sam temat został jednak słabo uzasadniony. Nie zbudowano wcale przekonującej opowieści, takiej jak w wykładach TED, które bazują przecież na zasadach „storytellingu”. Zresztą Habilitant jakby przeczuwał także zarzut, iż ulega komercjalizacji neoliberalnej. Argumentuje w zakończeniu, że uniwersytet jest pojemny i może zmieścić zarówno krytyka frankfurckiego atakującego przemysł kulturalny, jak i zwolennika neoliberalnego „storytellingu”. Jeśli idzie o mnie, to pozostaję raczej bardziej przekonany do refleksji krytycznej frankfurtczyków, czy sarkazmu Rolanda Barthesa oraz oświeceniowych analiz Michela Foucaulta. No ale przecież nie jest powiedziane, że wszyscy tak muszą.

3. Ocena istotnej aktywności badawczej, współpracy międzynarodowej, dorobku dydaktycznego i popularyzatorskiego habilitanta zgodnie z kryteriami wymienionymi w powyższym rozporządzeniu Ministra Nauki i szkolnictwa Wyższego.

JAROSŁAW PŁUCIENNIK, prof. zw., Katedra Teorii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej, Wydział

Filologiczny, Uniwersytetu Łódzkiego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź, Poland

e-mail: jaroslaw.pluciennik@uni.lodz.pl

tel. +48 42 6655133, +48 6655138 fax +48 42 6655132



Habilitant prowadzi intensywną działalność dydaktyczną i popularyzatorską. Została ta działalność nagrodzona odznaką ministerialną.

**§ 3. Kryteria oceny w zakresie osiągnięć naukowo-badawczych habilitanta obejmują:**

1) w obszarze nauk humanistycznych – autorstwo lub współautorstwo publikacji naukowych w czasopismach znajdujących się w bazie Web of Science (WoS) lub na liście European Reference Index for the Humanities (ERIH),

W latach 2008-2017 Habilitant był autorem i współautorem 28 artykułów i książek.

**§4 - Kryteria oceny w zakresie osiągnięć naukowo-badawczych habilitanta we wszystkich obszarach wiedzy obejmują:**

1) autorstwo lub współautorstwo monografii, publikacji naukowych w czasopismach międzynarodowych lub krajowych innych niż znajdujące się w bazach lub na liście, o których mowa w

§ 3, dla danego obszaru wiedzy;

3) sumaryczny *impact factor* publikacji naukowych według listy Journal Citation Reports (JCR), zgodnie z rokiem opublikowania;

nie dotyczy tej twórczości naukowej

4) liczbę cytowań publikacji według bazy Web of Science (WoS);

nie dotyczy tej twórczości naukowej

5) indeks Hirscha opublikowanych publikacji według bazy Web of Science (WoS);



Kilka artykułów (7) jest cytowanych w Google Scholar. H-Indeks na Google Scholar: 2.

6) kierowanie międzynarodowymi lub krajowymi projektami badawczymi lub udział w takich projektach;

nie stwierdzono

**§ 5. Kryteria oceny w zakresie dorobku dydaktycznego i popularyzatorskiego oraz współpracy międzynarodowej habilitanta we wszystkich obszarach wiedzy obejmują:**

8) osiągnięcia dydaktyczne i w zakresie popularyzacji nauki lub sztuki;

Bardzo aktywny na polu dydaktyki akademickiej i dydaktyki w ogólności, aktywny pisarz.

Podsumowując: aktywność badawcza oraz Habilitanta jest na dostatecznym polskim poziomie. Publikacje ilościowo są skromne. Warto podkreślić zaangażowanie w projekty o edukacyjnym i popularyzatorskim charakterze. Mamy do czynienia z praktykiem i akademikiem zarazem. Jego wiedza praktyczna pisarza i akademika może się przydać na pewno jednostce zatrudniającej.

#### 4. Wniosek końcowy

Pomimo zastrzeżeń szczegółowych dotyczących oceny osiągnięcia naukowego przedstawionego do oceny, uważam to osiągnięcie za wyróżniające jako inspiracja do dalszych badań. Praca jest oryginalna.

Dyskusja na zainicjowane tematy powinna trwać. Także pozostałe osiągnięcia zwracają uwagę dobrą jakością.



Pan dr Michał Larek zasługuje – wydaje mi się po głębszej analizie – na samodzielność naukową. Rekomenduję dopuszczenie go do następnego etapu postępowania habilitacyjnego.

Łódź, 09.07.2020

Jarosław Płuciennik

podpis Recenzenta