



UNIwersytet WarsZawski
Instytut Komunikacji Specjalistycznej
i Interkulturowej
Zakład Interdyscyplinarnych Badań nad Językiem
i Komunikacją

Dr hab. Paweł Szerszeń, prof. UW

ul. Dobra 55
00-312 Warszawa
www.iksi.uw.edu.pl

(+48 22) 55-34-248
(+48 22) 55-34-282
iksi@uw.edu.pl

Ocena dorobku naukowego i rozprawy habilitacyjnej

pt. *Marketingtexte aus translationswissenschaftlicher Sicht*

Untersuchung einer Kundenzeitschrift der Automobilbranche im Sprachenpaar Deutsch-Polnisch

oraz rozwoju akademickiego dr HANKI BłaszKowskiej

(Wydział Neofilologii, Instytut Lingwistyki Stosowanej, Zakład Lingwistycznych Studiów nad Przekładem, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

1. Sylwetka Habilitantki

Pani dr Hanka BłaszKowska, od 2005 r. adiunkt w Instytucie Lingwistyki Stosowanej na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, zdobyła wykształcenie, które uczyniło z Niej badaczkę przygotowaną profesjonalnie do podjęcia badań nad tłumaczeniem tekstów z zakresu szeroko rozumianego marketingu i komunikacji korporacyjnej. W Jej ścieżkę rozwoju zawodowego wpisują się studia magisterskie na Wydziale Neofilologii UAM – tytuł zawodowy magistra filologii germańskiej, zaś blisko trzydziestoletnia działalność naukowa, dydaktyczna i tłumaczeniowa stanowią świadectwo pozyskania przez Habilitantkę umiejętności niezbędnych do przeprowadzania zaawansowanych badań w obszarze przekładu tekstów specjalistycznych.

Na uznanie zasługuje kilkunastoletnia aktywność akademicka Kandydatki w Niemczech, która pozwoliła Jej uzyskać cenne przygotowanie zawodowe i doświadczenie dydaktyczne

w międzynarodowym kontekście. Jako wykładowcy w niemieckich placówkach edukacyjnych miała możliwość dzielenia się swoją wiedzą i umiejętnościami w zakresie tłumaczenia polsko-niemieckiego, ale także języka i kultury polskiej.

**2. Ocena rozwoju akademickiego, osiągnięć organizacyjnych i dydaktycznych
Habilitantki, w tym aktywności naukowej realizowanej w więcej niż jednej uczelni,
instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.**

Habilitantka bierze aktywny udział w życiu akademickim. Po uzyskaniu stopnia doktora uczestniczyła w ponad 30 konferencjach (w 19 z nich z referatem), w tym w 23 krajowych i 6 zagranicznych. Kandydatka włączała się w prace komitetów organizacyjnych licznych wydarzeń naukowych o randze międzynarodowej i krajowej z zakresu subdziedzin lingwistyki stosowanej, w części z nich także w roli tłumacza konferencyjnego.

Dr Hanna Błaszowska od lat intensywnie angażuje się we współpracę krajową i międzynarodową, czego wyrazem są jej liczne kontakty naukowe z naukowcami z Polski i z zagranicy, m.in. z Niemiec, Austrii, Hiszpanii, Włoch, Słowenii, Serbii i Bułgarii. Poza długoletnią pracą na Uniwersytecie Europejskim Viadrina odbyła szereg dłuższych i krótszych pobytów naukowych bądź badawczo-dydaktycznych na uczelniach w kraju i za granicą, m. in. w ramach stypendium DAAD na Uniwersytecie w Lipsku (2015-2016), w rezultacie uczestnicząc w blisko 20 stypendiach i stażach na uniwersytetach w 8 krajach.

Habilitantka brała także udział w licznych szkoleniach metodologicznych, kształtujących Jej warsztat pracy jako tłumaczki i nauczyciela akademickiego. Posiada duże doświadczenie dydaktyczne w zakresie prowadzenia kursów językowych, ale także zajęć językoznawczych, translatorycznych i seminariów. Wypromowała ok. 100 licencjatów i 20 magistrów. Dr Hanna Błaszowska jest także członkinią kilku zagranicznych i krajowych stowarzyszeń naukowych. Na szczególną uwagę zasługują pełnione w przeszłości i obecnie przez Kandydatkę liczne funkcje akademickie, m.in. kierownika Studiów Podyplomowych Kształcenia Tłumaczy Języka Niemieckiego SPKTJN (UAM), koordynatora pomocniczej sieci akademickiej CEEPUS TRANS. Na uznanie zasługuje także działalność redaktorska i redakcyjna Kandydatki, w tym jej zaangażowanie w zespołach autorskich podręczników i poradników metodycznych dla nauczycieli.

W świetle przedstawionych powyżej osiągnięć, działalność akademicka, organizacyjna i dydaktyczna Habilitantki zasługuje na ocenę pozytywną. Długoletnie, systematyczne

zaangażowanie dr Hanki Błaszkwskiej w życie akademickie i jego organizację stanowi dobrą podstawę dla Jej naukowego rozwoju.

3. Ocena dorobku naukowego

3.1 Uwagi ogólne

Dr Hanka Błaszkwaska opublikowała po doktoracie dwie monografie, w tym jedną wskazaną jako osiągnięcie naukowe z art. 219 ust. 1 pkt 2a Ustawy, a także 29 artykułów naukowych w czasopismach naukowych i monografiach wieloautorskich. Była współautorką podręczników, współredaktorką poradników metodycznych oraz recenzentką artykułów naukowych i ponad 30 prac dyplomowych.

3.2. Ocena osiągnięcia naukowego (rozprawy habilitacyjnej)

Rozprawa habilitacyjna pt. „Marketingtexte aus translationswissenschaftlicher Sicht am Beispiel einer Kundenzeitschrift der Automobilbranche im Sprachenpaar Deutsch-Polnisch” jest obszerna i składa się z sześciu rozdziałów (str. 39-498), poprzedzonych wprowadzeniem (str. 21-39), rozdziału z uwagami końcowymi (str. 499-518), poświęconymi wnioskowi oraz zastosowaniu wyników pracy, załączników zawierających materiał stanowiący podstawę badań empirycznych (str. 425-472) oraz spisu bibliografii (str. 519-551). Do pracy dołączony został wykaz skrótów, ilustracji oraz tabel (str. 13-16).

Celem pracy było systematyczne omówienie tłumaczenia z zakresu szeroko rozumianego marketingu i komunikacji korporacyjnej przy uwzględnieniu złożonej specyfiki tekstów „magazynu costumowego” Audi Magazin, stanowiących instrument komunikacji korporacja-klient. Dążeniem Autorki rozprawy jest wypracowanie modelu przekładu tekstów marketingowych, integrującego perspektywę przekładoznawczą z perspektywą branży usług językowych (LSP). Część pierwsza monografii („Die Automobilbranche als translatorisches Arbeitsfeld”) uwzględnia pozajęzykowe determinanty branży motoryzacyjnej w Niemczech oraz Polsce. Rozdział drugi pt. „Die Kundenzeitschrift als Medium der Unternehmenskommunikation“ wprowadza czytelnika w przestrzeń analizowanego gatunku prasowego – magazynu „customowego” (*Kundenzeitschrift*), który ujmowany jest jako medium komunikacji korporacyjnej. W części trzeciej („Translationswissenschaftliche Grundlagen für das Übersetzen der

Kundenzeitschrift") Autorka formułuje teoretyczne podstawy translatoryczne rozważań nad przekładem tekstów z obszaru komunikacji korporacyjnej. Tematem rozdziału czwartego („Transkreation von Marketingtexten aus übersetzungspraktischer und übersetzungstheoretischer Sicht") są aspekty teoretyczne transkreacji (*Transkreation*), które ukazane zostały z perspektywy translatorycznej i lingwistycznej. Piąty rozdział pracy („Empirische Untersuchung der Kundenzeitschrift *Audi Magazin*") ma za zadanie wskazanie wyników analizy znaczących dla przekładu cech tekstów (5.3) oraz zaprezentowanie rezultatów badań ich przekładu na język polski (5.4). W analizie tekstów (5.3) Habilitantka uwzględnia szereg cech pozatekstowych („textexterne Faktoren"), wewnątrztekstowych („textinterne Faktoren"), by następnie odnieść się do wewnątrztekstowych czynników językowych i pozajęzykowych („sprachliche textinterne Faktoren" i „außersprachliche textinterne Faktoren") oraz oddziaływania na odbiorcę analizowanych tekstów („Wirkung auf die Adressaten"). Rozdział szósty („Ebenen des interkulturell-interlingualen Transfers von Marketingtexten") jest syntetycznym ujęciem poziomów przekładu tekstów marketingowych, traktowanych jako transfer interkulturowy i interlingwalny. Praca wyposażona została w podsumowanie i wnioski („Resümee und Ausblick"), obszerny spis bibliografii, indeks skrótów, ilustracji oraz tabel. Każdy z rozdziałów wieńczy staranne podsumowania („Zwischenfazit"), pozwalające na bieżąco śledzić omawiane w poszczególnych częściach monografii treści i łatwiej orientować się w planowanych kolejnych fazach pracy.

Układ monografii jest przemyślany, argumentację naukową cechuje konsekwencja i przejrzystość. Rozprawa tworzy spójną całość, w której rozdziały teoretyczne (1-4) stanowią właściwą podstawę do badań empirycznych przedstawionych w rozdziałach 5-6. Wykorzystanie ww. podsumowań oraz ich treść dobitnie świadczą o sprawności metodologicznej Autorki, która prowadzi na ogół koherentny wywód i podczas redagowania pracy uwzględnia potrzeby czytelnika.

Monografia osadzona jest w nurcie teorii *Skoposu*, w ramach której działania tłumacza determinuje cel przekładu i choć koncepcja ta, na co wskazuje także Autorka rozprawy, nie zyskała powszechnej akceptacji, por. krytyczną argumentację np. w pracach Lwa Zybatowa, umożliwia ona wzięcie pod uwagę zróżnicowanych czynności podejmowanych przez tłumacza, np. modyfikacje czy adaptacje tekstu docelowego. Sądzę, że w przypadku analizy tekstów z zakresu komunikacji korporacyjnej, podobnie jak w przypadku obszarów public relations, a zatem różnych działań perswazyjnych, dość obiecujące wyniki pozwalają także uzyskać inne koncepcje, w tym zwłaszcza teoria semantyki ram poznawczych („Frames") Fillmore'a (1977) i Snell-Hornby (2005), o której Autorka pracy słusznie wspomina (str. 396).

Ważnym elementem pracy jest zaproponowany przez Habilitantkę model transferu interkulturowo-interlingwalnego tekstów marketingowych. Na uwagę zasługuje jego wielopoziomowość, w tym w szczególności uwzględnienie poziomów przekładu specjalistycznego i marketingowego oraz transkreacji, która bazuje na przekładzie. Obydwa ww. poziomy zespala marketingowa strategia standardyzacji. Poza przekładem Autorka uwzględnia strategię wypracowania nowych koncepcji tekstu („Neukonzeption”). Ostatni poziom działań strategicznych nie stanowi integralnej części przekładu. W odniesieniu do osiągniętych przez Autorkę monografii wyników badań należy zgodzić się z brakiem możliwości oddzielenia translacji o charakterze specjalistycznym i marketingowym, podobnie jak rozgraniczenia transkreacji i uzyskiwania nowej koncepcji („Neukonzeption”), które często warunkują się wzajemnie. Wnioski przedstawione w monografii Habilitantki są istotne, gdyż mogą posłużyć jako wskazówka do dalszych badań teoretycznych we wstępnie nakreślonych przez Autorkę paradygmatach: etnograficznym, antropocentrycznym czy kognitywistycznym (Framing), ale także tych o wymiarze aplikatywnym, wpisujących się w potrzebę rozwijania rozbudowanych kompetencji translatorskich, zwłaszcza w obrębie kreatywnego pisania, redakcji i produkcji tekstu oraz opracowywania materiałów dydaktycznych wspierających rozwój tak rozumianych kompetencji w zakresie translacji i transkreacji tekstów marketingowych.

Rozprawę habilitacyjną dr Hanki Błaszczkowskiej oceniam nader pozytywnie. Autorce udaje się umiejętnie połączyć teoretyczną i praktyczną perspektywę tłumaczenia marketingowego dla branży motoryzacyjnej w parze językowej niemiecki-polski. Odmienność rozwoju społeczno-kulturowego, a także sygnalizowane na kartach rozprawy rozbieżności w rozwoju branży motoryzacyjnej w Polsce i w Niemczech stanowią duże wyzwanie dla międzyjęzykowo-interkulturowego transferu niemieckich tekstów marketingowych na język polski, co Autorka rozprawy na podstawie obszernej analizy problemów tłumaczeniowych tekstu marketingowego typu magazyn costumowy dobitnie wykazuje, poruszając się w obrębie trafnie obranego i konsekwentnie realizowanego funkcjonalnego podejścia do badań nad tłumaczeniem. Opis naukowy doprecyzowuje systemowo i krytycznie ujęta przez Autorkę rozprawy koncepcja transkreacji, która została włączona do modelowej reprezentacji tej dziedziny przekładu.

Na pozytywną ocenę zasługuje także dobra orientacja Autorki w literaturze przedmiotu, czego wyrazem jest nie tylko rozeznanie i wykorzystywanie wyników szeroko rozumianej refleksji polsko- i obcojęzycznej w obrębie językoznawstwa, w tym translatoryki, lingwistyki tekstu, lingwistyki języków specjalistycznych, ale także wyników rozważań wykraczających poza przestrzeń językoznawstwa. Szkoda, że w tak rozległej pracy nie udało się Habilitantce umieścić indeksu rzeczowego, zestawiającego wybrane hasła kluczowe, terminy, definicje,

co ułatwiłoby orientację w pracy oraz pozwoliło jeszcze wnikliwiej zrozumieć przyjętą perspektywę badawczą i precyzyjniej śledzić wywód Autorki pracy.

Odnosząc się do kwestii jakości wywodu naukowego wypada zauważyć, że Autorka ze znanstwem dobiera, zestawia i wyczerpująco referuje, a także często pogłębia w skrupulatnie opracowanych obszernych przypisach wiele teorii wpisujących się w nurt podejmowanych przez siebie refleksji, jak choćby tych odnoszących się do lingwistyki tekstu czy translatoryki, przyjmując na ogół trafne rozwiązania terminologiczne. Niejednokrotnie uwidacznia własne stanowisko, choć czasem, jak choćby w przypadku referowania poglądów na temat istoty niektórych fenomenów, wprowadza (bez uprzedniego komentarza) nieostrą, w tym także niekiedy wywodzącą się z różnych tradycji badawczych, nomenklaturę, np.: „neue Medien”, „Sachtext”, „Gebrauchstext”, „Register”, „Stilregister“, „Varietät“, „Funktionalstil“, „technischer Fachstil“ czy „Quasi-Terminus” i in., której rozumienie w perspektywie podejmowanych rozważań i użycie (w danym kontekście) wymagałoby szerszego komentarza, szczególnie w przypadku posługiwania się nią zamiennie (np. w obrębie kategorii styl/ styl funkcjonalny/rejestr). Nie inaczej rzecz się ma z wprowadzeniem do dyskusji wyrażeń „gatunek tekstu” („Textsorte”) i „genre” („Genre”) z jednoczesnym powstrzymaniem się Autorki od zajęcia stanowiska uzasadniającego dokonany wybór, co skłania do refleksji, że Autorka rozprawy traktuje je być może synonimicznie, co niełatwo jest zaakceptować (por. np. Czachur 2012). Także wyrażenie „Werbessprache” pojawia się, bez dodatkowej eksplikacji w opozycji do „Fachsprache”, z czym trudno się zgodzić. Brak stosownych wyjaśnień można odczytać jako pomijanie istotnych odrębności w przypadku mniej bądź bardziej różniących się od siebie zakresów pojęciowych poszczególnych wyrażeń specjalistycznych, co skutkuje nieprecyzyjnym ujęciem badanej rzeczywistości, wobec czego poglądy Autorki w niektórych obszarach niełatwo poddają się weryfikacji. Przyjęcie istotnego w takich przypadkach tonu polemicznego czy wprowadzenie własnego porządkującego wywód komentarza byłoby nie tylko pożądane, ale także doprowadziłoby do ujednoznacznienia spojrzenia na przedmiot badań, co w jeszcze większym stopniu pogłębiłoby relacje pomiędzy częścią teoretyczną i empiryczną.

Pewien niedosyt budzi ponadto fakt, że Habilitantka, pomimo obeznania z literaturą przedmiotu, nie odnosi się szerzej do holistycznego ujęcia translacji (por. Żmudzki np. 2013), stanowiącego alternatywę dla paradygmatycznych teorii przekładu i stanowiącego autorskie rozwinięcie założeń antropocentrycznych (rozumienia języka, komunikacji i translacji) w układzie translatorycznym Franciszka Gruczy (F. Grucza 1986, 2012 i in.). Co więcej, nie zajmuje stanowiska w kwestii rozumienia wyrażenia „język” czy „język

specjalistyczny”, co skutkuje niejednokrotnie utażsamianiem rzeczywistości językowej, pojmowanej jako pewien zbiór kompetencji, zob. np. F. Grucza 1983, 1986, z rzeczywistością wytworów językowych (tekstów) czy reprezentowanych przez te ostatnie obszarów (dziedzin i subdziedzin) działalności wiedzo- i tekstotwórczej człowieka (por. np. odnosząca się do poglądów S. Gruczy 2008 uwaga Autorki dotycząca rozumienia języka specjalistycznego jako „instrumentu” do generowania i wyrażania wiedzy specjalistycznej i jednocześnie wskazanie na to, jakoby wiedza specjalistyczna była wytwarzana w tekstach specjalistycznych, a nie jedynie przez nie reprezentowana, zob. przyp. 131, str. 140).

Odnosząc się do przytaczanych przez Autorkę w empirycznej części rozprawy egzemplifikacji zastanawia także fakt jednoczesnego przytaczania przykładów wywodzących się ze źródeł obejmujących dyskurs motoryzacyjny dotyczący konkurencyjnych marek, jak np. BMW, Mercedes itd., tuż obok przykładów bezpośrednio objętych obserwacją, co może wywołać wrażenie obecności tych pierwszych w analizowanym materiale badawczym (np. na str. 381). Niemniej jednak należy zarazem przyznać, że zdecydowana większość poczynionych obserwacji, a także sam sposób prowadzenia naukowego wywodu, zwłaszcza jego szczegółowość dotycząca wątków pragmatycznych, różnic kulturowych, odrębnych tradycji w warstwie tekstemicznej, w tym charakterystyk gatunkowych, a także pogłębiona refleksja w obszarze ustabilizowanego i kształtującego się nazewnictwa odzwierciedlającego stan rozwoju technicznego i technologicznego w dziedzinie motoryzacji są wysokiej próby.

Myślę, że istotnym uzupełnieniem dla refleksji Autorki w zakresie interpretacji i badania leksyki przedmiotowej byłyby prace G. Pawłowskiego, który wskazał interesującą perspektywę epistemologiczną w ww. zakresie, niektóre wyniki badań nad zrozumiałością tekstów, rolą mediów cyfrowych w kontekstach wiedzytwórczych, prowadzonych m. in. przez M. Balloda czy M. Leszkowicza, a także publikacje M. Wilczewskiego w dziedzinie komunikacji interkulturowej (w przedsiębiorstwach międzynarodowych) oraz J. Makowskiego na temat prób łączenia rzeczywistości lingwistycznej i biznesowej w perspektywie badawczej i dydaktycznej.

Wskazane przeze mnie uwagi nie kwestionują bardzo wysokiej wartości poznawczej monografii, ukazując jedynie możliwe kierunki przyszłej refleksji badawczej Kandydatki. Autorka rozprawy wykazała się nie tylko dogłębną znajomością zagadnienia, umiejętnością wnikliwej, opartej na zróżnicowanej literaturze przedmiotu analizie bogatego materiału badawczego, skrupulatnego przedstawienia jej wyników oraz właściwego wykorzystania poczynionych w ramach refleksji teoretycznej uwag w części empirycznej monografii.

Praca napisana jest wzorcową niemiecką, a bardzo nieliczne usterki językowe, np. na str. 63, 112, 152, 208, 227 czy 418, powstały zapewne podczas ostatecznego przygotowywania tekstu pracy do druku. Nie mają one, podobnie jak pojawiające się niekiedy skróty myślowe, np. „(...) die Bilder transportieren Bedeutung und erzeugen Stimmung und Wirkung“, istotnego wpływu na treść rozprawy habilitacyjnej, choć prawdopodobnie mogą być wynikiem wpływu dyskursu w obrębie reklamy bądź upraszczających sformułowań wywodzących się z refleksji niektórych przedstawicieli lingwistyki obrazu.

Pomimo, że nie ze wszystkimi poglądami Autorki jestem zgodny, jak choćby z rozumieniem wyrażeń „język” czy „znaczenie”, co rzutuje zwłaszcza na rozumienie innych kluczowych pojęć oraz ścisłość i dokładność wyводу naukowego, przyznaję, że przyjęta przez Nią perspektywa teoretyczna została właściwie uzasadniona i jest konsekwentnie realizowana, co znajduje odzwierciedlenie na poszczególnych etapach działań Autorki. Osadzona w teorii *Skoposu* monografia odpowiada założeniom teoretycznym tej koncepcji. Tym samym należy stwierdzić, że deklarowane na wstępie cele pracy zostały zrealizowane. Recenzowana pozycja wpisuje się w naukowy dyskurs w obrębie komunikacji korporacyjnej, uzupełniając go o gatunki tekstowe, którym dotychczas nie poświęcono uwagi. Żywię nadzieję, że napotka na duże zainteresowanie ze strony językoznawców, badaczy przekładu nieliterackiego, ale także przedstawicieli innych dziedzin badających procesy komunikacji specjalistycznej.

Podsumowując uważam, że rozprawa pt. „Marketingtexte aus translationswissenschaftlicher Sicht. Untersuchung einer Kundenzeitschrift der Automobilbranche im Sprachenpaar Deutsch-Polnisch“ w sposób znaczący przyczynia się do poszerzenia wiedzy translatorycznej w omawianym zakresie i wskazania nowych pól badawczych, przez co zasługuje na pozytywną ocenę ogólną.

3.3 Ocena pozostałego dorobku naukowego Habilitantki

Pozostały dorobek naukowy Habilitantki odnosi się do czterech nurtów badawczych: językoznawstwo ogólne i kontrastywne, językoznawstwo feministyczne, komunikacja interkulturowa i glottodydaktyka oraz translatoryka i translodydaktyka. Składa się on z jednej monografii, 10 artykułów w punktowanych czasopismach krajowych (od 40 do 70 punktów) oraz 19 rozdziałów w renomowanych wydawnictwach krajowych i zagranicznych, m.in. John Benjamins, Peter Lang czy Frank & Timme czy Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Większość publikacji ma zasięg międzynarodowy, gdyż ukazała się w językach obcych: niemieckim i angielskim, część z nich w liczbie 6 w języku polskim.

Na szczególną uwagę zasługuje przede wszystkim zapoczątkowana przez Habilitantkę we wczesnych latach działalności naukowej i pogłębiania do dziś refleksja w obrębie asymetrii płciowej w systemie języka oraz nierówności płci w dyskursie, której wynikiem jest ożywiona wymiana naukowa w ww. zakresach tematycznych oraz działalność ekspercka i publikacyjna Kandydatki. Warty odnotowania jest pokaźny międzynarodowy dorobek naukowy ostatnich lat, który dotyczy głównie zagadnień translacji i transkreacji oraz komunikacji w obszarze marketingu.

Od 2014 r. dr. H. Błaszowska uczestniczy w szeroko zakrojonej współpracy naukowo-dydaktycznej skupiającej ponad 20 uniwersytetów w krajach bałkańskich oraz Uniwersytet Wiedeński i ILS UAM, w ramach której angażuje się w działania w obszarze tematycznym komunikacji interkulturowej i translacji.

Istotnym osiągnięciem Habilitantki jest Jej udział w projekcie NCN (Program Opus 4) oraz działania w zakresie realizowania trzeciej misji działań na uniwersytecie (współpracy z sektorem gospodarczym), w tym wkład Kandydatki w obszar standaryzacji wymagań kształcenia tłumaczy w Polsce i Europie (głównie poprzez udział w projektach międzynarodowych i programach popularyzacji nauki oraz promocji UAM w kraju i za granicą). Ponadto Habilitantka uczestniczyła w wielu krajowych i międzynarodowych konferencjach i grupach badawczych, w ramach których dzieliła się uzyskanymi wynikami badań ze społecznością akademicką.

Podsumowując ocenę pozostałego dorobku naukowego Habilitantki należy podkreślić, że mamy do czynienia z dokonaniem dojrzałej Badaczki, która poprzez swą pracę badawczą i refleksję teoretyczną znacznie poszerza i pogłębia wiedzę o procesie translacji, ale także charakteryzuje się wysokim stopniem naukowej innowacyjności. Wobec powyższych konstatacji należy przyznać, że Habilitantka jest pracownikiem o znacznym potencjale naukowym, wyrobionym warsztacie badawczym oraz wypracowanych i stale pogłębianych kontaktach międzynarodowych, czego dowodem są Jej liczne projekty i związki z wybitnymi naukowcami w kraju i za granicą.

4. Konkluzja

Reasumując należy podkreślić znaczny wkład dr Hanki Błaszowskiej w rozwój językoznawstwa, zwłaszcza w zakresie translatoryki i translodydaktyki. Jej długoletnia

wytrwałość w ustanawianiu kolejnych celów i determinacja w ich realizacji pozwoliła na przeprowadzenie ambitnych badań z zakresu transferu interlingwalnego i interkulturowego tekstów marketingowych na przykładzie dyskursu korporacyjnego. Uzyskane wyniki są cenne dla teorii i praktyki translacji.

Mając powyższe na uwadze, stwierdzam, że całokształt osiągnięć naukowych dr Hanksi Błaszczowskiej, w tym przedłożona rozprawa habilitacyjna, spełnia pod względem ilościowym i jakościowym wymagania stawiane osobom ubiegającym się o nadanie stopnia doktora habilitowanego, określone w art. 219 ust. 1 pkt 1-3 Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 r. (Dz. U. 2018, poz. 1668 z późniejszymi zmianami) i popieram wniosek o nadanie Kandydatce stopnia naukowego doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych, w dyscyplinie językoznawstwo.



dr hab. Paweł Szerszeń, prof. UW

Warszawa, 20.10.2023