

prof. dr hab. Katarzyna Skowronek

Katedra Studiów nad Kulturą i Badań Ery Cyfrowej, Wydział Humanistyczny AGH
w Krakowie

Pracownia Onomastyki, Instytut Języka Polskiego PAN w Krakowie

Kraków, 15 marca 2023 r.

**Recenzja osiągnięć naukowych Pani dr Patrycji Pałki,
ubiegającej się o nadanie stopnia doktora habilitowanego nauk humanistycznych
w dyscyplinie językoznawstwo**

I. Najważniejsze fakty z życiorysu zawodowego Habilitantki

Pani dr Patrycja Pałka ukończyła studia wyższe magisterskie na kierunku filologia polska na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Śląskiego w 2003 r. i uzyskała tytuł magistra na podstawie pracy pt. *Marketing bezpośredni w perspektywie językoznawczej* (promotor: prof. O. Wolińska; ocena bardzo dobra). Bardzo szybko, bo cztery lata później (2007), uzyskała stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, broniąc rozprawy doktorskiej pt. *Strategie dyskursywne w rozmowie handlowej* (promotor: prof. R. Przybylska). Po nieco dłuższym czasie, w lipcu 2022 r. złożyła wniosek do Rady Dyscypliny Językoznawstwo UJ o przeprowadzenie postępowania w sprawie nadania stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo. Piętnaście lat pomiędzy doktoratem a wnioskiem habilitacyjnym jest czasem intensywnym zawodowo, wypełnionym pracami badawczymi i zajęciami dydaktycznymi oraz organizacyjnymi, jest okresem, w którym krystalizują się główne zainteresowania naukowe Habilitantki (por. punkty II.-V. recenzji).

Pani dr Patrycja Pałka rozpoczęła pracę zawodową już w roku 2001 (a więc jeszcze jako studentka UŚ). Od tej pory była (lub jest nadal) pracownicą lub współpracownicą kilku instytucji edukacyjnych i naukowych, w tym:

1. Katedry Historii Języka i Dialektologii Wydziału Polonistyki UJ (od 2008), w której awansowała stopniowo na kolejne stanowiska: wykładowcy, asystenta, adiunkta; prowadziła też różnorodne merytorycznie przedmioty w ramach dydaktyki

uniwersyteckiej (m.in. leksykologia i leksykografia, techniki perswazji i manipulacji, gramatyka opisowa, stylistyka języka polskiego, komunikacja społeczna i in.);

2. Szkoły Języka i Kultury Polskiej Uniwersytetu Śląskiego (2001–2003), gdzie pełniła funkcje dydaktyczne i administracyjne;

3. Instytutu Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk (2007–2018), gdzie pracowała na stanowisku administracyjnym, ale również – co należy podkreślić w kontekście Jej doświadczenia badawczego – brała udział w dwóch projektach badawczych związanych z *Wielkim słownikiem języka polskiego*, realizowanych przez Pracownię Wielkiego Słownika Języka Polskiego w IJP PAN (por. p. IV. recenzji);

4. Małopolskiej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Józefa Dietla w Krakowie (2007–2012), gdzie również prowadziła zajęcia dydaktyczne z wielu przedmiotów związanych z dziennikarstwem i komunikacją społeczną;

5. Kolegium Międzyobszarowych Studiów Indywidualnych Uniwersytetu Wrocławskiego (2021), prowadząc tam zajęcia z technik perswazji i manipulacji;

6. wreszcie, *last but not least*, Wydziału Fizyki i Informatyki Stosowanej Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie (r. akad. 2017–2018), prowadząc kurs obieralny *Techniki perswazji i manipulacji* – co odnotowuję z podwójną satysfakcją: ze względu na moje instytucjonalne sąsiedztwo (WH AGH), jak i przekonanie, że humaniści mogą i powinni w różny sposób współpracować z przedstawicielami nauk ścisłych.

Moja ogólna ocena działalności zawodowej Pani dr Patrycji Pałki jest pozytywna. W omawianym okresie ponad dwudziestu lat (2001-2022) Habilitantka wykazała się znaczną aktywnością zawodową, w tym dydaktyczną, w różnych instytucjach naukowych i edukacyjnych oraz – tym samym – umiejętnością organizacji zajęć i czasu (por. też p. V. tej recenzji).

II. Ocena osiągnięcia naukowego Habilitantki

Jako osiągnięcie naukowe Habilitantka wskazała monografię pt. *Reklama handlowa w dawnym Krakowie. Praktyki komunikacyjne* (Księgarnia Akademicka, Kraków 2022, ss. 414). Praca ta stanowi zwieńczenie różnych tematów i praktyk badawczych dr Pałki, podejmowanych przez Nią w okresie pomiędzy doktoratem a obecnym czasem (szczegółowo o tym – por. p. III. tej recenzji).

Monografia posiada logiczną strukturę; obecność poszczególnych zagadnień w kolejnych rozdziałach została szczegółowo i właściwie uargumentowana. Książka

składa się z siedmiu rozdziałów oraz *Wstępu* i *Zakończenia*. Każdy z rozdziałów zakończony jest *Podsumowaniem*.

Rozdział 1. ma charakter teoretyczno-metodologiczny. W nim Autorka precyzuje swoje cele badawcze: „Pierwszym z nich jest szczegółowe opisanie i sklasyfikowanie zgromadzonego korpusu tekstów – materiałów źródłowych – do badań dawnej reklamy handlowej w Krakowie od połowy XIX wieku do 1939 roku. [...] Drugim celem jest przedstawienie szerszego kontekstu funkcjonowania tej zbiorowości – historyczno-gospodarczo-społecznej rzeczywistości, w której żyli mieszkańcy XIX-wiecznego i przedwojennego Krakowa (1850-1939). Opisanie tego kontekstu umożliwi lepsze zrozumienie działania i przeobrażania się miejskiej wspólnoty Krakowa i stanie się punktem wyjścia do szczegółowego omówienia na tym tle wspólnoty handlowej, której jedną z potrzeb komunikacyjnych jest informowanie o towarach czy usługach oraz zachęcanie do ich kupna [...]. Ważnym celem pracy jest więc ukazanie handlu jako zjawiska ściśle powiązanego z reklamą [...] i opisanie struktury rodzącej się wewnątrz wspólnoty handlowej specyficznej zbiorowości, która tworząc reklamę i odpowiadając na zmieniające się realia, posługuje się określonymi praktykami komunikacyjnymi. [...] Istotnym celem pracy jest również odpowiedź na pytanie, jak w badanym okresie mówiono i myślano o zjawisku reklamy, czyli jakim słownictwem posługiwali się członkowie wspólnoty handlowej i reklamowej, pisząc o reklamie i jej ucząc” (s. 14). Pozwalam sobie na ten dłuższy cytat, gdyż sformułowanie celów badawczych traktuję jako swoiste „zobowiązanie” Autorki wobec czytelników. Do słów tych powrócę jeszcze w tym punkcie recenzji, już teraz jednak chcę zauważyć, że zamierzenia te zostały zakreślone szeroko i wykraczają nawet poza językoznawstwo zorientowane socjolingwistycznie.

W tym samym rozdziale dr Patrycja Pałka omawia termin *dyskurs*. Przyjęta przez nią szeroka definicja tegoż pozwala na omówienie wielu mechanizmów pozajęzykowych, konstruujących *de facto* wczesne fazy rozwoju reklamy (dyskursu reklamowego). Drugim ważnym pojęciem, współstanowiącym zaplecze teoretyczno-metodologiczne recenzowanej monografii, jest *wspólnota komunikatywna (wspólnota dyskursywna)*. Autorka opowiada się też za podejściem integrującym analizę dyskursu z innymi metodami, w tym z zakresu pragmalingwistyki, tekstologii, multimodalności, semantyki i innych (por. s. 19). Ponadto wskazuje zakresy pojęciowe terminów: *dyskurs handlowy – dyskurs reklamowy* (ten drugi jako zawierający się w obrębie pierwszego) (s. 23/24). Habilitantka opisuje również historyczny rozwój reklamy, konsekwentnie

i w zgodzie ze swoimi założeniami, umieszczając ją w obrębie różnych wspólnot handlowych i ekonomicznych na przestrzeni wieków.

Rozdział 2. jest poszerzonym opisem kontekstu gospodarczo-społecznego badanego dyskursu reklamowego; w rozdziale 3. zawarta jest natomiast analiza krakowskiej wspólnoty handlowej i reklamowej w badanym okresie. Rozdział 4. ma charakter metajęzykowy i metatekstowy – Autorka na podstawie zebranego materiału, sięgając z jego pomocą do ówczesnej świadomości w tej sferze, rekonstruuje m.in. definicje *reklamy* i *działalności reklamowej*. Rozdział 5. jest badawczym oglądem tego, w jaki sposób lokalność („krakowskość”) wpisuje się w badany dyskurs reklamowy lat 1850-1939. Rozdział 6. jest głównie pragmatyngwistyczną analizą różnych form grzeczności językowej, obecnej w materiale językowym. Rozdział 7. przynosi z kolei opis pięciu wzorców komunikacyjnych dawnej reklamy handlowej, z charakterystyką ich warstw werbalnej, wizualnej i dźwiękowej oraz ich funkcjami. Monografię zamyka *Zakończenie*.

Chciałabym w tym miejscu skupić się przede wszystkim na walorach tej pracy, jak i na ewentualnych niedostatkach czy kwestiach dyskusyjnych. Zanim to uczynię, przypomnę ustawowy wymóg, jaki jest stawiany przed tzw. „pracami habilitacyjnymi”: jest nim „znaczący wkład autora w rozwój określonej dyscypliny naukowej” (w tym przypadku – językoznawstwa). Można zatem założyć, że dzieło takie powinno posiadać pewien element „nowości” czy oryginalności, taki, który pozwala spojrzeć na język/komunikację w odmienny niż proponowany dotychczas w literaturze naukowej sposób. Jak sądzę, ów element „dodany” może się pojawić na trzech poziomach: materiałowym, teoretyczno-metodologicznym i analityczno-interpretacyjnym.

Jakie walory pracy pragnę podkreślić? Co mi się w niej podoba, szczególnie z „mojej” perspektywy językoznawczej, tj. analizy dyskursu i badań nad reklamą a także onomastyki?

1. Cenne jest umieszczenie badanych przez Autorkę tekstów reklamowych w obrębie wspólnoty handlowej i dyskursu handlowego tego miejsca i czasu (Kraków, od poł. XIX w. do 1939 r.). To zabieg pozornie oczywisty. Podkreślam – pozornie. Jednak w ogólnej praktyce badawczej dotyczącej języka reklamy rzadko się realizujący i ukonkretniający. Wynika to być może z tego, że badania tego typu często skupiają się na współczesnych tekstach reklamowych, które w jakimś sensie „oddalają się” zarówno od reklamowanych produktów, jak i od konkretnych reklamodawców i reklamodawców,

od kupców, sprzedających i nabywców, „gubiąc się” jednocześnie w skomplikowanych mechanizmach marketingowych.

W recenzowanej pracy ten analityczno-interpretacyjny gest ukontekstowania zasługuje na podkreślenie. Każdy z rozdziałów empirycznych to skrupulatne, wieloaspektowe opisy badań tekstów reklamowych, stale odnoszonych do szerszego kontekstu: komunikacyjnego, społecznego, kulturowego, historycznego.

2. Wzbudza uznanie rozległa wiedza Habilitantki w zakresie literatury przedmiotu. Precyzyjnie i rzeczowo przytacza i omawia badania dotyczące reklamy XIX-wiecznej i I połowy XX w. (por. s. 35-53), a także prace zgromadzone wokół obszernej i złożonej problematyki historycznej, demograficznej, społecznej i gospodarczej Krakowa omawianego czasu (por. rozdziały 2. i 3.; s. 85-124). Dr Pałka dokonuje syntezy skomplikowanych zjawisk, odległych przecież od tradycyjnych zainteresowań lingwistycznych, kreśląc tym samym panoramę dawnego Krakowa. Czyni to skrupulatnie i systematycznie, przeprowadzając czytelników przez gąszcz liczb, tabel, wykresów. Są to fragmenty pracy bardzo „gęste” merytorycznie, stanowiące refleks rozległej lektury Habilitantki. Nie jest to w moim przekonaniu zwykłe „odrobienie lekcji”, element obligatoryjny w tego typu monografiach, ale konsekwentna i wartościowa merytorycznie realizacja przyjętych celów i strategii badawczych.

3. Kolejną wartością dodaną recenzowanej monografii jest uwzględnienie w prezentowanym badaniu bardzo zróżnicowanego pod względem mediów i gatunków materiału tekstowo-wizualnego, stanowiącego podstawę tych analiz. Habilitantka wzięła pod uwagę nie tylko materiał drukowany, ekscerpowany z ówczesnych krakowskich gazet, czasopism i kalendarzy, ale uwzględniła także: księgi, adresowe, spisy, skorowidze, przewodniki, opisy miasta, druki i ulotki reklamowe, plakaty, afisze i wywieszki, prospekty, katalogi i broszury firmowe i informacyjne, druki firmowe, cenniki produktów, materiały promocyjne, zaproszenia i kalendarzyki, opakowania firmowe, witryny i szyldy sklepowe, reklamy mobilne itd. Ponadto w badaniu wykorzystano także reklamy radiowe/muzyczne i filmowe a także materiały dydaktyczne i poradnikowe dotyczące reklam, tj. ówczesne książki o reklamie i artykuły w prasie branżowej. To ogromne zróżnicowanie źródeł daje, co oczywiste, duże możliwości badawcze ze względu na mnogość stylów, gatunków, kodów, funkcji etc., stwarzając jednak – z tych samych względów – liczne pułapki. Jednak dr Pałka potrafiła ten materiał prawidłowo opisać i stypologizować, radząc sobie bardzo dobrze z ich heterogenicznością i strukturalną złożonością.

4. Na bardzo pozytywną notę zasługuje rozdział 4. *Język o reklamie wspólnoty handlowej i reklamowej* (s. 125-154). Jestem wielką zwolenniczką takiego etymologizowania i ukazywania rozwoju semantycznego poszczególnych leksemów, jakie Autorka prezentuje w podrozdziale 4.2. pt. *Pochodzenie i rozwój semantyczny wyrazów reklama, reklamować i reklamacja* – zniuansowanego i kontekstowego (to znaczy uwzględniającego kontekst tekstowy i kulturowy). Niewątpliwie widoczne tu jest doświadczenie dr Pałki jako leksykografki i leksykolożki (por. p. III. recenzji). Ta metoda pozwoliła Autorce prawdopodobny rozwój semantyczny zarówno czasownika/czasowników *reklamować*, jak i rzeczowników *reklama/reklamacja* w polszczyźnie, z uwzględnieniem źródeł łacińskich czy francuskich. Pokazała kilka ważnych węzłów i relacji w tej skomplikowanej siatce leksykalnej (por. s. 136-137). W moim przekonaniu wzorcowo zostało omówione pole pojęciowo-leksykalne ‘działalność reklamowa’ oraz zestaw kolokacji leksemu *reklama* (por. 4.3. i 4.4.). Dzięki tym wszystkim praktykom badawczym (por. 4.2.-4.4. i *Podsumowanie*) Autorka mogła przekonująco uargumentować, w jaki sposób kształtowały się początki dyskursu reklamowego czy raczej profesjonalnego metadyskursu o reklamie. Ukazuje duży i ciekawy fragment kształtującej się komunikacji wspólnoty handlowo-kupieckiej dawnego Krakowa, swoisty metajęzyk tej zbiorowości.

5. Za interesujący należy uznać rozdział 5. monografii, dotyczący idei ‘lokalności’ w badanym dyskursie reklamowym przełomu wieków. ‘Lokalność’ jest tu pojmowana jako wszelkie odniesienia do Krakowa, w wymiarze przestrzennym, instytucjonalnym i osobowym. Szczególnie interesujące są dla mnie rozważania onomastyczne (podrozdział 5.2.), pokazujące, w jaki sposób kształtowała się ówczesna chrematonimia (firmonimia), jak niestabilne i wariantywne były sposoby identyfikacji krakowskich firm i sklepów. Autorka prawidłowo i precyzyjnie opisuje poszczególne (złożone i trudne w analizie) konstrukcje, będące poprzednikami współczesnej onimii obiektów firmowych. Widzimy niejako ich długą linię „genealogiczną”, ich rozwój, wariacje i odmiany. Słusznie dr Pałka zauważa perswazyjną funkcję nazwisk funkcjonujących w tych strukturach i ujawnia pewnego typu konkurencyjne wartości (np. religijne) tkwiące w tekstach reklamowych. Szczegółowo i w przekonujący sposób Habilitantka pokazuje stopniowy rozwój tych nazw na tle rozwoju obiektów (firm/właścicieli) i w kontekście dyskursu handlowego ówczesnego Krakowa, uwzględniając m.in. rolę lokalnej pamięci zbiorowej. Dzięki analizie tekstów reklamowych udało się również

Autorce zrekonstruować „mapę handlową” Krakowa (por. 5.3.), z wyraźnym komponentem kulturowo-społecznym tego miasta.

6. Podobny – w sensie sposobu analizy i interpretacji materiału – jest rozdział 6. Tu głównym pojęciem, będącym przedmiotem badania, staje się ‘grzeczność’. Precyzyjna analiza lingwistyczna (składniowa, semantyczno-leksykalna, funkcjonalna) jest przez Autorkę systematycznie wspierana odwołaniami do ówczesnej etykiety grzecznościowej, jej przeobrażeń w XVIII, XIX oraz w początkach XX wieku, zmian społecznych (m.in. procesów demokratyzacji), także pojęcia ‘grzeczności kupieckiej’.

7. Z kolei rozdział 7. jest genologiczną, strukturalną, semantyczną, funkcjonalną analizą badanego materiału, różnorodnych form XIX- i XX-wiecznej reklamy – z uwzględnieniem jej aspektu językowego, wizualnego i audialnego oraz wzajemnych, skomplikowanych relacji tych kodów wewnątrz tych tekstów. Warto tu zwrócić uwagę na podrozdział 7.4, w którym Autorka bada ówczesny plakat reklamowy na tle historii plakatu, opisuje oddziaływanie na niego różnych stylów artystycznych (w tym secesji i realizmu), wskazując równocześnie na ich najczęstsze motywy, symbolikę, kolorystykę, typografię. Stwierdzenie, że współczesna reklama jest formą sztuki, jest truizmem. Monografia Pani Pałki ukazuje, że ten związek nakłaniania do kupna z artyzmem/estetyką jest długi i dobrze udokumentowany. Równie wnikliwie i wieloaspektowe są Jej analizy polikodowych reklam radiowych i filmowych, w których Autorka skupia się nie tylko na semiotycznym opisie ich poszczególnych warstw (wizualnej, tekstowej i dźwiękowo-muzycznej), ale i dostrzega rozmaite wpływy i konteksty (np. amerykańskie). Refleksje w tych partiach monografii (por. 7.5.-7.7.) potwierdzają słuszność słynnego stwierdzenia M. McLuhana „the medium is the message” – badanie dr Pałki udowadnia, że teza ta odnosi się nie tylko do współczesnych przekazów reklamowych, ale także do wcześniejszych ich realizacji.

8. Za pewną słabość recenzowanej monografii można uznać samo *Zakończenie*, niespełna trzystronicowe. Jawi się ono jako znacznie „skromniejsze” merytorycznie niż wielość interesujących obserwacji i wniosków zawartych w różnych fragmentach 300-stronicowej monografii (licząc bez wykazów, bibliografii etc.). Choć każdy z rozdziałów analitycznych zamknięty jest przez *Podsumowanie*, to jednak *podsumowanie* (pojmowane jako pewien akt mowy) jest czymś innym niż *wnioskowanie* (którego tylko pewne elementy są zawarte w samym *Zakończeniu*). Brakuje tu może nieco rozleglejszego spojrzenia na badane teksty jako na jeden z (pierwszych?) etapów rozwoju reklamy na ziemiach polskich, poczynszy od XIX wieku aż do jej współczesnych form.

9. Logika i zdrowy rozsądek podpowiadają, że każda monografia naukowa musi być w pewien sposób „okrojona”, to znaczy pozbawiona różnych tematów, które w sposób uzasadniony merytorycznie mogłyby w niej zostać zrealizowane i opisane. Autorka w ostatnim akapicie *Zakończenia* pisze o możliwości przyszłego badania dotyczącego m.in. pewnych wartości kulturowych czy ideologii społecznych (takich jak *zdrowie* czy *pleć*), tkwiących u podłoża badanego dyskursu reklamowego. Choć, oczywiście, każdy autor/ka ma prawo wyboru tego, co zaprezentuje w książce, to jednak pozostaje nieco żałować, że przynajmniej jeden z rozdziałów nie został takiej problematyce ideologiczno-aksjologicznej reklamy handlowej poświęcony, szczególnie że przyjęta orientacja dyskursologiczna (nawet jeśli nie w wersji „krytycznej”) tej tematyki niemal się domaga.

Reasumując powyższe punkty (1-9), należy przede wszystkim zauważyć, że Habilitantka wywiązała się z postawionych przez siebie zadań: dokonała szczegółowego opisu i typologii badanych źródeł dotyczących reklamy handlowej w Krakowie od połowy XIX wieku do 1939 roku. W interesujący sposób zaprezentowała kontekst historyczny, ekonomiczny i społeczny tego dyskursu. Ukazała lokalną wspólnotę handlowo-reklamową u jej XIX-wiecznych źródeł, jak również powoli kształtujący się język zawodowy czy profesjolekt a zatem także pewną świadomość, czym jest zjawisko reklamy. Opisała potrzeby uczestników tej wspólnoty dyskursywnej, jaką było ówczesne krakowskie kupiectwo, jako ściśle związane z rozwojem różnych form reklamowych, jej stylów i kodów, form grzecznościowych etc. Napisanie tej pracy wymagało od Autorki ogromnej pracy w zakresie kwerendy muzealnej i bibliotecznej (źródłowej i literaturowej), ale także pracy koncepcyjnej i analityczno-interpretacyjnej. Trud ten w sensie poznawczym z pewnością (by użyć takiego biznesowego określenia) się „opłacił”. Pewne zastrzeżenia, jakie zgłosiłam w punktach 8.-9., dotyczą raczej pewnych braków czy możliwości uzupełnień w tej monografii. Natomiast treści, które zostały przez Autorkę zaprezentowane, są bogate merytorycznie, logicznie skonstruowane, dobrze uargumentowane, przejrzyste i opisane. Pracę cechuje jasny styl naukowy.

Recenzowana monografia – w moim przekonaniu – jest i będzie ważna m.in. dla polskich lingwistów, historyków Krakowa, a głównie – badaczy zjawisk reklamowych i marketingowych. Zwykle przedmiotem analiz tych ostatnich są reklamy i teksty marketingowe współczesne, o wiele łatwiej dostępne w kwerendzie i ekscerpcji, co sprawia, że postrzega się reklamę jako zjawisko charakterystyczne dla naszych czasów, wraz z wszystkimi jej obecnymi uwarunkowaniami: globalizacją, konsumpcjonizmem, nachalnymi formami multimedialnymi. Monografia autorstwa Pani dr Pałki pokazuje

natomiast, że dyskurs reklamowy nie jest „dzieckiem współczesności”, ale że na jego obecne formy i realizacje patrzeć należy (niemal obligatoryjnie) z perspektywy diachronicznej, jako na efekt wielu zmian w tej sferze, trwających co najmniej od XIX wieku. Autorka prezentuje dyskurs reklamowy w ujęciu historycznym, jego początki i kształtowanie się w warunkach zaborów a później w dynamicznym gospodarzo, ale i niepewnym społeczno-politycznie czasie II RP. Opis zjawiska „narodzin” i wczesnych form rozwoju reklamy, jego sposobów perswazji i wpływania na decyzje zakupowe i postawy ówczesnych odbiorców, uważam za cenne i nowe. Praca wypełnia więc „lukę” wśród innych prac językoznawczych o podobnej tematyce.

Monografia *Reklama handlowa w dawnym Krakowie. Praktyki komunikacyjne* (2022) wprowadza też element *novum* pod względem metodologicznym – pokazuje, że właściwie rozumiana i w odpowiednich proporcjach realizowana transdyscyplinarność przynosi realne wyniki poznawcze. Udowadnia po raz kolejny, że w przypadku badań tekstologiczno-dyskursywnych narzędzia badawcze muszą mieć charakter złożony, nieograniczony tylko do jednej subdyscypliny lingwistycznej.

W związku z wszystkimi powyższymi argumentami stwierdzam, że przedłożona przez Panią dr Patrycję Pałkę monografia *Reklama handlowa w dawnym Krakowie. Praktyki komunikacyjne* (Kraków 2022), stanowi znaczny wkład Autorki w rozwój językoznawstwa.

III. Ocena pozostałego opublikowanego dorobku naukowego Habilitantki

Dorobek naukowy dr Patrycji Pałki (biorę tu pod uwagę czas od doktoratu do złożenia wniosku habilitacyjnego; lata 2007-2022) to:

- 4 monografie, w tym: 1. książka powstała na materiale doktoratu pt. *Strategie dyskursywne w rozmowie handlowej* (Katowice 2009), 2. opracowanie pt. *Przewodnik po elektronicznych zasobach językowych dla polonistów (słowniki, kartoteki, korpusy, kompendia)* (współautorka: A. Kwaśnicka-Janowicz; Kraków 2017), 3. współautorstwo w leksykonie pt. *Powiedziane po krakowsku. Słownik regionalizmów krakowskich* (Kraków, kilka wydań od 2017 r.) oraz 4. monografia *Reklama handlowa w dawnym Krakowie...* (por. p. II tej recenzji).
- 25 artykułów opublikowanych w monografiach zbiorowych (13 tekstów) i w czasopiśmie naukowych (12 tekstów). Najwyżej punktowane są Jej artykuły opublikowane w „Studiach z Filologii Polskiej i Słowiańskiej”, „Poradniku Językowym” i Socjolingwistyce” (biorę tu pod uwagę aktualną punktację MEiN). Należy w tym

zestawieniu uwzględnić także Jej prace leksykologiczno-leksykograficzne (o których również w tym punkcie poniżej).

Pisarstwo naukowe Pani dr Patrycji Pałki rozwijało się w kilku kierunkach. Po pierwsze, zauważalne jest wieloletnie zainteresowanie Habilitantki zagadnieniami gramatycznymi, m.in. składniowymi (składniowo-semantycznymi), fleksyjnymi a także semantycznymi, leksykologicznymi i onomastyczno-leksykologicznymi, por. np.: *Alternacja lokatywna w wybranych leksykalnych bazach danych*; *Mianownik i biernik liczby pojedynczej zaimków wskazujących rodzaju nijakiego, typu „te zadanie”, „te dziecko”, w dzisiejszej polszczyźnie* (współautor: K. Sikora); *Semantyka staropolskich terminów bartniczych – na przykładzie (po)łazić pszczoły/miód – w ujęciu kognitywnym*; *Polisemia regularna czasownika w słownikach ogólnych języka polskiego*; *Przysłówki prefiksalnie-sufiksalnie typu po polsku w słowniku i w tekście*; *Rola badań korpusowych przy rekonstrukcji znaczeń leksemów (na przykładzie polisemii czasownika)*; *Z problemów opisu leksykograficznego nazw własnych*; *Toponimy w słownikach ogólnych języka polskiego*. Analiza wybranych problemów z semantyki i gramatyki języka polskiego (niekiedy także – porównawczo – języka rosyjskiego lub angielskiego), dokonywana jest przez Autorkę z wielu perspektyw językoznawczych, m.in. historii języka i gramatyki historycznej, lingwistyki kognitywnej czy badań korpusowych. Interpretacje te często dokonują się na zróżnicowanym materiale słownikowym i tekstowym. Pozwala to Autorce m.in. na wskazanie nieścisłości w opisach problemów gramatycznych w niektórych słownikach. Jednocześnie w spornych czy kontrowersyjnych przypadkach proponuje własne, trafne możliwości rozwiązań (jak to czyni np. w zakresie opisu leksykograficznego nazw własnych).

Drugim, ważnym kierunkiem badań Pani dr Pałki jest polszczyzna regionalna, lokalna, w jej wersji krakowskiej (por. np.: *Czy flaszką jest tylko krakowska? O statusie potoczności w polszczyźnie regionalnej* (współautor: A. Kwaśnicka-Janowicz); *Dyskurs handlowy Krakowa z końca XIX i początku XX wieku jako źródło do badań regionalizmów krakowskich* (współautor: A. Kwaśnicka-Janowicz); *Krakus, krakauer, krakowianin i krakowiak: nazwy mieszkańca Krakowa a jego auto- i heterostereotyp* (współautorki: D. Ochmann, A. Kwaśnicka-Janowicz); *Polszczyzna regionalna Krakowa – zarys projektu badawczego Katedry Historii Języka i Dialektologii Wydziału Polonistyki UJ* (współautorka: B. Batko-Tokarz). W artykułach o tej tematyce widoczne są: skrupulatność badawcza Habilitantki, dobra znajomość etymologii i rozwoju znaczeniowego leksemów o statusie ogólnym lub regionalnym, rozległość odwołań

źródłowych i bibliograficznych (obszerność przypisów), rzetelność argumentacji, umiejętność spojrzenia na badany problem z różnych perspektyw. Publikacje te powiązane są merytorycznie ze współudziałem Autorki w leksykonie *Powiedziane po krakowsku. Słownik regionalizmów krakowskich*. Brała Ona także udział w dyskusjach nad koncepcją tego słownika oraz w opracowaniu artykułów hasłowych (por. *Autoreferat*, s. 14).

Trzeci kierunek prac naukowych Habilitantki wiąże się z dyskursem handlowym i reklamowym oraz z ogólnymi aspektami komunikacyjnymi (perswazja, manipulacja, strategie dyskursywne), por. np.: *Ideologiczny aspekt rozmowy handlowej*; *Kategoria oficjalności na przykładzie rozmowy handlowej*; *Rola odbiorcy w rozmowie handlowej*; *Rozmowa handlowa jako gatunek mowy*; *Manipulacja zła siostra perswazji – na przykładzie rozmowy handlowej*; *Metodologia opisu rozmowy handlowej*; *Perswazyjne środki językowe reklamy prasowej w dwudziestoleciu międzywojennym (na przykładzie Ilustrowanego Kuryera Codziennego)*; *O pojęciu strategii w komunikacji*; *Polski model kulturowy a komunikacja sprzedawcy z klientem*. Choć może nie zawsze i nie w pełni zgadzam się ze szczegółowymi uwagami i wnioskami zawartymi w niektórych z tych artykułów (np. dotyczącymi roli lingwistyki krytycznej w analizach rozmów handlowych czy też podobieństwa marketingu wielopoziomowego do sekt), to jednak charakterystyczne cechy warsztatu naukowego Habilitantki i w tym korpusie artykułów ujawniają się wyraźnie. Są to: dążenie do precyzji terminologicznej, poszukiwanie odpowiednich ram teoretyczno-metodologicznych dla własnych badań, szczegółowość analiz, dążenie do szerszych, kontekstowych interpretacji. Wspomnieć w tym miejscu należy również o „podoktoratowej” książce Habilitantki pt. *Strategie dyskursywne w rozmowie handlowej*. Monografia jest bardzo wartościowym opracowaniem pewnego zjawiska komunikacyjnego, istotnego szczególnie (choć nie tylko) współcześnie, z jego uwarunkowaniami gatunkowymi, dyskursywnymi, językowymi.

Ostatnią, czwartą, ale według mnie bardzo ważną dla współczesnej lingwistyki ścieżkę zainteresowań badawczych dr Pałki obrazują Jej prace dotyczące elektronicznych słowników języka polskiego i innych zasobów o cyfrowym charakterze. Mowa tu przede wszystkim o współautorskim opracowaniu *Przewodnik po elektronicznych zasobach językowych dla polonistów (słowniki, kartoteki, korpusy, kompendia)* (współautorka: A. Kwaśnicka-Janowicz) oraz o artykułach: *Electronic Language Resource Applications for Polish Teachers in University Teaching and Teaching Polish as a Foreign Language* (współautorka: A. Kwaśnicka-Janowicz) i *Współczesny warsztat językoznawcy – elektroniczne zasoby i narzędzia badawcze* (współautorka: A. Kwaśnicka-Janowicz).

Na wyróżnienie zasługuje szczególnie pierwsza z przywołanych tu prac; stanowi ona wielką pomoc w poruszaniu się w „gąszczu” zdigitalizowanych źródeł, dokumentów, słowników czy opracowań, będących dziś dla językoznawców czy filologów podstawę ich prac materiałowych, kwerend, ekscypcji itp. Sposób uporządkowania informacji i opisów danych w tej publikacji obu Auterek jest wzorowy. Ważna jest też ich refleksja dotycząca możliwości wykorzystania tych cyfrowych, internetowych zasobów w badaniach naukowych, dydaktyce i glottodydaktyce na różnych poziomach edukacji. Jedyńm „mankamentem”, niewynikającym z winy Auterek, jest, oczywiście, duży dynamizm tych cyfrowych baz i słowników (jedne z nich są zamykane, inne, nowe ciągle powstają) – co w konsekwencji oznaczałoby konieczność nieustannych uzupełnień takiego *Przewodnika*.

Stwierdzam, że dorobek naukowy i publikacyjny Pani dr Patrycji Pałki z lat 2007-2022 jest duży, zróżnicowany tematycznie, ciekawy myślowo. Jej propozycje opisów niektórych leksemów czy klas leksemów w słownikach uważam za wzorcowe. Także wieloperspektywiczne badania dotyczące rozmowy handlowej i dyskursywnej wspólnoty handlowej są oryginalne i mogą być wzorem w tym zakresie. Jej publikacje dotyczące narzędzi i materiałów cyfrowych są pomocne w pracy współczesnego językoznawcy.

IV. Ocena aktywności Habilitantki w życiu naukowym i współpracy krajowej/międzynarodowej

Habilitantka w okresie 2007-2022 wzięła aktywny (tj. z referatem) udział w 24 konferencjach, w tym: 23 lokalnych, krajowych i 1 zagranicznej (Granada, Hiszpania 2019). 11 z tych konferencji odbyło się w Krakowie, inne – przykładowo – w Poznaniu, Opolu, Łodzi, Warszawie. Szczegółowa tematyka referatów odzwierciedla zasadniczo charakterystyczne dla Habilitantki kierunki badań i refleksji naukowej (omówione już w p. III.), jakimi są: język marketingowy, handlowy i reklamowy, język regionalny, historia języka polskiego, problemy gramatyczne, leksykologiczne i leksykograficzne, nowe technologie w badaniach lingwistycznych. Habilitantka wykazuje się zatem znaczną aktywnością naukowo-konferencyjną, ograniczoną w dużej mierze, jak to często bywa w przypadku polonistów, do kręgu krajowego.

W tym miejscu należy również podkreślić wieloletnią (2008-2018) współpracę naukową Habilitantki z Pracownią Wielkiego Słownika Języka Polskiego w Instytucie Języka Polskiego PAN w Krakowie. Brała udział, jako wykonawczyni, w dwóch

projektach: w *Wielkim słowniku języka polskiego – podstawowy zasób leksykalny polszczyzny* (2007–2012; finans. przez MNiSW) i w *Wielkim słowniku języka polskiego – kontynuacji* (2013–2018; finans. przez NPRH), których kierownikiem był prof. dr hab. P. Żmigrodzki (IJP PAN). Praca Pani dr Pałki w tym Słowniku polegała zarówno na wypracowaniu pewnych koncepcji (dotyczących zasad opisu przymiotników relacyjnych i onimów), jak i – przede wszystkim – na opracowaniu jednostek leksykalnych w formie artykułów hasłowych. Przez ponad dziesięć lat opublikowała w WSJP imponującą liczbę 1174 haseł słownikowych (ok. 74 arkusze), autorskich lub współautorskich. W oczywisty sposób ta współpraca znacząco rozszerzyła zainteresowania naukowe Habilitantki. Dużą część Jej dorobku publikacyjnego z tego okresu mieści na pograniczu leksykologii/leksykografii, składni, fleksji, semantyki i onomastyki (por. np. *Z zagadnień opisu leksykograficznego przymiotników relacyjnych (na przykładzie przymiotników z sufiksem –ow(y))*); współautor: P. Żmigrodzki; inne teksty o tej tematyce – por. p. III tej recenzji).

Pani dr Patrycja Pałka jest również członkinią Polskiego Towarzystwa Językoznawczego (w latach 2011-2014 pełniła funkcję sekretarza PTJ). Działa również w redakcji Biuletynu Polskiego Towarzystwa Językoznawczego, pełniąc od 2015 roku funkcję jej sekretarza. Jest także jedną z opiekunek wydziałowego (WP UJ) czasopisma studenckiego „PoWieki”.

Stwierdzam, że Habilitantka jest osobą aktywną zawodową, szukającą inspiracji, pomysłów i zajęć w różnych kręgach naukowych, akademickich i instytucjonalnych (por. też p. V tej recenzji). Dotychczasowa Jej działalność w tej sferze w latach 2008-2022 pozwala w sposób uzasadniony przypuszczać, że wraz z otrzymaniem kolejnego stopnia naukowego Pani Doktor poszerzy swoją aktywność również o inne ośrodki krajowe i zagraniczne.

V. Ocena dorobku dydaktycznego, organizacyjnego i popularyzatorskiego Habilitantki

Aktywność dydaktyczna, organizacyjna i popularyzatorska Pani dr Pałki widoczna jest w kilku sferach. Jedną z nich jest Jej praktyka glottodydaktyczna. Będąc studentką Uniwersytetu Śląskiego, rozpoczęła Ona współpracę ze Szkołą Języka i Kultury Polskiej UŚ w zakresie nauczania języka polskiego jako obcego. Również jako lektorka pracowała w latach 2004-2007 w Szkole Języków Obcych w Krakowie. W latach 2008–2021 utrzymywała również kontakty ze środowiskiem zawodowym lektorów

języka polskiego, prowadząc szkolenia i wykłady gościnne z zakresu poprawności wymowy, zasad nauczania wymowy i problemów leksykalnych współczesnej polszczyzny oraz najnowszych zasobów cyfrowych. Od 2022 roku jest nauczycielką języka polskiego dla obcokrajowców w Krakowie.

Drugą, bardzo wyraźnie zaznaczającą się sferą Jej działań jest dydaktyka uniwersytecka. Przez dwadzieścia lat prowadziła różnorodne ćwiczenia i wykłady, np. gramatyka opisowa języka polskiego, leksykologia i leksykografia, stylistyka języka polskiego, kultura języka, gramatyka języka staro-cerkiewno-słowiańskiego, ucząc też wiedzy bliższej naukom społecznym, jak komunikacja społeczna, retoryka dziennikarska, reklama czy PR. Brała udział w tworzeniu autorskich programów nauczania w zakresie technik perswazji i manipulacji czy współczesnego warsztatu polonisty dotyczącego elektronicznych zasobów i narzędzi badawczych.

Jako dydaktyk pracuje nie tylko na Wydziale Polonistyki UJ (w 2014 roku otrzymała tam wyróżnienie za wysoką jakość pracy dydaktycznej), ale również na innych wydziałach UJ, AGH, w Małopolskiej Wyższej Szkole Zawodowej im. Dietla oraz w kolegium Uniwersytetu Wrocławskiego. Była opiekunką naukową studentów UJ w ramach tutoring (2018) oraz podczas obozów dialektologicznych (2018 i 2019). Opiekuje się ogólnowydziałowym czasopismem studenckim „PoWieki”. Na Wydziale Polonistyki UJ pełniła także inne funkcje organizacyjne, m.in. protokołowała obrony prac doktorskich (2012–2014), współorganizowała kilka ważnych konferencji naukowych (np. *Język polski – wczoraj, dziś, jutro. W 100. rocznicę urodzin Profesora Stanisława Urbańczyka*, 2009; *Ciągłość i zmiana w języku i w językoznawstwie*, 2014).

Pani dr Patrycja Pałka działa także w wielu instytucjach naukowo-kulturalnych, gdzie prowadzi urozmaiconą i wielotorową działalność popularnonaukową; są to Jej wykłady, szkolenia, wywiady, ekspertyzy w różnych środowiskach branżowych i uczniowskich w Krakowie i okolicach. Jest członkinią Zarządu Fundacji na rzecz Muzeum Języka Polskiego (od 2018). Przygotowała koncepcję wystawy o komunikacji i języku w planowanym Centrum Literatury i Języka „Planeta Lem”. Prowadziła lub współprowadziła autorskie warsztaty dla logopedów z zakresu normy fonetycznej i fleksyjnej (2012), warsztaty dla pracowników poradni psychologiczno-pedagogicznej (2016), szkolenia kadry kierowniczej Małopolskiego Urzędu Wojewódzkiego na temat poprawności językowej pism urzędowych (2012), warsztaty dotyczące języka Lema (2021). Wygłosiła wykład podczas konferencji biznesowej (2014). Współtworzyła warsztaty metodyczne dla nauczycieli (2018–2021) w Centrum Rozwoju Edukacji

i Doskonalenia Nauczycieli. Popularyzuje wiedzę o języku polskim wśród uczniów liceów i gimnazjów, m.in. poprzez wykłady, ćwiczenia i warsztaty (*Jak cię słyszą, tak cię piszą* (2012), *Kulturowe uwarunkowania rozmowy handlowej* (2016), *Nowomowa wczoraj i dziś* (2014), *Czy rozumiesz krakusów? Mieszkaniec Krakowa w auto- i heterostereotypie* (2018), *Reklama prasowa w przedwojennym Krakowie* (2019), *Powiedziane po krako(w)sku – spotkanie wokół „Słownika regionalizmów krakowskich”* (2018), cykl *Na końcu języka* (2022)). Brała udział w audycjach językowych w Radio Kraków (2018-2022). Opracowywała pytania do programu TVP *Test wiedzy o języku polskim* (2019).

Liczbę i jakość inicjatyw dydaktycznych, organizacyjnych i popularyzujących wiedzę z udziałem Pani dr Patrycji Pałki należy ocenić bardzo wysoko. Jest wszechstronną dydaktyczką, osobą najwyraźniej lubiącą bezpośrednią pracę ze studentami i uczniami, chętnie podejmującą nowe wyzwania w tym zakresie. Bierze aktywny udział w akcjach i inicjatywach związanych z nauką i kulturą Krakowa. Jej działania w zakresie popularyzatorstwa są różnorodne, bogate i przyczyniają się do zwiększenia ogólnospolecznej wiedzy o języku polskim oraz umiejętności posługiwania się nim.

VI. Wniosek końcowy

Monografia Pani dr Patrycji Pałki pt. *Reklama handlowa w dawnym Krakowie. Praktyki komunikacyjne* (Kraków 2022) jest znacznym wkładem Autorki w rozwój językoznawstwa na trzech poziomach: materiałowym (nieznane dotychczas, ciekawe materiały źródłowe – językowe lub wielokodowe), teoretyczno-metodologicznym (transdyscyplinarne podejście do badanych tekstów) i analityczno-interpretacyjnym (wieloaspektowe, kontekstowe analizy dyskursu reklamowego).

Recenzowana praca jawi się jako wyraz dojrzałości naukowej Habilitantki, badaczki świadomie i w sposób zdyscyplinowany posługującej się warsztatem współczesnej lingwistyki, sięgającej w sposób zrównoważony do wielu jej subdyscyplin: historii języka, gramatyki współczesnej i historycznej, lingwistycznych badań nad grzecznością językową, pragmalingwistyki, tekstologii, genologii lingwistycznej, onomastyki, analizy dyskursywnej i in. Autorka śmiało też wykorzystuje i odpowiednio łączy inne gałęzie wiedzy humanistycznej i społecznej a szczególnie: historię ziem polskich okresu rozbiorowego i II RP, historię lokalną (miasta Krakowa), historię

gospodarczą i kulturową, ale także: semiotykę wizualną i multimodalną, historię sztuki, wiedzę o marketingu i komunikacji społecznej etc.

Także pozostała twórczość naukowo-publicystyczna Pani dr Pałki odznacza się wysoką jakością. Jej warsztat naukowy cechują: precyzja badawcza, bardzo dobra znajomość literatury w zakresie obranego problemu i umiejętność dyskusji z poprzednikami, precyzja terminologiczno-definicyjna, logika myślenia lingwistycznego, rzetelność argumentacji, umiejętność interpretacji poszczególnych zagadnień z różnych punktów widzenia. Co ważniejsze – problemy badawcze podejmowane przez Habilitantkę są istotne dla współczesnego językoznawstwa, w tym przede wszystkim dla leksykologii i leksykografii, gramatyki i semantyki, tekstologii, genologii lingwistycznej, pragmalingwistyki, analizy dyskursu.

Habilitantka jest osobą bardzo aktywną zawodowo, dydaktycznie i organizacyjnie. Wzięła udział w wielu konferencjach krajowych a kilka z nich współorganizowała. Pełniła lub pełni ważne funkcje w uznanych towarzystwach naukowych, inicjatywach naukowych i redakcjach czasopism. Jest doświadczoną leksykografką, przez wiele lat współtworzącą tak wartościową inicjatywę, jaką jest *Wielki słownik języka polskiego*. Jest lektorką języka polskiego, czynną wykładowczynią, cenioną dydaktyczką akademicką, popularyzatorką wiedzy o języku polskim w różnych kręgach zawodowych i środowiskowych.

W związku z powyższymi stwierdzeniami oraz wszystkimi uwagami zawartymi w punktach I.-V. tej recenzji wyrażam jednoznacznie pozytywną opinię w sprawie nadania Pani dr Patrycji Palce stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo.

Kraków, 15 marca 2023 r.

Katarzyna Skowronek

podpis Recenzenta