



Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Elżbiety Pieniążek-Niemczuk pt.

***The art of rhetoric in the American presidential campaigns in 2008, 2012, 2016***

Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska pani mgr Elżbiety Pieniążek-Niemczuk wpisuje się w obszerny nurt interdyscyplinarnych badań nad komunikacją w sferze publicznej oraz nad rolą języka w dyskursie politycznym i związków pomiędzy językiem i polityką. Niezupełnie zgodnie z tytułem, po którym spodziewać się można całościowej charakterystyki zabiegów retorycznych wykorzystywanych w kampaniach o urząd prezydenta USA w latach 2008, 2012 i 2016, pole badawcze ograniczone jest do wybranej strategii retorycznej, jaką są powtórzenia. Strategia ta badana jest w oparciu o jedną formę komunikacji, jaką jest przemówienie, określane też jako mowa retoryczna, czyli celowy akt mowy zmierzający do przekonania słuchaczy do poglądów, opinii i zamiarów mówcy. Głównym celem rozprawy jest dogłębna analiza zgromadzonego materiału empirycznego, którą stanowią teksty 30 mów wygłoszonych przez kandydatów na urząd prezydenta USA w kampaniach 2008-2012, pod kątem rodzajów i liczby powtórzeń i ustalenie korelacji pomiędzy liczbą powtórzeń zastosowanych w badanych przemówieniach oraz liczbą ich typów i sukcesem wyborczym kandydata a także partii politycznej, której jest reprezentantem.

Według Autorki, powtórzenie jest „potężnym narzędziem perswazji” (str. 429) i skuteczną strategią retoryczną w kampaniach wyborczych. Główną hipotezą badawczą i konkluzją badania jest twierdzenie, że im więcej powtórzeń w przemówieniach, tym większe poparcie dla kandydata i partii, którą reprezentuje w wyborach na urząd prezydenta USA, mierzone liczbą głosów oddanych na kandydata.

Istotnym novum recenzowanej rozprawy jest przyjęcie przez Autorkę perspektywy socjologicznej a także oparcie badania empirycznego na metodologii ilościowej i jakościowej analizy treści i zawartości (*content analysis*). Realizacja projektu opartego o metodologię ilościowej i jakościowej analizy treści i zawartości wymagała wręcz gigantycznej pracy, za co Autorce należą się zasłużone wyrazy pochwały. Rozprawa dowodzi również wielkiej erudycji Autorki i jej bardzo szerokich zainteresowań naukowych, co również należy podkreślić.

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71



UNIwersytet  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

Rozprawa, licząca w sumie 434 strony, obejmuje pięć rozdziałów, z których trzy pierwsze mają charakter teoretyczno-metodologiczny, a kolejne dwa mają charakter empiryczny i poświęcone są analizie zgromadzonego materiału. Wyniki omówione są w odrębnym rozdziale konkludującym. Rozprawa zawiera ponadto wstęp, bibliografię, dwa streszczenia (w języku angielskim oraz polskim), a także dwie listy załączników. Wszystkie te części rozprawy znajdujemy w spisie treści.

We wstępie Autorka przedstawia przedmiot rozprawy, którym jest pojemna retoryczna strategia powtórzeń badana w oparciu o teksty dwóch typów przemówień wygłoszonych przez kandydatów na urząd prezydenta w wyborach prezydenckich w latach 2008, 2012 i 2016 w USA. Za główny cel pracy Autorka stawia ustalenie, czy strategia ta ma bezpośredni wpływ na skuteczność perswazyjną wypowiedzi kandydatów w wyborach prezydenckich. Celem nie jest jedynie analiza różnic świadczących o indywidualnym stylu danego kandydata, lecz również stwierdzenie, czy preferowanie w mowach retorycznych powtórzeń, zarówno pod względem liczby jak i ich zróżnicowania, koreluje z wynikiem danego kandydata w wyborach prezydenckich. Autorka stawia tu tezę, że powtórzenia są użyteczną strategią retoryczną, bowiem mają bezpośredni wpływ na skuteczność retoryczną tekstu i poparcie wyborców.

Jak wspomniałam już wcześniej, rozdziały 1-3 określają ramy teoretyczno-metodologiczne badania. W rozdziale pierwszym, Autorka lokuje swoje badanie w nurcie badań nad polityką, publicznym dyskursem politycznym, językiem polityki oraz językiem w polityce. Autorka kreśli tło szeroko, sięgając do tradycji retoryki w starożytności i porównuje ją z podejściem współczesnym, tzw. *New Rhetoric*. Jakkolwiek w badaniu nie jest uwzględniona warstwa argumentacyjna, Autorka przedstawia tu typy argumentów i chwytów erystycznych, jak również zasady konstrukcji mowy retorycznej, a także typy figur retorycznych wyizolowanych w badaniu porównawczym tekstów przemówień dwóch kandydatów na urząd prezydenta w kampanii w roku 2012 (B. Obamy i M. Romneya) przedstawionym w artykule Bulla i Miskinisa (2015).

W rozdziale 1.3 Autorka przedstawia listę figur/strategii retorycznych opartych na powtórzeniu. Lista ta jest kluczowa, bowiem wszystkie badania statystyczne przeprowadzone w rozdziałach czwartym i piątym rozprawy obejmują figury znajdujące się na w/w liście. Należy zauważyć, że lista nie powstała w oparciu o jedno źródło. Jedynie 17 z 34 kategorii powtórzeń ujętych na liście pochodzi ze słownika Howarda (2010). Autorka uzupełnia tę listę o kolejne 17 kategorii powtórzeń korzystając z różnych źródeł, przez co tworzy bardzo pojemną listę figur opartych o powtórzenie. Autorka nie wyjaśnia jednak powodów poszerzenia listy. Ponadto, przytoczone definicje są tak ogólne, że czytelnikowi trudno jest bez ilustrujących przykładów, odróżnić niektóre terminy. Autorka traktuje palilogię i epizeuxis jako odrębne figury. Liczne źródła traktują te terminy jako synonimiczne. Autorytatywna, licząca ponad 800 stron

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71

2 [www.ifa.filg.uj.edu.pl](http://www.ifa.filg.uj.edu.pl)



UNIwersytet  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71

3 [www.ifa.filg.uj.edu.pl](http://www.ifa.filg.uj.edu.pl)

*Encyclopedia of Rhetoric* pod redakcją T. Sloane'a wydana nakładem Oxford University Press w 2001 roku wymienia epizeuxis, natomiast pomija palilogię. To samo źródło pomija też m.in. mesarchię (*mesarchia*) i epimon (*epimone*).

W uzupełnieniu klasyfikacji opartej na dystrybucji elementu/elementów powtarzanych, Autorka dokonuje klasyfikacji 34 figur opartych na powtórzeniu przedstawionych na str. 45-47 pod kątem morfoskładniowych cech składników powtarzanych i pod względem znaczenia. Należy Autorkę pochwalić za takie poszerzenie pola badawczego, bowiem klasyfikacja przedstawiona na str. 50-53 pozwala na odróżnienie powtórzeń formy (liter, głosek, morfemów, wyrazów, zwrotów, zdań) od powtórzeń treści. Do tych ostatnich Autorka zalicza następujące figury: *adnominatio*, *antanaclasis*, *antistasis*, *commoratio*, *paronomasia* (w tekście błędnie zapisana jako *paranomasia*), *pleonasm*, *ploue* oraz *synonymia*. Nie jest dla mnie jasne, dlaczego na tej liście jest np. *paronomasia*, skoro nie jest powtórzeniem znaczenia, lecz formy (wspólnej dla homonimów). Epimon to figura powtórzenia motto mowy, które jest kategorią treści (i jednocześnie formy). Zastrzeżenia budzi też np. klasyfikacja morfologii fleksyjnej jako 'morfologii' w oderwaniu od (morfo)składni, ujawniająca się w kategoryzacji powtórzenia klasyfikowanego jako poliptoton. W poliptotonie (np. *Człowiek człowiekowi wilkiem*), mówimy o różnych gramatycznych formach wyrazu, a te są kategoriami morfoskładni, a nie morfologii, zwykle rozumianej jako leksykalna.

Zakładając za Gricem, że każda wypowiedź jest celowa, Autorka upatruje powodu dla powtórzeń w podkreśleniu (*emphasis*) danego elementu. Powtarzany element jest łatwiejszy do zapamiętania, co sugerują przytoczone przez Autorkę badania psychologiczne. Niemniej brak tu głębszej refleksji nad powodami, dla których powtórzenia mają mieć walor perswazyjny. Trudno się nie zgodzić, że hasło *Yes, we can* czy *Crooked Hillary* są łatwe do zrozumienia i zapamiętania, ale czy rzeczywiście tylko lub przede wszystkim łatwość przetworzenia komunikatu i jego zapamiętania decyduje o efektywności retorycznej (perswazyjnej) motta czy hasła wyborczego?

Rzetelna analiza wszelkich strategii retorycznych, w tym powtórzeń w mowach wygłaszanych w kampaniach wyborczych, wymaga ich porównania w podobnych sytuacjach, których scenariusz określają prawne aspekty procesu wyborczego. Z tego względu Autorka poświęca rozdział drugi naszkicowaniu prawnych i politycznych uwarunkowań wyborów prezydenckich w USA. Czytelnik dowiaduje się tu też o liczbie głosów uzyskanych przez kandydatów w wyborach w latach 2008, 2012 i 2016, z uwzględnieniem różnicy pomiędzy absolutną liczbą głosów oddanych wyborach i liczbą głosów elektorskich, decydujących o sukcesie. Za cenne uważam przedstawienie głównych różnic w programach obu partii w wyborach w latach 2008-2016, jako że rzuca światło na tematykę analizowanych tekstów przemówień.



UNIwersytet  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

W rozdziale trzecim Autorka podejmuje temat specyfiki dyskursu politycznego jako gatunku. Najważniejsze cechy kampanii wyborczych omówione tu są z perspektywy funkcjonalnej teorii kampanii wyborczych, wykorzystywanej w szeroko pojętych badaniach nad komunikacją społeczną. Głównymi gatunkami komunikacji wyborczej są (telewizyjne) debaty i przemówienia, które są pokrótce omówione w części 3.2.1. Osobno omówione są inne formy masowej komunikacji wyborczej, w tym blogi prowadzone przez sztaby kandydatów, uzupełnione w rozdziale 3.3. o najnowsze formy komunikacji w mediach społecznościowych, w tym mikroblog Twitter. Rozdział trzeci zamyka omówienie literatury na temat kampanii prezydenckich oraz podejścia znanego jako analiza treści i zawartości (*content analysis*). Metoda ta jest często stosowana w naukach społecznych, jak również w marketingu (politycznym), zarządzaniu czy badaniach rynku. Analiza treści i zawartości kładzie nacisk na opracowanie metodologicznie spójnych narzędzi, umożliwiających poddające się obliczeniom statystycznym badanie, w którym ustala się częstotliwość wystąpienia danego elementu w tekście, np. liter, morfemów, wyrazów, zwrotów, ale też tematów, postaci, itd. Analiza jakościowa pozwala wydobyć treści niewyrażone wprost, takie jak intencje tekstu, postawę, wiarygodność, cechy osobowościowe mówcy, itp. Autorka przyjmuje analizę treści i zawartości za podstawę metodologiczną swoich badań empirycznych, dzięki czemu ich wyniki mogą wnieść do badań nad rolą języka w kampaniach wyborczych również poza USA.

Jak wspominałam wcześniej, Autorka wyznacza za jednostkę analizy figurę retoryczną opartą na powtórzeniu, która realizowana jest przez 34 podgatunki powtórzeń przedstawionych w rozdziale 1.3.2. Ich dystrybucja jest badana w rozdziale czwartym w oparciu o teksty 6 mów kandydatów nominowanych do reprezentowania partii w wyborach prezydenckich w latach 2008, 2012 i 2016. Zgodnie z przyjętą metodologią, w krótkim wprowadzeniu Autorka przedstawia informacje dotyczące mów, które zostają poddane później analizie: kandydata, który wygłosił mowę, miejsce i datę konwencji wyborczej, na której kandydat nominowany przez daną partię na kandydata na urząd prezydenta wygłosił mowę po otrzymaniu nominacji, a także jej długość liczoną liczbą wyrazów (brak jednak informacji, czy formy „ściągnięte” liczone były jako pojedyncze wyrazy). Analiza zajmuje strony od 149 do 211 i jest owocem niezwykle żmudnej i czasochłonnej pracy. Lektury tekstów pod kątem typów powtórzeń nie ułatwia brak „klucza” do notacji, jaką Autorka wypracowała dla odróżnienia niektórych powtórzeń. Natomiast analiza powtórzenia pod kątem jego typu jest skrupulatna i jest rzetelna w granicach błędu statystycznego. Zauważone pominięcia, np. *more resources and more troops* na str. 154 są drobne. Niektóre decyzje Autorki są wątpliwe, np. zdanie/motto *America, we cannot turn back* jest klasyfikowane jako epimon w pierwszym wierszu od góry na str. 158, a kilka wierszy poniżej jako epanodos. O ile przyjąć za encyklopedię retoryki pod red.

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71



UNIwersytet  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Sloane'a i za innymi źródłami, że epanodos to gra słów (np. *Fair is foul and foul is fair*), wymienione powtórzenie to nie epanodos, lecz epimon.

Autorka analizuje powtórzenia na bazie oficjalnych transkrypcji tekstów analizowanych przemówień. Analiza wykazuje, że przemówienia kandydatów Partii Demokratycznej, B. Obama (dwukrotnie) i H. Clinton cechuje większa liczba powtórzeń niż przemówienia kandydatów Partii Republikańskiej, J. McCaina, M. Romneya i D. Trumpa. Autorka konstatuje, że o zwycięstwie wyborczym zadecydowała liczba powtórzeń, co jest wnioskiem uprawnionym biorąc pod uwagę różnicę pomiędzy głosowaniem na kandydata i głosowaniem na elektorów, omówioną w rozdz. 2. Dodatkowo Autorka przedstawia tu statystyczne porównanie typów powtórzeń w mowach kandydatów Partii Demokratycznej i Republikańskiej. O ile najczęstszym zabiegiem stosowanym przez kandydatów obu partii była aliteracja i anafora, kolejne „liczbowo znaczące” kategorie są różne, co może być źródłem cennych informacji na temat potencjalnej „siły” poszczególnych typów powtórzeń w dalszych badaniach.

W rozdziale piątym, obejmującym aż 167 stron (str. 212-375), Autorka poszerza swoje badanie o tzw. mowy szablonowe, wygłaszane przez kandydatów na urząd prezydenta w trakcie wieców lub spotkań wyborczych. Różnią się one od mów omawianych powyżej innym (niższym) stylem, większym ładunkiem emocjonalnym, tematyką i innymi typami argumentacji. Ich główną rolą jest przedstawienie stanowiska kandydata na kwestie nurtujące wyborców i zaprezentowanie własnych priorytetów, a także zjednanie widowni do osoby kandydata. Decyzja Autorki, że ich analiza jest częścią integralną badania nad funkcją retoryczną powtórzeń jest jak najbardziej uzasadniona, choć analiza wymagała wprost gigantycznej pracy. Liczba przeanalizowanych tu powtórzeń wynosi w sumie 3781. Autorka zadała sobie trud doboru mów pod kątem ich zawartości, wybierając mowy skupiające się na społeczności lokalnej, jej tradycjach i dniu dzisiejszym i w zasadzie nie odnoszące się do aktualnych wydarzeń na scenie krajowej i międzynarodowej. Analizę tekstów mów szablonowych wygłoszonych w kolejnych wyborach poprzedza analiza ich głównych tematów. Autorka prezentuje stanowiska kandydatów, jak również główne akcenty przemówienia zawarte w tzw. *closing lines*, a także cechy osobowościowe, zwracając uwagę na to, czy kandydat wygłaszający mowę używał strategii sporu i ataku. Analiza przedstawiona w rozdz. 5. 1 jest cennym źródłem informacji na temat sprawności retorycznej kandydatów w kampaniach w latach 2008-2012.

W rozdziale 5.2, Autorka przedstawia wyniki analiz 24 tekstów mów szablonowych kandydatów pod kątem liczby i rodzajów zawartych w nich figur opartych na powtórzeniu. Podobnie jak w rozdziale poprzednim, dla każdej mowy Autorka przeprowadza staranne badanie statystyczne. Ich porównanie przedstawione na str. 373-374 po zsumowaniu wyników wszystkich

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71

5 [www.ifa.filg.uj.edu.pl](http://www.ifa.filg.uj.edu.pl)



częstkowych analiz statystycznych, ujawnia, że również w mowach szablonowych kandydaci Partii Demokratycznej częściej wykorzystywali powtórzenia, a ponadto większa była liczba ich rodzajów. Jak poprzednio, można znaleźć wyizolowane przykłady pominięcia powtórzenia i pewne decyzje Autorki są wątpliwe, np. dwuwyrzowa nazwa własna (Ronald Reagan) nie powinna być analizowana jako przykład aliteracji. Otwarty do dyskusji pozostaje status wspominanych wcześniej figur takich jak *epanodos* i *epimone*. Ponieważ jednak Autorka stosuje te same kryteria we wszystkich swoich analizach, wyniki są rzetelne i uprawniają do wniosku, że powtórzenie jest skuteczną figurą retoryczną, której użycie zwiększa szanse wyborcze kandydata na urząd prezydenta USA.

W wyodrębnionej części konkludującej, Autorka dokonuje dodatkowych analiz statystycznych, porównując pod względem ich liczebności wszystkie figury powtórzenia w mowach kandydatów Partii Demokratycznej z jednej strony i kandydatów Partii Republikańskiej z drugiej. Pozwala to na określenie różnic w liczbie i rodzajach poszczególnych powtórzeń stwierdzonych w analizach przedstawionych w rozdziałach czwartym i piątym pomiędzy kandydatami, a także pomiędzy kampaniami wyborczymi. Sumaryczne zestawienie, obejmujące z jednej strony kandydatów Partii Demokratycznej a z drugiej Partii Republikańskiej przedstawione jest na str. 388. Suma analizowanych powtórzeń wynosi 5386 jednostek. W mowach kandydatów Partii Demokratycznej. Autorka wyizolowała 2165 jednostkowych powtórzeń, a w mowach kandydatów Partii Republikańskiej, powtórzeń było w sumie 1056. Tym samym, różnica wynosi 32.8% na korzyść kandydatów Partii Demokratycznej, którzy otrzymali więcej głosów wyborców w stosunku do kontrkandydatów Republikanów.

Podsumowując, rozprawa doktorska mgr Elżbiety Pieniążek-Niemczuk stanowi oryginalne opracowanie problematyki figur opartych na powtórzeniu badanych na bazie tekstów dwóch typów mów wygłaszanych przez kandydatów na urząd prezydenta USA w trakcie kampanii prezydenckich w latach 2008-2016. Autorka świadomie wyszła poza ramy typowych analiz dyskursu politycznego badających retoryczną skuteczność tekstów przez pryzmat retorycznych typów argumentów oraz chwytów erystycznych. Metodologia, jaką przyjęła na potrzeby analizy pozwala na poszerzenie pola badawczego o aspekty formalne, w czym zbliża się do najnowszych stylometrycznych badań nad tekstem/wypowiedzią. Wytyczone cele są niezwykle ambitnie. Zrealizowała je skrupulatnie, z wielką troską o rzetelność analiz i wyników a także o ukazanie wielowątkowości badanego problemu. Na każdym etapie realizowanego projektu uwidacznia się rozległa wiedza Autorki z wielu dziedzin, nie tylko z zakresu nauk humanistycznych, lecz również społecznych, jak również autentyczna pasja badawcza (bibliografia prac cytowanych obejmuje ok. 260

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71



UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71

7 [www.ifa.filg.uj.edu.pl](http://www.ifa.filg.uj.edu.pl)

publikacji naukowych). Wszystkie w/w aspekty zasługują w mojej ocenie na uznanie i bardzo wysoką ocenę.

Dwa aspekty badania pozostawiają pewien niedosyt. Rozprawa powinna być zredagowana z większą starannością. Nie jest wolna od usterek, choć wyzwanie, jakim z całą pewnością były liczne tabele, jak również konieczność otagowania analizowanych tekstów a także sam rozmiar rozprawy, mogło „nadwyrężyć” siły Autorki. Ponadto, recepcji tekstu nie ułatwia styl Autorki. Odbiór wywodu byłby lepszy, gdyby Autorka zastosowała w praktyce zasady anglosaskiej szkoły pisania tekstów naukowych, gdzie tekst naukowy wymaga na początku krótkiego abstraktu informującego o głównych tezach danego tekstu i jego strukturze. Pozwala to potem na łatwiejsze przejście od jednej do kolejnej partii tekstu a przy tym nadaje narracji pewną potrzebną do zaangażowania uwagi czytelnika dynamikę.

Druga kwestia jest nieco ważniejsza, ale przedstawiam ją tu nie w formie zarzutu bądź krytyki, lecz jako sugestię co do kierunku dalszych badań. Wydaje mi się, że w swoim skupieniu na stronie formalnej figur powtórzenia, które, jak pokazuje Autorka, mogą służyć również powtórzeniu znaczenia, a zatem treści, Autorka nie wykazała się tak dogłębną refleksją, jak w innych aspektach analizy. P. mgr Pieniążek-Niemczuk przyjmuje za literaturę psychologiczną, że powtórzenia ułatwiają procesowanie komunikatu i jego zapamiętanie, czego nie można kwestionować. Pytanie, jakie się nasuwa, to, czy ułatwienie procesowania i zapamiętania to rzeczywiście definiujące cechy powtórzeń wyrazów sztandarowych, hasel bądź mott kampanii. Po przegranej kandydata Partii Demokratycznej (J. Kerry’ego) w wyborach w 2004 roku, George Lakoff napisał ważną książkę pt. *Don't think of an elephant* (polskie tłumaczenie ukazało się w roku 2011), w której wykazał, że za porażką Demokratów stała nie tyle sama treść kampanii wyborczej, lecz głównie język przekazujący owe treści. Według Lakoffa, Republikanie zdominowali treść i narzucili język kampanii. Hasła wyborcze zostały dobrane tak, by narzucać interpretację rzeczywistości jako jedynie logiczną, słuszną i korzystną dla obywateli. Lakoff określił tę strategię jako ramowanie (*framing*). Dowodów na *framing* w kampaniach wyborczych jest mnóstwo, od *Yes we can* po *Make America Great Again*, *Crooked Hillary* i *Lock'er Up!*, a w kampaniach w Polsce, od *Wina Tuska*, po *Dobra zmiana*, *500 zł na każde dziecko*, itd. Pytanie, nad którym warto w moim odczuciu zastanowić się głębiej, to czy główne motta/hasła/hashtagi kampanii nie mają jednak innego statusu niż np. aliteracja i nie powinny być inaczej analizowane niż w recenzowanej rozprawie, gdzie, przykładowo, *frames* na końcu przemówienia D. Trumpa na str. 206 (*We will make America strong again; We will make America proud again; We will make America safe again; and We will make America great again*) analizowane są jako (jedna) jednostka powtórzenia typu *symploce*.



UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

W konkluzji, przedłożona do recenzji rozprawa doktorska spełnia w pełni wymogi określone w art. 13.1. ustawy z dn. 14 marca 2003r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. z 2016 r. poz. 882) i wnioskuję o dopuszczenie p. mgr Elżbiety Pieniążek-Niemczuk do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Ponadto, w uznaniu oryginalności studium p. mgr E. Pieniążek-Niemczuk, które otwiera nowy kierunek badań wykraczający poza ramy nauk humanistycznych, ogromu pracy włożonej w przeprowadzenie badań, a także jej naukowej rzetelności i szerokich zainteresowań naukowych **wnioskuję o wyróżnienie rozprawy doktorskiej p. mgr Elżbiety Pieniążek-Niemczuk.**

Ewa Willim

Wydział Filologiczny

Instytut

Filologii Angielskiej

Al. Mickiewicza 9A

31-120 Kraków

tel. +48 12 663 44 47

+48 12 663 43 71

8 [www.ifa.filg.uj.edu.pl](http://www.ifa.filg.uj.edu.pl)