

# Autoreferat

Poniższy autoreferat został przygotowany w oparciu o wzór zamieszczony na stronie Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów oraz w Komunikacie Nr 6/2011 Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów

## **1. Imię i nazwisko:**

Magdalena Bielenia-Grajewska

## **2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/artystyczne- z podaniem nazwy, miejsca, i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej**

### Studia magisterskie

2000 mgr filologii angielskiej, Wydział Filologiczno-Historyczny Uniwersytetu Gdańskiego  
praca magisterska poświęcona tłumaczeniu  
studia ukończone rok wcześniej niż zakłada program studiów; ocena bardzo dobra

2002 mgr ekonomii i finansów, Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej  
praca magisterska dotycząca funduszy inwestycyjnych, ocena bardzo dobra

### Doktorat

2007 doktor nauk humanistycznych (językoznawstwo), Wydział Filologiczno-Historyczny Uniwersytetu Gdańskiego (promotor Prof. Roman Kalisz)  
praca doktorska poświęcona tłumaczeniu terminów związanych z bankowością inwestycyjną:  
“Difficulties in translating the terms connected with investment banking”

### Studia podyplomowe

2011 specjalista w zarządzaniu projektami naukowymi i komercjalizacji wiedzy

przyjęcie na studia w postępowaniu konkursowym (studia podyplomowe finansowane przez Unię Europejską, które były realizowane przez Wydział Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej), ocena bardzo dobra

2014 specjalista ds. Unii Monetarnej (studia podyplomowe *Mechanizmy funkcjonowania strefy euro* organizowane przez Wydział Ekonomiczny i Wydział Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego oraz Narodowy Bank Polski)

uzyskanie I miejsca na liście rankingowej kandydatów w procesie rekrutacyjnym UG; studia ukończone na ocenę bardzo dobrą, wyróżniająco zdane egzaminy uniwersyteckie i bankowe, otrzymane dwa dyplomy (UG i NBP) ukończenia studiów podyplomowych; otrzymany trzeci dyplom wydany przez Prezesa NBP dla najlepszych absolwentów studiów podyplomowych w Polsce

#### Inne kursy i szkolenia związane z prowadzoną działalnością naukową w obszarze nauk humanistycznych

Do moich zainteresowań należy nauka języków obcych. Oprócz biegłej znajomości języka angielskiego (egzaminy FCE i CAE uzyskane w Gdańsku, IELTS zdany na University of Brighton podczas nauki w liceum oraz mgr filologii angielskiej) znam także bardzo dobrze język niemiecki (zdany egzamin C1, ukończony kurs C2 oraz Wirtschaftsdeutsch) oraz włoski (kursy językowe w Polsce oraz roczny pobyt we włoskim instytucie badawczym). W pracy badawczej korzystam także ze znajomości języka hiszpańskiego i francuskiego. Umiejętność komunikacji w językach obcych pomaga mi w realizacji badań nad korpusami wielojęzycznymi i umożliwia dogłębną analizę materiałów źródłowych w wielu językach jednocześnie, umożliwiając szersze spojrzenie na dane zjawisko językowe. Wykorzystuję także literaturę tematu w języku angielskim, niemieckim, włoskim, francuskim i hiszpańskim do badań teoretycznych i przeglądu literatury (w szczególności przygotowywanych haseł encyklopedycznych oraz części teoretycznych artykułów i rozdziałów w monografiach).

Ze względu na specjalność naukową, którą obrałam, cały czas podnoszę swoje kwalifikacje językowe i specjalistyczne, by prowadzić badania w oparciu o najnowsze osiągnięcia w danej dziedzinie oraz doskonalić znajomość języków obcych. Uczestnictwo w kursach wpłynęło także na wzrost kompetencji dydaktycznych, gdyż miałam możliwość poznania najnowszych metod nauczania. Ukończyłam kursy i szkolenia, zarówno MOOC (masowe otwarte kursy online) i tradycyjne, oferowane w języku angielskim, niemieckim i

włoskim. Poniżej przedstawiam listę ukończonych kursów i uzyskane kwalifikacje (kursy w zależności od instytucji prowadzącej kończyły się zaświadczeniem lub certyfikatem, na zaliczenie obowiązywało uzyskanie minimum 60%, w niektórych przypadkach 80%), które przyczyniły się do mojego rozwoju naukowego w zakresie językoznawstwa:

2013-2014 zaawansowany kurs języka niemieckiego C2, Herder Zentrum

2014 zaawansowany kurs języka włoskiego C1, AIESEC

2014- 2015 kurs języka niemieckiego C2 (Oberstufe), Herder Zentrum

2015 kurs języka włoskiego C1, Romanica

2015 intensywny letni kurs języka niemieckiego C2 (lipiec 2015), Herder Zentrum

2016 kurs "E-Tourism: Communication Perspectives", Iversity i Università della Svizzera Italiana

2016 kurs "To Flip Or Not To Flip- Discover the flipped classroom methodology", Polimi Open Knowledge, Politecnico di Milano

2016 Certyfikat *Flipped Classroom Designer*, Polimi Open Knowledge, Elearning Communication Open Data, Politecnico di Milano i Western Switzerland University of Applied Sciences

2016- kurs "Serious Game Design and Development", Iversity

### **3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/ artystycznych**

2001- 2003 lektor języka angielskiego oraz wykładowca bankowości inwestycyjnej (wykłady w języku angielskim), WSAIB Gdynia

10. 2003- 05. 2007 asystent w Instytucie Anglistyki Uniwersytetu Gdańskiego

Od 05. 2007 adiunkt w Katedrze Translatoryki, Instytutu Anglistyki UG

2011-2012 *Assegnista di Ricerca* w Scuola Internazionale Superiori di Studi Avanzati w Trieście, w instytucie Cognitive Neuroscience Sector, stypendium CERES otrzymane w ramach Marie Curie Actions

Od 2012 kierownik Pracowni Komunikacji Międzykulturowej i Neurolingwistyki, Wydział Filologiczny UG

**4. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016r. poz. 1311)**

Za osiągnięcie naukowe wskazuję jednotematyczny cykl publikacji, który przedstawiam poniżej.

**JEDNOTEMATYCZNY CYKL PUBLIKACJI „TOŻSAMOŚĆ LINGWISTYCZNA WSPÓŁCZESNYCH ORGANIZACJI”**

Cykl dotyczy lingwistycznej tożsamości współczesnych organizacji, która jest analizowana biorąc pod uwagę jej cechy charakterystyczne, dotyczące zróżnicowanych elementów mających wpływ na językowy aspekt funkcjonowania firm. Wskazując ilościowy wymiar cyklu, informuję, że przedstawiony jednotematyczny cykl publikacji składa się z 12 publikacji, dając 67 punktów MNISW (dla porównania, monografia naukowa- 25 punktów).

W artykule *Social Network Analysis and Company Linguistic Identity* zdefiniowałam *lingwistyczną tożsamość korporacyjną*, która jest rozumiana jako tożsamość firmy tworzona za pomocą narzędzi językowych i reprezentowana przez lingwistyczne decyzje i wybory (Bielenia-Grajewska, 2014). Tożsamość lingwistyczna organizacji jest także zdefiniowana i przedstawiona wraz z jej kluczowymi cechami w poniżej wymienionych artykułach.

Istnieje wiele sposobów postrzegania tożsamości lingwistycznej. W realizowanych badaniach przyjąłam szeroko rozumiane podejście postmodernistyczne, podkreślając zmienność tożsamości lingwistycznej, biorąc pod uwagę sytuację wewnątrz organizacji, jak i w szeroko rozumianym środowisku oraz rolę czynników językowych i niejęzykowych w kształtowaniu reprezentacji językowej organizacji. Holistyczne ujęcie badanej tematyki pozwala z jednej strony na analizę czynników pośrednich i bezpośrednich, które wpływają na kształt tożsamości lingwistycznej, z drugiej zaś na ukazanie, jak otoczenie wpływa na językową tożsamość.

Cykl publikacji poświęcony jest cechom charakterystycznym tożsamości lingwistycznej. Wymienione cechy wynikają z ogólnych tendencji charakteryzujących współczesną rzeczywistość. Jednym z aspektów jest jej wielogłosowość, omówiona w artykule:

**1) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Heteroglossic linguistic identity of modern organizations*. W: *Management and Business Administration. Central Europe*, 2013, ss. 120-131, 8 punktów.**

Celem artykułu jest zapoznanie czytelnika z lingwistyczną tożsamością współczesnych organizacji, biorąc pod uwagę jej złożoność i wielość czynników kształtujących jej charakter. W celu ukazania wieloaspektowości językowego wymiaru tożsamości organizacyjnej omówione jest pojęcie heteroglozji w otoczeniu biznesowym, ze szczególnym uwzględnieniem korporacyjnej wielogłosowości w wymiarze indywidualnym i grupowym oraz jej implikacji w kształtowaniu lingwistycznego charakteru współczesnych firm. Artykuł kończy się próbą nakreślenia możliwości i wyzwań związanych z heteroglostyczną lingwistyczną tożsamością współczesnych organizacji. Dyskusja obejmuje takie aspekty jak polityka językowa organizacji a tożsamość językowa pracownika, rola technolektów w komunikacji korporacyjnej, komunikacja w sferze online, zróżnicowanie językowe i możliwości komunikacyjne szeroko pojętych interesariuszy. W artykule wskazuję jak heteroglostyczna tożsamość językowa organizacji wpływa na tworzenie przewagi konkurencyjnej oraz jak stanowi wyzwanie dla firm działających w zdywersyfikowanym środowisku. Badana tematyka może stanowić przedmiot zainteresowania nie tylko osób zajmujących się naukowo zarządzaniem, lingwistyką i szeroko pojętymi naukami społecznymi, lecz także praktyków pracujących w firmach o złożonej strukturze kulturowej i językowej. Omówiona teoria i następująca po niej dyskusja pomagają zrozumieć jak heteroglozja może wpłynąć na rozwój organizacji i jej potencjału oraz jak uniknąć błędów w kierowaniu współczesnymi organizacjami charakteryzującymi się wielowymiarowym kapitałem językowym. Heteroglostyczna tożsamość językowa jest przeze mnie badana zarówno na poziomie indywidualnym, jak i społecznym. Biorąc pod uwagę opublikowane badania dotyczące lingwistycznej tożsamości korporacyjnej w niniejszym artykule prezentuję dotychczas nie podejmowane ujęcie tematyki.

Złożoność tożsamości językowej współczesnych organizacji może być także realizowana z perspektywy hybrydycznej:

**2) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *The linguistic dimension of expatriatism- hybrid environment, hybrid linguistic identity*. W: *European Journal of Cross-Cultural Competence and Management*, 2/3, 2010, ss. 212-231, 2 punkty.**

Wiek XXI to wiek mobilności, związany z przemieszczaniem się osób, rzeczy i idei. Jednym z wymiarów funkcjonowania współczesnych *homo mobilis* jest bycie oddelegowanym do pełnienia danych funkcji lub wykonywania zadań w innym kraju niż macierzysty. Celem artykułu jest badanie lingwistycznych aspektów ekspatriacji. Została podjęta próba wykazania, dlaczego język jest istotny dla ekspatów, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i kolektywnym. W artykule przedstawiono zagadnienia związane z przyswajaniem języka kraju goszczącego, biorąc pod uwagę różnice międzykulturowe i politykę językową prowadzoną przez organizacje. W artykule zaprezentowano pojęcia *expatriate hybrid linguistic identity* i *expatriate linguistic performance*, prezentując kluczowe aspekty tworzenia tożsamości ekspatów i sposobów ich działania, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i społecznym. Utworzone pojęcia pozwalają spojrzeć w sposób holistyczny na temat tożsamości lingwistycznej, biorąc pod uwagę wieloaspektowość badanego zjawiska. W stworzonym modelu *expatriate linguistic performance* wskazałam elementy mające bezpośredni wpływ na językowe zachowania ekspatów, biorąc pod uwagę wymiar indywidualny i grupowy ich działania. *Indywidualny wymiar językowy* obejmuje takie elementy jak: stosunek do kultury goszczącej, czynniki związane z zagranicznym pobytem (faza, miejsce, czas, kultura i zawód), oraz korzyści związane z używaniem danego języka. Sposób postrzegania kultury goszczącej może być analizowany biorąc pod uwagę typologie ekspatów dostępne w literaturze tematu, które skupiają się na wymiarze językowym ekspatriacji (np. Philips, Doole i Lowe, 2006). Z kolei *społeczny wymiar językowy* składa się z takich determinantów jak zasady komunikacyjne w firmie, polityka językowa firmy, komunikacja firmowa i hierarchia. Dyskusja na temat złożoności badanego zjawiska koncentruje się wokół istnienia trzeciej formy (w rozumieniu tożsamościowo-lingwistycznym) i jej implikacji dla funkcjonowania ekspatów w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu. Ten artykuł podejmuje także dyskusję nad zagadnieniem, w jaki sposób na tożsamość lingwistyczną wpływa nie tylko branża, lecz także otoczenie, które determinuje sposób komunikacji osoby np. w nowym środowisku. Tożsamość lingwistyczna organizacji

nie jest tylko badana z perspektywy danej branży, w której dana firma funkcjonuje, lecz także biorąc pod uwagę osoby tworzące tożsamość językową firmy oraz ich oczekiwania i prawa językowe.

Pojęcie hybrydyczności zostało także analizowane w następujących publikacjach, które zostały omówione szerzej w części poświęconej dorobkowi naukowemu:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Hybrydyczność polskiego języka ekonomii W: A. Kątny (red). Kontakty językowe i kulturowe w Europie. Studia Germanica Gedanensia. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk 2008, ss. 137-144.*

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Hybrydyczna tożsamość XXI wieku. Pojęcie hybrydyczności w badaniach kulturowych. W: T. Studzieniecki (red). Dziedzictwo i turystyka w Europie XXI wieku- dystanse i przenikanie kultur. Academia Europa Nostra. Gdynia-Lubieszyn 2009, ss. 61-68.*

Oprócz charakteru hybrydowego, tożsamość lingwistyczna została także szerzej opisana z perspektywy systemowej:

**3) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Business Performance Management from the systemic communicative and linguistic side*. W: B. Christiansen (red). *Cultural variations and business performance: contemporary globalism*. IGI, 2012, ss. 230-244, 5 punktów.**

Celem artykułu jest omówienie lingwistycznego wymiaru zarządzania efektywnością biznesu. W pierwszej części pracy scharakteryzowałam zarządzanie wydajnością firmy (business performance management), biorąc pod uwagę jej lingwistyczny wymiar, który dotychczas nie był analizowany w literaturze tematu. W tym celu stworzyłam i omówiłam takie pojęcia jak *corporate linguistic allostasis* oraz *calibrated corporate linguistic identity*. *Corporate linguistic allostasis* pochodzi z biologii; allostaza dotyczy produkcji hormonów lub cytokin w celu odpowiedzi organizmu na zmiany. W przypadku organizacji, allostaza dotyczy możliwości wykorzystania potencjału językowego i zdolności komunikacyjnych organizacji do efektywnej reakcji w przypadku sytuacji kryzysowych lub zmian organizacyjnych. Drugie pojęcie- *calibrated corporate linguistic identity*- także podejmuje temat zdolności adaptacyjnych organizacji do nowych warunków. Dwa stworzone przeze mnie terminy pomagają zdefiniować potencjał firmy, pozwalający na dostosowanie się do zmiennych

warunków otoczenia. Możliwość aplikacji terminologii biologicznej do dyskusji na tematy lingwistyczne jest także ukazana w publikacji dotyczącej memów ekonomicznych, która została omówiona w części poświęconej dorobkowi naukowemu.

W dyskusji nad lingwistyczną tożsamością współczesnych organizacji warto zastanowić się nad relacją pomiędzy tożsamością a otoczeniem. Po pierwsze, otoczenie wpływa na tożsamość lingwistyczną. Widzimy to, badając na przykład wpływ Unii Europejskiej na kreowanie tożsamości językowej. Lingwistyczna tożsamość omawiana jest na przykładzie organizacji ponadnarodowych, których egzemplifikacją jest Unia Europejska oraz wybranej branży, np. lotnictwo cywilne.

**4) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Lingwistyczny aspekt funkcjonowania Unii Europejskiej*. W: A. Stępiak, S. Umiński i A. Zabłocka (red). *Wybrane problemy integracji europejskiej, część 2*, Fundacja Rozwoju UG. Gdańsk 2009, ss. 141-149, 5 punktów.**

Celem artykułu jest przedstawienie znaczenia języka w działalności Unii Europejskiej. Jak podaje Ager (1997), język i jego znaczenie analizuje się uwzględniając profil badacza. Będąc lingwistą, skoncentrowałam się na aspektach związanych z polityką językową, wielojęzycznością i tłumaczeniem. W pracy omówiłam akty prawne dotyczące języka (Universal Declaration of Linguistic Rights z 1996 r., Powszechna Deklaracja Praw Człowieka z 1948 r., Europejska Karta Języków Regionalnych i Mniejszościowych z 1992 r., Oslo Recommendations Regarding the Linguistic Rights of National Minorities oraz Traktat o Unii Europejskiej). Artykuł dotyczy także języków w Unii Europejskiej i zróżnicowania wspólnoty pod względem lingwistycznym, edukacji językowej oraz roli języka angielskiego w UE. Rozważania na temat językowego wymiaru Unii Europejskiej kończy dyskusja na temat roli tłumaczy w komunikacji wspólnotowej, analizując aspekt organizacyjny (Directorate- General for Translation) oraz ekonomiczny tłumaczeń (koszt pracy tłumaczy, *hub system*).

**5) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Lingwistyczna tożsamość portów*. W: *Prace Wyższej Szkoły Bankowej*, 2014, ss. 209-222, 5 punktów.**

Założeniem artykułu jest omówienie komunikacyjnej strony współczesnego lotnictwa, zwracając uwagę na dyskurs prowadzony w komunikacji internetowej. W tej pracy zostaje



podjęta próba ukazania lingwistycznego aspektu funkcjonowania polskich lotnisk, np. poprzez zaprezentowanie, jak mogą być one opisane za pomocą metafor organizacyjnych, i jak symboliczna reprezentacja odzwierciedla sposób ich odbioru przez szeroko rozumianych interesariuszy. Poddałam analizie 13 stron internetowych polskich lotnisk (analiza została przeprowadzona we wrześniu 2013). W artykule omówiłam rolę języka w komunikacji lotniczej, istotę kształcenia językowego personelu pokładowego i naziemnego, lingwistyczny branding nazw lotnisk oraz rolę liczebników w kreowaniu tożsamości językowej portów lotniczych. Analizowałam także metafory organizacyjne (lotnisko jako podróż, lotnisko jako nauczyciel, lotnisko jako opiekun oraz lotnisko jako sieć), które odzwierciedlają charakterystykę portów lotniczych.

Celem cyklu jest także wykazanie jak firma poprzez działania językowe może aktywnie oddziaływać na otoczenie:

**6) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Corporate linguistic rights through the prism of company linguistic identity capital*. W: Ch. Akrivopoulou i N. Garipidis (red). *Digital Democracy and the impact of technology on governance and politics*. IGI Publishing, 2013, ss. 271-286, 5 punktów.**

Artykuł koncentruje się wokół dyskusji na temat pojęcia *company linguistic identity capital* i jego roli w kreowaniu efektywnej polityki komunikacyjnej firmy. Takie aspekty jak kreowanie pozytywnego i stymulującego klimatu organizacyjnego poprzez wprowadzenie norm komunikacyjnych, mających za zadanie chronić indywidualne prawa językowe, zostały szerzej omówione. W pracy przedstawiam podstawowe aspekty związane z prawami językowymi i ich znaczenie dla otoczenia korporacyjnego. Omawiam legislacyjny aspekt korporacyjnych praw językowych i ich implikacje, w szczególności dla firm międzynarodowych. W dalszej części artykułu przedstawiam pojęcie *company linguistic identity* oraz cechy charakterystyczne tożsamości językowej firmy, by skoncentrować się na kapitale językowym firmy i jego znaczeniu lingwistycznym i ekonomicznym. *Company linguistic identity capital* może być analizowany jako źródło zysku i tworzenia przewagi konkurencyjnej na rynku. Celem tej pracy jest zwrócenie uwagi nie tylko naukowców, ale też zarządzających na rolę praw językowych w firmie i wpływ polityki językowej na funkcjonowanie firmy w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym.

Firma za pomocą języka oddziałuje także na otoczenie wewnętrzne. Kolejnym ważnym elementem tożsamości organizacyjnej jest zarządzanie wiedzą w organizacji, mający wpływ na komunikację w organizacji. Realizowany jest on poprzez omówienie znaczenia nauki w rozumieniu tradycyjnym oraz wykazanie roli komunikacji nieformalnej w firmie, mając na celu zwiększenie potencjału korporacji.

**7) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Linguistic aspects of informal learning in corporate online social networks*. W: V.P. Dennen i J. Myers (red). *Virtual Professional Development and Informal Learning Via Social Networks*. IGI Publishing, 2012, ss. 93-112, 5 punktów.**

Artykuł dotyczy językowych aspektów w procesach związanych z nauką nieformalną. W tej pracy przedstawiam znaczenie internetowych sieci społecznych w organizacji i ich roli w procesie kodowania i dekodowania wiedzy organizacyjnej. Będąc językoznawcą w analizie sieci społecznych i ich aspektu edukacyjnego, skupiłam się na wymiarze językowym obiegu informacji. Proces przyswajania informacji został omówiony biorąc pod uwagę *językową homofilię* i *językową heterofilię* w sieciach społecznych tworzonych w Internecie. *Językowa homofilia* (linguistic homophily) jest definiowana przeze mnie jako cecha grupy jednorodnej pod względem językowym, zaś *językowa heterofilia* (linguistic heterophily) oznacza grupę uczestników zróżnicowanych pod względem językowym. Te dwa terminy zostały użyte, by odpowiedzieć na pytanie, jak zróżnicowanie językowe w ramach badanej grupy może wpłynąć na sposób tworzenia, przekazywania i zrozumienia faktów. W tym artykule działania poświęcone zdobywaniu wiedzy zostały poszerzone o sposoby przekazywania informacji wśród szeroko pojętych interesariuszy.

**8) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *The role of gossip in the creation and miscreation of company identity from the perspective of Actor-Network- Theory*. W: *International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation*, 7 (4), 2015, ss. 40-55, 4 punkty.**

Tożsamość organizacyjna firmy nie posiada jedynie wymiaru formalnego; komunikacja nieformalna także wpływa na sposób jej funkcjonowania, zważywszy jej rolę w życiu codziennym w pracy. Artykuł podejmuje próbę wykazania roli komunikacji nieformalnej, w szczególności plotki, na kształtowanie tożsamości lingwistycznej firmy. Staram się wykazać pozytywne i negatywne strony plotki w kształtowaniu wspólnot

korporacyjnych i ich charakteru. Biorąc pod uwagę rolę sieci w kształtowaniu i prowadzeniu różnych typów komunikacji, plotkę analizowałam poprzez pryzmat teorii Aktor-Sieć (*Actor-Network Theory*), która pozwala wykazać wpływ czynników ludzkich i pozaludzkich na kształtowanie lingwistycznej tożsamości. Artykuł uwzględnia więc także rolę technologii w procesie komunikacji nieformalnej, uwzględniając jej znaczenie w procesie przekazywania informacji w otoczeniu korporacyjnym

Kolejnym obszarem badań nad tożsamością językową współczesnych organizacji jest rola narzędzi językowych służących do komunikacji. Jednym z najważniejszych aspektów tej części cyklu jest omówienie metaforyczności, która stanowi istotny element komunikacji współczesnych firm oraz sposobu ich postrzegania przez szeroko pojętych interesariuszy.

**9) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Mobbing, niebieskie kołnierzyki i gorące biurka. Zapożyczenia i metafory w zarządzaniu zasobami ludzkimi*. W: *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*, 2014, ss.11-26, 6 punktów.**

Celem artykułu jest omówienie językowego wymiaru zarządzania zasobami ludzkimi. Przedstawiłam takie zagadnienia jak język i kapitał ludzki, zapożyczenia w języku zasobów ludzkich oraz metaforyczny wymiar zarządzania zasobami ludzkimi, skupiając się na metaforycznym wymiarze wynagradzania kadry zarządzającej. W celu zawężenia perspektywy badawczej skoncentrowałam się na dwóch zjawiskach językowych, zapożyczeniach i metaforach, które odgrywają dużą rolę w komunikacji organizacyjnej. Część badawcza artykułu poświęcona jest analizie korpusu metafor związanych z zarządzaniem personelem i dyskusji o roli języka symbolicznego w kształtowaniu tożsamości indywidualnej i grupowej organizacji. Analizowany korpus badawczy składa się z 28 nazw metaforycznych związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi, które charakteryzują się częstym stosowaniem w literaturze tematu. Korpus został zebrany na podstawie analizy 16 stron internetowych oraz 4 słowników profesjonalnych. Przedstawiłam także praktyczne implikacje metaforycznego wymiaru zarządzania zasobami ludzkimi. Przykładowo, osoby zajmujące się coachingiem mogą stosować nazwy metaforyczne do kreowania swojego wizerunku jako efektywnego coacha. Dotyczy to zarówno używania słów popularnych, jak i tych, które dopiero mogą stać się częścią leksyki zasobów ludzkich. Nazwy powszechnie znane sprawiają, że coach jest postrzegany jako osoba posiadająca wiedzę o najnowszych osiągnięciach i światowych trendach w swojej dziedzinie. Z kolei wprowadzanie słów dotychczas nieznanymi odbiorcy szkolenia sprawia, że nowe pojęcia są niejako przypisane

osobie prowadzącej szkolenia, czyniąc ją często twórcą danych pojęć w języku polskim. Taka osoba jest np. łatwiej rozpoznawalna w swojej branży, zaś jej wypowiedzi są często cytowane w prasie fachowej. Biorąc pod uwagę wymiar organizacyjny, można zasadnie stwierdzić, że metafory pomagają w kreowaniu firm łatwo rozpoznawalnych na konkurencyjnym rynku, posiadających sposób prowadzenia dialogu umożliwiającą efektywną komunikację organizacyjną.

**10) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *CSR Online Communication: The Metaphorical Dimension of CSR Discourse in the Food Industry*. W: R. Tench, B. Jones i W. Sun (red). *Communicating Corporate Social Responsibility: Perspectives and Practice*. Emerald, 2014, ss. 311-333, 5 punktów.**

Istnieje kilka przyczyn popularności metafor w komunikacji dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli dyskursie CSR (ang. *Corporate Social Responsibility*). Po pierwsze, metafory nie tylko pozwalają na postrzeganie nowego zjawiska za pomocą znanych domen, lecz także sprawiają, że można skoncentrować uwagę na wybranym aspekcie badanego zjawiska (Lakoff & Johnson, 2003). Po drugie, wykorzystanie powszechnie znanych metafor czyni komunikację szybszą i łatwiejszą (Mladenov, 2006). Celem artykułu jest omówienie komunikacyjnego wymiaru współczesnych firm działających w branży spożywczej. Do analizy zostały wybrane firmy polskie (10 firm) i włoskie (10 firm), które prowadzą komunikację związaną z korporacyjną odpowiedzialnością biznesu w Internecie. Po przeprowadzeniu analizy 20 stron internetowych wybranych firm, pod względem warstwy językowej, zidentyfikowałam i omówiłam 6 metafor organizacyjnych (Organizacja Nauczyciel, Organizacja Sieć, Organizacja Obrońca, Organizacja Tradycjonalista, Organizacja Przewodnik, Organizacja Rodzina). Artykuł w nowatorski sposób pokazuje zróżnicowanie współczesnych firm działających w sektorze żywności.

**11) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Company linguistic identity and its metaphorical dimensions. Purchasers, personnel and products through the perspective of metaphors*. W: N. Holden, S. Michailova i S. Tietze (red). *Routledge Companion to Cross-Cultural Management*, 2015, ss. 170-179, 5 punktów.**

Praca dotyczy metaforycznego wymiaru reprezentacji współczesnych firm. W tym artykule lingwistyczna tożsamość korporacji badana jest za pomocą stworzonego przeze mnie

modelu *3 P model of company linguistic identity and its metaphorical dimension*, składającego się z *organizational linguistic identity* oraz *corporate linguistic identity*, które determinują takie obszary działalności organizacji jak personel (Personnel), produkty (Products) i kupujący (Purchasers). Organizacyjna tożsamość lingwistyczna (*organizational linguistic identity*) dotyczy roli języka na poziomie wewnętrznym firmy, z organizacyjną tożsamością językową, szczególnie widoczną w czasie zmian, np. gdy przyjmowani są nowi pracownicy. Z kolei korporacyjna tożsamość lingwistyczna (*corporate linguistic identity*) związana jest z kreowaniem wizerunku firmy za pomocą środków językowych wśród szeroko pojętych interesariuszy. Wskazane podejście umożliwia analizę roli metafor w komunikacji organizacyjnej za pomocą trzech obszarów: personel, producenci i produkty. W przypadku metafor związanych z personelem, język symboliczny wpływa na tworzenie żargonu wspólnoty, pełni funkcje edukacyjne oraz wprowadza typologię. W obszarze dotyczącym producentów użycie metafor jest związane z określeniem kupujących lub ich zachowań. Przykładowo, metafory z fizyki i materiałoznawstwa, wykorzystujące m.in. zjawisko perkolacji, stosowane są do badania procesów adaptacyjnych klientów (Winsor, 1995). Z kolei elementy pojęć z ogrodnictwa widoczne są w marketingu, na przykładzie metafory zaszczepiania używanej do opisywania cyrkulacji wiedzy w organizacji (Madhavaram i McDonald, 2010). Metafory są także używane przez klientów do opisu usług i produktów, ukazując ich stosunek do oferowanych dóbr (np. nora, więzienie lub pustynia jako określenia niesatysfakcjonującej usługi hotelowej).

**12) Bielenia-Grajewska, Magdalena. *Rola języka symbolicznego w edukacji ekonomicznej na przykładzie nazw metaforycznych wykorzystujących domenę złota*. W: *Edukacja ekonomistów i menadżerów*, 3 (37), 2015, ss. 57-70, 12 punktów.**

Celem artykułu jest dyskusja na temat znaczenia i symbolizmu złota w komunikacji biznesowej. W celu zawężenia perspektywy badawczej koncentruję się na nazwach metaforycznych, które wykorzystują domenę złota i wpływają na różne aspekty dyskursu organizacyjnego, szczególnie na jego wymiar edukacyjny. W literaturze tematu metaforyczność języka biznesu podejmowana jest m.in. w pracach na temat funduszy europejskich (Miodek et al., 2010), bankowości inwestycyjnej (Bielenia-Grajewska, 2009a; Bielenia-Grajewska, 2009b), rozwoju osobistego i zawodowego (Casula, 2004) oraz ich znaczenia w coachingu (Lanza, 2008; Parkin, 2010). Wybrałam 19 popularnych nazw metaforycznych występujących w prasie biznesowej wykorzystujących domenę złota (np.

złota gęś, złote kajdanki, złoty parasol, złoty spadochron) celem ukazania jak wybrane metafory determinują tworzenie nazw uczestników, instrumentów i strategii współczesnego dyskursu ekonomicznego oraz jak nazwy metaforyczne wpływają na proces edukacji ekonomicznej.

## **5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych (artystycznych)**

Wykształcenie lingwistyczne i ekonomiczne pozwala mi na prowadzenie badań wykorzystujących wiedzę z obu dziedzin. W swojej pracy naukowej zajmuję się językowym wymiarem funkcjonowania organizacji, tłumaczeniem (głównie teksty ekonomiczne), socjolingwistyką biznesu, językami specjalistycznymi (w szczególności językiem biznesu) oraz interdyscyplinarnymi teoriami w badaniach językowych. W niniejszym punkcie omawiam 40 publikacji, które podzieliłam na 5 kręgów tematycznych. 12 publikacji stanowiących cykl jednotematyczny omawiam w punkcie 4.

Realizowane nurty badawcze:

- Tożsamość językowa
- Socjolingwistyka biznesu
- Tłumaczenie ekonomiczne
- Języki specjalistyczne, w szczególności język ekonomii
- Interdyscyplinarność w badaniach językowych

### **5. 1. Tożsamość językowa**

W odróżnieniu od publikacji dotyczących tożsamości językowej firm, stanowiących cykl jednotematyczny (vide punkt 4), w niniejszym kręgu omawiam różnorodne aspekty tożsamości językowej w perspektywie makro i mikro. Jednym z czynników kształtujących tożsamość językową jest tożsamość narodowa. Jej cechy charakterystyczne na przykładzie Polski zostały umówione przeze mnie w następującym artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Polska tożsamość językowa we współczesnym świecie. W: G. Piwnicki, S. Mrozowska (red). Jednostka – społeczeństwo – państwo wobec megatrendów współczesnego świata. Wydawnictwo UG. Gdańsk, 2009, ss. 509-514.*

Oprócz dyskusji na temat tożsamości, tożsamości narodowej i polskiej tożsamości językowej artykuł dotyczy także językowego aspektu miejsca Polski w Europie Centralnej oraz jej członkostwa w Unii Europejskiej.

Tożsamość językowa może być także badana biorąc pod uwagę dialogiczność interlokutorów oraz rozważając jak kultura danego kontekstu wpływa na komunikację. Ten temat został omówiony w następującym artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Rola tożsamości organizacyjnej w kreowaniu komunikacyjnych zachowań korporacyjnych. Typ kultury organizacyjnej a dialogowość pracowników. W: P. Kulawczuk i A. Poszewiecki (red). Behavioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości. FRUG, Sopot 2010, ss. 300-315.*

Złożoność tożsamości językowej może być analizowana poprzez perspektywę hybrydyczności. Hybrydyczny charakter tożsamości został przeze mnie omówiony w następującej publikacji:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Hybrydyczna tożsamość XXI wieku. Pojęcie hybrydyczności w badaniach kulturowych. W: T. Studzieniecki (red). Dziedzictwo i turystyka w Europie XXI wieku- dystanse i przenikanie kultur. Academia Europa Nostra. Gdynia-Lubieszyn 2009, ss. 63-68.*

W tym artykule przedstawiam podstawowe funkcje hybrydyczności i jej odzwierciedlenie w badaniach kulturowych.

Ważnym aspektem wpływającym na tożsamość językową jest technologia. Jeden z tematów realizowanych przeze mnie w badaniach dotyczy roli sieci społecznościowych i ich wpływu na tożsamość korporacji. Temat był podejmowany w następującym artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Corporate Online Social Networks and Company Identity. W: K. Michael & R. Abbas (red). Privacy and Security Issues in Social Network. Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining, Springer, 2014, ss. 270-275.*

W kolejnej pracy przedstawiłam jak Internet wpływa na komunikację w sieci, wybierając do analizy sektor lotniczy:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Rola Internetu w komunikacji prowadzonej przez polskie lotniska (na przykładzie sytuacji kryzysowych spowodowanych trudnymi warunkami atmosferycznymi). Pieniądze i Więż, 51, 2011, ss. 156-162.*

Artykuł podejmuje dyskusję na temat roli technologii, w tym blogów, stron internetowych oraz sieci społecznościowych (Facebook) wybranych lotnisk w Polsce analizując językowy wizerunek jedenastu polskich portów lotniczych i PLL LOT. Analizowana jest przede wszystkim komunikacja kryzysowa prowadzona online, związana z trudnymi warunkami atmosferycznymi, zawiązując rozważania do trudnej zimowej aury w 2010 roku. Technologia wpływa także na zacieranie się granic między życiem prywatnym i zawodowym, determinując przenikanie się tych dwóch stref. Widoczne jest to na przykład w wykorzystaniu gier do kreowania tożsamości językowej:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Serious games and their application in creating corporate identity. W: R. Nakatsu, P. Ciancarini i M. Rauterberg (red). Handbook of Digital Games and Entertainment Technologies. Springer Singapore 2016, ss. 593-610.*

Podejmowane tematy odzwierciedlają wyzwania, istotne dla wielu osób, w wielu sytuacjach komunikacyjnych. Przykładem może służyć komunikacja specjalistyczna dotycząca żywienia, innymi słowy, dyskurs żywności. W latach 2011-2016 wystąpiło wiele zdarzeń związanych z zagrożeniami w produkcji, dystrybucji i konsumpcji żywności. Szczególną rolę odgrywa więc zrozumienie, jak język determinuje prawidłową wymianę informacji w sytuacji kryzysowej.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Company identity in the food industry. W: P. B. Thompson i D. M. Kaplan (red). Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics. Springer, 2014, ss. 378-385.*

Artykuł dotyczy specyficznych cech tożsamości językowej w przemyśle żywnościowym.

## **5.2. Socjolingwistyka biznesu**

Kolejny realizowany przeze mnie temat jest ściśle związany z poprzednim zagadnieniem, gdyż językową tożsamość każdej organizacji wyznaczają poszczególne socjolingwistyczne aspekty komunikacji. Przykładem prac ilustrujących ten krąg moich zainteresowań naukowych jest artykuł:



*Bielenia-Grajewska, Magdalena. The discursive side of exercising power in global companies. W: H. Treder i K. Żołądkiewicz (red). Wyzwania gospodarki globalnej. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2010, ss. 565-572.*

Celem artykułu jest podkreślenie dyskursywnego aspektu sprawowania władzy we współczesnych firmach globalnych. Moim zamierzeniem było wykazanie powiązań między zarządzaniem i językiem oraz wskazanie na rolę dyskursu w działalności menadżerskiej. Praca dotyczy języka jako efektywnego instrumentu kreowania i realizowania władzy w otoczeniu korporacyjnym.

Ważnym aspektem komunikacji biznesowej jest jej nieformalny wymiar, realizowany np. za pomocą plotki. W tym artykule omówiłam rolę plotki w komunikowaniu sytuacji trudnych, wymagających reakcji interlokutorów w sytuacji stresu.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Plotka w korporacyjnej komunikacji kryzysowej. Prakseologia. PAN, 2011, ss. 209-222.*

Współcześnie wiele firm, oprócz regularnych pracowników, zatrudnia także zespoły projektowe, oddelegowane do pracy nad przydzielonymi zadaniami. Sposób ich komunikacji został opisany w następującym artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Komunikacja w zarządzaniu projektami. Podejście systemowe. Prace Wyższej Szkoły Bankowej, 2012, ss. 77-86.*

Artykuł wskazuje na cechy charakterystyczne komunikacji projektowej. Zwracam uwagę jak specyfika *project management* wpływa na wybór środków językowych, by zarządzanie projektami było efektywne.

W swoich badaniach zajmuję się także elementami życia społecznego, które często są utożsamiane z nieformalnym lub niezawodowym wymiarem pracy. Przykładem może być humor, który stanowi istotny aspekt komunikacji biznesowej. Jego rolę omówiłam w artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Rola humoru w komunikacji biznesowej. W: Spagińska-Pruszk i N. Wyszogrodzka-Liberadzka (red), Sławiastyka, No. 11, 2010, Uniwersytet Gdański, ss. 195-200.*

Sprawna komunikacja biznesu wymaga wiedzy, w jaki sposób należy ją efektywnie prowadzić. Ten temat podejmowany jest w artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Teaching business communication skills in a corporate environment. W: H. Komorowska (red). Issues in Promoting Multilingualism, FRSE, Warszawa, 2011, ss. 39-57.*

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na rolę języka w edukacji przyszłych menadżerów i pracowników korporacji. Zwróciłam uwagę na międzykulturowy aspekt nauczania języka biznesu w środowisku korporacyjnym, prezentując różne typologie kultur organizacyjnych, relację nauczyciel-student oraz rolę materiałów dydaktycznych.

Istotnym aspektem funkcjonowania współczesnych organizacji jest ich korporacyjna odpowiedzialność społeczna (*corporate social responsibility*). Przygotowałam hasło encyklopedyczne:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Corporate Social Responsibility. W: K. Harvey i G. J. Geoffrey (red). Encyclopedia of Social Media and Politics. SAGE, 2014.*

Wymienione hasło encyklopedyczne definiuje pojęcie korporacyjnej odpowiedzialności biznesu oraz opisuje główne cechy CSR.

Kluczowym aspektem CSR (*Corporate Social Responsibility*) jest nie tylko prowadzenie firmy w zgodzie z otoczeniem, lecz także realizacja efektywnej komunikacji z interesariuszami, mającej na celu efektywne informowanie o społecznej działalności organizacji. Aspekt komunikacyjny CSR został przeze mnie podjęty w pracy:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Corporate Social Responsibility and Communication with Stakeholders. W: A. Kątny (red). Studia Germanica Gedanensia. Angewandte Germanistik – Notwendigkeit oder Chance? Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2010, ss. 171-185.*

Celem artykułu było przedstawienie korporacyjnej odpowiedzialności biznesu z perspektywy dyskursywnej, gdyż ten aspekt jest stosunkowo rzadko podejmowany w literaturze tematu. Ukazałam jak słowa determinują zrównoważony rozwój organizacji. Podkreślam także, że to dzięki komunikacji idee CSR są wprowadzane i rozpowszechniane, biorąc pod uwagę analizowany symbolizm lingwistyczny. Komunikacyjny wymiar biznesu społecznie

odpowiedzialnego omawiam także z perspektywy branży. Przykładem badań skoncentrowanych na danej dziedzinie jest praca poświęcona językowemu wymiarowi CSR w sektorze finansowym:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Aspekt dyskursywny korporacyjnej odpowiedzialności biznesu w funkcjonowaniu polskich instytucji finansowych. W: Prace i Materiały Instytutu Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2009, ss. 78-87.*

Oprócz firm działających na rynku finansowym, w swoich badaniach zajmowałam się także sektorem żywności. Wymieniony poniżej tekst ukazuje społeczno-ekologiczny wymiar funkcjonowania firm w sektorze żywienia, wskazując na rolę komunikacji CSR realizowanej wśród szeroko pojętych interesariuszy. W tym artykule zwracam także uwagę na główne cechy prawidłowej komunikacji związanej z prowadzeniem przez organizację efektywnego dialogu społecznego.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Corporate Social Responsibility and Food. W: P. B. Thompson i D. M. Kaplan (red). Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics. Springer, 2014, ss. 419-424.*

Komunikacja CSR związana jest także z odpowiednim doбором środków językowych w sytuacjach kryzysowych. Ten aspekt podejmuję w kolejnym artykule, w którym wskazuję na cechy charakterystyczne komunikacji związanej z ryzykiem w sektorze żywności, zwracając szczególną uwagę na jej warstwę leksykalną.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Food risk communication. W: P. B. Thompson i D. M. Kaplan (red). Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics. Springer, 2014, ss. 931-938.*

### **5.3. Tłumaczenia ekonomiczne**

W celu zobrazowania złożoności tłumaczeń ekonomicznych i ich zależności od językoznawstwa, przekład specjalistyczny analizowałam biorąc pod uwagę badania socjolingwistyczne i lingwistyczne. Rozdział dotyczy najważniejszych cech lingwistyki i dziedzin wchodzących w skład szeroko rozumianego językoznawstwa, także tłumaczeń:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Linguistics. W: W. Bainbridge (red). Leadership in Science and Technology: A Reference Handbook. SAGE, 2011, ss. 41-48.*

W kolejnym rozdziale stworzyłam model *Multidisciplinary Hexagonal Model of Linguistic Convergence*, który ilustruje procesy konwergencyjne, zachodzące w innych dziedzinach, a wpływające na konwergencję lingwistyczną. Do wymienionych procesów należą następujące elementy: media convergence, cultural convergence, technological convergence, economic convergence, legal convergence i geographical convergence. Opisane tendencje konwergencyjne wpływają na sposób tworzenia nowych słów i typów tekstów w procesie tłumaczenia:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Linguistic Convergence. W: W. Bainbridge (red). Handbook of Science and Technology Convergence. Springer, 2015, ss. 591-605.*

W obrębie problematyki tłumaczeń ekonomicznych zajmowałam się relacją pomiędzy Internetem a językiem ekonomii, memetyką oraz kontynuowałam badania, które prowadziłam przygotowując rozprawę doktorską o tłumaczeniu słownictwa związanego z bankowością inwestycyjną.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Internet a tłumaczenie języka ekonomii. Rola portali, czasopism internetowych oraz glosariuszy dostępnych online w przekładzie tekstów bankowych i finansowych. W: M. Sokołowski (red). Oblicza Internetu Opus Universale. Kulturowe, edukacyjne i technologiczne przestrzenie Internetu. PWSZ Elbląg. Elbląg 2008, ss. 118-126.*

Ten artykuł dotyczy roli informacji dostępnych w Internecie (często umieszczanych przez instytucje finansowe). Analizowałam w nim jak mini słowniki i leksykony mogą być przydatne w tłumaczeniu nazw ekonomicznych, które cechuje silna dynamika zmian ze względu na rozwój dziedziny ekonomia i jej subdziedzin.

W swoich badaniach zajmuję się także tłumaczeniem z perspektywy słowa, proponując badania na poziomie mikro w analizie terminologii ekonomicznej i sposobu jej tłumaczenia.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Mem jako jednostka translacyjna w przekładzie tekstów ekonomicznych. W: A. Pstyga (red). Słowo z perspektywy językoznawcy i tłumacza. Wydawnictwo UG. Gdańsk 2008, ss. 225-230.*

W artykule podejmuję tematykę zastosowania memetyki do badań nad językiem ekonomicznym, skupiając się nad pojęciem memu w tłumaczeniu tekstów związanych z ekonomią.

Inne publikacje odzwierciedlają konsekwentną kontynuację zainteresowań dotyczących tłumaczenia terminów związanych z bankowością inwestycyjną, które realizowałam w ramach badań doktorskich. Przykładem badań kontynuujących badania doktorskie jest artykuł:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Terminologia a tłumaczenie. Angielskie terminy związane z analizą techniczną i ich ekwiwalenty w języku polskim, niemieckim i hiszpańskim. W: K. Hejwowski (red). Tłumaczenie- Leksyka, Frazeologia, Styl. ILS, Warszawa 2010, ss. 270-277.*

Proces tłumaczenia analizowałam także biorąc pod uwagę teorię Aktor-Sieć i wskazując jak czynniki ludzkie i pozaludzkie (np. narzędzia związane z technologią) wpływają na proces tłumaczenia:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Actor-Network Theory in intercultural communication. Translation through the prism of innovation, technology, networks and semiotics. International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation. Hershey: IGI Publishing, 2009, ss. 53-69.*

Zastosowanie teorii ANT w naukach humanistycznych omawiam także w punkcie 5.5 dotyczącym teorii interdyscyplinarnych.

#### **5. 4. Języki specjalistyczne, komunikacja specjalistyczna**

Języki specjalistyczne zajmują ważne miejsce w moich badaniach. Większość publikacji dotyczy dyskursu ekonomicznego jako języka specjalistycznego. Poniżej prezentuję pokrótce najważniejsze publikacje podejmujące w/w tematykę.

Ze względu na swe ekonomiczne wykształcenie, w swoich pracach podejmuję temat języka ekonomii jako języka specjalistycznego.

W poniższym artykule zdefiniowałam język ekonomii, przedstawiając dwie typologie, uwzględniając z jednej strony makro i mikroekonomię, z drugiej zaś subdziedziny języka ekonomii, takie jak język biznesu, język finansów, język bankowości i język inwestycji. W dalszej części rozdziału przedstawiłam cechy charakterystyczne języka ekonomii, biorąc pod uwagę metafory i sposób ich tłumaczenia.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Language of economics- brief characteristics. W: D. Stanulewicz (red). Lingua Terra Cognita. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2011, ss. 565-577.*

Język ekonomii został przeze mnie omówiony także w jednej z najnowszych moich publikacji. Celem poniższego rozdziału jest przedstawienie charakterystycznych cech języka ekonomii, poprzez pryzmat obszarów, perspektyw i podejść badawczych. Ujęte zostały także teorie interdyscyplinarne, ukazujące miejsce dyskursu ekonomicznego wśród innych dziedzin życia codziennego i profesjonalnego.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Language of Economics. W: A. Marciano i G. B. Ramello (red). Encyclopedia of Law and Economics, Springer 2016, ss. 1-9.*

W swoich badaniach traktuję język ekonomii jako zjawisko dynamiczne, które jest determinowane przez procesy zachodzące w innych obszarach życia. W tej publikacji wskazuję jak globalizacja wpływa na języki specjalistyczne i omawiam rolę czynników globalizacyjnych w determinowaniu kształtu języka ekonomii. W dyskusji na temat języka ekonomii skupiłam się nie tylko na języku polskim, lecz brałam pod uwagę angielski, niemiecki i hiszpański, badając korpus 168 terminów, które są najczęściej spotykane w komunikacji bankowo-finansowej w badanych językach. Przyjęta perspektywa diachroniczna w prezentacji sposobów tłumaczenia terminów ekonomicznych wskazuje główne cechy języka ekonomii:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Języki specjalistyczne wobec współczesnych przemian- czy procesy globalizacyjne wzbogacają czy zubożają język ekonomii? W: J. Kortas, J. Jereczek-Lipińska i G. Quentel (red). La globalisation communicationnelle: enrichissement et menace pour les langues. Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk 2009, ss. 35-43.*

Podobną tematykę wpływu globalizacji na dyskurs ekonomii, koncentrując się na roli języka angielskiego jako współczesnego lingua franca, podejmuje następujący artykuł:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Tendencje globalizacyjne w leksyce ekonomicznej. W: M. Grabska (red). Słowa, słowa, słowa... w komunikacji językowej III. Wydawnictwo UG, Gdańsk 2011, ss. 195- 201.*

Jak zostało przedstawione w powyższych artykułach, język ekonomii nie istnieje w próżni. W kolejnym artykule zwracam uwagę na złożony charakter języka ekonomii, omawiając wybrane zjawisko naukowe z perspektywy hybrydyzacji. Hybrydyczny charakter dyskursu

ekonomicznego analizowany jest z perspektywy makro i mikro, uwzględniając takie pojęcia jak Europa Centralna, Unia Europejska, Polska i język polski, firma i tłumacz:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Hybrydyczność polskiego języka ekonomii. W: A. Kątny (red). Kontakty językowe i kulturowe w Europie. Studia Germanica Gedanensia. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008, ss.137-144.*

Celem artykułu jest omówienie funkcji zapożyczeń w dyskursie ekonomicznym. Wskazuję na różne języki, które wpłynęły na współczesny język ekonomii. W części analitycznej prezentuję na podstawie badanego korpusu (300 słów i wyrażen pochodzących z różnych 12 subdziedzin), które subdziedziny języka ekonomii szczególnie bazują na obcym słownictwie. Omawiam zapożyczenia z francuskiego, z łaciny, z japońskiego, greckiego, włoskiego, języków północnogermańskich oraz niemieckiego, biorąc pod uwagę, że francuskie słowa (41%) i terminy pochodzące z łaciny (30%) są najczęściej spotykanymi słowami obcymi w angielskim języku ekonomii, analizując także, która subdziedzina szczególnie czerpie z danego języka.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Linguistic Borrowing in the English Language of Economics. Lexis - E-Journal in English Lexicology, ss. 107-135.*

Wybrane subdziedziny języka ekonomii są także tematem kolejnych prac na temat języka specjalistycznego ekonomii. W poniżej podanej pracy wskazuję na cechy charakterystyczne komunikacji firmowej, zwracając szczególną uwagę na nazwy pochodzenia obcego w dyskursie biznesowym:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Mehrsprachigkeit und Multikulturalität der Firmenkommunikation. Fremdwörter im Bankwesendiskurs. W: G. Łopuszańska (red). Sprache und Kultur als gemeinsames Erbe im Grenzgebiet. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2010, ss.127-133.*

Badając języki specjalistyczne kontynuowałam analizę języka bankowości inwestycyjnej, która była tematem mojej pracy doktorskiej. Cechy charakterystyczne języka bankowości inwestycyjnej omawiam w poniższych artykułach. W pierwszym z nich biorę pod uwagę 170 terminów bankowości inwestycyjnej wybranych przeze mnie z różnych źródeł, analizując ich ekwiwalenty w języku polskim, niemieckim i hiszpańskim.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. The role of metaphors in the language of investment banking. W: Iberica 2009, ss. 139-156 (czasopismo na tzw. liście filadelfijskiej)*

Kolejny artykuł na temat języka bankowości inwestycyjnej poświęcony jest roli metafor w tej dziedzinie:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Metaforyczność nazw bankowości inwestycyjnej, czyli świat byków, niedźwiedzi, rycerzy i odstraszczy rekinów. W: K. Jarosińska-Buriak (red). Metafora w kulturze. (Kognitywistyka, Językoznawstwo, Medioznawstwo, Kulturoznawstwo, Antropologia). PWSZ Elbląg, Elbląg 2009, ss. 259-268.*

Metaforyczność komunikacji specjalistycznej jest przeze mnie realizowana nie tylko biorąc pod uwagę dyskurs ekonomiczny. Kolejny artykuł dotyczy roli metafor w dyskursie na temat chorób przenoszonych przez żywność. Oprócz przedstawienia teoretycznych ram dyskusji na temat metaforycznego wymiaru zatruc pokarmowych, na podstawie 30 artykułów pochodzących z prasy międzynarodowej, wyróżniłam metaforyczne sposoby klasyfikacji chorób (np. choroba to wojna, sport, podróż, klęska żywiołowa, istota fizyczna):

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Metaphors and risk cognition in the discourse on foodborne diseases. W: J.M. Mercantini i C. Faucher (red). Risk Cognition. Springer 2015, ss. 89-105.*

Innym aspektem użycia metafor w językach specjalistycznych jest wykorzystanie ich do tworzenia i przekazywania wiedzy. Celem poniższego artykułu jest omówienie roli metafor w procesie kreowania i udostępniania wiedzy. Rozważanie teoretyczne na temat funkcji języka symbolicznego w przekazywaniu wiedzy są poparte przykładami metafor, które pochodzą ze źródeł internetowych oraz tradycyjnych publikacji, takich jak książki i artykuły.

Przedstawiam jak metafory mogą wpłynąć pozytywnie lub negatywnie na proces kodowania i dekodowania informacji, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i organizacyjnym:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. The Role of Figurative Language in Knowledge Management. Knowledge Encoding and Decoding from the Metaphorical Perspective. W: M. Khosrow-Pour (red). Encyclopedia of Information Science and Technology. IGI Publishing, 2014, ss. 4728-4735.*

## **5. 5. Teorie interdyscyplinarne w badaniach językowych**

Ze względu na rosnącą interdyscyplinarność współczesnej nauki, w swoich badaniach stosuję teorie i narzędzia wykorzystywane w naukach społeczno-humanistycznych. Do



analizy zależności między ludźmi i technologią coraz częściej stosuje się teorie sieciowe. Przykładem może być Teoria Aktor-Sieć (ANT) i jej zastosowanie w komunikacji medycznej:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Actor-Network-Theory in Medical E-Communication: The Role of Websites in Creating and Maintaining Healthcare Corporate Online Identity. W: A. Tatnall (red.), Social and Professional Applications of Actor-Network Theory for Technology Development. Information Science Reference, 2013, ss. 156-172.*

oraz w badaniach nad organizacjami:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. A potential application of Actor Network Theory in organizational studies. The company as an ecosystem and its power relations from the ANT perspective. W: A. Tatnall (red). Actor-Network Theory and Technology Innovation: Advancements and New Concepts. IGI, 2011, ss. 247-258.*

Interdyscyplinarność widoczna jest także w zastosowaniu osiągnięć i narzędzi stosowanych dotychczas jedynie w neurologii do badań naukowych:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Neuroscience and Learning. W: R. Gunstone (red). Encyclopedia of Science Education. Springer, 2015, ss. 698-704.*

W tym artykule omawiam wpływ neuronauk na rozwój badań edukacyjnych i możliwości analizy sposobu przyswajania wiedzy.

Podobna tematyka podejmowana jest w artykule:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. International Neuromanagement: Deconstructing International Management Education with Neuroscience. W: D. Tsang, H. H. Kazeroony i G. Ellis (red). The Routledge Companion to International Management Education, Routledge 2013, ss. 358-373.*

Artykuł dotyczy perspektywy lingwistycznej w aspekcie wpływu neuronauk na sposób kierowania organizacją.

Perspektywa interdyscyplinarna widoczna jest także w artykule podejmującym szeroki kontekst języka i nauczania.

*Bielenia-Grajewska, Magdalena i Gunstone, Richard. Language and Learning Science. W: R. Gunstone (red). Encyclopedia of Science Education. Springer, 2015, ss. 569-577.*

Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój Internetu i nowych technologii oraz ich rolę w edukacji, w swojej pracy badawczej zajmuję się także zastosowaniem gier i gamifikacji w edukacji akademickiej. Przykładem jest artykuł:

*Bielenia-Grajewska, Magdalena. Jak "rozebrać" zajęcia, czyli o roli gamifikacji w dydaktyce akademickiej. W: D. Becker-Pestka i E. Kowalik (red). Wyzwania współczesnej pedagogiki. Wyższa Szkoła Bankowa 2015, ss. 245-256.*

### Ujęcie ilościowe dorobku naukowego

Mój dorobek naukowy z językoznawstwa po uzyskaniu stopnia doktora (2007) obejmuje 67 publikacji (65 nowe publikacje i dwa przedruki). Jakość prowadzonych badań została doceniona przez rady naukowe czasopism krajowych i zagranicznych (tzw. lista filadelfijska, lista ministerialna czasopism) oraz redaktorów monografii wydawanych przez znane i cenione wydawnictwa międzynarodowe (Routledge, Springer, SAGE oraz IGI Publishing). Poniżej przedstawiam ilościowe zestawienie dorobku naukowego:

Rodzaj publikacji	Liczba publikacji	Liczba punktów
Rozdziały w monografiach	36	139
Wszystkie artykuły w czasopismach recenzowanych; w tym:	21	116
Artykuły w czasopismach indeksowanych w Social Science Citation Report	1	10
Artykuły w czasopismach indeksowanych w ERIH	2	18
Inne publikacje	4	0
Hasła encyklopedyczne	6	25
Razem	67	280 punktów <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Punkty obliczone według punktacji wykorzystywanej dla parametryzacji jednostki (rozporządzenia z 2007, 2010, 2015, 2016 roku)

## **Wkład w rozwój dyscypliny**

Publikacje podejmują rzadko badany temat językowej tożsamości w odniesieniu do korporacji, organizacji i firm, która jest ważna zarówno z perspektywy jednostkowej, jak i grupowej. Interdyscyplinarność prowadzonych badań umożliwia przedstawienie tożsamości językowej, pod kątem różnych czynników, które ją kształtują. Wśród determinantów wskazuję na cechy jednostkowe, grupowe i środowiskowe, które wpływają na sposób postrzegania osób i organizacji poprzez pryzmat języka. W pracach analizuję takie cechy tożsamości językowej jak wielogłosowość, konwergencję, hybrydyczność i systemowość. Badania przeze mnie prowadzone skupiają się na różnych narzędziach kreowania tożsamości językowej, omawiając język figuratywny i literalny, koncentrując się na takich aspektach jak metafory i zapożyczenia. Pełne wykształcenie ekonomiczne i lingwistyczne, uzupełniane o wiedzę oferowaną na kursach internetowych przez światowej renomy uniwersytety i jednostki naukowe pozwala mi na prowadzenie badań, które zostały docenione przez krajowe i zagraniczne rady naukowe wydające czasopisma i książki. Moje publikacje ukazały się w znanych i cenionych wydawnictwach krajowych i zagranicznych, np. czasopisma SGH i ALK (punktowane na liście ministerialnej) oraz wydawnictwa Routledge, SAGE, Springer i IGI Publishing. Będąc autorem licznych haseł encyklopedycznych (pełna lista dostępna w załączniku z wykazem publikacji) współtworzyłam wiele encyklopedii o zasięgu międzynarodowym. Jestem także współautorem publikacji razem z autorami pochodzącymi z Europy, Stanów Zjednoczonych i Australii. Jak wskazałam w części autoreferatu dotyczącej bibliometrii, moje prace są cytowane przez polskich i zagranicznych badaczy.

## **6. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-dydaktycznych**

### **6.1 Opublikowane prace i artykuły naukowe, w tym nagrody naukowe**

Po doktoracie ukazało się 67 moich publikacji z obszaru nauk humanistycznych. Oprócz jednotematycznego cyklu, który wskazałam jako osiągnięcie obejmujące 12 publikacji, realizowane tematy badawcze wraz z reprezentatywnymi dla danej tematyki artykułami wskazałam w punkcie 5 (ogólna charakterystyka dorobku naukowego). Pełen wykaz publikacji dołączony został do wniosku.

### **Bibliometria wszystkich publikacji (dane na dzień 02.03.2017)**

Liczba cytowań według bazy Web of Science (WoS)- 2

Liczba cytowań według bazy Scopus- 20

Liczba cytowań według Publish i Perish- 138 cytowań, h-indeks-6, g-indeks-9

Liczba cytowań według Google Scholar- 130, h-indeks 6

### **Międzynarodowe i krajowe nagrody za działalność naukową albo artystyczną**

Liczne stypendia konferencyjne (np. 2006- 2008 Social Representation, Lab Meetings, University of La Sapienza, Rome, 2011- ESF conference grant, Piran)

2011- stypendium w ramach Projektu „Kształcimy najlepszych- kompleksowy program rozwoju doktorantów, młodych doktorantów i akademickiej kadry dydaktycznej Uniwersytetu Gdańskiego” (stypendium dla najlepszych 10 pracowników i 10 doktorantów UG)

2011- 2012 SISSA (Scuola Internazionale di Studi Avanzati in Trieste), Włochy, stypendium CEI (Marie Curie Actions)

2012- nagroda Rektora (zespołowa stopnia pierwszego za książkę)

2013- stypendium Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego dla najlepszych młodych naukowców

### **6.2 Udział w międzynarodowych i krajowych konferencjach**

Po obronie doktoratu brałam udział w 50 konferencjach i seminariach z obszaru nauk humanistycznych. Wystąpiłam z referatem lub posterem na 45 konferencjach w kraju i za granicą. Moje badania i dotychczasowe osiągnięcia naukowe wielokrotnie zostały doceniane przez międzynarodowe gremia naukowe, które przyznały mi stypendia konferencyjne

umożliwiające uczestnictwo w konferencji lub warsztacie. Otrzymałam 8 razy stypendia konferencyjne, które umożliwiły mi zdobycie wiedzy na temat obszarów realizowanych w opisanych badaniach habilitacyjnych poświęconych tożsamości językowej:

Rzym (20-28.01.2007). University of La Sapienza. 7th International Lab Meeting, Anthropological Approach to Social Representations and Qualitative Methods

Rzym (28.04- 06.05.2007). University of La Sapienza. 8th International Lab Meeting, Experimental Designs in Investigating Social Representations in Action in Media and Society and Influence Processes

Rzym (07-15.07.2007). University of La Sapienza. 8th International Lab Meeting, Structural Approach to Social Representations

Rzym (26.01-3.02.2008). University of La Sapienza. Developing Meta-Theoretical Approach to Social Representations Literature

Rzym (26.04-03.05.2008). University of La Sapienza. Identity and Social Representations: Cultural and Mythical Dimensions. Referat: *Social Representation in the language of economics*

Rzym (24-28. 08.2009). 14<sup>th</sup> International Lab Meeting – Summer Session 2009  
15<sup>th</sup> International Summer School on Social Representations and Communication of the European Ph.D. on Social Representations and Communication, "Cultural and cross-cultural approaches to social representations: The implications of the globalised/localised cultural scenarios". Referat: *Organizational discourse through the prism of social representation. The process of anchoring and objectifying in creating corporate lingo in multicultural companies*

Mediolan, Fondazione Eni Enrico Mattei (22-23.10.2009). Dynamics of Diversity in the Globalisation Era EURODIV 5th Conference. Referat: *Organizational discourse in postmodern companies. The role of language in shaping corporate identity*

Piran (26-28.05.2011). Social Network Data Collection. Referat: *Corporate linguistic identity through the social network analysis: the issues related to organizational linguistic network data collection*

**Pelen wykaz konferencji i warsztatów z obszaru nauk humanistycznych po obronie doktoratu**

1) Rzym (20-28.01.2007). University of La Sapienza. 7th International Lab Meeting, Anthropological Approach to Social Representations and Qualitative Methods

2) Rzym (28.04- 06.05.2007). University of La Sapienza. 8th International Lab Meeting, Experimental Designs in investigating Social Representations in action in Media and Society and influence processes

3) Gdańsk (15- 17.06.2007). University of Gdańsk; University of Wolverhampton, History and Governance Research Institute; Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. Change and Resistance: An International Conference on Social Transformations and Education. Referat: *Company discourse before and after 1989*

4) Gdańsk (21-23.06.2007). Uniwersytet Gdański. La globalisation communicationnelle: enrichissement et menace pour les langues (Języki w dobie globalizacji komunikacyjnej: perspektywy i zagrożenia). Referat: *Języki specjalistyczne wobec współczesnych przemian-czy procesy globalizacyjne wzbogacają czy zubażają język ekonomii*

5) Rzym (07-15.07.2007). University of La Sapienza. 8th International Lab Meeting, Structural Approach to Social Representations

6) Sopot (12-13.07.2007). Uniwersytet Gdański. Parasession on Passive, Reflexive, Impersonal and Related Constructions (organizator)

7) Gdańsk (22-23.09.2007). Uniwersytet Gdański. Kontakty językowe i kulturowe w Europie. Referat: *Hybrydyczność polskiego języka ekonomii*

- 8) Gdańsk (18-20.10.2007). Uniwersytet Gdański. Słowo - z perspektywy językoznawcy i tłumacza. Referat: *Jednostki i modele tłumaczenia w przekładzie tekstów ekonomicznych*
- 9) Elbląg (22.11.2007). Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa. IV Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Oblicza Internetu – Architektura komunikacyjna sieci”. Referat: *Uczestnicy listy dyskusyjnej internetowego serwisu giełdowego parkiet jako przykład struktury sieciowej oraz ich sposób komunikacji* (współautor Rajmund Grajewski)
- 10) Rzym (26.01-3.02.2008). University of La Sapienza. Developing Meta-Theoretical Approach to Social Representations Literature
- 11) Rzym (26.04-03.05.2008). University of La Sapienza. Identity and Social Representations: Cultural and Mythical Dimensions. Referat: *Social Representation in the language of economics*
- 12) Gdańsk (10-15.05.2008) Uniwersytet Gdański. Słowiańskie barwy śmiechu. Referat: *Rola śmiechu w komunikacji międzykulturowej*
- 13) Jurata (20-21.05.2008). Uniwersytet Gdański. Jednostka-społeczeństwo-państwo wobec megatrendów współczesnego świata. Referat: *Polska tożsamość językowa we współczesnym świecie*
- 14) Sopot (05-06.06.2008). Uniwersytet Gdański. Meeting Global Challenges. Referat: *Economic Discourse in the Modern World. A Sociolinguistic Perspective on Globalized Companies*
- 15) Gdańsk (10-12.06.2008). Akademia Marynarki Wojennej. Współczesna kultura wobec wyzwań społeczno-militarnych XXI wieku. Referat: *Rola komunikacji międzykulturowej w kształceniu tłumaczy*
- 16) Jastrzębia Góra (01-05.09.2008). Uniwersytet Gdański. Międzynarodowa Konferencja Naukowa Leksyka w Komunikacji Językowej III SKUTECZNOŚĆ SŁOWA. Referat: *Tendencje globalizacyjne w leksyce ekonomicznej*

- 17) Sopot (24-25.10. 2008). Uniwersytet Gdański. Międzynarodowa Konferencja Naukowa "Wspólnota Europejska po 50-ciu latach funkcjonowania - ocena i perspektywy". Referat: *Lingwistyczny aspekt funkcjonowania Wspólnoty Europejskiej. Język determinantem ekonomicznej sytuacji Unii Europejskiej*
- 18) Gdynia (12-13.11.2008). Uniwersytet Gdański. Centra i peryferia w globalnym i regionalnym systemie stosunków międzynarodowych. Referat: *Językowe determinanty bycia centrum. Socjolingwistyczne uwarunkowania miejsca Polski we współczesnym świecie*
- 19) Elbląg (20.11.2008). Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa. Oblicza Internetu – Opus Universale. Referat: *Internet a tłumaczenie języka ekonomii. Rola portali, czasopism internetowych oraz glosariuszy dostępnych online w przekładzie tekstów bankowych i finansowych*
- 20) Sopot (21.11.2008). Sopotcka Szkoła Wyższa. Przyszłość Unii Europejskiej - aspekty polityczne, ekonomiczne oraz cywilizacyjne" - forum dyskusyjne. Referat: *Przyszłość Unii Europejskiej- aspekty lingwistyczne*
- 21) Gdańsk (02-03.06.2009). Uniwersytet Gdański. IV Konferencja Językoznawcza z cyklu W świecie słów i znaczeń poświęcona pamięci profesora Bogusława Krei. Słowotwórstwo a media. Referat: *Zjawiska słowotwórcze w medialnym dyskursie ekonomicznym*
- 22) Gdańsk (03-05.06.2009). Uniwersytet Gdański. Międzynarodowa konferencja Sprache und Kultur als gemeinsames Erbe im Grenzgebiet. Referat: *Mehrsprachigkeit und Multikulturalität der internen Corporate Kommunikation*
- 23) Wiedeń (23-26.06.2009). IACCM 2009 Doctoral Workshop and IACCM Annual Conference 'Cross Cultural Competence: Knowledge Migration, Communication and Value Change'. Referat: *A Rhetorical Approach to Analysing Turbulent Environments. The Role of Symbolism in Communicating Global Financial Crisis*
- 24) Rzym (24-28. 08.2009). 14<sup>th</sup> International Lab Meeting – Summer Session 2009  
15<sup>th</sup> International Summer School on Social Representations and Communication of the European Ph.D. on Social Representations and Communication, "Cultural and cross-cultural



- approaches to social representations: The implications of the globalised/localised cultural scenarios". Referat: *Organizational discourse through the prism of social representation. The process of anchoring and objectifying in creating corporate lingo in multicultural companies*
- 25) Wiedeń (13.10.2009). Linguistikzirkel (WU Wien). Referat: *Humour and its role in exercising power in executive-employee interactions* (na zaproszenie)
- 26) Gdańsk (16-17.10.2009). Uniwersytet Gdański. Dialog jako Idea. Dialog jako Doświadczenie. Referat: *Rola kultury firmy (transnarodowej) w kształtowaniu komunikacji wewnątrz firmy*
- 27) Mediolan (22-23.10.2009). Fondazione Eni Enrico Mattei. Dynamics of Diversity in the Globalisation Era EURODIV 5th Conference. Referat: *Organizational discourse in postmodern companies. The role of language in shaping corporate identity*
- 28) Sopot (19.05.2010). Uniwersytet Gdański. Stare problemy ekonomii widziane oczami młodych ekonomistów. Referat: *Komunikacyjny wymiar członkostwa Polski w unii walutowej. Euro z perspektywy lingwisty i ekonomisty*
- 29) Sopot (27-28.05.2010). Uniwersytet Gdański. Wyzwania gospodarki globalnej. Referat: *The discursive side of exercising power in global companies*
- 30) Gdańsk-Sopot (3-5.06.2010). Uniwersytet Gdański. Motivation, Self-Regulation and Gender. Referat: *Cultural differences in motivation and their role in shaping corporate linguistic identity*
- 31) Sopot (19.10.2010). Uniwersytet Gdański. Behawioralne Determinanty Rozwoju Przedsiębiorczości. Referat: *Rola tożsamości organizacyjnej w kreowaniu komunikacyjnych zachowań korporacyjnych. Typ kultury organizacyjnej a dialogowość pracowników*
- 32) Gdańsk (26.10.2010). Uniwersytet Gdański. (Nie)miłe życia drobiazgi. Okruchy, odpady, ochłapy. Referat: *Okruchy, odpady i ochłapy w języku ekonomii*
- 33) Gdańsk (21.01.2011). Uniwersytet Gdański. Konfrontacje w języku i literaturze. Referat: *Polifoniczność języka biznesu- sesja plenarna*

- 34) Gdańsk (13.04.2011). Uniwersytet Gdański. Bestiarium. Referat: *Kot w dyskursie ekonomicznym*
- 35) Gdańsk (19-20.05.2011). Uniwersytet Gdański. Zwierzęta w magii i religii na przestrzeni wieków. Referat: *Magiczna symbolika zwierząt w dyskursie ekonomicznym*- wykład otwierający konferencję
- 36) Piran (26-28.05.2011). Social Network Data Collection. Referat: *Corporate linguistic identity through the social network analysis: the issues related to organizational linguistic network data collection*
- 37) Wiedeń (24-26.06.2011). Interkulturelle Kommunikation and Interkulturelles Lernen. Referat: *Symbolism as a strategy of effective management communication*
- 38) Wiedeń (12-16.09.2011). European Conference on Complex Systems. Referat: *The communicative aspect of modern policy modelling. The role of metaphors in bridging the gap between the world of figures and the world of feelings*
- 39) Cividale del Friuli (17-19.11.2011). Names, Places, Identities. Toponymy and Linguistics Policies. Referat: *Company linguistic identity through the prism of toponymy. Names, Places, Identities*. Zaproszenie od Società Filologica Friuliana.
- 40) Trieste (28-30.06.2012). Borderscapes, Università degli studi di Trieste. Referat: *Corporate borderscapes. Language as an organizational boundary marker*
- 41) Warszawa (11-14.07.2012). Akademia Leona Koźmińskiego, ISBEE World Congress. Referat: *Food risk management. The ethical dimension of communicating dangers related to foodborne diseases*
- 42) Sopot (25.10.2012). Europejska Szkoła Wyższa w Sopocie, Szanse i bariery rozwoju turystyki krajowej oraz międzynarodowej. Referat: *Lingwistyczne wymiary turystyki*
- 43) Gdańsk (14-15.10.2013). Uniwersytet Gdański, Słowo z perspektywy językoznawcy i tłumacza. Referat: *Metafory ekonomiczne w tłumaczeniu terminologii biznesowej na język polski*

- 44) Gdańsk (29.10.2013). WSB, Wymiary logistyki. Referat: *Lingwistyczna tożsamość portów lotniczych*
- 45) Gdańsk (1.04.2014). Uniwersytet Gdański, Bestiarium. Akwarium. Referat: *Odstraszacz rekinów, gruba ryba i płotki, czyli wodny świat biznesu*
- 46) Gdańsk (31.03.2015). Uniwersytet Gdański, Wilki, Psiaki, Wilkołaki. Referat: *Wilki, lisy i psy, czyli język współczesnej ekonomii*
- 47) Gdańsk (17.04.2015). WSB, Wyzwania współczesnej pedagogiki. Referat: *Jak "rozegrać zajęcia", czyli o roli gamifikacji w dydaktyce akademickiej*
- 48) Gdańsk (28-29.04.2016). Uniwersytet Gdański, W trosce o jakość w ilości – edukacja akademicka w procesie zmian. Referat: *Innowacje technologiczne i dydaktyczne na studiach humanistycznych*
- 49) Gdańsk (19-20.05.2016). Uniwersytet Gdański, Mowa – człowiek – świat: perswazja językowa w różnych dyskursach. Referat: *Perswazja językowa w dyskursie ekonomicznym*
- 50) Gdańsk (22-23.09.2016). Uniwersytet Gdański, Potrzeby współczesnej dydaktyki akademickiej i dydaktyki przekładu. Referat: *Dydaktyka przekładu ekonomicznego*

### **6.3 Pełnienie funkcji członka kolegów redakcyjnych oraz recenzenta w międzynarodowych czasopismach naukowych**

Posiadam wieloletnie doświadczenie związane z redagowaniem oraz recenzowaniem publikacji naukowych. W latach 2012-2015 pełniłam funkcję *Associate Editor* w czasopiśmie *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Od wielu lat jestem członkiem rady naukowej (editorial board) czasopism *International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation (IJANTTI)* i *International Journal of Human Rights and Constitutional Studies (IHRCS)*. Recenzowałam także jako *ad-hoc reviewer* w następujących czasopismach naukowych o uznanej pozycji międzynarodowej: *Journal of Organizational*

*Change Management* (Prof. Sławomir Magala), *European Journal of International Management* (special issue on CSR), *Cross Cultural Management* (Prof. Tsoukatos), *Odisea*, *Revista de Estudios Ingleses* (Prof. Elena Jaime de Pablos), *Iberica* (dr Ana Bocanegra Vale), *Intercultural Pragmatics* i SAGE Open. Byłam recenzentem specjalnego wydania czasopisma *Journal of Organizational Change Management* "Sustainability and Organisational Change" (red. S. Magala, P. Hind i C. Millar).

Byłam także członkiem rady naukowej następujących monografii: "Cultural and Technological Influences on Global Business", red. B. Christiansen, "Maximizing Healthcare Delivery and Management through Technology Integration", red. T. Iyamu i A. Tatnall oraz "Handbook of Research on Neuroeconomics and the Decision-Making Process" red. B. Christiansen i E. Lechman. Recenzowałam także dla takich wydawnictw jak Emerald, Routledge oraz IGI.

#### **6.4. Udział w projektach krajowych i międzynarodowych**

Brałam udział w kilku projektach krajowych i międzynarodowych, zarówno jako kierownik jak i członek zespołu. Poniżej przedstawiam najważniejsze z nich:

##### Kierownik projektu:

2008- BW 4800-5-0160-8 The language of economics and its characteristics. The role of translator in the process of business communication and organizational discourse

2009- BW F600-5-0130-9 Linguistic aspects of organizational discourse

2010- F600-5-0475-0 Linguistic dimension of organizational culture

2011-2012 The role of metaphors in creating corporate linguistic identity. Cognitive and neurolinguistic perspectives (projekt otrzymał grant CERES Marie Curie Actions na realizację projektu w SISSA (Triest, Włochy)

2011-2012- grant uniwersytecki na badania poświęcone regionalnym tożsamościom językowym

### Udział w projekcie:

2009- 2011 Catching the Future (członek zespołu z ramienia Uniwersytetu Gdańskiego)

2014 "The University of Tomorrow: internationalization of the educational process at the University of Gdansk via cooperation with the University of Houston-Downtown"

## **7. Działalność ekspercka**

Moje kwalifikacje, osiągnięcia naukowe oraz znajomość kilku języków obcych zostały docenione przez naukowe instytucje o wymiarze krajowym i międzynarodowym. Pełniłam funkcję eksperta i recenzenta dla następujących organizacji krajowych i międzynarodowych: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (Bruksela), European Science Foundation (Bruksela), Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju oraz Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji.

## **8. Działalność organizacyjna**

Posiadam doświadczenie w organizacji konferencji naukowych. Organizowałam z pracownikami Instytutu Anglistyki konferencję Parasession on Passive, Reflexive, Impersonal and Related Constructions (12.07-13.07. 2007).

Byłam członkiem komitetu naukowego Spanish Cognitive Linguistics Association International Conference (8th Biennial AELCO Conference, 17-19.10. 2012, University of Almeria, Spain). Obecnie jestem członkiem komitetu organizacyjnego konferencji PASE 2017, która odbędzie się w Gdańsku w 2017 roku.

## **9. Działalność dydaktyczna**

Od 2009 roku jestem opiekunem praktyk translatorycznych w Instytucie Anglistyki. Do moich zadań należy pomoc studentom w znalezieniu praktyk zawodowych, nawiązanie kontaktów z instytucjami i firmami mogącymi przyjąć studentów na praktykę, zarządzanie

niezbędną dokumentacją oraz rozliczenie praktyk. Od października 2016 jestem opiekunem roku studentów I roku studiów drugiego stopnia na translatoryce.

Od ponad dziesięciu lat jestem nauczycielem akademickim. Posiadam doświadczenie w nauczaniu na studiach I i II stopnia oraz na studiach podyplomowych.

Poniżej podaję przykłady zajęć prowadzonych w okresie 2007-2015:

- Miejsce prowadzonych zajęć: Instytut Anglistyki (Wydział Filologiczny UG) oraz Instytut Handlu Zagranicznego (Wydział Ekonomiczny UG)
- Prowadzone przedmioty: Komunikacja Międzykulturowa i Protokół Dyplomatyczny, Kulturowe Konteksty Przekładu, Metodologie Analizy Tekstu (KAD), Marketing w języku angielskim, Terminologia Biznesu, tłumaczenia ekonomiczne, seminarium dyplomowe, magisterskie i seminarium na studiach podyplomowych.

W roku akademickim 2015/2016 prowadziłam następujące kursy:

- Seminarium dyplomowe
- Seminarium magisterskie
- Metodologie Analizy Tekstu
- Języki specjalistyczne
- Proseminarium
- Blok translatoryczny

Zajęcia prowadzę zarówno w sali wykładowej, jak i w specjalistycznym laboratorium do tłumaczeń. W pracy dydaktycznej wykorzystuję platformę Moodle oraz nowoczesne metody przekazywania wiedzy, oparte na nowych technologiach. Od 2008 roku byłam promotorem wielu prac licencjackich, magisterskich oraz dyplomowych. Posiadam także doświadczenie w recenzowaniu prac licencjackich i magisterskich.

## **10. Działalność popularyzatorska**

W ramach działalności popularyzatorskiej opublikowałam artykuł *Informacyjny aspekt innowacyjności współczesnych organizacji. Rola komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w kreowaniu nowatorskich firm* na portalu *Innopomorze*. W 2013 roku udzieliłam wywiadu

stacji BBC na temat języka biznesu. Założyłam i prowadziłam stronę Katedry Translatoryki [www.translatoryka.fil.ug.gda.pl](http://www.translatoryka.fil.ug.gda.pl)

Moje publikacje są nie tylko cytowane przez naukowców, lecz także przez specjalistów publikujących materiały popularyzatorskie w Internecie. Przykładem mogą być cytowania moich artykułów i haseł encyklopedycznych w następujących publikacjach o charakterze popularyzatorskim. Szczegółowe informacje o cytowaniach podałam w bibliometrii.

- informacja konferencyjna stowarzyszenia The World Education Research Association (WERA), cytowany artykuł: Bielenia-Grajewska, M. (2015). „Neuroscience and Learning”, w: R. Gunstone (red.), *Encyclopedia of Science Education*, Springer Netherlands, 1-7.
- hasło *Golden Parachute* w internetowej Encyklopedii Zarządzania, cytowany artykuł: Bielenia-Grajewska, M. (2014). „Mobbing, niebieskie kołnierzyki i gorące biurka. Zapożyczenia i metafory w zarządzaniu zasobami ludzkimi”, *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*, (1 (31)), 11-26.
- Forum tłumaczy proz.com, cytowany artykuł: Bielenia-Grajewska, M. (2009). „The role of metaphors in the language of investment banking”, *Iberica* (17), 139-156.
- Hasło *linguistic imbalance* w Wikipedii, cytowany artykuł: Bielenia-Grajewska, M. (2014). "Linguicism," w: L. H. Cousins (red.), *Encyclopedia of Human Services and Diversity*, SAGE Publications, 799-801.
- Projekt “The village for the young and elderly” ([http://projekter.aau.dk/projekter/files/223086317/Durup\\_the\\_Village\\_for\\_the\\_Young\\_and\\_Elderly.pdf](http://projekter.aau.dk/projekter/files/223086317/Durup_the_Village_for_the_Young_and_Elderly.pdf)), cytowany artykuł: Bielenia-Grajewska, M. (2012). ”Branding”, w: *Encyclopedia of New Venture Management*, SAGE Publications, 30-32.

## 11. Współpraca międzynarodowa

- Zaproszenie do przeprowadzenia wykładu (Linguistikzirkel) dla pracowników Institute for Business English Communication w Vienna University of Economics and Business (październik 2009)
- Podjęcie współpracy z Uniwersytetem w Almerii w ramach programu Socrates Erasmus
- Uczestnictwo w realizacji międzynarodowych projektów (np. CERES w Trieście)

- Współpraca z naukowcami zagranicznymi, która zaowocowała wspólnymi publikacjami (Prof. Elias Carayannis, Prof. George Scarlett, Prof. Richard Gunstone i dr David Campbell)  
Przykłady: Bielenia-Grajewska, Magdalena, Carayannis, Elias i Campbell, David. *Linguistic dimension of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship*. W: E. Carayannis (red). *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, Springer, 2013, ss. 1206-1215. Wraz z Prof. Carayannisem i dr Campbellem podjęliśmy temat językowego wymiaru kreatywności, innowacji, innowacji i przedsiębiorczości. Springer zgłosił się do nas z zaproszeniem do napisania rozdziału do kolejnego wydania encyklopedii.
- Monografia (z dr Cortes de Los Rios z University of Almeria) *Innovative Perspectives of Tourism Discourse*, która zostanie wydana w 2017.

### **Bibliografia:**

Ager, D.E. (1997). *Language, community and the state: linguistic development in European Nations*. Bristol: Intellect Books.

Bielenia-Grajewska, M. (2009a). "The role of metaphors in the language of investment banking". *Iberica*, 17, ss. 139-155.

Bielenia-Grajewska, M. (2009b). „Metaforyczność nazw bankowości inwestycyjnej, czyli świat byków, niedźwiedzi, rycerzy i odstraszaczy rekinów”, w: K. Jarosińska-Buriak (red.), *Języki metafory. Literatura–teoria–język–przekład*. Elbląg: Wydawnictwo PWSZ, ss. 259-268.

Bielenia-Grajewska, M. (2014). „Social Network Analysis and Company Linguistic Identity”. W: R. Alhajj i J. Rokne (red). *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*. Springer, ss. 1827-1830.

Casula, C.C. (2004). *Giardinieri, principesse, porcospini. Metafore per l'evoluzione personale e professionale*. Milano: Franco Angeli.

Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.



Madhavaram, S. i McDonald, R. E. (2010). "Knowledge-based sales management strategy and the grafting metaphor: Implications for theory and practice", *Industrial Marketing Management*, No. 39, ss. 1078–1087.

Miodek, J., Maziarz, M., Piekot, T., Poprawa, M. i Zarzeczny, G. (2010). *Jak pisać o funduszach europejskich*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

Mladenov, I. (2006). *Conceptualizing Metaphors. On Charles Peirce's marginalia*. Abingdon: Routledge.

Parkin, M. (2010). *Tales for coaching: using stories and metaphors with individuals and small groups*. New Delhi: Kogan Page Publishers.

Philips, Ch., Doole, I. i Lowe, R. (2006). *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation*. Londyn: Cengage Learning EMEA.

Winsor, R. D. (1995). "Marketing Under Conditions Percolation Metaphors and Models", *Journal of Business Research*, No. 34, ss. 181-189.



dr Magdalena Bielenia-Grajewska