

Prof. zw. dr hab. Ewa Nowińska

Uniwersytet Jagielloński

## RECENZJA

**dorobku naukowego i dydaktycznego przygotowana na potrzeby postępowania o nadanie tytułu doktora habilitowanego nauk prawnych dr Piotra Filipa Piesiewicza**

W związku z powołaniem mnie decyzją Rady Naukowej Instytutu Prawa SWPS Uniwersytetu Humanistycznego, do komisji habilitacyjnej jako recenzenta w postępowaniu habilitacyjnym, przedstawiam recenzję dorobku naukowego, działalności dydaktycznej i popularyzatorskiej dr Piotra Filipa Piesiewicza, pracownika naukowego Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej.

Podstawą prawną oceny osiągnięć naukowych Kandydata ubiegającego się o stopień doktora habilitowanego jest art. 221 ust. 8 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j.: Dz.U. z 2021 poz. 478), a w zakresie kryteriów branych pod uwagę przy tej ocenie – art. 219 ust. 1 pkt 2 wspomnianej ustawy.

Recenzja będzie się składać z następujących punktów: sylwetki naukowej habilitanta, oceny osiągnięć naukowych, oceny pozostałego dorobku naukowego, oceny działalności dydaktycznej i popularyzatorskiej oraz wniosków końcowych.

### **1. Sylwetka naukowa dra Piotra Filipa Piesiewicza**

Dr Piotr F. Piesiewicz jest zatrudniony na stanowisku adiunkta w SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny - aktualnie na Wydziale Prawa.

Stopień doktora uzyskał na Uczelni Łazarskiego – będąc tam zatrudniony - broniąc w 2007 r. rozprawę pt „*Ochrona praw twórcy utworu muzycznego*”, przygotowaną pod kierunkiem naukowym Profesora J.Sobczaka. Rozprawa została opublikowana w monografii pt „*Utwór muzyczny i jego twórca*”.

Uzupełnia dotąd zdobytą wiedzę uczestnicząc w aplikacji sędziowskiej; po jej pozytywnym zakończeniu został wpisany na listę adwokatów Izby Adwokackiej w Warszawie.

## **2. Ocena monografii jako głównego osiągnięcia naukowo-badawczego**

Jako osiągnięcie naukowe, wskazane w art. 219 ust. 1 pkt 2 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym, Habilitant przedstawił monografię zatytułowaną „*Prawne i etyczne aspekty reklamy adwokackiej*”.

Podjęta przez Habilitanta tematyka dotyczy jednego z ważkich zagadnień o charakterze w gruncie rzeczy rynkowym, a mianowicie w jaki sposób mają zaistnieć w świadomości społecznej osoby wykonujące szczególny zawód, zawód zaufania publicznego. Przedstawiciele takich profesji – tu: adwokaci – tradycyjnie mają wielce ograniczone możliwości rozpowszechniania odpowiednich komunikatów, które pozwolą na przekazanie opinii publicznej informacji o swoich umiejętnościach, mających zasadniczo treść promocyjną. Nie chodzi zatem o proste wskazanie specjalizacji lecz o (zachęcające) zindywidualizowanie własnej osoby, co może mieć szczególne znaczenie w sytuacji znaczącego wypełnienia rynku w szczególności przez osoby o – niekiedy – słabym przygotowaniu merytorycznym. W szczególności bowiem od czasu, kiedy zawód ten został „zwolniony”, rynek takich usług jest wielce konkurencyjny i zróżnicowany co do poziomu. Wydaje się zatem, że podjęta w pracy problematyka ma nie tylko znaczenie gospodarcze, ale i uwagi tu zamieszczone mogą kształtować postawy osób, zawód adwokata wykonujących.

Niewątpliwie, istotne znaczenie dla podjętej w monografii tematyki – co zresztą odnosi się i do innych profesji, cieszących się zaufaniem publicznym – mają tu zasady zawarte w Kodeksie etycznym. Jeśli prześledzić wypowiedzi doktryny w tym temacie, to okoliczność ta jest szczególnie podkreślana jako podstawowy atrybut, charakterystyczny dla takich zawodów. Nie oznacza to, że brak jest odpowiednich regulacji prawa stanowionego, w tym dotyczących reklamy.

Habilitant uwagi zawarte w monografii ogranicza do zawodu adwokata, choć aktualnie odpowiednie czynności mogą wykonywać i radcowie prawni. Uzasadnieniem jest tu okoliczność, iż zgodnie z zaleceniami unijnymi, regulacje w omawianym zakresie powinny uwzględniać szczególny charakter danego zawodu.

Generalnie Autor dążył do odpowiedzi na pytanie, czy zasady etyki adwokackiej, dotyczące reklamy, są zgodne z obowiązującymi przepisami, a zasadniczo, na ile normy etyczne wyznaczają kształt odpowiednich regulacji prawnych.

Mając na uwadze powyższy cel, Habilitant podejmuje rozważania o charakterze historycznym, sięgając przede wszystkim do okresu po drugiej wojnie światowej, choć z wykorzystaniem dorobku wcześniejszego.

Niejako podsumowaniem jest konstatacja, iż ujęty w zasadach etycznych zawodu zakaz reklamy – nie uwzględnia rozwiązań zawartych w prawie stanowionym (choć można z tym założeniem dyskutować), jak również nie odpowiada potrzebom zmieniającej się rzeczywistości, w tym technologicznych zmian w zakresie komunikowania masowego, rozumienia pojęcia reklamy, zasad informowania o zakresie świadczonych usług.

Kwestią rozważaną jest także problem wpływu prawa unijnego na zasady etyczne zawodu, w szczególności z podstawową wątpliwością, czy w ogóle taki wpływ powinien być w tak szczególnym zakresie - uwzględniany.

Praca została podzielona na dziewięć Rozdziałów; w pierwszym z nich Autor omawia problematykę: moralność a etyka, w tym etyka zawodowa. Z oczywistych względów Autor sięga do rozważań tak filozoficznych, jak i socjologicznych.

Rozdział drugi przybliżył miejsce norm deontologicznych w systemie prawa, kierując się odpowiednio wybranymi poglądami doktryny i judykatury. W tym miejscu nie znajdujemy odniesień do regulacji unijnych, co jest oczywiście zasadne, bowiem wyłącznie wówczas, gdy zostanie ustalone, że zasady etyki zawodowej mieszczą się w systemie prawa krajowego, można rozważyć ich powiązanie z regulacjami unijnymi.

Kolejny, trzeci Rozdział, zawiera uwagi koncentrujące się wokół szczegółowej analizy zasad etyki zawodowej adwokatów, począwszy od zdefiniowania tego pojęcia, kolejno przybliżając funkcje, jakie zasady te pełnią.

Tu także przechodzi do wskazania związków zachodzących pomiędzy zasadami etycznymi a prawem stanowionym w tym przede wszystkim z Konstytucją, jak również z innymi regulacjami.

W końcu tej części opracowania przybliży kwestię oceny norm etycznych adwokatów z perspektywy prawa unijnego, a mianowicie odpowiednich dyrektyw odnoszącego się do tego zawodu, w szczególności w kontekście swobody przepływu usług. W tym zakresie sięga także po orzecznictwo TSUE i wynikających stąd zasad ocennych.

Co istotne, samorząd adwokacki, elementem działania którego jest kształtowanie zasad etycznych, nie ma obowiązku stosowania się do prawa unijnego co nie oznacza, że nie ma tu żadnego przenikania się rozwiązań.

Podsumowując tę część uwag konstatuje, i trudno z tym się nie zgodzić, że w interesie samorządów leży to, aby normy etyczne nie pozostawały w sprzeczności z prawem stanowionym tak krajowym, jak i unijnym. Co istotne podkreśla, że powyższe stanowisko jest aktualne dopóki obowiązują zasady państwa prawa.

Kolejno przechodzi do ustalenia znaczenia terminu reklama, co jest konieczne dla udzielenia odpowiedzi na postawiony wstępnie problem badawczy, co oczywiście nie jest proste zważywszy, że jego interpretacją zajmują się różnego rodzaju nauki: od socjologii przez psychologię po prawo. Rozważania takie stanowią także przedmiot zainteresowania filozofii a zapewne i innych gałęzi nauki.

Niewątpliwie, jest to podstawowe pojęcie z zakresu marketingu, a ze względu na jego znaczenie rynkowe także przepisy prawa starają się je przybliżyć, choć na potrzeby konkretnych rozwiązań. W konsekwencji, nie znajdujemy jednej, legalnej definicji reklamy. Nie ułatwia ustalenia, co oznacza „reklama” w zawodzie adwokata także i to, że pewne znaczenie promocyjne i prawne „informacja handlowa”, które to pojęcie funkcjonuje w omawianych systemach prawnych, jest także znane nauce marketingu. Jest także elementem adwokackich zasad etycznych.

W ramach działań rynkowych obserwujemy cały szereg dalszych komunikatów, mających na celu zbudowanie/umocnienie pozycji przedsiębiorców. Konieczne jest zatem ustalenie wzajemnych relacji pomiędzy pojęciami tak, aby zasadnie wskazać, na czym polega reklama w znaczeniu stanowiącym przedmiot rozprawy, co Autor następnie czyni, kierując się założeniami właściwymi dla marketingu. Jak się wydaje, uwagi są tu nieco za bardzo rozbudowane, choć oczywiście dla czytelnika /prawnika wnoszące szereg wiadomości, przy

Rozdział VI traktuje o reklamie adwokackiej w kontekście omówionego wcześniej pojęcia informacji handlowej w rozumieniu marketingowym. W tym Rozdziale analiza zostaje dokonana w oparciu o unijne przepisy, zawarte w odpowiednich dyrektywach, a przede wszystkim w dyrektywie nr 2000/31 oraz nr 2006/123. Akty te, mające zastosowanie szerokie, bowiem obejmują zawody regulowane, zostały poddane analizie pod kątem ustalenia, czy reklama adwokacka może być traktowana jako informacja handlowa oraz, czy zawód adwokata w rozumieniu obu dyrektyw, może zostać zaliczony do zawodu regulowanego, gdyż oba pojęcia ściśle są tu ze sobą połączone. Oczywiście, w obszernych, szczegółowych

Powyżej wskazana problematyka stanowi przedmiot rozważań zawartych w Rozdziale V. Ważną uwagę zwraca Habilitant na wstępnie wskazując, że korzystanie przez adwokatów z reklamy od początku kształtowania się zasad etyki zawodowej budziło kontrowersje i spory, co zresztą i do dzisiaj daje się zauważyć. Historyczny przegląd stanowisk jest ciekawą i pouczającą częścią monografii.

W Podsumowaniu tej części Autor konstatuje, że analiza przede wszystkim pojęcia reklamy, tak marketingowa, jak i ujęta w przepisach, nie pozwala na precyzyjne ustalenie, jak korporacja adwokacka postępuje, bądź powinna postępować reklamę, generalnie kodeksem zakazaną. W tym celu wskazuje na konieczność dokonania dodatkowej analizy historycznej, prowadzącej do wyodrębnienia działań, które na przestrzeni dziejów doświadczeni adwokaci uważali za reklamę.

Niewątpliwie dla podjętej tematyki badawczej kolejna część opracowania jest istotna, bowiem Habilitant przybliżył „reklamę” i „informację handlową” w systemie prawa. Ze względu na wielość przepisów deficyjnych, zawartych w różnych aktach prawnych, szereg wypowiedzi doktryny oraz przywołane w tym zakresie orzecznictwo i te uwagi są dość rozbudowane. Na marginesie, komentarze wskazane przez Autora mają dalsze uzupełnienia, niekiedy modyfikujące wcześniejsze stanowiska Autorów.

czym na tym etapie wag nie dowiadujemy się, jakie znaczenie uwagi te mają dla „reklam”, o której w pracy jest mowa, choć oczywiście można przyjąć zasadniczo Autora dla podjęcia tematyki marketingowej, a mianowicie – jak rozumiem - że skutek reklamowy ma szereg różnorodnych akcji rynkowych, określanych różnymi terminami!

rozważaniach nie została pominięta dyrektywa nr 2018/958, dotycząca zasady proporcjonalności w zakresie, w jakim może zostać odniesiona do zawodów regulowanych.

Jak zwykle, Rozdział ten kończy Podsumowanie, w którym Autor podkreśla trudności, jakie czekają polską advokaturę w rozwiązywaniu problemu zderzenia rozwiązań unijnych dot. dozwolonej informacji handlowej z zasadami etyki zawodowej. Uważam, że w szczególności rozwiązać należy kwestię zderzenia zakazu reklamy i pozyskiwania klientów w sposób sprzeczny z godnością zawodu - z unijnym dozwoleń rozpow szechniania informacji handlowych, w szczególności mając na uwadze, że reklama zasadniczo różni się od informacji handlowej, a zatem jeśli nie naruszałaby godności zawodu, to zasadniczo nie ma przeszkód jej prowadzenia, choć oczywiście z ograniczeniami. Zresztą do takiego wniosku dochodzi i Autor, w dalszej części opracowania.

W Rozdziale VII przechodzi do przybliżenia reklamy adwokackiej w przepisach wybranych państw europejskich, co niewątpliwie pozwoli na utrzymanie pewnego dystansu do rozwiązań krajowych, jak również pozwoli prześledzić sposób koegzystencji unijnych regulacji z regułami rządzącymi tym szczególnym zawodem.

Kluczowy dla postawionego problemu badawczego jest Rozdział VIII, w którym Habilitant omawia obowiązujące zasady etyczne i prawne dotyczące reklamy adwokackiej, oczywiście uwzględniając kwestię informacji handlowej. Wnioski płynące z przeprowadzonej analizy i projektowanych rozwiązań prowadzą Autora do wniosku, że w zakresie informacji handlowej obowiązujące zasady nie są zgodne z rozwiązaniami unijnymi. Uwaga ta dotyczy także projektowanych zmian w omawianym zakresie.

Przeprowadzone badania i analizy prowadzą Habilitanta do zaproponowania rozwiązań o charakterze *de lege ferenda*. Podkreśla rzecz istotną, a mianowicie, że problem reklamy adwokackiej w rozumieniu przedstawicieli zawodu, wiąże się ze sposobem podawania przez nich różnego rodzaju i za pomocą różnych instrumentów komunikacyjnych wiadomości o prowadzonej działalności. Oczywiście, z założenia takie komunikaty muszą być zgodne z godnością wykonywania zawodu, uwzględniając tak interes publiczny, jak i indywidualny interes klientów. Uważa przy tym, że termin „reklama” rozumiany jest tu inaczej, aniżeli ma to miejsce w nauce marketingu, zbliżając się do działań związanych z *public relations*.

Autor stawia następujący postulat: pojęcie reklamy adwokackiej powinno obejmować jakąkolwiek komunikację, mającą na celu bezpośrednią lub pośrednią promocję usług lub wizerunku adwokata niezależnie od tego, w jakiej formie wyrazu lub za pośrednictwem jakich środków taka komunikacja jest realizowana. Wydaje się, że stanowisko to jest zasadniczo słuszne, choć ze względu na ogólnikowość uwagi – prowadzi do dalszych, możliwych interpretacji.

Problemem istotnym jest także uwzględnienie w krajowych rozwiązaniach informacji handlowych, bowiem w tym zakresie pozostajemy w pewnej opozycji do regulacji unijnych. Nie ma tu przeszkód w odpowiedniej implementacji, z uwzględnieniem specyfiki zawodu.

Oczywiście, kłamrą spinającą odpowiednie rozwiązania – jest godność zawodu adwokata.

Reasumując, recenzowaną monografię wskazaną przez Habilitanta jako osiągnięcie naukowe będące podstawą ubiegania się o nadanie stopnia doktora habilitowanego, oceniam jako wartościowe opracowanie naukowe. Recenzowane opracowanie nie tylko porządkuje i systematyzuje dotychczasową wiedzę na temat istotny tak dla przedstawicieli tego szczególnego zawodu, jak i dla osób zainteresowanych takimi usługami. Oczywisty jest tu także interes publiczny we właściwym ukształtowaniu zasad uczestniczenia adwokatów na aktualnie wielce konkurencyjnym rynku.

Aktualną wiedzę dotyczącą omawianej problematyki poszerza i wzbogaca o autorskie koncepcje i rozwiązania dotyczące narastających problemów, związanych uczestniczeniem adwokatów w tym szczególnym rynku usług.

#### **Ocena pozostałych osiągnięć naukowych Habilitanta**

Na dorobek publikacyjny Habilitanta składają się m.in. publikacje zamieszczone w takich recenzowanych i punktowanych czasopismach, jak: *Palestra*, *Studia Prawnicze*, *Zeszyty naukowe UJ seria PPWI*, *Zeszyty Naukowe KUL*, czy *IUS NOVUM*. Publikował również w czasopismach zagranicznych, jak: *The Law Teacher*, czy *Globalization and Health*.

Elementem dorobku są także rozdziały zawarte w monografiach naukowych (w tym zagranicznych – w druku) oraz 28 artykułów.

## Zainteresowania naukowe i przykładowe publikacje

Jednym z istotnych nurtów zainteresowań naukowych Habilitanta było prawo autorskie, w obu jego aspektach: majątkowym i osobistym. Tu przykładową publikacją jest artykuł pt *Problematyka autorskich roszczeń majątkowych o zaniechanie oraz o usunięcie skutków naruszeń w przypadku naruszenia praw do utworu architektonicznego* (Palestra 2015 r.), czy kolejne opracowanie pt *Godziwa rekompensata i jej dochodzenie w odniesieniu do dzieł osieroconych (art.3(8) ust.5 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych)* (ZN UJ seria PPWI 2018 r.).

Problematykę związaną z obrotem prawami autorskimi do utworów muzycznych porusza w publikacji pt *Podstawowe rodzaje muzycznych utworów publishingowych (muzycznych utworów wydawniczych)*. Z kolei problematykę z pogranicza praw autorskich majątkowych i osobistych przedstawia w tekście pt *Charakter prawny i zakres zezwolenia na rozporządzanie i korzystanie z opracowania utworu* (Palestra 2018 r.).

Ponownie wraca do problematyki utworów architektonicznych w artykule pt *Dopuszczalność zmian w utworze architektonicznym w świetle ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych* (Studia Prawnoustrojowe 2018 r.). Rozważania tu zawarte wnoszą nowe spojrzenie na istotne problemy prawne i praktyczne, związane z opracowaniami architektonicznymi.

Kolejną, aktualną problematykę prawną podejmuje w publikacji zatytułowanej *Audiodeskrypcja jako forma realizacji przez producenta utworu audiowizualnego prawa do udziału w życiu kulturalnym przez osoby z dysfunkcją wzroku* (Europejski Przegląd Sądowy 2018 r.).

Nie stroni także od prawnokarnych kwestii w zakresie praw autorskich, w tym m.in. publikuje artykuł pt. *Przestępstwo naruszenia autorskich praw osobistych z art.115 ust.3 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych w świetle zasady określoności* (Studia Prawa Publicznego 2018 r.).

Warto podkreślić, że poruszane przez Autora kwestie prawne były w literaturze nieomówione w sposób wyjaśniający nasuwające się przede wszystkim w praktyce – kwestie wątpliwe.

Zagadnienia mediacji w zakresie przepisów o zbiorowym zarządzaniu zawiera w *Mediation in intellectual property law disputes. Problems of implementations of directive 2014/25/EU* (Quaderni di Conziliazione 2020 r.)



Jest także autorem szeregu glos do orzeczeń Sądu Najwyższego, także obejmujących problematykę prawnautorską.

Kolejnym polem zainteresowania naukowego Habilitanta jest problematyka związana z prawem reklamy, które to zainteresowania podyktowały tematykę omawianej tu monografii. Przedmiotem badań była w tym zakresie reklama prowadzona przez podmioty lecznicze oraz lekarzy, co – jak wiadomo – jest ściśle prawnie reglamentowane. Efektem były publikacje: pt *Zmiany w zakresie regulacji podawania do publicznej wiadomości informacji o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych* (w: *Zdrowie: problem medyczny, prawny, polityczny*, red. T.Gardocka, 2012 r.) oraz *Problematyka zakazu reklamowania się podmiotów leczniczych oraz lekarzy w świetle Kodeksu etyki lekarskiej, prawa krajowego oraz prawa unijnego* (ZN UJ seria PWI, 2019 r.).

Z kolei do kwestii audiowizualnych przekazów medialnych, kreowanych przez influencerów nawiązuje w artykule pt *Wideobloger jako podmiot dostarczający audiowizualną usługę na żądanie a problem nieoznaczonych przekazów handlowych (reklama, sponsorowanie, lokowanie produktu)* (w: *Między Kleo a Themis. Księga dedykowana Profesorowi Jackowi Sobczakowi*, 2016 r.). Temat ten nadal jest prawnie niedostatecznie omówiony, Habilitant w powyższej publikacji poruszył zatem kwestię dla rynku istotną.

Obserwując zjawiska społeczne z punktu widzenia regulacji prawnych, podjął dr P.F.Piesiewicz problematykę związaną z naruszeniem dóbr osobistych z wykorzystaniem nowych technologii, z uwzględnieniem jakże istotnej problematyki właściwości miejscowej sądów - w tekście pt *Zarys problematyki odpowiedzialności cywilnej za naruszenie dóbr osobistych w postaci wpisów umieszczanych na forach internetowych* (PIP 2019 r.). Powyższe zagadnienia znalazły kontynuację w artykule pt *Problematyka naruszenia dóbr osobistych w postaci czci a udostępnienie treści pochodzących od osób trzecich za pośrednictwem hiperlinków* (St.Pr. 2018 r.).

Także poruszając się w obrębie praw na dobrach niematerialnych, przybliży kwestię praw do „wirtualnych rzeczy” w kolejnych opracowaniach, w tym m.in. w artykule pt *The Real or Virtual World – Legal Norms in Virtual Worlds* (Norm and Truth, 2008 r.).

Teoretyczną problematykę związaną z powyższą dziedziną prawa podejmuje Autor w publikacji zatytułowanej *Prawo własności intelektualnej jako prawo człowieka* (w: *Dylematy praw człowieka*, 2009 r.).

Jakże aktualną tematykę podjął P.F.Piesiewicz w opracowaniu zatytułowanym *„Pojęcie uchodźcy w rozumieniu ustawy z dnia 13 lipca 2003 r. o udzielaniu cudzoziemcom ochrony na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i jego wykładnia w orzecznictwie sądów administracyjnych* (w: *Uchodźcy w Polsce i w Europie – stan prawny i rzeczywistość*, 2010 r.).

Habilitant swoje zainteresowania badawcze kieruje także w stronę praktycznie istotnej problematyki przewlekłości postępowań i prawa do rzetelnego procesu. Efekty przemyśleń stały się kanwą kilku publikacji artykułowych.

Prawo do ochrony życia prywatnego i rodzinnego, w kontekście możliwości zawierania związków jednopłciowych w świetle stanowiska ETPCz, wraz z dr O.Piskowską, porusza w publikacji pt *Prawo do zawarcia związku jednopłciowego jako wyraz poszanowania prawa do ochrony życia prywatnego i rodzinnego* (EPS 2018 r.).

Prawo i psychologia – to kolejny zakres zainteresowań naukowych Habilitanta, rozwijanych w ramach badań interdyscyplinarnych.

Nieco odmienna problematyka związana jest z zainteresowaniem Habilitanta dydaktyką prawniczą, w tym w szczególności prowadzi badania nad metodami nauczania prawa. Razem z dr O.Piaskowską przemyślenia w powyższym zakresie zostały opublikowane m.in. w artykule pt *Rethinking of law schools in times of systemic change. How to bring school into twenty-first century? Polish perspective* (Zbiornik Naukowych prac’ Harkivs’Kogo National’Nogo Pedagogicznego Uniwersytetu Imeni G.S.Skovorodi Pravo, 2029 r.).

Należy także nadmienić, że dr P.F.Piesiewicz jest autorem licznych publikacji popularyzatorskich, co należy podkreślić zważywszy na niski poziom wiedzy społecznej z zakresu własności intelektualnej

Reasumując, ocena pozostałego dorobku naukowo-badawczego dr Piotra Filipa Piesiewicza jest również pozytywna. Dotyczy to zarówno poziomu naukowego publikacji Habilitanta, jak podejmowanej, różnorodnej problematyki badawczej. Tylko na marginesie nasuwa się drobna uwaga: niewątpliwie Habilitant ma skłonność do „barokowych” tytułów opracowań.

### **Osiągnięcia dydaktyczne i organizacyjne**

Dr P.F.Piesiewicz jest współautorem programu Szkoły Prawa Uniwersytetu SWPS, realizowanego od 2017 r. Prowadził wykłady oraz warsztaty na kierunku prawo oraz dziennikarstwo. Jest promotorem i recenzentem licznych prac magisterskich.

Za działalność w tym obszarze otrzymał dwie nagrody Dziekana Wydziału Prawa Uniwersytetu SWPS.

Współuczestniczył w organizowaniu sześciu konferencji naukowych; kierował interdyscyplinarnym projektem Studencka Poradnia Prawna; jest sekretarzem redakcji „Themis Polska Nova”. Pełni funkcję Przewodniczącego Odwoławczej Komisji Dyscyplinarnej dla Studentów.

### **Aktywność naukowa realizowana w więcej niż jednej uczelni**

Dr P.F.Piesiewicz swoją działalność naukową rozpoczął w Uczelni Łazarskiego, początkowo na stanowisku asystenta. Jest wykładowcą na Podyplomowych Studiach zapobiegania Przestępczości Gospodarczej przy UW.

W latach 2001-2010 był zatrudniony w Sądzie Najwyższym, na stanowisku asystenta sędziego.

### **Współpraca międzynarodowa**

Dr.P.F.Piesiewicz swoje zainteresowania naukowe w zakresie mediacji z uwzględnieniem problematyki własności intelektualnej oraz dydaktyki akademickiej, realizował także w ramach współpracy międzynarodowej z Uniwersytetem w Cagliari. Nadto podjął współpracę w ramach stowarzyszenia *The Association of Law Teachers*. W ramach powyższych kontaktów uczestniczył w organizowanych tam konferencjach, wyniki takich spotkań zamieszczając w publikacjach.

### **Wniosek końcowy**

Zgodnie z art. 219 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j.: Dz.U. z 2021 r. poz. 478), stopień doktora habilitowanego nadaje się osobie, która:

- 1) posiada stopień doktora;
- 2) posiada w dorobku osiągnięcia naukowe albo artystyczne, stanowiące znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny, w tym co najmniej jedną monografię naukową wydaną przez wydawnictwo, które w roku opublikowania monografii

było ujęte w wykazie wydawnictw sporządzonym przez ministra właściwego do spraw szkolnictwa wyższego i nauki; 3) wykazuje się istotną aktywnością naukową albo artystyczną realizowaną w więcej niż jednej uczelni, instytucji naukowej lub instytucji kultury, w szczególności zagranicznej.

**W przedmiotowym postępowaniu habilitacyjnym wymienione warunki zostały spełnione.**

Po szczegółowej analizie dorobku Kandydata do stopnia naukowego doktora habilitowanego – dr. P.F.Pieslewicza, dokonanej w różnych aspektach, tj. naukowo-badawczym, dydaktyczno-organizacyjnym, a także w zakresie popularyzacji nauki oraz współpracy międzynarodowej, **Jednoznacznie pozytywnie oceniam przedmiotowy dorobek, jako spełniający kryteria merytoryczne i formalne w postępowaniu o nadanie stopnia naukowego doktora habilitowanego.**

**Tym samym rekomenduję nadanie dr P.F.Pieslewiczowi stopnia doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych, w dyscyplinie nauki prawne.**

  
Prof. dr hab. Ewa Nowińska