

Forum Lingwistyczne

nr 9
2022



F Forum Lingwistyczne

nr 9
2022

STUDIA

VARIA

POLEMIKI



**Instytut Językoznawstwa
Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach**

Redakcja:

Redaktor naczelna – Magdalena Pastuch
Zastępca redaktor naczelnej – Katarzyna Sujkowska-Sobisz
Sekretarz naukowa – Karolina Lisczyk

Komitet Redakcyjny:

Aleksandra Janowska, Iwona Loewe, Mirosława Siuciak, Jacek Warchała, Katarzyna Węsierska

Redakcja naukowa numeru:

Aleksandra Kalisz, Iwona Loewe, Ewelina Tyc

Recenzenci:

Lista wszystkich recenzentów jest publikowana raz w roku na stronie internetowej: <https://www.journals.us.edu.pl/index.php/FL>

Rada naukowa:

Nam-Shin Cho (Yonsei University, Seul), Mario Enrietti (Università degli Studi di Torino), Jewgenija Karpilowska (Ukraińska Akademia Nauk, Kijów), Stanisław Koziara (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie), Aleksander Łukaszaniec (Białoruska Akademia Nauk, Mińsk), Ewa Malinowska (Uniwersytet Opolski), Swietłana Mengel (Uniwersytet Marcina Lutra w Halle), Galina Niezczymienko (Rosyjska Akademia Nauk, Moskwa), Radosław Pawelec (Uniwersytet Warszawski), Ewa Sławek (Uniwersytet Śląski w Katowicach), Jan Sokołowski (Uniwersytet Wrocławski), Irena Stramljič Breznik (Uniwersytet w Mariborze, Słowenia), Ewa Teodorowicz-Hellman (Uniwersytet w Sztokholmie), Martine Vanryckeghem (University of Central Florida, USA), Piotr Wierchoń (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu), Maria Wojtak (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin)

Redakcja:

Instytut Językoznawstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach
pl. Sejmu Śląskiego 1, 40-032 Katowice
tel. +48 32 200 95 15, ij-k.wh@us.edu.pl
forumlingwistyczne@us.edu.pl, <https://www.journals.us.edu.pl/index.php/FL>

Wersją referencyjną czasopisma od 2019 roku jest wydanie elektroniczne.
Wcześniej czasopismo ukazywało się w wersji drukowanej z numerem ISSN 2449-9587.
W formie elektronicznej publikacja dostępna jest w zasobach:

Central and Eastern European Online Library
(www.ceeol.com)

Open Journal Systems
(<http://www.journals.us.edu.pl>)

The Central European Journal of Social Sciences and Humanities
(<http://cejsh.icm.edu.pl>)

Gold open access

SPIS TREŚCI

STUDIA 1

Współczesne paradygmaty badawcze: lingwistyka dyskursu i mediolingwistyka. Projekty, monografie i syn-tezy (*Aleksandra Kalisz, Iwona Loewe, Ewelina Tyc*)

Lilija R. Duskajewa

Struktura współczesnej mediolingwistyki rosyjskiej

Teresa Uchman

O kolorze w nauce. Nowe perspektywy badawcze w lingwistyce

Marta Śleziak

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

Beata Kacperska

Przejawy grzeczności językowej w medialnych rozmowach ze sportowcami

Michalina Weronika Pokorska

Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych

VARIA 2

Monika Grzelka

Kształcenie online w perspektywie pragmalingwistycznej (przykład dydaktyki uniwersyteckiej w modelu synchronicznym)

Patrycja Montusiewicz

Modalność deontyczna w tekście prawnym. Próba analizy porównawczej na przykładzie konstrukcji z czasownikiem modalnym *shall* + bezokolicznik w angielskiej wersji *Powszechnej Deklaracji Praw*

POLEMIKI 3

Człowieka i jej odpowiedników w wersji niemieckiej, niderlandzkiej i polskiej

Małgorzata Kita

Opisać *Verbum* w dziele filmowym. Refleksje nad książką Bogusława Skowronka. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (Kraków 2020, 277 s.)

Aleksander Kiklewicz

Marta Noińska, *Новогоднее обращение лидера государства как ритуальный жанр медиадискурса на материале российских, немецких и польских выступлений. Медиалингвистический анализ // Novogodneye obrashcheniye lidera gosudarstva kak ritual'nyy zhanr mediadiskursa na materiale rossiyskikh, nemetskikh i pol'skikh vystupleniy. Medialingvisticheskiy analiz* (Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2020, 342 s.)

Zofia Bilut-Homplewicz

Językoznawstwo współczesne a kategoria dyskursu. Recenzja monografii pt. *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy* Waldemara Czachura (Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław 2020, 313 s.)

Edyta Pałuszyńska

O komunikacji z perspektywy odbiorcy. Uwagi po lekturze książki *Partnerstwo w komunikacji* pod redakcją Aleksandry Kalisz i Eweliny Tyc (Katowice 2020, 164 s.)

Noty o autorkach i autorze

TABLE OF CONTENTS

STUDIES **1**

Contemporary research paradigms: linguistic discourse analysis and mediolinguistics. Projects, monographs and syntheses (*Aleksandra Kalisz, Iwona Loewe, Ewelina Tyc*)

Lilija R. Duskajewa

The Structure of Contemporary Russian Medialinguistics

Teresa Uchman

Colour in Science. The New Research Perspectives in Linguistics

Marta Śleziak

As an Object, as a Subject. Women in Polish Political Catchwords of 20th and 21st Century

Beata Kacperska

Features of Verbal Politeness in Media Conversations with Athletes

Michalina Weronika Pokorska

Linguistic Methods of Building Relations with the Recipient of Radio Information Programs

VARIA **2**

Monika Grzelka

On-line Learning from a Pragmalinguistic Perspective (the Case of University Didactics in the Synchronous Model)

Patrycja Montusiewicz

Deontic Modality in a Legal Text. An Attempt at a Comparative Analysis on the Example of the Con-

POLEMICS 3

struction with the Modal Verb *shall* + Infinitive in the English Version of the *Universal Declaration of Human Rights* and Its Counterparts in the German, Dutch and Polish Versions

Małgorzata Kita

Describe *Verbum* in a Film Work. Reflections on Bogusław Skowronek's. Monograph *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (Kraków 2020, 277 p.)

Aleksander Kiklewicz

Marta Noińska, *New Year's Address of the Leader of the State as a Ritual Genre of Media Discourse Based on Russian, German and Polish Performances. Medialinguistic Analysis* (Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2020, 342 p.)

Zofia Bilut-Homplewicz

Contemporary Linguistics and the Category of Discourse. Review of the Waldemar Czachur's Monograph Entitled *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy* (Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław 2020, 313 s.)

Edyta Pałuszyńska

About Communication from the Recipient's Perspective. Notes after Reading the Book *Partnerstwo w komunikacji*, Edited by Aleksandra Kalisz and Ewelina Tyc (Katowice 2020, 164 s.)

Notes about the authors



Współczesne paradygmaty badawcze: lingwistyka dyskursu i mediolingwistyka. Projekty, monografie i syntezy

Contemporary research paradigms: linguistic discourse analysis and mediolingistics. Projects, monographs and syntheses

„Forum Lingwistyczne” od roku 2022 staje się półrocznikiem. Niniejszym oddajemy do rąk Czytelników pierwszy z tegorocznych numerów. Ogłosiliśmy, że tematyką tomu zostaną problemy dwu młodych stanów naukowego skupienia: lingwistyki mediów i lingwistyki dyskursu. Pierwsza z nich określana jest mianem subdyscypliny językoznawstwa (LOEWE, 2020; SKOWRONEK, 2020), druga – integrującym programem badawczym (CZACHUR, 2020). Współczesny językoznawczy rynek wydawniczy w istocie zagospodarowują autorzy, których wyniki badań organizują te ramy naukowej refleksji. Nie pojawiły się one obok istniejących metodologii stosowanych w lingwistyce, lecz zdecydowanie wyrosły z nich, czerpiąc inspiracje metodyczne z bogatego dorobku tychże. Jak pokazują w tym numerze artykuły Lili Duskajewej oraz recenzja Zofii Bilut-Homplewicz, obie dyscypliny mają usytuowane źródła inspiracji kilkadziesiąt lat wstecz. Duskajewa podkreśla, że to prakseologia ufundowała strukturę rosyjskiej modernistycznej mediolingwistyki. Do jej zadań należały typologizowanie środków działania językowego, normatywizm skutecznego działania poprzez język, ujawnianie procedur językowych stosowanych w tekście, wreszcie dokonywanie ocen działań językowych człowieka z punktu widzenia użytych w nich metod i środków. Waldemar Czachur zaś podkreśla, a za nim Bilut-Homplewicz, że źródłem myślenia o języku, który spełnia funkcje komunikacyjne, a zarazem społeczne, szukać można już w pracach Tadeusza Milewskiego i Leona Zawadowskiego.

Lingwistyka mediów to nade wszystko językoznawczo, w tym też semiotycznie, zorientowana nauka o komunikacji realizowanej za pośrednictwem mediów masowych, nowych mediów i platform internetowych. Podstawową jednostką tej komunikacji na poziomie realizacji są teksty dla tych mediów przeznaczone, przygotowane, opracowane, które na poziomie modelu tworzą z kolei medialny dyskurs. Praktyki komunikacyjne, często dzisiaj w mediach multimodalne, bo powstające w synergii słowa, obrazu i dźwięku, stanowią obiekt badań mediolingwistycznych. W połowie XX wieku obiektem zainteresowania lingwistów były systemy języków etnicznych, a później kolejno dla stylistyków stał się nim tekst, dla genologów – gatunek, a współcześnie dla dyskursologów – dyskurs. W miarę przyrostu wiedzy humanistycznej – o społeczeństwie, o człowieku, o jego działalności i zachowaniach indywidualnych oraz o zasadach funkcjonujących we wspólnocie – poszerzają się bowiem możliwości naukowych rozzezań, czyli obiekty ich badań. Przeniesienie mediów masowych do środowiska digitalnego oraz stworzenie pierwszych mediów opartych tylko na tym śro-

dowisku (media społecznościowe, czyli nowe nowe media, por. LEVINSON, 2010) to znaczące zmiany w technicyzacji i przyspieszenie technologiczne. Duża część mieszkańców globu – dziś już większa niż jedna piąta stanowiąca tzw. świat zglobalizowany – ma nie tylko dostęp do dyskursu medialnego, lecz także go tworzy, praktykuje. Ewolucja, czasami określana w tym wypadku rewolucją digitalną, stała się przyczynkiem do zmian kulturowych, jak to zwykle już w historii bywało. W obszarze nauk filologicznych wśród istotnych rozpoznań tych zmian należy wskazać na przykład przejście generacyjnych doświadczeń z grafosfery do wideosfery, rosnący egalitaryzm w relacjach społecznych dotąd albo jednokierunkowych, albo elitarnych, albo hierarchicznych. To przekłada się na niespotykane do tej pory w historii zwiększenie aktywności człowieka, w tym użytkownika języka, w sferze publicznej. Dokładnie więc ujmując, obiektem zainteresowania mediolingwisty jest dyskursowa postać zdarzeń zachodzących w mediach masowych, nowych mediach oraz na platformach społecznościowych, określana czasem krótko jako dyskurs medialny. Tak jak dla stylistyków tekst, dla genologów gatunek, tak dla mediolingwisty dyskurs medialny stanowią zarówno początek badań, jak i finał tychże. Przedmiot dociekań naukowych stwarzają dopiero pytania badawcze stawiane temu obiektowi mediolingwistyki. Do nich należą przykładowe: Jakie tematy interesują nadawców medialnych? Jak się je upublicznia? Jak często powracają i dlaczego? Kto staje się aktorem tych zdarzeń? W jaki sposób czyni się tematy atrakcyjnymi społecznie? Za pomocą jakich znaków zdarzenie komunikacyjne zachodzi w mediach? Co osiąga nadawca medialny? Jak wpływa na odbiorcę? Co podlega wartościowaniu i w jakim kierunku? Inne nasuwające się pytania zależą wyłącznie od dociekliwości badacza.

Jeśli badacz pracuje w przyjętym i wypracowanym na gruncie lingwistyki jako nauki porządku metodycznym albo wykorzystuje skutecznie zdobyte interdyscyplinarne lingwistyki, to takie działania określają go jako mediolingwistę. Tradycja i zbliżenia językoznawstwa z innymi naukami w czasie jego rozwoju pozwalają na używanie w mediolingwistyce różnorodnych metod badawczych, za których pomocą wypracowuje się współcześnie syntezę. Do metod tych należą: analiza ilościowa, analiza jakościowa, analiza treści (wypracowane w zakresie prasoznawstwa), medialny i dyskursywny obraz świata (z możliwościami skonfrontowania wyników z językowym obrazem świata – wypracowanym w sferze etnolingwistyki), profilowanie (wypracowane w obszarze semantyki kognitywnej), krytyczna analiza dyskursu (wypracowana w dyskursologii), analiza i synteza tekstologiczna (wypracowane w ramach lingwistyki tekstu), analiza i synteza genologiczna (wypracowane w zakresie genologii lingwistycznej), analiza multimodalna (z początkami w semiotyce), analiza dyskursu (wypracowana w pragmalingwistyce). Świadomość narzędzi, obiektu i przedmiotu badań (pytań badawczych) pozwala uzyskiwać z sukcesem wyniki w odniesieniu do dyskursu medialnego oraz wzbogacać dorobek językoznawczo zorientowanej nauki o komunikacji w mediach. Świadomość tradycji naukowej, z której można i należy czerpać, pozwala osiągać poznawcze efekty jako zaplanowane, a nie przypadkowe. Te ostatnie wynikają zwykle ze stosowania doraźnych metod na użytek analizy przypadku bez refleksji nad udziałem w dyskusji, która toczy się w dyscyplinie.

Wiele krajów w Europie, wiele ośrodków w Polsce i wielu lingwistów podejmuje się współcześnie tych zadań w odniesieniu do określonego tu obiektu zainteresowań mediolingwistyki (dyskurs medialny kreowany przez media masowe, nowe media i platformy społecznościowe), który rozmaicie oświetlają badawczo, odpowiadając na profilowane przez

siebie pytania mediolingwistyczne. Europejskimi ośrodkami badań mediolingwistycznych są Niemcy oraz Rosja. Te sygnały są obecne w recenzowanej w tym numerze monografii Marty Noińskiej dotyczącej przemówień do narodu: polskiego, niemieckiego i rosyjskiego. Kraje te pozostają w roli prekursora, który skutecznie upowszechnił ten rodzaj oglądu badawczego przez wielu słowiańskich mediolingwistów. Od roku 2013 prowadzone są one w sposób nominalny w Polsce, ale także na Białorusi, Litwie, Ukrainie, Słowacji, w Serbii, Czechach, Bułgarii (DUSKAJEWA, red., 2020).

Cieszymy się, że Czytelnik otrzymał mały przegląd refleksji głównie mediolingwistycznych, w części dyskursologicznych dokonanych przez polonistów, germanistów, rusycystów oraz mediolingwistkę z Rosji. To może urozmaicić ogląd podejmowanych przez tych badaczy tematów i perspektyw widzenia filologicznego w odniesieniu albo do teorii (Duskajewa, Uchman, Bilut-Homplewicz, Pałuszyńska), albo do praktyki (Kacperska, Pokorska, Śleziak, Kita, Kiklewicz). Pewien istotny dla rozwoju subdyscypliny problem teoretyczny podnosi w numerze Teresa Uchman. Przekonuje ona, że niektóre wątki mediolingwistyczne można rozwijać na podstawie odnotowanego w historii kultury zwrotu obrazowego (*pictorial turn*) na wzór zwrotu językowego (*linguistic turn*) notowanego w połowie XX wieku. Skoro „zarówno język, jak i kolor charakteryzowane są w literaturze jako *fakt społeczny* lub *fakt kulturowy*”, to być może istnieje metodyczna możliwość włączenia koloru do klasy przedmiotu badań mediolingwistycznych.

Skutecznie zaś praktykują niektóre z narzędzi mediolingwistyki autorki dwu artykułów – Beata Kacperska oraz Michalina Pokorska. Przeprowadziły one analizy oraz dokonały syntez na materiale rozmów ze sportowcami w tradycyjnych i digitalnych stacjach radiowych oraz informacyjnych serwisów radiowych. Pozyskany materiał medialny autorki uznają za istotny dla dyskursu medialnego z różnych powodów. Kacperska pisze tak: „Językowe zachowania grzecznościowe są bowiem istotnym składnikiem *partnerstwa komunikacyjnego*, czyli relacji opierającej się na współpracy między interlokutorami”. Pokorska zaś omawia mechanizmy semantyczno-pragmatyczne w przekazach radiowych, „których funkcję stanowi zbudowanie relacji z odbiorcą: uzyskanie i podtrzymanie z nim kontaktu, a w efekcie wzbudzenie w odbiorcy przywiązania emocjonalnego”. Uznaje, że działania te świadczą o fatyczności i sprawczości współczesnych mediów, tym samym dowodzi ciągłości celów nadawcy medialnego.

Z kolei porządek lingwistyki dyskursu prezentuje Marta Śleziak na materiale hasel manifestujących kobiet. Ustala poprzez szczegółowe analizy tekstologiczne, że „wiek XXI odkrył funkcję sloganu jako gatunku dającego głos kobietom, stał się bowiem wyrazicielem ich dążeń, postulatów oraz sprzeciwu wobec rządzących i zmian w prawie. Analizowany materiał ujawnia zmienną intensywność występowania kobiet w dyskursie politycznym i publicznym”. W osobnym miejscu (Polemiki) zamieściliśmy też omówienie możliwości zastosowania metod mediolingwistyki w odniesieniu do dyskursu filmowego, których użył Bogusław Skowronek, a zaprezentowała Małgorzata Kita.

Ekskluzywnym głosem w numerze są refleksje Moniki Grzelki, Patrycji Montusiewicz oraz Edyty Pałuszyńskiej. Określiłyśmy go jako wyjątkowy, ponieważ artykuły te dotyczą wrażliwych społecznie zdarzeń ostatnich miesięcy. Pierwszy dotyczy relacji pragmatycznych stwarzanych przez nauczanie akademickie z użyciem środków komunikacji na odległość, drugi – tłumaczenia w trzech językach *Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka*, a trzeci –

sytuacji komunikacyjnych w przestrzeni publicznej z użyciem wartości partnerstwa traktowanego jako cenna i pożądana zaleta tegoż.

Żywimy nadzieję, że Czytelnik zainteresowany dalszym rozwojem lingwistyki mediów zdefiniowanej uprzednio przez obiekt, przedmiot oraz metody postępowania zostanie usatysfakcjonowany wiadomością, że rok 2022 to finalizacja projektu wydawniczego czołowych polskich mediolingwistów z pięciu ośrodków uniwersyteckich pod roboczym tytułem „Encyklopedia mediolingwistyki”. Zamierzeniem autorów jest zaprezentowanie w formie narracyjnej stanu badań mediolingwistycznych w Czechach, Niemczech, Rosji, na Białorusi i Słowacji. Część leksykograficzna zostanie zaprezentowana według porządku pól: ODBIORCA, NADAWCA, ZNAK, TEKST, GATUNEK, DYSKURS, MEDIA, METODY, które zostaną wypełnione artykułami hasłowymi z wykorzystaniem polskich monografii lingwistycznych poświęconych mediom, powstałym po roku 2000. Niech ten numer „Forum Lingwistycznego” będzie rodzajem anonsu dla wspomnianego projektu wydawniczego.

Aleksandra Kalisz, Iwona Loewe, Ewelina Tyc

Literatura

- CZACHUR W., 2020: *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. Wrocław: Wydawnictwo Atut.
- DUSKEVA L, red., 2020: *Mediolingwistyka w krajach słowiańskich*. Moskwa: Wydawnictwo Flinta.
- LEVINSON P., 2010: *Nowe nowe media*. Kraków: WAM.
- LOEWE I., 2020: *Sport, medium, dyskurs telewizyjny. Mediolingwistyczne rozważania o wpływie*. „Zeszyty Prasoznawcze” nr 2, s. 31–46.
- SKOWRONEK B., 2020: *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego.

STUDIA

Struktura współczesnej mediolingwistyki rosyjskiej

O kolorze w nauce. Nowe perspektywy badawcze w lingwistyce

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

Przejawy grzeczności językowej w medialnych rozmowach ze sportowcami

Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych





Struktura współczesnej mediolingwistyki rosyjskiej^{* **}

The Structure of Contemporary Russian Medialinguistics

Abstract: At the intersection of two scientific areas – linguistics and media theory – a third one has formed – medialinguistics. The creation of discipline was influenced by both extra- and intralinguistic factors. In the process of shaping the scientific discipline, the object of analysis was formed, which is the media text functioning in a variety of forms: from Twitter entries to media hypertext presented in information waves. The subject matter of medialinguistics became clear, too: the speech activity reflected in different forms of media texts. The interest in media activity induced the author to turn to praxeology – the philosophical theory of activity, fully developed in the Polish philosophy by Tadeusz Kotarbiński. Praxeology indicates to medialinguistics the logic of studying speech activities: from building typologies of means of action, through the establishment of effective regulatory systems of action and identification of operating procedures, to the criticism of human actions from the point of view of their virtues and the criticism of the methods used in these actions. The article shows the formation of medialinguistics as a four-field scientific discipline. In each of the selected scientific fields of medialinguistics, the scope of research tasks and approaches to their implementation are specified. Highlighted areas reveal different sides of effective speech activity in the media environment: the means of speech activity, the regulatory means of implementation of communicative and social actions in media texts, the intertext sets, or media discourses and their structure, and finally, the demonstration of “language abuse” in the media, the principles of successful speech activity and criteria of its efficiency. Thus, the scope of medialinguistics tasks has been determined with its relations to the cognition of the laws of speech activity in the media.

Key words: media text, medialinguistics, four parts of medialinguistics, the grammar of media speech, mediastylistics, medialinguistic discourse research, criticism of media speech

Abstrakt: Na styku dwóch kierunków naukowych – lingwistyki i teorii mediów – ukształtował się trzeci – mediolingwistyka. Kształtowanie się danej dyscypliny przebiegało zarówno pod wpływem czynników o charakterze ekstralingwistycznym, jak i wewnątrzlingwistycznym. W procesie kształtowania się dyscypliny naukowej wyodrębniono obiekt analizy – tekst medialny z całą różnorodnością form, których „odlew” są tworzone przez media – od wpisów w Twitterze do hipertekstu medialnego przejawiającego się w falach informacyjnych. Zrozumiano również, że przedmiotem mediolingwistyki jest działalność językowa, odzwierciedlona w różnego rodzaju tekstach. Zainteresowanie działalnością w mediach zachęciło autorkę artykułu do zwrócenia się ku prakseologii – filozoficznej teorii działania,

* Artykuł powstał dzięki wsparciu Rosyjskiego Funduszu Naukowego (РФН) (grant 19-18-00530).

** Część sformułowań zawartych w niniejszym artykule została opublikowana w języku rosyjskim w: Дускаева Л.Р. Медиалингвистика в России: становление и структура. “Вестник Моск.” ун-та. Серия 10. Журналистика. 2018. № 6. С. 48-74.

która w najpełniejszy sposób została opracowana na gruncie polskiej filozofii w pracach Tadeusza Kotarbińskiego. Prakseologia wskazuje mediolingwistyce logikę badania działalności językowej – od tworzenia typologii środków działania poprzez ustanowienie skutecznych systemów normatywnych i ustalanie procedur działania, aż po krytykę działań człowieka i metod stosowanych w tych działaniach. W artykule został zaprezentowany sposób kształtowania się mediolingwistyki jako czteroobszarowej dyscypliny naukowej. W każdym wyodrębnionym obszarze naukowym mediolingwistyki uściśleniu podlega zakres zadań badawczych i podejście do ich realizacji. Wyodrębnione kierunki zajmują się badaniem różnych aspektów skutecznej działalności językowej w środowisku medialnym – środków działalności językowej, normatywnych sposobów prowadzenia działań komunikatywno-społecznych w tekstach medialnych, międzytekstowych całościach – dyskursów medialnych – i ich struktury i, wreszcie, przejawów „nadużyć językowych” w mediach, zasad skutecznej działalności językowej i kryteriów osiągania rezultatu. W obrębie mediolingwistyki określono zatem zakres rozwiązywanych przez nią zadań, związanych z poznawaniem prawidłowości działalności językowej w mediach.

Słowa klucze: tekst medialny, mediolingwistyka, obszary mediolingwistyki, gramatyka języka mediów, stylistyka języka mediów, mediolingwistyczne badania nad dyskursem, krytyka języka mediów

1. Wprowadzenie

We współczesnym rosyjskim językoznawstwie na styku dwóch dyscyplin – lingwistyki i medioznawstwa – ma miejsce aktywny rozwój trzeciej, o nazwie wskazującej na jej związek z dwiema wspomnianymi – *mediolingwistyki*. Termin ten pojawił się w lingwistyce rosyjskiej za sprawą prac Tatiany Georgijewny Dobroszkłonskiej, a w polskiej – prac Bogusława Skowronka. Przyjął się on już w badaniach lingwistycznych, jednak bywa definiowany w różny sposób. W niniejszym artykule została przedstawiona struktura tejże dyscypliny za pośrednictwem analizy naukowych tradycji badawczych języka mediów oraz z wykorzystaniem pięcioletniego doświadczenia autorki w redagowaniu międzynarodowego czasopisma naukowego „Media Linguistics” («Медиалингвистика»), w którym publikowane są artykuły uczonych z różnych krajów słowiańskich. Obecnie można śmiało twierdzić, że w mediolingwistyce wypracowano już charakterystyczne, różniące się od stosowanych w innych dyscyplinach naukowych, sposoby dochodzenia do odpowiedzi na sformułowane wobec niej zadania badawcze. W centrum uwagi mediolingwistów znajduje się działalność językowa w mediach, w której wyniku powstają teksty pozwalające na realizację ważnych dla danej sfery zadań komunikacyjnych.

Zwykle przyjmuje się, że działalność językowa jest przedmiotem badań z zakresu psycholingwistyki. Jednak badania w ramach mediolingwistyki, umożliwiające poznawanie typowych cech obiektywizacji skutecznej działalności językowej w tekstach i odniesieniach międzytekstowych, różnią się od prowadzonych w obrębie psycholingwistyki. W psycholingwistyce bada się różne sposoby realizacji działalności językowej przez człowieka (pisanie, mówienie, słuchanie, zapamiętywanie), natomiast w ścisłym kręgu zagadnień interesujących badaczy z dziedziny mediolingwistyki znajdują się formy skutecznej działalności językowej, których celem jest tworzenie tekstów dla środków masowego przekazu.

Zainteresowanie mediolingwistów skutecznym działaniem człowieka wskazuje na wyraźny związek tej nauki z prakseologią – dziedziną filozofii, umożliwiającą dokonywanie

wieloaspektowej analizy działania. Na gruncie prakseologii po pierwsze, opracowuje się typologię środków działania, po drugie, ustala się normy sprawnego działania, po trzecie, ujawnia się procedury działalności językowej, po czwarte dokonuje oceny działań człowieka z punktu widzenia zastosowanych w nich metod i środków (KOTARBIŃSKI, 1975). Mediolingwistyka, która stała się nauką o strukturze czteroobszarowej, korzysta z drogi wskazanej przez prakseologię. W każdym z czterech jej obszarów dokonywana jest analiza właściwego aspektu obiektywizacji skutecznego działania językowego w mediach.

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie na podstawie podejść prakseologicznych czteroobszarowej struktury mediolingwistyki, w której współdziałanie poszczególnych składowych pozwala na wykrywanie skutecznych modeli działalności językowej w mediach.

2. Przesłanki rozwoju mediolingwistyki

Pomocną w określeniu miejsca, jakie zajmuje dana dyscyplina wśród innych dyscyplin językoznawczych, jest analiza przesłanek jej rozwoju. Do rozwoju mediolingwistyki w Rosji jako oddzielnej dyscypliny naukowej przyczyniły się czynniki zarówno ekstralingwistyczne, jak i wewnątrzlingwistyczne. W efekcie dany kierunek, który powstał początkowo jako odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne związane z praktyczną problematyką redakcji tekstów, publikowanych w środkach masowego przekazu, stopniowo przestaje być jedynie wąsko pojmowaną dyscypliną stosowaną. W miarę wzrostu wpływu mediów na język na początku XXI wieku oraz aktywnego wykorzystania metod zaczerpniętych z innych dyscyplin do badania języka w mediach mediolingwistyka nabiera wymiaru objaśniającego.

Wśród ekstralingwistycznych czynników rozwoju dyscypliny należy wskazać przede wszystkim znaczące rozszerzenie możliwości oddziaływania za pomocą mediów na odbiorcę masowego i zapotrzebowanie na wiedzę o ich wpływie na język. Po wtóre – konieczność prowadzenia dla przyszłych specjalistów przedmiotów związanych z komunikacją wobec wzrostu zapotrzebowania społecznego na wiedzę o oddziaływaniu językowym na odbiorcę masowego. Po trzecie – rozwój technologiczny nowych środków masowego przekazu, który doprowadził do ich znaczących przeobrażeń. I wreszcie – wskazanie języka mediów jako wyznaczającego główny kierunek rozwoju języka narodowego.

Najważniejsze idee mediolingwistyki zostały utrwalone również pod wpływem przesłanek wewnątrzlingwistycznych, które ukształtowały się za sprawą logiki rozwoju językoznawstwa w Rosji i poza jej granicami. Rozwój mediolingwistyki stał się możliwy przede wszystkim dzięki wzrostowi znaczenia w lingwistyce kierunku komunikatywnego i uznaniu za kluczową (pośród kilku innych) idei pojmowania języka jako jedności systemu i jego funkcjonowania. W językoznawstwie słowiańskim jedną z pierwszych ukierunkowanych na komunikację dyscyplin była stylistyka funkcjonalna jako nauka o typach wypowiedzi, kształtowanych pod wpływem kompleksu czynników ekstralingwistycznych w ważnych pod względem społecznym sferach komunikacji (Karel Hausenblas w Czechach, Jozef Mistrik na Słowacji, Margarita Nikołajewna Kożyńska w Rosji, Stanisław Gajda w Polsce, Branko Toszowicz w Serbii). Już w ramach stylistyki funkcjonalnej ukształtowało się i rozwinęło pojęcie systemowości mowy (Grigorij Osipowicz Winokur, Margarita Nikołajewna Kożyńska). Początkowo za jego pomocą opisywano specyfikę poszczególnych makrostylów, ale

następnie w związku z gwałtownym wzrostem zainteresowania językiem mediów zaczęto stosować je również w analizie jego odmian intencjonalnych, tematycznych, gatunkowych oraz technologicznych. Rozwój mediolingwistyki przebiegał pod znakiem zadomowienia się w językoznawstwie wielości różnych idei: a) wprowadzenia zasady działalnościowej (ros. *деятельностный принцип*) podczas badania środków wyrażania sensów; b) wyodrębnienia tekstu jako szczególnego przedmiotu analizy; c) rozpowszechnienia się lingwistyki dyskursu. I wreszcie wpływ na kształtowanie się mediolingwistyki miały rozwój teorii dziennikarstwa, komunikologii, reklamoznawstwa, badań w zakresie *public relations*, w których ramach poszerzało się wyobrażenie o prawidłowościach organizacji procesów komunikacji społecznej.

3. Etapy badania języka mediów

Przeprowadzona tu analiza diachroniczna rosyjskich badań poświęconych problemom języka środków masowego przekazu wykazała, że cztery obszary danej dyscypliny naukowej – krytyka języka mediów, gramatyka języka mediów, stylistyka mediów i dyskursologia medialna – kształtowały się w niej stopniowo. Na każdym etapie uwaga badacza skupiała się na konkretnym aspekcie analizy skutecznej działalności językowej w mediach.

3.1. Krytyka języka mediów

Badania języka środków masowego przekazu w ZSRR zapoczątkowała praca Grigorija Osipowicza WINOKURA *Kultura języka* (1929). W zasadzie książka ta stanowiła odpowiedź na krytykę języka prasy ze strony licznych przedstawicieli świata kultury. Winokur po raz pierwszy zauważył, że prasa jest zorientowana na komunikat. Najważniejszą cechą języka prasy jako swego rodzaju odmiany języka jest jego charakter informujący, a specyficzny dla języka prasy standard językowy to jedna z konsekwencji ukierunkowania prasy na przekazywanie informacji. Wartość prac Winokura dla mediolingwistyki polega, po pierwsze, na przyjęciu idei systemowości mownej w sferze komunikacji jako częściowej realizacji systemowości językowej (w mediolingwistyce idea systemowości języka mediów jako odmiany systemowości językowej jest jedną z podstawowych). Po drugie, na utrwaleniu myśli, że język prasy stanowi szczególne zjawisko narodowej kultury językowej, wymagające wypracowania specyficznego podejścia do jego analizy i oceny.

Takie podejście do środków masowego przekazu odegrało dużą rolę w rozwoju pierwszego z czterech aspektów analizy języka prasy – **krytycznego**. W pracach z okresu lat 40.–60. XX wieku. Konstantin Iakinfowicz Bylinskij i jego uczniowie – Anna Władimirowna Abramowicz, Eleonora Anatoljewna Łazariewicz, Arkadij Emmanuiłowicz Milczin oraz nieco później jego kolega Ditmar Eljaszewicz Rozental – stworzyli podwaliny kształtowania się stosowanej dyscypliny naukowej, która rozwijała się pod wpływem zarówno zmian języka mediów, jaki i samej nauki o języku. Wymienieni autorzy, którzy opracowali sposoby dokonywania leksykalnej i gramatyczno-stylistycznej korekty tekstów, stworzyli klasyfikację typowych błędów popełnianych w tekstach prasowych i objaśnili działanie norm języka literackiego w języku prasy, opracowali metodykę i techniki redakcji tekstu oraz ustalili najważniejsze zasady redagowania tekstów. Ten ostatni aspekt traktowano jako etap za-

wodowej działalności językowej dziennikarza i „część prac redakcyjnych nad materiałami w realiach pracy w prasie” (NAKORIAKOWA, 2002: 8). Już na początkowym etapie rozwoju danej dyscypliny stało się jasne, że rozumienie redakcji tekstu tylko jako korekty błędów nie odpowiada potrzebom praktycznym środków masowego przekazu. Dlatego też zmianie stopniowo ulegało spojrzenie na zadania, jakie mają być realizowane w trakcie redakcji tekstu. W warunkach zróżnicowania sfer komunikacji należało również „dokonać dyferencjacji kontroli języka, jego funkcji i norm” (MAJDAŃOWA, 2001: 10), co już wówczas dawało podstawy do krytycznej analizy języka środków masowego przekazu.

Następnie redakcję tekstu zaczęto traktować jako korektę i zapobieganie naruszeniom nie tylko o charakterze językowym, ale również deontologicznym i prawnym. **Nurt krytyczny** w rosyjskojęzycznych badaniach lingwistycznych nabrał takiej nowej treści pod koniec lat 80. i na początku 90. XX stulecia. Gwałtowny wzrost agresji językowej w środkach masowego przekazu w wymienionym okresie i ekspansja form potocznych doprowadziły do deformacji estetyki i etyki tekstu (MAJDAŃOWA i in., 1997). W rosyjskich ustawach „O środkach masowego przekazu” (1991) i „O reklamie” (1995) w sposób ogólny sformułowano normy prawne regulujące język środków masowego przekazu. Jednocześnie agresja językowa, przejawiająca się w wykorzystaniu skandalizujących środków wyrażania oceny, wyrządzała nieodwracalne szkody nie tylko reputacji osób, firm itp., ale również samej instytucji komunikacji masowej. Wywoływało to ostrą krytykę ze strony przedstawicieli świata kultury, nauki i organizacji społecznych. W takich okolicznościach koniecznością stało się opracowanie uzasadnionych naukowo kryteriów tego, co jest dozwolone, i tego, co jest kategorycznie niedopuszczalne w zachowaniu językowym pracownika mediów. Naturalną konsekwencją była potrzeba refleksji nad negatywnymi językowymi aspektami wolności wyrażania opinii. Rozwojowi krytyki języka mediów sprzyjał rozwój nurtu etnolingwistycznego i lingwoestetycznego w problematyce kulturowo-językowej oraz typologii niepowodzeń komunikacyjnych (WINOGRADOW, 1995; KOPNINA, SKWORODNIKOW, 2012) i deontologicznych zaburzeń językowych (SURIKOWA, 2007; KOPNINA, 2008; BIESSARABOWA, 2011a, b).

Wprowadzenie do licznych rosyjskich aktów prawodawczych zapisów regulujących publiczną działalność językową doprowadziło do rozwoju jeszcze jednego kierunku mediolingwistyki stosowanej – lingwistycznej ekspertyzy sądowej, a dokładniej – aspektu, który dotyczy wykrywania wykroczeń językowych [ros. *языковое преступление* – dosł. ‘przestępstwo językowe’] w środkach masowego przekazu – oszczerstwa, zamachu na dobre imię czy też plagiatu itp. (BIELCZIKOW, GORBANIEWSKIJ, ŻARKOW, 2010; KARA-MURZA, 2011a, 2014 i in.). Ekspertyza lingwistyczna tekstów medialnych uzupełnia wiedzę o języku środków masowego przekazu o opracowanie zasad wykrywania wykroczeń językowych. Jednakże, stwierdzając naruszenia prawa poprzez użycie środków językowych wyrażających oceny negatywne, biegli w zakresie lingwistyki sądowej winni uwzględniać to, że stosowanie ograniczeń w użyciu takich środków przeczy istocie języka mediów. Te bowiem bez użycia środków wyrażających oceny negatywne nie mogą zachować skuteczności oddziaływania społecznego. W trakcie przeprowadzania ekspertyzy lingwistycznej na przykład tekstów dziennikarskich za każdym razem rozstrzygana jest kwestia rozgraniczenia śledztwa dziennikarskiego i demaskacji, z jednej strony, oraz oszczerstwa i zamachu na dobre imię, z drugiej strony.

Obecnie, gdy media stanowią pole aktywnego prowadzenia wojen informacyjnych, rozprzestrzeniania wirusów medialnych i wpływu politycznego oddzielnych grup społecznych, do ważnych społecznie zadań teoretycznych krytyki języka mediów należy krytyczno-ideologiczna analiza zachowań językowych w mediach w celu wykrycia w nich „nadużyć” językowych (jeden z wariantów krytycznej analizy dyskursu – koncepcja Teuna van Dijka, zob.: DIJK, 2013). Język dominacji w dyskursie medialnym, przejawiający się jako język nienawiści i wrogości, uwidacznia się w formie: ksenofobii (DIJK, 2013), kłamstwa (WEINRICH, 1987), manipulacji językowej (KOPNIŃSKA, 2008), demagogii lingwistycznej (NIKOŁAJEWA, 1988; BIES-SARABOWA, 2012) i w takiego rodzaju agresywnym zachowaniu językowym, które adresat odbiera jako groźbę, niechęć, obrazę itp. (MAJDANOWA, 1997; SKOWORODNIKOW, 1997).

Zatem nurt krytycznojęzykowy zajmuje szczególne miejsce w rozwoju mediolingwistyki, stanowiąc bodziec do opracowywania kryteriów naukowych oceny właściwości etycznych i estetycznych tekstów medialnych. Gdy w warunkach zróżnicowania sfer komunikacji dochodzi do dyferencjacji „również kontroli języka, i jego funkcji i norm” (MAJDANOWA, 2001: 10), na plan pierwszy zostaje wysunięta potrzeba opracowania zasad oceniania wyników działalności językowej zgodnie z celami i zadaniami komunikacji w każdej sferze komunikowania. Nurt krytycznojęzykowy odgrywa dużą rolę w rozwoju mediolingwistyki. W wymiarze praktycznym rozszerza on myślenie o redakcji tekstu jako o dyscyplinie, na której polu są opracowywane kryteria naukowe nie tylko w zakresie usuwania błędów logicznych i gramatycznych oraz niedociągnięć stylistycznych, ale również neutralizacji uchybień w tekście autorskim o charakterze etycznym i estetycznym w ramach zapobiegania „nadużyciom” językowym. W wymiarze teoretycznym jego waga polega na określeniu podejścia naukowego do krytycznej analizy przejawów dominacji w zachowaniu językowym pracowników mediów. Pozwala również na opracowanie typologii błędów językowych popełnianych przez pracowników mediów, występów prawnych i „wykroczeń” językowych. Za sprawą takiej logiki rozwoju krytyki języka mediów można mówić o mającej podbudowę naukową ocenie realizacji działań językowo-komunikacyjnych z punktu widzenia zgodności ich efektu z zamysłem autora.

Począwszy od lat 60. XX wieku styl publicystyczny znalazł się w sferze szczególnego zainteresowania naukowego. Stało się to z jednej strony – za sprawą potrzeb związanych z redakcją tekstu, a z drugiej – pod wpływem rozwijającej się w językoznawstwie radzieckim stylistyki funkcjonalnej, której przedstawiciele przywiązywali dużą wagę do typologii języka literackiego. Po trzech dziesięcioleciach dało to przesłanki do wyodrębnienia ze stylistyki funkcjonalnej, oprócz lingwistyki dokumentalnej, teolingwistyki, kolokwialistyki i poetyki również badań nad językiem mediów.

3.2. Gramatyka języka informacyjno-perswazyjnego

W okresie od lat 70. do połowy lat 80. XX wieku ukazywały się prace z zakresu stylistyki funkcjonalnej takich autorów, jak: Anna Nikołajewna WASILJEWA (1983), Witalij Grigorjewicz KOSTOMAROW (1971), Irina Pawłowna ŁYSAKOWA (1984; 1989; 2005), Kira Anatolijewna ROGOWA (1979), Grigorij Jakowlewicz SOŁGANIK (1971; 1981), Margarita Nikołajewna KOŻYNA (1970; 1977), Ałła Wasiljewna SZWIEC (1979). W wymienionych pracach pokazano specyfikę funkcjonowania środków językowych w stylu prasowo-publicystycznym. Ponadto położyły one fundament pod systemowo-typologiczne badania języka literackiego oraz, co

miało szczególne znaczenie dla dalszego rozwoju mediolingwistyki, użycie języka w środkach masowego przekazu.

Ustalono, że specyfika użycia środków językowych w określonej sferze ma charakter ekstralingwistyczny i nosi cechy systemowe (Wasiljewa, Kożyna, Kostomatorow). Systemowość stylu prasowo-publicystycznego kształtuje się dzięki jego zasadzie konstruktywnej, a więc za sprawą funkcjonalnej dwukierunkowości stylu (KOSTOMAROW, 1971) – naprzemiennie występują standard i ekspresja. Uzasadniono twierdzenie, że najważniejszą zasadą ekspresywnej strony stylu prasowego jest formułowanie ocen społecznych. Odkrycie przez przedstawicieli stylistyki funkcjonalnej zasad konstrukcyjnych, stanowiących podstawę doboru i łączenia środków leksykalnych (SOŁGANIK, 1981) i gramatycznych (ROGOWA, 1975; SZWIEC, 1979), określa specyfikę tego stylu.

W późniejszym czasie stwierdzono, że w stylistyce czasopism, które różnią się między sobą kręgiem odbiorców, dana zasada jest realizowana fakultatywnie (ŁYSAKOWA, 1982). Należy pokreślić, że już w latach 70. XX wieku zwrócono uwagę na specyfikę doboru środków językowych w języku radia i telewizji (ZARWA, 1969; SWIETANA, 1976; 1985; *Język i styl... [Язык и стиль...]* 1980). I tak na podstawie podanych idei uformował się ważny nurt analityczny w badaniu języka środków masowego przekazu – **gramatyka języka** informacyjno-perswazyjnego, ukierunkowany na analizę i dobór środków stylistycznych na różnych poziomach języka oraz zabiegów stylistycznych w komunikacji masowej jako instrumentarium działalności językowej. Jednocześnie powstał teoretyczny grunt do obadań redakcji językowej w środkach masowego przekazu. Różne aspekty nurtu „językowogramatycznego” kontynuowane są obecnie w pracach takich uczonych, jak: Margarita Anatoljewna KORMILICZYNA (2011), Marija Iosifowna KONIUSZKIEWICZ (2016; 2017), Oleg Nikołajewicz KOPYTOW (2015), Tamara Jurjewna RIED’KINA (2011), Olga Borisowna SIROTINA (2013), Tatiana Wiktorowna SZMIEŁOWA (2014) i inni. W pracach wymienionych badaczy została ustalona wartość poszczególnych środków językowych pod względem możliwości osiągnięcia celów komunikacyjnych w mediach. Ujawniono też różnorodny wpływ komunikacji masowej na język literacki. Ważną cechą współczesnych badań środków językowych stosowanych w języku mediów jest badanie ich wzajemnego wpływu ze środkami niejęzykowymi (KOSTOMAROW, 2005; DUSKAJEW, CWIETOWA, 2011; WOROSZYŁOWA, 2013).

3.3. Kształtowanie się i rozwój stylistyki tekstów medialnych

Lata 70. i 80. XX wieku, kiedy to szczególne miejsce zajęła geneologia lingwistyczna, to również narodziny nurtu analizy tekstowej języka środków masowego przekazu. WASILJEWA wyróżniła podstyle gatunkowe publicystycznego stylu funkcjonalnego (1983). W innych pracach nadano status stylu i gatunkowi poprzez uzasadnienie pojęcia stylu gatunkowego (WAKUROW, KOCHTIEW, SOŁGANIK, 1978). Bliskie do wymienionego podejście zostało zrealizowane również w innych pracach, poświęconych analizie stylistyczno-kompozycyjnych niuansów poszczególnych tradycyjnych gatunków dziennikarskich – reportażu (SOŁGANIK, 1971), felietonu (KRASNOWA, 1985), artykułu (ROGOWA, 1979). W monografii *Stilistika russko-go jazyka. Żanrowo-kommunikatiwnyj aspekt stilistiki tieksta* wyodrębniono lingwistyczno-kompozycyjne niuanse tekstów o charakterze informującym, komentującym i oceniającym (KOŻYN, red., 1987). Jewgienija Anatoljewna Iwanczikowa, autorka jednego z rozdziałów, wprowadziła jeszcze jeden aspekt dyferencjacji typów tekstów – rzeczowo-tematyczny,

w którego ramach stwierdzono lingwistyczną specyfikę publikacji prasowych o tematyce międzynarodowej. Wszystkie wymienione opracowania doprowadziły do ukształtowania się charakterystycznych dla publikacji dziennikarskich cech kompozycyjno-tekstowych, między innymi cech reportażu, artykułu i felietonu. Wybiegając naprzód, zauważmy, że w pierwszej dekadzie XXI wieku nastąpił nowy zwrot w rozwoju aspektu gatunkowego, gdy badacze sięgnęli po analizę językowych gatunków medialnych jako model skutecznej działalności językowej (DUSKAJEWĄ, 2004; NIEGRYSZEW, 2011).

Dzięki lingwistycznym badaniom genologicznym centrum zainteresowania lingwistów, zajmujących się tematyką środków masowego przekazu, przemieściło się w stronę problematyki tekstowej. Było to w pełni uzasadnione, dlatego że właśnie na poziomie tekstu szczególnie wyraźnie widoczna jest specyfika języka perswazji i prawdziwości jego efektywnej organizacji. Publikowane od połowy lat 80. XX wieku prace autorów takich, jak: Tamara Moisiejewna DRIDZE (1984), Ludmiła Grigorjewna KAJDA (1989), Władimir Iwanowicz KOŃKOW (1995), Ludmiła Michajłowna MAJDAŃOWA (1987; 1992), w dużej mierze były opracowaniami pionierskimi i stanowiły zapowiedź początku trzeciego etapu rozwoju i przyjęcia ostatecznego kształtu przez mediolingwistykę – etapu tekstowego. Każdy z uczonych w inny sposób rozumiał stopień wpływu czynników ekstralingwistycznych na język, ale zainteresowanie nimi rosło w miarę proponowania nowych podstaw do tworzenia typologii tekstów. Ważne jest zrozumienie tego, że w wyniku zdefiniowania lingwokompozycyjnych form tekstowych skutecznej działalności językowej w różnych warunkach działalności dziennikarskiej (w tym również technologicznych) utrwalona zostaje idea, że są one determinowane przez rzeczowo-tematyczną i technologiczną specyfikę pracy dziennikarskiej.

Na początku lat 90. XX wieku doszło do transformacji systemu rosyjskich środków masowego przekazu. Język mediów stał się o wiele bardziej różnorodny. Transformacja środków masowego przekazu i ich systemu gatunków, rozszerzenie przestrzeni stosowania reklamy i narodziny *public relations* doprowadziły do znaczącego zwiększenia zainteresowania uczonych kwestiami typologii środków masowego przekazu. Ten okres charakteryzował się poszukiwaniami podstaw tworzenia typologii tekstów komunikacji masowej, przede wszystkim pod względem rodzaju działalności – dziennikarskiej, reklamowej i *public relations*, co sprawiło, że jednocześnie przedmiotem zainteresowania badaczy w coraz większym stopniu stawały się czynniki ekstralingwistyczne.

Konieczność zbadania tej różnorodności wymagała doskonalenia metodyk, charakterystycznych dla metody funkcjonalno-stylistycznej wraz z właściwym jej poszukiwaniem wariantów środków wyrażania cech wspólnych w odmianach stylistycznych. Przedstawiciele metodyki pragmalingwistycznej (TROSYNA, 1990; KOŃKOW, 1995; KAKORINA, 2000 i in.) z ich zainteresowaniem realizacją intencyjno-pojęciowej struktury działalności językowej stworzyli przesłanki do powstania analizy języka w różnego rodzaju środkach masowego przekazu, w tym również opozycyjnych, dla różnych odmian tematyczno-intencjonalnych: urzędowej, sportowej, kulturalno-oświatowej, prasy bulwarowej. Pragmalingwistyczna metodyka została następnie uzupełniona lingwokognitywną w celu dokonania analizy różnego rodzaju kompozycyjno-stylistycznych modeli działalności poznawczej podmiotu mowy (POPOWA, 2002; DIEMJANKOW, 2003; DUSKAJEWĄ, 2004; NIEGRYSZEW, 2011; 2015). Metodyka lingworetoryczna pomaga w badaniu specyfiki analitycznej działalności tekstowej w środkach masowego przekazu (MAJDAŃOWA, 1992; IWCZENKOW, 2003; ANNIENKOWA, 2005 i in.).

Ustalenie odmienności w lingwistycznym obliczu różnych środków masowego przekazu zaowocowało wprowadzeniem do obiegu naukowego stylistyki lingwistycznej pojęć społeczno-lingwistycznego typu czasopisma (ŁYSAKOWA, 1989; 2005), stylistycznego modelu czasopisma (ŁAZARIEWA, 1993), a później – koncepcji językowej konkretnego czasopisma (KOŃKOW, 2010). W tym czasie ukazały się prace poświęcone warsztatowi pojedynczych publicystów (m.in. Walentin Pawłowicz Wompierskij i jego uczniowie). Wartość tych prac polegała przede wszystkim na tym, że przedstawiały one opracowania kryteriów oceny profesjonalnego warsztatu językowego dziennikarza. W ten sposób ze stylistyki funkcjonalnej zaczęła wyodrębniać się stylistyka tekstów w **środkach masowego przekazu** – jeszcze jednego nurtu analizy języka mediów. Uświadomienie sobie istnienia tego nurtu obok krytyki języka i gramatyki języka mediów stanowiło przesłankę do wyodrębnienia mediolingwistyki jako samodzielnego kierunku badawczego.

Prawdziwie rewolucyjne zmiany w działalności językowej środków masowego przekazu nastąpiły w Rosji na początku XXI wieku, kiedy do sfery komunikacji wszedł Internet, zmieniając istniejące wcześniej środki komunikacji i sprzyjając powstaniu nowych. Osobliwością badań działalności językowej środków masowego przekazu w tych czasach było dążenie badaczy do uwzględnienia pełnej gamy czynników ekstralingwistycznych. Jako główny przedmiot badań stylistyki środków masowego przekazu zaczęto traktować tekst medialny (SOŁGANIK, 2005). Jednocześnie badanie wpływu na język i jego styl nowych zwłaszcza technologicznych czynników ekstralingwistycznych przekształciło stylistykę tekstów środków masowej komunikacji w stylistykę języka mediów (dalej w tekście dosłownie – **mediostylistyka**), której przedmiotem badawczym stała się wariantywność systemowej organizacji językowej środków masowego przekazu, uwarunkowana wariantywnością nie tylko socjalnych, ale również technologicznych czynników profesjonalnej działalności językowej. Pojęcie medialności stało się przedmiotem refleksji lingwistycznej, ale wymagało to przeniesienia badań lingwistycznych na płaszczyznę dyskursologiczną.

3.4. Kształtowanie się dyskursologii medialnej

Burzliwe zmiany technologiczne w środowisku medialnym, które zaowocowały niespotykanym tempem powstawania wiadomości, w sposób znaczący zmieniły proces tworzenia tekstów informacyjnych. W lingwistyce pojawiły się nowe pojęcia – *strumienia informacyjnego*, *hipertekstu medialnego*, *kategorii komunikacyjnych hipertekstu medialnego*, *fal informacyjnych* itp. W ten sposób w badaniach działalności językowej w środkach masowego przekazu powstał jeszcze jeden nurt – **dyskursologii medialnej** (CZEPKINA, 2001; DUSKAJEW, 2004; KOŻEMIAKIN, 2010; ANNIENKOWA, 2011; KAZAK, 2011; 2014; KRASNOWA, 2011; KSIENZIENKO, 2011; ORŁOWA, 2012; POŁONSKIJ, 2012; BOŁOTNOW, 2015; NIEGRYSZEW, 2015; NIESTIEROWA, 2015). Włącza on do mediolingwistyki pojęcie *hipertekstu medialnego*. Dyskursologia medialna, zwracając się ku badaniom lingwistycznej organizacji strumienia medialnego, rozszerza wyobrażenie o naturze tekstu medialnego, zmusza do poszerzenia podejścia do tekstu jako struktury całościowej o oznaczonych graficznie i semantycznie granicach początku i końca. Obiektem zainteresowania jej przedstawicieli jest to, w jaki sposób w poszczególnych tekstach przejawiają się ich związki z innymi – wcześniej i później stworzonymi tekstami (CZEPKINA, 2001; DUSKAJEW, 2004; CZERNYSZOWA, 2007; KAZAK, 2011; POŁONSKIJ, 2012).

Na początku XXI wieku badania lingwistycznej organizacji mediów zostały wzbogacone o doświadczenia metodyk fonetyczno-eksperymentalnych (ПОТАПОВА, 2002), semiotycznych metodyk badania dyskursu w pracach Andrieja Władimirowicza OLANICZA (2004), hipertekstu Olgi Wiktorowny DIEDOWEJ (2006) i in. W badaniach nad hipertekstem zaczęto korzystać z różnego rodzaju metodyk analizy lingwistyki tekstu – genologicznej (КАКОРИНА, 2007a, b), kategorialnej (DUSKAJEWA, 2007; RIAZANCEWA, 2007), tradycyjnych lingwistycznych (КАКОРИНА, 2007b). Pod wpływem badań kognitywno-semantycznych, lingwosemiotycznych, logiczno-lingwistycznych, dyskursologicznych zaczęło kształtować się wyobrażenie, w jaki sposób specyfika technologiczna działalności w komunikacji masowej odzwierciedla się w ich cechach lingwistycznych (KOSTOMAROW, 2005; WARCZENKO, 2008; КАБЛУКОВ 2010; КАРА-МУРЗА, 2011a, b; 2014; 2016; DUSKAJEWA, 2014;).

Przedmiotem analizy w ramach czwartego nurtu, jaki rozwija się szczególnie aktywnie obecnie, powinny się stać: lingwistyczna strona odniesień międzytekstowych i pozycjonowanie języka typów tekstów medialnych oraz poszczególnych tekstów w strumieniu informacyjnym. Dla mediów istotne jest zarówno pozycjonowanie konkretnego tekstu medialnego, jak i rubryki, strony, całego periodyku, audycji, kanału, strony internetowej itp.

Obserwacja tekstów medialnych wskazuje na to, że zmiany technologiczne w środkach masowego przekazu szybko wpływają na proces tworzenia tekstów. W każdej sferze komunikacji teksty powstają w sposób specyficzny – materia językowa jest „odlewana” w „formach”, tworzonych przez kanały komunikacyjne. Nowe technologie dyktują „odświeżenie” zasad tworzenia tekstów, zapewniają ich nieprzerwaną ciągłość, nadającą powstaniu tekstów charakter masowy, zmieniają normy etyki i estetyki komunikacji w danej sferze. Zatem wpływ „medialności” na język wydaje się o wiele większy, niż sądzono na początku XXI wieku. Obecnie trwa badanie wpływu „medialności” na język, ale problem ten jest daleki od rozwiązania.

4. Omówienie wyników

Diachroniczna analiza prac naukowych dotyczących badania języka mediów pokazała, że wśród nich wyraźnie można wyróżnić cztery grupy. Pierwszą grupę można umownie określić mianem techniczno-gramatycznej. W tej grupie prac widoczne są prawidłowości doboru środków językowych jako instrumentarium techniczno-językowego, stosowanego w celu perswazyjnym. Druga grupa prac ukierunkowana jest na badania stylistyczno-tekstowe, mające na celu ustalenie typów tekstów funkcjonujących w środowisku medialnym oraz kompozycyjno-lingwistyczną specyfikę każdego typu tekstu. W pracach należących do trzeciej grupy – dyskursologii mediolingwistycznej – dokonuje się analizy typów całości międzytekstowych, w których urzeczywistniły się procedury językowe komunikacji medialnej, a także – za pomocą jakich rodzajów środków polikodowych wyrażane są połączenia międzytekstowe. W czwartej grupie prac – o charakterze krytycznym i oceniającym – wykrywane są przypadki „nadużyć językowych” w mediach i ustalane są normy produktywnej działalności językowej i kryteria oceny jej efektywności.

Te cztery wyodrębnione kierunki współdziałają z sobą, dzięki czemu zostają zbadane charakter i istota skutecznej działalności językowej w środowisku medialnym poprzez ustalenie:

- specyfiki stosowanego w tekstach medialnych instrumentarium – środków językowych i niejęzykowych, których połączenie tworzy różne rodzaje działań komunikatywno-językowych w postaci tekstów medialnych,
- rodzajów normatywnych działań komunikacyjnych – tekstów medialnych,
- typowych procedur i technologii działalności językowej w środowisku medialnym,
- kryteriów skuteczności środków językowych i niejęzykowych stosowanych w języku mediów oraz działań komunikacyjnych i procedur.

W mediolingwistyce ukształtowały się typowe dla niej kwestie problemowe, wśród których do najważniejszych należą: 1) wpływ czynników technologicznych i społecznych na język, 2) ujawnienie prawidłowości stosowania w medialnej działalności językowej instrumentarium werbalnego wraz z niewerbalnym, 3) poszukiwanie typowych form normatywnych działalności językowej, 4) lingwistyczna architektura połączeń międzytekstowych w hipertekście medialnym, 5) kryteria skuteczności ujawnionych w trakcie analizy formacji tekstowych, 6) stopień realizacji przez nie zadań medialnych itd.

O efektywności danej nauki o działalności językowej decyduje właśnie ukształtowana w rosyjskiej nauce tradycja przeprowadzania wieloaspektowej, czteroobszarowej analizy działalności językowej za pomocą dyskursologii medialnej, mediostylistyki tekstu, gramatyki języka mediów i – wreszcie – krytyki języka mediów. Dyskursologiczny poziom analizy wynika logicznie z tekstowego, a tekstowy – z przedtekstowego. Informacje otrzymywane na każdym poziomie analizy są wykorzystywane na gruncie krytyki języka, która sprowadza się do wieloaspektowej analizy oceniającej działalność językową na każdym wspomnianym poziomie. Pozwala ona na każdym z nich dokonywać weryfikacji danych uzyskanych na poprzednim poziomie.

Kształtowanie się w ostatnim dziesięcioleciu nowych rodzajów działalności zawodowej w środkach masowej informacji – dziennikarstwa internetowego i copywritingu – pociąga za sobą konieczność rozwiązywania zadań, których wcześniej lingwiści się nie podejmowali. Aktualnym problemem jest opracowywanie kryteriów optymalnych cech tekstów, stworzonych w mediach internetowych – strukturyzacji kompozycyjnej, identyfikacji opisywanych obiektów, ich związków z innymi tekstami, pozycjonowania tekstów wśród innych, akcentowania kluczowych momentów w tekstach, zmiany nasycenia informacyjnego i proporcji pomiędzy częścią informacyjną a fatyczną. Wszystkie nurty badawcze razem lub części składowe mediolingwistyki pozwalają dostrzec lingwistyczną architekturę działalności medialnej poprzez normatywne formy jej tworzenia. Wydaje się, że analiza trwającej działalności nie może być jednowymiarowa. Dzięki kompleksowemu zastosowaniu różnych metodyk działalność językowa w sferze medialnej jest badana w sposób wielotorowy i wieloaspektowy, czego wymaga analiza prakseologiczna (bardziej szczegółowo – zob.: DUSKAJEWA, 2014).

Dużą rolę w rozwoju rosyjskiej mediolingwistyki odegrały publikacje Tatiany Georgijewny DOBROSKŁONSKIEJ (2005; 2007; 2008). Po ukazaniu się prac jej autorstwa jasna stała się konieczność wyodrębnienia mediolingwistyki jako oddzielnej dyscypliny naukowej wśród innych dyscyplin lingwistycznych. Mimo iż jej prace były poświęcone językowi angielskiemu w mediach, w związku z czym dokonano w nich uogólnienia oraz systematyzacji

kierunków rozwoju idei mediolingwistycznych w literaturze anglojęzycznej i została odzwierciedlona logika badań mediolingwistycznych zgodnych z tradycją organizacji mediów w krajach anglojęzycznych, która pod pewnymi względami pokrywa się z rosyjską, a pod pewnymi różni od niej, to idee zawarte we wspomnianych publikacjach trafiły na grunt przygotowany już przez przedstawicieli rodzimej stylistyki funkcjonalnej. Idea typologicznych badań języka, uznawana w mediolingwistyce za jedną z podstawowych, nie była obca autorom tekstów w języku rosyjskim. Wynika to z nadmienianego już faktu, że począwszy od lat 70. XX wieku język mediów podlegał typologizacji z uwzględnieniem wielu czynników ekstralingwistycznych: kanału komunikacji masowej (radio, TV, prasa), tematu, gatunku itd. Oceniając monografie Dobroskłonskiej, warto podkreślić dwa fakty. Po pierwsze, w sposób przekonujący potwierdziła ona wypowiedzianą w pracach innych rosyjskich lingwistów (Grigorij Osipowicz Winokur, Michaił Michajłowicz Bachtin, Anna Nikołajewna Wasiljewa, Margarita Nikołajewna Kożyna, Władimir Aleksandrowicz Salimowski, Tamara Wiaczesławowna Matwiejewa i in.) myśl o systemowym charakterze funkcjonalnej odmiany języka, kształtującej się na podstawie określonego rodzaju działalności socjokulturowej. Po drugie, prace Dobroskłonskiej, pobudzając przede wszystkim do badania wpływu zmian technologicznych na język, poszerzyły horyzont badawczy dyscypliny i wskazały na wartość heurystyczną interdyscyplinarnej interpretacji nowych procesów w języku mediów, a także w zdecydowany sposób zaktywizowały badania w obrębie mediolingwistyki w Rosji. Użyte po raz pierwszy w rosyjskiej lingwistyce przez autorkę terminy *mediostylistyka* i *mediolingwistyka* weszły do aktywnego rosyjskojęzycznego obiegu naukowego. Okazało się, że termin *mediolingwistyka* jest trafny w odniesieniu do dyscypliny zajmującej się badaniem języka mediów.

5. Wnioski

Obecnie mamy pełne prawo mówić o ukształtowaniu się mediolingwistyki jako samodzielnej dyscypliny naukowej, której celem jest rozwiązanie dokładnie określonego zakresu problemów. W pracach mediolingwistycznych zaczęła dominować metoda prakseologiczna, polegająca na interdyscyplinarnym i transdyscyplinarnym łączeniu metodyk, procedur i zabiegów badawczych, ukierunkowanych na badanie działalności językowej pod względem jej skuteczności. Zgodnie z tą metodą ukształtowała się czteroobszarowa struktura ze wspólnym przedmiotem analizy we wszystkich nurtach – tekstu medialnego jako procesu i rezultatu skutecznej działalności językowej.

Do najważniejszych zasad metodologicznych, które przyjęły się w mediolingwistyce, należy zaliczyć następujące: 1) „działalnościową”, traktującą język mediów jako obiektywizację aktywności społecznej i zawodowej, tekst medialny – jako działanie społeczno-komunikatywne, 2) integracji interdyscyplinarnej, zakładającą wykorzystanie różnych metod badawczych do osiągnięcia celów mediolingwistyki, 3) perspektywy dynamicznej, pozwalającą na dostrzeżenie we wszystkich wydzielonych formach językowych przebiegu działalności językowej w procesie ich tworzenia, 4) systemową, dającą możliwość dostrzeżenia w formach językowych wyniku selekcji systemowej i połączenia środków polikodowych.

W każdym obszarze mediolingwistyki zauważalny jest osobliwy punkt widzenia jej przedstawicieli w odniesieniu do tekstu medialnego oraz specyficzny aspekt analizy działalności językowej. W gramatyce języka mediów jest to jego struktura polikodowa z dominacją środków werbalnych, w mediostylistyce są to typy tekstów funkcjonujących w środowisku medialnym, w lingwodyskursologii medialnej – syntagmy w strumieniu tekstów, w krytyce języka mediów – kryteria jego oceny. W każdym obszarze mediolingwistyki zostaje przyjęty charakterystyczny zakres specyficznych pojęć i kategorii. W szczególny sposób kompleksowo wykorzystywane są metody lingwistyczne, które pomagają opisywać działalność językową w mediach.

Tłumaczenie z języka rosyjskiego: Bogumił Gasek (Uniwersytet Wrocławski, ORCID: 0000-0002-9213-0181)

Podziękowania

Autorka wyraża podziękowania Panu dr. Bogumiłowi Gaskowi z Uniwersytetu Wrocławskiego za podjęcie się trudu tłumaczenia jej artykułu.

Literatura

- ANNIENKOWA I.W. (Анненкова И.В.), 2011: *Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ*. Изд-во Московского университета. Москва.
- BIELCZIKOW Ju.A., GORBANIEWSKIJ M.W., ŻARKOW I.W. (Бельчиков Ю.А., Горбаневский М.В., Жарков И.В.), 2010: *Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ*. Информкнига. Москва.
- BIESSARABOWA N.B. (Бессарабова Н.Б.), 2011a: *Лингвоэтика, или еще раз об этическом аспекте культуры речи современных СМИ и рекламы*. „Журналистика и культура русской речи”, № 2 (58), с. 54–63.
- BIESSARABOWA N.B. (Бессарабова Н.Б.), 2011b: *Лингвоэтические проблемы речи СМИ и рекламы. Демagogия в языковом выражении в журнале*. „Журналистика и культура русской речи”, № 2, с. 32–43.
- BOŁOTNOW A.W. (Болотнов А.В.), 2015: *Информационное поле медийной языковой личности и ее идиостиль*. „Медиалингвистика: Международный научный журнал”, № 4(10), с. 51–59.
- CZERKINA E.W. (Чепкина Э.В.), 2001: „Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000)”. Дис. д-ра филол. наук. Екатеринбург.
- CZERNYSZOWA T.W. (Чернышова Т.В.), 2007: *Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России*. ЛКИ. Москва.
- DIĘDOWA O.W. (Дедова О.В.), 2006: „Лингвосемиотический анализ электронного гипертекста”. Дис. д-ра филол. наук. Москва.
- DIEMJANKOW W.Z. (Демьянков В.З.), 2003: *Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Руковод М.Н. Володина. Изд-во Моск. ун-та. Москва, с. 116–133.
- DIJK T. (Дейк Т.), 2013: *Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Либроком. Москва.
- DOBROSKŁONSKAJA T.G. (Добросклонская Т.Г.), 2005: *Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи*. УРСС Эдиториал. Москва.
- DOBROSKŁONSKAJA T.G. (Добросклонская Т.Г.), 2008: *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь)*. 2-е изд. 2014. Изд-во КДУ. Москва.

- DOBROSKŁONSKAJA T.G. (Добросклонская Т.Г.), 2007: *Язык средств массовой информации*. Флинта-Наука. Москва.
- DRIDZE T.M. (Дридзе Т.М.), 1984: *Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии*. Издательство «Наука»; Академия наук СССР, Институт социологических исследований. Москва.
- DUSKAIEWA L.R. (Дускаева Л.Р.), 2004: *Диалогическая природа газетных речевых жанров*. Изд-во Пермского ун-та. Пермь.
- DUSKAIEWA L.R. (Дускаева Л.Р.), 2007: *Развертывание новости в гипертекстуальном пространстве интернет*. В: Сошников В.Д., ред.: *Электронные СМИ: вчера, сегодня, завтра*. Изд-во СПбГУП. Санкт-Петербург, с. 67–75.
- DUSKAIEWA L.R. (Дускаева Л.Р.), 2008: *Стилевые особенности электронных СМИ*. В: Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А., *Стилистика русского языка*. Флинта. Москва, с. 374–387.
- DUSKAIEWA L.R. (Дускаева Л.Р.), 2014: *Речевая структура новостных текстов сетевых изданий*. „Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология”, № 1 (25), с. 179–183.
- DUSKAIEWA L.R., ŚWIĘTOWA N.S. (Дускаева Л.Р., Цветова Н.С.), 2011: *Газетный совокупный текст как стилистико-речевое единство*. „Культура русской речи”, № 3, с. 22–25.
- KAŁBUKOW J.E.A. (Каблуков Е.В.), 2010: *Интернет-медиа: специфика конструирования сверхтекстов*. В: Уткина Т.И., ред.: *Речеведение: современное состояние и перспективы*. Изд-во Пермского ун-та. Пермь.
- KAJDA L.G. (Кайда Л.Г.), 1989: *Эффективность публицистического текста (средства выражения авторской позиции)*. Изд-во Моск. ун-та. Москва.
- KAJORINA J.E.W. (Какорина Е.В.), 2000: *Стилистический облик оппозиционной прессы*. В: [В.Л. Воронцова, М.Я. Гловинская, Е.И. Голанова и др.] *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*. Языки русской культуры. Москва, с. 409–426.
- KAJORINA J.E.W. (Какорина Е.В.), 2007а: *СМИ и Интернет-коммуникация (области пересечения и взаимодействия)*. В: *Язык современной публицистики*. Сост.: Солганик Г. Флинта. Москва, с. 67–98.
- KAJORINA J.E.W. (Какорина Е.В.), 2007б: *Язык Интернет-коммуникации*. В: Бельчиков Ю.А. и др., ред.; Засурский Я.Н. и др., редкол.: *Язык массовой и межличностной коммуникации*. МедиаМир. Москва, с. 393–478.
- KARA-MURZA J.E.S. (Кара-Мурза Е.С.), 2011а: *Лингвистические показатели речевых преступлений в политике*. В: Солганик Г.Я., ред.: *Язык СМИ и политика*. Издательство Московского университета; факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Москва, с. 797–855.
- KARA-MURZA J.E.S. (Кара-Мурза Е.С.), 2011б: *Рекламный дискурс и рекламный функциональный стиль как рабочие понятия лингвосемиотики рекламы*. В: *Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах*. Издательство Московского университета; факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Москва.
- KARA-MURZA J.E.S. (Кара-Мурза Е.С.), 2014: *Изучение правовой регуляции креатива в вузовском курсе лингвосемиотики рекламы*. В: *Активные процессы в социальной и массовой коммуникации*. Отв. ред. и сост.: Анинькина Н.В., Ухова Л.В. Изд-во: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. Ярославль, с. 328–341.
- KARA-MURZA J.E.S. (Кара-Мурза Е.С.), 2016: *Профессиональный рекламный стиль*. В: Дускаева Л.Р., ред.: *Стилистика и литературное редактирование*. Юрайт. Москва, Т. 2, с. 124–206.
- KAZAK M.Ju. (Казак М.Ю.), 2011: *Медиатекст: сущностные и типологические свойства „Global Media Journal”* Т. 2. Вып. 1. URL: <http://globalmediajournal.sfedu.ru.gmj.sfedu.ru>. (дата доступа: 2.06.2017).
- KOŚCIEW N.N., SOŁGANIK G.Ja., WAKUROW W.N. (Вакуро В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я.), 1978: *Стилистика газетных жанров*. Высшая школа. Москва.

- KONIUSZKIEWICZ M.I. (Конюшкевич М.И.), 2016: *Внутритекстовые связи с предложно-союзным коннектором «до того, что» в медиатексте*. „Медиалингвистика”, № 1 (11), с. 93–104.
- KONIUSZKIEWICZ M.I. (Конюшкевич М.И.), 2017: *Двуязычное медианпространство. Статья вторая. Влияние русского языка на тексты белорусских СМИ*. „Медиалингвистика”, № 2 (17), с. 18–28.
- KOŃKOW W.I. (Коньков В.И.), 1995: *Речевая структура газетного текста*. Типолаборатория ф-та журналистики СПбГУ. Санкт-Петербург.
- KOPNIŃA G.A. (Копнина Г.А.), 2008: *Речевое манипулирование*. Изд-е 2-е. Флинта. Москва.
- KOPNIŃA G.A., SKOWORODNIKOW A.P. (Копнина Г.А., Сквородников А.П.), 2012: *Коммуникативные неудачи журналистов в использовании средств речевой выразительности*. В: Дускаева Л.Р., Цветова Н.С., отв. ред.: *Медиатекст как полиинтенциональная система*. Сб. статей. СПб.: Типолаборатория ф-та журналистики СПбГУ, с. 243–250.
- KOPYTOW O.G. (Копытов О.Г.), 2015: *Концепция модуса на пространстве текста и ее возможности для исследования медиатекста*. „Медиалингвистика”, № 4(10), с. 68–82.
- KORMILICYNA M.A. (Кормилицына М.А.), 2011: *Активные процессы в языке современной российской прессы*. „Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Филология”, № 6(2), с. 304–308.
- KOSTOMAROW W.G. (Костомаров В.Г.), 1971: *Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики*. Издательство Московского ун-та. Москва.
- KOSTOMAROW W.G. (Костомаров В.Г.), 2005: *Невербальные носители смысла и стилистики*. В: *Стереотипность и творчество в тексте*. Издательство Пермского ун-та. Пермь.
- KOTARWIŃSKI T. (Котарбинский Т.), 1975: *Трактат о хорошей работе*. Перевод с польск. Л.В. Васильев, В.И. Соколовский. Экономика: Москва.
- KOŹEMIAKIN J.E.A. (Кожемякин Е.А.), 2010: *Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования*. „Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки”, № 6(61), вып. 3, с. 12–20.
- KOŹYŃ A.N., red. (Кожин А.Н.), отв. ред., 1987: *Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста*. Наука: Москва.
- KOŹYŃA M.N. (Кожина М.Н.), 1970: *Проблемы специфики и системности функциональных стилей речи*. Дис. д-ра филол. наук. Москва.
- KOŹYŃA M.N. (Кожина М.Н.), 1977: *Стилистика русского языка*. Просвещение. Москва.
- KRASNOWA T.I. (Краснова Т.И.), 1985: „Речевые типы зачинов фельетона (композиционно-стилистический аспект)”. Дис. д-ра филол. наук. Ленинград.
- KRASNOWA T.I. (Краснова Т.И.), 2011: *Другой голос: анализ газетного дискурса русского зарубежья, 1917–1920 (22) гг*. Северная звезда. Санкт-Петербург.
- KSIENZIENKO O.A. (Ксензенко О.А.), 2011: *Лингвистические основы рекламной коммуникации*. МБА. Москва.
- ŁAZARIEWA E.A. (Лазарева Э.А.), 1993: *Системно-стилистические характеристики газеты*. Изд-во Уральского университета. Екатеринбург.
- ŁYSAKOWA I.P. (Лысакова И.П.), 1984: „Социолингвистический анализ газеты”. Дис. д-ра филол. наук. Ленинград.
- ŁYSAKOWA I.P. (Лысакова И.П.), 1989: *Язык газеты: социолингвистический аспект*. Изд-во ЛГУ. Ленинград.
- ŁYSAKOWA I.P. (Лысакова И.П.), 2005: *Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование*. Филологический факультет СПбГУ. Санкт-Петербург.
- MAJDAŃOWA L.M. (Майданова Л.М.) и др., 1992: *Аргументация публицистического текста*. Издательство Уральского ун-та. Екатеринбург.

- MAJDAŃOWA L.M. (Майданова Л.М.) и др., 1997: *Речевая агрессия в средствах массовой информации*. Издательство Уральского ун-та. Екатеринбург.
- MAJDAŃOWA L.M. (Майданова Л.М.), 1987: *Структура и композиция газетного текста: средства выразительного письма*. Изд-во Краснояр. ун-та. Красноярск.
- MAJDAŃOWA L.M. (Майданова Л.М.), 2001: *Критика речи и литературное редактирование*. Изд-во Гуманитарного ун-та. Екатеринбург.
- NAKORIAKOVA K.M. (Накорякова К.М.), 2002: *Литературное редактирование. Общая методика работы над текстом: практикум*. Икар. Москва.
- NIĘGRYSZEW A.A. (Негрышев А.А.), 2011: *К макроструктурной типологии текстов новостных жанров*. „Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика”, № 1, с. 228–244.
- NIĘGRYSZEW A.A. (Негрышев А.А.), 2015: *Референтное событие и референтная база новостного медиатекста*. „Медиалингвистика”, № 2 (8).
- NIESTIEROWA N.G. (Нестерова Н.Г.), 2015: *Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект)*. Изд-во Томск. ун-та. Томск.
- NIKOŁAJEWA T.M. (Николаева Т.М.), 1988: *Лингвистическая демагогия*. В: Арутюнова Н.Д., отв. ред., Рябцева Н.К., Иоанесян Е.Р., ред.: *Прагматика и проблемы интенциональности. Сборник статей. Проблемная группа «Логический анализ языка»*. Институт языкознания АН СССР. Москва.
- OLANICZ A.W. (Олянич А.В.), 2004: *Презентационная теория дискурса*. Парадигма. Волгоград.
- ORŁOWA O.W. (Орлова О.В.), 2012: *Нефть: дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта*. Том-Сувенир. Томск.
- POŁONSKIJ A.W. (Полонский А.В.), 2012: *Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления*. „Современный дискурс-анализ”, № 1 (6), с. 42–56.
- POPOWA T.N., KOLESOWA D.W. (Попова Т.И., Колесова Д.В.), 2015: *Визуализация информации как тенденция развития современного текста*. „Медиалингвистика”, № 4, с. 83–96.
- POTAROWA R.K. (Потапова Р.К.), 2002: *Новые информационные технологии и лингвистика*. Моск. гос. лингвист. ун-т. Москва.
- RED'KINA T.Ju. (Редькина Т.Ю.), 2011: *Средства реализации развлекательной функции в трэвел-тексте*. „Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика”, № 4, с. 210–218.
- RED'KINA T.Ju. (Редькина Т.Ю.), 2015: *Речевая экспликация ситуационной модели: лингвопраксиологический подход (на материале трэвел-текста)*. „Медиалингвистика”, № 2(8), с. 104–116.
- RIAZANCEWA T.I. (Рязанцева Т.И.), 2008: *Теория и практика работы с гипертекстом*. Академия. Москва.
- RIAZANCEWA T.I. (Рязанцева Т.И.), 2019: *О категориях гипертекста*. „Медиалингвистика”, № 6 (3), с. 327–340.
- ROGOWA K.A. (Рогова К.А.), 1975: *Синтаксические особенности публицистической речи*. Изд-во Ленингр. ун-та. Ленинград.
- ROGOWA K.A. (Рогова К.А.), 1979: *Стиль ленинской «Искры» и газета «Новая жизнь»: Лингвистический анализ жанра статьи*. Изд-во Ленингр. ун-та. Ленинград.
- ROZENTAL D.E. red. (Розенталь Д.Э. ред.), 1980: *Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды*. Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ. Москва.
- SIROTINIŃINA O.B. (Сиротинина О.Б.), 2013: *Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски*. Изд-во Саратов. ун-та. Саратов.
- SKOWORODNIKOW A.P. (Сковородников А.П.), 1997: *Языковое насилие в современной российской прессе*. „Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вестник Российской риторической ассоциации”.
- SOŁGANIK G.Ja. (Солганик Г.Я.), 1971: *Стиль репортажа*. Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ. Москва.
- SOŁGANIK G.Ja. (Солганик Г.Я.), 1981: *Лексика газеты*. Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ. Москва.

- SOŁGANIK G.Ja. (Солганик Г.Я.), 2005: *К определению понятий «текст» и «медиа́текст»*. „Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика”, № 2, с. 7–15.
- SOŁGANIK G.Ja. (Солганик Г.Я.), 1993: *Текстовая модальность как семантическая основа текста и важнейшая стилевая категория*. „Stylistyka”, nr 2.
- SURIKOWA T.N. (Сурикова Т.И.), 2007: *Этический аспект языка СМИ*. В: Бельчиков Ю.А. и др., ред.; Закурский Я.Н. и др., редкол.: *Язык массовой и межличностной коммуникации*. МедиаМир. Москва.
- SWIETANA S.W. (Светана С.В.), 1976: *Телевизионная речь. Функции и структура*. Изд-во Моск. ун-та. Москва.
- SWIETANA S.W. (Светана С.В.), 1985: *О диалогизации монолога*. „Филологические науки”, № 5.
- SZMIEŁOWA T.W. (Шмелева Т.В.), 2014: *Грамматика. Морфология. Синтаксис*. В: Дускаева Л.Р., ред.: *Современный русский язык*. Питер. Санкт-Петербург, с. 56–161.
- SZWIĘC A.W. (Швец А.В.), 1979: *Публицистический стиль современного русского языка*. Вища шк. Изд-во при Киев. ун-те. Киев.
- TROSYNA N. (Трошина Н.Н.), 1989: *Соотношение стилистики и лингвистики текста*. В: Трошина Н.Н., Стрельцова Г.Д. ред.-сост.: *Проблемы современной стилистики: Сб. научно-аналит. обзоров*. МедиаМир. Москва, с. 134–152.
- WARCZENKO W.W. (Варченко В.В.), 2008: *Медиа́текст: вербальный и визуальный компонент*. В: Пастухов А.Г., отв. ред.: *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. Горизонт. Орел, с. 263–271.
- WASILJEWA A.N. (Васильева А.Н.), 1983: *Газетно-публицистический стиль*. Русский язык. Москва.
- WEINRICH H. (Вайнрих Х.), 1987: *Лингвистика лжи*. В: Петрова. В.В. общ. ред.: *Язык и моделирование социального взаимодействия*. Прогресс. Москва, с. 44–87.
- WINOGRADOW S.I. (Виноградов С.И.), 1995: *Язык газеты в аспекте культуры речи*. В: Граудина Л.К., Ширяев Е.Н., ред.: *Культура русской речи и эффективность общения*. Федерация. Москва.
- WINOKUR G.O. (Винокур Г.О.), 1929: *Культура языка*. Лабиринт. Москва.
- WOROSZYŁOWA M.B. (Ворошилова М.Б.), 2013: *Политический креолизованный текст: ключи к прочтению*. Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург.
- ZARWA M.W. (Зарва М.В.), 1969: „Некоторые особенности языка радио как вида массовой коммуникации”. Дис. канд. филол. наук. Москва.



O kolorze w nauce Nowe perspektywy badawcze w lingwistyce

Colour in Science. The New Research Perspectives in Linguistics

Abstract: The paper shows the multidisciplinary and global colour aspects in a complex and integrated research environment. Dualistic concept in colour science draw attention to the humanistic and social perspective of the colour sign. The linguistic sign accompanies the rich tradition of linguistics research. The visibility of colour sign opens up transdisciplinary research areas in contemporary linguistics. A new category of research focuses on the paralinguistic colour aspects in the media discourse. The communicative media dimension makes such concepts as *visual content*, *visual language* and *visual identity* the subject of interest. Reconfiguration of research fields means that it is time for a colour turn after the linguistic and iconic/pictorial turns.

Key words: colour, colour turn, media discourse, visual sign

Abstrakt: Artykuł pokazuje multidyscyplinarny oraz globalny aspekt barwy w złożonym i zintegrowanym środowisku badawczym. Dualistyczna koncepcja nauki o kolorze kieruje uwagę na humanistyczną oraz społeczną perspektywę znakowości barwy. Znak językowy towarzyszy bogatej tradycji badań językoznawczych. Znak wizualny koloru otwiera zaś transdyscyplinarne obszary badawcze we współczesnej lingwistyce. Nowa kategoria badań kieruje uwagę na parajęzykowy aspekt barwy w przestrzeni dyskursu medialnego. Komunikacyjny wymiar mediów masowych czyni przedmiotem zainteresowania takie pojęcia jak: *visual content*, *visual language*, *visual identity*. Rekonfiguracja pól badawczych sprawia, że po zwrotach: lingwistycznym oraz ikonycznym/obrazowym czas na zwrot kolorystyczny.

Słowa kluczowe: kolor, zwrot kolorystyczny, dyskurs medialny, znak wizualny

1. Kolor jako przedmiot zainteresowania nauki

Zaprezentowanie w sposób kompleksowy wiedzy o barwie oraz badań nad kolorem we współczesnej nauce jest zadaniem niezwykle trudnym. Niemożliwe wręcz wydaje się uczynienie tego na podstawie przeglądu literatury. Główną przyczynę stanowi multidyscyplinarny zakres tematyki. Nie powstała do tej pory monografia, która w sposób wyczerpujący przedstawiłaby kolor we wszystkich jego aspektach. Tym samym dokładne scharakteryzowanie stanu badań wydaje się mało prawdopodobne. Tematyka barwy rozwija się w wielu zupełnie różnych dziedzinach nauki oraz łączy różnorodnie sprofilowanych badaczy, którzy podejmują zarówno teoretyczne, jak i praktyczne aspekty zjawiska. Chcąc zapoznać się z globalnym wymiarem nauki o kolorze, warto sięgnąć po czasopisma bran-

zowe oraz przyjrzeć się przedmiotom zainteresowań licznych konferencji, a także projektom i inicjatywom naukowym, które wiążą się z promocją oraz popularyzacją badań kolorystów. Podjęte w tym zakresie poszukiwania wyłaniają obraz barwy w złożonym i zintegrowanym środowisku badawczym.

Na wstępie warto doprecyzować, w jakiej relacji występują w języku polskim jednostki *kolor* i *barwa*. Zdaniem Mirosławy Ampel-Rudolf wskazane leksemy nie są synonimiczne ze względu na dostrzegalne różnice semantyczne (AMPEL-RUDOLF, 1987: 622). *Kolor* wyraża konkretną cechę obiektu, natomiast *barwa* ujmuje abstrakcyjnie cechę koloru. Autorka zaznacza jednak, że w zależności od kontekstu możliwe jest wystąpienie relacji równoznaczności. Są to sytuacje, w których „mówimy o barwie (kolorze) całego zbioru, a nie jednostkowego obiektu lub jeżeli mówimy o barwie (kolorze) nietrwałej, zmiennej” (AMPEL-RUDOLF, 1987: 624). Zakresy wspólne oraz rozdzielne zacierają polszczyzna mówiona. Pokazują to słowniki, na przykład *Wielki słownik języka polskiego* pod redakcją Piotra Żmigrodzkiego oraz, najstarszy z tzw. współczesnych, *Słownik języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego, które w podstawowej definicji haseł wykazują relację synonimiczną wyrazów. Dociekania natury terminologicznej wynikają z potrzeby uporządkowania semantyki również ze względu na podobnie brzmiące *colour* w systemie anglojęzycznym, które wyznacza jeszcze inną zależność. Na problematyczność jednostek *barwa* i *kolor* zwraca uwagę chociażby Jacek Tarasiuk:

W języku polskim natrafiamy na szereg problemów wynikających z potocznej równoważności określeń barwa i kolor. Nawet nauka zajmująca się tym zagadnieniem zamiast zwać się Teorią barwy w języku polskim została nazwana Teorią koloru. W języku angielskim problem ten w ogóle nie występuje. Nasza 'barwa' to po prostu 'color', a nasz 'kolor' (odcień) to 'hue'.

TARASIUK, online, data dostępu: 22.02.2021

W tym znaczeniu *kolor* stanowi atrybut barwy. W języku polskim pojęcia te często są mieszane, co utrudnia precyzyjną parametryzację barwy. Przyjmując jednak ogólne odniesienie, powszechność użycia oraz kierując się warunkami estetyczno-formalnymi dalszego opisu¹, skłaniam się w niniejszym tekście do pozostania przy przyjętej potocznie relacji synonimii.

Wszechstronne zainteresowanie tematyką bądź zjawiskiem koloru znajduje swoje potwierdzenie w różnych obszarach naukowej aktywności. Na rynku piśmienniczym na uwagę zasługują wydania, których autorzy skupiają się wyłącznie na zagadnieniu barwy. Przykładem jest czasopismo wydawnictwa Wiley – „Color Research and Application”² (Impact factor 1.091), publikowane nieprzerwanie od 1976 roku. Początkowo było ono wydawane jako kwartalnik. Od roku 1987 ukazuje się w sześciu numerach rocznie. Linią przyjętą w periodyku jest wielość dyscyplin nauki oraz szeroki zakres tematyczny podejmowanych badań określony w następujących kategoriach³:

¹ Unikanie powtórzeń.

² „Color Research and Application” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206378>; data dostępu: 24.03.2021].

³ Polskiego tłumaczenia tekstów angielskich dokonała autorka.

Industry:

- paint; plastics; paper; textiles; printing.

Scientific Fields:

- chemistry; biology; food science; physics; psychology – particularly perception; vision science; linguistics.

Application Fields:

- industrial design and production of colored products including paints; plastics; textiles; cosmetics; printing; lighting; optics; electronics including TVs, computers, cell phones;
- art; art conservation; design; architecture; urban planning; dentistry; archiving; education; forensics; military camouflage; cartography; deep data including visualization and sorting⁴.

„Color Research and Application”, online, data dostępu: 24.03.2021

Wśród czasopism wydawnictwa Wiley znajduje się również „Coloration Technology”⁵ (Impact factor 1.500), periodyk o niezwykle wyspecjalizowanym profilu oraz długiej tradycji wydawniczej sięgającej drugiej połowy XIX wieku. Czasopismo promuje tematykę zastosowania koloru oraz, jak podkreśla redakcja, jako jedyne na rynku obejmuje wszystkie aspekty technologii barwienia. Ze względu na ściśle sprofilowaną technicznie tematykę wymienię jej zakres w ogólnym zarysie: barwniki – chemia, synteza i produkcja; środki chemiczne i praktyka stosowania – proces barwienia; fizykochemiczne aspekty kolorów. Najnowszym, bo powstałym w 2018 roku, czasopismem jest międzynarodowe „Colour Turn”⁶. Jako początkująca platforma wydawnicza ma niewielki udział opublikowanych artykułów, natomiast zwraca uwagę swoimi głównymi założeniami oraz interdyscyplinarnym charakterem. Głównym celem twórców czasopisma jest promowanie nowych kierunków badań nad kolorem w zdefiniowanych obszarach badawczych:

⁴ Tłumaczenie:

Przemysł:

- farba; tworzywa sztuczne; papier; tekstylia; druk.

Dziedziny naukowe:

- chemia; biologia; nauka o żywności; fizyka; psychologia – w szczególności percepcja; nauka o wizji; językoznawstwo.

Obszary wdrożeniowe:

- wzornictwo przemysłowe i produkty kolorowe, w tym farby; plastik; tekstylia; kosmetyki; druk; oświetlenie; optyka; elektronika w tym telewizory, komputery, telefony;
- sztuka; konserwacja zabytków; projektowanie; architektura; planowanie przestrzenne; stomatologia; archiwizacja; edukacja; kryminalistyka; kamuflaż wojskowy; kartografia; dane głębokie w tym wizualizacja i segregacja danych.

⁵ „Coloration Technology” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14784408?tabActivePage=>; data dostępu: 24.03.2021].

⁶ „Colour Turn” [online: <https://colourturn.net/>; data dostępu: 24.03.2021].

Colour in interdisciplinary context; colour and the mind; colour and nature; colour and technology; colour and communication; colour in art and media; colour in culture & society⁷.

„Colour Turn”, online, data dostępu: 24.03.2021

Równie szeroki zakres tematyczny prezentują trzy inne czasopisma. Pierwsze z nich, „Color Culture and Science Journal”⁸, jest obecne na rynku od 2014 roku:

Color and measurement/instrumentation; color and digital; color and lighting; color and physiology; color and psychology; color and production; color and restoration; color and built environment; color and design; color and culture; color and education; color and communication/marketing⁹.

„Color Culture and Science Journal”, online, data dostępu: 24.03.2021

Kolejne, „Progress in Color, Colorants and Coatings”¹⁰, zapoczątkowane w 2008 roku, ma ściśle techniczny profil. Wybrane kategorie czasopisma to: obrazowanie i przetwarzanie obrazu; fizyka koloru; warunki środowiskowe; nauka i technologia druku i tuszu; barwniki organiczne; żywice i dodatki; powłoki nieorganiczne i ich aplikacja. Trzecim i ostatnim periodykiem, który warto wskazać, jest „Journal of the International Colour Association”¹¹, wydawany od 2007 roku i charakteryzowany przez redakcję jako multidyscyplinarny. Wszystkie tytuły łączy międzynarodowy charakter oraz wielodyscyplinarny zakres tematyczny. Wydawcą ostatniego czasopisma jest, jak sama nazwa wskazuje, International Colour Association (w skrócie AIC – Association Internationale de la Couleur)¹². Stowarzyszenie, które zostało powołane w 1967 roku, stanowi obecnie największą międzynarodową organizację kolorystów. AIC zrzesza zarówno osoby indywidualne, jak i lokalne towarzystwa, mające swoje oddziały w 28 krajach (między innymi w Australii, Chile, Japonii, Kanadzie, Niemczech, Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii). Organizacja koncentruje swoje działania w określonych tematycznie grupach badawczych¹³:

– *Study group on arts and design* – ds. sztuki i projektowania pod kierownictwem¹⁴ Marii João Durão z Portugalii;

⁷ Tłumaczenie: Kolor w kontekście interdyscyplinarnym; kolor i umysł; kolor i natura; kolor i technologia; kolor i komunikacja; kolor w sztuce i mediach; kolor w kulturze i społeczeństwie.

⁸ „Color Culture and Science Journal” [online: <https://jcolore.gruppodelcolore.it/ojs/index.php/CCS>]; data dostępu: 24.03.2021].

⁹ Tłumaczenie: Kolor i pomiary/oprzysądowanie; kolor w środowisku cyfrowym; kolor i oświetlenie; kolor i fizjologia; kolor i psychologia; kolor i produkcja; kolor w procesie odnawiania; kolor i środowisko budowlane; kolor i projektowanie; kolor i kultura; kolor i edukacja; kolor i komunikacja/marketing.

¹⁰ „Progress in Color, Colorants and Coatings” [online: <http://pccc.icrc.ac.ir/>; data dostępu: 24.03.2021].

¹¹ „Journal of the International Colour Association” [online: <https://aic-color.org/journal>; data dostępu: 24.03.2021].

¹² International Colour Association [online: <https://aic-color.org/>; data dostępu: 21.02.2021].

¹³ International Colour Association – Study Groups [online: <https://aic-color.org/study-groups>, data dostępu: 21.02.2021].

¹⁴ Dane na temat kierownictwa w grupach badawczych aktualne na 2021 rok.

- *Study group on color education* – ds. edukacji o kolorze oraz koloru w edukacji pod kierownictwem Roberta Hirschlera, z Brazylii/Węgier oraz Maggie Maggio ze Stanów Zjednoczonych;
- *Study group on color vision and psychophysics* – ds. widzenia barw i psychofizyki pod kierownictwem Katsunori Okajimy z Japonii oraz sekretarza Manuela Melgosa z Hiszpanii;
- *Study group on environmental color design* – ds. koloru w projektowaniu środowiska pod kierownictwem Vereny M. Schindler ze Szwajcarii i Yulii A. Griber z Rosji;
- *Study group on the language of color* – ds. koloru w języku pod kierownictwem Dimitrisa Mylonasa i Galiny Paramei z Wielkiej Brytanii.

Celem powołanych grup badawczych jest wspieranie międzynarodowej współpracy, wymiana doświadczeń, a także promowanie badań oraz istotnych wydarzeń branżowych. Skuteczność organizacyjną jednostek potwierdzają wybrane działania podjęte w ostatnim roku. W 2020 roku grupa badawcza ds. koloru w edukacji podjęła ścisłą współpracę z towarzystwem Inter-Society Color Council (ISCC)¹⁵ ze Stanów Zjednoczonych w ramach czteroletniego projektu „Colour Literacy Project”¹⁶, którego głównym zadaniem jest opracowanie systemu nauki poprzez wykorzystanie wszechstronnej wiedzy o barwie, a także zaprojektowanie interaktywnej platformy do multidyscyplinarnego nauczania poprzez włączenie kolorów w proces edukacji. Celem projektu jest zapewnienie materiałów oraz metod opartych na wielozmysłowym zaangażowaniu percepcji dziecka podczas prowadzonych zajęć praktycznych i eksperymentalnych. Projekt ponadto promuje ideę koloru jako idealnego produktu STEAM¹⁷. Głównymi koordynatorami przedsięwzięcia są architekci, projektanci oraz malarze – naukowcy i kolorysty z Australii, Finlandii, Kanady, Niemiec, Stanów Zjednoczonych, Węgier oraz Wielkiej Brytanii.

Warto podkreślić również działania grupy badawczej ds. koloru w projektowaniu środowiska, która w 2020 roku była jednym z głównych współorganizatorów drugiej edycji międzynarodowej konferencji „The International Conference of the Color Society of Russia”¹⁸, w skrócie RuColor, która odbyła się drogą online. Zasięg wydarzenia najlepiej wskazują dane liczbowe¹⁹. Przez pięć dni, od 1 do 5 grudnia, studio moderacyjne w Smoleńsku prowadziło i transmitowało na żywo wystąpienia wszystkich prelegentów za pośrednictwem platformy YouTube oraz Zoom. W konferencji wzięło udział 182 badaczy z 27 krajów na całym świecie. Przedstawiono 110 prezentacji, w tym 16 zrealizowanych przez zaproszonych gości. Spośród wszystkich uczestników aż 52 osoby stanowiły reprezentację różnych kolorystycznych stowarzyszeń naukowych. Konferencja została podzielona na panele rosyjsko- i anglojęzyczne w ramach wyróżnionych sekcji, ujętych w określone obszary tematyczne²⁰:

- *Color psychology and color sociology*;
- *Color in communication*;

¹⁵ Inter-Society Color Council (ISCC) [online: <https://iscc.org/>; data dostępu: 24.03.2021].

¹⁶ „Colour Literacy Project” [online: <https://colourliteracy.org/>; data dostępu: 21.02.2021].

¹⁷ Akronim od angielskich słów: *science* – nauka, *technology* – technologia, *engineering* – inżynieria, *art* – sztuka, *math* – matematyka.

¹⁸ RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/>; data dostępu: 22.02.2021].

¹⁹ Dane zaczerpnięte z prezentacji podsumowującej konferencję podczas ceremonii zamknięcia.

²⁰ RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/EN/sections/>; data dostępu: 22.02.2021].

- *Color in art and design*;
- *Light*;
- *Architecture and environmental*;
- *Art and culture*;
- *Philosophy, literature, film, photography, visual art*;
- *Color in science and technology*²¹.

Organizowane konferencje wpisują się w podobny schemat jak czasopisma. Realizowane są wydarzenia, które ponad dyscypliną łączy tematyka koloru oraz tradycja spotkań. Poza wspomnianą już inicjatywą RuColor należy wymienić ponownie działalność International Colour Association. Oprócz spotkań konferencyjnych, które odbywają się raz w roku, tradycją stowarzyszenia są organizowane co cztery lata kongresy. Najbliższa, czternasta edycja, odbędzie się w 2021 roku. Warto zauważyć, że tegorocznym organizatorem jest jedno ze stowarzyszeń AIC – Gruppo del Colore²² z Włoch, które jest ponadto wydawcą wspomnianego już czasopisma „Color Culture and Science Journal”. Tematyka kongresu będzie dotyczyła naukowych oraz kulturowych zagadnień obecności koloru w ludzkiej aktywności. W wyróżnionych sesjach specjalnych planowana jest dodatkowo dyskusja w zakresie kosmologii, kinematografii oraz holistycznego podejścia do zdrowia, z uwzględnieniem takich parametrów, jak kolor, światło i dźwięk. W formule corocznych spotkań organizowany jest natomiast Color Impact²³, który specjalizuje tematykę wydarzeń. W 2020 roku motywem przewodnim konferencji był *kolor w edukacji*. Edycja 2021 roku odbędzie się pod hasłem „For the Built Environment”, nakierowanym na takie obszary, jak: urbanistyka, architektura, projektowanie wewnątrz oraz oświetlenie i materiałoznawstwo. Jednym z głównych organizatorów wydarzenia jest Inter-Society Color Council, wspomniany już przy okazji „Colour Literacy Project”. Od 2004 roku szerokim zainteresowaniem cieszy się także konferencja Progress in Colour Studies²⁴, która pokazuje nowe kierunki w badaniach nad kolorem, głównie w obszarze nauk humanistycznych, takich jak: językoznawstwo, psycholingwistyka, onomastyka, translatologia, antropologia, literaturoznawstwo, filozofia, psychologia, archeologia. Pierwszą edycję wydarzenia sygnował motyw koloru w języku i kulturze. Ostatnia monografia pokonferencyjna²⁵ z 2018 roku pokazuje natomiast

²¹ Tłumaczenie:

- Psychologia koloru i socjologia koloru;
- Kolor w komunikacji;
- Kolor w sztuce i projektowaniu;
- Aspekt światła;
- Architektura i środowisko;
- Sztuka i kultura;
- Filozofia, literatura, film, fotografia, sztuka wizualna;
- Kolor w naukach ścisłych i technicznych.

²² Gruppo del Colore [online: <https://www.gruppodelcolore.org/?lang=en>; data dostępu: 24.03.2021].

²³ Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].

²⁴ Progress in Colour Studies [online: https://www.gla.ac.uk/media/Media_236826_smxx.pdf; data dostępu: 24.03.2021].

²⁵ L.W. MACDONALD, C.P. BIGGAM, G.V. PARAMI, eds., 2018: *Progress in Colour Studies. Cognition, Language and Beyond*. John Benjamin Publishing Company. Amsterdam.

zakres tematyczny ujęty w rozdziałach: *Colour Perception and Cognition; The Language of Colour; The Diversity of Colour*²⁶. Podobnie jak w poprzednich przykładach, również i w tym wypadku można dostrzec aktywnie działające środowisko International Colour Association. Członkowie stowarzyszenia zajmują się współorganizacją konferencji oraz pełnią funkcje w zespole redakcyjnym publikowanych monografii.

Dzięki przyjętym na początku założeniom zaprezentowany w krótkiej formie materiał przeglądowy dostarcza informacji na temat skali zainteresowania zjawiskiem barwy, a także pokazuje relacje i zorganizowanie środowisk wokół tematyki koloru. Potwierdza on również silny komponent udziału dyscyplin z dziedziny nauk humanistycznych (literaturoznawstwo, językoznawstwo, filozofia, archeologia, nauki o kulturze, nauki o sztuce) oraz społecznych (psychologia, nauki o zarządzaniu i jakości, nauki o komunikacji społecznej i mediach) w badaniach poświęconych barwie. Dokonane rozpoznanie, lektura prac dotyczących zjawiska koloru oraz obserwacja wystąpień na konferencji RuColor stały się kanwą sformułowania hipotez badawczych do postępowania metodycznego w nowoczesnym językoznawstwie.

2. Barwna siła znaku – perspektywy badawcze we współczesnej lingwistyce

Tematyka koloru wpisuje się w wielowiekowy rozwój myśli humanistycznej, której początków należy upatrywać w filozofii antycznej. To właśnie starożytni Grecy starali się odnaleźć odpowiedź na pytanie, „czy kolor jest obiektywną właściwością ciała, czy też tylko wrażeniem” (RZEPIŃSKA, 2009: 8). Problematyka barwy znajduje swoje odzwierciedlenie w intelektualnej refleksji na temat dwoistości zawartej w sposobie postrzegania „świata zewnętrznego – traktowanego przez wielu myślicieli jako fakt obiektywny i świata wewnętrznego – psychicznego, traktowanego jako fakt subiektywny lub zjawisko subiektywne” (POPEK, 2001: 11). W myśl dualistycznej koncepcji kartezjańskiej²⁷, przełożonej na grunt badań nad kolorem, należy uznać dualizm za jedną z cech identyfikujących i konstytuujących barwę jako zjawisko. Pogląd ten zyskuje swoje umotywowanie na kilku płaszczyznach. Przede wszystkim barwę można rozpatrywać ze względu na jej właściwości obiektywne oparte na podstawach materialnych świata wrażeń, zawartych w sferze zjawisk fizycznych, oraz subiektywne, czyli doznania zmysłowe (ZAUSZNICA, 2012: 19). Interesującą perspektywą dla humanistycznej metodologii badawczej jest jednak kolor, który przejawia swoją dualistyczną postać w formie znaku językowego oraz znaku wizualnego. Refleksja nad znakowym charakterem koloru pozwala dostrzegać w nim reguły semiozy. Integralność koloru z procesem użycia i tworzenia znaczeń wskazuje na kolejną niezbywalną i stanowiącą o kolorze cechę. Wartość badań semiotycznych w nauce o barwie podkreśla José Luis Caivano:

²⁶ Tłumaczenie: *Percepcja Koloru i Aspekty Poznawcze; Język Koloru; Różnorodność Koloru*.

²⁷ Kartezjusz (XVII w.) w nauce o człowieku wyznawał dualizm umysłu i ciała. „Przyjmował on, że byt ludzki jest złożony z dwóch odrębnych »substancji«: myślącej (*res cogitans*) i rozciągłej (*res extensa*), czyli z duszy i ciała” (KIEREKO, 2005: 98).

What can semiotics offer to the science of color in relation to the physical, physiological, and psychological perspectives? The thesis is that semiotics, as a discipline that is at the basis of all biological cognitive systems – human and nonhuman – encompasses and provides the adequate epistemological framework for all the other perspectives. If we consider color as a sign, we are including all the aspects, because a sign is not a previously defined thing, but a consequence of various factors and of the context in which it is taken as such. Color may function as a sign for a physical phenomenon, for a physiological mechanism, or for a psychological association²⁸.

CAIVANO, 1998: 390

Ostatnie zdanie wskazanej wypowiedzi zdaje się korespondować z opinią Marii Rzepińskiej, która określa barwę jako zjawisko fizyczne, fizykochemiczne oraz fizjologiczno-psychologiczne (RZEPIŃSKA, 2009: 8). W myśleniu o kolorze jako o znaku warto wziąć pod uwagę jeszcze jedną perspektywę, której głęboka kontekstowość wpływa na jakość i wartość poznawczą zjawiska. Mowa tutaj o aspekcie kulturowym, który silnie oddziałuje w analizach kolorystów i otwiera miejsce dyskusji lingwistycy kulturowej.

Zarówno język, jak i kolor charakteryzowane są w literaturze jako *fakt społeczny* lub *fakt kulturowy* (ANUSIEWICZ, 1994: 44; GAGE, 2008: 79; PASTOUREAU, 2013: 7). Jest to istotna cecha, która łączy obydwie systemy utrzymane w nurcie lingwistyki kulturowej. Kolor i język pozostają w ścisłej relacji ze względu na wartość doświadczenia i stwarzania danej kultury. Mają także funkcję sprawczą w kreowaniu symboli, która w opinii Johna Gage'a jest właściwością w dużej mierze lingwistyczną. Pozwala ona na przykład wybrzmieć *językowi symboli kolorystycznych* (GAGE, 2008: 79). Co ważne, lingwistyka kulturowa umożliwia przełamanie schematu autonomii językowej w badaniach językoznawczych. Pozwala postrzegać język jako twór wieloaspektowy, wielofunkcyjny i wielopłaszczyznowy oraz wskazuje jego relacje w kontekstach, które wzajemnie na siebie oddziałują i tym samym wpływają na kształtowanie kultury. Przy czym:

W lingwistyce kulturowej traktuje się język jako najważniejszy fakt w obrębie kultury, zasadniczy jej składnik, implikator, a zarazem warunek jej istnienia. Język przechowuje treści, wzorce i formy kultury, przy czym w świecie wzorców kulturowych pełni niejako podwójną rolę – jedno wzorce wytwarza, wyraża, przechowuje i przekazuje, a w stosunku do innych wzorców (pozajęzykowych) jest narzędziem ich interpretacji.

ANUSIEWICZ, 1994: 51

²⁸ Tłumaczenie: „Co semiotyka może zaoferować nauce o kolorze w odniesieniu do perspektywy fizycznej, fizjologicznej i psychologicznej? Teza jest taka, że semiotyka, jako dyscyplina będąca podstawą wszystkich biologicznych systemów poznawczych – ludzkich i nieludzkich – obejmuje i zapewnia odpowiednie ramy epistemologiczne dla wszystkich innych perspektyw. Jeśli uważamy kolor za znak, uwzględniamy wszystkie aspekty, ponieważ znak nie jest rzeczą wcześniej zdefiniowaną, ale konsekwencją różnych czynników i kontekstu, w jakim jest traktowany jako taki. Kolor może służyć jako znak zjawiska fizycznego, mechanizmu fizjologicznego lub skojarzenia psychologicznego”.

Zasada nadrzędności języka ustala triadę, na której lingwistyka kulturowa buduje swoje założenia. W odpowiednio zachowanej kolejności są to: *język – kultura – człowiek* (CZACHUR, 2017: 13). Lingwistyka kulturowa wpisuje się tym samym w XX-wieczną ewolucję filozofii języka, której przejawem jest zjawisko *linguistic turn* (tzw. zwrotu językowego) w naukach humanistycznych. Język stanowi punkt wyjścia do pełnego poznania i zrozumienia *kultury rzeczywistości i kultury wartości* (ANUSIEWICZ, 1994: 45), czyli pewnych praktyk społecznych, norm postępowania, doświadczenia oraz systemu aksjologicznego, które zakodowane są w środkach wyrazu i językowym sposobie przekazu informacji danej społeczności. Na tej podstawie współcześni lingwiści starają się również opisać charakteryzujące język funkcje kulturowe. Natomiast jednym z kluczowych pojęć paradygmatu badawczego jest kategoria *językowego obrazu świata*, która poprzez semantyczne, gramatyczne, syntaktyczne i pragmatyczne kategorie określonego języka naturalnego pokazuje sposób pojmowania świata wybranej grupy etnicznej. W kontekście językoznawczych badań nad kolorem za szczególnie istotną uważam jednak kategorię *kulturowego obrazu świata*, systemu organizującego wszystkie konstrukty systemów znakowych, które razem z językiem kształtują wspólnotę komunikatywną. Lingwistyka kulturowa wykracza poza ścisły obszar dyscypliny. Wykorzystuje oraz łączy w metodach i analizach wiedzę z nauk pokrewnych, takich jak socjologia, psychologia, filozofia, historia, etnologia czy kulturoznawstwo. Wskazuje na to również Waldemar Czachur, podkreślając najistotniejsze dla ewolucji tego nurtu zagadnienia:

Kluczowa dla dalszego rozwoju lingwistyki kulturowej jest pogłębiona dyskusja, integrująca różne kulturoznawczo nakierowane subdyscypliny nad takimi pojęciami, jak znakowość, znaczenie, medialność, dialogowość, kulturowość, emergencja, wzorcowość działań i praktyk komunikacyjnych, wiedza i dyskurs. W tych kategoriach ogniskuje się istota kulturowości języka i językowość kultury.

CZACHUR, 2017: 21

Słowa Czachura utwierdzają mnie w przekonaniu, aby traktować lingwistykę kulturową jako swego rodzaju rdzeń dla dwóch głównych nurtów badawczych, które kształtują moje spojrzenie na językoznawczą perspektywę badań nad kolorem we współczesnej lingwistyce. Są to programy, które opierają się na transdyscyplinarnych założeniach oraz złożonych praktykach komunikacyjnych i społecznych. Mowa o lingwistyce dyskursu (CZACHUR, 2020) oraz lingwistyce mediów (czy też: mediolingwistyce (SKOWRONEK, 2013)). Co więcej, pozwalają one na jeszcze szersze włączenie aspektów kulturowych do badań językoznawczych, a w tych przede wszystkim odnajduję kolor.

Doświadczenie udziału w konferencji RuColor stało się dla mnie punktem wyjścia do obserwacji naukowego świata kolorystów i wpłynęło na zmianę sposobu postrzegania barwy oraz jej zakresu jako przedmiotu badań. Wystąpienia, których miałam przyjemność wysłuchać, pokazały tematykę koloru w perspektywie przekraczania granic. W badaniach humanistycznych można je przyporządkować kilku kategoriom. Pierwszą z nich jest kategoria *przestrzeni* określająca globalny wymiar zainteresowania barwą, zaprezentowany w pierwszej części artykułu. Kategoria *czasu* odnosi się do ponadpokowej tradycji badań nad kolorem, począwszy od starożytnej myśli filozoficznej. Kategoria *transdyscyplinarności* podkreśla spojrzenie holistyczne, konieczne w nauce o kolorze, wykraczające poza ramy

jednego pola badawczego. Barwę, podobnie jak wiele innych przedmiotów badań, charakteryzuje przekraczanie granic ścisłego paradygmatu, utrwalonego w dyscyplinie sposobu postępowania badawczego. Kategoria *kultury* czyni kolor zjawiskiem między-, a nawet polikulturowym, będącym częścią kulturowego obrazu świata danej społeczności komunikatywnej.

Podsumowując, wskazane w drugiej części artykułu odniesienie do barwy jako znaku kieruje moją uwagę na aspekt wizualności koloru, natomiast wymienione perspektywy badawcze pozwalają dostrzec potencjał interdyscyplinarnego podejścia w obszarze chromatologii w postaci badań semiotyczno-lingwistycznych, w środowisku dyskursu medialnego. Obserwowany mechanizm przekraczania granic w nauce o barwie, a także złożoność perspektywy badawczej formują podstawy podejścia transdyscyplinarnego we skazanych metodologiach. Ideę transdyscyplinarności rozumiem podobnie jak Aleksandra Kalisz, która ujęła zjawisko w następujących słowach:

Ta stosunkowo nowa forma prowadzenia badań zakłada bowiem przygodny kontakt poszczególnych dziedzin naukowych na obrzeżach ich zainteresowań, co daje możliwość tworzenia zupełnie nowych pól badawczych, przy jednoczesnym zachowaniu przez badaczy poszczególnych dyscyplin tożsamości własnych zainteresowań naukowych (s. 20–25). Jednocześnie idea transdyscyplinarna zwalnia integrujące się wokół konkretnego zagadnienia dziedziny od zobowiązującej fuzji, jaką zdaje się narzucać podejście interdyscyplinarne.

KALISZ, 2014: 197

Zakres badawczy, koncentrujący się wokół przekazów wielomodalnych oraz kategorii obrazowości, sięga w tym wypadku po pozasystemowe, transdyscyplinarne obszary. Przykładowo można wymienić wiedzę o komunikowaniu społecznym i masowym, wiedzę o kulturze czy też psychologię zachowań i emocji. „[...] obrazy materialne (tzn. wizualne), obrazy językowe, tzn. wyrażenia ilustrujące, obrazowe, obrazujące (metafory) i obrazy mentalne (wyobrażenia) są ze sobą nierozzerwalnie połączone i jako takie muszą być rozpatrywane” (KLEMM, STÖCKL, 2015: 47). Zbieżny z tym wydaje się zamysł metodyczny analizy dyskursu medialnego, w myśl którego barwa stanowi niezbywalną cechę multimodalności mediów masowych. Obserwacja podjętych założeń formuje pierwsze zobowiązanie badawcze mówiące o tym, że badania nad kolorem oraz wnioskowanie nie mogą wynikać z izolowanej obserwacji systemu barwnego.

3. Język koloru i lingwistyka koloru – hipotezy badawcze

Nigdy jeszcze chyba rola barwy w życiu człowieka i społeczności nie była tak oficjalnie uznana i nie budziła takiego zainteresowania jak obecnie. Rola ta wydaje nam się teraz oczywista, ale pamiętajmy, że bynajmniej nie we wszystkich okresach historii ludzkości podzielano to przekonanie. Nawet w niektórych dawnych teoriach sztuki barwa uznana była „filozoficznie” za czynnik bynajmniej nie nieodzowny, a w każdym razie drugorzędny.

RZEPIŃSKA, 2009: 17

Nie sposób zaprzeczyć opinii Rzepińskiej. Niewątpliwie, zainteresowanie kolorem wzmacniane jest rosnącą pozycją mediów ekranowych. Interaktywna telewizja, internet, media społecznościowe oraz aplikacyjność smartfonów zmieniają znane i ukonstytuowane w epoce druku relacje zachodzące pomiędzy słowem i obrazem. Nowoczesne formy komunikacji oraz nowe reguły tekstowości wprowadzają silny akcent obrazu w tekstach, przez co rozumem grafizację oraz ikonizację treści. Można tu również zaaplikować spostrzeżenie, że żyjemy w epoce filtrów oraz retuszu, które sterują uwagą odbiorcy, wpływają na poziom zainteresowania komunikatem, a także koncentrują uwagę na takich komponentach obrazu, jak jasność, nasycenie, kontrast czy ostrość, czyli parametrach ściśle skorelowanych z barwą. Kolor zatem jest czynnikiem wywierania wpływu społecznego, a jego konsekwentna obecność – koniecznym warunkiem marketingowych i promocyjnych działań w mediach. W profesjolekcie reklamowym znany jest *visual content marketing*²⁹ (marketing treści wizualnych) jako czynnik zwiększający konkurencyjność oraz zaangażowanie odbiorcy. Pojęcie wprowadza nowy model komunikacji w internecie oparty na zasadach szybkiego dostępu, skróconego czasu przetwarzania i interpretowania treści oraz łatwego zapamiętywania. Najczęstszymi formami jego realizacji są infografiki, wideo, wirale, zdjęcia, GIF-y, memy, wizualizacje, pokazy slajdów, interaktywne obrazy, animacje. W najnowszych badaniach nad kolorem³⁰ kontekst wizualności występuje również w pojęciach *visual language* (język wizualny) oraz *visual identity* (identyfikacja wizualna). Pokazują one zróżnicowane perspektywy badawcze barwy, także w nieoczywistych kontekstach, na przykład jako komunikatora i narzędzia do wyrażania złożonych stanów emocjonalnych u osób chorujących na depresję³¹ lub sposobu komunikowania treści poprzez animację filmową³².

Zagadnienie barwy pojawia się również w kontekście kształtowania identyfikacji wizualnej marki oraz analizy dominującego koloru w odniesieniu do percepcji odbiorcy³³. W kategorii pojęć na uwagę zasługuje jeszcze jedna charakterystyka, ujęta w sformułowaniu *visual archetypal blueprint*³⁴ (wizualny archetyp osobowości), promująca ideę indywidualnego wzorca osobowości w myśl koncepcji Carla Gustava Junga, zapisanej w kolorystycznej wizualizacji daty urodzin oraz imienia. W szerszej zatem kategorii wizualności realizuje się wskazywana już wcześniej idea transdyscyplinarnej perspektywy badawczej koloru. W promowanym tu podejściu kategoria *obrazowości* jest jednym z podstawowych wyznaczników treści, realizowanych głównie przez kolor. Wraz z rozwojem nowoczesnych

²⁹ Visual Content Marketing [online: <https://sprawnymarketing.pl/blog/visual-content-marketing/>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁰ Badania prezentowane podczas konferencji RuColor (1–5.12.2020).

³¹ Puja Kumar, *Depression to Expression: Color as Visual Language to Communicate Complex Emotions (Depresja do wyrażenia: Kolor jako język wizualny do komunikowania złożonych emocji)*.

³² Elizaveta Kushnirenko, *Color as a Visual Language: Exploring the Chromatic Palette in Suzan Pitt's Animation (Kolor jako język wizualny: Odkrywanie barwnej palety kolorów w animacjach Suzan Pitt)*.

³³ Carlos Esteban Prause, *The Color as a Distinctive Quality in Visual Identity: Analysis of Dominant Color in Brand Identity in Relation to the Perception of the Recipient (Kolor jako wyróżniająca cecha identyfikacji wizualnej: Analiza dominującego koloru w tożsamości marki w odniesieniu do percepcji odbiorcy)*.

³⁴ Mark Wentworth, *Colour Profiling: A Visual Archetypal Blueprint for the Process of Jungian Individuation. (Profilowanie kolorem: Wizualny archetyp osobowości dla procesu indywidualizacji jungowskiej)*.

form komunikacji w przestrzeni medialnej rola barwy zyskuje na znaczeniu i otwiera nowe przestrzenie badawcze. W XXI wieku intensyfikuje się tematyka koloru zarówno w badaniach, jak i aspekcie społecznym. Czynniki, które na to wpływają, związane są między innymi z sytuacją ekonomiczną oraz technologią. Wynikają one z obniżenia kosztów produkcji w warunkach jednoczesnego wzrostu jakości druku. Rozwój grafiki, a także dostępność szerokopasmowego internetu przekierowują uwagę odbiorcy na media audiowizualne, czyniąc współczesność czasem ekranów, cywilizacji wizualnej oraz zanurzenia w obrazie. W założeniach metodologiczno-teoretycznych nauk humanistycznych kontekst ten został wyeksponowany w badaniach poświęconych zjawisku *iconic turn* (zwrotu ikonicznego) lub *pictorial turn* (zwrotu obrazowego). Związany z kulturą audiowizualną proces ikonizacji skłania lingwistów do pytań o funkcje obrazu w przekazywaniu informacji i porozumiewaniu się ludzi za pośrednictwem mediów (KAWKA, 2015: 19). Zwroty „rekonfigurują pola badawcze, implikują nieoczekiwane zerwania i nowe sojusze, skłaniają do reinterpretacji tradycji myślowych. Dzieje się tak przynajmniej od czasu zwrotu lingwistycznego” (ZEIDLER-JANISZEWSKA, online: 151). Zacytowane słowa oraz dotychczasowa obserwacja w obszarze kulturowo-społecznym popychają narrację o krok dalej i skłaniają mnie do sformułowania hipotezy o nienazwanym i niescharakteryzowanym do tej pory zjawisku *colour turn* – zwrocie kolorystycznym w kulturze i społeczeństwie XXI wieku. Wartość barwy i zasadność mówienia o kolejnym zwrocie potwierdzają między innymi dwa zaawansowane procesy społeczne: specjalizacji oraz fragmentaryzacji rzeczywistości.

Czy przedstawiciele lingwistyki są uprawnieni do tego, by badać wizualne aspekty barwy? Zdecydowanie tak i już w poprzednich akapitach wskazałam ku temu konkretne argumenty. Kolor jest nieodłącznym elementem funkcjonowania wpisany niejako w naturę i kulturę człowieka, począwszy od biologicznych predyspozycji – fizjologia umożliwia ludziom percypowanie oraz rozróżnianie barw. W tym przypadku kolor występuje jednak jako zjawisko nieintencjonalne. Lingwistów interesuje natomiast barwa intencjonalna, dlatego punktem wyjścia do językoznawczych badań nad kolorem staje się teoria znaków. Należy tu przyjąć koncepcję na wzór Charlesa S. Peirce’a, że „znak to każda rzecz lub zjawisko, które w czyimś umyśle mogą zastępować coś innego, niosąc znaczenie; każdy układ rzeczy lub zjawisk spowodowany przez kogoś, aby przekazać znaczenie” (LISOWSKA-MAGDZIARZ, 2019: 89). W semiotyce Peirce’a proponuje się relację triadyczną znaku, wyszczególniając: *representamen* – środek przekazu, forma znaku, *interpretant* – znaczenie, treść oraz *przedmiot* – przedmiot oznaczany. Wskazane założenie stanowi punkt wyjścia do połączenia barwy jako przedmiotu badań z tradycją językoznawstwa. Znakowość koloru implikuje postrzeganie go jako fenomenu kulturowego. Obserwacja dotychczasowej metodologii badań językoznawczych wskazuje, że badaniu poddawano jednostki leksykalne nazywające kolory w swych denotacyjnych, a wtórnie konotacyjnych cechach, także w aspektach porównawczych jako przedmiot zainteresowania przedstawicieli semantyki leksykalnej, słowotwórstwa i pól leksykalnych. Natomiast kulturowa znakowość barwy wpisuje kolor również w parajęzykową komunikację międzyludzką, odbywającą się na poziomie środków pozawerbalnych. Barwa należy do środków komunikowania, podobnie jak gest i mimika (lub bardziej złożone relacje, będące obiektem badań chronemiki, proksemiki lub haptyki), oddziałując na psychikę człowieka, jego zachowanie oraz wywołując zróżnicowane reakcje emocjonalne.

Podstawą w przyjętych założeniach badawczych jest kolor, który traktuję jako inny niż werbalny (logos) środek tworzenia znaczeń. Towarzyszy temu przekonanie o aspekcie pragmatycznym barwy w tekście medialnym. Pytania, które klarują perspektywę badań, dotyczą przede wszystkim rodzaju i stopnia zależności barwy od innych znaków semiotycznych³⁵, roli koloru we wzajemnych relacjach media – kultura – język środowiska medialnego³⁶ oraz funkcji koloru w *medium*, *mediotekście* (LOEWE, 2015) lub *interfejsie medium* (JOHNSON, 1999). Kolor tworzy niewerbalne systemy komunikowania w przekazach statycznych oraz dynamicznych. Współtworzy przekazy multisensoryczne, których mechanizmy i wartość znaczeniowa zakorzenione są w kulturze i tradycji. Jest również komponentem przekazów hipertekstowych, będących udziałem mediów cyfrowych. Interesująca w tym obszarze wydaje się myśl Hartmuta Stöckla, który pisze o dwóch kluczowych ideach kształtującej się lingwistyki mediów (STÖCKL, 2015: 24): *intermedialności*, czyli transponowania treści z jednych form na drugie, oraz *transkryptywności*, czyli przekodowywania tekstów z jednej postaci medialnej w inną.

Za wartościowe uznaję również założenie interpretacji i wnioskowania oparte na trzech wzajemnie warunkujących się poziomach: złożonych systemów semiotycznych, treści oraz praktyk komunikacyjnych (LISOWSKA-MAGDZIARZ, 2018: 156). Obserwacja wskazanych mechanizmów pozwoli odpowiedzieć na pytanie: Czy w wyniku zmienności procesów społeczno-kulturowych kolor może przejmować znaczenie poszczególnych znaków lub systemów semiotycznych w dyskursie medialnym? Zbadanie wzajemności wszystkich modalności, określenie roli i funkcji koloru oraz zdefiniowanie stopnia niezależności barwy w dyskursie pozwoli zweryfikować przyjęte tezy oraz odpowiedzieć na sformułowane pytania badawcze.

Obecność koloru w kulturowym obrazie świata przejawia się w ekspozycji obrazu i natężeniu ekranów, w których barwa nadana przez operatora, twórcę, realizuje określoną intencję w konkretnym kontekście. Aspekty *intencji* oraz *kontekstu* otwierają kolejne pole badawcze dla analiz nad sposobem komunikowania koloru masowemu odbiorcy. Próba zrozumienia języka koloru w epoce ekranów sytuuje barwę w multimodalnych przekazach medialnych i czyni ją narzędziem w praktykach dyskursu medialnego. W tym kontekście formułuję trzy hipotezy badawcze, które dopełniają perspektywę założeń podjętego problemu badawczego: 1) medialny obraz świata jest konstrukcją multimodalną, maksymalizującą udział wszystkich możliwości komunikacyjnych w wytwarzaniu przekonań i postaw masowego odbiorcy, dlatego koniecznością jest podjęcie rozważań o kolorze oraz jego udziale w mediotekście, interfejsie lub medium; 2) kolor jest wpisany w kulturę i osadzony w niej; ma pola mocnych konotacji, a te przekładają się na komunikatywność barw; założenie drugie niesie przekonanie o wpływie barwy na komunikat; w analizie zachowań komunikacyjnych należy wziąć pod uwagę utrwalone konotacje kulturowe; z tym aspektem związane jest założenie: 3) obecność zjawisk transkulturowych, ma swoje odzwierciedlenie również w kolorze. Pytanie badawcze, które wynika z ostatniej przyjętej hipotezy dotyczy potrzeby rozpoznania, czy kolor wpisuje się w międzykulturowe budowanie znaczeń.

³⁵ Określając ich właściwości syntaktyczne.

³⁶ Rodzaj relacji semantycznej.

Od 2009 roku w wielu krajach na całym świecie 21 marca obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Koloru. To inicjatywa zapoczątkowana przez organizację AIC³⁷, która każdego roku przyczynia się do promocji badań oraz działań związanych z popularyzacją nauki o barwie. Już od ponad dwudziestu lat wpływ na rozwój produktów, ich opakowania i projekty graficzne oraz na decyzje zakupowe w wielu branżach, między innymi w modzie, urządzaniu wnętrz, wzornictwie przemysłowym, ma właśnie kolor. Dzieje się tak za przyczyną opiniotwórczej marki Pantone³⁸, która każdego roku ustanawia dominujący *kolor roku*. Decyzje podjęte w Pantone Color Institute wskazują trendy kolorystyczne, będące motywem przewodnim następných dwunastu miesięcy. W 2020 roku był to *Pantone Classic Blue 19-4052*. Natomiast rok 2021 wyznaczają, pierwszy raz w historii firmy, dwie barwy: *Pantone Ultimate Gray 17-5104* oraz *Pantone Illuminating 13-0647*. Wybory mają swoje uzasadnienie w przeprowadzanych badaniach. Wytypowane kolory są silnie motywowane filozofią przekazu, emocjami oraz symboliką:

Practical and rock solid but at the same time warming and optimistic, the union of PANTONE 17-5104 Ultimate Gray + PANTONE 13-0647 Illuminating is one of strength and positivity. It is a story of color that encapsulates deeper feelings of thoughtfulness with the promise of something sunny and friendly.

A message of happiness supported by fortitude, the combination of PANTONE 17-5104 Ultimate Gray + PANTONE 13-0647 Illuminating is aspirational and gives us hope. We need to feel that everything is going to get brighter – this is essential to the human spirit³⁹.

Pantone, online, data dostępu: 1.03.2021

Wspomniana wcześniej intensyfikacja badań przekłada się na ważne wydarzenia w kolorystycznym świecie nauki. Rok 2021 zapowiada dwie międzynarodowe konferencje. Pierwszą z nich jest Color Impact 2021⁴⁰ zaplanowany na czerwiec oraz AIC 2021 14th Congress⁴¹, który odbędzie się na przełomie sierpnia i września. Doskonałym przykładem jest również ostatnie wydarzenie naukowe RuColor 2020.

Postrzeganie barwy jest naturalną umiejętnością, a jej doświadczanie – jedną z podstawowych potrzeb. Być może dlatego tak często rola i wpływ koloru nie są uświadamiane, a kolorystyczne decyzje, których wiele w życiu, są podejmowane intuicyjnie. Kolorystyci jednak zmieniają tę perspektywę, czyniąc barwę źródłem wielu świadomych, naukowych dociekań. Barwa natomiast zmienia perspektywę komunikacji, stawiając nowe wyzwania lingwistycy.

³⁷ International Colour Day [online: <https://aic-color.org/icd-2020>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁸ Pantone [online: <https://www.pantone.com/eu/en/>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁹ Tłumaczenie: „Praktyczne i solidne jak skała, ale jednocześnie rozgrzewające i optymistyczne, połączenie PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating to siła i pozytywne podejście. To historia koloru, która zawiera w sobie głębsze poczucie zadumy, obiecując coś słonecznego i przyjaznego. Przekaz szczęścia wsparty hartem ducha, połączenie PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating jest angażujące i daje nam nadzieję. Musimy poczuć, że wszystko się rozjaśni – to jest niezbędne dla ludzkiego ducha”.

⁴⁰ Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].

⁴¹ AIC Congress 2021 [online: <https://www.aic2021.org/>; data dostępu: 1.03.2021].

Bibliografia

Źródła

- AIC Congress 2021 [online: <https://www.aic2021.org/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Color Culture and Science Journal” [online: <https://jcolore.gruppodelcolore.it/ojs/index.php/CCSJ>; data dostępu: 24.03.2021].
- Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Colour Literacy Project” [online: <https://colourliteracy.org/>; data dostępu: 21.02.2021].
- Colour of the Year* [online: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2021>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Color Research and Application” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206378>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Colour Turn” [online: <https://colourturn.net/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Coloration Technology” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14784408?tabActivePane=>; data dostępu: 24.03.2021].
- Gruppo del Colore [online: <https://www.gruppodelcolore.org/?lang=en>; data dostępu: 24.03.2021].
- International Colour Association [online: <https://aic-color.org/>; data dostępu: 21.02.2021].
- International Colour Association – Study Groups [online: <https://aic-color.org/study-groups>, data dostępu: 21.02.2021].
- International Colour Day [online: <https://aic-color.org/icd-2020>; data dostępu: 1.03.2021].
- Inter-Society Color Council (ISCC) [online: <https://iscc.org/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Journal of the International Colour Association” [online: <https://aic-color.org/journal>; data dostępu: 24.03.2021].
- MACDONALD L.W., BIGGAM C.P., PARAMEI G.V., eds., 2018, *Progress in Colour Studies. Cognition, Language and Beyond*. John Benjamin Publishing Company. Amsterdam.
- Pantone [online: <https://www.pantone.com/eu/en/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Progress in Color, Colorants and Coatings” [online: <http://pccc.icrc.ac.ir/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Progress in Colour Studies” [online: https://www.gla.ac.uk/media/Media_236826_smxx.pdf; data dostępu: 24.03.2021].
- RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/>; data dostępu: 22.02.2021].
- Visual Content Marketing* [online: <https://sprawnymarketing.pl/blog/visual-content-marketing/>; data dostępu: 1.03.2021].

Słowniki

- SJP – DOROSZEWSKI W., red., *Słownik języka polskiego* [online: <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/lista>; data dostępu: 22.03.2021].
- WSJP PAN – ŻMIGRODZKI P., red., 2020, *Wielki słownik języka polskiego PAN* [online: <https://www.wsjp.pl/>; data dostępu: 22.03.2021].

Literatura

- AMPEL-RUDOLF M., 1987: *Barwa a kolor*. „Poradnik Językowy”, z. 8, s. 621–625.
- ANUSIEWICZ J., 1994: *Lingwistyka Kulturowa. Zarys problematyki*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Wrocław.

- CAIVANO J.L., 1998: *Color and Semiotics: A Two-way Street*. „Color Research and Application”, XXIII, nr 6, s. 390–401.
- CZACHUR W., 2017: *Lingwistyka kulturowa i międzykulturowa. Pytania badawcze, zadania i perspektywy*. W: CZACHUR W., red.: *Lingwistyka kulturowa i międzykulturowa. Antologia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, s. 7–38.
- CZACHUR W., 2020: *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. ATUT. Wrocław.
- GAGE J., 2008: *Kolor i Kultura: teoria i znaczenie koloru od antyku do abstrakcji*. TAIWPN Universitas. Kraków.
- JOHNSON S., 1999: *Interface Culture, How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate*. Harper Edge. San Francisco.
- KALISZ A., 2014: *Inter- a transdyscyplinarność w badaniach nad mediami*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 1 (13), s. 197–204.
- KAWKA M., 2015: *Komunikowanie wizualne a nauka o mediach – współczesność i perspektywy*. „Media i Społeczeństwo”, nr 5, s. 13–21.
- KIEREPKO M., 2005: *Historia filozofii w pigułce*. Wydawnictwo Astrum. Wrocław.
- KLEMM M., STÖCKL H., 2015: *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*. W: JAROSZ J., OPIŁOWSKI R., STANIEWSKI P., red.: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. ATUT. Wrocław, s. 45–56.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2018: *Badanie wielomodalnych przekazów medialnych w mediach masowych*. W: SZYMAŃSKA A., LISOWSKA-MAGDZIARZ M., HESS A., red.: *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*. Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ. Kraków, s. 143–165.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2019: *Znaki na uwieży. Od semiologii do semiotyki mediów*. Księgarnia Akademicka. Kraków.
- LOEWE I., 2015: *Mediotekst w naukach humanistycznych*. „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs”, z. 8, s. 253–255.
- PASTOUREAU M., 2013: *Niebieski. Historia koloru*. Oficyna Naukowa. Warszawa.
- POPEK S., 2001: *Barwy i psychika: percepcja, ekspresja, projekcja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.
- RZEPIŃSKA M., 2009: *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*. Wydawnictwo Arkady. Warszawa.
- SKOWRONEK B., 2013: *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe UP. Kraków.
- STÖCKL H., 2015: *Lingwistyka mediów. O statusie i metodach (wciąż) konstytuującej się dyscypliny badawczej*. W: JAROSZ J., OPIŁOWSKI R., STANIEWSKI P., red.: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. ATUT. Wrocław, s. 23–44.
- TARASIUK J. [online]: *Problem barwy i koloru*. [online: <http://home.agh.edu.pl/~tarasiuk/dydaktyka/index.php/wyklady>; data dostępu: 22.02.2021].
- ZAUSZNICA A., 2012: *Nauka o barwie*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- ZEIDLER-JANISZEWSKA A. [online]: *O tzw. zwrocie ikonicznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*. [online: <https://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs4/AnnaZeidlerJaniszewska.pdf>; data dostępu: 22.02.2021].



Jako obiekt, jako subiekt Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

As an Object, as a Subject
Women in Polish Political Catchwords of 20th and 21st Century

Abstract: This article discusses the specificity of women’s political slogans (catchwords) – slogans which are addressed to women, slogans whose authors are women, and slogans indirectly related to women. The research material has been supplied by Polish political slogans from the period 1918–2020, found both in the press and other written texts (on leaflets, banners, propaganda placards, walls, poster pillars, billboards) and in oral texts (political speeches, cries and chants at rallies, demonstrations, and protests). The paper examines in detail two aspects of slogans: pragmatic (related to the changing role of women as participants of political and public discourse) and formal (concerning the linguistic form of the samples analyzed). The analysis has revealed the following tendencies: the changing activity of women over time, reaching its peak in the second decade of 21st century; the evolving form of slogans, from the rhetoric of appeal and obligation towards slogans of increasing generality and with strong links to other texts of culture.

Key words: slogan, propaganda, persuasion, corpus, visibility of women

Abstrakt: Autorka artykułu omawia specyfikę kobiecych haseł politycznych – takich, które są skierowane do kobiet, takich, których autorkami są kobiety, oraz takich, które niebezpośrednio odnoszą się do kobiet. Materiał badawczy obejmuje hasła (slogany) polityczne z lat 1918–2020, prezentowane zarówno w tekstach pisanych (na drukach ulotnych, w prasie, na transparentach eksponowanych podczas manifestacji), jak i w tekstach mówionych (przemówieniach polityków, hasłach skandowanych podczas wieców i demonstracji). Szczegółowo zaprezentowane zostały dwa aspekty haseł: pragmatyczny, przedstawiający zmieniającą się rolę polskich kobiet jako uczestniczek dyskursu politycznego i publicznego, oraz formalny, związany z kształtem językowym analizowanych przekazów. W badaniach ujawniły się następujące tendencje: zmienna w czasie aktywność kobiet, osiągająca swoje apogeum w drugiej dekadzie XXI wieku, oraz ewoluowanie form haseł od poetyki wezwania i nakazu do uogólniających sloganów, silnie nawiązujących do innych tekstów kultury.

Słowa kluczowe: slogan, propaganda, perswazja, korpus, widzialność kobiet

1. Wprowadzenie

Ogromna popularność haseł i sloganów, które w ostatnich latach stały się symbolem strajków kobiet, jest dla językoznawców wyjątkową okazją do wnikliwego przyjrzenia się tym szczególnym gatunkom wypowiedzi, które – mimo swej niepozornej, zwężonej formy – są nośnikami wielu znaczeń, skojarzeń, wartości. Powszechność haseł prezentowanych i skan-

dowanych podczas protestów w październiku 2020 roku, a także (z jednej strony) nieznaną dotąd wulgarność języka w obiegu publicznym i (z drugiej strony) wyjątkowa kreatywność autorów spotkały się z żywą reakcją internautów i publicystów¹. Nie wydaje się, by zainteresowanie tą formą przekazu miało szybko przeminąć, ponieważ w stylu haseł upublicznianych na manifestacjach jak w soczewce ogniskują się kierunki przemian polszczyzny.

Formuły werbalne eksponowane na publicznych wiecach i demonstracjach wpisują się w kategorię hasła politycznego, które zawiera przekaz nacechowany perswazyjnie lub agitacyjnie i którego celem jest propagowanie określonych poglądów i idei oraz nakłanianie do działań i postaw zgodnych z wolą nadawcy (ŚLEZIAK, 2020). Hasła polityczne stanowią wyraz postaw i przekonań, ich nadawcami są zarówno rządzący (decydenci), jak i rządzeni (społeczeństwo i poszczególne jego grupy) – uczestnicy dyskursu politycznego². Coraz częstsze i bardziej liczne manifestowanie sprzeciwu społeczeństwa (widzów spektaklu politycznego) wobec decydentów (aktorów politycznych) odzwierciedla tendencje sygnalizowane przez badaczy komunikowania politycznego i publicznego w pierwszej dekadzie XXI wieku (zob. DOBEK-OSTROWSKA, 2012: 274–277).

Dla językoznawcy interesujące będzie umiejscowienie współczesnych przekazów na tle zmieniającej się przez dziesięciolecia natury haseł, innymi słowy: spojrzenie na hasła polityczne z perspektywy diachronicznej. Okazję ku temu daje obszerny, choć wciąż jeszcze uzupełniany, zbiór haseł politycznych ze stulecia Polski: lat 1918–2018. Korpus powstaje w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. Materiałem, z którego wyekscerpowano hasła, są: teksty prasowe (artykuły, referaty, sprawozdania, przedrukowane teksty przemówień), druki ulotne (afisze, plakaty), nośniki audiowizualne (spoty radiowe i telewizyjne), teksty drugiego obiegu, fotografie przestrzeni otwartej (napisy na murach, parkanach). Obecnie do zbioru zakwalifikowano – na podstawie przyjętej przez zespół definicji hasła politycznego – 3200 jednostek. Opatrzono je także komentarzem źródłowym i historycznym.

Gromadzony zbiór haseł politycznych jest cenną bazą referencyjną wobec tego, co w dyskursie publicznym aktualne i szeroko dyskutowane; stanowi poszerzenie perspektywy o przekazy, które – jako jeden z głównych środków perswazji uczestników manifestacji – są formą obecną od dziesięcioleci, intensyfikującą się w zależności od bieżących potrzeb i realiów.

Celem autorki artykułu jest zatem przedstawienie – na podstawie obszernego materiału badawczego – tendencji, które ujawniają: (1) zmieniającą się rolę kobiet w dyskursie publicznym; (2) zmieniającą się specyfikę hasła politycznego na przestrzeni ostatniego stulecia. Pierwsze z wypunktowanych wskazań dotyczy tematu istotnego społecznie, drugie jest ważne dla zagadnień komunikologicznych. Socjolingwistyczne zakotwiczenie haseł politycznych i silne ukontekstowanie analizowanych przekazów skłaniają jednak do tego, by fenomen językowy pokazać właśnie na tle zmieniających się realiów społecznych.

¹ Na portalach społecznościowych zaczęły powstawać strony, gdzie gromadzono zdjęcia najciekawszych – zdaniem użytkowników – nośników haseł (plakatów, kartonów, banerów itp.). W prasie bardzo szybko pojawiły się artykuły zawierające szczegółowe analizy fenomenu polszczyzny współczesnych wieców i demonstracji (zob. BRATKOWSKI, 2020: 34–37; CHACIŃSKI, 2020: 20–23).

² Przyjmując szerokie rozumienie dyskursu politycznego, włączającego w swój zakres nie tylko wypowiedzi polityków podczas pełnienia przez nich funkcji związanych z przyjętą rolą, ale i wszelkie działania praktycznopolityczne (por. KŁOSIŃSKA, 2012: 25), będące także udziałem społeczeństwa.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

2. Materiał badawczy

Przedstawione obserwacje opierają się na dwóch zbiorach. Pierwszy stanowi wspomniana wcześniej grupa 3200 haseł politycznych, z której wynotowano hasła poświęcone kobietom – takie, które są głosem kobiet (a ich nadawcą jest kobieta, grupa kobiet, organizacja kobieca), oraz takie, które są skierowane do kobiet – bezpośrednio (stanowiąc wezwanie, apel, prośbę) i pośrednio (wskazując na kobiety jako uczestniczki życia publicznego). W sumie tych haseł jest 68 – zostały wyekscerpowane ze zbioru na podstawie komponentów feminatywnych (np. wezwań typu *Polki!*; *Robotnice!*), a także ze względu na niepozostawiającego wątpliwości nadawcę (kobiety jako jednostki, organizacje kobiece bądź grupy kobiet). Drugi, dodatkowy zbiór, który został osobno wzięty pod uwagę, stanowią hasła eksponowane na protestach w październiku 2020 roku. Zbiór ten liczy 50 jednostek hasłowych, pozyskanych ze źródeł online (serwisy informacyjne, strony na portalach społecznościowych, relacje reporterskie)³.

3. Rola kobiet w życiu publicznym

Hasła polityczne są odzwierciedleniem najważniejszych dla danego okresu (czy to roku, czy dziesięciolecia) tematów i problemów społecznych, a analizowane w szerszej perspektywie czasowej stanowią swoistą kronikę wydarzeń i przemian. Hasła, które w jakikolwiek sposób dotyczą kobiet, stają się zapisem ich działalności, roli, postawy, sytuacji społecznej, a przez to – świadectwem ich obecności w życiu publicznym.

Analiza haseł sięgających początków II Rzeczypospolitej daje ciekawy obraz sposobów aktywizowania kobiecej części społeczeństwa. To czas, gdy zwraca się uwagę na sprawczość kobiet – i zachęca je do udziału w głosowaniu, jak w hasle wieńczącym ulotkę Stronnictwa Demokratycznego: *Zmartwychwstała Ojczyzna wzywa polskie kobiety. Stawić się muszą wszystkie na Jej wołanie*⁴. Podobną wymowę ma hasło z dystrybuowanej w Poznaniu w 1920 roku odezwy: *Kobiety Polki! Piętnujcie mianem tchórzy tych, którzy uchylają się od służby Ojczyźnie!*⁵ (hasło popularne w Polsce w okresie wojny polsko-bolszewickiej). Z tego samego roku pochodzi eliptyczna formuła wzywająca do walki o granice: *Obywatele i Obywatelki! Ojczyzna wzywa Was do obrony...*⁶.

Użyte w formułach feminatywa są – jak wynika z oglądu materiału – częstym zabiegiem sygnalizującym, że twórcy haseł nie ograniczają grupy odbiorców wyłącznie do mężczyzn. W wezwaniach pojawiają się więc formy symetryczne: *Robotnicy, robotnice Warszawy!*

³ Szczegółowo (w przypisach) odnotowano źródła bibliograficzne dawnych haseł. Hasła najnowsze, wynotowane ze źródeł internetowych, opatrzone tylko datą, ewentualnie informacją o kontekście.

⁴ Hasło kończące treść ulotki Stronnictwa Demokratycznego podczas kampanii parlamentarnej w 1919 roku; DŻS BN (Polona).

⁵ Główne hasło z odezwy zwieszanej w Poznaniu w 1920 roku, w której apeluje się do mężczyzn, aby wstępowali do Armii Ochotniczej, a do „Kobiet-Polek”, aby zapisywały się do Czerwonego Krzyża; DŻS BN (Polona).

⁶ Charakterystyczna formuła w walkach o granice w pierwszym okresie II RP; pochodzi z afisza wywieszonego w Poznaniu w okresie wojny polsko-radzieckiej – 1920; DŻS BN (Polona).

Dla walki z białym terrorem twórcie masowo samoobronę robotniczą!; *Wszyscy towarzysze i towarzyski obowiązani na każdym kroku zwalczać komunistów spod szyldu: „Lista Komunistyczna Związku Proletariatu Miast i Wsi”*⁷. Zdarzają się również wezwania skierowane wyłącznie do kobiet, akcentujące ich status społeczny: *Kobiety pracujące, robotnice, matki-proletariuszki! – Wszystkie do szeregu, wszystkie na wiec!*⁸.

Z przykładów tych wyłania się obraz kobiety zachęcanej do udziału w wydarzeniach istotnych dla społeczeństwa i państwa, ale też kobiety, której rolą jest służenie ojczyźnie i wyznawanie narodowych wartości. Obraz depozytariuszki narodowych cnót ujawnia się silnie w przywołaniu alegorii Matki Polki. Pojęcie to jest używane zarówno w stosunku do kobiet-matek, jak i w postaci metonimicznej: *Matko, pamiętaj o mnie – głosuj za Polską*⁹ oraz *Wracajmy do Matki Polki!*¹⁰.

W wielu hasłach sprawy kobiece są jedynie punktem odniesienia dla komunikatu, któremu przyświeca zupełnie inna intencja perswazyjna. Widać to dobitnie w grupie anaforycznych hasła z okazji Dnia Kobiet, będącego pretekstem do przedstawienia celów partii, a także w hasła sformułowanym przez środowiska narodowościowe, por.:

Dzień Kobiet: „Dzień Kobiet” to dzień przeglądu naszych sił – „Dzień Kobiet” to dzień walki z ciemnotą – „Dzień Kobiet” to dzień walki o równe prawa do pracy i równą płacę – „Dzień Kobiet” to dzień walki o Demokrację i Socjalizm¹²

oraz

Polki i Polacy! Bez względu na przekonania polityczne wzywamy was do wspólnej walki o Polskę dla Polaków!¹³

Późniejsze dekady – okres wojny i okupacji, a także powojnie – nie są czasem szczególnej widzialności kobiet w przekazach hasłowych. Roli kobiet nie indywidualizuje się w wyjąt-

⁷ Hasło z okolicznościowej ulotki Komunistycznej Partii Polski (dalej: KPP) pt. „Do Robotników i Robotnic Warszawy”, w której potępia się atak na zebranie przedwyborcze związku zawodowego tramwajarzy warszawskich, a jednocześnie wzywa się do tworzenia wśród robotników oddziałów samoobrony – 1928; DŹS BN (Polona).

⁸ Hasło w stopce ulotki przygotowanej w okresie kampanii wyborczej 1922 roku przez Lubelski Okręgowy Komitet Robotniczy Polskiej Partii Socjalistycznej (dalej: PPS) – 1922; DŹS BN (Polona).

⁹ Okolicznościowe hasło na końcu ulotki „Kobieto Pracująca!”, przygotowanej przez Organizację Kobiet PPS w Wilnie z okazji Dnia Kobiet – 1930; DŹS BN (Polona).

¹⁰ Napis na plakacie z okresu plebiscytowego na Śląsku, tuż obok umieszczony obraz dziewczynki trzymającej w ręku chorągiewkę z orłem – 1921; IKC (NAC).

¹¹ Hasło na litografii z okresu referendum plebiscytowego na Śląsku, nawołujące do opowiedzenia się za przynależnością do Polski – 1921; DŹS BN (Polona).

¹² Anaforyczne hasło, które rozpoczyna odezwę pt. „Dzień Kobiet” z apostrofą „Towarzyski! Towarzysze! Robotnice! Kobiety pracujące! Matki!”; tekst przygotowany na 19 czerwca – Święto Kobiet obchodzone przez PPS i organizacje lewicowe – 19 czerwca 1927; DŹS BN (Polona).

¹³ Hasło kończące przemowę „Do celu przez czyn!”, wydrukowaną przez środowiska narodowościowe w jednodniówce pt. „O Polskę dla Polaków” – marzec 1939; DŹS BN (Polona).

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

kowy sposób w obliczu wyzwań militarnych, choć zdarza się, że akcentuje się ich służbę: *Żołnierze – partyzanci i partyzantki Armii Ludowej, Batalionów Chłopskich i wy z Armii Krajowej, którzy broń swoją tylko przeciwko Niemcom kierujecie!*¹⁴. Zaskakuje natomiast mała reprezentatywność haseł skierowanych wyłącznie do kobiet w czasach socjalistycznych. Jeśli się pojawiają, są schematyczne: *Kobieta polska ofiarną pracą zwalczy trudności – zbuduje nowe, szczęśliwe życie!*¹⁵; *Niech żyje Międzynarodowy Dzień Kobiet!*¹⁶. Przez wyczuwaną seryjność i powszedniość socrealistycznej poetyki rodzą pokusę, aby wyrazy „kobieta” czy „międzynarodowy dzień kobiet” zamienić na inne nazwy (analogicznie: „robotnik”, „przyjaźń polsko-radziecka”) – nadal zachowałyby ducha charakterystycznego dla czasów, w których powstały. Bardziej prokobiecy wydaje się przykład obywatelskiego hasła z roku 1956, które w sposób konkretny odnosi się do komfortu życia kobiet: *Żądamy obniżki cen, aby żony nasze nie pracowały!*¹⁷.

Mała reprezentatywność kobiet w hasłach politycznych wiąże się z ich znikomą obecnością w życiu publicznym. Partie polityczne i działacze społeczni dwudziestolecia dostrzegali wprawdzie potrzebę wzywania kobiet do określonych działań na rzecz kraju, sprawnie działała też Społeczno-Obywatelska Liga Kobiet, która była jedyną formacją żeńską rozpowszechniającą na szeroką skalę swoje komunikaty, jednak w całościowo ujmowanym dyskursie publicznym była to nieduża część wszystkich komunikatów politycznych. Nacelowanie propagandowe przekazów powojennych nie pozostawia wątpliwości, że nobilitowanie kobiet wiązało się z koniecznością włączenia żeńskiej części społeczeństwa w tryby wydajnej pracy (zob. JARSKA, 2015: 101–134).

Mimo wnikliwego przyjrzenia się strukturze haseł w gromadzonym zbiorze do końca XX wieku nie znajdziemy formuł, których podmiotem byłaby kobieta. W zdecydowanej większości kobiety są adresatkami przekazów bądź obiektami, o których mowa. Jako subiektki nie występują wcale – przynajmniej w żadnym spośród ponad stu haseł przypadających na lata 1918–2000. Za przełom można jednak uznać rok 1995, kiedy w wyborach prezydenckich wystartowała Hanna Gronkiewicz-Waltz. Jej kandydaturę miały wspomóc następujące hasła: *Hanna Gronkiewicz-Waltz – to ona umocniła złotówkę*; *Hanna Gronkiewicz-Waltz – jej podpis ma swoją wartość*; *Hanna Gronkiewicz-Waltz. Mój prezydent dla Polski!*¹⁸. To pierwsze tak wyraziste formuły, które odnoszą się do konkretnej postaci kobiecej i są upowszechniane na szeroką skalę. Polska scena polityczna otwiera się na takie zjawiska, jak marketingizacja polityki (MAZUR, 2002; KOŁCZYŃSKI, 2007), i hasła te można uznać za typowy przejaw reklamy politycznej, na co wskazuje pośredniość komunikatu (*ona, jej*), tak jakby była mowa o promowaniu produktu. Niemniej jednak triadę haseł poświęconych

¹⁴ Apostrofa z okolicznościowej ulotki na święto 1 Maja, dołączonej do tygodnika ideowo-politycznego Polskiej Partii Robotniczej (dalej: PPR); (GW).

¹⁵ Zalecane przez Centralny Komitet PPR do wykorzystania na demonstracjach hasło pierwszomajowe (GL).

¹⁶ Hasło z przemówienia Włodzimierza Gomułki podczas akademii w Warszawie z okazji 50-lecia Międzynarodowego Dnia Kobiet (TL).

¹⁷ Hasło antyrządowe nadawane z samochodu transmisyjnego Polskiego Radia opanowanego przez demonstrantów w Poznaniu – czerwiec 1956 (na podst.: MACHCEWICZ, 1993).

¹⁸ Hasła w kampanii politycznej Hanny Gronkiewicz-Waltz – 1995.

kandydatce na prezydenta można uznać za przełomową, jeśli chodzi o obecność kobiet w tej sferze działalności publicznej.

Mówiąc o latach 90., warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden istotny szczegół – ludyczność haseł odnoszących się do kobiet z czynnym prawem wyborczym. W przypadku haseł, za których pomocą o głosy wyborczyń walczyły sztaby kampanijne Aleksandra Kwaśniewskiego, Janusza Korwin-Mikkego i Jacka Kuronia, trudno nie odnieść wrażenia, że formy takie, jak *Polka* i *dziewczyna* pełnią w tych sloganach funkcję wyłącznie rymotwórczą: *Każda Polka głosuje na Olka, Olek dla Polek*¹⁹; *Każdy chłopak i dziewczyna głosuje na Korwina*²⁰; *Nie chce Lecha, nie chce Olka, na Kuronia głosuje mądra Polka*²¹.

Początkowe dekady XXI wieku to okres intensyfikowania się działalności kobiet. Kobiety stają się aktywnymi uczestniczkami dyskursu politycznego, choć wymowa haseł wskazuje na to, że często jest to dyskurs kontestacyjny. Jeszcze nigdy dotąd polskie kobiety – w takiej liczbie – nie wychodziły na ulice. Ważnymi osiami w dyskursie publicznym i politycznym, któremu kobiety nadają ton, są strajki: strajk pielęgniarek (największy w latach: 2007, późniejsze – 2015, 2018), strajk rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych w Sejmie (2018), ogólnopolski strajk kobiet (cyklicznie od 2016).

Każde z tych wydarzeń z jednej strony ujawnia inną życiową rolę kobiet, z drugiej – przedstawia kobiety jako te, które inicjują protest, domagają się swoich praw, symbolicznie przejmują przestrzeń w pobliżu ośrodka władzy (pielęgniarki założyły przed Sejmem tzw. białe miasteczko, matki osób niepełnosprawnych prowadziły strajk okupacyjny Sejmu, cykliczny strajk kobiet gromadził na ulicach kilka tysięcy uczestników)²².

Mimo że każde z tych wydarzeń ma inną specyfikę, to wszystkie hasła są silne w wymowie, ekspresywne, często towarzyszy im sugestywna grafika. Hasła pielęgniarek mają postać postulatów, jak te epiforyczne formuły z różnych tablic eksponowanych podczas protestu:

Zamknij się i rób! / Wolność słowa i działalności związkowej? / To prawa! / Zmuszmy ich, aby je respektowali.

Praca 24-godzinna zagraża zdrowiu / Zrównoważony czas pracy to prawo! / Zmuszmy ich, aby je respektowali²³.

Hasłom towarzyszą zdjęcia kobiet z zaklejonymi plastrem ustami, a także inne rysunki mające dodatkowo wzmocnić przekaz werbalny. Część z eksponowanych formuł akcentuje poświęcenie i ofiarność tej grupy zawodowej. Postulaty są przedstawiane jako zwyczajne, umożliwiające godne życie. Pod tymi względami hasła pielęgniarek są bardzo podobne do haseł na plakatach i banerach towarzyszących strajkowi rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych – głównie matek, kobiet. Jako że protest odbywał się w maju, poka-

¹⁹ Hasło w kampanii prezydenckiej Aleksandra Kwaśniewskiego – 1995.

²⁰ Hasło Janusza Korwin-Mikkego w kampanii prezydenckiej – 1995.

²¹ Hasło w kampanii prezydenckiej Jacka Kuronia – 1995.

²² O taktykach protestacyjnych i ważnej roli przestrzeni pisze, ujmując zagadnienie globalnie, Devashree GUPTA (2017: 173–204).

²³ Hasła z protestu pielęgniarek i położnych pod łódzkim Urzędem Miasta – 2015.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

zane tu hasła nawiązują do ich święta: *Supermatki w Sejmie proszą o godne życie; Dzień Super-Matki; Chcemy normalnie żyć*²⁴. Podobne były również towarzyszące hasłom apele o podniesienie kwot za opiekę nad chorymi osobami.

Cykliczne protesty kobiet, które zwracają się do władzy z konkretnymi postulatami, tworzą obraz kobiet silnych, biorących los w swoje ręce, heroicznych, walczących o godne życie. Ich determinacja jest wyrażona w samej formie protestu – długotrwałej, nastawionej na dialog. Hasła, choć ekspresywne, nie są wulgarne, raczej postulatyczne; ich nadrzędnym celem wydaje się ukazanie trudności, z jakimi zmagają się kobiety. Posługując się schematem myślowym uwzględniającym (jak w tradycyjnym modelu komunikacji) kontekst sytuacyjny, można by powiedzieć, że pomiędzy kobietami a adresatami znajdują się: pacjenci (w przypadku pielęgniarek), dzieci (w przypadku rodziców). Sytuacja pragmatyngwistyczna zmienia się diametralnie, gdy obiektem sporu są wartości – wówczas hasła stają się nośnikami bardzo mocnych przekazów.

Początek tzw. czarnych protestów przypadł na październik 2016 roku. Już wtedy można było zaobserwować hasła, których forma i treść, eksponowane na tak dużą skalę, stanowiły *novum* w polskiej przestrzeni publicznej. Protesty organizowane od 2016 roku przez Ogólnopolski Strajk Kobiet stały się niwą wyjątkowo „hasłotwórczą”. Przeważały hasła silnie wartościujące²⁵, wymierzone przeciwko rządzącym i instytucji Kościoła (*Wyskrobać Sejm; Opieka medyczna, a nie watykańska*); naturalistyczne, akcentujące fizjologię kobiety (*Moja macica to nie kaplica*). Były to również hasła wyrafinowane stylistycznie, wykorzystujące: rym (*Wolność sumienia bez kary więzienia; Chcemy wyboru, nie Salwadoru*), nawiązania intertekstualne (*Kopernik też jest kobietą; Nic o nas bez nas; Jeszcze Polka nie zginęła*), ciągi słów o cechach prozodycznych, właściwych dla skandowania (*Myślę – czuję – decyduję*); grę słów i ironię (*Rząd nie cięża, usunąć można; Martwa matka to kiepska matka*).

W miarę upływu czasu intensyfikowały się dostrzeżone wcześniej tendencje, w odniesieniu do zarówno udziału kobiet w ruchu protestacyjnym, jak i rozwoju formuł charakterystycznych dla tego zjawiska. Przez sam fakt, że inicjatorkami protestów były kobiety, hasła demonstrowane podczas strajków w ostatnim kwartale 2020 roku można sklasyfikować jako kobiece, mimo że nie wszystkie wprost ujawniały nadawcę. Część z prezentowanych haseł wprost wyrażała „głos kobiet” – łatwo identyfikowalny, z silnym gramatycznym wykładnikiem osoby: *Mój wybór, nie wyrok; Myślę, czuję, decyduję; Nigdy nie będziesz szła sama; Nie jestem inkubatorem, jestem kobietą; Moje ciało, moja sprawa*. Charakter uogólniający miały konstatacje, często intertekstualne: *Rewolucja jest kobietą; Demokracja = wolność kobiet; W imię matki i córki, i wolności naszej; No woman, no kraj; Piekło kobiet*. Dużą liczbę haseł stanowiły formuły o wysokim stopniu ogólności, które nawiązują do sytuacji kobiet nieeksplicytnie, wyłącznie przez ukontekstowanie. Hasła te, często zakorzenione w popkulturze, zasługują na osobne opracowanie i nie są przedmiotem opisu w tym artykule.

²⁴ Hasła z protestu rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych – 2018.

²⁵ Wszystkie wymienione w tym akapicie hasła pochodzą z roku 2016 (zostały wynotowane z portali internetowych i serwisów informacyjnych).

4. Forma haseł

Od 1918 roku sukcesywnie zmieniały się sfery, do których odnosiły się kobiece hasła polityczne. Śledząc ich wymowę w pierwszej części artykułu, można dostrzec przesunięcie od takich obszarów, jak działalność obywatelska i społeczna (obrona ojczyzny, udział w głosowaniu, wzorowa postawa społeczna), poprzez sferę pracy (wydajności), zarobków i opieki materialnej mającej bezpośredni wpływ na codzienny komfort życia (i takie podstawowe potrzeby jak sen, prawo do odpoczynku), aż do sfery najbliższej, intymnej (kwestie ciąży i aborcji). W dotychczasowej analizie zauważono, że zmianie ulegały nie tylko obszary, do których odnosi się performatywny charakter komunikatu, ale i sama natura hasła.

Przekazy skierowane do kobiet – lub od nich pochodzące – ujawniają charakterystyczną dla wszystkich haseł politycznych przemianę z hasła o cechach wezwania (nakazu, apelu) do hasła o cechach sloganu, czyli komunikatu krótkiego, zwięzłego, o często implicytnym znaczeniu (zob. KOCHAN, 2002: 74–75). Widać to wyraźnie w hasłach wyborczych. Namawiane do udziału w głosowaniu kobiety wzywane są bezpośrednio, przez apostrofę: *Polki! Do czynu!; stańmy w obronie!; twórcie masowo samoobronę robotniczą!* Forma imperatywu jest typowa dla haseł rozumianych właśnie jako wezwanie (por. REBOUL, 1980). Poetyka wezwań i bezpośredniej kategoryczności wyczerpała się niemal zupełnie w czasach końca XX wieku. Sloganowy charakter mają zarówno hasła w kampanii Hanny Gronkiewicz-Waltz (m.in. *Hanna Gronkiewicz-Waltz. Mój prezydent dla Polski*), jak i hasła namawiające do głosowania na Aleksandra Kwaśniewskiego (m.in. *Każda Polka głosuje na Olka*)²⁶. Hasła wyborcze zaczynały przypominać slogany reklamowe – o zwięzłej strukturze składniowej, często orzecznikowej (por. KAMIŃSKA-SZMAJ, 1996). Widać ponadto, że dawniej wezwaniom do wyborczyń towarzyszył patos, a w latach 90. skierowane do Polek hasła wyborcze miały charakter ludyczny.

Ewolucja od kategorii haseł-wezwań do haseł-sloganów pociąga za sobą zmianę stylistyki. Autorzy haseł zamieszczanych w ostatnich latach na transparentach obficie czerpią z bogactwa figur słów i figur myśli. Zabiegi stylistyczne w hasłach ostatnich protestów zasługują na osobne opracowanie, tutaj jednak warto zwrócić uwagę na te, które bezpośrednio nawiązują do postaci kobiet. Mogą wykorzystywać podobieństwo brzmieniowe i słowotwórcze (*Chcemy zdrowia, niezdrowasiek*²⁷; *Umiemy gotować, zgotujemy wam rewolucję*²⁸), modyfikacje we fragmentach znanych utworów (*Jeszcze Polka nie zginęła*²⁹; *No woman, no kraj*³⁰); cytaty z popkultury (*Gdzie mnie z tymi rękoma*³¹), frazemy z użyciem znaczenia dosłownego (*Moja broszka*³²).

²⁶ Specyfikę języka wyborczych kampanii prezydenckich w latach 90. opisuje Irena KAMIŃSKA-SZMAJ (2001: 145–177).

²⁷ Hasło na transparentach krakowskiej Manify – 2015.

²⁸ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

²⁹ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu w Warszawie – 2016.

³⁰ Gra słów, polegająca na brzmieniowym nawiązaniu refrenu piosenki Boba Marleya (*No woman, no cry*), wraz z jednoczesnym pozostawieniem drugiej części wypowiedzenia w zapisie fonetycznym.

³¹ Jedno z haseł Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018; cytat z komedii Juliusza Machulskiego *Kiler-ów 2-óch*.

³² Hasło z transparentów warszawskiego Strajku Kobiet (marzec 2017) i jednocześnie gra słów, wykorzystująca popularne powiedzenie *nie twoja broszka* i nawiązująca do często eksponowanego biżuteryjnego atrybutu ówczesnej premier Beaty Szydło.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

Zmieniła się nie tylko sama natura hasła, ale i wydźwięk pewnych idei, metafor. Fraza *Matka Polka* wykorzystywana była w dwudziestoleciu międzywojennym jako alegoria ojczyzny (przywołane już *Wracajmy do Matki Polki*), podobnie jak samo pojęcie *matki*, metonimicznie zastępująca ojczyznę niezależnie od okoliczności politycznych:

Polska to ukochana Twoja matka rodzona, Niemiec to ojczym i bezlitosny Twój kat³³;

Budujemy Polskę, która będzie troskliwą matką dla wszystkich ludzi rzetelnej pracy!³⁴;

Niech żyje i rozkwita Polska Rzeczpospolita Ludowa – matka wszystkich Polaków!³⁵.

Z pojęciem tym związane były też hasła, które w swojej formule nie nawiązywały do „matki” bezpośrednio, a mimo to miały na afiszach czytelny wydźwięk³⁶. Alegoria matki jako ojczyzny jest tak silna, że powraca w hasła kampanii prezydenckiej Stanisława Tymińskiego w 2005 roku: *Aby Polska była naszą matką, a nie okrutną macochą*. W przywołanej metaforze wykorzystano baśniowy rozdzźwięk między cechami rodzonej matki (troskliwa, dobra) a cechami macochy (matka przybrana, uosabiająca najgorsze właściwości kobiety).

Dawne hasła dzięki zastosowaniu w nich archetypicznej postaci matki wskazują na pozytywne cechy duchowe, uczuciowe, emocjonalne. W hasłach z XXI wieku matki przedstawione są już dwójako: jako postacie nadludzko silne, gdy opiekują się dziećmi niepełnosprawnymi (*Supermatki w Sejmie proszą o godne życie*), i jako osoby niepozwalające ingerować we własne wybory (*Nielegalna aborcja zabija przyszłe matki*). W protestach kobiet od 2016 roku *matka* pojawia się jeśli nie w neutralnych, to w ironicznych kontekstach (*Martwa matka to kiepska matka*).

Jednak najbardziej znaczące zmiany w hasłach dotyczących kobiet ujawniają się na poziomie gramatycznym. W żadnym z haseł XX-wiecznych nie występuje gramatyczny wykładnik 1. osoby liczby pojedynczej. Obecne jest „my” inkluzywne, choć pojawia się z rzadka, zwykle w przekazach formułowanych przez organizacje kobiece, np.: *Obudźmy się, kobiety! Dołożmy swej pracy i ofiarności do rozwoju i potęgi lotnictwa Polski. A więc do czynu!!!*³⁷; *Nieźłomne byliśmy – nieźłomne będziemy*. „*Nie damy, by nas gnębił*

³³ Hasło wieńczące antyniemiecką 4-stronicową broszurę przed plebiscytem na Górnym Śląsku – 1921; DŹS BUWr.

³⁴ Hasło z referatu Bolesława Bieruta, jaki przewodniczący wygłosił w grudniu 1948 roku na kongresie zjednoczeniowym partii.

³⁵ Słowa Bolesława Bieruta – hasło z referatu wygłoszonego w grudniu 1948 roku na kongresie zjednoczeniowym partii.

³⁶ Z okazji Święta Matki w maju 1937 roku warszawska młodzież szkolna zapisała na transparentie, który umieszczono na czele apelu, hasło „Gdy jestem w rozterce...”. To fragment sentencji Józefa Piłsudskiego: „Gdy jestem w rozterce... pytam się... jak by Matka kazała... mi postąpić”. Przekształcanie cytatów rządzących na napisy, plakaty czy transparenty wykorzystywane w uroczystościach państwowych było powszechną praktyką propagandową II RP.

³⁷ Trójczłonowe hasło zwarte w środkowej części afisza „Kobieto! – Obywatelko!”, zachęcające do wstępowania do Koła Pań Ligi Obrony Powietrznej i Przeciwgazowej; afisz wydrukowano z okazji „15-lecia Wolnej Polski” w Wilnie – 15 lutego 1933; DŹS BN (Polona).

wróg³⁸. Najczęściej kobiety postrzegane są jako adresat zbiorowy – bezpośredni (*Towarzyszki! Do szeregu – stańcie pod Czerwonymi Sztandarami!*³⁹) lub pośredni (*Wszystkie robotnice i pracownice pod czerwony sztandar PPS*⁴⁰). W formułach, które mają uwytknąć szczególną dla danego okresu rolę kobiet, posługiwano się konstrukcjami *pars pro toto*, przedstawiając obraz kobiety-ikony (niezależnie od okresu): *Kobieta polska ofiarną pracą zwalczy trudności – zbuduje nowe, szczęśliwe życie* (GL); *Hanna Gronkiewicz-Waltz – to ona umocniła złotówkę*⁴¹; *Kobieta to nie inkubator* (2018); *Rewolucja jest kobietą* (2020). Na tym tle wyjątkowo prezentują się hasła, których twórcy przedstawiają głos kobiet jako określonej grupy, posługując się formami „my” ekskluzywnego bądź 1. osoby liczby pojedynczej, a także konstrukcje, w których stanowisko kobiety akcentują formy zaimkowe. Renesans tego typu form przypada na drugą dekadę XX wieku: *Mamy dość!*⁴²; *Myślę – czuję – decyduję*⁴³; *Moje ciało, mój wybór*⁴⁴; *Dzieci moje, nie ojczyzny!*⁴⁵; *Martwa dziecka nie urodzę*⁴⁶; *Moje prawa nie są na receptę!*⁴⁷; *Łapy precz, będę żyła tak jak chcę*⁴⁸.

5. Podsumowanie

Olivier REBOUL w przełomowej rozprawie na temat sloganów politycznych, o wymownie przetłumaczonym tytule *Kiedy słowo jest bronią*, pisze, że to „wiek XX odkrył funkcję sloganu jako gatunku” (1980: 300). Odwołując się do polskiego dyskursu politycznego, można powiedzieć, że wiek XXI odkrył funkcję sloganu jako gatunku dającego głos kobietom, stał się bowiem wyrazicielem ich dążeń, postulatów oraz sprzeciwu wobec rządzących i zmian w prawie. Analizowany materiał ujawnia zmienną intensywność występowania kobiet w dyskursie politycznym i publicznym. Rola Polek jako jednostek manifestujących swoje przekonania stała się bardziej widoczna dopiero pod koniec wieku XX i w wieku XXI. Wyraźnie widać trend ujawniania się kobiecych zbiorowości, czy to jako nadawczyń komunikatu (sekcje kobiet, ligi, grupy), czy to adresatek (wyborczynie, demonstrantki, pracownice, matki). Sloganowe przykłady obecności żeńskiej części społeczeństwa w polskim dyskursie

³⁸ Złożona formuła hasłowa w środkowej części ulotki wyborczej Chrześcijańskiej Jedności Narodowej pt. „Polki! Do czynu!”, podpisanej w imieniu Narodowej Organizacji Kobiet – 1922; DŹS BN (Polona).

³⁹ Wyróżnione graficznie hasła na ulotce przygotowanej przez PPS z okazji „Tygodnia Kobiet” – czerwiec 1932; DŹS BN (Polona).

⁴⁰ Hasło Stanisławy Woszczyńskiej podsumowujące artykuł *Kobiety w walkach i pracach PPS* (DL).

⁴¹ Hasła w kampanii politycznej Hanny Gronkiewicz-Waltz – 1995.

⁴² Popularne hasło eksponowane nie tylko podczas ogólnopolskiego strajku kobiet – 2020, ale także podczas strajku nauczycieli – 2018.

⁴³ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu w Warszawie – 2016.

⁴⁴ Hasło na transparentach krakowskiej Manify – 2015.

⁴⁵ Jedno z haseł protestu kobiet przeciwko zaostrzeniu ustawy antyaborcyjnej – 2018.

⁴⁶ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

⁴⁷ Hasło na transparentach warszawskiego Strajku Kobiet – 2017.

⁴⁸ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

politycznym i publicznym pojawiały się w każdej z wyodrębnionych w XX wieku epok, choć sposób ich formułowania i względy pragmatyczne pozwalają sądzić, że droga od obiektu do subiektu w tych przekazach rozłożona jest na dziesięciolecia. Podobnie proces „upolityczniania się” kobiet, sięgający XIX wieku, gdy rodzą się ruchy emancypacyjne, feministyczne i gdy kobiety domagają się udziału w polityce (SOLARSKA, 2016: 452; zob. też MAŁOCHA-KRUPA, 2018: 29–33), nie jest tożsamy z historiografią dotyczącą kobiet i pisaną przez kobiety, która powstaje w świecie kultury zachodnioeuropejskiej w latach 70. XX wieku⁴⁹ (SOLARSKA, 2016: 448). Nieobecność kobiet w historiografii wiąże się z przypisaniem kobiet do sfery prywatnej, nie publicznej ani politycznej⁵⁰. Dodatkowo w Polsce ruch kobiecy rozwijał się w specyficznych warunkach, będąc pod silnym wpływem Kościoła i społeczeństwa formujących wzór kobiety *o charakterze moralno-emocjonalnym* (HELIOS, JEDLECKA, 2016: 56). Ta cecha również ma odzwierciedlenie w prezentowanych hasłach, gdy w chwilach ważnych dla kraju przywoływany jest wzór kobiety strażniczki, Matki Polki, opiekunki.

Zmiany ściśle językowe w hasłach kobiecych oddają przemianę, jaka na przestrzeni stu lat generalnie dokonała się w kształcie polskich hasła politycznych. Jest to przede wszystkim dążenie do skrótowości, przejawiające się w ewolucji formy od hasła-wezwania do hasła-sloganu – hasła stały się „kondensatem większych zespołów treściowych” (CHLEBDA, 2005: 129). Jak pokazują badane przekazy, hasła politycznych nie można postrzegać jako formuł wyłącznie werbalnych – do ich poprawnej interpretacji konieczny jest kontekst kulturowy, a do wyczerpującej analizy – narzędzia multimodalne (POPRAWA, 2020). Rezultatem przemian formalnych są kwestie stylistyczne – hasła odzwierciedlają kreatywność twórców, często są intertekstualne, a wymiar praktyczny, nastawiony na osiągnięcie celów perswazyjnych, jest uzupełniany przez efektywność przekazu.

Źródła

DL – Woszczyńska S.: *Kobiety w walkach i pracach PPS*. „Dziennik Ludowy” z 1.01.1933.

DŹS BN (Polona) – dokumenty życia społecznego w zasobach Biblioteki Narodowej – repozytorium Polona.

DŹS BUWr – dokumenty życia społecznego w zasobach Biblioteki Uniwersyteckiej we Wrocławiu.

GL – „Głos Ludu” z 19.04.1946.

⁴⁹ Należy jednak pamiętać o tym, że zaistnienie historii kobiet jako nurtu historiograficznego pozostaje w ścisłej relacji ze społecznym (i intelektualnym) protestem kobiet wobec ich sytuacji rozpoznanej jako niesprawiedliwa (SOLARSKA, 2016: 452).

⁵⁰ Przekonanie o przynależności do sfery prywatnej wyrażała też Hannah Arendt, którą cytuje (i z którą polemizuje) Judith Butler, rozstrzygając kwestię przenikania się sfery prywatnej z publiczną. Butler przywołuje scenę, która dla Arendt jest odzwierciedleniem politycznej nowoczesności: „Gdy obywatel płci męskiej wkracza na plac, by dyskutować o kwestiach sprawiedliwości, zemsty, wojny i wyzwolenia, traktuje ów plac jako istniejącą uprzednio, stałą i niekwestionowaną scenę swojej mowy. Mowa ta z kolei staje się wzorcową formą działania, fizycznie oddzieloną od prywatnego domu, skrytego w cieniu i reprodukowanego dzięki czynnościom niebędącym działaniami we właściwym, publicznym sensie” (BUTLER, 2016: 69).

GW – „Głos Warszawy” z 24.04.1944.

IKC (NAC) – „Ilustrowany Kurier Codzienny” w zasobach Narodowego Archiwum Cyfrowego.

TL – „Trybuna Ludu” z 8.03.1960.

Literatura

BRATKOWSKI P., 2020: *Żądamy powrotu do przyszłości*. „Newsweek”, nr 46, s. 34–37.

BUTLER J., 2016: *Zapiski o performatywnej teorii zgromadzeń*. BEDNAREK J., tłum. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa.

CHACIŃSKI B., 2020: *Teraz k... wy....* „Polityka”, nr 45, s. 20–23.

CHLEBDA W., 2005: *Szkice o skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*. Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego. Opole.

DOBEK-OSTROWSKA D., 2012: *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.

GUPTA D., 2017: *Protest Politics Today*. Polity Press. Cambridge.

HELIOS J., JEDLECKA W., 2016: *Wpływ feminizmu na sytuację społeczno-prawną kobiet*. Seria e-Monografie [online: <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/publication/80044>; data dostępu: 29.11.2020].

JARSKA N., 2015: *Kobiety z marmuru. Robotnice w Polsce w latach 1945–1960*. Instytut Pamięci Narodowej. Warszawa.

KAMIŃSKA-SZMAJ I., 1996: *Slogan reklamowy – budowa składniowa*. „Poradnik Językowy”, z. 4, s. 13–22.

KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2001: *Słowa na wolności. Język polityki po 1989 roku – wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektiw*. Wydawnictwo Europa. Wrocław.

KŁOSIŃSKA K., 2012: *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*. Narodowe Centrum Kultury. Warszawa.

KOCHAN M., 2002: *Slogany w reklamie i polityce*. Wydawnictwo TRIO. Warszawa.

KOLCZYŃSKI M., 2007: *Strategie komunikowania politycznego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.

MACHCEWICZ P., 1993: *Polski rok 1956*. Oficyna Wydawnicza „Mówią wieki”. Warszawa.

MAŁOCHA-KRUPA A., 2018: *Feminytywum w uwikłaniach językowo-kulturowych*. Oficyna Wydawnicza ATUT. Wrocław.

MAZUR M., 2002: *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.

REBOUL O., 1980: *Kiedy słowo jest bronią*. ARNOLD J., tłum. W: GŁOWIŃSKI M., red.: *Język i społeczeństwo*. Wydawnictwo Czytelnik. Warszawa, s. 299–337.

SOLARSKA M., 2016: *Kobiety w sferze publicznej/politycznej – wyzwania historiograficzne*. W: KULAK T., DAJNOWICZ M., red.: *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII–XXI wieku)*. Wydawnictwo CHRONICON. Wrocław, s. 445–457.

ŚLEZIAK M., 2020: *Projekt „Słownika haseł politycznych (1918–2018)”*. W: BAŃKO M., RUDNICKA E., DECYK-ZIĘBA W., red.: *Leksykografia w różnych kontekstach*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, s. 289–301.



Przejawy grzeczności językowej w medialnych rozmowach ze sportowcami

Features of Verbal Politeness in Media Conversations with Athletes

Abstract: This article discusses features of verbal politeness occurring in three different types of the media interviews with athletes: standard interviews (on the radio), interviews typical of sports journalism (post-event micro-interviews), and the most recent forms of communication with athletes (interviews on the Internet). The research, which involved using the pragmalinguistic methodology and the linguistic-communicative approach, confirms that the participants of this type of interactions strive for cooperation and use Polish strategies of verbal politeness. The analysis has identified three groups of features of verbal politeness: phrases related to elementary politeness, phrases related to formal etiquette, and polite speech formulas.

Key words: verbal politeness, elementary politeness, formal etiquette, media conversation, sports journalism

Abstrakt: Przedmiotem opracowania są językowe zachowania grzecznościowe występujące w trzech odmianach medialnych rozmów ze sportowcami: dialogach w postaci klasycznej (wywiadach radiowych), rozmowach typowych dla dziennikarstwa sportowego (mikrowywiadach pomeczowych) i najnowszych formach komunikacji z zawodnikami (wywiadach internetowych). Badania, w których wykorzystano metodologię pragmalingwistyczną i ujęcie językowokomunikacyjne, potwierdzają, że uczestnicy tego typu interakcji dążą do kooperacji i realizują polskie strategie grzecznościowe. Rezultatem analiz jest wyodrębnienie trzech grup przejawów grzeczności językowej w medialnych rozmowach ze sportowcami: zwrotów związanych z grzecznością elementarną, zwrotów związanych z grzecznością elitarną oraz grzecznościowej obudowy wypowiedzi.

Słowa kluczowe: grzeczność językowa, grzeczność elementarna, grzeczność elitarna, rozmowa medialna, dziennikarstwo sportowe

1. Wprowadzenie

Grzeczność językowa stanowi jeden z najważniejszych czynników, które wpływają na kontakt między nadawcą a odbiorcą i decydują o powodzeniu komunikacji. Małgorzata MARCJANIK definiuje ją jako „zbiór przyjętych w danej społeczności wzorów językowych zachowań grzecznościowych, zwyczajowo przyporządkowanych określonym sytuacjom pragmatycznym” (2007: 12) i nazywa „społecznie akceptowaną grą, w którą »gramy« z innymi członkami grup społecznych przez całe życie” (2017: 6). W pracach naukowych grzeczność jest często postrzegana wieloaspektowo – przede wszystkim jako wzorzec społeczny

pożądany w kontaktach międzyludzkich (por. np. ANUSIEWICZ, MARCJANIK, red., 1992: 7; SKUDRZYK, 2007: 105; KITA, 2016: 194). Językowe zachowania grzecznościowe są bowiem istotnym składnikiem *partnerstwa komunikacyjnego*, czyli relacji opierającej się na współpracy między interlokutorami. Wymiana formuł grzecznościowych, takich jak powitania, pozdrowienia czy komplementy, wytwarza specyficzną aurę w czasie interakcji, która przez filozofów języka nazywana jest „atmosferą grzeczności”¹ (GRODZIŃSKI, 1980: 90). To, czy uczestnik aktu komunikacji zna zasady grzecznościowe i stosuje się do nich, czy przejawia zainteresowanie drugim człowiekiem i jego sprawami, czy poprzez stosowanie adekwatnych do sytuacji zwrotów okazuje szacunek partnerowi dialogu, ma fundamentalne znaczenie w komunikacji, także w przestrzeni medialnej.

2. Rozmowa medialna

Gatunkiem wypowiedzi w mediach, w którym aspekt pragmatyczny, a w szczególności wszelkie przejawy grzeczności językowej pełnią istotną funkcję, jest *rozmowa medialna*. We współczesnej sferze medialnej zauważa się wiele form opierających się na wymianie werbalnej – warto wspomnieć między innymi o wywiadzie (por. KITA, 1998; SOB CZAK, 2006), radiowych formach gatunkotwórczych o charakterze rozrywkowym takich jak *talk-joke*, *phone-in* oraz *game show* (por. STACHYRA, 2008), telewizyjnym programie *talk show* (por. PTASZEK, 2007) czy internetowych rozmowach prowadzonych w ramach działalności wideoblogowej (por. KACPERSKA, 2020). Ekspansję wypowiedzi w mediach wykorzystujących dialogowość Małgorzata KITA nazywa „współczesnym fenomenem medialnym” i „medialną modą na dialog” (2012: 19). Przyczyn takiego zjawiska można upatrywać w podstawowych właściwościach rozmowy medialnej, która jest typem wywiadu ściśle związanym z dialogowymi formami o znamionach potoczności – oprócz struktury: pytanie – odpowiedź oraz wymiany ról nadawczo-odbiorczych cechuje się dążeniem do minimalizowania dystansu między rozmówcami, z reguły małym stopniem oficjalności, emocjonalnością, a także mową naturalną, często codzienną, potoczną (por. PISAREK, red., 2006: 190; KITA, 2012: 224; KACPERSKA, 2018: 69). Do tego typu interakcji w mediach nierzadko zbliżają się medialne dialogi o charakterze oficjalnym, co widać głównie w analizach współczesnych wywiadów.

Składnikiem udanej rozmowy medialnej jest grzeczność językowa. We wszelkich wymianach werbalnych funkcjonujących w mediach mamy do czynienia z komunikacją na dwóch poziomach – mikro sytuacyjnym, na którym dziennikarz rozmawia z bezpośrednim partnerem dialogu (zaproszonym do interakcji gościem), oraz makrosytuacyjnym, na którym nadawca pośrednio komunikuje się z odbiorcą masowym. Z tego względu badacze komunikacji językowej traktują rozmowę medialną często nie jako dialog *sensu stricto*, ale jako „manifestację trilogu”, w którym uczestniczą: dziennikarz – odbiorca bezpośredni – odbiorca pośredni (por. ŚLAWSKA, 2011: 38; LOEWE, 2013: 300).

¹ Na tworzenie „atmosfery grzeczności” mają wpływ nie tylko środki językowe, ale i pozajęzykowe, takie jak gest, mimika, proksemika, intonacja czy tempo mówienia, które świadczą o grzeczności niewerbalnej (por. np. MARCJANIK, 2006: 241–242; MARCJANIK, 2007: 13–19). Badania medialnych rozmów ze sportowcami ograniczono jednak do grzeczności werbalnej.

Modzie na rozmowę w mediach ulegają różne dziedziny dziennikarstwa, między innymi dziennikarstwo sportowe. Obecnie wykorzystuje się rozmaite formy oparte na wymianie werbalnej, aby w sposób atrakcyjny przedstawić kibicom sportowych idoli. Odbiorców interesuje nie tylko kariera sportowców, ale również ich osobowość, opinie dotyczące aktualnych wydarzeń czy fakty z życia prywatnego. To, w jakim stopniu zaproszony do rozmowy sportowiec zaufa dziennikarzowi, czy chętnie odpowie na jego pytania, czy otworzy się przed nim w takim stopniu, by opowiedzieć o swoich poglądach i przemyśleniach, w dużej mierze zależy od tego, czy interlokutorzy realizują strategie grzecznościowe.

3. Przedmiot, cel i metoda badań

Aby sprawdzić, w jaki sposób grzeczność językowa ujawnia się w dziennikarstwie sportowym, analizie poddano medialne rozmowy ze sportowcami. Przedmiotem badań są interakcje z reprezentantami jednej dyscypliny sportowej – siatkówki. Zostały one upublicznione na przestrzeni trzech lat (w czasie od października 2016 roku do października 2019 roku) w formie audialnej oraz audiowizualnej. Pod uwagę wzięto losowo wybrane:

- a) rozmowy radiowe prowadzone z siatkarzami w ramach audycji „Przy niedzieli o sporcie” na antenie Radia TOK FM, audycji „Warto rozbawiać” na antenie Radia Zet i programu audialnego „Kierunek Tokio” na antenie internetowego Radia Weszło FM²;
- b) mikrowywiady pomeczowe przeprowadzane z siatkarzami przez dziennikarzy stacji telewizyjnej Polsat Sport i upubliczniane za pośrednictwem portalu PolsatSport.pl;
- c) wywiady przeprowadzane z siatkarzami w ramach internetowych serii rozmów ze sportowcami („Kadziu Projekt” na portalu PolsatSport.pl i „Sam na sam” na youtubowym kanale portalu Sport.pl) oraz na wideoblogu „Prawda Siatki”.

Materiał badawczy to łącznie ponad 315 minut nagrań. Wymagały one transkrypcji, aby na dalszym etapie badań rozmowy można było je poddać analizie porównawczej. Ce-

² Wybrane do analizy rozmowy radiowe zostały upublicznione za pośrednictwem trzech różnych stacji, które warto scharakteryzować. Radio TOK FM to komercyjny nadawca ponadregionalny o charakterze informacyjno-publicystycznym, nastawiony na mówienie do i w obecności słuchacza. Potwierdza to również wizytówka zamieszczona na oficjalnej stronie internetowej rozgłośni: „Radio TOK FM – Pierwsze Radio Informacyjne jest opiniotwórczym radiem »mówionym«, w którym słowo stanowi około 90% programu antenowego” [<https://audycje.tokfm.pl/radio-tokfm-informacje#TRNavSST>, dostęp: 5.07.21]. Rozmowy z przedstawicielami sportu, które przeprowadzane są w ramach audycji „Przy niedzieli o sporcie”, zawierają wiele elementów typowych dla polszczyzny oficjalnej, a nawet latynizmy i wyrazy przestarzałe. Z kolei Radio Zet to komercyjna rozgłośnia radiowa o zasięgu ogólnopolskim; swój format określa jako AC (*Adult Contemporary*), co uwidacznia się w przekazywaniu treści przeznaczonych dla osób dorosłych oraz ukierunkowaniu na muzykę i rozrywkę. Skupienie się na ludyczności zauważalne jest w audycji „Warto rozbawiać”, w której prowadzący Szymon Majewski w sposób lekki, przystępny oraz zabawny rozmawia z zaproszonymi do studia gośćmi. Dziennikarz dąży do minimalizowania dystansu komunikacyjnego zarówno na poziomie makro, jak i mikro, czego przejawem jest między innymi wysoki poziom potoczności oraz bezpośredniości. Natomiast Radio Weszło FM to internetowe radio specjalistyczne o tematyce sportowej oparte na przekazie werbalnym. W rozmowach prowadzonych w audycji „Kierunek Tokio” interlokutorzy posługują się mową swobodną, naturalną, w której występuje głównie słownictwo potoczne.

lem badawczym jest bowiem przedstawienie różnic w realizacji strategii grzecznościowych między trzema wybranymi typami medialnych rozmów ze sportowcami: wywiadem radiowym (dialogiem w postaci klasycznej), mikrowywiadem pomeczowym (rozmową typową dla dziennikarstwa sportowego) a wywiadem internetowym (najnowszą formą medialnej komunikacji z zawodnikami).

4. Odmiany medialnych rozmów ze sportowcami – charakterystyka³

Wywiad radiowy to zdecydowanie dłuższa od pozostałych forma interakcji między przedstawicielem mediów a sportowcem. Za sprawą przekazu audialnego budowana jest specyficzna atmosfera kameralności i intymności, skłaniająca bohatera wywiadu do otwarcia się przed dziennikarzem (zwłaszcza w przypadku wywiadu zwierzeniowego). Tę specyfikę przekazu radiowego widać także na poziomie makrosytuacyjnym – odbiór ma charakter indywidualny, osobisty, co ujawnia się w formach adresatywnych. Siatkarze są zapraszani do rozmowy z dziennikarzami na antenie radiowej najczęściej w związku z odniesieniem znaczącego sukcesu sportowego (np. zdobycie tytułu mistrza świata) czy ogłoszeniem zakończenia kariery zawodniczej przez sportowca.

Charakterystycznym dla dziennikarstwa sportowego typem krótkiej interakcji między dziennikarzem a zawodnikiem jest z kolei *mikrowywiad pomeczowy*. To forma dialogowa nastawiona przede wszystkim na zwięzłą wymianę opinii na temat zakończonego właśnie spotkania sportowego. Oprócz tego cechuje się wysokim poziomem spontaniczności oraz dużym ładunkiem emocjonalnym zwłaszcza u odpowiadającego (sportowca), co zazwyczaj jest interesujące dla odbiorcy medialnego. Do mikrowywiadów pomeczowych najczęściej zaprasza się siatkarzy, którzy wyróżniali się bardzo dobrą postawą na boisku, reprezentujących zarówno drużynę wygraną, jak i przegraną.

Nieograniczone możliwości komunikacji ze sportowcami daje przestrzeń internetowa, stąd trzecią odmianą rozmów medialnych, którą wzięto pod uwagę, jest *wywiad internetowy*. Oprócz serwisów społecznościowych, za których pośrednictwem można organizować na przykład rozmowy typu *live chat*, upubliczniane są także autorskie cykle rozmów ze sportowcami w formie audiowizualnej. W roli gospodarza i moderatora rozmowy może występować dziennikarz (czego przykładem jest cykl „Sam na sam” Pawła Wilkowicza, redaktora naczelnego portalu Sport.pl) lub były sportowiec (jak w przypadku autorskiego programu „Kadziu Project” Łukasza Kadziewicza – byłego siatkarza i byłego komentatora stacji telewizyjnej Polsat Sport). Rozmowy medialne z zawodnikami pojawiają się też w ramach wideoblogowej działalności dziennikarzy sportowych, między innymi w wideoblogu „Prawda Siatki” Jerzego Mielewskiego i Marcina Lepy.

³ Ze względu na ograniczone możliwości wydawnicze w artykule zamieszczono krótkie charakterystyki analizowanych rozmów medialnych ze sportowcami. Bardziej szczegółowy opis omawianych form interakcji można odnaleźć w monografii *Współczesne oblicza medialnych rozmów o sporcie* (KACPERSKA, 2021).

5. Zwroty grzecznościowe w medialnych rozmowach ze sportowcami

W analizie relacji partnerskich w medialnych rozmowach z przedstawicielami sportu na poziomach mikro- i makrosytuacyjnym pod uwagę wzięto używane przez uczestników dialogu *zwroty grzecznościowe*. MARCJANIK definiuje je jako te wypowiedzi, które mają cel komunikacyjny związany z dyrektywą obyczajową „nie wypada nie...” (por. 2017: 5). W badanych interakcjach występują zwroty grzecznościowe należące do dwóch podstawowych grup, które wyróżnił Kazimierz Ożóg (1990). Są to:

- a) pierwszorzędne zwroty grzecznościowe określane jako niezbędne do prawidłowego przebiegu kontaktu językowego, czyli formy adresatywne, powitania, sposoby przedstawiania siebie i rozmówcy, prośby, przeprosiny, podziękowania, pożegnania;
- b) drugorzędne zwroty grzecznościowe, których podstawowym zadaniem jest wyrażanie więzi społecznej, na przykład formy wyrażające aprobatę dla rozmówcy, pochwały, gratulacje, zaproszenia, pozdrowienia, życzenia.

Z tą typologią ściśle wiąże się podział zaproponowany przez Małgorzatę KITĘ (por. 2016: 198–200). Językoznawczyni uwzględnia w nim stopień powszechności zwrotów realizujących funkcję grzecznościową w społeczeństwie oraz zwraca uwagę na dwa typy grzeczności:

- a) grzeczność elementarna, stosowana „na co dzień” i obowiązująca wszystkich członków społeczeństwa; należą do niej te zwroty grzecznościowe, które Ożóg nazywa pierwszorzędnymi;
- b) grzeczność wyszukana, wyrafinowana, elitarna tworząca atmosferę uprzejmości i kurtuazji – jej przejawy są nadbudowane nad grzecznością elementarną; wiąże się z używaniem takich środków językowych, które wyrażają „dbałość o dobre samopoczucie uczestników aktu komunikacyjnego. To nie tylko »nie szkodzić«, lecz – przede wszystkim – pomagać, sprawiać w naturalny i niewymuszony sposób bezinteresownie przyjemność – drugiemu, ale i sobie” (KITA, 2016: 199).

Innym ważnym podziałem jest ten zaproponowany przez MARCJANIK (2017), która oprócz autonomicznych oraz nieautonomicznych aktów grzecznościowych wyodrębnia grzecznościową obudowę aktów, na którą składają się elementy wypowiedzi niemające mocy predykatywnej i pełniące funkcję etykietalną. Na podstawie typologii Ożoga, Kity i Marcjanik przejawy grzeczności językowej, które występują w poszczególnych typach medialnych rozmów ze sportowcami (wywiadzie radiowym, mikrowywiadzie pomeczowym oraz wywiadzie internetowym), zostały podzielone na trzy zasadnicze grupy: 1) zwroty związane z grzecznością elementarną (por. tabela 1), 2) zwroty związane z grzecznością elitarną, 3) grzecznościową obudowę wypowiedzi (por. tabela 2). W dalszej części artykułu każda z nich zostanie szczegółowo omówiona.

5.1. Grzeczność elementarna

Do pierwszej grupy zwrotów świadczących o grzeczności językowej w medialnych dialogach między dziennikarzami a sportowcami należą formy zwracania się do odbiorcy, czyli tzw. *formy adresatywne*. Są to takie zwroty grzecznościowe, które od początku rozmowy budują relację z partnerem dialogu, decydują o poziomie dystansu komunikacyjnego i wyrażają stosunek emocjonalny wobec rozmówcy. W analizowanych rozmowach na poziomie

makrosytuacyjnym brakuje konsekwencji w stosowaniu bezpośrednich zwrotów do odbiorcy masowego. W wywiadach radiowych oraz internetowych przedstawiciele mediów stosują zarówno oficjalną formę *państwo* (na przykład *Paweł Zagumny jest moim i państwa gościem* (5.03.2017) – WR⁴), jak i potoczne, bezpośrednie formy w 2. osobie liczby mnogiej, typowe dla relacji na *ty*, które budują wspólnotowość (typu *Poznajecie tego dżentelmena?* (31.08.2018) – WI). Zdarza się, że moderator wymiany używa obu form w czasie tego samego wywiadu, por. *Ja już nie chcę, proszę państwa, przesadnie chwalić Trójmiasta; Ja stoję, Piotrek siedzi i jestem jego wzrostu, bo tego nie widzicie, ale magia radia, więc wam to opowiadamy* (4.12.2018) – WR. W przeanalizowanych mikrowywiadach pomeczowych nie wystąpiły bezpośrednie zwroty do odbiorcy masowego, co prawdopodobnie wiąże się ze zwięzłością tej wypowiedzi.

Na poziomie mikrosytuacyjnym z reguły występują formy adresatywne typowe dla relacji na *ty*, co ujawnia się w wypowiedziach zarówno dziennikarzy, jak i sportowców, o czym świadczą stosowane przez nich zaimki osobowe oraz formy czasowników. We wszystkich odmianach rozmów medialnych dziennikarz zwraca się do swojego rozmówcy po imieniu, najczęściej z użyciem form równych mianownikowi liczby pojedynczej (a nie wołacza liczby pojedynczej), co jest charakterystyczne dla polszczyzny potocznej, stosuje także zdrobnienia, na przykład *Kuba, masz prawo jazdy w ogóle?* (26.08.2018) – WI. W wywiadach radiowych zdarza się, że przedstawiciel mediów, zwracając się do partnerów rozmowy, używa grzecznego i dość oficjalnego zwrotu *panowie* (mimo tego, że pozostaje z nimi w relacji na *ty*), na przykład *Panowie, uwaga, pytanie do każdego z was po jednym abstrakcyjnym* (8.10.2018) – WR. Jeśli chodzi o interwencje gościa rozmowy, w nich sportowcy nie używają imion, ale zwracają się do dziennikarzy formami czasownika w 2. osobie liczby pojedynczej (na przykład *Staram się razem z żoną odwiedzać tę halę, bo, tak ja ty wcześniej powiedziałeś, jest to jedna z najpiękniejszych hal w Polsce* (4.12.2018) – WR).

Niezbędnymi do prawidłowego przebiegu interakcji zwrotami grzecznościowymi są również *sposoby przedstawiania siebie i rozmówcy* oraz *powitania*, które stanowią elementy części inicjalnej medialnych rozmów ze sportowcami. Prowadzący wywiady radiowe i internetowe rozpoczynają interakcję od przedstawienia się odbiorcom, co ogranicza się do podania imienia oraz nazwiska. Do tego w formule inicjalnej wskazują na nazwę prowadzonej przez siebie audycji i/lub stacji radiowej (w przypadku wywiadów radiowych) albo nazwę programu, cyklu rozmów czy wideobloga, w którego ramach upubliczniane są dialogi ze sportowcami (w przypadku wywiadów internetowych). W mikrowywiadach pomeczowych dziennikarz rezygnuje z przedstawiania samego siebie, co najprawdopodobniej jest spowodowane lapidarnością i zwięzłością tej formy interakcji ze sportowcem.

We wszystkich analizowanych odmianach medialnej rozmowy z siatkarzami zdecydowanie bardziej rozbudowane jest przedstawienie bohatera wywiadu. Przedstawiciel mediów, oprócz podania imienia i nazwiska sportowca, wymienia jego osiągnięcia zawodowe, co niekiedy połączone jest z pochwałą dokonań, na przykład *Dziś moim i państwa gościem jest Paweł Zagumny, siatkarzski mistrz świata z 2014 roku, wicemistrz świata z 2006 roku, mistrz*

⁴ Fragmenty medialnych rozmów ze sportowcami zapisywane są w artykule kursywą. Każdy cytat jest opatrzone datą upublicznienia dialogu i informacją, jaki to typ interakcji (WR – wywiad radiowy, MP – mikrowywiad pomeczowy, WI – wywiad internetowy).

świata juniorów, właściwie w swojej palecie reprezentacyjnej kariery zdobył już absolutnie wszystko (5.03.2017) – WR. W zwrotach grzecznościowych związanych z przedstawianiem siebie i swojego rozmówcy w odmianach medialnej rozmowy ze sportowcem eksponuje się zatem bohatera dialogu – prezentacja jego sylwetki jest bardziej rozbudowana w porównaniu z przedstawianiem siebie przez dziennikarza (która ogranicza się do lakonicznej formy autoprezentacji) i skoncentrowana na sportowych zasługach siatkarza. W ten sposób ujawnia się typowa dla polskiej kultury reguła grzeczności językowej, którą MARCJANIK nazywa regułą bycia podwładnym (por. 2006: 286; 2017: 6).

W wywiadach radiowych i internetowych na poziomie makro występuje jeden z najbardziej rozpowszechnionych zwrotów służących powitaniu – *witam* – który wzmacniany jest przysłówkami wartościującymi pozytywnie, na przykład *witam was bardzo gorąco* (4.12.2018) – WR, *śłuchajcie, witamy serdecznie*, „*Prawda Siatki*” (26.08.2018) – WI. Do tego w wypowiedziach gospodarzy audycji pojawia się zwrot do słuchaczy *kłaniam się państwu* (5.03.2017), który jest uznawany przez MARCJANIK za typową dla kontaktów pośrednich i chętnie stosowaną przez prezenterów radia formę grzecznościową (por. 2017: 29). Na poziomie mikro stosowane są uniwersalne grzecznościowe formy powitalne typu *dzień dobry, witam, cześć*. W powitaniach występujących w wywiadach radiowych oraz internetowych realizowana jest także reguła symetryczności zachowań grzecznościowych – najpierw dziennikarz wita swojego gościa, po czym bohater interakcji odpowiada podobnym zwrotem. Form powitalnych nie zauważa się jedynie w mikrowywiadach pomeczowych, co, jak można przypuszczać, spowodowane jest tym, że powitanie rozmówców odbyło się przed włączeniem kamery (w tzw. kulisach) i nie zostało zarejestrowane ze względu na fakt, iż ten typ wymiany jest krótki.

Przejawem grzeczności elementarnej są także *prośby*, które wystąpiły w analizowanych wymianach radiowych i pomeczowych. W rozmowach prowadzonych za pośrednictwem radia są one kierowane przez prowadzącego, który używa grzecznych form prośby o informację typu *chciałbym wrócić...*, na przykład *Jeszcze chciałbym wrócić do siatkówki na koniec naszej rozmowy* (5.03.2017) – WR oraz *chciałem zapytać...*, na przykład *Chciałem zapytać też o drugiego z trenerów, czyli o Andreę Anastasiego* (4.12.2018) – WR. Dziennikarz stosuje niekiedy zwrot *proszę*, który wtrącony do wypowiedzi mającej formę polecenia, lecz pełniącej funkcję prośby, jest próbą osłabienia polecenia wyrażonego czasownikiem, na przykład: *Powiedz, proszę, co było twoim [...] największym atutem?* (5.03.2017) – WR. W mikrowywiadach pomeczowych prośby występują w wypowiedziach sportowców; są kierowane do kibiców (poziom makrosytuacyjny) i połączone z zaproszeniem typu *Kibice naprawdę są fantastyczni. Miejmy nadzieję, że tak samo będzie w kolejnych fazach turnieju, nie tylko tutaj. Serdecznie wszystkich zapraszamy i prosimy o pomoc* (16.09.2019) – MP.

W sytuacjach, kiedy podczas medialnej wymiany werbalnej ze sportowcem interlokutor ma wrażenie, iż jego zachowanie mogłoby zostać uznane przez partnera dialogu za niegrzeczne, stosowane są zwroty o funkcji *przepraszania*. Dzieje się tak na przykład w okolicznościach, gdy dziennikarz często (być może zbyt często) odwołuje się do innej dyscypliny sportowej niż siatkówka, na przykład *Ja przepraszam za te analogie, ale ta piłka [nożna – B.K.] jest mi gdzieś bliska* (5.03.2017) – WR, lub gdy w wypowiedzi sportowca pojawia się mimowolne zachowanie parajęzykowe typu odchrząknięcie – WR. Zagrożeniem

komunikacji opartej na dialogu jest przerywanie rozmówcy. Takie zachowanie stanowi przejaw braku grzeczności językowej. Analiza zgromadzonego materiału badawczego pokazuje, że rozmówcy bardzo rzadko wchodzą sobie w słowo i przerywają partnerowi, nie pozwalając mu skończyć wypowiedzi. Wymiany werbalne między dziennikarzami a sportowcami w zdecydowanej większości są uprzejme, swobodne, naturalne. Nawet jeśli zdarzy się sytuacja, w której interlokutor przerwie wypowiedź swojego partnera, to, kierując się zasadą grzeczności, natychmiast za to przeprosza, na przykład *Ale wiesz, jaki jest powód? Przepraszam, że wejść ci w słowo, znowu do piłki nożnej [...]* (5.03.2017) – WR.

O grzeczności elementarnej świadczą także składowe części finalnej rozmowy medialnej ze sportowcem, czyli *podziękowania* oraz *pożegnania*. W analizowanych dialogach grzecznościowe zwroty o funkcji podziękowania występują we wszystkich odmianach wywiadu. Są inicjowane przede wszystkim przez dziennikarzy i stanowią sygnał zakończenia wymiany, a sportowcy, zgodnie z grzecznościową regułą symetryczności, odpowiadają na nie podobnym zwrotem. Tego typu formuły grzecznościowe mają postać najbardziej popularnej w kulturze polskiej formy podziękowań – *dziękuję*, która zazwyczaj występuje z przysłówkiem, na przykład *Dziękuję pięknie. Fabian Drzyzga, MVP dzisiejszego spotkania* (15.10.2016) – MP, *Bartek, bardzo dziękuję za wywiad* (8.10.2018) – WR. Zdarza się, że w interakcjach występuje skrócona forma *dzięki* z przymiotnikiem *wielkie*, która w kulturze polskiej powinna być stosowana tylko w relacjach na *ty* (por. MARCJANIK, 2017: 204). Do tego grzecznościowe zwroty wskazujące na podziękowanie są używane przez sportowców na poziomie makrosytuacyjnym, kiedy to w imieniu całej drużyny zwracają się do odbiorców/kibiców, którym dziękują za doping: *Gramy kilkaset kilometrów od domu, a czujemy się tak, jakbyśmy grali w Gdańsku albo innym polskim mieście, więc dziękujemy* (16.09.2019) – MP. Jeśli zaś chodzi o pożegnania, to zauważa się je tylko w analizowanych wywiadach radiowych, w których moderator rozmowy zwraca się do słuchaczy formą *do usłyszenia*.

Tabela 1

Przejawy językowej grzeczności elementarnej
w medialnych rozmowach ze sportowcami – analiza porównawcza

Grzeczność elementarna	Typy wywiadu		
	wywiad radiowy	mikrowywiad pomeczowy	wywiad internetowy
1	2	3	4
Formy adresatywne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: relacja nieoficjalna (na <i>ty</i>) / relacja oficjalna (na <i>państwo</i>) ▪ poziom mikro: relacja nieoficjalna (na <i>ty</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: brak ▪ poziom mikro: relacja nieoficjalna (na <i>ty</i>) / relacja oficjalna (na <i>pan</i>) tylko sportowiec → dziennikarz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: relacja nieoficjalna (na <i>ty</i>) / relacja oficjalna (na <i>państwo</i>) ▪ poziom mikro: relacja nieoficjalna (na <i>ty</i>)
Powitania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: <i>kłaniam się państwu, witam (serdecznie, bardzo gorąco)</i> ▪ poziom mikro: <i>dzień dobry, witam</i> [reguła symetryczności] 	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: <i>witam (serdecznie)</i> ▪ poziom mikro: <i>cześć, witam</i> [reguła symetryczności]

1	2	3	4
Przedstawianie siebie i kogoś	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przedstawianie siebie: imię, nazwisko ▪ podanie nazwy audycji, ▪ przedstawianie sportowca: imię, nazwisko, najważniejsze osiągnięcia sportowe [reguła bycia podwładnym] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przedstawianie siebie: brak ▪ przedstawianie sportowca: imię, nazwisko, klub, pozycja na boisku [reguła bycia podwładnym] 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przedstawianie siebie: imię, nazwisko ▪ podanie nazwy programu ▪ przedstawianie sportowca: imię, nazwisko, pozycja na boisku, najważniejsze osiągnięcia sportowe [reguła bycia podwładnym]
Prośby	poziom mikro: pytania (dziennikarz → sportowiec)	poziom makro: sportowiec → widzowie	–
Przeprosiny	wypowiedzi dziennikarza i sportowca	–	wypowiedzi dziennikarza i sportowca
Podziękowania	na poziomie mikro: <i>dziękuję (bardzo, serdecznie), dzięki (wielkie)</i> [reguła symetryczności]	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: sportowiec → widzowie ▪ poziom mikro: <i>dziękuję (pięknie, bardzo, serdecznie), dzięki (wielkie)</i> [reguła symetryczności] 	na poziomie mikro: <i>dziękuję, dzięki (bardzo, serdecznie)</i> [reguła symetryczności]
Pożegnania	poziom makro: dziennikarz → widzowie (<i>do usłyszenia</i>)	–	–

Źródło: Opracowanie własne.

5.2. Grzeczność elitarna

Przejawem dbałości o dobre samopoczucie partnera dialogu jest stosowanie *form aprobaty dla działań rozmówcy* (wypowiadanych sądów lub potwierdzenia słów interlokutora), które zauważa się we wszystkich analizowanych odmianach rozmów medialnych, w interwencjach zarówno dziennikarzy, jak i sportowców. Wśród nich wymienić można przede wszystkim:

- a) *tak (tak, tak)* – formę potakiwania rozmówcy, która służy podtrzymaniu kontaktu werbalnego;
- b) *zdecydowanie tak, dokładnie tak, na pewno, no zdecydowanie, no oczywiście* – zwroty grzecznościowe służące nie tylko potwierdzeniu tego, o czym mówi rozmówca, ale także wyrażeniu zrozumienia dla jego działań;
- c) *zgadza się* – formę aprobaty dla tego, co mówi rozmówca.

O grzeczności elitarniej w medialnych rozmowach ze sportowcami świadczą także *pochwały* występujące we wszystkich trzech typach dialogu na poziomie mikrosytuacyjnym w wypowiedziach dziennikarza i kierowane do sportowca. Zwroty grzecznościowe służące wyrażeniu pochwały w analizowanych wymianach najczęściej dotyczą sportowych umiejętności lub osiągnięć rozmówcy. Niekiedy są elementem przedstawienia rozmówcy, na przykład *Absolutny bohater dzisiejszego spotkania, MVP łatwy do wskazania, Mariusz Wlazły (7.01.2017)* – MP, czasem stanowią wprowadzenie do zadania pytania, przykłado-

wo ***Idealnie prowadzisz swoją karierę: Warszawa, Radom i skok na głęboką wodę. Długo zastanawiałeś się nad tym transferem, rozważałeś plusy i minusy?*** (1.10.2016) – WI.

W wypowiedziach sportowca realizowane są reguły polskiej grzeczności wskazane przez MARCJANIK: reguła symetryczności (sportowiec reaguje na pochwałę), a także reguła bycia podwładnym, według której odpowiednią reakcją na wszelkie formy dodatniego wartościowania, w tym na pochwały, są duża wstrzeźliwość, skromność oraz umniejszanie własnych dokonań – w tym przypadku sportowych. Jak argumentuje MARCJANIK, „wynika to z tradycji – z wpajanych nam i naszym przodkom w procesie wychowania zasad skromności, pokory, niewywyższania się” (2017: 116):

D: *A ty znasz się z Tomkiem Łapińskim? [...] moim zdaniem jesteście mentalnie braćmi bliźniakami.*

S: *Pamiętam, że był dobrym obrońcą, tylko tyle mogę powiedzieć o Tomku Łapińskim.*

D: *A ty za to znakomitym rozgrywającym, najlepszym na świecie.*

S: *Był moment, że grałem dobrze, ale czy byłem najlepszy na świecie to chyba nie mi oceniać. Mi się wydaje, że nigdy nie byłem najlepszy.*

5.03.2017 – WR

W medialnych rozmowach ze sportowcami realizowana jest także strategia solidarności z partnerem, polegająca na współodczuwaniu i współdziałaniu z rozmówcą. Jej przejawami są między innymi *gratulacje*, które nie wystąpiły tylko w analizowanych wywiadach internetowych. W pozostałych rozmowach tego typu zwroty grzecznościowe są stosowane przez dziennikarza i odnoszą się albo do międzynarodowego sukcesu całej drużyny, jakim jest zdobycie złotego medalu na mistrzostwach świata, na przykład *Panowie, wielkie gratulacje ode mnie i od wszystkich Polaków* (8.10.2018) – WR, albo do bardzo dobrej postawy rozmówcy w danym meczu, co widać zwłaszcza w mikrowywiadach pomocowych:

D: *Gdyby to ode mnie zależało, Dawid, ty byś dostał dzisiaj statuetkę dla najlepszego gracza meczu. Może tam w liczbach rzeczywiście Sam [Deroo, siatkarz – B.K.] wypadł troszeczkę lepiej, ale wszystkie najważniejsze piłki tego spotkania ty dostałeś i, co my zauważyliśmy z Łukaszem [Kadzewiczem, współkomentującym mecz – B.K.], wszystkie skończyłeś. **Gratulacje!***

S: *A no to cieszę się, cieszę się bardzo [...].*

16.10.2016 – MP

W mikrowywiadach pomocowych gratulacje zauważa się także w interwencjach sportowca, który grzecznościowe zwroty kieruje do drużyny przeciwnej – uwidacznia się zatem kolejna cecha grzeczności językowej, czyli eleganckie, uprzejme mówienie o kimś (tutaj: o przeciwniku), na przykład *Oczywiście trzeba podkreślić, że ZAKSA bardzo dobrze grała, oni grają bardzo równo cały sezon i generalnie ciężko się do nich dobrać, i gratulacje też za te dwa pierwsze sety, bo postawili nam ciężkie warunki [...]* (7.01.2017) – MP.

Gratulacje to nie jedyne zwroty grzecznościowe potwierdzające realizację reguły solidarności z rozmówcą. W rozmowach medialnych na antenie radiowej pojawiają się także inne

wyrazy współodczuwania świadczące o empatii mówiącego, będące reakcją na trudne wydarzenia (związane np. z urazami i kontuzjami), którymi siatkarz dzieli się podczas dialogu:

S: *Dostałem też kartkę do podpisania z możliwymi powikłaniami po narkozie, ale, to wiadomo, każdy...*

D: **Znam ten ból, tak...**

S: *No właśnie.*

4.12.2018 – WR

O grzeczności elitarnej w rozmowach ze sportowcami świadczą również *zaproszenia* oraz *pozdrowienia*, które są kierowane do odbiorców (poziom makrosytuacyjny). W mikro-wywiadach pomeczowych zaproszenia występują w wypowiedziach sportowców, którzy zachęcają kibiców do przyjścia na mecze. W wywiadach internetowych tego typu zwroty pojawiają się w interwencjach dziennikarza w części wprowadzającej do rozmowy, w której odbiorcy są zapraszani do obejrzenia wywiadu, na przykład **Zapraszam na najnowszy odcinek „Sam na sam”** (14.12.2018) – W1. Pozdrowienia z kolei występują w wypowiedziach sportowca i są kierowane do ogółu, na przykład *Bardzo miło wracać tutaj, do Gdańska, do mojej ulubionej hali, do mojego ulubionego miasta, w którym już mieszkam. **Pozdrawiam wszystkich serdecznie*** (10.08.2019) – MP, lub do wybranej osoby, na przykład **Pozdrawiamy cię, Krzysiu, serdecznie bardzo** (31.08.2018) – W1. Zaproszeń i pozdrowień nie odnotowano jedynie w wywiadach radiowych.

Do przejawów grzeczności wysublimowanej należą również *życzenia*. W analizowanych rozmowach ze sportowcem takie zwroty grzecznościowe pojawiają się w części kończącej wywiad – albo w wypowiedziach dziennikarza, na przykład [...] **zdrowia, oby jak najmniej w gabinecie lekarskim, a jak najwięcej na boisku** (3.10.2016) – W1, albo w interwencjach sportowca, który życzenia kieruje do innego siatkarza, na przykład **Życzę mu z całego serca, żeby był najlepszy na świecie** (4.12.2018) – WR. Tego typu zwroty grzecznościowe stanowią także uprzejmą reakcję dziennikarza na to, o czym mówi sportowiec:

S: *Myślę, że jak złapiemy jeszcze o wiele więcej tego takiego pozytywnego feelingu ze sobą i zgrania, to będziemy niebezpieczną drużyną.*

D: **Tego ci życzę.**

26.08.2018 – W1

5.3. Grzecznościowa obudowa wypowiedzi

Na grzecznościową obudowę komunikatów składają się te elementy wypowiedzi, które „nie wskazują na jej treść (czy cel komunikacyjny), lecz wyrażają empatyczny stosunek do odbiorcy” (MARCJANIK, 2017: 190). Tego typu wyrażenia występują we wszystkich typach medialnych rozmów ze sportowcami. Wśród nich można wskazać między innymi *z całym szacunkiem do/dla...*, czyli zwrot mający na celu osłabienie krytyki pod czyjś adresem (w przypadku mikro-wywiadów pomeczowych – skierowanej do drużyny przeciwnej), na przykład **Z całym szacunkiem dla Czechów, ale jesteśmy od nich lepszym zespołem i chcieliśmy to udowodnić na boisku** (16.09.2019) – MP, *miałem przyjemność*, czyli dosłowne i grzeczne wyrażenie tego, że wydarzenie, które odbyło się w przeszłości i jest

związane z rozmówcą, dostarczyło mówiącemu pozytywnych wrażeń, na przykład **Miałem przyjemność komentowania waszych meczów u nas w radiu z Krzyśkiem Ignaczką** (4.12.2018) – WR, czy **jeżeli mogę zasugerować**, czyli grzeczna forma wprowadzenia jakiegoś pomysłu, która jednocześnie jest próbą osłabienia polecenia wyrażonego czasownikiem, na przykład **To i na igrzyskach razem zamieszkajcie, jeżeli mogę coś zasugerować** (4.12.2018) – WR.

Tabela 2

Przejawy językowej grzeczności elitarnej i grzecznościowa obudowa wypowiedzi w medialnych rozmowach ze sportowcami – analiza porównawcza

Grzeczność elitarna	Typy wywiadu		
	wywiad radiowy	mikrowywiad pomeczowy	wywiad internetowy
Formy aprobaty dla rozmówcy	wypowiedzi dziennikarza i sportowca: <i>tak, no tak, zgadza się, no zgadza się, ach, no dokładnie, no na pewno</i>	wypowiedzi dziennikarza i sportowca: <i>tak (tak, dokładnie tak, zdecydowanie tak, na pewno, no zdecydowanie, no oczywiście, zgadza się</i>	wypowiedzi dziennikarza i sportowca: <i>tak, jasne, dobrze, że..., zgadza się</i>
Pochwały	poziom mikro: dziennikarz → sportowiec [reguły symetryczności i bycia podwładnym]	poziom mikro: dziennikarz → sportowiec/drużyna	poziom mikro: dziennikarz → sportowiec [reguły symetryczności i bycia podwładnym]
Gratulacje	wypowiedzi dziennikarza	wypowiedzi dziennikarza i sportowca	–
Zaproszenia	–	poziom makro: sportowiec → widzowie	poziom makro: dziennikarz → widzowie
Pozdrowienia	–	poziom makro: sportowiec → widzowie	poziom makro: sportowiec → widzowie
Życzenia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ poziom makro: sportowiec → widzowie ▪ poziom mikro: dziennikarz → sportowiec 	poziom makro: sportowiec → widzowie	poziom mikro: dziennikarz → sportowiec
Grzecznościowa obudowa wypowiedzi	wypowiedzi dziennikarza i sportowca: <i>miałem przyjemność, nie miałem przyjemności, jeżeli mogę zasugerować...</i>	wypowiedzi sportowca: <i>z całym szacunkiem do/dla...</i>	wypowiedzi dziennikarza: <i>mam nadzieję, że...</i>

Źródło: Opracowanie własne.

6. Podsumowanie

Analiza podstawowych odmian medialnych rozmów o sporcie – wywiadów radiowych, mikrowywiadów pomeczowych oraz wywiadów internetowych – dowodzi, że dialogi między dziennikarzami a sportowcami są prowadzone w sposób uprzejmy, taktowny i grzeczny. O grzeczności elementarnej oraz elitarnej w medialnych interakcjach z zawodnikami świadczą duże nagromadzenie zwrotów grzecznościowych w wypowiedziach interlokutorów.

Więcej ich występuje w interwencjach przedstawicieli mediów, co widoczne jest zwłaszcza w formach zwracania się do rozmówcy, ale wiąże się to z rolą dziennikarza w interakcji – jako prowadzący i moderujący rozmowę zadaje pytania, rozpoczyna, podtrzymuje, a także kończy wymianę werbalną. Nie oznacza to jednak, że dziennikarz to pierwszoplanowa postać w rozmowie medialnej. Wręcz przeciwnie – to bohater wywiadu jest najważniejszy, a dziennikarz stanowi dla niego wsparcie, pełni rolę uważnego słuchacza, który jest ciekawy odpowiedzi oraz z zachowaniem reguł grzecznościowych reaguje na wypowiedzi swojego gościa. Ich dialog jest naturalny, swobodny i chociaż zdarzają się sytuacje przerywania komunikatu przez partnera, wówczas także stosowane są wyrażenia o funkcji grzecznościowej. Ponadto sportowiec odpowiada na przejawy grzeczności językowej, takie jak na przykład powitania, podziękowania czy pochwały, i w ten sposób realizowane są podstawowe reguły polskiej grzeczności wyodrębnione przez MARCIANIK – symetryczności zachowań grzecznościowych, bycia podwładnym oraz solidarności z partnerem.

W wywiadach radiowych, mikrowywiadach pomeczowych oraz wywiadach internetowych widoczna jest liberalizacja obowiązującej etykiety grzecznościowej w mediasferze, o której językoznawcy często wspominają w swoich pracach (por. KUDRA, 2008: 57; SITKOWSKA, 2013: 160). W wymianach między przedstawicielami mediów a zawodnikami uwidacznia się ona głównie w stosowaniu bezpośrednich form adresatywnych i zwracaniu się do siebie po imieniu, lecz wydaje się, iż obecnie jest to sposób na minimalizowanie dystansu komunikacyjnego, na poziomie zarówno mikro-, jak i makrosytuacyjnym, a nie przejaw lekceważenia odbiorcy.

Wyjątkową odmianą rozmowy okazał się mikrowywiad pomeczowy, w którym nie zauważa się niektórych zwrotów grzecznościowych typowych dla grzeczności elementarnej (form powitalnych oraz pożegnalnych, zwrotów związanych z autoprezentacją dziennikarza oraz przeprosin). Wynika to jednak ze specyfiki tej formy komunikacji – interlokutorzy mają mało czasu na rozmowę (mikrowywiad pomeczowy trwa zwykle 3–4 minuty), przez co przedstawiciele mediów świadomie rezygnują z wybranych formuł. Ujęcie porównawcze wykazało także, iż w tego typu interakcjach sportowcy chętniej niż w pozostałych odmianach rozmowy mówią o przeciwniku, co czynią w sposób elegancki, z zachowaniem zasad grzeczności językowej, także elitarnej, o czym świadczą gratulacje dla drużyny przeciwnej po rozegranym meczu oraz grzecznościowa obudowa wypowiedzi.

W badaniach skupionych na grzeczności w mediach z reguły częściej niż na budowanie partnerstwa komunikacyjnego zwraca się uwagę na brak realizacji podstawowych strategii grzecznościowych⁵. Zarówno elementarne, jak i wyrafinowane przejawy etykiety bywają niezauważane, niedoceniane, rozpatrywane jako zachowania niepotrzebne, zbędne lub pełniące jedynie funkcję ornamentu wypowiedzi (por. KITA, 2016: 196). Wskutek tego więcej niż o grzeczności, także w odniesieniu do przestrzeni medialnej, mówi się o niegrzeczności:

⁵ Przykładowo, MARCIANIK, omawiając grzeczność w medialnych wypowiedziach dialogowych typu wywiad z politykiem, debata czy niektóre z programów *talk show*, zwraca uwagę na „obcesowy sposób prowadzenia rozmowy” (2006: 243). Wskazuje także na fakt, iż w interwencjach przedstawicieli mediów nie zauważa się realizacji podstawowych polskich strategii grzecznościowych, takich jak: solidarność z rozmówcą, umniejszanie własnych zasług czy bagatelizowanie przewinień partnera dialogu.

Nie zauważa się grzeczności, gdy jej reguły są respektowane, ale odstępstwo w tej dziedzinie (zarówno zachowanie ewidentnie niegrzeczne, jak i „zapomnienie” o powiedzeniu odpowiedniej formuły) wywołują niechętną reakcję

KITA, 2005: 126

O tym, iż we współczesnych mediach funkcjonują takie wymiany werbalne, w których uczestnicy dążą do kooperacji i realizują polskie strategie grzecznościowe, świadczą medialne rozmowy ze sportowcami. Nie ma w nich strategii agonistycznych (jak w przypadku programów społeczno-politycznych opartych na dialogu⁶), dziennikarz nie występuje w roli przeciwnika – jest za to partnerem oraz pomocnikiem. Popularność medialnych interakcji, których źródłem jest sport, stanowi najlepszy dowód na to, że odbiorcy doceniają przejaśnienie partnerstwa komunikacyjnego w mediach i chętniej wybierają właśnie takie materiały dziennikarskie, w których realizowana jest grzeczność językowa.

Wykaz skrótów

D – dziennikarz

S – siatkarz

MP – mikrowywiad pomeczowy

WI – wywiad internetowy

WR – wywiad radiowy

Źródła

„Kadziu Project” i mikrowywiady pomeczowe [online: <https://www.polsatsport.pl/wideo-kategoria/siatkowka/>; data dostępu: 20.10.2020].

„Kierunek Tokio”, Weszło FM [online: <https://kierunektokio.pl/category/audycje/>; data dostępu: 20.10.2020].

„Prawda Siatki” [online: <https://www.youtube.com/c/PrawdaSiatki/videos>; data dostępu: 20.10.2020].

„Przy niedzieli o sporcie”, TOK FM [online: <https://audycje.tokfm.pl/audycja/28,Przy-Niedzieli-o-Sporcie>; data dostępu: 20.10.2020].

„Sam na sam”, kanał internetowy portalu Sport.pl [online: <https://www.youtube.com/c/sportpl/featured>; data dostępu: 20.10.2020].

„Warto rozbawiać”, kanał internetowy Radia Zet [online: <https://www.youtube.com/c/radiozet/videos>; data dostępu: 20.10.2020].

⁶ Krzysztof GRZEGORZEWSKI, który analizuje wypowiedzi posła Zbigniewa Ziobry pod względem pragmatycznym, stwierdza: „[...] nie ma miejsca na grzeczność, gdy trzeba atakować przeciwników politycznych. [...] w języku polityki coraz mniej jest grzeczności, a coraz więcej argumentów »ad personam« i wyczajnej impertynencji” (2012: 38).

Słowniki

- MARCJANIK M., 2017: *Słownik językowego savoir-vivre'u*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa.
- PISAREK W., red., 2006: *Słownik terminologii medialnej*. Universitas. Kraków.

Literatura

- ANUSIEWICZ J., MARCJANIK M., red., 1992: *Język a kultura*. T. 6: *Polska etykieta językowa*. Wydawnictwo „Wiedza o Kulturze”. Wrocław.
- GRODZIŃSKI E., 1980: *Wypowiedzi performatywne. Z aktualnych zagadnień filozofii języka*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław.
- GRZEGORZEWSKI K., 2012: *Retoryczne strategie w autoprezentacji wizerunku politycznego na przykładzie wypowiedzi Zbigniewa Ziobry w przekazie telewizyjnym z lat 2008–2009*. „Forum Artis Rhetoricae” 2, s. 31–44.
- KACPERSKA B., 2018: *Od wywiadu do rozmowy potocznej – o gatunkowych modyfikacjach medialnych rozmów ze sportowcami*. „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica” LII, s. 65–80.
- KACPERSKA B., 2020: *Partnerstwo jako podstawa (współ)prowadzenia wideobloga sportowego (na przykładzie kanału internetowego „Prawda Siatki”)*. W: KALISZ A., TYC E., red.: *Partnerstwo w komunikacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice, s. 106–122.
- KACPERSKA B., 2021: *Współczesne oblicza medialnych rozmów o sporcie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.
- KITA M., 1998: *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KITA M., 2005: *Językowe rytuały grzecznościowe*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych. Katowice.
- KITA M., 2012: *Medialna moda na dialog*. W: KITA M., LOEWE I., red.: *Język w mediach. Antologia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice, s. 222–237.
- KITA M., 2016: *„Grzeczność wszystkim należy, lecz każdemu inna”. O wielości odmian grzeczności językowej*. „Postscriptum Polonistyczne” 1 (17), s. 193–212.
- KUDRA B., 2008: *O języku w mediach – uwagi ogólne*. W: BOGOŁĘBSKA B., KUDRA A., red.: *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź, s. 55–61.
- LOEWE I., 2013: *Dyskurs telewizyjny*. W: MALINOWSKA E., NOCOŃ J., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Universitas. Kraków, s. 289–311.
- MARCJANIK M., 2006: *ABC grzeczności językowej*. W: BAŃKO M., red.: *Polszczyzna na co dzień*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa, s. 231–310.
- MARCJANIK M., 2007: *Grzeczność w komunikacji językowej*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- OŻÓG K., 1990: *Zwroty grzecznościowe współczesnej polszczyzny mówionej (na materiale języka mówionego mieszkańców Krakowa)*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe. Warszawa–Kraków.
- PTASZEK G., 2007: *Talk show. Szczerość na ekranie?* Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa.
- SITKOWSKA K., 2013: *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.

- SKUDRZYK A., 2007: *Normy grzecznościowych zachowań językowych (etykieta językowa, savoir-vivre, bon ton, dobre wychowanie, grzeczność językowa)*. W: ACHELİK A., TAMBOR J., red.: *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego*. Wydawnictwo Gnome. Katowice, s. 105–122.
- SOB CZAK B., 2006: *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*. Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”. Poznań.
- STACHYRA G., 2008: *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.
- ŚLAWSKA M., 2011: *Formy dialogowe w gatunkach prasowych*. Katowice [online: <https://www.sbc.org.pl/dlibra/show-content/publication/edition/93092?id=93092>; data dostępu: 30.10.2020].



Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych

Linguistic Methods of Building Relations
with the Recipient of Radio Information Programs

Abstract: The main objective of this article is to discuss the linguistic methods of building a relationship with the audience of radio information programmes. The research project involved analysing over ten radio information programmes from the following radio stations: Polish Radio First Program, Polish Radio Third Program, Radio RMF FM, Radio Zet, Radio Maryja and Radio Niepokalanów. These stations have been chosen on the basis of the criteria of ownership and popularity; they represent three different groups of media broadcasters: public, commercial, and social. The analysis has been carried out from the perspective of media linguistic research and based on the assumption of the persuasive nature of the media. The wide variety of programmes available on the media market makes media broadcasters compete for listeners by building a partnership relationship so that the listeners feel that they like *privileged* participants in the communication process. The linguistic analysis of the textual corpus has identified the following linguistic methods that perform the phatic function: *inclusivus* (the inclusive “we”), *exclusivus* (the exclusive “we”), informal and formal verb forms of address, colloquial language elements. Conducted through the prism of the use of language in the function of building relationships with the audience, this analysis of the most representative radio stations in Poland confirms the great linguistic creativity of commercial broadcasters visible in their use of broadly understood communicative-linguistic games.

Key words: radio information programmes, partnership in media communication, media linguistics, the formatting of radio

Abstrakt: Głównym celem autorki artykułu jest zaprezentowanie językowych sposobów budowania relacji z odbiorcą radiowych serwisów informacyjnych. Przeanalizowano kilkanaście serwisów informacyjnych następujących rozgłośni radiowych: Programu Pierwszego Polskiego Radia, Programu Trzeciego Polskiego Radia, Radia RMF FM, Radia Zet, Radia Maryja oraz Radia Niepokalanów. O doborze tych stacji zdecydował czynnik własnościowy oraz popularności – wybrane stacje reprezentują trzy grupy nadawców medialnych: publicznego, komercyjnego oraz społecznego. Niniejsza analiza wpisuje się w nurt badań mediolingwistycznych – zakładających perswazyjny charakter mediów. Szeroka oferta dostępna na rynku medialnym sprawia, że nadawcy medialni zabiegają o odbiorcę poprzez budowanie partnerskiej relacji tak, by odbiorca czuł się dostrzeżonym współuczestnikiem komunikacji. Językowoznawcza analiza korpusu tekstu wykazała następujące językowe zabiegi pełniące funkcję fatyczną: „my” inkluzywne, „my” ekсклюzywne, nieoficjalne i oficjalne formy adresatywne czasownika, potoczne elementy języka. Na podstawie przeprowadzonej przez pryzmat użycia języka w funkcji budowania relacji z odbiorcą analizy najbardziej reprezentatywnych stacji radiowych w Polsce można potwierdzić dużą kreatywność językową nadawców komercyjnych, objawiającą się między innymi licznym zastosowaniem szeroko pojętych gier komunikacyjnojęzykowych.

Słowa kluczowe: radiowe programy informacyjne, partnerstwo w komunikacji medialnej, mediolingwistyka, formatowanie radia

1. Wprowadzenie

Trudno podważyć wpływ mediów na kształtowanie się współczesnego człowieka. Świadczą o tym liczne tendencje obecnie zachodzące w kulturze mediów. Współcześnie w komunikacji masowej uwytklona bywa ich funkcja rozrywkowa – coraz więcej przekazów medialnych ma charakter ludyczny. Dzisiejszy człowiek, by zaspokoić swoją naturalną potrzebę zabawy, sięga po media masowe, które narzucają odbiorcy rodzaj rozrywki – to, co w mediach uznaje się za zabawne, często okazuje się trywialne i wpisuje się w standardy kultury niskiej. Współczesny *homo sapiens* coraz częściej rezygnuje z bezpośrednich kontaktów międzyludzkich, ponieważ mogą je z pozorem sukcesem zastąpić komunikatory internetowe. Przyczyn rosnącej przewagi komunikacji pośredniej nad realną może być wiele i nie zawsze wynikają z egoistycznych pobudek – w obecnej, pandemicznej sytuacji świata rezygnacja z rzeczywistych kontaktów nie jest umotywowana lenistwem czy wygodą ludzi, a stanowi skutek przymusowej izolacji lub wynika z troski o zdrowie i życie własne oraz innych. Komunikacja pośrednia nie jest jednak w stanie zastąpić tej realnej. Ponadto nasilająca się tabloidyżacja mediów sprawia, że to, co proste w formie i pozbawione emocji, nie spotyka się z szerokim zainteresowaniem odbiorców medialnych. Zauważa się też, że w komunikacji masowej eksponowana bywa rola odbiorcy. Objawia się to między innymi w dążeniu do tworzenia wspólnot komunikacyjnych oraz w tzw. pakcie uczestnictwa – zjawisku rozumianym jako kultura partycypacji, zgodnie z którą odbiorca posiada coraz więcej przywilejów komunikacyjnych. Nadawcy medialni dążą do tego, by adresat komunikatu czuł się partnerem, jednakże to celowy zabieg, mający pomóc osiągnąć odpowiednio wysokie wyniki udziału na rynku medialnym. Współczesna komunikacja masowa, głównie dzięki Internetowi, daje odbiorcy możliwość wchodzenia w interakcję z nadawcą, czyli uczestniczenia w akcie komunikacyjnym (JENKINS, 2007: 9).

Wskazane zjawiska zachodzące we współczesnej kulturze mediów są skutkiem nacisku położonego na odbiorcę przekazów, o którego walczy nadawca. Duża konkurencyjność propozycji programowych mediów sprawiła, że rola odbiorcy (którego sylwetka poprzez określenie docelowej grupy została ukształtowana już przez media) w komunikacji medialnej zwiększa się – odbiorca powinien czuć się dostrzeżonym uczestnikiem danej sytuacji komunikacyjnej odbywającej się za pośrednictwem dowolnego środka masowego przekazu tak, by z wyraźną sympatią i odpowiednią częstotliwością sięgał po konkretnego nadawcę.

2. Przedmiot i cel badań

Zabieganie nadawcy o odbiorcę dotyczy także stacji radiowych i ich serwisów informacyjnych. Radio stanowi medium audialne, którego środki oddziaływania ograniczają się do trzech pasm semiotycznych: języka, muzyki oraz dźwięków towarzyszących (SKOWRONEK, 2013: 208). W niniejszej analizie serwisy radiowe, które są przedmiotem badań, traktuje się

jako tekst komunikacji medialnej, stąd też badaniu poddana została wyłącznie językowa warstwa serwisów.

Celem autorki niniejszego artykułu zatem jest wskazanie mechanizmów semantyczno-pragmatycznych w przekazach radiowych, których funkcję stanowi zbudowanie relacji z odbiorcą: uzyskanie i podtrzymanie z nim kontaktu, a w efekcie wzbudzenie w odbiorcy przywiązania emocjonalnego. Działania te świadczą o fatyczności i sprawczości współczesnych mediów (KĘPA-FIGURA, 2018: 366). Postawiony sobie cel badawczy pomoże osiągnąć analiza językoznawcza serwisów informacyjnych wybranych stacji, tj. Programu Pierwszego Polskiego Radia, Programu Trzeciego Polskiego Radia, Radia RMF FM, Radia Zet, Radia Maryja oraz Radia Niepokalanów. O doborze rozgłośni zdecydowały dwa czynniki: kryterium własnościowe – reprezentują one bowiem pod względem przynależności trzy grupy nadawców medialnych (rozgłośnie publiczne, komercyjne oraz społeczne) oraz kryterium słuchalności – z poszczególnych grup nadawców wyłonione zostały te stacje, które mają największą popularność. Z badań Radio Track Kantar Polska pomiaru audytorium stacji radiowych w okresie od kwietnia do czerwca 2020 roku opracowanych przez Biuro KRRiT, wynika, że najwięcej czasu słuchacze poświęcają rozgłośni RMF FM – jej udział w ogólnym czasie słuchania wynosi aż 30,1% i jest to jak dotąd jej rekordowy wynik. Na drugim miejscu znajduje się Radio Zet z wynikiem 12,9%, następnie Program Pierwszy Polskiego Radia – 4,9%. Pozycję czwartą zajmuje Program Trzeci Polskiego Radia z wynikiem 4,3%. Na podstawie tych danych można wywnioskować, że najwięcej czasu radiosłuchacze poświęcają stacjom ogólnopolskim o charakterze uniwersalnym (ТРОХИМЦУК, oprac., 2020). Materiał badawczy został uzyskany poprzez nagrywanie serwisów informacyjnych wybranych stacji, a następnie dokonanie transkrypcji nagrań, w których uwzględniono wyłącznie zapis ortograficzny. Nagrania serwisów pochodzą z okresu od stycznia do października 2020 roku.

3. Formatowanie radiostacji

Zorientowanie na odbiorcę uwidacznia się w szerszym zjawisku określanym jako formatowanie lub profilowanie oferty programowej, wynikające, najogólniej rzecz ujmując, z przeobrażeń technologiczno-społeczno-kulturowych. Formatowanie stacji radiowych to strategia konstruowania oferty radiowej skierowanej do precyzyjnie określonego odbiorcy. To dostosowywanie gatunków muzycznych, audycji, języka i innych elementów programowych do oczekiwań odbiorcy. Polscy nadawcy radiowi korzystają z formatów muzycznych zaproponowanych przez brytyjskie lub amerykańskie rynki, które odnoszą się do lokalnych realiów, nie polskich. Opis istniejących formatów polega przede wszystkim na ustaleniu jego muzycznych parametrów, należy jednak przyznać, że format stacji implikuje organizację rozgłośni nie tylko w aspekcie muzycznym, ale również treściowym, językowym i programowym (STACHYRA, 2008: 27–34).

4. Charakterystyka analizowanych stacji

Program Pierwszy Polskiego Radia to najstarsza stacja radia publicznego nadająca nieprzerwanie (z wyjątkiem okresu drugiej wojny światowej i stanu wojennego) od 1926 roku. Stacja ta ma charakter oficjalnego, uniwersalnego radia adresowanego do całego społeczeństwa, jednak największą grupę odbiorców PR1 stanowią osoby w wieku 60–75 lat. Głównym zadaniem Programu Pierwszego jest rzetelna informacja, ambitna publicystyka oraz popularyzowanie kultury wysokiej. Program informacyjny tej stacji to „Aktualności”.

Z kolei Program Trzeci Polskiego Radia działa od 1962 roku. Kierowany jest do młodego i średniego pokolenia (jednak największą grupę słuchaczy stanowią osoby w wieku od 40 do 59 lat). Program Trzeci wyróżnia ambitna muzyka rozrywkowa oraz autorskie audycje muzyczne¹. Przypisany format tej stacji to *Adult Alternative*. „Serwis Trójki” to nazwa programu informacyjnego tej rozgłośni.

RMF FM jest ogólnopolską stacją komercyjną, która powstała 15 stycznia 1990 roku w Krakowie. Pierwotna nazwa stacji to Radio Małopolska Fun, co wynikało z jej początkowo lokalnej działalności. Rozgłośnia jednak szybko zyskała popularność w całym kraju. Dziś akronim RMF rozwija się jako: Radio. Muzyka. Fakty. Właścicielem grupy RMF jest niemiecka spółka Bauer Media Invest GmbH. Stacja ta nadaje program rozrywkowo-informacyjny. Jej profil muzyczny to *Adult Contemporary* (AC) obejmujący największe przeboje z ostatnich trzech dekad. Grupa docelowa tej rozgłośni to osoby w wieku od 25 do 39 lat. RMF FM od wielu lat zajmuje pozycję lidera na rynku radiowym w Polsce. „Fakty RMF FM” to nazwa programu informacyjnego nadawanego przez tę stację.

Radio Zet jest ogólnopolską stacją komercyjną należącą do holdingu mediowego Eurozet, od 2018 roku podlegającego Czech Media Invest. Rozgłośnia ta powstała 28 września 1990 roku w Warszawie. Formatem ustanowionym dla tej stacji jest AC, kierowany głównie do osób w wieku od 30 do 54 lat, a prezentowane w nim gatunki muzyczne to przede wszystkim muzyka rozrywkowa – utwory od lat 70. po współczesność z wyłączeniem muzyki agresywnej. Program informacyjny nadawany przez tę stację nosi nazwę „Wiadomości Radia Zet”.

Radio Maryja to ogólnopolska rozgłośnia radiowa o charakterze społeczno-katolickim. Została założona 8 grudnia 1991 roku w Toruniu przez zakonników ze Zgromadzenia Najświętszego Odkupiciela (redemptorystów). Jej dyrektorem jest ojciec Tadeusz Rydzyk, kontrowersyjna postać zarówno w środowisku katolickim, jak i poza nim. Radio Maryja jest rozgłośnią religijną o największym zasięgu w Polsce. Jej słuchacze stanowią grupę osób w wieku od 40 do 75 lat. Publicystyka Radia Maryja reprezentuje konserwatywne, często skrajnie prawicowe poglądy.

Radio Niepokalanów zostało założone przez franciszkanina świętego Maksymiliana Marię Kolbego około 1938 roku, jednak franciszkanie koncesję na nadawanie audycji uzyskali dopiero w 1994 roku. Stacja ta przedstawia program o charakterze społeczno-religijnym,

¹ Obecnie popularność Programu Trzeciego Polskiego Radia znacząco spadła ze względu na powstały konflikt o charakterze społeczno-politycznym, w którego wyniku wielu dziennikarzy odeszło z rozgłośni i założyło własne stacje radiowe. Wraz z ich rezygnacją z pracy dla PR3 zmalała liczba słuchaczy radia.

którego cele to: pogłębienie życia chrześcijańskiego radiosłuchaczy, edukacja w zakresie historii i współczesności chrześcijaństwa, a także przekazywanie pełnych, aktualnych informacji z życia Kościoła. W ramówce tej stacji serwis informacyjny istnieje pod nazwą „Wiadomości ogólnopolskie”. Radio Niepokalanów wykupuje serwisy informacyjne od największej w Polsce Informacyjnej Agencji Radiowej, tworzącej serwisy między innymi dla radia publicznego.

Jak podają Jerzy Bralczyk i Jacek Wasilewski za Thomasem Jeffersonem, nadawca medialny intencjonalnie tworzy swoją odmianę języka, wzorowaną na stylu odbiorcy, dyskurs medialny bowiem jest przestrzenią wspólną wydawcy i audytorium – wspólny kod językowy może zapewnić inicjację i kontynuację komunikacji medialnej (BRALCZYK, WASILEWSKI, 2012: 400).

Warunek efektywności aktu komunikacyjnego stanowi to, aby jego uczestnik był sobą, a jednocześnie czuł się partnerem. Partnerstwo komunikacji jest także wyrazem jej etyczności (KITA, 2020: 24). Wobec tego zorientowanie na odbiorcę w kreowaniu przekazów medialnych odgrywa znaczącą rolę. W dalszej części tekstu zostały zaprezentowane zabiegi językowe budujące partnerstwo we wspólnocie komunikacyjnej istniejącej w ramach radiowych serwisów informacyjnych, cechujących się krótkim czasem nadawania. Ich prymarny cel to przekazywanie aktualnych informacji z kraju i ze świata.

5. Formy fleksyjne czasowników

5.1. Czasowniki w 1. osobie liczby mnogiej „my”

5.1.1. „My” inkluzywne²

Jednym ze sposobów budowania partnerskiej relacji z odbiorcą jest inkluzywna forma czasownika w 1. osobie liczby mnogiej. Pokazują to następujące przykłady:

[Reporter kończy relację z miejsca zdarzenia]

Krzysztof Berenda [prowadzący]: ***Dziękujemy** za tę informację, a teraz doniesienia sprzed chwili. Policjanci z Biskupca w Warmińsko-Mazurskiem zatrzymali dwudziestodwuletnią dziewczynę, która w nocy wtargnęła do mieszkania swojej konkubiny, raniąc ją i ich kilkunastomiesięczne dziecko nożem. Więcej o tym w kolejnych Faktach.*

RMF 7.01.2020 11:00

Krzysztof Berenda [prowadzący]: ***Łączymy** się z naszym wozem satelitarnym i Markiem Wiosło. Jesteś przed szpitalem uniwersyteckim. Co z ludźmi, którzy chcieliby skorzystać z pomocy SOR-u?*

RMF 7.01.2020 11:00

***Zaczynamy** Wiadomości o trzynastej.*

[kończy się piosenka, spiker zapowiada wiadomości]

Red Hot Chili Peppers w Radiu Zet. Zbliża się 10.00, a my zapraszamy na Wiadomości w Radiu Zet.

² „My” inkluzywne, inaczej *exclusivus*, to forma czasownika w 1. osobie liczby mnogiej uwzględniająca odbiorcę jako podmiot (tzw. ja albo my wraz z tobą).

Michalina Weronika Pokorska

Aleksandra Ratusznik i Michał Adamiuk.
[dźwiękiel *Minęła właśnie... w Radiu Zet*]

Radio Zet 27.03.2020 10:00

Prowadząca: *Sprawdzamy, co dzieje się w Dolinie Chochołowskiej.*

Radio Zet 24.06.2020 10:00

Prowadzący: *To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji znajdą Państwo na stronie internetowej naszej rozgłośni. Przed nami jeszcze prognoza pogody.*

Radio Maryja 8.01.2020 17:00

Można stwierdzić, że stosowanie form „my” inkluzywnego to dość częsty sposób na budowanie wspólnoty komunikacyjnej z odbiorcą. W serwisach Radia Maryja *inclusivus* występuje w formie wariantywnej – zawiązanie relacji z audytorium dokonuje się za pomocą zaimka „my” (w przykładzie w formie narzędnika). Forma ta daje odbiorcy poczucie bliskości z nadawcą medialnym. Przekaz from pluralnych wzmocniony jest także przez zastosowanie czasu teraźniejszego, który uwypukla fakt, że dany serwis informacyjny rozgrywa się tu i teraz, a wszystkie prezentowane informacje są najświeższe.

W porównaniu z krakowską rozgłośnią (patrz: komentarze prowadzącego Krzysztofa Berendy) zdecydowanie rzadsze stosowanie form czasowników w 1. osobie liczby mnogiej zauważa się w „Wiadomościach” Radia Zet, które spośród analizowanych programów trwają najkrócej (około trzech minut). Formy te występują sporadycznie i wyłącznie w zapowiedziach, w których spiker radiowy zachęca odbiorców do pozostania przy radioodbiornikach i wysłuchania sygnalizowanego serwisu. Taka formuła wygłaszana jest również na początku serwisu, czyli w części programu zawierającej skrót wiadomości.

Inna sytuacja ma miejsce w audycjach nadawców publicznych i społecznych, w których nie zdarza się stosowanie pierwszoosobowych form czasownika w liczbie mnogiej. W funkcji zapowiadania serwisu czy wiadomości w nim prezentowanych występują jedynie pierwszoosobowe formy liczby pojedynczej, i to w sporadycznych przypadkach. Jeśli już zostały zastosowane, to na początku programu, zaraz po przedstawieniu się prowadzącego, tak jak w poniższych przykładach:

[dźwiękiel]

Prowadzący: *Program Trzeci Polskiego Radia. Czwartek, 7 listopada. Minęła dziesiąta. Filip Jarek – zapraszam na Serwis Trójki.*

[dźwiękiel]

Trójka 7.11.2019 10:00

[dźwiękiel]

Minęła piętnasta. Tu Program Pierwszy Polskiego Radia.

[dźwiękiel]

Prowadzący: *Aktualności radiowej Jedyńki. Tomasz Marciniuk. Witam Państwa i zapraszam. W Sejmie debata na temat rozwiązań odpowiadających na kryzys gospodarczy wywołany koronawirusem.*

Jedyńka 27.03.2020 15:00

[dźwięki Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej]
Katarzyna Sowińska. **Zapraszam.**

Radio Niepokalanów 24.01.2020 17:00

Najprawdopodobniej niestosowanie formy pluralnej przez spikerów radiowych wynika z tego, że zarówno w Programie Pierwszym, jak i w Trzecim Programie Polskiego Radia oraz w Radiu Niepokalanów najczęściej tekst audycji informacyjnych odczytuje jeden prowadzący. Może tak się dzieć również z tego względu na to, że wspólnym źródłem serwisów dla tych stacji jest Informacyjna Agencja Radiowa.

Brak stosowania form „my” inkluzywnego nie jest jednak bez znaczenia dla partnerstwa w komunikacji. Warto zwrócić uwagę na fakt, że język w programach informacyjnych nadawców publicznych oraz społecznych nie jest tak dynamiczny i barwny, jak w przypadku komunikatów rozgłośni komercyjnych. Może to mieć swój pozytywny aspekt – nadawcy skupiają się na treści, a nie na formie, kształtując w ten sposób swój profesjonalny wizerunek oraz wyrażając szacunek względem odbiorcy, tak, by radiosłuchacz miał poczucie, że cel odsłuchania programu, którym jest uzyskanie najnowszych i najbardziej istotnych informacji, został osiągnięty.

Ciekawym, jednak nieczęstym, zjawiskiem językowym jest stosowanie przez nadawców programu „Wiadomości Radia Zet” trzecioosobowej formy liczby pojedynczej czasowników w funkcji mówienia o sobie, co widoczne jest w prezentowanych przykładach:

1. Prowadzący: *Na Wielkiej Krokwi weekend z pucharem świata w skokach. **Radio Zet też już tam jest.***

Radio Zet 24.01.2020 17:00

2. Prowadzący: *Kolejny przypadek koronawirusa. Teraz w Krakowie – **dowiaduje się Radio Zet.***

Radio Zet 9.03.2020 10:00

Forma ta ma charakter intencjonalny, ponieważ odgrywa autopromocyjną rolę – odbiorca ma identyfikować dany program z konkretną nazwą, będącą marką. O autopromocyjnej funkcji nazw własnych występujących w obrębie programów radiowych pisze Krzysztof Kaszewski, który zwraca uwagę na dużą wariantywność stosowania onimów przez nadawców (KASZEWSKI, 2018: 290–300). Zaprezentowany przykład to jeden z licznych sposobów autoreklamy, czyli mówienia o swojej rozgłośni i jej ofercie.

5.1.2. „My” eksluzywne³

Funkcję budowania partnerskiej relacji z odbiorcą może również pełnić forma *exclusivus*, o czym świadczą następujące przykłady:

³ „My” eksluzywne, inaczej również *exclusivus*, to forma czasownika w 1. osobie liczby mnogiej, wykluczająca odbiorcę jako składnik podmiotu (tzw. my bez ciebie).

Michalina Weronika Pokorska

Mamy też ważne informacje dla pacjentów, którzy nie mogą skorzystać z SOR-u w Szpitalu Uniwersyteckim w Krakowie z powodu przeprowadzki do nowej siedziby w Prokocimiu.

RMF 7.01.2020 11:00

*Prowadzący: A my jeszcze **ostrzegamy** kierowców – na Podlasiu krajowa ósemka jest zablokowana po wypadku między Białymstokiem a Augustowem.*

Radio Zet 9.03.2020 10:00

Prowadzący: Zachłanny jak student.

*Prowadząca: W „Wiadomościach ekonomicznych” **powiemy**, ile chcą zarabiać.*

Radio Zet 24.06.2020 10:00

*Prowadzący: Ponad czterystu frankowiczów składa pierwszy zbiorowy pozew przeciw Skarbowi Państwa. **Sprawdzamy**, co w nim jest.*

Radio Zet 24.06.2020 13:00

*Prowadzący: Tą wiadomością **zamykamy** to wydanie. Kolejne informacje **przekażemy** o jedenastej.*

Prowadząca: A teraz na naszej antenie czas na prognozę pogody.

[dźwięki zapowiadający pogodę]

Radio Maryja 9.01.2020 10:00

Spiker: Jest dziesiąta.

[dźwięki]

*Prowadzący: Tu Radio Maryja. W naszym programie **zapraszamy** na Wiadomości.*

[dźwięki]

Radio Maryja 24.06.2020 10:00

*Były to Wiadomości w Radiu Maryja. Po więcej **odsyłamy** na nasz portal internetowy.*

A teraz jeszcze prognoza pogody.

[dźwięki pogodowy]

Radio Maryja 24.06.2020 10:00

Stosowanie form „my” ekskluzywnego świadczy o identyfikacji spikerów z rozgłośnią. Forma ta implikuje następującą informację: „Jestem dumny, że tu pracuję” (STACHYRA, 2008: 72). Wyraża ona również silnie poczucie przynależności dziennikarzy do stacji, w której pracują. Nadawca buduje w ten sposób pozytywny obraz samego siebie. Partner komunikacji to nie tylko ktoś, kto na równi traktuje swojego odbiorcę, ale także strona, która wykazuje, że odbiorca jest dla niego ważny. Prezentowanie się od jak najlepszej strony stanowi wyraz zaangażowania w komunikację i chęci jej kontynuowania. Ponadto, pozytywny wizerunek rozgłośni, suponowany w zaprezentowanych przykładach, ma znaczenie w budowaniu partnerskiej relacji z odbiorcą, świadczy bowiem o autentyczności i dostępności nadawców, co dla odbiorców stacji komercyjnych może być niezwykle istotne.

5.2. Czasowniki w 2. osobie liczby mnogiej

Czasowniki w 2. osobie liczby mnogiej to sposób bezpośredniego zwracania się do odbiorców.

1. Prowadząca: *Jak **wiecie** z Radia Zet, są w sumie nowe zachorowania, do tej pory w Polsce zaraziły się tysiąc dwieście czterdzieści cztery osoby. Szesnaście zmarło.*
Radio Zet 27.03.2020 10:00
2. Prowadząca: *W górach **bądźcie ostrożni**. Po ostatnich ulewach szlaki są mokre, grzęskie i śliskie.*
Radio Zet 24.06.2020 10:00
3. *Najważniejsze fakty co pół godziny tylko w RMF FM. Specjalnie dla **was** kolejne z nich punktualnie o siedemnastej przedstawi Katarzyna Staszko. Prosimy.*
RMF FM 27.03.2020 17:00
4. Karolina Michalik: *Jeśli **macie** wątpliwości albo pytania, zadamy je w **waszym** imieniu. Adres fakty@rmf.fm jest do **waszej** dyspozycji.*
RMF FM 27.03.2020 19:00

Formy nieoficjalnego zwracania się do odbiorców to cecha dystynktywna serwisów informacyjnych stacji komercyjnych. Celowość tego działania językowego wynika z chęci zmniejszenia dystansu między nadawcą a odbiorcą, imitacji wzajemnej bliskości oraz wprowadzenia swobodnej i nieoficjalnej atmosfery w komunikacji. Zwracanie się do radiosłuchaczy *per* „wy” wskazuje na równość pomiędzy prowadzącymi a odbiorcami. Nieoficjalna relacja pomiędzy nadawcą a odbiorcą jest budowana również poprzez stosowanie zaimków „my” czy „wy” i „wasz” w różnych formach fleksyjnych (patrz: przykłady nr 3 i 4).

6. Formy grzecznościowe

W radiowych serwisach informacyjnych stosuje się również oficjalne formy zwracania się do odbiorców. Dotyczą one Radia Maryja.

Prowadzący: *To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji **znajdą Państwo** na stronie internetowej naszej rozgłośni. Przed nami jeszcze prognoza pogody.*
[dżingiel]

Radio Maryja 8.01.2020 17:00

Pozornie może się wydawać, że formy oficjalne zwiększają dystans pomiędzy spikerami siedzącymi przy mikrofonach radiowych a słuchaczami będącymi przy radioodbiornikach. Można jednak stwierdzić, że działanie to jest zamierzone, gdyż formy grzecznościowe świadczą o wyrażaniu szacunku względem rozmówców. W przypadku komunikacji radiowej takie formy mogą nawet wskazywać na nadrzędną pozycję słuchaczy odbiorców Radia Maryja

w relacji odbiorca – nadawca. W ten sposób odbiorca może poczuć się zauważony i doceniony. Główną część odbiorców Radia Maryja stanowią osoby starsze, dlatego też oficjalna komunikacja dostosowana jest do ich przyzwyczajęń językowych. W Radiu Niepokalanów oraz w Programach Pierwszym i Trzecim Polskiego Radia nie odnaleziono w zebranych materiale form zwracania się do radiosłuchaczy. Być może wynika to z bardzo lakonicznego, mało swobodnego oraz stonowanego języka tych audycji.

7. (Nie)potoczność wypowiedzi

Już przywołane przykłady form adresatywnych wskazują na niejednorodny stopień oficjalności radiowych przekazów różnych nadawców. Zdecydowanie swobodniejszy styl wypowiedzi zauważa się w serwisach komercyjnych, z kolei w serwisach Polskiego Radia oraz rozgłośni katolickich przeważa komunikacja oficjalna. Oficjalność przekazów medialnych stacji komercyjnych jest obniżana również stosowaniem potocznej polszczyzny. W dalszej części tekstu znajdują się reprezentatywne przykłady użycia stylu potocznego w programach komercyjnych.

Danka Woźnicka [reporterka]: *Fabrykę **wykończyła** tania porcelana, głównie z Chin.*

Radio Zet 24.06.2020 10:00

Prowadzący: *Średnio cztery tysiące złotych **na rękę** – tyle chcieliby zarabiać studenci. Firma doradcza PWC sprawdziła ich oczekiwania finansowe związane z pierwszą pracą.*

Radio Zet 24.06.2020 10:00

Prowadzący: ***No i to dobra wiadomość, bo** wciąż nie wiemy, kto jako czwarty z Polaków wystąpi w jutrzejszej **drużynówce**.*

RMF FM 24.01.2020 17:00

Potoczność w radiu komercyjnym wynika z chęci oddania naturalnego języka, jakim na co dzień posługują się radiosłuchacze, a także z rozrywkowego charakteru obu rozgłośni. Analogiczna sytuacja ma miejsce w przypadku analizowanych serwisów pozostałych stacji – niestosowanie polszczyzny potocznej to również efekt dostosowania języka przekazów medialnych do stylu odbiorców. Wspólny kod językowy nadawców i odbiorców może zapewnić skuteczną komunikację, a także jest dowodem na partnerstwo obu stron aktu komunikacyjnego.

8. Gry komunikacyjnojęzykowe

Zastosowanie gier językowych przez nadawców medialnych dotyczy wyłącznie stacji komercyjnych. W zebranych materiale pośród nagrań stacji publicznych oraz katolickich nie odnaleziono żadnego przykładu zastosowania tej techniki językowej.

W budowaniu relacji z odbiorcą w medium takim, jak radio, w którym komunikacja jest pośrednia, w ramach serwisu informacyjnego nieuwzględniającego personalnej interakcji z odbiorcą⁴ gra językowa ma istotne znaczenie, może bowiem dzięki swojej fatycznej funkcji zastąpić interakcję personalną (KĘPA-FIGURA, 2018: 369). Na potrzeby przeprowadzonej analizy przyjęto następującą definicję pojęcia gry komunikacyjnojęzykowej: „[...] specyficzne działania rozgrywane się na płaszczyźnie języka, których przejawem jest wystąpienie określonych efektów formalno-pragmatycznych” (KĘPA-FIGURA, 2018: 369). W definicji tej szeroko potraktowano omawiane zagadnienie. Gra komunikacyjnojęzykowa jest zamierzonym kodowaniem intencji przekazu, może ona zaistnieć, gdy zostanie założona wspólnota wiedzy językowej i pozajęzykowej obu stron komunikacji (KĘPA-FIGURA, 2018: 369). Oto kilka przykładów gier komunikacyjnojęzykowych występujących w Radiu RMF FM oraz Radiu Zet.

[dźwięki *Najnowsze odkrycia naukowe w Faktach RMF FM*]

Prowadząca: *Wyśpij się porządnie, będziesz piękniejsza – taką poradę mają dla nas naukowcy z Uniwersytetu w Manchesterze. Przynosi te porady, te sugestie do studia Grzegorz Jasiński.*

Jasiński: *Dzień dobry.*

Prowadząca: *Witam Cię, Grzegorzu. Co najważniejsze, badacze mają przekonujące wytłumaczenie tego efektu.*

Jasiński: *Bo nie chodzi tu tylko o wypoczynek. Sprawa dotyczy tak zwanej macierzy pozakomórkowej – zespołu substancji wypełniających tkanki, utrzymujących ich kształt. Tworzą ją między innymi włókna kolagenowe. Naukowcy z Manchesteru odkryli, że niektóre z nich, te grubsze, nie zmieniają się, jednak inne, cieńsze, w ciągu dnia się zużywają, rozpadają. Dobry sen pomaga im się odtworzyć. To dzięki temu rano **wyglądamy jakby bardziej sprężyste**. Co ważne, badania, które to pokazały, przeprowadzono na myszach, ale w ich i w naszym przypadku mechanizm powinien być podobny. Odkrycie rzuca nowe światło na to, jak szeroki jest zakres działań naszego zegara biologicznego. Daję kolejny argument za tym, by mu nie przeszkadzać.*

Prowadząca: *Podsumowując, gwarancją urody, nie tylko radiowej. **Będę o tym pamiętać, jak jutro po czwartej rano spojrzę w lustro.***

Jasiński: ***Pamiętaj, kluczem jest odpowiednia długość i jakość snu.***

RMF FM 16.01.2020 13:00

[gra konwersatoryjna o charakterze żartobliwej pogawędki]

Prowadząca: *Rząd zapomniał o siedmiuset tysiącach pracowników **tymczasowych** – alarmują **tymczasem** [głoska „m” wydłużona] pośrednicy pracy. Tych osób pomoc*

⁴ Przykładem próby wchodzenia w interakcję z odbiorcą jest „Czerwona Linia w Radiu Zet”, poprzez którą słuchacz będący świadkiem jakiegoś znaczącego zdarzenia może skontaktować się z redakcją informacyjną i przekazać jej najświeższe informacje – takie komunikaty o możliwości poinformowania redakcji o jakimś zajściu pojawiają się w strukturze programu pomiędzy jedną informacją a drugą, dając poczucie odbiorcy, że może on być nie tylko odbiorcą, ale również współtwórcą programu. Podobne rozwiązanie oferuje stacja RMF FM – jest to „Gorąca linia”.

państwa zapisana w tarczy antykryzysowej nie obejmuje. Nasz reporter Krzysztof Berenda teraz ze mną...

RMF FM 27.03.2020 19:00
[gra fonetyczna, paronomazja]

Marcin Zaborski: *Skoro jednak **Rząd samorządom pomoże**, za godzinę będę dopytywał: kto może liczyć na komputery do zdalnego nauczania, ile osób z tego skorzysta i na jakich warunkach. Moim gościem tuż po osiemnastej będzie wiceminister cyfryzacji Wanda Buk. Zapraszam.*

RMF FM 27.03.2020 17:00
[gra fonetyczna, paronomazja]

[dżingiel *Takie są Wiadomości Radia Zet*]

MA: *A w nich akcja ekologów w Wielkopolsce. Organizacja „Zielona fala” blokuje od rana wielką koparkę w odkrywce węgla brunatnego Tomiśławice.*

AR: *Wywiesili na niej ogromny transparent. Na miejscu jest policja. **Negocjatorzy są w drodze.***

MA: ***Bociany też powoli startują do Polski.** Na ich powrót szykuje się dyrekcja ochrony środowiska w Katowicach.*

Radio Zet 9.03.2020 10:00
[gra semantyczna]

Prowadzący: **Zachłanny jak student.**

Prowadząca: *W „Wiadomościach ekonomicznych” powiemy, ile chcą zarabiać. [próba stworzenia nowego związku frazeologicznego poprzez wzorowanie się na idiomach określających daną cechę poprzez porównanie jej do jej stałego nosiciela, np. *zdrowszy jak ryba, sprytny jak lis*]*

Radio Zet 24.06.2020 10:00
[gra semantyczna]

Prowadzący: **Wakacje z koronawirusem.** [intertekstualność, nawiązania do kultowego serialu telewizyjnego *Wakacje z duchami* powstałego na podstawie książki Adama Bahdaja o tym samym tytule; bądź do piosenki Maciej Kossowskiego *Wakacje z blondynką*]

Radio Zet 24.06.2020 10:00

Prowadząca: *Dwie osoby zarażone i kwarantanna w ośrodku w Rewalu.*

Prowadzący: **Spacer z przeszkodami w Tatrach.**

Radio Zet 24.06.2020 10:00
[gra semantyczna]

Gry językowe mogą naruszać zasady tradycyjnej estetyki informacyjnej (KĘPA-FIGURA, 2018: 370), być może z tego względu nie występują one w programach radia publicznego, Radia Maryja i Radia Niepokalanów. Systematyczne stosowanie gier językowych jest wyrazem respektowania przez nadawcę instytucjonalnego „paktu o uczestnictwie” – gra językowa

daje możliwość imitacji wejścia w interakcję z odbiorcą, który, aby zrozumieć intencję czy informację nadawcy, musi ją odkodować (KĘPA-FIGURA, 2018: 379).

9. Podsumowanie

Budowanie partnerskiej relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych ze względu na krótki czas emisji programu, jego podstawową funkcję przekazania odbiorcy najnowszej wiedzy o świecie oraz brak możliwości komunikacji bezpośredniej wydaje się niełatwym zadaniem. Analiza serwisów najbardziej reprezentatywnych stacji radiowych w Polsce pod kątem użycia języka w funkcji budowania relacji z odbiorcą wykazała dużą kreatywność nadawców komercyjnych w tym zakresie. Serwisy rozgłośni prywatnych cechuje różnorodność zabiegów językowych. Zarówno dla Radia RMF FM, jak i Radia Zet należy wymienić następujące mechanizmy językowe: „my” inkluzywne i „my” ekskluzywne, czasowniki w 2. osobie liczby mnogiej i potoczna leksyka świadcząca o nieoficjalnym charakterze komunikacji medialnej oraz szeroko pojęte gry komunikacyjnojęzykowe. Z kolei Radio Maryja ogranicza się wyłącznie do oficjalnych form grzecznościowych podkreślających respekt nadawcy wobec odbiorcy, oraz do sporadycznego stosowania form fleksyjnych zaimka „my”, uwypuklającego wspólnotę komunikacyjną. W przypadku stacji publicznych i Radia Niepokalanów serwisy (przygotowane przez tę samą agencję informacyjną) emitowane na falach tych rozgłośni są ubogie w językowe elementy służące zawiązaniu partnerskiej relacji z odbiorcą. W serwisach tych na pierwszy plan wysuwa się funkcja informacyjna komunikatów. Rezygnacja z niektórych działań językowych temu służących przez nadawców publicznych czy społecznych nie świadczy o braku świadomości językowej tych podmiotów. Można stwierdzić, że ich strategią na zbudowanie relacji z odbiorcą jest stosowanie stonowanego, oficjalnego i przejrzystego języka, który umożliwi przekazanie informacji w sposób rzetelny, dzięki czemu spełnione są oczekiwania odbiorców programów informacyjnych. Z przedstawionej analizy można wywnioskować, że język budowania partnerskiej relacji z odbiorcą odzwierciedla kod językowy odbiorcy i jest odpowiedzią na jego potrzeby oraz oczekiwania względem stacji i programu.

Bibliografia

- BRALCZYK J., WASILEWSKI J., 2012: *Język w mediach. Medialność języka*. W: BAUER Z., CHUDZIŃSKI E., red., *Dziennikarstwo i świat mediów*. Universitas. Warszawa.
- JENKINS H., 2007: *Witajcie w kulturze konwergencji. Wstęp do wydania polskiego. Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa.
- KASZEWSKI K., 2018: *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*. Wydawnictwo Naukowe Semper. Warszawa.
- KĘPA-FIGURA D., 2018: *Gry językowe w polskich telewizyjnych serwisach informacyjnych jako przejaw fatyczności i sprawczości współczesnej komunikacji*. „Media Linguistics” V, z. 3, s. 366–379.
- KITA M., 2020: *Partnerstwo w komunikacji z punktów widzenia optymistów i pesymistów komunikacyjnych*. W: KALISZ A., TYC E., red., *Partnerstwo w komunikacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.

Michalina Weronika Pokorska

SKOWRONEK B., 2013: *Mediolingwistyka*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. Kraków.

STACHYRA G., 2008: *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.

TROCHIMCZUK M., oprac., 2020: *Informacje o audytorium radiowym w Polsce w II kwartale 2020 roku na podstawie danych badania Radio Track realizowanego przez Kantar Polska S.A.*, Warszawa [online: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek2020_2_kwartal.pdf; data dostępu: 20.10.2020].

VARIA

Kształcenie online w perspektywie pragmalingwistycznej (przykład dydaktyki uniwersyteckiej w modelu synchronicznym)

Modalność deontyczna w tekście prawnym. Próba analizy porównawczej na przykładzie konstrukcji z czasownikiem modalnym *shall* + bezokolicznik w angielskiej wersji *Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka* i jej odpowiedników w wersji niemieckiej, niderlandzkiej i polskiej



Kształcenie online w perspektywie pragmalingwistycznej (przykład dydaktyki uniwersyteckiej w modelu synchronicznym)

On-line Learning from a Pragmalinguistic Perspective
(the Case of University Didactics in the Synchronous Model)

Abstract: By referring to complex and multi-component relationships governing the communication situation, Monika Grzelka updates the existing knowledge on the subject in relation to the new context of remote learning, which has undergone rapid dissemination. The complex tools provided by the linguistic pragmatics are helpful in describing a new educational event that makes necessary the presentation of two key frames of reference: a real situation in which each participant in the meeting is immersed and a virtual context common to all the participants. Grzelka argues that both these dimensions determine each other (and create a hybrid situation). She also points out that the conditions of remote learning make necessary the verification and updating of the mechanisms of influence used during a face-to-face communication event (e.g. taking the floor, maintaining eye contact, signalling emotions).

Key words: pragmalinguistics, the communication situation, the efficacy of communication, online/remote learning

Abstrakt: Autorka, przywołując skomplikowane, wieloskładnikowe zależności rządzące sytuacją komunikacyjną, aktualizuje wiedzę na ten temat w odniesieniu do nowego, błyskawicznie upowszechnionego kontekstu kształcenia zdalnego. Złożoność narzędzi, udostępnionych przez pragmatykę językową, umożliwia opis nowego zdarzenia dydaktycznego, uruchamiającego konieczność przedstawienia dwóch kluczowych odniesień: realnej sytuacji, w którą zanurzony jest każdy uczestnik spotkania, oraz wspólnego dla wszystkich uczestników kontekstu wirtualnego. Autorka dowodzi, że oba wymiary wzajemnie się warunkują, wskazuje jednocześnie, że opisywane mechanizmy oddziaływania podczas zdarzenia komunikacyjnego twarzą w twarz (np. zabieranie głosu, podtrzymywanie kontaktu wzrokowego, sygnalizowanie emocji) wymagają weryfikacji, aktualizacji w warunkach zdalności.

Słowa kluczowe: pragmalingwistyka, sytuacja komunikacyjna, skuteczność komunikacyjna, nauczanie zdalne (online)

W artykule chciałabym odnieść się z perspektywy pragmalingwistycznej do zagadnień kształcenia synchronicznego, a więc odbywającego się w tym samym dla wszystkich uczestników komunikacji czasie. Interesującym mnie zagadnieniem jest kształt sytuacji dydaktycznej w trakcie zajęć akademickich, której główną cechą jest hybrydowość wynikająca z niejednorodności przestrzeni oraz wymuszonej organizacji czasu. Heterogeniczność miejsca i homogeniczność czasu są czynnikami rzutującymi na rozmaite składniki i aspekty sytuacji komunikacyjnej, która jest w tym tekście pojęciem kluczowym. Całość moich rozważań do-

tyczy kształcenia obligatoryjnego, głównego, a nie komplementarnego, traktowanego jako dodatek do dydaktyki tradycyjnej; innymi słowy ciekawi mnie sytuacja na zajęciach online prowadzonych synchronicznie (w systemie telekonferencyjnym), będących jedyną formą kształcenia w trakcie trwającej od marca 2020 roku pandemii koronawirusa. Podstawowy cel, jaki zakładam, to dowieść, że na takich zajęciach¹ nie sprawdza się proste wdrożenie rozwiązań praktykowanych „na żywo”. Zajęcia tego typu wymagają, poza kompetencjami cyfrowymi, również zastosowania nowych metod i zmiany myślenia o procesie dydaktycznym².

1. Sytuacja komunikacyjna

Kategoria sytuacji komunikacyjnej jest jednym z podstawowych terminów pragmatyki, której narzędzia pozwalają oddać nie tylko zasadniczy kształt zdarzenia komunikacyjnego, ale także ukazać wiele jego niuansów. Z zakresu pragmatyki językowej pochodzą powszechnie używane także w innych metodach badania języka i komunikacji pojęcia, jak choćby: interakcja, (współ)działanie, użycie, relacje, rozumienie, wnioskowanie, kontekst i okoliczności, wiedza dyskursywna i sytuacyjna, illokucja, grzeczność, akt mowy, dyskurs etc. Relacje w obrębie tej dyscypliny odnoszą się do pohumboldtowskiego bardzo szerokiego powiązania języka i rzeczywistości, i obejmują zależności pomiędzy znakiem a interpretatorem, czyli odnoszą się do użytkownika języka. Można je jednak – w duchu integrowania wielu różnych definicji dyscypliny³ – zestawić w następujące pary: cel a narzędzia, mówienie a kontekst, strategię i zasady a gramatyka, działanie a skutek, użycie (wykonanie) a kompetencja, odkodowanie a inferencja. Rozpoznanie tych stosunków pomaga poszukiwać odpowiedzi na – tylko z pozoru błahe – pytanie o to, jak ludzie się ze sobą skutecznie komunikują.

Skomplikowanie komunikacji międzyludzkiej wynika z kilku aspektów – przede wszystkim z odrębności komunikujących się podmiotów: różnych wrażliwości, wiedzy, doświadczeń, przekonań, założeń, standardów, słowników, kompetencji⁴ etc. Wszystko to, co służy

¹ Można je określić neologizmem *e-zajęcia*, współtworzą je *e-nauczyciel* (BARABASZ, 2016: 35–50) i *e-studenci*.

² Zagadnienia nauczania online obrosły wieloma opracowaniami, w których autorzy wybierają do opisu sytuacje dydaktyczne odnoszone do rozmaitych aspektów zdarzenia komunikacyjnego w formie nietradycyjnej, poza salą wykładową czy klasą; por. MOKWA-TARNOWSKA, 2015; MACHALSKA, 2019; SIEMIENIECKA, SIEMIENIECKI, 2019; WIERZBICKA, 2019.

³ Por. np. „Jeżeli w rozważaniach występują wyraźne odwołania do mówiącego lub, ogólniej, do użytkowników języka, to rozważania zaliczamy do obszaru pragmatyki” (CARNAP, 2007: 17) lub: „[...] pragmatyka obejmuje badania nad językiem prowadzone z perspektywy funkcjonalnej, to znaczy – próbuje wyjaśnić aspekty struktury językowej przez odniesienie do pozajęzykowych przyczyn i uwarunkowań” (LEVINSON, 2010: 8), bądź definicję Josepha Jacoba Katza: „Objasniają one [teorie pragmatyczne – M.G.] rozumowanie nadawcy i odbiorców, które w określonym kontekście pozwala przyporządkować sąd zdaniu egzemplarzowi. Pod tym względem teoria pragmatyczna wchodzi w skład wykonania” (cyt. za: LEVINSON, 2010: 9).

⁴ Wobec tego wyliczenia nie dziwi stwierdzenie „Communication is a risky business” [pol. ‘Komunikacja to ryzykowna sprawa’] Diane Blakemore, która w studium *Understanding Utterances* ana-

scalaniu, wyrównywaniu, korygowaniu, ujednocnianiu wymienionych płaszczyzn podlega badaniom pragmatycznym⁵. Sposoby dochodzenia do jednomyślności, opisywane w ramach pragmatyki językowej, wskazują na optymalne wyzyskanie możliwości języka oraz jego funkcjonowania w danej sytuacji, a zatem pozwalają przedstawić mechanizmy fortunności. Skuteczność komunikacyjna jest bowiem tym aspektem porozumiewania się, który decyduje o jakości mówienia i jego oddziaływaniu na odbiorcę i innych uczestników procesów komunikowania się, decyduje przecież o doborze środków wyrażania się, o wyborze formy wypowiedzi i jej organizacji oraz przebiegu samego zdarzenia komunikacyjnego.

Kategoria sytuacji komunikacyjnej jest ustalona w pragmatyngwistyce – w polskiej tradycji najbardziej rozpowszechnionym i szczególnie cenionym ujęciem jest propozycja Krysztyny Pisarkowej, która wydzieliła trzy grupy składników: fizyczne (czas, miejsce, fizyczne parametry uczestników komunikacji – ich wygląd, strój etc.), społeczne (parametry socjalne uczestników komunikacji – wykształcenie, światopogląd, pochodzenie, przynależność do grup, partycypacje w kulturze etc.) i merytoryczne (temat komunikowania) (PISARKOWA, 1978)⁶. Komponentami obligatoryjnymi sytuacji komunikacyjnej są zatem nadawca (nadawcy) i odbiorca (odbiorcy) porozumiewający się w określonej czasoprzestrzeni na dany temat. Odnotowanie podobieństw i różnic pomiędzy poszczególnymi elementami w tym układzie sprzyja ustaleniu rozmaitych typologii i podziałów. Sytuacje są więc oficjalne i nieoficjalne (kryterium oparte na analizie relacji i rang komunikujących się osób), intymne/prywatne i społeczne (uwzględnia się tu wpływ jednostki na podejmowane działania), zogniskowane i niezogniskowane (czynnik współpracy przy utrzymaniu interakcji w przypadku wielu uczestników interakcji), bezpośrednie (twarzą w twarz) i pośrednie (decydujący jest typ kontaktu pomiędzy nadawcą i odbiorcą) etc. Sytuacje komunikacyjne stają się podstawą do wyróżnienia pewnych stałych lub bardzo podobnych do siebie modeli porozumiewania się, tzw. scenariuszy komunikacyjnych⁷ (GRABIAS, 1997: 256), według których przebiega proces kontekstowej interpretacji wypowiedzi. Co bowiem koniecznie należy podkreślić – ustalając wzajemne relacje pomiędzy komunikującymi się ludźmi a ich wypowiedziami – pragmatyka

lizuje wypowiedzi w kontekście teorii relewancji Dana Sperbera i Deirdre Wilson (por. BLACKMORE, 1992: 21).

⁵ Oczywiście wymienione zagadnienia nie należą tylko do obszaru badań pragmatycznych, ale dzielone są z innymi dyscyplinami, np. psycholingwistyką, socjolingwistyką czy kognitywistyką.

⁶ Sytuację komunikacyjną z różnych perspektyw naświetlają badacze w tomie *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry* (SAWICKA, red., 2010). Tu por. np. teksty Aleksego Awdiejewa, Grażyny Habrajskiej, Grażyny Sawickiej, Wiesława Czechowskiego, Agaty Małyski etc.

⁷ Stanisław Grabias wydziela trzy takie modelowe sytuacje komunikacyjne, dla których czynnikiem kategoryzacyjnym był stopień powtarzalności procesu komunikacji (GRABIAS, 1997: 256). Są to sytuacje rytualizowane, w których możliwe jest ich pełne odtworzenie, rekonstrukcja przebiegu zawsze wygląda tak samo, przewidywalność jest całkowita, sytuacje te są kontrolowane przez instytucje, które nadzorują ich przebieg, odnoszą się do pojęcia *rytuału* (a zwłaszcza tej części jego znaczenia: 'odpowiednio uwzorowane zachowanie' (ROTHENBUHLER, 2003: 45)). Dalej autor prezentuje sytuacje potoczne o względnie dużej przewidywalności, przebiegające według schematów regulowanych samoistnie, w trakcie praktyki komunikacyjnej, dla których kluczowe znaczenie mają zmienne warunki życiowe. Trzecią grupą sytuacji są te o scenariuszach zupełnie wyjątkowych – sytuacje okazjonalne. Ich przebieg ustalany jest doraźnie, tymczasowo i podporządkowany jest danej chwili.

korzysta – poza oczywistymi odkodowaniami (znak-słownik) – z wnioskowania inferencyjnego, czyli wnioskowania na podstawie informacji pozajęzykowych. Metoda tego typu odczytywania znaczeń opiera się na założeniu, że każda wypowiedź (akt mowy) stwarza domniemanie optymalnego znaczenia, w myśl którego intencje nadawcy są możliwe do odtworzenia w odpowiednim kontekście. Jeśli skutki wypowiedzi mają charakter kontekstowy, wtedy odbiorca zwolniony jest z poszukiwania innych sensów⁸.

Prowadzi to prostą drogą do skuteczności komunikacyjnej i jej głównego postulatu, czyli formułowania wypowiedzi w sposób możliwie najbardziej adekwatny do sytuacji, do okoliczności i do odbiorcy – wysiłek leży po stronie nadawcy, który powinien tworzyć wypowiedzi łatwe do odczytania, by uniknąć ryzyka nieporozumienia. Odbiorca nie może być jednak zwolniony z wkładu w komunikację, jego aktywna postawa (np. w postaci sygnałów niewerbalnych, dopytywania czy parafraz) i zaangażowanie mają wspomagać budowanie porozumienia. Ich wspólnym zadaniem jest takie korzystanie ze znaczeń konwencjonalnych i wskazówek kontekstowych, by – kooperując – doprowadzić do wypracowania końcowego wniosku o sensie komunikatu.

Należy także podkreślić, że powtarzalne zdarzenia komunikacyjne przyczyniają się do tworzenia nie tylko rytuałów, ale także gatunków mowy. Gatunki można wówczas definiować jako skróconą sytuację komunikacyjną. Stają się one „globalnymi wzorcami wydarzeń i stanów w uporządkowanej w określony sposób kolejności i połączonych bliskością czasową i przyczynowością” (BEAUGRANDE, DRESSLER, 1990: 127; por. też: BONIECKA, 1999; WITOSZ, 2003). Te wzorce odnoszone są zarówno do samych procesów tekstotwórczych, jak i rozmaitych praktyk dyskursywnych. Praktycznojęzykowy wymiar gatunku wiąże się z konkretnymi oczekiwaniami nadawców i odbiorców wobec kształtu wypowiedzi:

Gatunki mowy organizują wypowiedź prawie w tym samym stopniu, co formy gramatyczne (syntaktyczne). Uczymy się nadawać naszym wypowiedziom formę gatunkową, a słysząc cudzą mowę, już od pierwszych słów identyfikujemy jej gatunek, odgadujemy właściwy jej rozmiar [...], określoną budowę kompozycyjną, przewidujemy koniec. Innymi słowy – od początku wyczuwamy językową całość, która potem, w procesie mowy, tylko się precyzuje.

BACHTIN, 1986: 374.

We wzorcu gatunkowym uwzględnia się wymiar ekstralingwistyczny oparty na kategoriach należących do sytuacji komunikacyjnej: kompetencje uczestników, ich wiedza, przekonania, doświadczenia, postawy, intencje wypowiedzi, kontekst. Czynniki sytuacyjne wpływają zatem na realizację gatunkowe, podpowiadając użytkownikom języka, jaka forma wypowiedzi byłaby najbardziej adekwatna, czyli najbardziej udana w konkretnych praktycznych zastosowaniach.

⁸ Por. „Ludzkie procesy kognitywne są ukierunkowane na osiągnięcie największego możliwego efektu poznawczego przy najmniejszym możliwym wysiłku intelektualnym” (SPERBER, WILSON, 2011: VII).

2. Sytuacja dydaktyczna

Każda sytuacja komunikacyjna, każdy akt porozumiewania się ma charakter jednostkowy i niepowtarzalny. Fenomen ten wymaga więc kategoryzacji poprzez zebranie poszczególnych egzemplarzy w zbiór podobnych, co skutkuje wydzieleniem typów uwzględniających różne aspekty. Edukacja uniwersytecka jest domeną komunikacji oficjalnej, bezpośredniej i zwykle zogniskowanej wokół grupy (choć występują w niej formy oparte na kontakcie osobistym, zindywidualizowanym, np. w trakcie konsultacji czy zadań projektowych). W czasie tych zdarzeń komunikacyjnych operuje się polszczyzną staranną, kodem trudnym, specjalistycznym, abstrakcyjnym, w humanistyce występuje często słownictwo erudycyjne, książkowe (Nocoń, 2013). Język akademickiego dyskursu edukacyjnego jest uzależniony od innych przekazów, cechuje go bardzo wysoki stopień transtekstualności⁹, która obejmuje wiele relacji międzytekstowych, decydując o jego palimpsestowości (Genette, 1992). Teksty urzeczywistniają się więc w innych tekstach (przycięcie, aluzja), okalają inne teksty (wstęp, posłowie, bibliografia), komentują same siebie i siebie wzajemnie (recenzja, omówienie, streszczenie), ukazują zależności pomiędzy pretekstami i tekstami wtórnymi (hipertekst, hipotekst), wreszcie odsyłają do reguł gatunkowych czy stylistycznych (obecność określonych schematów, motywów czy poetyk w innych formach).

Ponadto ważnym elementem kodu dydaktycznego są ilustracje, przykłady, ciągi wyliczeń, ćwiczenia czy prawki. Język dydaktyki pozostaje silnie zretoryzowany na poziomie zarówno treści, jak i formy podawczej. Wywód jest logiczny, narracja poddana różnym zabiegom formotwórczym (kolekcje pytań, organizacja tekstu mówionego w punktach, metakomunikacyjność, zespolenie toku mówienia z materiałami wspomagającymi – kserokopie, zestawy zadań, prezentacje lub nagrania etc.). Sposób przedstawiania zagadnień naukowych coraz częściej odchodzi od wykładu, a zbliża się do atrakcyjnego opowiadania, obfituje w dopowiedzenia, dygresje, nawroty, powtórzenia. Opiera się na mniej lub bardziej finezyjnej grze z odbiorcą, wprowadzając cały proces dydaktyczny w rytm atrakcyjnych figur, nieszablonowych ujęć, nieoczywistych punktów wyjścia i zaskakujących punktów dojścia. W tym kontekście ważne jest rozróżnienie na wykłady i ćwiczenia/konwersatoria/laboratoria, czyli na formy monologowe i formy silnie interaktywne, zdialogizowane, dyskursywne, konfrontatywne.

Sytuacja komunikacyjna w nauczaniu akademickim wiąże się ze ścisłym i stałym podziałem ról nadawczo-odbiorczych oraz asymetrycznością ról przyporządkowanych do zadań ustalonych dla tego procesu. Podział ten obejmuje w najogólniejszym modelu – archetypowe role nauczyciela (eksperta, specjalisty) i role ucznia (studenta, adepta) (por. Rypel, 2017). Jak piszą Aldona Skudrzyk i Jacek Warchala: „[...] dyskurs edukacyjny może być widziany w szerokiej społecznej i kognitywnej perspektywie jako każda forma transmisji wiedzy z perspektywy eksperta do perspektywy nowicjusza” (Skudrzyk, Warchala, 2008: 275). W efekcie w sytuacji dydaktycznej przeważa perswazja nakłaniająca (sterujące akty

⁹ Termin Gérard’a Genette’a, który wydzielił w jego ramach pięć typów relacji: intertekstualność, paratekstualność, metatekstualność, hipertekstualność, architekstualność. Umożliwiają one opis i interpretację wielu zjawisk tekstowych. Koncepcja ta jest bardzo szeroko komentowana w literaturoznawstwie, ale jednocześnie stanowi też podstawę licznych badań z zakresu tekstologii.

mowy), tendencja do przekształceń specjalistycznego, silnie sterminologizowanego wywodu źródłowego w przystępniejszy i bardziej zrozumiały (swoista translacja) oraz operowanie środkami metakomunikatywnymi (organizacja sytuacji, kontrola i korekty jej przebiegu, panowanie nad scenariuszem i czasem). Gdy rozważy się powtarzalność w obrębie danych form kształcenia uniwersyteckiego, można zauważyć wyraźne ciążenie ku sytuacjom rytualizowanym – widać to zwłaszcza w trakcie wykładów i zajęć o silnie skonwencjonalizowanych scenariuszach (np. zajęcia laboratoryjne organizowane zgodnie z modelem rozpisany w skryptach, których znajomość jest wymagana).

Istotnymi wykładnikami nauczania akademickiego są także działania związane z misją uniwersytetu: kształtowanie umiejętności identyfikowania i analizowania rozmaitych dyskursów, formowanie postaw zachęcających do uczestnictwa w tych dyskursach. Ważne zatem stają się metody, teorie, zróżnicowane stanowiska ukazujące wielowymiarowość świata, jego heterogeniczność i skomplikowanie. Dlatego istotne okazało się utrzymanie ciągłości kształcenia w czasie, kiedy zamknięto uczelnie i zawieszono prowadzenie wszelkich zajęć w tradycyjnej postaci – w salach wykładowych, w laboratoriach czy bibliotekach (por. BOURDIEU, PASSERON, 1990; GAJDA, 2001; DUDZIKOWA, KNASIECKA-FALBIERSKA, red., 2013). Tę ciągłość zapewniło nauczanie online, które dotychczas stanowiło margines, i to bardzo wąski.

3. Sytuacja pandemiczna (marzec 2020 – marzec 2021)

Niepewność, chwiejne poczucie bezpieczeństwa (a raczej poczucie zagrożenia), podważone reguły społecznego funkcjonowania nadają czasom pandemii szczególny rys, rewidują systemy wartości i systemy regulujące życie wspólnotowe (MARODY, 1991; GORZKO, 2000; GOFFMAN, 2011). Szczególną uwagę skierowano na wszystkie okoliczności, w których ludzie licznie się gromadzą, przebywają z sobą w bezpośrednim kontakcie dłuższy czas oraz wchodzi w bliską relację twarzą w twarz. To zupełnie nowa sytuacja, w której to, co wydawałoby się elementarne dla człowieka – kontakt z drugim, stało się źródłem strachu i ryzyka. Dość szybko zdiagnozowano, że bezpośrednie relacje międzyludzkie, naturalne interakcje stwarzają ogromne zagrożenie dla zdrowia i życia wielu osób. Dodatkowym czynnikiem zwiększającym poczucie iluzoryczności była (a właściwie ciągle jest) świadomość fiaska myślenia prospektywnego; bezspornie okazało się, że przyszłości nie można zaplanować, niepewność trwa i nie można przewidzieć jej końca¹⁰.

Poczucie bezpieczeństwa kształtuje dualny system napięć pomiędzy działaniem jednostki a działaniem systemu społecznego. Kiedy człowiek ma poczucie bezpieczeństwa, czuje się – jak pisała Mirosława Marody – zakorzeniony w systemie społecznym (porządku społecznym), może więc oswajać rzeczywistość przez ujmowanie jej w kategoriach normalności czy swojskości (MARODY, 1991: 16–19). Jeśli jednak te kategorie znosi jakiś czynnik

¹⁰ Czas pandemii, w tym funkcjonowanie człowieka, społeczeństwa czy polityki, oraz zmiany zachodzące w pandemicznej rzeczywistości (np. regulacyjne, polityczne, rynkowe, urzędowe, mentalne) stały się przedmiotem badań przedstawicieli wielu dyscyplin: nauk humanistycznych (społecznych, edukacyjnych, komunikologów, antropologów, prawników), ekonomicznych, technicznych etc., którzy mogli prowadzić obserwacje niejako *in vivo*.

nadzwyczajny, człowiek wysuwa roszczenia względem instytucji funkcjonujących w systemie społecznym, oczekując, że osłabią one poczucie nieprzewidywalności, przypadkowości, chaosu, zarządzają rozwiązania, które zapewnią będą bezpieczeństwo. Uczelnie zareagowały na rozprzestrzenianie się koronawirusa i wynikające z tego zagrożenie bardzo szybko, dając swoim pracownikom i studentom odczuć, że sytuacja wprawdzie jest trudna, ale się nad nią panuje¹¹. W przypadku Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu bardzo ważną rolę odgrywały listy rektora do społeczności uniwersyteckiej. Podtrzymywały one wspólnotowy charakter sytuacji, ujednolicały doświadczenie, krzepiły i wzmacniały wizerunek uczelni jako instytucji silnej, stabilnej, ale także troskliwej:

[...] Przez dwanaście lat, w trakcie których odpowiadam – początkowo jako prorektor ds. kadrowych, a teraz jako rektor – za pracowników, doktorantów i studentów Uniwersytetu, nie byliśmy w tak niepokojącej sytuacji, jaką mamy w tych dniach. Chciałbym jednak zapewnić wszystkim, których docierające z wielu stron wiadomości niepokoją czy wręcz przerażają, że jestem z Państwem i stale myślę, jak wszystkim członkom Społeczności Akademickiej zapewnić bezpieczeństwo. Na razie zawieszono zostały zajęcia dydaktyczne i odwołano konferencje naukowe. Ograniczamy także kontakty międzynarodowe. Mam nadzieję, że ograniczymy w ten sposób rozprzestrzenianie się epidemii koronawirusa. [...] Myślmy jednak optymistycznie. Epidemia – choć może jeszcze w najbliższych dniach będzie przybierać na sile – w końcu wygaśnie. Zrobmy więc wszystko, by ten trudny okres przejść z nadzieją na szybki powrót do normalności.

Pierwszy po zawieszeniu zajęć list rektora UAM prof. Andrzeja Lesickiego z 12.03.2020

Pracujemy zdalnie. Praca naukowa w domu może polegać na opracowywaniu wyników, studiowaniu literatury, pisaniu publikacji. Jednak dla tych z Państwa, dla których istotą badań są eksperymenty, zwłaszcza te prowadzone w laboratoriach (choć nie tylko), okres zawieszenia działalności przynosi straty trudne do powetowania. [...] Przede wszystkim pamiętajmy o studentach. To członkowie naszej społeczności, którzy są także dotknięci obecną sytuacją. Niepokoją się, jak zdobędą wiedzę, jak uzyskają zaliczenia, jak i kiedy ukończą studia licencjackie lub magisterskie. Jeśli więc z jakiegokolwiek powodu nie możemy prowadzić zdalnego nauczania, to bądźmy chociaż w łączności ze studentami poprzez listy elektroniczne, kontakt telefoniczny, przy pomocy mediów społecznościowych lub choćby wysyłając wiadomość SMS.

Drugi po zawieszeniu zajęć list rektora UAM prof. Andrzeja Lesickiego z 30.03.2020

¹¹ Wydaje się, że brak spójnej i jednoznacznej polityki w zakresie nauczania online w przypadku szkół podstawowych i ponadpodstawowych zdecydował o bardzo dużej krytyce, która płynnie z każdej strony. Wyraz swojemu niezadowoleniu dają sami uczniowie, ich rodzice i opiekunowie, nauczyciele, dyrektorzy szkół, samorządy. W domenie publicznej dostępnych jest kilka raportów z badań dotyczących nauczania online, np. <https://zdalnenauczanie.org/> (data dostępu: 14.11.2020); <https://centrumcyfrowe.pl/edukacja-zdalna/> (data dostępu: 14.11.2020); <https://www.mckinsey.com/Industries/Public-and-Social-Sector/Our-Insights/Teacher-survey-Learning-loss-is-global-and-significant> (data dostępu: 26.03.2021).

Sytuacja zawieszenia zajęć, a następnie bardzo szybkie przejście na nauczanie zdalne sprawiło, że wiele instytucji i osób pokonywało rozmaite wcześniejsze obawy, a nawet opory i uprzedzenia co do rozwiązań technicznych i wykorzystania możliwości nauczania przez internet. W wielu przypadkach pandemia przyspieszyła jedynie to, co było kwestią czasu, i sprawiła, że prace nad wdrożeniem procedur kształcenia na odległość zintensyfikowano i właściwie już po kilku tygodniach w historii wielu instytucji edukacyjnych nauczanie online stało się codziennością. Co ciekawe, w tej sytuacji wszyscy uczyli się korzystania z nowych narzędzi i rozpoznawali możliwości platform, aplikacji, programów. To często był test nie tylko z konkretnych kompetencji cyfrowych, ale także test z odwagi, odpowiedzialności i uporów.

Wykładowcom (nie tylko starszym) towarzyszyła niewiara we własne umiejętności informatyczne oraz przekonanie, że do tych możliwości nie przystają oczekiwania współczesnych studentów od urodzenia funkcjonujących w świecie determinowanym nowoczesnymi technologiami. Charakterystyczną cechą tzw. pokolenia sieci¹² jest zanurzenie w świecie wirtualnym i traktowanie go jako naturalnej przestrzeni, prosumenckie nastawienie do nowych (nowych) mediów, intuicyjne korzystanie z nowoczesnych technologii. Generację tę tworzą ludzie, którzy, jak podawał w 2002 roku Tomasz GOBAN-KLAS (2002: 46), należą do kultury prefiguratywnej (MEAD, 1978), w której dorośli uczą się zachowań i postaw od dzieci i młodzieży. Następuje więc inwersja pedagogiczna, młodzi są nauczycielami starszych. Wydaje się jednak, że obecnie ten model przestaje się aktualizować, bo z biegiem czasu kompetencje cyfrowe są powszechniejsze i nie wyznacza ich kryterium wieku.

4. Sytuacja zdalna (hybrydowa)

W tym niezwykłym okresie – od marca 2020 roku – wiele sfer funkcjonowania człowieka zostało wprawionych w niecodzienny rytm. Jednym z obszarów, które musiały zostać przystosowane do nowej rzeczywistości, był system edukacyjny. Na wszystkich poziomach nauczania – od przedszkolnego, przez wczesnoszkolne i szkolne, aż po edukację akademicką – wprowadzono metody zastępujące dotychczasowy przebieg kształcenia zinstytucjonalizowanego. Te nowe rozwiązania, na które niewielu uczestników procesu kształcenia było przygotowanych, stały się jedyną szansą na utrzymanie ciągłości edukacyjnej. Obejmują one wiele rozmaitych sposobów, technik i rozwiązań, które zwykło się nazywać edukacją online, na odległość lub po prostu nauczaniem zdalnym. Określenia te są jednak bardzo pojemne i mieszczą się w nich różnorakie narzędzia oraz metody nauczania i uczenia się.

¹² Bardzo często używa się określeń zbliżonych: pokolenie Z, pokolenie Y, millenials, pokolenie C, generacja Alfa, pokolenie iGen. Odnoszą się one do ludzi urodzonych w ostatnich latach wieku XX i pierwszych latach XXI, cechują ich nade wszystko wysokie kompetencje cyfrowe, znajomość technologii i przywiązanie do korzystania z internetu (por. HOWE, STRAUSS, 2000; MCCRINDLE, WOLFINGER, 2010; TAPSCOTT, 2010; POLAŃSKI, 2014; McQUEEN, 2016; TWENGE, 2019). Ostatnim chronologicznie jest pokolenie Alfa (urodzeni po 2010 r.). Aktualnie w obiegu potocznym i medialnym używa się także określenia „pokolenie covidowe/pocovidowe” w odniesieniu do młodych ludzi, którzy korzystają długotrwale z nauczania zdalnego i pozbawieni są możliwości kontaktu z rówieśnikami, co objawia się m.in. samotnością, problemami natury psychicznej, chronicznym stresem.

Mowa tu o takich podtypach, jak *blended learning/B-learning*, *distance learning/D-learning*, *digital learning*, *e-learning*, *e-nauka*, *nauczanie hybrydowe*. Najważniejszą cechą takiego typu edukacji jest przede wszystkim dostępność w każdym miejscu, w którego zasięgu działa internet (oczywiście pod warunkiem posiadania odpowiednich urządzeń) (por. HYLA, 2016; POTYRAŁA, 2017).

Kluczowy dla ujęcia pragmalingwistycznego jest jednak podział uwzględniający kryterium temporalne; zgodnie z nim wydziela się kształcenie synchroniczne i asynchroniczne. Dla charakterystyki sytuacji komunikacyjnej za fundamentalny uważa się status samego uczestnictwa. W metodach asynchronicznych występują dwa odrębne, niezależne od siebie plany czasowe (nauczyciel przygotowuje materiały i je udostępnia, żeby studenci mogli z nich skorzystać w dowolnie przez siebie wybranym momencie), nie dochodzi do komunikacji bezpośredniej, nawet jeśli nauczyciel przygotowuje materiał audiowizualny, utrwalający jego wizerunek i/lub głos. Student uczestniczy w zdarzeniach dydaktycznych na własnych warunkach – uczy się, gdzie chce, kiedy chce i jak chce. Może słuchać wykładu podczas spaceru, oglądać prezentację w trakcie podróży i wypełniać kartę zadań, leżąc na plaży. Sytuacja komunikacyjna jest więc zindywidualizowana, unikatowa i niepowtarzalna. Natomiast w przypadku metod synchronicznych parametr czasu jest tożsamy dla wszystkich uczestników zdarzenia komunikacyjnego, co oznacza, że możliwa jest ich interakcja, a więc musi być także ustalona wspólna przestrzeń wirtualna takiego spotkania (tzw. środowisko e-learningowe, platforma internetowa, aplikacja) zastępująca salę wykładową. Spotkania mogą mieć charakter audiotelekonferencji, wideotelekonferencji/czatu wideo.

Synchroniczny tryb nauczania online bardzo często traktowany jest jako pełny ekwiwalent konwencjonalnego nauczania. Prowadzone tym sposobem zajęcia – wykłady i konwersatoria przybierają więc tradycyjną postać znaną z uniwersyteckich murów: tablicę zastępuje narzędzie „tablica wirtualna”, kredę – kursor, katedrę – biurko w mieszkaniu wykładowcy lub w pokoju na uczelni, ławki dla studentów – ich własne biurka gdzieś w domach rodzinnych, wynajmowanych mieszkaniach, domach studenckich etc. Pozornie dla wszystkiego łatwo znaleźć odpowiednik, a jednak nie do końca jest to to samo. Z perspektywy pragmalingwistycznej konwencjonalne nauczanie i nauczanie online są dwiema niejednorodnymi sytuacjami komunikacyjnymi, które różni struktura kontekstowa oraz dynamiczność przebiegu, są więc także innymi gatunkami dydaktycznymi.

W sali uniwersyteckiej wszystko jest zdecydowanie łatwiejsze do zidentyfikowania: wiadomo, kto jest nauczycielem, kto studentem, wiadomo więc, które miejsce zająć, jakie zachowania wdrożyć, gdyż przewidziane są one dla określonych ról konwersacyjnych, wszyscy wiedzą, co to za budynek i sala, jakiego koloru są ściany, ile jest okien i jaki za nimi widok, jaka pogoda, mogą policzyć wolne miejsca i miejsca zajęte, mogą przyjrzeć się sobie wzajemnie – i stwierdzić, jak każdy wygląda, jak siedzi, w jakim jest nastroju, jakie ma nastawienie do interakcji, wszyscy słyszą te same dźwięki dochodzące z korytarza i widzą, kto się spóźnił, kto nerwowo stuka nogą etc. Wszyscy są bowiem w tej samej sytuacji, jednej, wspólnej dla wszystkich. Dzielą ten sam kontekst. Jego wyznacznikiem jest wspólna wiedza sytuacyjna, ujawniająca się choćby w odczytywaniu indeksów czy deiksy. Znaczenie tych dwu elementów wyprowadzane jest z konkretnych sytuacji. Analiza kontekstu w sytuacji online wskazuje na dwa odniesienia: (1) realną sytuację, w której

osobno zanurzony jest każdy uczestnik, oraz (2) wspólny kontekst wirtualny, postrzegany w jakiejś mierze przez wszystkich. Wpływają one na siebie wzajemnie.

Rozbieżność odniesień pierwszych (1) sprawia, że deiksa traci swą moc sygnowania rzeczywistości w wypowiedzi, rzeczywistości te bowiem są różne dla poszczególnych uczestników zdarzenia komunikacyjnego. Ja (siedząc przed biurkiem w swoim mieszkaniu) mogę komunikować o świecie: *TA kobieta przygląda się psu, TU pada, U MNIE się ściemnia* etc. Wykładniki deiktyczności, głównie zaimki – zgodnie z teorią istotności – powinny wyraźnie prowadzić do jednoznaczności, redukując tym samym szumy i nakierowując adresatów na właściwe obiekty i znaczenia (SPERBER, WILSON, 2011). Niewerbalne wzmocnienie takich wypowiedzi – kierunek spojrzenia, ruch głowy czy wskazanie ręką także tracą swoją siłę znaczeniową w sytuacji online (czyli różnych kontekstów pierwszych). Kontekst pierwszy jest też silniejszy (bo ma wymiar realny), ma moc pochłaniającą uwagę. Odgrywa również ważną rolę w zapamiętywaniu różnych treści, które tworzą zręby tzw. pamięci kontekstualnej.

Repertuar środków multimodalnych służących komunikowaniu obejmujący kod werbalny, kod niewerbalny – mimikę (grymasy twarzy, miny, kontakt wzrokowy, spojrzenia) i pantomimikę (gesty, postawa, ułożenie ciała, ruchy rąk, nóg, głowy), kod proksemiczny (odległości pomiędzy nadawcą i odbiorcą), dotyk, elementy prozodyczne i parajęzykowe (por. NĘCKI, 2000; PATTERSON, 2011), zostaje w trakcie kontaktu online bardzo zredukowany. Ograniczeniu podlega komunikowanie niewerbalne: znacznie zminimalizowana jest rola postawy ciała (pozycja siedząca), ograniczone ruchy rąk, zaburzony kontakt wzrokowy. Utrzymane zostaje znaczenie mimiki, choć trzeba pamiętać, że zmieniają charakter niektóre typy komunikatów niewerbalnych, na przykład gesty adaptacyjne (adaptatory) są nazbyt wyraziste, przerysowane, stają się – wobec beczynności ciała w komunikacji – hiperbolami, mogą wydawać się natrętne lub śmieszne. Takie wrażenie robi bawienie się długopisem, łańcuszkiem, guzikiem czy okularami. Gesty regulacyjne organizujące sytuację mówienia (regulatory), które w trakcie konwencjonalnego spotkania występują z bardzo dużą frekwencją, zostają zastąpione zachowaniem werbalnym – głównie w postaci rozmaitych instrukcji, próśb czy operatorów sytuacyjnych, które odzwierciedlają działania na platformie do nauczania online. Nawigacja po narzędziach jest głośno objaśniana (informacje o włączeniu tablicy, udostępnianiu ekranu, otwarciu pokoi, uruchomieniu prezentacji etc.), pojawiają się komunikaty porządkujące przebieg spotkania (włączanie/wyłączenie mikrofonów i kamer, podnoszenie rąk, ustalanie kolejności przejmowania głosu)¹³. Sytuacja online wymaga uporządkowanej struktury i wysyłania komunikatów w jednym strumieniu, komunikaty tworzą kolejkę, która oparta jest na następstwie zabierania głosu, przejmowaniu tur w sposób sztuczny, zajmujący czas (np. odkliknięcie podniesionej ręki – upewnienie się co do intencji – reakcja słowna dopuszczająca do głosu). Rozmowa traci swą dynamikę, spontaniczność i naturalny bieg (a więc niemal niemożliwe jest wchodzenie w słowo, zaznaczanie zdania odrębnego, nakładanie się na siebie, ząębienie, symultaniczność tych komunikatów i sygnałów). Zdalnie wszystkie metatekstemy porządkujące i regulujące są na powierzchni (w warstwie werbalnej), podczas gdy w tradycyjnej sytuacji wszystko przebiega niezauważalnie.

¹³ Uwytknęła się korelacja pomiędzy funkcjonalnością narzędzi w środowisku e-learningowym a możliwymi interakcjami. Narzędzia projektują przebieg interakcji, rodzaj ról, przebieg spotkania.

uwaga, dyskretnie, jest bardziej subtelne. W zestawieniu kształcenia konwencjonalnego ze zdalnym można wykorzystać przez analogię do ważnego wymiaru kulturowego podział Edwarda T. Halla na kontekst wysoki i niski (HALL, 2001). Ten pierwszy ukrywa znaczenia, koduje je w różnych parametrach sytuacyjnych i subtelnych zachowaniach niewerbalnych (jak w nauczaniu tradycyjnym). Kontekst niski z kolei wyjawia większość informacji, przekazuje je wprost, werbalizuje bezpośrednio (jak w sytuacji online).

Sytuacja online niemal całkowicie eliminuje widoczne w trakcie spotkania twarzą w twarz reakcje organizmu związane z sytuacją mówienia postrzeganą jako trudna. I nawet jeśli rozmaite objawy stresu się pojawiają, to są mało widoczne i dość łatwo je ukryć, jak choćby suchość w ustach, pocenie się, duszności, drżące ręce czy zablokowane głosne mówienie. Te wartości doceniają zwłaszcza osoby nie lubiące występować publicznie, dla których zabranie głosu na forum jest stresujące, wzbudza zaniepokojenie i treść.

Bardzo ważnym elementem różnicującym zachowania komunikacyjne w omawianych typach jest kontakt wzrokowy, dla którego Milles L. Patterson ustalił cztery główne funkcje: dostarczanie informacji o rozmówcy, intensyfikowanie znaczenia wypowiedzi, dostarczanie informacji zwrotnej oraz sygnalizowanie poziomu motywacji i zainteresowania rozmówców (PATTERSON, 2011: 44–45). W sytuacji online warunek nawiązania kontaktu wzrokowego wydaje się utrzymany. Gdy jednak przeanalizuje się go szczegółowiej, należy zwrócić uwagę na jego pozorną. Bardzo często zniekształca go dodatkowo patrzenie przez mówcę w niewłaściwe miejsce na ekranie – żeby rozmówca mógł mieć wrażenie, że wpatrujemy się w niego, powinniśmy kierować wzrok w światło kamery. Tymczasem bardzo trudno pokonać w sobie chęć patrzenia w cudze twarze, komuś w oczy, które wyświetlają się w różnych częściach ekranu. Wtedy kierunek wzroku wydaje się przypadkowy i chociaż towarzyszą mu różne sygnały aktywnego słuchania – potakiwanie, uśmiechy, zaniepokojony wyraz twarzy, mimika wyrażająca akceptację, wątpliwość, niezgodę etc., to i tak wydaje się, że odbiorca unika kontaktu wzrokowego i skrzyżowania spojrzeń od czasu do czasu – patrzy gdzieś indziej i co innego go zajmuje.

Patrzenie w ekran wiąże się z jeszcze jednym trudnym komunikacyjnie aspektem. Jest nim mierzenie się z własnym wizerunkiem czy wręcz oswojenie go. W trakcie zwykłej rozmowy czy zajęć nie patrzymy na siebie, choć czasami doświadczamy sytuacji, w której w tle znajduje się lustro, możemy wówczas dostrzec, że przyciąga ono wzrok. Spoglądanie w okienko ze swoją twarzą staje się często czynnikiem wywołującym większą kontrolę nad mimiką – można próbować unikać posępnego wyrazu twarzy, częściej się uśmiechać, przyjmować przyjazne miny i trenować ich utrzymanie.

Wspólny kontekst wirtualny może powstać tylko wtedy, kiedy uczestnicy włączają się do spotkania i zaangażują w nie. Pojawiają się pytania, czy samo zalogowanie się wystarczy, czy sam status „obecny” wnosi jakąś wartość, czy jedynie dopełnia formalności. Z perspektywy pragmatycznej ważna jest informacja: czy ktoś tylko zaznacza swoją obecność i zajmuje się czymś innym, czy zaznacza swoją obecność i biernie się przysłuchuje, czy wreszcie aktywnie współtworzy spotkanie. Zwykle jest to wiedza nieweryfikowalna (można oczywiście wywoływać rozmówców do zabrania głosu, ale to trudna sytuacja, opresyjna, często nauczyciele akademicki nie chcą przyjmować roli nadzorca i kontrolera), dlatego traktuje się wszystkie aktywne ikony/awatary/okienka jako potencjalnie aktywnych uczestników.

Wiadomo przecież, że symultanicznie w kontekście pierwszym toczą się sprawy nie związane z zajęciami¹⁴, które czasami pojawiają się w tle, a czasami tylko w relacjach uczestników: kurier przynosi przesyłkę, szef dzwoni, u sąsiada trwa remont, pies domaga się uwagi, ktoś rozwiesza pranie, przygotowuje śniadanie, sprząta mieszkanie, jedzie do pracy, jest na zakupach, biega etc. Czasami prośba o zabranie głosu kończy się reakcją: „Nie mogę teraz, bo prowadzę auto”, „Jestem w tramwaju i słabo słyszę”, „Pewno słyszą ptaki, bo jestem w ogrodzie”, „Nie mam warunków, mam dyżur w pracy”. Wkradanie się kontekstów pierwszych do wspólnej sytuacji wirtualnej ma też jeszcze jeden skutek – świadomość obecności innych osób w pomieszczeniu, z którego student łączy się na zajęcia, zniechęca do zabierania głosu, gdyż sytuacja zajęć wymaga jednak odegrania pewnej roli, dla której przewidziany jest zestaw wykonań (zachowań i tekstów) niepotocznych, nieadekwatnych do sytuacji kontekstu pierwszego. Czasami te osoby stają się niewidzialnymi bohaterami zajęć, gdy słysząc ich wypowiedzi z tła, na przykład „Włącz głośniej, bo to jest naprawdę ciekawe”. Te mniej i bardziej zabawne sytuacje wprowadzone do kontekstu wspólnego pokazują niezwykłość i brak ustalonej konwencji dla nauczania zdalnego. Słabo wypracowane normy grzecznościowe zakłócają oficjalność sytuacji, osłabiają jej formalność.

Wszystkie opisane właściwości sytuacji online mają miejsce wówczas, gdy uczestnicy włączają kamery. Wydaje się, że osobnym zagadnieniem jest uczestniczenie w zajęciach zdalnych bez uruchomionej kamery. Spotkanie twarzą w twarz, co już omówiono, pozwala dostosować zachowania komunikacyjne do odbiorców. Naczelna zasada kooperacji Paula H. Grice'a czy zasada relewancji Dana Sperbera i Deirdre Wilson wskazują, że porozumiewanie się ludzi ułatwiają strategie ukierunkowane na współpracę. Gdy zawodzi zwykłe odkodowanie i wypowiedź pojawiająca się w interakcji wydaje się wyposażona w ukryty sens naddany, jego ujawnieniu służy wnioskowanie inferencyjne. Odbiorca musi się „rozejrzeć wokół”, by odczytać właściwie intencję nadawcy. Sytuacja online uniemożliwia tę obserwację, zwłaszcza w przypadku włączonych nielicznych kamer, połączenia słabej jakości czy kłopotów technicznych. Takie położenie bardzo ogranicza możliwości budowania komunikatów niedostównych, posługiwania się ironią czy środkami mającymi niejednoznaczną treść. Działania aktywizujące pozwalają zredukować lub nawet wyeliminować pozorną dialogowość (MALISZEWSKI, 2019), która dominuje w trakcie zajęć online. Konwersatoria zamieniają się w monologi wykładowców, gdyż kontakt wizualny, wymuszający postawę kooperacyjną, jest zniesiony.

Ograniczone zaangażowanie osłabia koncentrację i powoduje efekt znudzenia (por. STAŃCZYK, 2012; SZMIDT, 2013)¹⁵. Wywołuje je także ujawniona w sytuacji kształcenia zdalnego

¹⁴ Przemieszczeniu ulegają te elementy, które w teorii dramaturgicznej komunikowania Erving Goffman starannie rozdzielili: scena i kulisy. Na scenie obowiązują wzorce odnoszące się do zasad dobrego wychowania i dobrych obyczajów. Kulisy zaś znoszą te normy, w nich wykonawca porzuca fasadę i wychodzi z roli, miejsce to jest niedostępne dla publiczności (GOFFMAN, 2020: 187–232).

¹⁵ Nuda jest wpisana w doświadczenia edukacyjne – znudzeni są nauczyciele i uczniowie. Sprzyja temu przymus siedzenia na zajęciach, spowodowany formalnymi ograniczeniami (obecności, programy, egzaminy i zaliczenia), oraz brak stymulacji, bezczynność, bierność, dłużenie się czasu, chroniczne niezaangażowanie, brak poczucia sprawstwa, wrażenie straty czasu. Odbiorca postrzega sytuację jako nudną wtedy, kiedy towarzyszy jej monotonia, powtarzalność (a więc także przewidywalność) lub gdy jest wypełniona nieinteresującymi treściami. Nuda dotyczy także rzeczywistości pozaedukacyjnej,

tendencja, często przypisywana młodym pokoleniom, o których była mowa wcześniej – multitasking, który polega na aktywizowaniu się w wielu płaszczyznach równoległe i wykonywaniu wielu czynności jednocześnie¹⁶. Oparty jest on głównie na wysiłku kognitywnym, a więc obciąża się zmysły i umysł wieloma działaniami – słucha się wykładu, przegląda media społecznościowe, czyta lekturę na kolejne zajęcia i porządkuje pulpit, do tego planuje się, koordynuje różne projekty, pilnuje dzieci etc. Ten trend sprawia, że uczestnicy zajęć stają się bierni i znużeni. Dyskusja w kształceniu online jest bardzo często sekwencją złożoną z pytań, ciszy/oczekiwania i odpowiedzi pytającego. Tymczasem konstruowaniu wiedzy sprzyja wdrażanie do aktywnych działań, form opartych na dyskusji i konfrontacji, na debatowaniu, prezentowaniu różnych stanowisk czy poszukiwaniu argumentów.

* * *

W *Pozorach normalności* Erving Goffman konstruuje tytułową kategorię w opozycji do zaniepokojenia/zagrożenia (GOFFMAN, 2011: 311 i nast.). Człowiek zanurzony w *Umwelt* funkcjonuje w obszarach, w granicach których ulokowane są *potencjalne* źródła niepokoju. Jak bardzo zmienia się jego funkcjonowanie, gdy *Umwelt* przestaje być jedynie kategorią lokalną i egocentryczną, a zyskuje wymiar globalny i uniwersalny? Pokazuje to czas pandemii, w którym zawieszona została normalność, w jej miejsce weszło poczucie strachu i niebezpieczeństwa. Jednym z zalecanych zachowań pozwalających ograniczać rozprzestrzenianie się koronawirusa było utrzymywanie dystansu społecznego i minimalizowanie kontaktów z ludźmi. Dla „istot społecznych” to jedna z najtrudniejszych i właściwie niemających precedensu wskazówek, zaprzecza ona bowiem wielu wykładnikom definiującym człowieka. Zastępujące tradycyjne metody podtrzymywania rozmaitych relacji kontakty online (w tym relacje przekazywania wiedzy) sprawiają, że wypracowywane są także konwencje, które „obsługują” te sytuacje. Wydaje się więc, że pragmalingwistyka, będąca tym obszarem językoznawstwa, który pozwala opisywać zachowania komunikacyjne ludzi „na żywo”, może pomóc nie tylko zdiagnozować i opisać rozmaite zależności, ale także wskazać przyczyny i możliwe rozwiązania zwłaszcza dla obszaru praktyki komunikacyjnej.

codzienności pandemicznej, w której rytm dni jest powtarzalny, nie występują żadne specjalne wydarzenia, trzeba ograniczać wyjścia z domu i spotkania z innymi ludźmi dynamizujące codzienność.

¹⁶ W związku z rozpowszechnianiem się rozmaitych postaw związanych z korzystaniem z internetu, ukuto termin odzwierciedlający relacje między życiem online i offline: *higiena cyfrowa* („zespół postaw, działań i czynności zmierzających do optymalizacji indywidualnego zdrowia somatycznego, psychicznego oraz społecznego w zakresie korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych. Jej poziom uzależniony jest od samoregulacji i kontroli związanej z używaniem internetu oraz cyfrowych narzędzi ekranowych, alternatywy dla świata cyfrowego, jak również rozwiniętej sieci oparcia społecznego” (DĘBSKI, 2021);). Z tym pojęciem wiąże się kolejne – *cyfrowy dobrostan* (*digital wellbeing*), a więc wdrażanie rozwiązań mających zapewnić równowagę pomiędzy online i offline.

Literatura

- BACHTIN M., 1986: *Problem gatunków mowy*. ULICKA D., tłum. W: IDEM: *Estetyka twórczości słownej*. CZAPLEJEWICZ E., wstęp. Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa, s. 348–402.
- BARABASZ G., 2016: *Nauczanie i uczenie się w sieci. Kompetencje nauczyciela w kształceniu internetowym*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza. Poznań.
- BEAUGRANDE R. DE, DRESSLER W.U., 1990: *Wstęp do lingwistyki tekstu*. SZWEDEK A., tłum. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- BLACKMORE D., 1992: *Understanding Utterances*. Blackwell. Oxford.
- BONIECKA B., 1999: *Lingwistyka tekstu. Teoria i praktyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.
- BOURDIEU P., PASSERON J.-C., 1990: *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*. NEYMAN E., tłum. KŁOSKOWSKA A., wstęp. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- CARNAP R., 2007: *Wprowadzenie do semantyki*. PORĘBA M., tłum. W: CARNAP R.: *Pisma semantyczne*. Fundacja Aletheia. Warszawa, s. 5–198.
- DĘBSKI M., 2021: *Jak ułożyć swoje relacje z technologiami – 10 wskazówek nt. Higieny cyfrowej* [online: <https://sektor3-0.pl/blog/jak-ulozyc-swoje-relacje-z-technologiami-10-wskazowek-nt-higieny-cyfrowej/>; data dostępu: 30.03.2021].
- DUDZIKOWA M., KNASIECKA-FALBIERSKA K., red., 2013: *Sprawcy i/lub ofiary działań pozornych w edukacji szkolnej*. Oficyna Wydawnicza Impuls. Kraków.
- GAJDA S., 2001: *Nowe społeczności dyskursywne a edukacja komunikacyjna*. W: BRALCZYK J., MOŚCIEK-KŁOSIŃSKA K., red.: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN. Warszawa, s. 7–13.
- GENETTE G., 1992: *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia*. MILECKI A., tłum. W: MARKIEWICZ H., red.: *Współczesna teoria badań literackich za granicą. Antologia*. T. 4, cz. 2: *Literatura jako produkcja i ideologia. Poststrukturalizm. Badania intertekstualne. Problemy syntezy historycznoliterackiej*. Wydawnictwo Literackie. Kraków, s. 317–366.
- GOBAN-KLAS T., 2002: *Edukacja wobec pokolenia SMS-u*. W: STRYKOWSKI W., SKRZYDLEWSKI W., red.: *Media i edukacja w dobie integracji*. Wydawnictwo eMPI2. Poznań, s. 43–48.
- GOFFMAN E., 2020: *Człowiek w teatrze życia codziennego*. DATNER H., ŚPIEWAK P., tłum. SZACKI J., wstęp. Wydawnictwo Aletheia. Warszawa.
- GOFFMAN E., 2011: *Relacje w przestrzeni publicznej. Mikrostudia porządku publicznego*. SIARA O., tłum. WRONIECKA G., red. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- GORZKO M., 2000: *Kategoria poczucia bezpieczeństwa w świetle wybranych teorii socjologicznych*. „Forum Socjologiczne” X, s. 41–52.
- GUZIK B., 2003: *Powinnościowy charakter języka w dyskursie edukacyjnym*. Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej. Kraków.
- HALL E.T., 2001: *Poza kulturą*. GOŹDZIAK E., tłum. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- HOWE N., STRAUSS W., 2000: *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Knopf Doubleday Publishing Group. New York.
- HYLA M., 2016: *Przewodnik po e-learningu*. Wolters Kluwer Polska. Warszawa.
- LEVINSON S.C., 2010: *Pragmatyka*. CIECIERSKI T., STACHOWICZ K., tłum. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- MACHALSKA M., 2019: *Digital learning. Od e-learningu do dzielenia się wiedzą*. Wolters Kluwer Polska. Warszawa.
- MALISZEWSKI R., 2019: *Rola dialogu w procesie wychowawczym – ujęcie filozoficzne i pedagogiczne*. „Pedagogika Społeczna” nr 1, s. 97–116.

- MARODY M., red., 1991: *Co nam, zostało z tych lat... Społeczeństwo polskie u progu zmiany systemowej*. Aneks. Londyn.
- MCCRINDLE M., WOLFINGER E., 2010: *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research. Sydney.
- MCQUEEN M., 2016, *Pokolenie Y. Współistnienie czy współdziałanie. Nowe zasady komunikacji międzypokoleniowej*. GRZEGRZÓŁKA L., tłum. Studio Emka. Warszawa.
- MEAD M., 1978: *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*. HOŁÓWKA J., tłum. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- MOKWA-TARNOWSKA I., 2015: *E-learning i blended learning w nauczaniu akademickim. Zagadnienia metodyczne*. Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej. Gdańsk.
- NĘCKI Z., 2000: *Komunikacja międzyludzka*. Antykwa. Kraków.
- NOCOŃ J., 2013: *Styl dydaktyczny – styl dyskursu dydaktycznego*. W: MALINOWSKA E., NOCOŃ J., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Universitas. Kraków, s. 111–134.
- PATTERSON M.L., 2011: *Więcej niż słowa. Potęga komunikacji niewerbalnej*. PRZYLIPIAK M., tłum. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk.
- PISARKOWA K., 1978: *Zdanie mówione a rola kontekstu*. W: SKUBALANKA T., red.: *Studia nad składnią polszczyzny mówionej*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk, s. 7–20.
- POLAŃSKI G., 2014: *Cechy pokolenia sieci w perspektywie pokolenia Y. Raport z badań*. W: MORBITZER J., MUSIAŁ E., red.: *Człowiek – media – edukacja*. Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych. Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN. Kraków, s. 296–304.
- POTYRAŁA K., 2017: *iEdukacja. Synergia nowych mediów i dydaktyki. Ewolucja. Antynomie. Konteksty*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. Kraków.
- ROTHENBUHLER E.W., 2003: *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*. BARAŃSKI J., tłum. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Kraków.
- RITTEL T., RITTEL S.J., 2015: *Dyskurs edukacyjny. Zagadnienia – znaczenia – terminy. Wybór i opracowanie*. Collegium Columbinum. Kraków
- RYPEL A., 2017: *Dyskurs edukacyjny w ujęciu procesualno-kognitywnym*. „Kultura. Społeczeństwo. Edukacja” nr 2, s. 9–35.
- SAWICKA G., red., 2010: *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry*. Bydgoszcz.
- SIEMIENIECKA D., SIEMIENIECKI B., 2019: *Teorie kształcenia w świecie cyfrowym*. Oficyna Wydawnicza Impuls. Kraków.
- SKUDRZYK A., WARCHAŁA J., 2008: *Dyskurs edukacyjny a kompetencja interakcyjna*. W: OSTASZEWSKA D., CUDAK R., red.: *Polska genologia lingwistyczna*. PWN. Warszawa, s. 273–281.
- SPERBER D., WILSON D., 2011: *Relewancja. Komunikacja i poznanie*. MAJEWSKA M., SOLSKA A., tłum. JODŁOWIEC M., PISKORSKA A., red. Tertium. Kraków.
- STAŃCZYK P., 2012: *Nuda w szkole – między alienacją a emancypacją*. „Teraźniejszość. Człowiek. Edukacja” XVIII, nr 3, s. 3–56.
- SZMIDT K., 2013: *Nuda jako problem pedagogiczny*. „Teraźniejszość. Człowiek. Edukacja” XVI, nr 3, s. 55–69.
- TAPSCOTT D., 2010: *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. CYPRYAŃSKI P., tłum. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa.
- TWENGE J.M., 2019: *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe – i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości i co to oznacza dla nas wszystkich*. DZIEDZIC O., tłum. Wydawnictwo Smak Słowa. Sopot.

Monika Grzelka

WIERZBICKA A., 2019: *Dydaktyczne i komunikacyjne aspekty e-edukacji akademickiej*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.

WITOSZ B., 2003: *Schematy, wzorce tekstowe, gatunki mowy... (O kategoryzacji, kategoriach wypowiedzi językowych i ich modelowaniu)*. „Przestrzenie Teorii” nr 2, s. 89–102.



Modalność deontyczna w tekście prawnym Próba analizy porównawczej na przykładzie konstrukcji z czasownikiem modalnym *shall* + bezokolicznik w angielskiej wersji *Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka* i jej odpowiedników w wersji niemieckiej, niderlandzkiej i polskiej

Deontic Modality in a Legal Text

An Attempt at a Comparative Analysis on the Example of the Construction
with the Modal Verb *shall* + Infinitive in the English Version of the
Universal Declaration of Human Rights and Its Counterparts in the German, Dutch
and Polish Versions

Abstract: In her article, Patrycja Montusiewicz examines constructions with the modal verb *shall* + infinitive in the English version of the *Universal Declaration of Human Rights* and its German, Dutch and Polish versions. She has adopted the semantic category of deontic modality in a legal text the *tertium comparationis*. This comparative study shows the degree to which the analyzed text type is coded with the help of modal signals. Montusiewicz identifies factors independent of the type of text and requiring the use of modal forms depending on the internal nature of the grammatical system. Her main research method is, therefore, a structural and functional analysis based on the hypothesis of categorial convergence when coding the appropriate grammatical functions by units belonging to different layers of the language systems. Her research has shown that the selection of an appropriate equivalent for the expression of deontic modality is not determined by the formal similarity of the source and target language units.

Key words: deontic modality, legal text, comparative analysis

Abstrakt: Przedmiotem niniejszego artykułu jest konstrukcja z czasownikiem modalnym *shall* + bezokolicznik w angielskiej wersji *Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka* i jej odpowiedniki w wersjach niemieckiej, niderlandzkiej i polskiej. Jako *tertium comparationis* przyjęto kategorię semantyczną modalności deontycznej w tekście prawnym. Studium porównawcze przedstawia stopień, w jakim badany typ tekstu kodowany jest użyciem sygnałów modalnych. Określa czynniki niezależne od typu tekstu, które wymagają zastosowania form modalnych w zależności od wewnętrznego charakteru systemu gramatycznego. Przewodnią metodą badawczą jest zatem analiza strukturalna i funkcjonalna na podstawie hipotezy konwergencji kategorialnej przy kodowaniu odpowiednich funkcji gramatycznych przez jednostki należące do odmiennych warstw systemów językowych. Przeprowadzone badania wykazały, że wybór odpowiedniego ekwiwalentu dla wyrażenia modalności deontycznej nie jest determinowany podobieństwem formalnym jednostek języka źródłowego i docelowych.

Słowa kluczowe: modalność deontyczna, tekst prawny, analiza porównawcza

Modalność charakteryzowano ze względu na wyrażaną przez nią konieczność i możliwość (np. KRATZER, 1981: 39 czy FINTEL VON, 2006: 20–27), jak również na jej powiązanie „ze statusem zdania opisującego wydarzenie” (PALMER, 2001: 1). Różnorodność podejść do zjawiska kodowanego na wiele sposobów we wszystkich językach obecnych na świecie doprowadziła do zróżnicowania wielu typów modalności.

Semantyka czasowników modalnych¹ opisywana jest za pomocą takich leżących u jej podstaw sfer znaczeniowych, jak *konieczność*, *możliwość*, *wolitywność*, *prawdopodobieństwo*, *przyzupuszczenie*, *niefaktyczność*, *żądanie* itd. (por. KOTIN, 2014: 140). Lista rodzajów modalności zawiera następujące kategorie: 1) modalność wolitywna/buletyczna/kupitywna (niem. *bouletische*, *kupitive*) (odnośnie do terminologii zob. MEIER-BRÜGGER, 2002: 262; HUNDT, 2004: 343 i następne, MÜLLER, REIS, 2011: 111) – *Chciałabym tutaj zostać.*; 2) modalność dyspozycyjna (niem. *dispositionelle*) (odnośnie do terminologii zob. np. HOLL, 2010) – *Teraz możemy się iść kąpać.; Mogę się o coś zapytać?*; 3) modalność necesywna (niem. *nezessive*) (por. PAPE-MÜLLER, 1980: 177) – *Piotr musi dużo pracować.*; 4) modalność epistemiczna (związana z mówiącym) i ewidencyjna (związana ze źródłem) (por. m.in. AIKHENVALD, 2004; HUNDT, 2004; DIEWALD, SMIRNOVA, 2010) – *On może/powinien/musi być teraz w biurze.; Dzisiaj może/musi/będzie padać.*; 5) modalność autoewidencyjna (niem. *autoevidentielle*) (związana z podmiotem) – *Skąd chce pan to wiedzieć?*; 6) modalność niefaktyczna (niem. *nichtfaktische*) (por. DIEWALD, 1999: 174 i następne) – *Wczoraj prawie wygraliśmy.*; 7) modalność kontrafaktywna (por. DIEWALD, 1999: 174 i n.) – *Zachowuje się tak, jakby był małym dzieckiem.*; 8) modalność warunkowa faktyczna, niefaktyczna i kontrafaktyczna (sekwencje *gdyby – to*) – *Gdybym miała wczoraj czas, to przyszedłabym do ciebie.*; 9) modalność imperatywna – *Przeczytaj paragraf 9!*.

Do przytoczonego inwentarza rodzajów modalności Michaił Kotin dodaje, a tym samym wprowadza nowy termin – *modalność prawdopodobieństwa* (niem. *verisimile Modalität*) – *Przy tej temperaturze paliwo może eksplodować* (KOTIN, 2012: 141). W przeciwieństwie do modalności dyspozycyjnej, która wyraża zdolność fizyczną do wykonania określonej czynności oraz potencjalne stany wolitywne, modalność prawdopodobieństwa wyraża możliwość zaistnienia określonego wydarzenia wyłącznie w określonych okolicznościach i wynika z czynników zewnętrznych zarówno dla mówiącego, jak i dla podmiotu.

Pierwotnym znaczeniem czasowników modalnych jest „znaczenie obiektywne”, czyli „rdzenne” (z ang. *root modality*; por. KRATZER, 1981, 1991; PALMER, 1986). W odniesieniu do czasowników o semantyce wolitywnej jest to znaczenie chęci lub zamiaru jednostki

¹ Czasowniki modalne języka angielskiego (por. SWAN, 1980: 388): *can; could; may; might; must; will; would; shall; should; ought; need*.

Czasowniki modalne języka niderlandzkiego (wg HAESERYN, Hrsg., 1997: 984): *kunnen; moeten; mogen; willen; zullen; hoeven**. Tanja MORTELMANS (2013: 67) poddaje jednak pod dyskusję zaliczenie do czasowników modalnych czasownika *hoeven*, ponieważ nie jest to czasownik Präteritopräsens, ale czasownik regularny (z silnym imiesłowem czasu przeszłego *gehoeven*), który najczęściej łączony jest z *te + bezokolicznik*.

Czasowniki modalne języka niemieckiego (por. *Duden Grammatik*, 2009: 556; HENTSCHEL, 2010: 184): *müssen; können; dürfen; sollen; wollen; mögen*.

Czasowniki bądź orzeczniki modalne języka polskiego (por. KĄTNY, 1980: 86–99): *móc; wolno; musieć; powinien/należy/mieć; chcieć*.

będącej podmiotem odpowiedniego zdania. Pozostałe znaczenia rdzenne określane są w literaturze mianem *modalności deontycznej* pochodzącym od gr. *déonta* 'obowiązek'. W tym wąskim znaczeniu do środków kodujących modalność deontyczną należą tylko czasowniki i inne jednostki kodujące obowiązek lub konieczność. W literaturze fachowej mówi się jednak o modalności deontycznej również w odniesieniu do jednostek kodujących między innymi możliwość.

W wielu językach czasowniki modalne kodują jednak również drugie znaczenie, które często (np. HELBIG, BUSCHA, 1999: 131) nazywane jest „znaczeniem subiektywnym”. Takie czasowniki i inne jednostki językowe określane są w literaturze zazwyczaj jako środki epistemiczne, tzn. z gr. *epistēmē* 'wiedzieć' lub deiktyczne (por. DIEWALD, 1991; 1999). Pod względem syntaktyki czasownik modalny w znaczeniu deontycznym odnosi się do podmiotu w zdaniu. W znaczeniu wtórnym, czyli epistemicznym, czasownik modalny nie odnosi się do podmiotu, ale do całego zdania, charakteryzuje bowiem poziom wiedzy mówiącego, który ten ostatni ocenia albo sam, albo (w przypadku modalności ewidencyjnej) na podstawie zaczerpniętych z innych źródeł informacji. John Lyons definiuje modalność epistemiczną jako „any utterance in which the speaker explicitly qualifies his commitment to the truth of the proposition expressed by the sentence he utters”² (LYONS, 1977: 797), a modalność deontyczną jako “the necessity and possibility of acts performed by morally responsible agents”³ (LYONS, 1977: 823).

Analiza środków kodowania modalności w konkretnym tekście jest niemal zawsze uwarunkowana odpowiednim gatunkiem tekstu, a co za tym idzie, stanowi analizę genologicznie relewantną. Genologia tekstowa to w pewnym sensie czynnik nadrzędny w odniesieniu do selekcji środków językowych używanych w odpowiednim gatunku. Za przyczynę tego należy przyjąć/uznać fakt, że gatunek jako forma organizacji tekstu warunkuje wybór środków odpowiadających celom komunikacyjnym nadawcy i oczekiwanych przez odbiorcę. Modalność deontyczna, względnie rdzenna, którą Kai von Fintel określa także (2006) jako modalność okolicznościową (ang. *circumstantial modality*) i która odnosi się do konieczności, przyzwolenia lub obowiązku wynikającego z najwyższego prawa, statusu społecznego lub reguł moralnych (WRIGHT, 1951; PALMER, 2001; FINTEL, 2006), odgrywa najważniejszą rolę w przekazie impulsu informacyjnego zawartego w akcie prawnym, od którego oczekuje się, przede wszystkim, wyrażenia nakazu, zakazu, obowiązku bądź przyzwolenia.

Modalność rdzenna stwarza możliwości określenia świata norm i ocen oraz zorganizowania ludzkich działań w odniesieniu do jednostki lub zbiorowości. Reguły te manifestowane są w badanym tekście, który z punktu widzenia teorii aktów mowy (*speech act theory*) jest aktem deklaracyjnym. „Deklaracja” (łac. *declaratio* – 'ujawnienie', 'obwieszczenie') w nazwie dokumentu oznacza, że jej treść ma charakter stwierdzający, deklaratywny. W klasyfikacji Johna Searle'a (por. SEARLE, 1976) jest on wzmiankowany obok aktów reprezentatywnych, dyrektywnych, komisyjnych i ekspresyjnych. Nadrzędnym celem komunikatywnym deklaratywnych aktów mowy jest, według badacza, zmiana świata poprzez mówienie (lub

² „każda wypowiedź, w której mówca wyraźnie określa jego zaangażowanie w prawdziwość wyrażanego przekazu” [tłum. własne].

³ „konieczność i możliwość działań wykonywanych przez moralnie odpowiedzialnych sprawców czynności” [tłum. własne].

pisanie) zgodnie z treściami tego, co jest powiedziane lub napisane (por. SEARLE, 1976: 14–15). Akt deklaracyjny zatem to gatunek mowy (tekstu) polegający na tworzeniu nowej rzeczywistości poprzez nadanie tekstowi w momencie jego produkowania i wprowadzenia do obiegu społecznego tzw. legitymizacji instytucjonalnej wynikającej z tego faktu, iż dany tekst reprezentuje instytucje prawomocne do podjęcia odpowiednich decyzji w obszarach ich działalności statutowej. Do aktów deklaracyjnych należą między innymi wyroki sądowe, akty notarialne, akty urodzenia, akty zawarcia małżeństwa, ustawy i uchwały, akty wykonawcze. Wymienione i porównywane akty opierają się na ustawodawstwie krajowym i międzynarodowym, począwszy od konstytucji, ustaw o znaczeniu ogólnopaństwowym, kodeksów cywilnych i karnych itp.

Badany w niniejszym artykule tekst należy do ustawodawstwa międzynarodowego obowiązującego, zgodnie z prawem panującym w krajach demokratycznych, dla wszystkich państw, które podpisały daną *Deklarację*, z tym że prawo międzynarodowe ma charakter priorytetowy w stosunku do ustawodawstwa krajowego. W tekście prawnym unika się z reguły wzmiankowania osób biorących udział w opisywanych procedurach. Teksty te zawierają zazwyczaj szczegółowy opis postępowań określających ogólne warunki i przepisy „poprawnego” z punktu widzenia obowiązującego prawa zachowania się dowolnych osób. Cechy te są typowe dla dyskursu urzędowo-kancelaryjnego, które osiąga się poprzez stosowanie różnorodnych środków językowych – od morfologicznych, po leksykalne i składniowe (por. WOJTAK, 2001: 156–171; MALINOWSKA, 2013: 467–486). Z tego powodu Searle stwierdził, iż niektóre akty mowy zaliczane do klasy aktów deklaracyjnych są zbieżne z aktami reprezentacyjnymi. Teksty takie, jak *Powszechna Deklaracja Praw Człowieka*, zawierają zarówno cechy aktu deklaracyjnego, jak i cechy aktu reprezentacyjnego, w którym wymieniane są ogólne warunki umożliwiające bezpośrednie lub pośrednie działania związane z wykonaniem czynności wymaganych aktem deklaracyjnym (por. SEARLE, 1976: 15–16). Ze względu na wysoki stopień spetryfikowania aktu deklaracyjnego poziom kompozycyjny, decydujący o aspekcie strukturalnym, jest w badanym korpusie realizowany przez wariant kanoniczny w formie preambuły oraz podziału tekstu na artykuły.

Kodowanie efektywności przekazu komunikatu poprzez modalność deontyczną polega na przekazaniu informacyjnego impulsu, czy daną czynność należy wykonać z powinności, świadomie czy z udziałem woli, ponieważ modalność ta dotyczy również przyzwolenia. W przypadku modalności deontycznej konieczność, przyzwolenie lub obowiązek pochodzące od nadawcy zawierają dodatkowo cel, który jest lub będzie motywacją dla odbiorcy (HACQUARD, 2009; KRATZER, 2012; NARROG, 2012). Stosowny przykład można znaleźć w następującym fragmencie – preambuła 3:

Whereas it is essential, [...] that human rights should be protected by the rule of law [...] every individual and every organ of society shall strive by teaching and education to promote respect for these rights [...].

Universal Declaration of Human Rights

Cel, który jest lub będzie motywacją dla odbiorcy, charakteryzuje się rozmytą granicą pomiędzy czasowym, futurystycznym a deontycznym sposobem wyrażania koncepcji *zamiaru* czy inaczej *intencji*. Znaczenie elementu intencji odgrywa ważną rolę w teorii gramatykali-

zacji Joan BYBEE, Revere'a PERKINSA i Williama PAGLIUKI (1994), w której postuluje się, że intencja stanowi bezpośredni etap w rozwoju leksyki czasowników, które predestynują do czasowników posiłkowych wyrażających przyszłość. W języku angielskim czasownikiem, który koduje związek pomiędzy koncepcją przyszłości i modalności, jest czasownik *shall*. W odróżnieniu od starszych gramatyk – we współczesnych gramatykach angielskich nie opisuje się *shall* jako czasownika posiłkowego czasu przeszłego, ale wyłącznie jako posiłkowy czasownik modalny, który wyraża koncept przewidywania (ang. *prediction*). Intencja przekazu *Deklaracji* kodowana jest w tekście źródłowym dominującym użyciem konstrukcji z czasownikiem modalnym *shall* (zgodnie z *US Code Construction Act*, Chapter 311, Government Code, nakaz w amerykańskich aktach normatywnych wyrażony za pomocą *shall* oznacza obowiązek⁴, który w przestrzeni relacyjnej na podstawie umowy (społecznej) wyraża dodatkowo zobowiązanie). Występuje on w preambule 2 oraz w większości artykułów *Deklaracji*, łącznie w dwudziestu siedmiu konstrukcjach. Prezentują to wybrane przykłady (por. Aneks, tab. 1):

preambuła 2	[...] in which human beings <i>shall enjoy</i> freedom of speech
art. 2)	Furthermore, no distinction <i>shall be made</i>
art. 9)	No one <i>shall be subjected</i> to
	<i>Universal Declaration of Human Rights</i>

W wersji *Deklaracji* w języku niderlandzkim widocznym ekwiwalentem czasownika *shall* jest czasownik modalny *zullen*, który został użyty w dwudziestu trzech konstrukcjach. Oto niderlandzkojęzyczne odpowiedniki podanych przykładów w wersji źródłowej:

preambuła 2	[...] waarin de mensen vrijheid van meningsuiting [...] <i>zullen genieten</i>
art. 2)	Verder <i>zal</i> geen onderscheid <i>worden gemaakt</i>
art. 9)	Niemand <i>zal onderworpen worden aan</i>
	<i>Universele Verklaring van de Rechten van de Mens</i>

Użycie czasownika modalnego *zullen* może być powiązane ze wspólnym pochodzeniem oraz pierwotnym znaczeniem angielskiego *shall/should*, niderlandzkiego *zullen* i niemieckiego *sollen*. Germański Präteritopräsens **skulan* miał podstawowe znaczenie ‘być winnym, być zobowiązanym’, co później oznacza: ‘być zobowiązanym zgodnie z prawami i postanowieniami boskiego lub świeckiego rządu lub w ramach jeszcze innych stosunków władzy’ (WNT, 1864–1998: 372)⁵. Prototypowe znaczenie deontyczne *shall* i *zullen*, które wyrażają

⁴ Sec. 311.016. “MAY,” “SHALL,” “MUST,” ETC. The following constructions apply unless the context in which the word or phrase appears necessarily requires a different construction or unless a different construction is expressly provided by statute: [...] (2) “Shall” imposes a duty [...].

⁵ nid. ‘verplicht zijn volgens wetten en bepalingen van een goddelijke of wereldlijke overheid of binnen nog andere gezagsverhoudingen’.

ekstrasubiektywny⁶ obowiązek, jest przede wszystkim znane z dziesięciu przykazań, na przykład w: *Gij zult niet doden* ‘nie zabijaj’, ‘nie będziesz zabijał’.

Kolejną istotną kwestią, na którą należy skierować uwagę podczas próby wyjaśnienia użycia *zullen* w miejsce *shall*, jest zagadnienie konceptu czasowego w ramach modalności. W większości gramatyk niderlandzkich, w tym także w WNT, przypisuje się temu czasownikowi zastosowanie zarówno czasowe, jak i modalne. Literatura przedmiotu obejmuje następujące zagadnienia: *futurum* jako kategoria czasowa (por. HAESERYN, Hrg., 1997), jako modalność epistemiczna (por. COATES, 1983), jako modalność dynamiczna (por. GOTTI et al., 2002), jako rodzaj kategorii *postmodalnej* (por. BYBEE, PERKINS, PAGLIUCA, 1994) lub jako *prediction* bez kategorii modalnej (por. MINDT, 1994; PALMER, 2001, HUDDLESTON, PULLUM, 2002). Dywersyfikacja ta jest wynikiem trudności w rozróżnieniu w zdaniach z *shall* i *zullen* pomiędzy „czystym *futurum*” i *futurum prediction* a *futurum* wyrażającym również deontyczny koncept intencji. Okazuje się, że czasowniki *shall* i *zullen* bardzo często mogą jednocześnie wyrażać obydwa koncepty i że nie ma wyraźnych kryteriów ich podziału (PALMER, 1990: 75).

Zaskakujący wydaje się natomiast fakt, że pomimo bardzo podobnej semantyki w żadnym z przypadków w wersji niemieckiej nie użyto jako ekwiwalentu czasownika *shall* w konstrukcji z czasownikiem modalnym *sollen*. Modalność deontyczna wyrażona została natomiast w pierwszym przypadku, w odniesieniu do preambuły 2, czasownikiem w czasie teraźniejszym oraz, w dziesięciu przypadkach, przez konstrukcję strony biernej z czasownikiem modalnym *dürfen*. W niemieckiej wersji tekstu preambuły brak jednostek modalnych, znaczenie konieczności może być odczytane jedynie na podstawie kontekstu. Takich przykładów w niemieckiej wersji *Deklaracji* jest stosunkowo dużo. Wymagają one odrębnego rozpatrzenia, które znajduje się w dalszych częściach artykułu.

Preambuła 2	[...] in der die Menschen [...] Rede- und Glaubensfreiheit [...] <i>genießen</i>
art. 2)	des weiteren <i>darf</i> kein Unterschied <i>gemacht werden</i>
art. 9)	Niemand <i>darf festgenommen werden</i>

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte

Zgodnie z ustaleniami Herberta Görnera i Güntera Kempckego (GÖRNER, KEMPCKE, 1973: 213) pierwszym znaczeniem *dürfen* jest „Erlauben, – seine Zustimmung geben” ‘Zezwól – wyraż swoją zgodę’. Czasownik ten oddaje podstawowe znaczenie wolitywności nieosobowej instancji (por. CALBERT, 1975: 12; RAYNAUD, 1977: 15). Źródłem modalności może być osoba oraz zasada, instytucja, przeznaczenie, okoliczności. Wariantem pobocznym przyzwolenia jest „zu etwas berechtigt sein” ‘być uprawnionym do czegoś’. Nie ma w tym przypadku osoby udzielającej przyzwolenia, przyzwolenia udziela określony stan rzeczy „auf Grund dessen etwas als berechtigt charakterisiert werden kann” ‘na podstawie którego coś można scharakteryzować jako uzasadnione’ (WELKE, 1965: 106). Również za Gerardem Helbigiem i Joachimem Buschą (HELBIG, BUSCHA, 1994: 131) czasownik *dürfen* ma tylko jeden obiekt

⁶ Termin *ekstrasubiektywny*, który wprowadził BECH (1949), dotyczy faktora modalnego (tu: obowiązku), który nie pochodzi od podmiotu gramatycznego.

tywny wariant modalności, jakim jest *przywolenie* (niem. *Erlaubnis*). Niewątpliwie przyzwolenie różni się od zawartego w anglojęzycznym tekście źródłowym znaczenia ‘świadoma konieczność’ w połączeniu z wolitywnością. Rozwiązaniem pozornego dylematu jest jednak uwzględnienie faktu, że we wszystkich przykładach czasownik *dürfen* występuje w zdaniach z negacją *niemand, kein* lub restryktorem *nur*. W języku niemieckim *dürfen* w połączeniu z negacją lub z partykułą *nur* oznacza nie tylko zakaz jako taki, lecz również (szczególnie w języku urzędowym) pewną normę prawną, która nie pozwala na wykonanie odpowiedniej czynności lub zabrania wprowadzenia pewnych zasad, zmian itp. Dokładnie to samo znaczenie koduje angielska konstrukcja z *shall* i negacją *no one* bądź partykułą restrykcyjną *only*. Z kolei niemiecki czasownik *sollen* (najczęściej w formie trybu Konjunktiv Präteritum *sollte*) z negacją wyraża zupełnie inne znaczenie, a mianowicie polecenie o charakterze rekomendacji (‘lepiej nie...’), które jednoznacznie nie pasuje do badanego gatunku.

Bardziej interesująca jest jednak całkowita rezygnacja tłumacza z przekładu tekstu *Deklaracji* na język niemiecki w niektórych przypadkach, gdy wersja źródłowa zawiera *shall* bez negacji lub partykuły restrykcyjnej, a więc oczekuje się odpowiednika *sollen* z bezokolicznikiem, por. preambuła 2, 9, artykuły 4 (2), 21, 25, 26, 29 (patrz: Aneks, tab. 1). Proponowane tu rozwiązanie tego dylematu wynika z dwóch założeń, w różnym stopniu relewantnych względem adekwatnej interpretacji tego zjawiska. Pierwsze założenie ma charakter mikrolingwistyczny i dotyczy funkcji porównywanych form czasownikowych. Drugi zaś odnosi się do czynników makrolingwistycznych, tj. wykraczających poza granice zdania, i dotyczących wpływu gatunku tekstu na formę stosowanych w nim form gramatycznych.

Z technicznego punktu widzenia zaleca się w takich przypadkach zaczynać od tego ostatniego typu czynników. Mamy do czynienia z tekstem prawnym, a co za tym idzie, każda stosowana forma względem ogólnego tematu tekstu koduje przede wszystkim rzeczywistość pożądaną, a wręcz kreuje poprzez język nową rzeczywistość. W takich warunkach to, co ma nastąpić, może być interpretowane jako to, co na mocy danego tekstu już nastąpiło, już obowiązuje. W tym wypadku można mówić o deontycznym charakterze bazowych treści zawartych w tekście prawnym, również niezależnie od tego, czy sygnały deontyczne zostały w nim użyte. Taka deontyczność niewyrażona strukturalnie jest niewątpliwie nadrzędnym czynnikiem warunkującym interpretację wypowiedzi zawartych w tekście normatywnym.

Jednocześnie trzeba wziąć pod uwagę, iż na poziomie mikrolingwistycznym, czyli pojedynczego zdania, język angielski różni się, po części istotnie, od języka niemieckiego. Czasownik *shall* jest w języku angielskim środkiem kodowania czasu przyszłego, a więc nawet z użyciem w znaczeniu modalnym zawiera jednoznaczny sygnał predykcyjny. Jego odpowiednik niemiecki w sferze kodowania czasu przyszłego to czasownik *werden*, który, jak doskonale udowodnił Theodor FRITZ (2000) w swej monografii, występuje w funkcji indykatora mowy, kodującego zwrócenie uwagi mówiącego na siebie. Ponadto czasownik *werden* ma cechy czasownika modalnego (por. SALTVEIT, 1962; VATER, 1975), ale nie deontycznego, lecz epistemicznego. Czasowniki epistemiczne nie są typowe dla tekstu prawnego, wyrażają bowiem subiektywną ocenę stanu wiedzy mówiącego, a więc w żaden sposób nie mogą być używane do kodowania treści niewątpliwych. Natomiast czasownik *sollen* ma za silną – w porównaniu z bardziej neutralnym angielskim *shall* – cechę modalną i prawie zawsze wyraża (zresztą z użyciem negacji) polecenie lub zalecenie osoby trzeciej. Jego wykonanie ostatecznie zależy od referenta podmiotu. Ponieważ ustawodawca z przyczyn

oczywistych woli unikać takich sformułowań, tłumacz tekstu na język niemiecki preferuje sformułowanie, które brzmi jak twierdzenie bądź ustalenie faktu dokonanego. W danych przypadkach są to wypowiedzi bez czasownika modalnego.

Odpowiednikiem „pozytywnym” (konieczność bezwzględna, przymus) twierdzenia „negatywnego” (zakaz) z *dürfen* w języku niemieckim jest konstrukcja z czasownikiem *müssen* – *Du musst nach Hause gehen* : *Du darfst nicht nach Hause gehen* ‘musisz wrócić do domu’ : ‘nie możesz wrócić do domu’. Właśnie dlatego odpowiednikiem konstrukcji źródłowej (angielskiej) – *shall* + bezokolicznik używanej bez środków negacji lub restrykcji – jest w wersji niemieckiej konstrukcja z czasownikiem *müssen*, por. art. 21 i 26 (patrz: Aneks, tab. 1). Rzadziej występuje tu niemiecki czasownik *sollen* z bezokolicznikiem, por. art. 26 (patrz: Aneks, tab. 1). Powstaje więc pytanie, dlatego tłumacz preferuje raz konstrukcje z *müssen*, a raz z *sollen* jako ekwiwalenty tej samej konstrukcji angielskiej z *shall* + bezokolicznik w znaczeniu ‘trzeba’, ‘należy’. Aby odpowiedzieć na to pytanie, porównajmy odpowiednie konteksty. Analiza dowodzi, iż czasownik *müssen* używany jest wtedy, kiedy kontekst jednoznacznie wyraża bezwzględność wprowadzanej normy prawnej, por. przykłady z art. 21 (1) oraz 26 (3–5) (patrz: Aneks, tab. 1). Chodzi tu o przepisy dotyczące wolnych wyborów demokratycznych, por. art. 21 (patrz: Aneks, tab. 1) oraz wymagania dotyczące zasad edukacji narodowej, a mianowicie jej dostępności, powszechności, obowiązkowości (w odniesieniu do szkoły podstawowej), por. art. 26 (patrz: Aneks, tab. 1). W tych przypadkach odpowiednie przepisy mają charakter bezwzględny i nie zależą od woli lub chęci osób, których one dotyczą. Można je zatem zaliczyć do tzw. norm instytucjonalnych. Natomiast w przypadku z czasownikiem *sollen* chodzi o obowiązujące normy dotyczące nie tylko instytucji, lecz także konkretnych osób (rodziców), a co za tym idzie, mają one raczej charakter poleceń, co koduje właśnie czasownik *sollen*. Język angielski nie zna natomiast tak dokładnego podziału czasowników *müssen* i *sollen* względem dyferencjacji przymusu lub normy bezwzględnej i polecenia. W obu przypadkach jest tu bowiem stosowana konstrukcja z czasownikiem *shall*.

W języku polskim odpowiednikiem omawianych w niniejszym artykule przykładów czasownika modalnego *shall* z negacją jest grupa składniowa z czasownikiem nierefleksywnym nieosobowym (JODŁOWSKI, 1971: 86) *nie wolno*. Występuje ona w dominujących ośmiu przypadkach. Oto przykłady modalności deontycznej z podkreślonymi jej funktorami:

preambuła 2 [...] w którym ludzie *korzystać będą* z wolności słowa i
przekonań

art. 2) *nie wolno* ponadto *czynić* żadnej różnicy

art. 9) Nikogo *nie wolno* [...] *aresztować*

Powszechna Deklaracja Praw Człowieka

Wolno w swoim znaczeniu podstawowym wyraża wolitywność wobec agensa obcej instytucji ‘być uprawnionym do czegoś’. Źródłem modalności nie jest tutaj udzielająca uprawnienia osoba, lecz instytucja, zwyczaj, okoliczności itd. Zresztą znaczenie to nie występuje w ani jednym z badanych przykładów. Wersja polska zawiera odpowiedniki konstrukcji z *shall* częściowo podobne do wersji niemieckiej. W przytoczonym wyżej przykładzie z preambu-

ły 2 angielska konstrukcja przetłumaczona została na język polski poprzez czas przyszły, co pokrywa się ze znaczeniem czasu przyszłego wyrażanego przez konstrukcję *shall* z bezokolicznikiem w języku angielskim. Było to możliwe pod warunkiem neutralizacji znaczenia modalności deontycznej, która w tym wypadku nie jest kodowana przez semantykę czasu, lecz wynika wprost z kontekstu w języku prawnym, gdzie zdecydowana większość twierdzeń pełni z klucza funkcję normatywną. W wersji niemieckiej preferowany jest tutaj, jak pokazano uprzednio, czas terażniejszy o wynikającej z kontekstu semantyce normatywnej, przy rezygnacji z konstrukcji *werden* + bezokolicznik. Jest to spowodowane prawie nieodzownym znaczeniem modalności epistemicznej lub „wątku podkreślenia roli mówiącego” (por. FRITZ, 2000) tejże konstrukcji, które jest nietypowe dla tekstu prawnego, w którym zazwyczaj omija się odniesienie do wątków subiektywnych. Zresztą w art. 25 i 26 (patrz: Aneks, tab. 1) wersja polska również nie zawiera sygnału czasu przyszłego i, podobnie do konstrukcji niemieckiej, stosuje jako odpowiednik angielskiej konstrukcji z *shall* czas terażniejszy.

Zdecydowana większość przykładów z *no one shall* została w wersji polskiej przetłumaczona z użyciem konstrukcji *nie wolno* + bezokolicznik, co dokładnie pokrywa się z wersją niemiecką, ponieważ polskie *wolno* + bezokolicznik w połączeniu z partykułą przeczącą *nie* oznacza dokładnie to samo, co niemiecka konstrukcja *nicht dürfen* z bezokolicznikiem, a mianowicie ‘zakaz’, który występuje nie jako negacja pozwolenia, lecz jako negacja nakazu.

Ostatni przykład z art. 26 (patrz: Aneks, tab. 1) zawiera jako odpowiednik angielskiej konstrukcji *shall* + bezokolicznik polską konstrukcję z *mieć* + bezokolicznik w funkcji konieczności bądź normy prawnej. Jest to doskonały dowód na to, że właśnie w tym kontekście, w którym chodzi o obowiązki państwa wobec dzieci z uwzględnieniem woli rodziców, znaczenie bezwzględnej konieczności odczytywane jest jako nieco osłabione i idące raczej w kierunku polecenia aniżeli stanowczego przepisu. To zarazem jedyny przypadek, w którym wersja niemiecka zawiera czasownik modalny *sollen* jako odpowiednik angielskiego *shall*, o czym mowa już była.

Z uwagi na przedmiot analizy oraz ograniczenia przestrzenne w artykule przedstawiono wyłącznie dominujące czasowniki modalne (w wersji angielskiej, niderlandzkiej, niemieckiej) oraz najczęściej występujący czasownik nierefleksywny (w wersji polskiej)⁷. W przedkładanym studium zobrazowano, na podstawie weryfikacji autentycznych danych językowych wyekscerpowanych z korpusu badawczego, że kod słowny różnorodnych języków nie wprowadza zmienności znaczeniowej. Wybór odpowiedniego ekwiwalentu dla wyrażenia modalności deontycznej nie jest determinowany podobieństwem formalnym jednostek języków źródłowego i docelowych. Determinowany jest natomiast znaczeniem danej struktury, które musi być zachowane w językach docelowych poprzez użycie odpowiedniego funkto-ra modalnego. Dodatkowo należy zwrócić uwagę na to, iż częstotliwość użycia środków modalnych różni się w poszczególnych wersjach językowych, gdyż częściowo zależna jest ona od idiolektu, jakim tłumacz posługiwał się, formułując badany tekst, jak również od tradycji sporządzania aktów normatywnych w narodowym obszarze prawnym.

⁷ W badanych wersjach językowych modalność deontyczna wyrażona została również innymi funkto-rami modalności jak: w niemieckiej i niderlandzkiej – partykuły modalne *notwendig* (*-da es notwendig ist*), *van belang* (*-dat het van grootste belang is*); w polskiej – nieosobowe predykatywy modalne, np. *można* (*-nikogo nie można zmuszać*).

Aneks

Tabela 1

	Języki			
	angielski	niemiecki	niderlandzki	polski
<i>Powszechna Deklaracja Praw Człowieka</i>				
Preamb. 2	[...] in which human beings shall enjoy freedom of speech and belief and freedom [...]	[...] in der die Menschen Reden- und Glaubensfreiheit genießen [...]	[...] waarin de mensen vrijheid van meningsuiting en geloof zullen genieten [...]	[...] w którym ludzie korzystać będą z wolności słowa i przeko- nań [...]
Preamb. 3	Whereas it is essential [...], that human rights should be protected by the rule of law	Da es notwendig ist, die Menschenrechte durch die Herrschaft des Rechtes zu schützen	Overwegende, dat het van grootste belang is, dat de rechten van de mens beschermd worden	Zważywszy, że konieczne jest <i>zawarowanie</i> praw człowieka przepisami prawa
Preamb. 9	Proclaims [...] that every individual shall strive by [...]	verkündet [...] damit jeder einzelne und alle Organe sich bemühen [...]	Proclameert [...] opdat ieder individu en elk orgaan zal streven [...]	Aby wszyscy ludzie i wszystkie organy społeczeństwa <i>dążyły</i> [...]
Art. 1	[...] they [...] should act towards one another in a spirit of brotherhood	[...] Sie [...] sollen einander im Geiste der Brüderlichkeit begegnen	[...] zij [...] behoren zich jegens elkander in een geest van broederschap te gedragen	[...] <i>powinni postępować</i> wobec innych w duchu braterstwa
Art. 2	[...] no distinction shall be made [...]	Des weiteren darf kein Unterschied gemacht werden [...]	Verder zal geen onderscheid worden gemaakt [...]	<i>Nie wolno</i> ponadto <i>czynić</i> żadnej różnicy [...]
Art. 4	No one shall be held in slavery of servitude; Slavery and the slave trade shall be prohibited in all their forms	Niemand darf in Sklaverei oder Leibeigenschaft gehalten werden; Sklaverei und Sklavenhandel in allen ihren Formen sind verboten	Niemand zal in slavernij of horigheid gehouden worden; slavernij en slavenhandel in iedere vorm zijn verboden	<i>Nie wolno</i> nikogo <i>czynić</i> niewolnikiem ani <i>nakładać</i> na niego służebność; niewolnictwo i handel niewolnikami <i>są</i> zakazane
Art. 5	No one shall be subjected to torture [...]	Niemand darf der Folter [...] unterworfen werden	Niemand zal onderworpen worden aan folteringen [...]	<i>Nie wolno</i> nikogo <i>torturować</i> [...]
Art. 9	No one shall be subjected to arbitrary arrest [...]	Niemand darf willkürlich festgenommen [...] werden	Niemand zal onderworpen worden aan willekeurige arrestatie [...]	<i>Nikogo</i> <i>nie wolno</i> samowolnie <i>aresztować</i> [...]

Art. 11	No one shall be held guilty [...] Nor shall a heavier penalty be imposed	Niemand darf wegen einer Handlung verurteilt werden [...] Ebenso darf keine schwerere Strafe verhängt werden	Niemand zal voor schuldig gehouden worden [...] Evenmin zal een zwaardere straf worden opgelegd [...]	Nikt nie może być skazany [...] Nie wolno także wymierzać kary [...]
Art. 12	No one shall be subjected to arbitrary interference with his privacy [...]	Niemand darf willkürlichen Eingriffen in sein Privatleben [...] ausgesetzt werden	Niemand zal onderworpen worden aan willekeurige inmenging in zijn persoonlijke aangelegenheden [...]	Nie wolno ingerować samowolnie w czyjekolwiek życie prywatne [...]
Art. 14	This right may not be invoked in the case of [...]	Dieses Recht kann nicht in Anspruch genommen werden im Falle [...]	Op dit recht kan geen beroep worden gedaan ingeval van [...]	Nie można powoływać się na to prawo w przypadku [...]
Art. 15	No one shall be arbitrarily deprived of his nationality nor [...]	Niemandem darf seine Staatsangehörigkeit willkürlich entzogen werden noch [...]	Aan niemand mag willekeurig zijn nationaliteit worden ontnomen noch [...]	Nie wolno nikogo pozbawiać samowolnie obywatelstwa ani [...]
Art. 16	Marriage shall be entered into only [...]	Eine Ehe darf nur [...] geschlossen werden	Een huwelijk kan slechts worden gesloten [...]	Mażeństwo może być zawarte jedynie [...]
Art. 17	No one shall be arbitrarily deprived of his property	Niemand darf willkürlich seines Eigentums beraubt werden	Niemand mag willekeurig van zijn eigendom worden beroofd	Nie wolno nikogo samowolnie pozbawiać jego własności
Art. 20	No one may be compelled to belong to an association	Niemand darf gezwungen werden einer Vereinigung anzugehören	Niemand mag worden gedwongen om tot een vereniging te behoren	Nikogo nie można zmuszać do należenia do jakiegos stowarzyszenia
Art. 21	The will of the people shall be the basis of the authority of government; this will shall be expressed in periodic and genuine elections which shall be by universal and equal suffrage and shall be held by secret vote or by equivalent free voting procedures	Die Wille de Volkes bildet Grundlage für die Autorität der öffentlichen Gewalt; dieser Wille muß durch regelmäßige, unverfälschte, allgemeine und gleiche Wahlen mit geheimer Stimmabgabe oder einem gleichwertigen freien Wahlverfahren zum Ausdruck kommen	De wil van het volk zal de grondslag zijn van het gezag van de Regering; deze wil zal tot uiting komen in periodieke en eerlijke verkiezingen; die gehouden zullen worden krachtens algemeen en gelijkwaardig kiesrecht en bij geheime stemmingen of volgens een procedure, die evenzeer de vrijheid van de stemmen verzekert	Wola ludu jest podstawą władzy rządu; wola ta wyraża się w przeprowadzanych okresowo rzetelnych wyborach, opartych na zasadzie powszechności, równości i tajności, lub na innej równorzędnej procedurze zapewniającej wolność wyborów
Art. 25	All children [...] shall enjoy the same social protection	Alle Kinder [...] genießen den gleichen soziale Schutz	Alle kinderen [...] zullen dezelfde sociale bescherming genieten	Wszystkie dzieci [...] korzystają z jednakowej ochrony społecznej

	języki			
	angielski	niemiecki	niderlandzki	polski
Powszechna Deklaracja Praw Człowieka Art. 26	Education <i>shall be free</i> [...] Elementary education <i>shall be compulsory</i> Technical and professional education <i>shall be made generally available</i> and higher education <i>shall be equally accessible</i> to all on the basis of merit Education <i>shall be directed</i> to the full development of the human personality It <i>shall promote</i> understanding [...] and <i>shall further</i> the activities of the United Nations for the maintenance of peace	Die Bildung <i>ist unentgeltlich</i> Der Grundschulunterricht <i>ist obligatorisch</i> Fach- und Berufsschulunterricht <i>müssen allgemein verfügbar gemacht werden</i> und der Hochschulunterricht <i>muß</i> allen gleichermaßen entsprechend ihren Fähigkeiten <i>offenstehen</i> Die Bildung <i>muß</i> auf die volle Entfaltung der menschlichen Persönlichkeit <i>gerichtet sein</i> Sie <i>muß</i> zu Verständnis [...] <i>beitragen</i> und zu der Tätigkeit der Vereinten Nationen für die Warnung des Friedens <i>förderlich sein</i>	Het onderwijs <i>zal kosteloos zijn</i> Het lager onderwijs <i>zal verplicht zijn</i> Ambachtsonderwijs en beroepsopleiding <i>zullen algemeen beschikbaar worden gesteld</i> . Hoger onderwijs <i>zal openstaan</i> voor een ieder, die daartoe de begaafdheid bezit Het onderwijs <i>zal gericht zijn</i> op de volle ontwikkeling van de menselijk persoonlijkheid Het <i>zal</i> het begrip de verdraagzaamheid [...] <i>beoorderen</i> en het <i>zal</i> de werkzaamheden van de Verenigde Naties voor de handhaving van de vrede <i>steunen</i>	Nauka <i>jest bezpłatna</i> Nauka podstawowa <i>jest obowiązkowa</i> Oświata techniczna i zawodowa <i>jest powszechnie dostępna</i> , a studia wyższe <i>są dostępne</i> dla wszystkich na zasadzie równości w zależności od zalet osobistych <i>Celem nauczania jest</i> pełny rozwój osobowości ludzkiej <i>Krzewi</i> ono zrozumienie [...] <i>popiera</i> działalność Organizacji Narodów Zjednoczonych zmierzającą do utrzymania pokoju
	[...] education that <i>shall be</i> given to their children [...] rights and freedoms [...] <i>can be fully realized</i>	[...] Bildung, die ihren Kindern zuteil <i>werden soll</i> [...] Rechte und Freiheiten voll <i>verwirklicht werden können</i>	[...] onderwijs, welke aan hun kinderen <i>zal worden gegeven</i> [...] rechten en vrijheden [...] ten volle <i>kunnen worden verwezenlijkt</i>	[...] nauczania, które <i>ma być</i> dane ich dzieciom [...] prawa i wolności [...] <i>byłyby</i> w pełni <i>realizowane</i>
Art. 28				

<p>Art. 29</p>	<p>[...] everyone shall be subject These rights and freedoms may in no case be exercised contrary to the purposes and principles of the United Nations</p>	<p>Jeder [...] ist unterworfen Diese Rechte und Freiheiten dürfen in keinem Fall im Widerspruch zu den Zielen und Grundsätzen der Vereinten Nationen ausgeübt werden</p>	<p>[...] zal een ieder onderworpen zijn Deze rechten en vrijheden mogen in geen geval worden uitgeoefend in strijd met de doeleinden en beginselen van de Verenigde Naties</p>	<p>Każdy człowiek podlega Z niniejszych praw i wolności nie wolno w żadnym przypadku korzystać w sposób sprzeczny z celami i zasadami Organizacji Narodów Zjednoczonych</p>
<p>Art. 30</p>	<p>Nothing in this Declaration may be interpreted as [...]</p>	<p>Keine Bestimmung dieser Erklärung darf dahin ausgelegt werden, daß [...]</p>	<p>Geen bepaling in deze Verklaring zal zodanig mogen worden uitgelegd, dat [...]</p>	<p>Żadnego z postanowień Deklaracji nie można rozumieć jako [...]</p>



Źródła

- Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte* [online: <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=ger>; data dostępu 23.02.2021].
- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka* [online: <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=pql>; data dostępu 23.02.2021].
- Universal Declaration of Human Rights* [online: [https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/217\(III\)](https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/217(III)); data dostępu 23.02.2021].
- Universele Verklaring van de Rechten van de Mens* [online: <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=dut>; data dostępu 23.02.2021].

Słowniki

- Duden Grammatik*, 2009: *Duden*. Bd. 4: *Die Grammatik*. Dudenverlag. Mannheim.
- WNT – VRIES M. DE.: *Woordenboek der Nederlandsche Taal*. Martinus Nijhoff. 's-Gravenhage. Digitale versie (1995): *Het Woordenboek der Nederlandsche Taal op CDROM*. AND. Rotterdam. (1864–1998).

Literatura

- AIKHENVALD A., 2004: *Evidentiality*. Oxford University Press. Oxford.
- BYBEE J., PERKINS R., PAGLIUCA W., 1994: *The Evolution of Grammar. Tense, Aspect, and Modality in the Languages of the World*. The University of Chicago Press. Chicago–London.
- CALBERT J.P., 1975: *Toward the Semantics of Modality*. In: CALBERT J.P., VATER H., eds.: *Aspekte der Modalität*. Verlag Gunter. Tübingen.
- COATES J., 1983: *The Semantics of the Modal Auxiliaries*. Croom Helm. London.
- CHRZANOWSKA E. 1989: *Modality as Represented in the Logical form of Language. A Study in a Semantic Interpretation of English*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Kraków.
- DIEWALD G., 1991: *Deixis und Textsorten im Deutschen*. M. Niemeyer. Tübingen.
- DIEWALD G., 1999: *Die Modalverben im Deutschen: Grammatikalisierung und Polyfunktionalität*. Max Niemeyer Verlag. Tübingen.
- DIEWALD G., SMIRNOVA E., 2010: *Abgrenzung von Modalität und Evidentialität im heutigen Deutsch*. In: Kątny A., Socka A., Hrsg.: *Modalität / Temporalität in kontrastiver und typologischer Sicht*. Peter Lang. Trier, s. 113–131.
- FINTEL K. VON, 2006: *Modality and Language*. In: BORCHERT D.M., ed.: *Encyclopedia of Philosophy*. 2nd ed. MacMillan. New York, s. 20–27.
- FRITZ Th.A., 2000: *Wahr-Sagen. Futur, Modalität und Sprecherbezug im Deutschen*. H. Buske. Hamburg.
- GOTTI M. et al., 2002: *Variation in Central Modals. A Repertoire of Forms and Types of Usgae in Middle English and Early Modern English*. Peter Lang. Bern.
- GÖRNER H., KEMPCKE G., 1973: *Synonymwörterbuch*. Veb Verlag Enzyklopädie. Leipzig.
- HAESERYN W., Hrsg., 1997: *ANS – Algemene Nederlandse Spraakkunst*. (2^e, geh. herz. dr.) Martinus Nijhoff. Groningen.
- HACQUARD V., 2009: *On the Interaction of Aspect and Modal Auxiliaries*. „Linguistics and Philosophy”, Vol. 2, s. 279–315.

- HELBIG G., BUSCHA J., 1994: *Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Langenscheidt. Berlin.
- HELBIG G., BUSCHA J., 1999: *Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*. Langenscheidt/Enzyklopädie. Leipzig–Berlin.
- HENTSCHEL E., Hrsg., 2010: *Deutsche Grammatik*. Walter de Gruyter. Berlin–New York.
- HOLL D., 2010: *Modale Infinitive und dispositionelle Modalität*. Walter de Gruyter. Berlin.
- HUDDLESTON R., PULLUM G.K., 2002: *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge University Press. Cambridge.
- HUNDT M., 2004: *Zum Verhältnis von epistemischer und nicht-epistemischer Modalität im Deutschen. Forschungspositionen und Vorschlag zur Neuorientierung*. „Zeitschrift für germanistische Linguistik“ XXXI, Issue 3, s. 343–381.
- JODŁOWSKI S., 1971: *Studia nad częściami mowy*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe. Warszawa.
- KATNY A., 1980: *Die Modalverben und Modalwörter im Deutschen und Polnischen*. Wydawnictwo Uczelnia WSP w Rzeszowie. Rzeszów.
- KOTIN M.L., 2012: *Modalitäten*. In: PAWŁOWSKI G., OLPIŃSKA-SZKIEŁKO M., BONACCHI S., Hrsg.: *Mensch – Sprachen – Kulturen: Beiträge und Materialien der internationalen wissenschaftlichen Jahrestagung des Verbandes Polnischer Germanisten 25.–27. Mai 2012*. Euro-Edukacja. Warszawa, s. 140–158.
- KOTIN M.L., 2014: *Zum Phänomen der kategorialen Konvergenz und zu seiner Relevanz in kontrastiven Sprachstudien*. „Zeitschrift des Verbandes polnischer Germanisten“, s. 151–163.
- KRATZER A., 1981: *The Notional Category of Modality*. In: EIKMEYER H.-J., RIESER H., eds.: *Words, Worlds, and Contexts. New Approaches in Word Semantics*. De Gruyter. Berlin, s. 639–650.
- KRATZER A., 1991: *Modality*. In: STECHOW A. VON, WUNDERLICH D., Hrsg., *Semantik: ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. Mouton de Gruyter. Berlin, s. 639–650.
- KRATZER A., 2012: *Modals and Conditionals: New and Revised Perspectives*. Oxford University Press. Oxford–New York.
- LYONS J., 1977: *Semantics*. Cambridge University Press. Cambridge.
- MALINOWSKA E., 2013: *Styl – dyskurs – komunikacja urzędowa*. W: MALINOWSKA E., NOCOŃ J., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*. Universitas. Kraków.
- MEIER-BRÜGGER M., 2002: *Indogermanische Sprachwissenschaft*. 8. überarbeitete und ergänzte Aufl. Berlin–New York.
- MINDT D., 1995: *An Empirical Grammar of the English Verb. Modal Verbs*. Cornelsen Verlag. Berlin.
- MORTELMANS T., 2013: *Wie viel Modalverb braucht der Mensch*. „German as a Foreign Language“ No 2, s. 65–91.
- MÜLLER R., REIS M., Hrsg., 2011: *Modalität und Modalverben im Deutschen*. H. Buske. Hamburg.
- NARROG H., 2012: *Modality, Subjectivity and Semantic Change: A Cross- Linguistic Perspective*. Oxford University Press. Oxford.
- PALMER F.R., 1990: *Modality and the English Modals*. 2nd ed. Longman. London.
- PALMER F.R., 2001: *Mood and Modality*. 2nd ed. Cambridge University Press. Cambridge.
- PAPE-MÜLLER S., 1980: *Textfunktionen des Passivs*. Max Niemeyer Verlag. Tübingen.
- RAYNAUD F., 1977: *Noch einmal Modalverben*. „Deutsche Sprache“ Nr. 5, s. 1–30.
- SEARLE J.R., 1976: *A Classification of Illocutionary Acts*. „Language in Society“ V, no. 1, s.1–23.
- SALTVEIT L., 1962: *Studien zum deutschen Futur: Die Fügungen werden mit dem Partizip des Präsens und werden mit dem Infinitiv in ihren heutigen Funktionen und in ihrer geschichtlichen Entwicklung*. Norwegian Universities Press. Bergen–Oslo.
- SWAN M., 1980: *Practical English Usage*. Oxford University Press. Oxford.

Patrycja Montusiewicz

- VATER H., 1975: *Werden als Modalverb*. In: CALBERT J., VATER H., Hrsg.: *Aspekte der Modalität*. Verlag Gunter. Tübingen, s. 71–148.
- VERSTRAETE J.-CH., 2001: *Subjective and objective modality: Interpersonal and ideational functions in the English modal auxiliary system*. "Journal of Pragmatics" XXXIII, s. 1505–1528.
- WELKE K., 1965: *Untersuchungen zum System der Modalverben in der dt. Sprache der Gegenwart*. Akademie-Verlag. Berlin.
- WOJTAK M., 2001: *Styl urzędowy*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Współczesny język polski*. Wydawnictwo UMCS. Lublin.
- WRIGHT VON G.H., 1951: *An Essay in Modal Logic*. North Holland Publishing Company. Amsterdam.
- US Code Construction Act*, Chapter 311, Government Code [online: <https://statutes.capitol.texas.gov/Docs/GV/htm/GV.311.htm>; data dostępu 23.02.2021].

POLEMIKI

Opisać *Verbum* w dziele filmowym. Refleksje nad książką Bogusława Skowronka. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (Kraków 2020, 277 s.)

Marta Noińska, *Новогоднее обращение лидера государства как ритуальный жанр медиадискурса на материале российских, немецких и польских выступлений. Медиалингвистический анализ // Novogodneye obrashcheniye lidera gosudarstva kak ritual'nyy zhanr mediadiskursa na materiale rossiyskikh, nemetskikh i pol'skikh vystupleniy. Medialinguisticheskiy analiz* (Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2020, 342 s.)

Językoznawstwo współczesne a kategoria dyskursu. Recenzja monografii pt. *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy* Waldemara Czachura (Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław 2020, 313 s.)

O komunikacji z perspektywy odbiorcy. Uwagi po lekturze książki *Partnerstwo w komunikacji* pod redakcją Aleksandry Kalisz i Eweliny Tyc (Katowice 2020, 164 s.)





Opisać *Verbum* w dziele filmowym
Refleksje nad książką Bogusława Skowronka
Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne
(Kraków 2020, 277 ss.)

Describe *Verbum* in a Film Work
Reflections on Bogusław Skowronek's Monograph
Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne (Kraków 2020, 277 pp.)

Czas covidowej pandemii i będącego jej konsekwencją lockdownu dobitnie uświadomił rolę filmu i miejsca jego odbioru w życiu kulturalnym: kina – zamkniętego, co wymusiło powstawanie alternatywnych form recepcji dzieła i wzmocniło platformy streamingowe, premier – globalne blockbustery odłożone na półki w oczekiwaniu na koniec pandemii, festiwalu – odwołanych lub odbywających się w trybie *online*, przemysłu filmowego – pracującego w zwolnionym tempie. Pokazał dotkliwie odczuwany brak bezpośredniego kontaktu z dziełem filmowym i magią sali kinowej, w której widz odbiera film w sposób intymny, oraz pozbawił go poczucia uczestniczenia w seansie, jego zbiorowego przeżywania. Stworzył „kino pandemiczne”, reagujące na egzystencjalnie naznaczone doświadczanie rzeczywistości „w czasach zarazy” (MAJMUREK, 2021). Jednocześnie okres przymusowego zamknięcia dał nowe życie różnogatunkowym filmom o epidemiach (zob. SKOWRONEK, 2016) – jednym z najpopularniejszych filmów na serwisach SVOD była *Contagion. Epidemia strachu* (2011) w reżyserii Stevena Soderbergha.

Film towarzyszy człowiekowi od ósmej dekady XIX wieku, kiedy na taśmie celuloidowej zarejestrowano obraz, co dało impuls rozwojowi kinematografii (http://www.terramedia.co.uk/media/cinema-television/cinema_television_chronology.htm). Za moment przełomowy uznaje się 28 grudnia 1895 roku, kiedy w Salonie Indyjskim Grand Café w Paryżu odbył się płatny pokaz kilku krótkich produkcji filmowych, w tym: *Śniadanie, Wjazd pociągu na stację La Ciotat, Wyjście robotnic z fabryki w Lyonie czy Polewacz polany*. Wydarzenie uznano jednak za rodzaj ciekawostki technologicznej, ruchome obrazy utrwalające banalne scenki z życia codziennego, coś, co nie rokuje sukcesu. Tym okazało się wprowadzenie do filmu nowej kategorii: fikcji. Stało się to dzięki Georges'owi Mélièsowi, twórcy głośnego filmu *Podróż na Księżyc* (1902). Jego dzieło nadal może wzbudzić uznanie konesera (MALTHÊTE-MÉLIÈS, QUÉVRAIN, 1980).

Film już u swoich narodzin zyskał status sztuki (zob. np. HELMAN, 2013). W Polsce szybko został nazwany peryfrastycznie „dziesiątą muzą” (RADKIEWICZ, 2019). Pierwszy użył tego wyrażenia Andrzej WŁAST jako nazwy własnej rubryki felietonowej na łamach „Ekranu i Sceny” (1923–1924), a potem Karol IRZYKOWSKI w tytule publikacji *Dziesiąta muza*:

zagadnienia estetyczne kina (1924), pierwszej w Polsce i jednej z pierwszych na świecie monografii poświęconych sztuce filmowej.

W ciągu jego ponadstuletniego istnienia powstały wybitne dzieła, filmy kultowe, które zyskiwały ogromną widownię, miały wielki wpływ na kulturę, życie społeczne, polityczne, jednostkowe. Amerykański reżyser Benh Zeitlin w wywiadzie tak ujmuje jedną z ważnych właściwości dzieła filmowego – zadawanie pytań i opowiadanie o świecie i o człowieku:

Uwielbiam w kinie to, że fabuła filmu jest przestrzenią do dyskusji nad najpoważniejszymi kwestiami tego świata. Lubię zadawać pytania, na jakie ani nauka, ani religia nie są w stanie udzielić odpowiedzi. Nie chcę tego za nie robić, ale cenię sobie możliwość wkładania kija w mrowisko i poruszenia niewygodnych czy trudnych do zdefiniowania aspektów rzeczywistości.

BIELAK, 2012

Jako forma tekstu multimodalnego film stworzył arcydzieła wizualne, muzyczne (dźwiękowe), językowe. Powołał do życia oddzielną kategorię aktorów świata filmowego: gwiazd, oddziałujących jako odtwórcy ról i jako postaci rzeczywiste, czasem w części wykreowane przez specjalistów z przemysłu filmowego (zob. np. MORIN, 1957). Stał się fenomenem artystycznym, komunikacyjnym, kulturowym, medium o wielkim wpływie, o różnych zasięgach, od lokalnych po globalny. Film oddziałuje również na język; nie można przy tym stracić z oczu kwestii ogólniejszej: dwuwektorowej dynamiki zmiany zachodzącej w przypadku relacji między językiem a filmem. Tymczasem w Polsce problematyka, którą syntetycznie ujmę tak: język w filmie – film w języku, jest w literaturze filmoznawczej (mimo genetycznych i merytorycznych bliskich związków wczesnego filmoznawstwa z lingwistyką, zob. SKOWRONEK, 2020, por. też ARIJON, 2007) i językoznawczej słabo obecna, w przeciwieństwie do (medio)lingwistycznego oglądu języka w internecie, istniejącym na świecie około pół wieku; i kino, i internet błyskawicznie stały się fenomenami w skali globalnej. Być może przyczyną tego niewielkiego zainteresowania jest brak refleksji nad instrumentarium teoretyczno-metodologicznym tworzącym fundamenty tak zarysowanego pola wiedzy. Sądzę, że dzięki książce Bogusława SKOWRONKA *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (2020) dokona się przełom w poznawaniu pola *język w filmie*. Filmoznawstwo o orientacji językoznawczej i językoznawstwo o perspektywie filmoznawczej, dysponując tak solidnie zbudowanymi podstawami, powinny nadrobić stracony czas.

Kilka lat temu w przestrzeń naukową weszła książka SKOWRONKA pod minimalistycznym tytułem *Mediolingwistyka. Wprowadzenie* (2013). Była pionierska, bo inicjowała nie tylko nową nazwę, która występuje już w tytule, ale też zaprojektowała nowy fragment paradygmatu językoznawstwa określanego jako otwarte, zewnętrzne, integracjonistyczne; jak mówi Skowronek:

[...] w dociekaniach mediolingwistycznych zawsze należy zakładać polimetodologizm oraz wielowariantywność ujęć. Oznacza to równoprawny status wielu metodologii jako procedur badawczych właściwych dla analiz różnego rodzaju tekstów

medialnych. Po prostu, polifoniczność komunikacji medialnej w sposób naturalny ewokuje polifoniczność procedur badawczych.

Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Ewą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem, 2016

Okazała się bardzo inspirująca i efektywna: powstało wiele książek i artykułów, które można opatrzyć etykietą *mediolingwistyczne*, liczne grono badaczy autoidentyfikuje się, używając tego poręcznego i wyrazistego określenia, polska mediolingwistyka weszła w ożywiony dialog międzynarodowy (zob. np. udział uczonych z Polski w specjalistycznym czasopiśmie „Medialinguistika”, a także przywoływana już *Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki...*).

Autor mówił o niej: „Książka moja ma charakter projektujący, ogólno teoretyczny” (SKOWRONEK, 2013: 21), „Praca ma charakter [...] koncepcyjny i porządkujący [...]” (SKOWRONEK, 2013: 22). Sam też dopowiadał nowe wątki w kilku późniejszych artykułach naukowych, komentował założenia i dokonania nowej subdyscypliny, testował jej narzędzia (zob. wykaz publikacji uczonego: [Jednym z mocno wyartykułowanych wówczas postulatów było wprowadzenie odmiany filmowej do zestawu tradycyjnie uznawanych językowych odmian medialnych: prasowej, radiowej, telewizyjnej i internetowej/hipertekstowej.](http://bgbase.up.krakow.pl/biblio/splendor/expertus3e.cgi?KAT=%2Fpublic%2Fexpertus%2Fpar%2Fbib%2F&FST=data.fst&FDT=data.fdt&ekran=ISO&lnmsk=2&cond=AND&sort=-1&mask=2&F_00=02&V_00=Skowronek+Bogus%B3aw+; data dostępu: 27.06.2021).</p></div><div data-bbox=)

Verbum w filmie, językowi w filmie, językowemu dyskursowi filmowemu, pasmu werbalnemu w filmie poświęcił uwagę Autor w najnowszej książce *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (2020), która stanowi merytoryczne i metodologiczne dopełnienie i kontynuację *Mediolingwistyki* (2013). Warto było na nią czekać. Perspektywa mediolingwistyczna wydaje się idealna do opisu języka w filmie. Adekwatność jej stosowalności wobec złożonego dzieła filmowego wynika z tego, że jest to subdyscyplina ze swej natury transdyscyplinarna („wielość ujęć i polimetodologiczne poszukiwania”, SKOWRONEK, 2020: 12), gwarantująca wielostronny ogląd składnika werbalnego w dziele filmowym, naturalnie (współ)istniejącego w trybie synergii z innymi jego składnikami. Głęboką wartością mediolingwistyki jest szerokie ujęcie języka w kontekście, tu: szczególnie języka w dziele filmowym czy szerzej w mediach; jak deklaruje Autor: „[...] definiuję język jako nierozzerwalny element struktur poznawczych, których funkcjonowanie zależne jest od kontekstów zewnętrznych – a dziś zwłaszcza kultury medialnej” (SKOWRONEK, 2020: 10).

Oczywistą zaletą książki, bynajmniej nie częstą, jest jej charakter teoretyczny i metodologiczny: „Pragnę w tej pracy odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób – unikając przy tym jakiejś totalizującej, hegemonistycznej teorii zarówno filmoznawczej, jak i lingwistycznej – mówić o paśmie werbalnym filmu” (SKOWRONEK, 2020: 11). Brzmi to prosto, ale spełnienie tej zapowiedzi i obietnicy wymagało wielkiej pracy myślowej, koncepcyjnej, a także odwagi intelektualnej: wytyczanie nowych szlaków poznawczych udaje się niewielu. Można z dużą pewnością przewidywać, że rola tej książki w konstytuowaniu się mediolingwistycznego nurtu zorientowanego na badanie pasma werbalnego w filmie będzie znacząca dla rozwoju nauki – dzięki jakości dzieła oraz wyrazistemu sformułowaniu pola i programu badawczego.

Kolejną zaletą, choć zabrzmi to prozaicznie, jest objętość (277 stron), nieprzytłaczająca czytelnika, ale dająca pełny opis zagadnienia. Autor waży każde słowo, panuje nad językiem w przestrzeni książki. Każdy poruszany problem jest przedstawiony zgodnie z maksymą ilości Paula H. Grice'a, co widać zwłaszcza w trzech początkowych rozdziałach, gdzie Autor konstruuje fundamenty swojej teorii języka w filmie, odwołując się przy tym, co oczywiste, do wiedzy już istniejącej. O zawartości treściowej książki można bez wahania powiedzieć: „nic dodać, nic ująć”.

Jest przedstawione tło i zaplecze słabo spenetrowanego w lingwistyce i filmoznawstwie badania filmowego pasma werbalnego, jak również są wskazane racje prowadzenia takich badań. Pole badawcze zostało wyraziście stematyzowane, problematyka w głęboko przemyślany sposób wyselekcjonowana. Z uznaniem warto odnotować autoświadomość twórcy: „Mam świadomość, że wielu wątków nie podnoszę, do wielu zagadnień się nie ustosunkowuję” (SKOWRONEK, 2020: 12). Uprzedzony czy może ostrzeżony czytelnik zobaczy, że nie jest to strategia asekuracyjna, lecz informacja o świadomym doborze tego, co z poziomu Autora ważne.

Precyzyjny jest tok wykładu teoretycznego, w układzie od ogółu do szczegółu: zob. rozdziały teoretyczne 1. *Mediolingwistyka. Przypomnienie koncepcji*; 2. *Językowe obrazy świata. Typologia*; 3. *Filmowy dyskurs medialny*; 4. *Język w filmie. Główne parametry*. Rejestr (i syntetyczne omówienie) „głównych parametrów” języka w filmie ma bardzo inspirujący wymiar. Można go potraktować jako stymulator badań cząstkowych, jako wytyczne dla całościowego, modelowego opisu pasma werbalnego w danym filmie, w twórczości danego reżysera, w danym typie/gatunku filmu itd. Można też poszukiwać innych „parametrów” niewymienionych przez Autora.

Niezwykle instruktywna jest część analityczna (rozd. 5. *Językowy dyskurs filmowy. Przykłady analiz*, s. 145–236), pokazująca potencjał i skuteczność teorii i metodologii mediolingwistycznej, zastosowanych do badań nad konkretnym dziełem filmowym. Wzorcowo przeprowadzane analizy, błyskotliwe i wyrafinowane interpretacje potwierdzają walory poznawcze i „instruktażowe” wcześniejszej partii czysto teoretycznej.

Podobnie jak *Mediolingwistyka. Wprowadzenie* (2013), tak *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* (2020) ma charakter „ogólnoteoretyczny i projektujący”. Ta formuła zdaje egzamin, ma wielką zdolność fundowania inspirowanych nią badań. Ma dwa synergicznie połączone tory: „Stanowi autorską próbę podjęcia problemu semantycznej specyfikacji oraz sposobów funkcjonowania języka w filmie. Jest też próbą przedstawienia pewnej metody postępowania badawczego” (SKOWRONEK, 2020: 6). Wybitny znawca problematyki mediów mówi tu o języku w filmie i o tym, jak można go badać, jeśli przyjmie się obiecującą, lecz i wymagającą perspektywę mediolingwistyczną. Czytelnik – nie tylko specjalista czy adept, ale i, co równie ważne, zainteresowany laik – odbędzie z Autorem fascynującą podróż przez twórczość filmową, wyposażony przez Niego w sprofilowaną wiedzę ponaddiscyplinową, transdiscyplinarną. Dogłębne przemyślenia nad kategoriami dobrze już osadzonymi w lingwistyce i filmoznawstwie wiele wniosą także do wiedzy dyscyplinowej; mam na myśli zwłaszcza ustalenia Autora w kwestii językowego obrazu świata (JOS) i relacji między nim a innymi formami obrazu świata, czyli dyskursywnym (DOS), medialnym (MOS) oraz tekstowym obrazem świata (TOS). Ważny jest głos Autora w kwestii koncepcji odmian językowych, co skłania do odnowienia dyskusji na temat form istnienia języka. Mocno

brzmi potrzeba objęcia refleksją językowego wymiaru dzieła filmowego, czyli pozycji słowa w kulturze audiowizualnej.

Język w filmie... jest dziełem wybitnej indywidualności naukowej, stąd też przedstawiony projekt subdyscypliny (tu w jej fragmencie dotyczącym badań nad filmowym pasmem językowym) nosi silne piętno twórcy w warstwie merytorycznej i interpretacyjnej, co stanowi wielką wartość książki.

Atutem książki jest także jej warstwa stylowa: to pisana w 1. osobie liczby pojedynczej praca naukowa, w której Autor dzieli się swoimi przemyśleniami i wątpliwościami, gdzie trzeba, zajmuje jednoznaczne stanowisko, wyraża jednoznaczne opinie, kiedy dyskutuje z innymi badaczami. Wyróżnia ją także forma przekazu, realizująca najwyższe standardy dyskursu naukowego, mająca jednocześnie styl prosty i elegancki (zob. PINKER, 2016). To dostarcza satysfakcji różnym typom odbiorców – bo, w moim przekonaniu, książka powinna zyskać szeroki rezonans czytelniczy. Już teraz widać, że wywołała zainteresowanie recenzenckie (zob. WOJTAK, 2020; PIKORZ, 2021).

Moja recenzja jest z zamysłu syntetyczna, podobnie jak sama omawiana monografia: „Książka ma charakter pewnej syntezy, całościowego uogólnienia” (SKOWRONEK, 2020: 13), pomijam natomiast składnik polemiczny. Monografia tak mocno podmiotowa, stanowiąca oryginalny i nowatorski projekt transdyscyplinarnego podejścia do badania i opisu języka w filmie, proponująca jego podwaliny teoretyczne i metodologiczne wraz z interpretacjami wybranych dzieł filmowych, zwarta i konsekwentna, może wywoływać miejscami poczucie niedosytu czy sprzeciwu wobec przyjętych przez Autora przesłanek, tez i wniosków. Ale jestem zdania, że autentyczną naukową debatą nad wartością monografii Skowronka staną się mediolingwistyczne teksty autorów, które, zainspirowane takim ujęciem, wzbogacą wiedzę o *verbum* w filmie. Będą one probierzem wartości *Języka w filmie...*, a jednocześnie zweryfikują propozycję twórcy, wskażą w niej miejsca, które wymagają dookreślenia lub korekty. Autor projektuje taką przyszłość swojego dokonania, kiedy pisze w zakończeniu książki:

Mediolingwistyczna analiza językowego dyskursu filmowego służyła również stworzeniu płaszczyzny metarefleksji – postawy świadomości, postawy wyjścia poza „naturalność” i „oczywistość” pasma dialogu. Mam nadzieję, że już teraz każda recepcja utworu filmowego nie będzie wyłącznie jego „oglądaniem”, ewentualnie „słuchaniem” efektów dźwiękowych. Będzie natomiast polegała na pełnym usłyszeniu wypowiedzi filmowych postaci, zintelektualizowaniu ich oraz odpowiednim potraktowaniu – raz, jako wyrafinowanego środka filmowego wyrazu; dwa, jako nośnika bardzo ważnych, wieloaspektowych znaczeń.

SKOWRONEK, 2020: 236–237

W językowym ujęciu odbiór filmu przez „zwykłego” widza czy wytrawnego kinomana nazywany jest *oglądaniem filmu*. Słownik definiuje to połączenie tak: ‘zapoznawać się z czymś, patrząc na to’ (WSJP PAN). Żywię nadzieję, że mediolingwistyczne spojrzenie na film zaproponowane przez Bogusława Skowronka wpłynie na zmianę zaprogramowanego przez język sposobu traktowania filmu i stylu jego odbioru nie tylko przez miłośników

„dziesiątej muzy”, lecz przede wszystkim specjalistów, którzy zyskali narzędzia do opisu ważnego składnika multimodalnego dzieła filmowego: *Verbum*.

Słowniki

WSJP PAN – Żmigrodzki P., red., 2020, *Wielki słownik języka polskiego PAN* [online: https://wsjp.pl/index.php?id_hasla=20347&id_znaczenia=4739984&l=19&ind=0; data dostępu: 27.06.2021].

Literatura

ARIJON D., 2007: *Gramatyka języka filmowego*. FORBERT-KANIEWSKI F., tłum. Wydawnictwo Wojciech Marzec. Warszawa.

BAJEROWA I., 1980: *Wpływ techniki na ewolucję języka polskiego*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo PAN. Wrocław.

BIELAK A., 2012: *Wędrówka wspomnień. Rozmowa z Benhem Zeitlinem*. „Dwutygodnik” 94 [online: <https://www.dwutygodnik.com/artukul/4007-wedrowka-wspomnien.html>; data dostępu: 27.06.2021].

HELMAN A., 2013: *Kino jako propozycja dialogu: rys historyczny*. „ER(R)GO. Teoria – Literatura – Kultura” 2 (27), s. 9–26.

http://bgbase.up.krakow.pl/biblio/splendor/expertus3e.cgi?KAT=%2Fpublic%2Fexpertus%2Fpar%2Fbib%2F&FST=data.fst&FDT=data.fdt&ekran=ISO&lnkmsk=2&cond=AND&sort=-1&mask=2&F_00=02&V_00=Skowronek+Bogus%B3aw+ [data dostępu: 27.06.2021].

http://www.terramedia.co.uk/media/cinema-television/cinema_television_chronology.htm [data dostępu: 27.06.2021].

IRZYKOWSKI K., 1924 [1960, 3. wyd.]: *Dziesiąta muza: zagadnienia estetyczne kina*. Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe. Warszawa.

MAJMUREK J., 2021: *Rok pandemicznego kina*. „Dwutygodnik” 305 [online: <https://www.dwutygodnik.com/artukul/9474-rok-pandemicznego-kina.html>; data dostępu: 27.06.2021].

MALTHÊTE-MÉLIËS M., QUÉVRAIN A.-M., 1980: *Georges Méliès et les arts. Etude sur l'iconographie de ses films et sur les rapports avec les courants artistiques*. „Artibus et Historiae”, Vol. 1, No. 1, s. 133–144 [online: <https://www.jstor.org/stable/1483133?refreqid=excelsior%3A2085238171c81883208b1483ccf25681>; data dostępu: 27.06.2021].

„Medialinguistika” [online: <https://medialing.ru/>; data dostępu: 27.06.2021].

MORIN E., 1957: *Les stars*. Le Seuil. Paris.

PINKER S., 2016: *Piękny styl. Przewodnik człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku*. NOWAK-MĘYNIKOWSKA A., tłum. Smak Słowa. Sopot.

PISKORZ A., 2021: *Język w filmowym pejzażu*. „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 3(16), s. 131–137.

RADKIEWICZ M., 2019: *Dwugłos o X muzie. Teksty filmowe Andrzeja Własta i Karola Irzykowskiego*. „Pleograf. Kwartalnik Akademii Polskiego Filmu” 1 [online: <https://akademiapolskiegofilmu.pl/pl/historia-polskiego-filmu/pleograf/kino-przedwojenne/16/dwuglos-o-x-muzie-teksty-filmowe-andrzeja-wlasta-i-karola-irzykowskiego/669>; data dostępu: 27.06.2021].

Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Ewą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem, 2016. „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 9, s. 11–27

[online: http://www.tdk.ur.edu.pl/pliki/ROZMOWA_NA_TEMAT_STATUSU_MEDIOLINGWISTYKI.pdf; data dostępu: 27.06.2021].

SKOWRONEK B., 2013: *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. Kraków.

SKOWRONEK B., 2016: *Epidemie jako metafora: pandemiczne lęki w kinie popularnym*. W: POLEK K., SROKA Ł.T., red.: *Epidemie w dziejach Europy: konsekwencje społeczne, gospodarcze i kulturowe*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej. Kraków, s. 352–360.

SKOWRONEK B., 2020: *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. Kraków.

WOJTAK M., 2020: *Mediolingwistycznie o języku w filmie*. „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 13, s. 395–402.





Marta Noińska, *Новогоднее обращение лидера государства как ритуальный жанр медиадискурса на материале российских, немецких и польских выступлений. Медиалингвистический анализ // Novogodneye obrashcheniye lidera gosudarstva kak ritual'nyy zhanr mediadiskursa na materiale rossiyskikh, nemetskikh i pol'skikh vystupleniy. Medialinguvisticheskiy analiz* (Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2020, 342 s.)

Marta Noińska, *New Year's Address of the Leader of the State as a Ritual Genre of Media Discourse Based on Russian, German and Polish Performances. Medialinguistic Analysis* (Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk, 2020, 342 s.)

Podjęta w monografii problematyka jest bardzo aktualna z uwagi na to, że nawiązuje do kilku kierunków współczesnego językoznawstwa komunikacyjnego: mediolingwistyki, pragmalingwistyki oraz lingwistycznej analizy dyskursu. Obrany przez autorkę obiekt – noworoczne orędzia przywódców wybranych państw europejskich – zbadano w ujęciu interdyscyplinarnym: uwzględniono wiedzę naukową w zakresie języka polityki, retoryki wypowiedzi publicznej, etnolingwistyki i etnografii porównawczej. Teksty noworocznych przemówień liderów politycznych w trzech językach (niemieckim, polskim i rosyjskim) nie zostały wcześniej zbadane w sposób tak systematyczny i gruntowny.

W 1. rozdziale autorka omawia ogólnoteoretyczne podstawy badania, w pierwszej kolejności aparat pojęciowy mediolingwistyki i dyskursologii, między innymi pojęcia tekstu i dyskursu medialnego, gatunku, a także najważniejsze kierunki badań mediolingwistycznych. Korzystając z bogatej wiedzy, zaczerpniętej ze źródeł naukowych w różnych językach europejskich, Noińska szczegółowo przedstawia informacje o współczesnym stanie badań nad językiem wypowiedzi dziennikarskiej w Niemczech, Polsce i Rosji. Informacje te dotyczą najważniejszych ośrodków badawczych, stosowanych przez różne formacje metod badawczych, systemów terminologicznych czy personaliów. Zwraca się uwagę na nowe kierunki badawcze w tym zakresie, takie jak krytyczna analiza dyskursu, a także na te aspekty komunikacji społecznej, które są ukazywane dzięki zastosowaniu metody interpretacyjnej.

W podrozdziale 1.1.5 autorka omawia „ujęcie multimodalne” dyskursu i w ogóle komunikacji międzyludzkiej. Założenie, że komunikacja realizuje się nie tylko na płaszczyźnie językowej, lecz także za pośrednictwem innych kanałów i innych systemów kodowania informacji, jest bezdyskusyjne. W językoznawstwie rosyjskim jako pierwszy pisał o tym w 1961 roku (w artykule *Партитурное строение речевой цепи и система грамматических значений в предложении // Партитурное строение речевого тсепи и система грамматических значений*

niy v predlozhenii) wybitny językoznawca Vladimir G. Admoni (Marta Noińska jednak nie powołuje się na tę publikację). Wątpliwość budzi zastosowanie terminów *multimodalny* oraz *multimodalność*, które – w tym znaczeniu – zdecydowanie kolidują z ogólnie przyjętym systemem terminologii lingwistycznej. Autorka powołuje się na anglojęzyczne środowisko lingwistyki krytycznej (głównie publikacje G. Kressa), w którym pojęcie to powstało i za którego sprawą w latach 80. XX wielu rozpowszechniło się w publikacjach naukowych. Na s. 27 za Gerdem Antosem i Romanem Opiłowskim autorka nawet pisze o „lingwistyce multimodalnej”, co wydaje się wręcz kuriozalne: przedmiotem lingwistyki wszak nie mogą być komplementarne w stosunku do materiału językowego aspekty stosowania czy też funkcjonowania języka, np. kolor papieru, nakład czy charakter dystrybucji tekstu.

O ile stosowanie terminów *multimodalność* oraz *multimodalny* w języku angielskim może być, w pewnym stopniu, uzasadnione – z uwagi na pojęcie ang. *mode* w znaczeniu ‘sposób przekazu’ (choć wiem, że nie wszyscy Angliści podzielają ten pogląd), o tyle w językach słowiańskich naśladowanie tej terminologii (jako przejaw powszechnej dziś westernizacji) nie jest stosowne: kontrastuje to z systemem terminologii lingwistycznej, w której ani modalność, ani modus nie oznaczają sposobu przekazu. Autorka bezpodstawnie przywołuje na s. 27 (za wspomnianymi Antosem i Opiłowskim) takie przykłady modalności, jak język, obraz, muzyka itp. Są to jednak kategorie medialne, dotyczące kanalizacji wypowiedzi, podczas gdy modalność to kategoria semantyczna, której istota polega na wyrażeniu stosunku nadawcy (użytkownika języka) do treści lub formy wypowiedzi.

W przypisie 7 na s. 32 autorka wyjaśnia, że zdaje sobie sprawę z tego, iż modalność w tradycji lingwistycznej znaczy coś innego, ale uważa, że termin *multimodalność* ma swoje zalety. Niestety nie argumentuje, jakie, tzn. pod jakim względem, określenie *multimodalny* jest trafniejsze niż określenie *multikanalowy*, *multimedialny* czy *wielo-* lub *polikodowy*. Autorka wspomina angielski termin *multi-channel*, ale niesłusznie kojarzy go z Dellem Hymesem, który, owszem, wyróżniał *channel* jako jeden z parametrów sytuacji mowy, ale nie pisał o *multikanalowości*, w każdym razie nie przypominam sobie tego.

Kolejnym dyskusyjnym punktem 1. rozdziału jest określenie pojęć dyskursu (medialnego) i tekstu (medialnego). Autorka uwzględniła różne spotykane w literaturze ujęcia, porównuje *dyskurs*, *styl* i *tekst*. Jest świadoma istniejącej dywersyfikacji w tym zakresie, ale zajmuje też określone stanowisko. Na s. 53 Noińska pisze:

Под медиадискурсом мы будем понимать коммуникативное событие в медиапространстве, включая его социальные, культурные и политические обстоятельства. [...] Медиа́текст [...] – это дискретная, подвергаемая анализу единица медиадискурса, имеющая как лингвистические, так и экстралингвистические признаки, которые взаимодействуют друг с другом¹. // Pod mediadiskursom my budem ponimat' kommunikativnoye sobytiye v mediaprostranstve, vkluchaya yego sotsial'nyye, kul'turnyye i politicheskiye obstoyatel'stva. Mediatekst [...] – eto diskretnaya,

¹ Dyskurs medialny rozumiemy jako wydarzenie komunikacyjne w przestrzeni medialnej, w tym jej uwarunkowania społeczne, kulturowe i polityczne. [...] Tekst medialny [...] jest podzieloną, złożoną i możliwą do przeanalizowania jednostką dyskursu medialnego, która ma wzajemnie na siebie oddziałujące właściwości lingwistyczne i ekstralingwistyczne (tłum. A.K.).

podvergayemayaanalizu yedinitsa mediadiskursa, imeyushchaya kak lingvisti-cheskiye, taki ekstralingvisticheskiye priznaki, kotoryye vzaimodeystvuyut drug s drugim.

Ujęcie dyskursu jako pewnego przedsięwzięcia czy też zdarzenia, realizowanego za pośrednictwem środków symbolicznych, jest zasadne, ale mam wątpliwość, czy wszystkie takie wydarzenia na platformach medialnych to wydarzenia o charakterze komunikacyjnym. Na przykład dostępny w Internecie tekst powieści Lwa Tołstoja czy sytuacja użytkowania tego rodzaju serwisów internetowych nie są przykładami komunikacji: nie komunikujemy się ani z twórcami serwisu, ani z Tołstojem, ani z kimkolwiek. Innymi słowy, mediadyskurs, jeśli ma być komunikacyjny, powinien dotyczyć tylko tych typów performancji językowej, które mają charakter interakcyjny i intencjonalny – z punktu widzenia wszystkich interlokutorów (jak w przypadku forów internetowych). Fakty jednak są takie, że wiele medialnie zapośredniczonych dyskursów ma charakter niekomunikacyjny albo semikomunikacyjny.

Co do tekstu medialnego, twierdzenie, że taki tekst ma właściwości językowe i niejęzykowe (drugie dotyczą tego, kto jest autorem tekstu, jego formy i kanału jego prezentacji, załączonych ilustracji graficznych, materiału poligraficznego itd.), sprawia, że granica między tekstem a dyskursem się rozmywa. Powstaje pytanie: Co jest w dyskursie takiego, co by nie było – tak szeroko rozumianym – tekstem? Oczywiście z semiotycznego punktu widzenia tekstem może być dowolna sekwencja dowolnych znaków, np. *Taniec czterech łabędzi* w balecie Piotra Czajkowskiego (w takim szerokim znaczeniu funkcjonują teksty kultury). Ale w przypadku dyskursu, gdy zależy nam na skonfigurowaniu elementów werbalnych i niewerbalnych, pojęcie tekstu powinno być wyspecyfikowane i – moim zdaniem – sprowadzone na poziom informacji *stricte* językowej. Wszystkie towarzyszące okoliczności: autor, materiał, nakład, kanał, środowisko wizualne, dystrybutor, opiniodawcy i in., należą do innego poziomu czy też innych poziomów, a więc nie powinny decydować o tym, czym jest tekst. Tekst powieści Tołstoja *Wojna i pokój* w wydaniu T. Risa z 1868 roku i wersja elektroniczna tej edycji, dostępna w serwisie biblioteki wirtualnej, to jest ten sam tekst, mimo że formy i okoliczności jego prezentacji, a także dystrybucji (oraz związane z tym ewentualne osobliwości recepcji) są odmienne. Granice lingwistyki nie mieszczą się w obszarze badań formalno-gramatycznych, a jednak te granice istnieją. Fakt, że jednostki językowe w trakcie performancji współdziałają ze środowiskiem, nie powinien otwierać drogi do jakichkolwiek manipulacji, które w istocie oznaczają bezwzględny relatywizm (jak we wczesnych wersjach pragmatyzmu funkcjonalnego), tzn. prowadzą do zrównoważenia języka ze wszystkim, co ma podobne efekty oddziaływania.

W 2. rozdziale książki autorka omawia gatunek noworocznych przemówień liderów politycznych, zaliczając go do obszaru komunikacji politycznej, choć jednocześnie pisze, że jest to segment dyskursu medialnego (faktycznie chodzi o rodzaj dyskursu medialnego). Takie dyskursy mają swoje cechy charakterystyczne: 1) nazwa (*новогоднее обращение / новогоднее поздравление // novogodneye obrashcheniye / novogodneye pozdraueniye // Neujahrsansprache, orędzie noworoczne*) nawiązuje do określonej konwencji gatunkowej, tak by uruchomić w świadomości odbiorców odpowiednie schematy reprezentacyjne i ukierunkować ich interpretację; 2) struktura; 3) uczestnicy; 4) cel (wzbudzenie w odbiorcach takich uczuć,

jak patriotyzm, duma, a także poczucie solidarności i wspólnotowości); 5) ustna forma prezentacji; 6) rytualny charakter dyskursu.

Kolejne rozdziały monografii (3. i 4.) są poświęcone analizie zebranego materiału źródłowego – 87 tekstów wystąpień noworocznych, wygłoszonych w latach 1990–2018 (po 29 w każdym języku). Takie podejście pozwoliło autorce prześledzić rozwój gatunku po przemianach politycznych i społecznych przełomu lat 80. i 90. XX wieku, które w dużym stopniu wpłynęły na kulturę polityczną i komunikację medialną w badanych krajach (zwłaszcza w Europie Wschodniej i Centralnej). Pod tym względem szczególnie cenny jest zamieszczony w aneksie korpus tekstów – nie wszystkie wypowiedzi, zwłaszcza polskich prezydentów, są łatwo dostępne. W dysertacji wykorzystano między innymi materiały archiwalne, dostarczone przez Telewizję Polską (Archiwum TVP). Autorka przeanalizowała orędzia w wersji wizualnej, co umożliwiło analizę pozawerbalnych narzędzi oddziaływania na adresatów.

Teksty źródłowe zbadano ze względu na zastosowane środki symboliczne, wartościowanie, znaki, nacechowanie ideologiczne (w obrębie opozycji „swoj/obcy”), a także elementy etykietałne, zwłaszcza dotyczące nawiązania kontaktu z audytorium. Autorka porównuje różne reprezentacje gatunku, uwzględniając takie parametry sceny komunikacji, jak miejsce i czas, ciągłość, wykorzystywane symbole (zwłaszcza w postaci atrybutów sceny komunikacyjnej, a także tzw. fasady), środowisko akustyczne oraz wizualne i in. Z wniosków wynika, że rosyjskie orędzia obfitują w kliszowane nawiązania do zwycięstwa ZSRR w II wojnie światowej, podkreślają potęgę Rosji, między innymi w dziedzinie sportu (dziś na tle „afery dopingowej” brzmi to kuriozalnie). W niemieckich tekstach akcentowana jest konieczność integracji europejskiej i miejsce Niemiec w tym procesie. Autorzy polskich orędzi bardziej skupiają uwagę na konkretnych wydarzeniach społeczno-politycznych z poprzedniego roku, nawiązują do historii ruchu „Solidarność”, a także do odrodzenia niezależnej RP. We wszystkich tekstach ponadto dominują pojęcia kluczowe wspólnoty, ojczyzny, rodziny, przyjaźni, solidarności, odpowiedzialności, pokoju i bezpieczeństwa.

W 4. rozdziale autorka analizuje orędzia noworoczne jako przypadek mediatekstu precdensowego. Swoje ujęcie opiera na założeniu, że teksty te są szeroko znane w społeczeństwie, a poza tym reprodukowane w postaci pastiszów, memów, parodii, karykatur, piosenek i wątków inkorporowanych w treść tekstów literackich, filmów, dowcipów itd. Szczególnie cenna w tym rozdziale jest analiza obszarów performancji medialnej w kontekście współczesnej kultury niemieckiej, polskiej i rosyjskiej, zwłaszcza folkloru miejskiego i środowiska Internetu. Autorka zgromadziła bogaty i pod względem zawartości bardzo interesujący (może nawet inspirujący) korpus tekstów pochodnych (już wspomnianych uprzednio memów, parodii, karykatur itd.), który – niezależnie od jego opisu – stanowi samodzielną wartość. Z analizy wynika, że liczba wtórnych, nawiązujących do orędzi, tekstów pastiszowych w Polsce jest zdecydowanie mniejsza niż w Niemczech i Rosji, co, zdaniem autorki, świadczy o różnym statusie tego zjawiska w różnych sytuacjach kulturowych, choć ja bym w tym widział także różnice, dotyczące tzw. kultury semiotycznej w trzech krajach.

Zrealizowane przez Martę Noińską gruntowne badanie funkcjonalno-lingwistycznych aspektów niemieckich, polskich i rosyjskich tekstów noworocznych orędzi przywódców państwowych jako gatunku komunikacji medialnej niewątpliwie zasługuje na uwagę czytelników, głównie specjalizujących się w zakresie lingwistyki komunikacyjnej, zwłaszcza

mediolingwistyki i lingwistyki politycznej. Książka zawiera wiele cennych informacji na temat współczesnego stanu badań w zakresie dyskursologii, nie tylko w Polsce, lecz także u naszych wschodnich i zachodnich sąsiadów. Analiza przypadku, jakim są orędzia noworoczne, może stanowić wzór dla badaczy, którzy zechcą uczynić przedmiotem swoich refleksji naukowych innego rodzaju gatunek performancji językowej w mediach elektronicznych.





Językoznawstwo współczesne a kategoria dyskursu
Recenzja monografii pt. *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy* Waldemara Czachura
(Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław 2020, 313 s.)

Contemporary Linguistics and the Category of Discourse
Review of the Waldemar Czachur's Monograph Entitled
Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy
(Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław 2020, 313 s.)

Monografia Waldemara Czachura *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy* jest pracą aktualną nie tylko dlatego, że odnosi się do dyskursu i podejść dotyczących tego obiektu, które w najnowszych badaniach lingwistycznych zyskują coraz bardziej na znaczeniu. Ważny jest w niej przede wszystkim sposób ujęcia zagadnień lingwistycznych w duchu tzw. lingwistyki zintegrowanej.

Książka składa się z czterech zasadniczych rozdziałów, a pierwszy z nich stanowi wprowadzenie. W tytule rozdziału 2. autor formułuje pytanie: Jak językoznawstwo otwierało się na kategorię dyskursu? Przedstawia w nim koncepcje kilku myślicieli z XIX i początku XX wieku, sięgających do języka w użyciu, którzy już znacznie wcześniej, tj. przed powstaniem kierunków zorientowanych pragmatycznie i komunikacyjnie, torowali drogę prowadzącą do nurtów związanych z dyskursem. Jest to cenny dla czytelnika rozdział, ponieważ wydobywa on, w odniesieniu do niektórych autorów, ich nieznane powszechnie myśli i ujęcia, które nie zawsze bywały zauważane, a te bardziej znane przypomina i uwypukla.

W rozdziale 3. *Teoria dyskursu Foucaulta* autor słusznie przedstawił najważniejsze dla badań nad dyskursem spojrzenia francuskiego filozofa i socjologa, ponieważ mają one fundamentalne znaczenie dla rozwoju badań nad tym obiektem w ujęciach germanistycznych. Nawiązują do niego również niektórzy badacze poloniści. W rozdziale tym zawarł Czachur również rozważania na temat celu poznawczego lingwistyki, by przejść w dalszej części do zagadnienia *dyskursu jako przedmiotu badań lingwistyki*. Badacz przedstawia w nim różnorodność w sposobach rozumienia/konceptualizowania dyskursu. Jest tu więc mowa o dyskursie jako tematycznie powiązanych z sobą tekstach, jako (medialnym) działaniu komunikacyjnym, interakcji i praktyce społecznej, modelu/wzorcu komunikacji społecznej, strukturze poznawczej, formacji wiedzy, a wreszcie o przestrzeni i procesie negocjowania sensów zbiorowych. Czytelnik otrzymuje więc szeroką paletę ujęć dyskursu, nie jest jednak pozostawiony w tej lekturze sam sobie, ponieważ poszczególne sposoby rozumienia dyskursu zostały odpowiednio skomentowane.

Kolejny rozdział (rozdział 4.) zatytułowany został *Lingwistyczne podstawy dyskursu i jego analizy*. Z wielości dróg badawczych autor wybiera trzy, traktując je jako istotne przykłady. Chodzi tu o krytyczną analizę dyskursu według Siegfrieda Jägera, stylistykę dyskursu Bożeny Witosz i lingwistykę dyskursu Jürgena Spitzmüllera oraz Ingo H. Warnkego. Czachur zamierza pokazać, w jaki sposób kategorię dyskursu można zaadaptować do badań w lingwistyce germanistycznej i polonistycznej, i czyni to z dużym powodzeniem. Stawia też pytanie o to, jakie korzyści dla modelowania lingwistyki dyskursu, jej przedmiotu, metod i procedury badawczej wynikają z takiego ujęcia.

Lingwistyka dyskursu – integrujący program badawczy to tytuł rozdziału 5. Autor podkreśla dobitnie metodologiczną elastyczność programu badawczego lingwistyki dyskursu. Polega ona na tym, że badacz każdorazowo ustala przedmiot refleksji i analizy (dyskurs nie jest uchwytny tak, jak konkretny okaz tekstu), a swoją procedurę badawczą projektuje, przyjmując określoną perspektywę.

Mówiąc o lingwistyce dyskursu jako integrującym programie badawczym, autor zauważa, że integracja zachodzi na poziomie: 1) projektowania przedmiotu badań, 2) projektowania celu poznawczego oraz 3) kreowania procedury badawczej. Rozdział 6. o interesującym tytule *Zakończenie: czy wszystko jest dyskursem?* zamyka omawianą monografię. Do pracy dołączona jest obszerna bibliografia zawierająca pozycje w językach polskim i niemieckim, których tematyka wykracza poza ramy lingwistyki, oraz wykaz rysunków, spis tabel, jak również streszczenia w językach angielskim i niemieckim. Celem prezentowanej recenzji nie jest szczegółowe zapoznanie czytelnika z treścią książki i zawartymi w niej problemami, lecz wskazanie na kilka poruszonych w niej aspektów, które wydają się ważne i/lub innowacyjne.

Na początku chcę zwrócić uwagę na odniesienie Czachura (por. rozdział 2.) do dwóch autorów, Tadeusza Milewskiego i Leona Zawadowskiego, których określa jako prekursorów podejścia związanego z językiem w użyciu. Czachur wydobywa z ich myśli aspekty istotne dla takiego spojrzenia na język:

Na mowę składają się cztery wzajemnie uwarunkowane fazy: mówienie, zrozumienie, tekst i język.

s. 35

Autor przytacza słowa Milewskiego, które dobrze obrazują interesujący nas tu aspekt:

[...] abstrakcyjny system norm społecznych, jakim jest język, stanowi podstawę procesu mówienia wyrażającego myśli i przeżycia indywidualne i konkretne. Ponieważ jednak treści te wyrażane są w mówieniu zgodnie z normami społecznymi języka, przeto indywidualne mówienie staje się źródłem społecznego procesu zrozumienia. Utrwalony produkt zrozumienia staje się tekstem, z którego zostają wyabstrahowane normy języka, a normy te stają się podstawą mówienia (MILEWSKI, 1954: 5).

s. 37

Ujęcie Zawadowskiego określa wręcz jako rewolucyjne:

Sam fakt, że Leon Zawadowski, podobnie jak Tadeusz Milewski, w tym czasie posługuje się pojęciem tekstu, który umieszcza jednoznacznie w procesie komunikacji i traktuje jako zjawisko procesualne, powtarzające się, realizujące różne funkcje komunikacyjne i społeczne, uznać można za wręcz rewolucyjny.

s. 39

Warto na pewno w tym miejscu postawić ważne dla czytelnika pytanie o to, jakie rozumienie dyskursu zaprezentowane zostało w omawianej pracy. Autor pisze:

Kluczowy dla myślenia o lingwistycznym projektowaniu dyskursu i jego analizy jest szerszy kontekst epistemologiczny, w jakim pojawiło się w naukach humanistycznych czy społecznych pojęcie dyskursu oraz w jakim znajduje się dzisiaj sama lingwistyka jako dyscyplina. Dyskurs – najogólniej ujmując – jest w tych naukach kategorią odnoszącą się, po pierwsze, do przedmiotu badawczego obejmującego zjawisko związane z tworzeniem się podzielanych społecznie znaczeń i zbiorowych systemów przekonań w procesie komunikacji społecznej oraz relacji władzy, po drugie, do zaplecza metodologiczno-teoretycznego w ramach jednej dyscypliny rozumianej jako wyodrębniające się nurty i szkoły badawcze poszczególnych dyscyplin oraz, po trzecie, do badań inter- i transdyscyplinarnych. W tym wypadku może funkcjonować jako pojęcie-dach, łączące różne kierunki badań humanistycznych i społecznych.

s. 9

Czachur opowiada się nie za ujęciem lingwistyki dyskursu jako dyscypliny, lecz używa już na początku swej monografii (również w jej tytule) określenia *program badawczy*, jako że dyscyplinę kojarzy z cechami trwałymi i statycznymi, natomiast program badawczy rozumie

jako dynamiczną, dopasowaną do konkretnej perspektywy badawczej metalingwistyczną procedurę projektującą przedmiot, cel i metody analizy. Tym samym programy badawcze przyjmują cechy prototypu z silnym, stałym centrum (u Lakosa – twardy rdzeń) i dynamicznymi peryferiami, które wchodząc w interakcje z innymi programami badawczymi lub ustabilizowanymi w językoznawstwie subdyscyplinami, tworzą przestrzeń wspólnych inspiracji i przenikania poznawczego, metodologicznego i metodycznego.

s. 218

Takie stwierdzenie może wydawać się dyskusyjne, ponieważ każda dyscyplina podlega przecież ewolucji i trudno mówić o niej jako o czymś stabilnym lub statycznym. Myślę, że autor pracy używa wspomnianego określenia, chcąc wskazać na dwa aspekty, co podkreślono w przywołanym cytacie, tj. na rolę centrum i peryferii oraz powiązanie lingwistyki dyskursu z innymi kierunkami badań/dyscyplinami, bez których nie mogłaby istnieć, bo przecież czerpie z nich inspiracje, również metodologiczne. Autor chce wypuklić w ten sposób dynamikę programu badawczego.

W odniesieniu do metodologii Czachur zadaje pytanie o to, czy „istnieje zestaw metod, które mają na tyle uniwersalny charakter, by mogły znaleźć zastosowanie w analizie dyskursu [...]” (CZACHUR, 2020: 240), gdy dyskurs projektowany jest z różnych perspek-

tyw, i udziela na nie negatywnej odpowiedzi. Stwierdza, że odpowiedź na tak postawione pytanie musi być negatywna, jako że perspektywa ontyczna krzyżuje się z perspektywą poznawczą, która poszerza spektrum problemów natury teoretycznej oraz metodologicznej i w konsekwencji wymaga procedury badawczej dopasowanej do konkretnego pytania badawczego, co jednak zdaniem autora nie deprecjonuje jej programowej, przekonuje on bowiem, że można z powodzeniem sformułować zestaw pytań natury ogólnej, dotyczących tematu lub sposobu omawiania ważnych kwestii badanego dyskursu, wraz z jego kontekstem kulturowym, historycznym i politycznym, praktykami komunikacyjnymi oraz obrazem rzeczywistości tworzonym w analizowanym dyskursie.

Nie jest przypadkiem, że germanista zainteresowany szeroko pojętą komunikacją z perspektywy językoznawstwa zwraca się w kierunku badań nad dyskursem, które w Niemczech rozwijają się bardzo prężnie, i słusznie zaznacza, że oparte są one w dużym stopniu na nawiązaniu do myśli Michaela Foucaulta.

Zaletą monografii jest niewątpliwie ukazanie dwóch obszarów badawczych: polonistycznego i germanistycznego w interesującym autora zakresie. Takie zadanie nie jest oczywiście łatwe, gdy weźmiemy pod uwagę konieczność selekcji w odniesieniu do tak szeroko zakrojonego przedsięwzięcia. Ewolucja obu obszarów badawczych związana z wprowadzeniem kategorii dyskursu została naszkicowana czytelnie i przejrzysto. Lektura partii tekstu dotyczących najnowszych prac wymaga natomiast sporej koncentracji w związku z zawartą w nich dużą liczbą nazwisk badaczy i wymienianych opracowań.

Książka ma zatem istotną wartość poznawczą dla badaczy, którzy nie mogą zapoznać się z pracami germanistycznymi ze względu na barierę językową lub są skoncentrowani przede wszystkim na własnym obszarze badawczym i jego tradycjach. Czachur sięgając do literatury przedmiotu, posługuje się najbardziej reprezentatywnymi pracami niemieckojęzycznymi. Wartościowe są też zawarte w nich przetłumaczone przez niego cytaty, które stają się punktem wyjścia do uogólnień i interpretacji, co przybliży czytelnikowi perspektywę uprawiania nauki w germanistycznym kręgu badawczym. W tym kontekście należy dodać, że wymieniona w tytule *lingwistyka dyskursu* funkcjonuje w badaniach germanistycznych jako dyscyplina, która już się ukonstytuowała i językoznawcy zajmujący się tym zakresem badań posługują się tym określeniem już od pierwszych lat XXI wieku. W 2008 roku ukazała się praca Warnkego i Spitzmüllera *Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen*, stanowiąca refleksję nad metodologią lingwistyki dyskursu. Autorzy podkreślają w niej, że nie można mówić o jednolitej metodologii ze względu na sam przedmiot badań oraz ich dynamikę. Uważają jednak za konieczne, w zależności od rodzaju badań, 1) określenie płaszczyzn dyskursu, które muszą być brane pod uwagę w konkretnej analizie, 2) wyróżnienie płaszczyzn tworzących powiązania sieciowe dyskursów, którymi zainteresowani są badacze w określonej analizie, 3) ustalenie pozycji badaczy w odniesieniu do lingwistyki dyskursu i głosów krytycznych czy wreszcie 4) wyodrębnienie płaszczyzn analizy dyskursu (WARNKE, SPITZMÜLLER, 2008: 8). Z kolei w polonistycznym kręgu badawczym dyskurs rozumiano u progu refleksji nad nim (niektórzy badacze również później) przede wszystkim jako tekst w kontekście. Ważne jest więc uświadomienie czytelnikowi zarówno fundamentalnych różnic w tych podejściach, jak i istniejących podobieństw, które mogą stanowić pewną wspólną płaszczyznę myślenia o dyskursie. Z tego względu dobór obu obszarów

badawczych, germanistycznego i polonistycznego, w których autor znakomicie się porusza, jest bardzo dobrą decyzją. Jedno jest pewne: terminy *dyskurs* i *Diskurs* z czasem wykazują mniejsze różnice znaczeniowe niż przed laty. Należy odnotować ewolucję w obu kręgach badawczych i stwierdzić, że rozumienie dyskursu w ujęciach polonistycznych ewoluuje w kierunku badań zachodnich i że dyskurs coraz częściej pojmuje się jako praktykę społeczną (por. np. WOJTAK, 2011).

W kontekście omawianej pracy za oryginalne trzeba przede wszystkim uznać łączenie różnych spojrzeń i podejść, głównie z wymienionych kręgów badawczych, czasem z pozornie odległych od siebie zakresów badań, mimo odmiennych tradycji. Dla autorów z kręgu germanistycznego na przykład łączenie dyskursu ze stylistyką nie jest codzienną praktyką badawczą. Tym bardziej zaciekawiać ich może tytuł podrozdziału 4.2. *Stylistyka dyskursu według Bożeny Witosz*. Sposób ujęcia stylistyki dyskursu najlepiej ilustruje poniższy cytat zawierający wyjaśnienie autorki dotyczące rozumienia przez nią tego zakresu badań:

Opowiedzenie się za stylistyką dyskursu, wprowadzającą szerszy i bardziej złożony ogląd przedmiotu badawczego niż stylistyka tekstu, nie jest manifestowaniem mocnych przeświadczeń, że stanowi ona w pełni odrębną, autonomiczną subdyscyplinę współczesnej stylistyki. Stylistyka dyskursu bowiem nie konstituuje całkowicie nowego przedmiotu badań (obiektom jej analiz pozostaną teksty) ani nie powołuje do jego opisu jedynie sobie właściwych metod i narzędzi. Jak starałam się to zaprezentować, buduje swoją metodę, łącząc wiele perspektyw (WITOSZ, 2009: 75).

s. 185

Tak więc wyjaśnienie Witosz ukazuje, że jej podejście dotyczy szerszego spojrzenia na tekst i jest propozycją łączenia różnych perspektyw.

Podkreślić należy natomiast bardzo ciekawy sposób przedstawienia relacyjności, również wspomniany przez Czachura w odniesieniu do autorki, który manifestuje się w pracy Marii WOJTAK (2011): *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*. Wojtak mówi obrazowo o elastycznym modelowaniu przywołanych kategorii, określa wymienione w tytule terminy jako kolekcję pojęciową i ujmuje ich relacje w następujący sposób:

Rozpatrywanie pojęć *dyskurs*, *styl*, *gatunek*, *tekst* jako kolekcji pojęciowej pozwala dostrzec, że te istotne dla współczesnej filologii kategorie wzajemnie się oświetlają – sieć relacji jest dynamiczna i układa się w różne konfiguracje. Te same parametry rysują się odrębnie w zależności od tego, czy się je rozpatruje jako składniki dyskursu, wyznaczniki stylu, gatunku czy tekstu. Różny jest stopień ich autonomiczności. Styl dla przykładu można rozpatrywać jako zjawisko odrębne (składnik systemu stylistycznego itd.), ale też na tle dyskursu i gatunku jako jeden z parametrów wzorca, czy też zasób środków i konwencji, czyli to, czym dysponuje podmiot redagujący określony tekst.

WOJTAK, 2011: 77

Takie ujęcie może stanowić dla badaczy germanistycznych inspirację do refleksji nad w ten sposób ukształtowanym perspektywicznym spojrzeniem na rzeczywistość lingwistyczną

i na współczesne oświetlenie tradycji badawczej, w której styl (szczególnie badania nad stylami funkcjonalnymi) i gatunek (w nawiązaniu do myśli Bachtina) zajmują poczesne miejsce, a tu wpisują się w nowsze konteksty badań tekstologicznych i dyskursologicznych.

Za cenną część pracy uważam podrozdział 5.5. *Studium przypadku* będący propozycją przykładowej analizy, opierającej się na założeniach lingwistyki dyskursu, która mogłaby zostać wykorzystana w dydaktyce.

Na uwagę w omawianej książce zasługuje też sposób prezentowania skomplikowanej tematyki i problemów. Autor nawiązuje do wcześniej przedstawionych już treści, poszerzając je o nowe aspekty i punkty widzenia. Referowanie informacji ustępuje jednak wyraźnie miejsca formułowaniu problemów, choć oczywiście nie mogą one zostać jednoznacznie rozwiązane ze względu na skomplikowaną materię samego obiektu i różnorodność podejść. Badacz podejmuje jednak próbę uprecyzyjnienia nieostrych z natury rzeczy obiektów, zdając sobie sprawę z takiej potrzeby. Mówi, jak już podkreślono, o lingwistyce dyskursu jako o integrującym programie badawczym, w którym można, a nawet trzeba, połączyć wiele perspektyw i spojrzeń. Taki punkt widzenia, z uwzględnieniem jakże często propagowanej obecnie interdyscyplinarności w badaniach humanistycznych, nie tylko został w omawianej książce wyraźnie zaakcentowany, lecz również pozwolił wytyczyć jedną z dróg badawczych.

Zarysowana w książce problematyka, bardzo istotna dla współczesnej kondycji lingwistyki, oraz przejrzysty sposób prowadzenia wywodu sprawiają, że monografia ma szansę nie tylko stać się ważnym źródłem informacji o lingwistyce dyskursu, lecz także ukazać sposób oryginalnego myślenia o tym kierunku badawczym. Jej wartość stanowi, jak już wspomniano, łączenie perspektyw dwóch obszarów badawczych, co jest dla czytelnika swoistym zaproszeniem, sformułowanym *implicite*, do otwarcia się na inne obszary i tradycje badawcze w ogóle, w myśl tzw. perspektywiczności interlingwistycznej (por. BILUT-HOMPLEWICZ, 2013).

Praca stanowi zachętę do stawiania pytań, co jest jej kolejnym walorem. Czytelnik może na przykład sformułować pytanie o to, w jakiej relacji pozostaje tak pojęta lingwistyka zintegrowana do obecnych w lingwistyce tendencji wyodrębniania nowych dyscyplin. Nie ma na nie gotowej odpowiedzi, jednak tym bardziej z tego rodzaju pytań w humanistyce nie powinno się rezygnować.

Literatura

- BILUT-HOMPLEWICZ Z., 2013: *Prinzip Perspektivierung – Germanistische und polonistische Textlinguistik – Entwicklungen, Probleme, Desiderata*. Teil I: *Germanistische Textlinguistik*. Peter Lang. Frankfurt a. M.
- CZACHUR W., 2020: *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. Oficyna Wydawnicza Atut. Wrocław.
- WARNKE I.H., SPITZMÜLLER J., 2008: *Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik. Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen*. De Gruyter. Berlin–New York, s. 3–54.
- WITOSZ B., 2009: *Dyskurs i stylistyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- WOJTAK M., 2011: *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*. „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” IV, s. 69–79.



O komunikacji z perspektywy odbiorcy Uwagi po lekturze książki *Partnerstwo w komunikacji* pod redakcją Aleksandry Kalisz i Eweliny Tyc (Katowice 2020, 164 s.)

About Communication from the Recipient's Perspective
Notes after Reading the Book *Partnerstwo w komunikacji*,
Edited by Aleksandra Kalisz and Ewelina Tyc
(Katowice 2020, 164 s.)

Spośród wielu reguł kulturowych porządkujących ludzkie działania szczególnie ważne są te związane z komunikacją (SZTOMPKA, 2007: 291). Z każdym elementem aktu komunikacji wiążą się oczekiwania, wymogi i standardy, które działają na zasadzie wiedzy wspólnej, wypracowanej społecznie. Nie inaczej jest z rolą odbiorcy, która również podlega regulacji. Znajduje to odzwierciedlenie już na poziomie leksykalnym, w najprostszej różnicy między pojęciem *odbiorcy komunikatu* a pojęciem *partnera komunikacji*. *Odbiorca* jest określeniem nieco oficjalnym i neutralnym – oznacza uczestnika aktu komunikacji. Nazwanie odbiorcy *partnerem* zmierza w kierunku przyznania mu statusu co najmniej równego statusowi nadawcy poprzez zagwarantowanie mu podmiotowości (osoba, którą traktuje się jak równą sobie). Te pozytywne konotacje wyrazu podstawowego *partner* zostają wzmocnione w derywacie z kategorii nazw abstrakcyjnych, a mianowicie *partnerstwo*. Nie jest to tylko zmiana desygnatu z konkretnego (*partner*) na abstrakcyjny (stan bycia *partnerem*), ale także dodanie cech semantycznych jakościowych (równe traktowanie siebie nawzajem, zachowanie standardów interakcji wynikających z tej równości). Równość oznacza, że nadawca będzie stosował wobec partnera te same zasady, które chciałby, aby były stosowane wobec niego, będzie go szanował tak, jak sam chciałby być szanowany. Wynika stąd, że przyznanie równego statusu odbiorcy jest początkiem ładu komunikacyjnego, gdyż wywodzą się z niego wszystkie pozostałe reguły pomyślnej komunikacji.

Z zainteresowaniem czekaliśmy jako czytelnicy na kolejną pozycję z cyklu poświęconego szeroko rozumianej autopromocji, autoprezentacji i wizerunkowi. Po tomie z 2015 roku pt. *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odstony* pod redakcją Iwony Loewe, Eweliny Tyc i Aleksandry Kalisz – ukazały się kolejne: w 2016 roku *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*; w 2017 roku *Autopromocja, autoprezentacja: wizerunek w mediach masowych*; w 2018 roku *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w mediach audiowizualnych* – tym razem pod redakcją Eweliny Tyc i Aleksandry Kalisz. W 2020 roku redaktorki, kontynuując udany projekt, wydały nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach tom *Partnerstwo w komunikacji*, liczący 164 strony. Zamieściły w nim 8 spójnych tema-

tycznie artykułów poświęconych włączeniu perspektywy odbiorcy, co wespół z poprzednimi tomami eksponującymi nadawcę stanowi dopełnienie opisu sytuacji komunikacyjnej. Tym razem jest to jednak zadanie trudniejsze, gdyż odbiorca nie jest tylko symetrycznym odbiciem figury nadawcy (co niezbyt trafnie obrazują proste modele komunikacji). Jak słusznie zauważają Tyc i Kalisz we wstępie, skierowanie uwagi na partnera w rozmowie oznacza wyjście z egocentrycznego świata JA w stronę zrozumienia odbiorcy, docenienia jego wkładu w przebieg rozmowy, a dzięki temu przyczynia się do promowania dobrych praktyk komunikacyjnych.

Tom otwiera artykuł *Partnerstwo w komunikacji z punktów widzenia optymistów i pesymistów komunikacyjnych* autorstwa Małgorzaty Kity, autorki, która wniosła ogromny wkład w badanie rozmowy, dialogu, komunikacji dziejącej się w różnych przestrzeniach¹. W artykule badaczka przyjmuje szeroką perspektywę, traktując komunikację jako nieodłączną część życia człowieka, wręcz fundamentalną dla społeczeństwa. Założenia te popiera umiejętnie dobranymi i wiele mówiącymi cytatami z literatury polskiej i światowej (m.in. z *Pana Tadeusza*, *Robinsona Crusoe*). Ciekawostką są niewątpliwie przykłady badań komunikacji w świecie zwierząt, na tle których można dopiero właściwie wyeksponować fenomen ludzkiego języka naturalnego. Człowiek jest bowiem jedynym gatunkiem, który posługuje się językiem, ale nie jedynym, który się komunikuje. Zoopsychologia rozwija się dynamicznie dzięki użyciu nowoczesnych technologii i zaawansowanego sprzętu, tak więc dobrze, że językoznawcy odnotowują i propagują wiedzę o kognitywnych i komunikacyjnych możliwościach zwierząt. Zyskała ona zresztą nowe uzasadnienie w idei posthumanizmu i ponowoczesności, do których to autorka płynnie przechodzi w dalszej części artykułu. Słusznie stwierdza, że „Idee posthumanizmu zaczynają docierać do »zwykłego człowieka«, uwarżliwiając go na świat inny niż jego, każąc mu myśleć o prawach bytów nie-ludzkich, a przed badaczami komunikacji stawiają nowe pytania, nowe wyzwania, fundamentalne dla wiedzy o komunikowaniu i o świecie” (s. 21). Rozwijając ten wątek, można dodać, że kluczowe dla posthumanizmu jest wytworzenie nowej praktycznej etyki obejmującej nie tylko człowieka, ale także inne byty: zwierzęta, roboty (HOŁY-ŁUCZAJ, 2015: 45–61). Właśnie zniesienie klasycznego dualizmu „ludzkie kontra nieludzkie” budzi najgorętszy opór zwolenników wyjątkowej (jak dotychczas od epoki odrodzenia) pozycji człowieka w świecie. Niewątpliwie posthumanizm jako filozofia, z jej założeniem odhierarchizowania układu, w którym funkcjonujemy, nadaniem równego statusu podporządkowanym dotychczas bytom, stanowi bardzo dobry punkt wyjścia do pogłębionego i szerszego rozumienia partnerstwa nie tylko w komunikacji, ale i we współistnieniu. Ciemne oblicze komunikacji przybliżyła autorka, zagłębiając się w meandry komunikacji negatywnej, tropi różne jej przejawy, jak na przykład niegrzeczność, wykluczenie, nienawiść (s. 28–30).

Wśród autorów opracowań naukowych są tacy, którzy ujmują przedmiot badań wąsko i w mikrooglądzie, oraz tacy, którzy szeroko i z pogłębionym rozumieniem syntezują materiał rozdrobniony dziedzinowo i chronologicznie, aby zaproponować czytelnikowi autorską wizję naszych czasów. Do tego rodzaju opracowań należy artykuł Iwony Loewe *Anioły*

¹ Z bogatej bibliografii można wskazać monografię *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja* (KITA, 1998), tom pod redakcją *Porozmawiajmy o rozmowie* (KITA, red., 2003), artykuł *Medialna moda na dialog* (KITA, 2004).

komunikacji. *Przyczyny dobrostanu współczesnej komunikacji społecznej*. Autorka, przywołując pradawany archetyp anioła stróża, zobowiązuje edukatorów, dydaktyków, akademików, socjotechników, rodziców, nauczycieli, animatorów życia społecznego do uważnego czuwania nad jakością komunikowania publicznego. Nobilituje samo komunikowanie (na forum, agorze, wiecu), upatrując w nim (za PINKEREM, 2015) czynnika, a następnie celu postępu, pokojowego kształtowania świata w kilku etapach, między innymi pacyfikacji, cywilizacji, rewolucji humanitarnej, długiego pokoju, rewolucji praw (s. 38–39). Oryginalną tezą badawczą jest powiązanie, jako szczególnie istotnych dla jakości współczesnej agory, trzech elementów: rewolucji, nośników i wartości. Oczywiście w zakres rewolucji jako zbioru najbardziej spektakularnych zmian społecznych naszych czasów można zaliczyć jeszcze inne gwałtowne zmiany natury ekonomicznej, politycznej, ale zgadzam się z autorką, że dla nadania maksymalnej podmiotowości społeczeństwu jako całości i poszczególnym jego członkom najistotniejsze były: urbanizacja, czytelnictwo i mobilność. Za kolejny atrybut komunikacji badaczka uznaje nośnik, który zapewnia dostęp do danych, informacji, wiedzy i poznania. Wartości gwarantujące dobrostan współczesnej komunikacji to według autorki empatia, sprawdzająca się w bliskich kontaktach, i rozum – w kontaktach z obcymi: „Skorzysztanie ze schodów rozumu prowadzi do zmiany perspektywy. W jej efekcie za aksjomat uchodzi sąd, że niewolnictwo, wojna i tortury są złem” (s. 45). Przybliżenie genezy komunikowania społecznego przez autorkę pogłębia zrozumienie procesów historycznych, a wydłużenie perspektywy oglądu i przypomnienie o wiele trudniejszych czasów (feudalizm, niewolnictwo, despotyzm) pozwalają wyjść z dominujących w dyskursie kultury narzekania i krytykowania obecnego stanu. Wręcz terapeutycznie brzmi przesłanie autorki: „Sądzę, że im częściej będziemy sobie uświadamiać, co dobrego stworzyliśmy jako wspólnota ludzi myślących, dzięki czemu jest nam na Ziemi coraz lepiej, bezpieczniej, radośniej, łatwiej, będziemy gotowi – z tak pozytywnie ukierunkowanym umysłem – na stawianie czoła nowym wyzwaniom [...]” (s. 46). Artykuł kończy zbiór 21 postulatów, które domagają się podwyższenia standardów debaty publicznej, co (chciałoby się powiedzieć, nawiązując do tytułu) dowodzi aktywności aniołów komunikacji.

Problematyka partnerstwa w komunikacji już w przeszłości gromadziła w przekazach ludowych swoje przednaukowe twierdzenia. Wioletta Kochmańska odnalazła zacny ich wybór w polskich przysłowiach i spożytkowała w artykule *O partnerstwie w komunikacji i jego braku w tekstach przysłów*. Obraz komunikacji, jaki wyłania się z utworów tego gatunku, jest odbiciem sceptycznego podejścia do ludzkiej natury, która jest skłonna do upadku i pełna negatywnych cech [por. *Gdzie dwóch głupich się kłóci, kłótnia nie ma końca* (s. 54); *Prawdę każdy chwali, ale nie każdy chętnie jej słucha* (s. 61); *Kto sam kłamać lubi, innych za kłamców uważa* (s. 61)]. Dobrze, że autorka odnotowuje przysłowia, które są przy okazji świadectwem negatywnych stereotypów asymetrycznie ujmujących status kobiety i mężczyzny w przysłowiach, na przykład *Jak wie co baba, to wie ksiądz i cała gromada* (s. 55); *Ani na wsi, ani w mieście nie można wierzyć niewieście* (s. 56). Asymetrii trafnie dowodzi autorka, zestawiając tę samą cechę *rozmowność/gadulstwo*, która jest waloryzowana negatywnie w przypadku kobiety, a pozytywnie w przypadku mężczyzny [por. *Kot łowny a mąż mowny zawsze dadzą sobie radę* (s. 56)]. Podzielam niepokój autorki o słabą znajomość przysłów wśród coraz młodszych pokoleń (sama zresztą obserwuję to zjawisko na zajęciach z leksykologii). Tym ważniejsze są tego rodzaju publikacje, dokumentujące,

a także porządkujące tematycznie minimalne gatunki mowy, dzięki którym poszerza się jeśli nie wiedzę o naturze ludzkiej w ogólności, to z pewnością świadomość przeszłych pokoleń.

O tym, że pojęcie partnerstwa w komunikacji można bardzo szeroko rozumieć, także jako inferencję, jako dopełnienie komunikatu nadanego przez odbiorcę, przekonuje czytelnika artykuł Ilony Witkowskiej „*Zapach, który rozpieszcza zmysły...*” – o konieczności *współuczestnictwa odbiorcy w tworzeniu komunikatu*. Jest to rozumienie partnerstwa niejako z konieczności, gdyż nadawca, chcąc mówić o zapachu, nie dysponuje wystarczającymi środkami systemowymi do werbalizacji swoich intencji. Autorka wybrała sobie bowiem za temat komunikowanie o bardzo ubogim, skąpo zapełnionym pojęciami polu leksykalnym, jakim jest pole nazw zapachów. Witkowska przekonująco uzasadnia braki nazewnictwa w tym zakresie względami, które mogłabym nazwać psycholingwistycznymi. Nieużytkowanie nazw zapachów wynika z ogólnoludzkiego problemu z wyrażaniem doświadczeń zmysłowych, z braku granic między różnymi zapachami, indywidualnego charakteru doświadczenia i w związku z tym trudności w jego zwerbalizowaniu i przekazaniu innym (s. 73). Sądzę, że w większym bądź mniejszym stopniu takie bariery dotyczą komunikacji jako takiej, ale w pewnych sferach są po prostu jaskrawsze (np. braki nazewnictwa w zakresie neutralnego nazywania niektórych części ciała). Podobnie środki zaradcze, jakie wymienia autorka, a zalicza do nich metaforę, porównanie, skojarzenie, synestezję, nazwać można uniwersalnymi strategiami kompensacyjnymi. Dość przypomnieć katachrezę, czyli metaforę z potrzeb nazewnictwa, a nawet poznać rolę metafory w nauce.

Rozumienie partnerstwa jako komunikacyjnej współpracy proponuje również Marta Wójcicka w artykule *Słowo i obraz, czyli partnerstwo semiotyczne w memie internetowym*. Oprócz niezwykle atrakcyjnego materiału analitycznego artykuł cechuje trafnie dobrany zespół narzędzi analitycznych, który autorka konsekwentnie zastosowała do badania relacji między słowem a obrazem na trzech płaszczyznach: strukturalnej, semantycznej i pragmatycznej. W relacjach syntaktycznych autorka udanie zaadaptowała kategorie tekstowe, takie jak rama tekstu i funkcjonalne rozczłonkowanie zdania na temat i remat. Zawieszeniu ulega ontologiczny status nośnika przekazu, którym może być zarówno obraz, jak i tekst, przyjmując funkcję raz rematu, raz tematu. Widać więc, że podział na *datum* – *novum* sprawdza się nie tylko w kodzie pisanym, ale również wizualnym, ikonicznym. Na poziomie relacji semantycznych autorka za Teresą Tomaszkiwicz wyróżnia pięć możliwych konfiguracji: substytucję (ekwiwalencję), komplementarność, interpretację, paralelizm, sprzeczność (TOMASZKIEWICZ, 2015). W tej części autorka włączyła do opisu pojęcia *denotacji* i *konotacji*, ale sądzę, że z powodzeniem można również użyć pojęć *temat* i *remat*. Na przykład w memie nr 7 (s. 90) denotacja w postaci obrazu z tęczą stanowi punkt wyjścia, neutralny temat, a tekst mający stanowić poziom konotacyjny jest przeciw rematem, nową orzecaną treścią. W części artykułu dotyczącej relacji pragmatycznych udaje się autorce przekonująco dowieść istnienia obrazowego aktu mowy, analogicznie do językowego aktu mowy. Zastrzega jednak, że o ile akty mowy bywają bezpośrednie i pośrednie, o tyle obrazowe akty są zawsze pośrednie. Nie dotyczy to zamieszczonych w artykule memów, ale zapewne nie każdy obraz dałoby się zinterpretować nawet jako pośredni akt mowy, zwłaszcza bez fachowego przygotowania (np. malarstwo abstrakcyjne, surrealizm). Akurat w przypadku kodu obrazowego dobra wola partnera komunikacji nie zawsze wystarczy, konieczna wydaje się wiedza ekspercka. Chyba że założymy, iż celem kontaktu z dziełem artystycznym

jest indywidualne, subiektywne przeżycie bez jego waloryzacji. Niezależnie od głębokości i jakości efektu artystycznego odbiór memów wymaga mediacji między obrazem a słowem. Sądzę, że dopełnienie semiotyczne następuje nie tylko na zasadzie powiązania tekstu i obrazu w różnych konfiguracjach, ale wymaga dodania kontekstu zarówno politycznego (aktualne wydarzenia, spory ideologiczne), jak i kulturowego, artystycznego, gdyż nie bez znaczenia pozostaje fakt, że obrazy są wybitnymi i znanymi dziełami bądź nawiązują do ich stylu. To sprawia, że jest to bądź co bądź partnerstwo elitarne, mogące stanowić nie lada rozrywkę intelektualną.

Z kolei rozrywką sportową zainteresowała się Beata Kacperska, a jej artykuł pokazuje, że choć sport oparty jest na zacieklej rywalizacji, to już komentowanie sportu może przyjąć formę przyjemnej, kooperacyjnej rozmowy. Tekst zatytułowany *Partnerstwo jako podstawa (współ)prowadzenia wideobloga sportowego (na przykładzie kanału internetowego „Prawda Siatki”)* oprócz rzetelnie i warsztatowo nienagannej analizy materiału zawiera wnioski, które można wprost potraktować jak receptę na udany projekt medialny. Ewolucja gatunku vloga zmierza według autorki w określonym kierunku: „[...] vlogi nie ograniczają się już wyłącznie do monologicznego mówienia do widza, a coraz częściej bazują na dialogu, w którym dominują strategie oparte na kooperacji i partnerstwie. Zauważa się bowiem wzrastającą tendencję do tworzenia kanałów internetowych, w których przynajmniej dwie osoby prowadzą dialog w obecności (a nierzadko także przy współudziale) odbiorcy medialnego” (s. 108). Należy zastrzec, że kooperacja nie jest wcale łatwa w sytuacji, kiedy w czasie rzeczywistym wideoblogerzy rozmawiają między sobą, zwracając się często do widzów, a jednocześnie czytają pojawiające się komentarze i do nich się również odnoszą. Słusznie zauważa autorka, że czynnikiem sprzyjającym jest niewątpliwie wspólnota oparta na podobieństwie zainteresowań. Pozwala ona zarówno na sprawniejsze zastosowanie zasad kooperacji Grice’a, jak i zachowanie reguł grzeczności językowej. Z punktu widzenia technicznych możliwości natychmiastowe i aktywne włączenie widzów do interakcji skutkuje głębszą ingerencją makrosytuacji w mikrosytuację. To sprawia, że powstaje partnerska triada, co autorka słusznie ocenia jako atrakcyjniejsze dla odbiorcy.

W miarę komplikowania się systemów komunikowania (komunikowanie organizacyjne, instytucjonalne, masowe) rośnie złożoność relacji między podmiotami. Rodzi się w związku z tym pytanie: Czy pojęcie partnerstwa powstałe prymarnie podczas kontaktów bezpośrednich i interpersonalnych da się zastosować w komunikowaniu politycznym? Odpowiedzi podjęła się Małgorzata Słowik w artykule *„Dialog i współpraca to warunek realizowania zadań”. Relacja partnerska kreowana w obietnicach politycznych (na przykładzie exposé Ewy Kopacz oraz Beaty Szydło)*. Autorka przeprowadziła analizę leksykalno-semantyczną oraz pragmatyczną obietnic składanych w *exposé* przez Ewę Kopacz oraz Beatę Szydło, poszukując odpowiedzi na pytanie o to, czy kreowana w tych wystąpieniach relacja między politykiem a jego wyborcami może być przykładem partnerstwa. Uznanie akurat aktu mowy obietnicy za ważny dla komunikowania politycznego gatunek uważam za trafne, gdyż komisjowy ustanawiają silniejszy rodzaj relacji między uczestnikami niż asercje, dlatego mają większą moc perswazyjną (to, że ich nadużywanie prowadzi do spadku zaufania i zubożenia elektoratu, jest inną sprawą). W części analitycznej autorka prezentuje wykładniki leksykalne, modalne i gramatyczne, które w bezpośredni i pośredni sposób wskazują na gatunek mowy obietnicy. Następnie koncentruje się na technikach kreowania

relacji partnerskich między nadawcą politycznym a elektoratem, a są to: wspólne działanie, wspólny cel, równorzędność ról, dialog ze społeczeństwem, wspólne decyzje (s. 132–133). Elementem, który łączy w koncepcji artykułu analizowane obietnice i techniki kreowania relacji partnerskich jest metafora barteru jako schematu wzajemnej zależności: „[...] zrobię dla was coś dobrego, jeśli wy zagłosujecie na mnie” (s. 136). Sądzę, że autorka wybrała właściwy poziom syntezy, kiedy pozostawiła tzw. partnerstwo na poziomie komunikacyjnej kreacji i nie uległa pokusie wyciągania wniosków odnośnie do rzeczywistych nastawień i działań w sferze polityki (zwłaszcza chodzi mi o rozumienie partnerstwa jako równości i równorzędności). Analizując fragmenty obu wystąpień, mam nieodparte wrażenie, że jest to pewien rodzaj retoryki, akurat w tym kształcie, gdyż takie jest oczekiwanie wyborcy. W wystąpieniach polityków nie ma miejsca na spontaniczność i improwizację. Nie jest tajemnicą, że przemówienia najczęściej nie są autorskim dziełem wygłaszającego. Premier to instytucja, a dystans między jego rangą a zwykłym obywatelem jest duży. Można powiedzieć, że im większy dystans, tym bardziej rozpaczliwe próby jego niwelowania w propagandzie. I tu dochodzimy do kategorii partnerstwa, która jest bardzo atrakcyjnym kostiumem, fasadą dla polityka (jeszcze bardziej atrakcyjne jest przybieranie roli sługi). A że jest to figura retoryczna, przekonują nas sytuacje realnej konfrontacji polityka ze zwykłym obywatelem, gdzie równowagi zazwyczaj nie widać, lub treści pozyskane z podstępnych i nieetycznych co prawda, ale wiele mówiących podsłuchów.

W tomie o partnerstwie w komunikacji nie mogło zabraknąć dyskursu filmowego. Głos w tej sprawie zabrała Iwona Grodz artykułem *Sytuacja narracyjna w filmie Andrzeja Wajdy „Tatarak” (2009)*. Autorka kładzie nacisk na nowatorskość warsztatową tytułowego filmu spowodowaną między innymi intertekstualnością i heterogenicznością. Wajda scala bowiem trzy teksty, tworząc niepowtarzalną konfigurację znaczeń. W ogóle sztuka, a w szczególności film, „jest interakcją na linii: nadawca i odbiorca, która angażuje nie tylko wszystkie zmysły, ale przede wszystkim intelekt i emocje. Może ponadto »obudzić« ukryte instynkty, pragnienia, pożądania” (s. 143). Należy dodać, że język sztuki jest uniwersalny, a odbiorca każdorazowo podejmuje grę z twórcą/twórcami, tworząc własny niepowtarzalny odbiór, który wynika tyleż z roztaczanych przed nim sytuacji narracyjnych, co osobistych doświadczeń. Nie bez powodu przecież odbieramy to samo dzieło inaczej w różnych momentach swojego życia. Zatem sens dzieła filmowego jako efekt współpracy nadawcy i odbiorcy jest negocjowany. Autorka wskazuje na psychologiczny aspekt sztuki, która względem odbiorcy ma moc terapeutyczną dzięki mechanizmom projekcji i identyfikacji: rzutowanie na ekran tego, co jest dla nas ważne, co nas boli, budzi lęk, wstręt; utożsamiania się z postaciami z ulubionych filmów, seriali. Sądzę ponadto, że poziom artystyczny dzieła, na przykład jego nowatorskość, pogłębia partnerstwo między reżyserem a widzem, gdyż wymaga od niego poszukiwania nowych strategii odbioru.

Książka *Partnerstwo w komunikacji* jest znaczącym głosem w dyskusji o interakcji medialnej, publicznej, politycznej, artystycznej. Zmiany sytuacji społeczno-politycznej, technologicznej skłaniają do nieustannej aktualizacji wiedzy na ten temat i obligują humanistów do zabierania głosu. Wierzę, że koncepcja partnerstwa dzięki książce pod red. Aleksandry Kalisz i Eweliny Tyc stanie się bodźcem do refleksji, tematem do namysłu i inspiracją do dalszych badań.

Literatura

- HOŁY-ŁUCZAJ M., 2015: *Posthumanizm. Między metafizyką a etyką*. „Kultura i Wartości” XI, nr 1, s. 45–61.
- KALISZ A., TYC E., red., 2016: *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*. T. 2. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KALISZ A., TYC E., red., 2017: *Autopromocja, autoprezentacja: wizerunek w mediach masowych*. T. 3. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KALISZ A., TYC E., red., 2018: *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w mediach audiowizualnych*. T. 4. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KITA M., 1998: *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KITA M., red., 2003: *Porozmawiajmy o rozmowie. Lingwistyczne aspekty dialogu*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- KITA M., 2004: *Medialna moda na dialog*. W: KITA M., red.: *Dialog a nowe media*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice, s. 179–189.
- LOEWE I., TYC E., KALISZ A., red., 2015: *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odstony*. T. 1. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.
- PINKER S., 2015: *Zmierzch przemocy. Lepsza strona naszej kultury*. Przeł. T. BIEROŃ. Wydawnictwo Zysk i S-ka. Poznań.
- SZTOMPKA P., 2007: *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Wydawnictwo Znak. Kraków.
- TOMASZKIEWICZ T., 2015: *Przekład audiowizualny*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.





Noty o autorkach i autorze

Zofia Bilut-Homplewicz, prof. dr hab., pracuje w Katedrze Lingwistyki Stosowanej Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Rzeszowskiego. Zainteresowania badawcze: lingwistyka tekstu, lingwistyka dyskursu, lingwistyczna analiza dialogu/tekstu literackiego, pragmalingwistyka, wybrane problemy językoznawstwa synchronicznego i kontrastywnego. Autorka wielu artykułów i monografii, m.in.: *Zur Mehrdimensionalität des Textes. Repräsentationsformen, Kommunikationsbereiche, Handlungsfunktionen* (Rzeszów 1999).

Lilija Duskajewa, pracuje jako profesor w Państwowym Uniwersytecie w Petersburgu, jest założycielką Instytutu: Wyższa Szkoła Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej w tym uniwersytecie, przewodniczącą Komisji Mediolingwistyki przy Międzynarodowym Komitecie Słowistów oraz redaktorką czasopisma "Media Linguistics". Zainteresowania badawcze: pragmalingwistyka, mediolingwistyka, stylistyka, lingwistyka dyskursu, genologia lingwistyczna. Zredagowała słownik *Mediolingwistyka w terminach i pojęciach* (2018 Moskwa), pracę zbiorową *Mediolingwistyka w krajach słowiańskich* (Moskwa 2020); wydała monografię *Analiza stylistyczna w lingwistyce mediów* (Moskwa 2019).

Monika Grzelka, dr hab., pracuje w Zakładzie Retoryki, Pragmalingwistyki i Dziennikarstwa Instytutu Filologii Polskiej w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zainteresowania badawcze: współczesny język polski, zwłaszcza jego odmiany występujące w mediach, przemiany w rejestrach stylistycznych, sposoby osiągania atrakcyjności przekazu oraz skuteczność komunikacji. Autorka monografii: *Pytanie dziennikarskie. Pragmatyka i retoryka* (Poznań 2008), *Przytoczenie w przekazie medialnym* (Poznań 2012, współautorka: A. Kula).

Beata Kacperska, mgr, pracuje w Instytucie Filologii Polskiej i Logopedii Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania badawcze: mediolingwistyka, genologia lingwistyczna, dyskurs sportowy, kreatywność językowa. Autorka monografii *Współczesne oblicza medialnych rozmów o sporcie* (Łódź 2021) oraz kilkunastu artykułów naukowych, m.in. *Googlować, trollować, tweetować..., czyli nowe zapożyczenia czasownikowe w języku użytkowników internetu* („Acta Universitatis Lodzensis. Folia Linguistica” 2019, t. 53), *Partnerstwo jako podstawa (współ)prowadzenia wideobloga sportowego (na przykładzie kanału internetowego „Prawda Siatki”)* (w: *Partnerstwo w komunikacji*. Red. A. Kalisz, E. Tyc. Katowice 2020).

Aleksander Kiklewicz, prof. dr hab., pracuje w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Zainteresowania badawcze: teoria i filozofia języka, metodologia badań lingwistycznych, socjologia językoznawstwa, gramatyka funkcjonalna, składnia semantyczna, komunikologia i pragmatyka językowa, psycholingwistyka i semantyka kognitywna, semantyka logiczna, językoznawstwo konfrontatywne: polsko-wschodniosłowiańskie oraz

Noty o autorkach i autorze

słowiańsko-germańskie. Autor ponad 450 publikacji, w tym ponad 20 monografii. Publikuje w języku angielskim, białoruskim, niemieckim, polskim, rosyjskim i ukraińskim na Białorusi, Litwie, Ukrainie, Węgrzech, w Austrii, Bułgarii, Kazachstanie, Niemczech, Polsce, Rosji i Serbii.

Małgorzata Kita, prof. dr hab., pracuje w Instytucie Językoznawstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Zainteresowania badawcze: współczesna polszczyzna (zwłaszcza język mediów, język prywatny i potoczny, grzeczność językowa), genologia językoznawcza (wywiad prasowy), komunikacja werbalna, stylistyka językoznawcza, glottodydaktyka. Autorka monografii: *Językowe rytuały grzecznościowe* (Katowice 2005), *Szeptem albo wcale. O wyznawaniu miłości* (Katowice 2007), a także współredaktorka antologii *Język w mediach* (Katowice 2012, 2014, 2015, 2016, 2018, 2019). Jej artykuły ukazały się m.in. w „Biuletynie Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, „Stylistyce”, „Socjolingwistyce” „Języku Artystycznym” oraz w pracach zbiorowych.

Patrycja Montusiewicz, mgr filologii niderlandzkiej i mgr filologii germańskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. Doktorantka Szkoły Doktorskiej Nauk Humanistycznych i Społecznych Uniwersytetu Zielonogórskiego, dyscyplina: Językoznawstwo. Zainteresowania badawcze: lingwistyka kontrastywna, teoria gramatyki, genologia tekstowa, translatoryka.

Edyta Pałuszyńska, dr hab., profesor UŁ. Pracuje w Zakładzie Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania naukowe: badania nad terminologią specjalistyczną, nazwami własnymi i funkcjami języka, język polityki i polityków, ideologie i ich dyskursy, np. dyskurs feministyczny, dyskurs religijny. Jest autorką licznych artykułów oraz monografii *Nagłówki w Gazecie Wyborczej (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka)* (Łódź 2006).

Michalina Pokorska, mgr, absolwentka filologii polskiej Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania naukowe: język mediów, a w szczególności zjawiska manipulacji językowej w radiu i telewizji oraz dydaktyka języka polskiego jako obcego. Zajmuje się także wykorzystaniem mediów społecznościowych w edukacji – wraz z kilkoma członkami Koła prowadzi profil na Instagramie *Try Some Polish*.

Marta Śleziak, dr, pracuje w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. Członkini Pracowni Prostej Polszczyzny oraz Pracowni Polszczyzny Mówionej UW. Zainteresowania badawcze: historia i pragmatyka haseł politycznych, genologiczne i pragmalingwistyczne aspekty druków ulotnych, obecność nazw żeńskich w dyskursie publicznym. Autorka monografii: *Ziemie Odzyskane w drukach ulotnych z lat 1945–1948. Język – tematyka – formy* (Wrocław 2016), *Klepsydry na tle innych tekstów pożegnalnych* (Wrocław 2018). Współautorka *Słownika nazw żeńskich polszczyzny* (Wrocław 2015) i monografii *Od rozmowy do korpusu, czyli jak zbierać i archiwizować dane mówione* (Wrocław 2020).

Teresa Uchman, doktorantka językoznawstwa w Szkole Doktorskiej Uniwersytetu Śląskiego, wykwalifikowana logopedka; przygotowuje rozprawę doktorską na temat udziału i funkcji koloru jako znaku w polskich tekstach telewizyjnych; artykuł opublikowany w numerze 9. „Forum Lingwistycznego” jest teoretyczną wykładnią tej tematyki.

Redakcja

Barbara Konopka

Korekta

Adriana Szaforz

Opracowanie graficzne, projekt okładki

AiR Anna Osadnik i Ryszard Stotko

Przygotowanie okładki do druku

Paulina Dubiel

Łamanie

Edward Wilk

ISSN 2450-2758

(wersja elektroniczna)

Publikacja na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach

4.0 Międzynarodowe (CC BY-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.pl>



Wydawca

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice

www.wydawnictwo.us.edu.pl

e-mail: wydawnictwo@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 13,0. Ark. wyd. 9,25.

Egzemplarz bezpłatny



Więcej o książce

