

dr Agnieszka Mac
Uniwersytet Rzeszowski
Wydział Filologiczny
Katedra Lingwistyki Stosowanej

AUTOREFERAT

1. Imię i nazwisko:

Agnieszka Mac

2. Posiadane dyplomy i stopnie naukowe:

- 1997 – dyplom magistra na kierunku filologia w zakresie filologii germańskiej uzyskany na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie; tytuł pracy magisterskiej *König Ludwig II. als Kunstmäzen* napisanej pod kierunkiem dra hab. Piotra Kołtunowskiego
- 2004 – stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa uzyskany na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Rzeszowskiego na podstawie rozprawy doktorskiej *Psycholinguistische Grundlagen der Leseprozesse in der traditionellen und multimedialen Lernumgebung im DaF–Unterricht als Ausgangspunkt für die Behaltensleistungen in der zu erlernenden Fremdsprache*, której promotorem był prof. dr hab. Zdzisław Wawrzyniak (recenzenci: dr hab. prof. UR Zofia Bilut-Homplewicz, dr hab. prof. UŚ Jan Iluk)

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych:

- 1997-2005 asystent w Zakładzie Języka Niemieckiego Katedry Filologii Germańskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Rzeszowie/od roku 2001 po reorganizacji i

utworzeniu Uniwersytetu Rzeszowskiego w Zakładzie Dydaktyki Języka Niemieckiego Instytutu Filologii Germańskiej Uniwersytetu Rzeszowskiego

- 2005-2016 adiunkt w Zakładzie Teorii Komunikacji Językowej Instytutu Filologii Germańskiej Uniwersytetu Rzeszowskiego
- 2016-2017 starszy wykładowca w Zakładzie Teorii Komunikacji Językowej Instytutu Filologii Germańskiej Uniwersytetu Rzeszowskiego
- od września 2017 starszy wykładowca w Katedrze Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Rzeszowskiego

ponadto:

- 1998-1999 konsultant metodyczny i lektor języka niemieckiego w Wyższej Szkole Zarządzania i Informatyki w Rzeszowie
- 2004-2010 kierownik specjalności na kierunku język niemiecki w Zespole Kolegiów Nauczycielskich w Tarnobrzegu

4. Osiągnięcia naukowo-badawcze i zainteresowania naukowe:

Przed doktoratem:

Moje zainteresowania naukowo-badawcze oraz pierwsze publikacje w czasie zatrudnienia na stanowisku asystenta związane były z metodyką i dydaktyką nauczania języka niemieckiego jako języka obcego i dotyczyły głównie takich kręgów tematycznych jak: a) psycholingwistyczne aspekty nauczania języków obcych; b) metodologia badań w glottodydaktyce ze szczególnym uwzględnieniem badań nad rozumieniem tekstów i zapamiętywaniem słownictwa; c) wykorzystanie mediów w nauczaniu języka obcego; d) nauczanie poszczególnych sprawności językowych na lekcji języka obcego.

W tym czasie opublikowałam 5 autorskich artykułów naukowych i wzięłam czynny udział w 4 konferencjach naukowych o charakterze ogólnopolskim i międzynarodowym, w tym 2 zagranicznych (w Szwajcarii i Niemczech; por. załącznik 4). Ponadto ukazały się w druku 2 recenzje podręczników do nauki języka niemieckiego i jedno sprawozdanie z konferencji.

W okresie 10.2000 – 07.2001 przebywałam na rocznym stypendium naukowo-badawczym DAAD (Niemiecka Centrala Wymiany Akademickiej) na Uniwersytecie w Augsburgu.

Po doktoracie:

Pracując na stanowisku adiunkta, poszerzyłam spektrum moich zainteresowań naukowo-badawczych głównie o zagadnienia z lingwistyki tekstu, pragmalingwistyki, mediolingwistyki i językoznawstwa kontrastywnego.

Na publikacje po uzyskaniu stopnia doktora składają się następujące pozycje:

- a) monografie:
 - autorskie: 2
 - współredakcje monografii: 3
- b) artykuły naukowe:
 - autorskie: 29 (w tym jeden przedruk)
 - współautorskie: 4
 - przyjęte do druku: 2
- c) recenzje: 1
- d) sprawozdania: 1
- e) tłumaczenia tekstów naukowych: 3

Moje artykuły naukowe (autorskie i współautorskie) ukazały się drukiem głównie w czasopismach punktowanych (Lista C - ERIH: 1 artykuł w czasopiśmie: *Zielsprache Deutsch*; Lista B: 16 artykułów w czasopismach: *Studia Germanica Resoviensia*, *Studia Niemcoznawcze*, *Glottodidactica*, *Neofilolog*, *Stylistyka*, *Studia Germanica Gedanensia*, *tekst i dyskurs – text und diskurs*, *Germanica Wratislaviensia*) oraz jako rozdziały w recenzowanych monografiach redagowanych na Uniwersytetach w Polsce, Niemczech, Szwajcarii i Finlandii (15 artykułów). (por. załącznik 3)

Po uzyskaniu stopnia doktora czynnie uczestniczyłam w 16 konferencjach ogólnopolskich i międzynarodowych (germanistycznych, polonistycznych i neofilologicznych), w tym 9 zagranicznych (w Niemczech, Szwajcarii i Finlandii). Ponadto wzięłam udział w 6 konferencjach nie wygłaszając referatu, w tym 3 z nich współorganizowałam. (dokładny wykaz konferencji z tytułami referatów znajduje się w załączniku 4)

Uczestniczyłam również w 4 projektach badawczych o zasięgu krajowym i międzynarodowym, z których jeden jest jeszcze kontynuowany. (dokładny opis projektów znajduje się w autoreferacie, pkt 4.3)

W okresie 06.2015 – 07.2015 przebywałam na stypendium naukowo-badawczym DAAD (Niemiecka Centrala Wymiany Akademickiej) na Uniwersytecie w Greifswaldzie, a

w okresie 06.2016 – 07.2016 odbyłam staż naukowo-badawczy również na Uniwersytecie w Greifswaldzie.

4.1. Obszar badawczy podlegający ocenie

Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. Nr 65, poz. 595 ze zm.):

a) rodzaj osiągnięcia naukowego:

monografia

b) autor, tytuł publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa:

Agnieszka Mac, *Textdesign und Bedeutungskonstitution im multimodalen Fernsehtext. Dramatisierungsstrategien in deutschen und polnischen Nachrichtensendungen*. 2017, Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 668 stron, ISBN 978-3-631-73410-0 (recenzenci wydawniczy: prof. dr hab. Heinz-Helmut Lüger, prof. dr hab. Jürgen Schiewe)

c) omówienie celu naukowego ww. pracy i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania:

Wskazana powyżej monografia *Textdesign und Bedeutungskonstitution im multimodalen Fernsehtext. Dramatisierungsstrategien in deutschen und polnischen Nachrichtensendungen* („Design tekstu i tworzenie znaczenia w telewizyjnym tekście multimodalnym. Strategie dramatyzacji w niemieckich i polskich serwisach informacyjnych“) poświęcona jest tekstom audiowizualnym, a zatem kompleksowej formie tekstu multimodalnego, obejmującej połączenie języka (mówionego i pisanego), obrazu (statycznego i ruchomego), odgłosów i muzyki. Bogactwo siatki semiotycznej przekazu telewizyjnego wynika z faktu, iż telewizja jako medium audiowizualne łączy w procesie nadawczym kanał audialny (dźwięk: język mówiony, odgłosy, muzykę) oraz kanał wizualny (obraz statyczny i ruchomy, język pisany). Mimo że język mówiony w telewizji jest zaledwie

jednym z kodów semiotycznych¹ wchodzącym w nieustanne interakcje znaczeniowe z innymi kodami, to właśnie ten kod uważano przez długi czas w badaniach językoznawczych za tekst informacji telewizyjnych, który dopiero stopniowo zaczęto wzbogacać o elementy wizualne, dużo rzadziej o odgłosy czy muzykę. Uzasadnienie dla perspektywy multimodalnej w badaniach językoznawczych nad tekstami telewizyjnymi wynika z faktu, iż elementy wizualne odgrywają w przekazie telewizyjnym tak samo ważną – bądź niekiedy nawet ważniejszą – rolę w odbiorze informacji przez widza niż elementy językowe.² Niemniej jednak niezależnie od intensywności występowania oraz stopnia ważności poszczególnych kodów semiotycznych w danym tekście, tylko poprzez ich wzajemne oddziaływanie na siebie powstaje semantyczna całość wyrażająca właściwy sens przekazywanej informacji. Ważne przy tym jest, iż tworzone znaczenie nie jest prostą sumą poszczególnych kodów semiotycznych, ale jest efektem ich interakcji, dlatego odrębne rozpatrywanie kodów nie prowadzi do właściwych wniosków badawczych.

Takie stanowisko reprezentuję również w niniejszej pracy, w której podejmuję się holistycznego opisu telewizyjnego tekstu multimodalnego. W odróżnieniu jednak od nielicznych prac, jakie istnieją do tej pory w literaturze, określenie *holistyczny* odnosi się w przypadku omawianej rozprawy nie tylko do ujęcia tekstu, ale również do metody opisu kategorii dramatyżacji, analizowanej na płaszczyźnie serwisu informacyjnego (formatu programu), gatunku tekstu (informacji) i środków stylistycznych (por. analizy na płaszczyźnie makro, mezo i mikro w rozdz. 8 monografii), oraz do interdyscyplinarnego podejścia do przedmiotu badań. Tak sprofilowanych kompleksowych badań językoznawczych nad tekstem telewizyjnym do tego czasu nie było.³

Na kategorii multimodalności bazują kolejne kluczowe pojęcia niniejszej rozprawy, a mianowicie *design tekstu* i tworzone na jego podstawie *znaczenie*. Bowiem tylko wzajemne oddziaływanie na siebie kodów semiotycznych, odpowiednio zaaranżowanych w tekście multimodalnym, tworzących jego design, może wygenerować właściwy sens przekazywanej informacji. Adekwatne znaczenie może zostać zatem uchwycone jedynie wtedy, gdy uwzględni się połączenie i ściśle współdziałanie poszczególnych modalności (język, obraz, odgłosy, muzyka), submodalności (np. mimika, intonacja, rodzaje planu filmowego, sposób

¹ Poniżej używam synonimicznie określeń modalność – system znaków – kod semiotyczny jako różnych sposobów przedstawienia form komunikacji (z ang. *modes*).

² Każdej informacji bądź jej fragmentowi w telewizyjnych serwisach informacyjnych towarzyszy obraz, ale nie każdej/każdemu język mówiony. Zob. analizowane sekwencje w omawianej monografii w rozdziale 8.3.3.2.5.

³ Najobszerniejszą aktualną pracą językoznawczą dotyczącą informacji telewizyjnych i ujmującą je równocześnie jako tekst multimodalny jest książka Martina Luginbühla z 2014 roku, w której autor skoncentrował się na diachronicznej analizie gatunków tekstu wybranych serwisów informacyjnych telewizji szwajcarskiej i amerykańskiej. Tym samym jego analizy koncentrują się głównie na płaszczyźnie mezo.

realizacji zdjęć) oraz ich podrzędnych kategorii, gdyż wpływają one nawzajem na swój potencjał znaczeniowy.

Naszkiecowane powyżej koncepcje tworzą tło dla głównego celu monografii, jakim jest mediolingwistyczny opis *strategii dramatyzacji*, jako jednostek różnorodnej semiotycznej proveniencji, których znaczenie konstytuuje się w konkretnych, medialnie określonych praktykach komunikacyjnych. W omawianej pracy definiuję kategorię badawczą, jaką jest *dramatyzacja*, traktując tekst wiadomości telewizyjnych jako nośnik strategii dramatyzacji. Aby cel, jakim jest zbadanie strategii dramatyzacji w tekstach telewizyjnych serwisów informacyjnych, był możliwy do realizacji, konieczne było opracowanie kompleksowego modelu analizy, bazującego na designie tekstu audiowizualnego. Temat *dramatyzacji* w odniesieniu do tekstów informacji telewizyjnych nie był jeszcze do tej pory opracowany całościowo ani pod względem metodycznym ani merytorycznym, istniejące publikacje traktowały to zagadnienie wyrywkowo, najczęściej przy okazji opisu innych kategorii badawczych.⁴

Monografia ma charakter porównawczy. Badania kontrastywne o zaproponowanej przeze mnie problematyce nie były również jeszcze do tej pory prowadzone. Takie ich sprofilowanie stanowi zatem novum wśród prac językoznawczych, a równocześnie mediolingwistycznych (por. stan badań w rozdziale 7.4). Przedmiotem mojej rozprawy jest holistyczny opis strategii dramatyzacji, wynikających z konkretnych realizacji tekstowych (designu tekstu) i tworzonego na tej podstawie znaczenia na trzech płaszczyznach: telewizyjnego serwisu informacyjnego (w monografii określanej jako Makro-Ebene), gatunku tekstu jakim jest informacja (w monografii: Meso-Ebene) i jego stylistycznej realizacji (w monografii: Mikro-Ebene). Jest to równocześnie cel pośredni, będący środkiem do realizacji kolejnego celu, jakim jest ich analiza językowo-kulturowa: W części analitycznej dokonuję zatem najpierw inwentaryzacji strategii dramatyzacji na podstawie opracowanego modelu analizy w serwisach informacyjnych publicznych stacji telewizyjnych w Niemczech (ARD) i w Polsce (TVP1), koncentrując się na ich głównych wydaniach: *Tagesschau* i *Wiadomości*. Następnie omawiam strategię w kontraście kulturowym, podejmując próbę wyjaśnienia wpływu różnych czynników na ich występowanie, m. in. w odniesieniu do historii, przemian społecznych, czynników socjologicznych i kultury. Takie spojrzenie pomaga odkryć rozmaite zależności oraz umożliwia próbę wyjaśnienia ich genezy, jak również ukazania ich wpływu na kształtowanie się medialnych praktyk komunikacyjnych.

⁴ Na brak kompleksowych badań nad tekstami telewizyjnymi i ich potrzebę zwraca uwagę m. in. Opilowski (2015: 308-309).

Na podstawie sformułowanych pytań badawczych w rozdziale 8.2 dowiodłam, że każdy z analizowanych serwisów informacyjnych konsekwentnie realizuje własny wariant przekazywania informacji, wzbogacając go również w diametralnie różny sposób o elementy dramatyzacji zarówno w ujęciu jakościowym, jak i odnośnie intensywności ich występowania, niezależnie od rodzaju wydarzenia, jakie znajduje się w centrum uwagi. W odniesieniu do uwarunkowań kulturowych wykazałam, iż na konkretną aranżację tekstów zgodnie z preferowanym znaczeniem w obu formatach mają wpływ czynniki o zasięgu globalnym, jak i lokalnym (teza o tzw. glokalizacji), przy czym lokalność może wykazywać typowe cechy dla mediów danego kraju, telewizyjnych serwisów informacyjnych stacji publicznych i/lub komercyjnych, konkretnej stacji telewizyjnej czy też danej grupy dziennikarzy. Kontekst kulturowy traktuję zatem jako zespół wartości charakterystycznych dla określonej zbiorowości w odniesieniu do różnych wymiarów przestrzennych. Na podstawie ostatniego pytania badawczego dowiodłam, iż w przypadku obu serwisów na ich obecny kształt miały wpływ w przeszłości i mają obecnie czynniki wywodzące się nie tylko z różnych sfer życia codziennego, lecz również czynniki występujące z różnym natężeniem w obu analizowanych przypadkach.

Pragnę ponadto nadmienić, że temat mojej rozprawy habilitacyjnej wpisuje się w rozwój młodej subdyscypliny naukowej – mediolingwistyki, która wprawdzie coraz dynamiczniej, ale dopiero zaczyna się rozwijać. Wśród dotychczasowych prac w tej dziedzinie – zarówno niemiecko-, jak i polskojęzycznych – brak jest w związku z tym tak sprofilowanych badań, a analizy dotyczące tekstów telewizyjnych należą do rzadkości. Dlatego zamierzam kontynuować moją pracę naukową nad tekstami telewizyjnymi. W pierwszej kolejności myślę o poszerzeniu spektrum serwisów informacyjnych (uwzględnienie również stacji komercyjnych) i przebadaniu ich po kątem dramatyzacji. Niezwykle ciekawych informacji dostarczyłoby moim zdaniem również przebadanie z tej perspektywy serwisów informacyjnych krajów byłego „Bloku Wschodniego” (w ramach chociażby międzynarodowego projektu), co pozwoliłoby w kontraście kulturowym na określenie drogi ewolucji tychże programów po roku 1990. Możliwe byłyby do realizacji także badania nad innymi kategoriami, występującymi w tekstach telewizyjnych, w oparciu o utworzony model. W związku z tym, iż prace kontrastywne wymagają spojrzenia na temat badawczy z punktu widzenia kręgów kulturowych, których dotyczą, od kilku lat biorę udział w konferencjach nie tylko germanistycznych, ale również polonistycznych, gdzie rozpowszechniam wyniki badań germanistycznych, w tym moich własnych. Taki transfer wiedzy skutkuje i – w co mocno

wierzę – będzie skutkował w przyszłości korzyściami w postaci inspiracji do nowych badań naukowych.

Poza wyżej wspomnianym przyczynkiem do badań metodologicznych w językoznawstwie, jakim jest opis kategorii dramatyzacji i jej kompleksowa analiza, wymiernym wynikiem niniejszej rozprawy, który mógłby zostać wykorzystany na seminariach w ramach kierunków studiów takich jak dziennikarstwo czy nauki o mediach, czy też kursach specjalizacyjnych oferowanych w kształceniu dziennikarzy, jest inwentaryzacja strategii dramatyzacji w serwisach informacyjnych publicznych stacji telewizyjnych w Niemczech (ARD) i w Polsce (TVP1), z których każda – realizując podobne cele (por. odpowiednie ustawy dotyczące publicznej radiofonii i telewizji w obu krajach) – proponuje własny wariant przekazywania informacji, przy czym oba warianty różnią się w zasadniczy sposób od siebie.

Przedłożona praca składa się z dziewięciu rozdziałów i spisu literatury. Rozdział 1 to wstęp, w którym przedstawiam przedmiot badań. Rozdziały 2-7 mają charakter teoretyczny. Poddaję w nich charakterystyce kategorie związane bezpośrednio z tematem rozprawy, które znajdują swoje odzwierciedlenie w metodologii przeprowadzonych badań. Ich praktyczne zastosowanie przejawia się natomiast w opracowanym modelu analizy strategii dramatyzacji w rozdziale 8.1.1. Rozdział 8 zawiera jednak przede wszystkim obszerną analizę zgromadzonego materiału badawczego. Podsumowujące wnioski na podstawie pytań badawczych formułuję w rozdziale 9. Należy zaakcentować, iż w części teoretycznej ograniczam się do przedstawienia najważniejszych koncepcji teoretycznych bądź ich wymiernych elementów w świetle przeprowadzonych badań (jak np. w przypadku metodologii badań z dziedziny filmoznawstwa i muzykologii).

We wstępie (rozdział 1) nakreślam teoretyczne podstawy pracy, jej przedmiot, cel, i metodę badawczą. Przedmiotem dociekań rozprawy są serwisy informacyjne konkretnych stacji telewizyjnych w ujęciu kontrastywnym jako produkty określonych praktyk komunikacyjnych uwarunkowanych społecznie, kulturowo i medialnie. Prezentowana monografia sytuuje się w obrębie badań lingwistycznych, szczególnie z zakresu lingwistyki tekstu, stylistyki i najmłodszej wśród nich subdyscypliny lingwistycznej – mediolingwistyki, przy czym w centrum zainteresowania znajduje się multimodalność tekstów audiowizualnych, kategoria dramatyzacji i interkulturowe kontrastowanie tekstów medialnych. Krótko wskazuję również na interdyscyplinarność badań nad tekstami medialnymi wyrażającą się doбором narzędzi badawczych z różnych sub- i dyscyplin naukowych oraz podkreślam znaczenie

przedmiotu dociekań niniejszej rozprawy w celu – jak ujął ten fakt Stöckl (2012: 27) – usunięcia istniejących „białych plam” [niem. „blinde Flecken“] w zakresie pola badawczego mediolingwistyki. Wstęp kończy się omówieniem poszczególnych rozdziałów pracy.

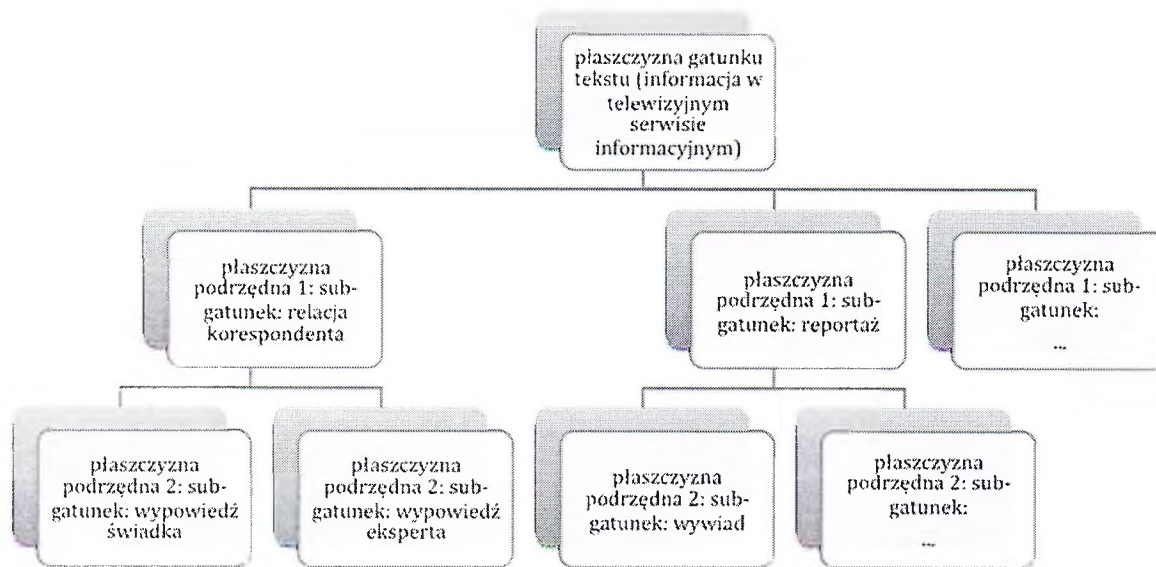
W rozdziale drugim charakteryzuję telewizyjne serwisy informacyjne z punktu widzenia medioznawstwa. Omawiam w nim ich rolę w medialnie określonych praktykach komunikacyjnych, koncentrując się przy tym na formacie analizowanych programów oraz na kryteriach selekcji i hierarchizacji informacji w mediach (2.1). Przedmiotem rozważań stały się tu także historia obu serwisów informacyjnych, ich aktualny status oraz charakterystyka. Rozdział kończy opis specyficznych cech telewizji w odniesieniu do serwisów informacyjnych, a mianowicie jej audiowizualności, formy komunikacji jednokierunkowej oraz telewizji jako mass medium (2.2).

W rozdziale trzecim dyskusji poddano na początku semiotyczne pojęcie tekstu, stanowiące punkt wyjścia do kluczowych rozważań rozprawy dotyczących multimodalności (3.1). Na podkreślenie zasługuje fakt, iż takie rozumienie tekstu tworzy podstawę modelu analizy i przeprowadzonych badań. W dalszej części omawiam pojęcie gatunku tekstu (niem. Textsorte) i wzorca gatunkowego (niem. Textmuster) z tekstologicznego punktu widzenia. Jako wzorzec gatunkowy przyjmuję abstrakcyjny model danego gatunku tekstu z jego normatywnymi cechami odnośnie treści, formy i funkcji, który stanowi podstawę jego konkretnej realizacji, zawierającej częściowo niestandardowe elementy wynikające z danej sytuacji komunikacyjnej (m. in. wiedzy i umiejętności osób w niej partycypujących, celu ich działania). Tematem tej części rozdziału jest ponadto ewolucja gatunków tekstu (niem. Textsortenwandel), jak np. hybrydyzacja (3.2). Trzecia część rozdziału koncentruje się na lingwistycznych podstawach stylistycznej aranżacji tekstów, dla których punkt wyjścia stanowi styl jako kompleksowa kategoria semiotyczna. Ponadto omawiam pojęcie wzorca stylistycznego (niem. Stilmuster), oraz typy funkcji stylistycznych (niem. Stilfunktionen) (3.3). Powyższe zagadnienia przedstawiam z perspektywy germanistycznej i polonistycznej. Rozważania teoretyczne ilustruję głównie za pomocą telewizyjnego gatunku informacyjnego, który jest przedmiotem dociekań omawianej rozprawy.

W rozdziale czwartym skupiam się najpierw na opisie gatunków tekstu, które należą do wzorca gatunkowego przekazów typu informacyjnego (4.1). W centrum mojej uwagi znajduje się jednak przede wszystkim informacyjny gatunek tekstu typowy dla telewizji oraz jego reprezentatywne cechy. Informację telewizyjną traktuję przy tym jako kompleksową strukturę, a mianowicie gatunek tekstu składający się z subgatunków (niem. Sub-Textsorten) na podrzędnych płaszczyznach 1 i 2 (zob. schemat 1). Dopełnieniem jej opisu jest weryfikacja

poszczególnych subgatunków, której dokonuję na podstawie literatury przedmiotu oraz przede wszystkim w oparciu o własne badania, jak również ich charakterystyka w odniesieniu do analizowanych formatów (4.2).

Schemat 1: Przykładowa struktura informacji telewizyjnego serwisu informacyjnego



Do ważnych pojęć, które zostają omówione w tym rozdziale, należą ponadto funkcja i intencja tekstu (4.1), różne koncepcje sieci tekstów (w ujęciu polonistycznym *kolekcja gatunków* i *gatunek w formie kolekcji* wg Wojtak 2006) (4.3), rozwinięcie tematyczne w gatunkach informacyjnych (4.4), sposób przedstawiania w nich rzeczywistości (4.5) oraz koncepcja traktująca informacje telewizyjne jako rodzaj opowiadania (4.6). Są to równocześnie kategorie, które przyjmują postać kryteriów w modelu analizy (8.1.1). Powyższe zagadnienia przedstawiam również z punktu widzenia badań germanistycznych i polonistycznych oraz ilustruję przykładami.

W części pierwszej rozdziału piątego (5.1) systematyzuję i omawiam narzędzia służące do opisu telewizyjnego tekstu multimodalnego. W tym celu zostały one skategoryzowane w oparciu o modele Stöckla (2004: 17-21; 2016: 6-12) i Opilowskiego (2015: 61-62) oraz zmodyfikowane na potrzeby multimodalnego tekstu telewizyjnego. Podstawy teoretyczne klasyfikacji poszczególnych kategorii zostały omówione w rozprawie w poprzedzających rozdziałach (rozd. 2, 3 i 4), natomiast w rozdziale 5.1 charakteryzuję w sposób hierarchiczny centralne modalności tekstu telewizyjnego (obraz, język mówiony, odgłosy i muzykę) oraz ich kategorie podrzędne, jak na przykład ruch kamery, rodzaje planu

filmowego, sposób realizacji zdjęć w odniesieniu do obrazu. Z rozważań rozdziału wynika jednoznacznie, iż prowadzenie badań nad tekstami medialnymi wymaga poruszania się w obszarze różnych dziedzin, począwszy od językoznawstwa, poprzez dziennikarstwo, medioznawstwo, filmoznawstwo aż po muzykologię i wiele innych dyscyplin i subdyscyplin naukowych. Konieczne są zatem w tego rodzaju badaniach podejścia interdyscyplinarne. Uporządkowane narzędzia stanowią punkt wyjścia do opracowania modelu i kryteriów analizy strategii dramatyzacji w rozdziale 8.

W części drugiej rozdziału koncentruję się na pojęciu designu tekstu, tworzonym na jego podstawie znaczeniu oraz kryteriach tekstowości (5.2, 5.3, 5.4). Jako design tekstu przyjmuję koncepcyjne połączenie różnych środków semiotycznych (we wspomnianym wyżej modelu centralne modalności tekstu oraz podrzędne im kategorie) oraz strategii ich aranżacji na płaszczyźnie telewizyjnego serwisu informacyjnego, gatunku tekstu, jakim jest informacja i jego stylistycznej realizacji, w celu spełnienia określonej funkcji. Elementy te stanowią kombinację formy i treści w konkretnym uwarunkowanym kulturowo otoczeniu i są podstawą do generowania znaczenia tekstu. Konkretnie znaczenie tworzone jest zatem za sprawą interakcji zachodzących pomiędzy elementami designu, które determinują sposób, w jaki poszczególne środki semiotyczne, współdziałając ze sobą, tworzą kompleks znaczeniowy. W pracy omawiam to zagadnienie od strony teoretycznej, opierając się głównie na trzech koncepcjach: *information linking* Theo van Leeuwena, *transkrypcyjności* [niem. Transkriptivität] Ludwiga Jägera i Wernera Holly'ego i *zorientowanej na działanie teorii multimodalności* [niem. handlungstheoretische Multimodalitätstheorie] Hansa-Jürgena Buchera. W części końcowej rozdziału przedstawiam kryteria tekstowości w odniesieniu do tekstów multimodalnych.

Rozdział szósty poświęcony jest zagadnieniom stanowiącym podstawę analizy porównawczej w niniejszej pracy. Jego część pierwsza (6.1) dotyczy kulturowej analizy tekstu. Kulturę traktuję jako kategorię dynamiczną, zakładającą, iż wspólne wartości i normy są kształtowane, przestrzegane oraz modyfikowane w ramach praktyk komunikacyjnych danej grupy osób, przy czym grupa ta może reprezentować określoną narodowość, język, grupę społeczną lub inną zbiorowość i odnosić się tym samym do przestrzeni geograficznych, społecznych, politycznych, medialnych, ponadnarodowych (por. Günthner/Linke 2006; Luginbühl 2014). W związku z tym również teksty, gatunki tekstu i styl są wytworem określonych działań komunikacyjnych a zarazem kultury i różnią się od siebie typową dla danej zbiorowości aranżacją. Kulturowe uwarunkowania danego tekstu próbuję wyjaśnić za pomocą dwóch aktualnych koncepcji kulturalistycznej analizy tekstów medialnych w

literaturze niemieckojęzycznej: wieloaspektowej analizie tekstów paralelnych (niem. multifaktorielle Paralleltextanalyse; Hauser/Luginbühl 2011) oraz (wielo) płaszczyznowej analizie kultury medialnej (niem. Ebenen der Medienkulturforschung; Klemm/Michel 2014).

W drugiej części rozdziału (6.2) omawiam podstawy tekstologii kontrastywnej, przy czym w centrum uwagi znajdują się mediolingwistyka kontrastywna i jej obszar badawczy. Prace kontrastywne z tego zakresu dotyczą przede wszystkim porównań interkulturowych (w powyższym rozumieniu kultury), diachronicznych (w ramach jednej lub kilku zbiorowości komunikacyjnych), intermedialnych (pomiędzy różnymi mediami) oraz intramedialnych (np. pomiędzy różnymi gatunkami tekstu czy też formatami w tym samym medium) (por. Lenk <http://kontrastive-medienlinguistik.net/index.htm>). Rozdział zamykają rozważania na temat metodyki i celów porównywania tekstów.

Głównym zadaniem rozdziału siódmego jest wypracowanie własnego pojęcia *dramatyzacji* i *strategii dramatyzacji* w odniesieniu do informacyjnego gatunku tekstu, reprezentowanego przez tekst medialny. Dramatyzację ujmuję jako zbiór określonych strategii stosowanych w informacyjnych tekstach medialnych i mających na celu (7.3): 1) zamierzone działania prowadzone w ramach inscenizacji rzeczywistości danego wydarzenia, polegające na nadaniu mu spotęgowanego dramatycznego wydźwięku (również w przypadku wydarzeń o charakterze „niedramatycznym”); 2) aranżację tekstu informacji przy użyciu poszczególnych kodów semiotycznych z uwzględnieniem zachodzących między nimi interakcji, dzięki której tekst zyskuje dramatyzujące zabarwienie; 3) koncepcję wypracowania odpowiedniej aranżacji tekstu zgodnie z możliwościami danego medium ukierunkowaną na zamierzony efekt perswazyjny. Emocje, wywołane u widza poprzez „dramatyzujący” tekst, powinny stymulować i utrzymywać jego zainteresowanie daną informacją, a w dalszej perspektywie danym formatem (np. serwisem informacyjnym). Biorąc pod uwagę powyższe założenia, należy zaakcentować, iż dramatyzacja obejmuje szerokie spektrum wyrażania uczuć, począwszy od tych o nacechowaniu negatywnym, jak żaloba, smutek, strach, panika, poprzez te o zabarwieniu ambiwalentnym, jak zakłopotanie i niepokój, aż po te o pozytywnej aurze, jak radość, podziw, wzruszenie. Samo nacechowanie powyższych pojęć (i ich wyrażenie w tekstach) nie jest jednak wystarczające do ich zaszeregowania jako strategii dramatyzacji. Identyfikacja strategii następuje na podstawie konkretnej sytuacji, a ich dramatyzujący wydźwięk jest efektem określonej aranżacji danej informacji, np. w formie audiowizualnego tekstu telewizyjnego. Definiując strategię dramatyzacji, wychodzę zatem od rozumienia dramatyzacji jako celowego zabiegu nadania danej medialnej realizacji/danemu medialnemu produktowi odpowiednio oddziałującego nacechowania, które tylko częściowo

odpowiada lub w ogóle nie odpowiada aranżacji danej informacji zgodnie z rzeczywistością. W odniesieniu do informacji oznaczałoby to prezentację ich treści w sposób przesadnie ekscytujący lub emocjonujący, tzn. z dramatyzującym zabarwieniem przy pomocy różnorodnych strategii dramatyzacji. Celem tego zabiegu jest aktywowanie uczuć konkretnego odbiorcy, wzbudzenie jego zainteresowania daną informacją i utrzymanie go jako stałego konsumenta.

Rozdział zamykają krytyczne rozważania dotyczące badań nad tekstami informacji telewizyjnych, a w szczególności nad dramatyzacją, w literaturze germanistycznej i polonistycznej (7.4). Pierwszym wnioskiem, jaki tutaj się nasuwa, jest fakt, iż mimo oczywistych dramatyzujących zabiegów stosowanych w tekstach informacyjnych w mediach, brak jest kompleksowych badań w tym zakresie. Ponadto polemizuję z autorami, którzy wprawdzie podejmowali próby opisu strategii dramatyzacji, ale pojawiały się one w ich pracach najczęściej przy okazji omawiania innego zagadnienia. Zwracam przy tym uwagę na wrywkowe traktowanie tematu, brak konsekwencji w używanej terminologii, a w odniesieniu do wszystkich prac brak zdefiniowania, co właściwie kryje się pod omawianym pojęciem, z czym wiąże się brak konsekwencji w stosowanej metodologii, czy też raczej brak jakiegokolwiek uporządkowanej metodologii badań w tym zakresie.⁵ W literaturze można chociażby zaobserwować zamienne stosowanie pojęć *dramatyzujący* i *dramatyczny*. W mojej pracy dokonuję rozróżnienia pomiędzy oboma terminami: *dramatyzacja* jest celowym zabiegiem (modus określonego *procesu*) zamierzonego użycia określonych środków i metod, które nadają wydarzeniom o charakterze „niedramatycznym“ dramatyzującego wydźwięku, lub potęgują w przypadku wydarzeń o charakterze „dramatycznym“ ich dramatyzującą aurę. *Dramatyczny* jest określeniem zaistniałego stanu rzeczy i odnosi się m. in. do wydarzeń, które same w sobie niosą dozę grozy, są pełne napięcia (modus określonego *produktu*).

Na bazie rozważań teoretycznych analizuję w ósmym rozdziale informacje serwisów telewizyjnych pod kątem występujących w nich strategii dramatyzacji. Analiza poprzedzona jest opisem przedmiotu, modelu i zakresu badań, a także materiału badawczego (8.1.1). Kilka uwag poświęciłam w tym podrozdziale także zasadom doboru korpusu (8.1.2), zebraniu i

⁵ W opisie stanu badań koncentruję się w monografii głównie na tekstach telewizyjnych serwisów informacyjnych, które są jej przedmiotem. Brak podobnych kompleksowych badań można stwierdzić jednak również w przypadku innych tekstów medialnych. Na tym obszarze temat dramatyzacji traktowany jest także fragmentarycznie przy okazji omawiania innych zagadnień, najczęściej w dziedzinie medioznawstwa. Na przykład Kepplinger (2008) w monografii omawiającej mechanizmy skandalizacji w mediach wyróżnia czternaście ich rodzajów i uznaje dramatyzację jako jeden ze schematów (z jego sześcioma typami), na którym opierają się skandale społeczne w mediach. Podobną tematykę podejmuje Laberschek (2010), badając poziom dramatyzacji treści tytułów informacji serwisów internetowych dotyczących skandali społecznych mierzonych ich sensacyjnością.

utrwaleniu materiału badawczego (8.1.3), w następnym natomiast sformułowałam pytania badawcze (8.2). Na początku rozdziału ósmego prezentuję postulowany w monografii model, który stanowi podstawę do analizy tekstów audiowizualnych w telewizyjnych serwisach informacyjnych (8.1.1). Przy jego pomocy dokonuję następnie kompleksowej analizy wybranych informacji serwisów telewizyjnych *Tagesschau* (ARD) i *Wiadomości* (TVP1) w celu inwentaryzacji występujących w nich strategii dramatyzacji. Dokładnemu badaniu poddaję konkretnie pięć wydarzeń dotyczących czterech różnych dziedzin życia: klęsk żywiołowych (1), zamachów terrorystycznych (2), gospodarki (1) i polityki (1). W okresie gromadzenia korpusu (2015-2016) nie miało miejsca wydarzenie o charakterze kulturalnym, które odpowiadałoby przyjętym zasadom ekwiwalencji porównywanych tekstów. Ponadto zdecydowałam się poszerzyć przyjęty początkowo okres zbierania korpusu (2015) o dwa wydarzenia z roku 2016 ze względu na przeprowadzone zmiany w formacie analizowego polskiego serwisu informacyjnego, aby dowiedzieć się, czy zmiany te miały wpływ na sposób aranżacji informacji, a tym samym na występowanie w nich strategii dramatyzacji.

Przedmiotem pracy są zatem pogłębione analizy na odpowiednio wybranych przykładach (badania jakościowe), w których główny nacisk położony jest na szczegółową analizę zjawiska w celu poznania istoty jego występowania. Praca realizuje tym samym postulaty m.in. niemieckojęzycznych językoznawców (por. Stöckl 2012, Klemm/Michel 2014, Klemm 2016), podkreślających, iż teksty multimodalne – również w badaniach kontrastowych – powinny być przedmiotem tego typu rozważań. W jednym z pytań badawczych odnoszę się również do nagromadzenia strategii dramatyzacji w informacjach, a zatem intensywności ich występowania, mającej wpływ na tworzone znaczenie. Charakterystyka omawianego zjawiska przy pomocy miar liczbowych (badania ilościowe) byłaby możliwa do realizacji na podstawie innego korpusu i wymagałaby inaczej zdefiniowanych założeń rozprawy.

Z metodycznego punktu widzenia chodzi o holistyczny model analizy telewizyjnego tekstu multimodalnego, który składa się, jak już wspomniałam w ogólnej charakterystyce rozprawy, z makro-, mezo- i mikroplaszczyny, w ramach których utworzyłam katalog kryteriów bazujących na trzech filarach tekstu audiowizualnego (niem. audiovisueller Text, Ton-Bild-Text): dźwięku⁶ (niem. Ton), obrazie (niem. Bild) oraz istniejących pomiędzy nimi interakcji (niem. Ton-Bild-Verknüpfungen). Poniżej przedstawiam główne kategorie analizy, w ramach których wyróżniam w monografii parametry szczegółowe. Wszystkie one

⁶ W radiofonii i telewizji używa się synonimicznie w tym kontekście również pojęcia *fonia* jako ogółu sygnałów dźwiękowych.

posłużyły do inwentaryzacji strategii dramatyzacji występujących w telewizyjnych serwisach informacyjnych.

Na płaszczyźnie programu telewizyjnego analizuję format telewizyjnego serwisu informacyjnego, koncentrując się przy tym na takich elementach jak:

- 1) ramówka (czołówka oraz rytuały powitania i pożegnania);
- 2) scenografia serwisu (umeblowanie, wyposażenie studia, dominujące kolory, tło, wyświetlane napisy);
- 3) lektor/prezenter (funkcje komunikacyjne; wygląd, zachowanie, język; aranżacja ekranu telewizyjnego podczas jego wystąpień);
- 4) korespondent (wygląd, zachowanie, język; aranżacja ekranu telewizyjnego podczas jego wystąpień);
- 5) struktura serwisu informacyjnego (czołówka; nagłówki; zapowiedzi kolejnych informacji, programów; liczba i trwanie wyemitowanych informacji; czas trwania);
- 6) treść serwisów informacyjnych (stosunek „hard news” do „soft news”; udział informacji z poszczególnych zakresów tematycznych w całości serwisu; kolejność tematów).

Na płaszczyźnie gatunku tekstu, jakim jest informacja, analizie poddaję:

- 1) gatunek tekstu i jego formę realizacji (struktura odwróconej piramidy vs. klaster; struktura informacji telewizyjnej; intencja tekstu w poszczególnych subgatunkach tekstu; stosunek pomiędzy informacjami zawierającymi fakty i okoliczności zdarzenia);
- 2) rozwinięcie tematu (rodzaj rozwinięcia tematu; osoby informujące; sposób podkreślenia aktualności i autentyczności przekazywanych informacji; stosunek do widza; perspektywa informowania).

Na płaszczyźnie stylistycznej realizacji informacji badam:

- 1) środki stylistyczne na płaszczyźnie udźwiękowienia jako źródło dramatyzacji:
 - a) środki językowe (syntaktyczne, leksykalne, fenomeny syntaktyczno-semantyczne na poziomie zdania);
 - b) elementy prozodii (lektor/prezenter i inni mówiący), odgłosy i muzyka;
- 2) środki na płaszczyźnie obrazu jako źródło dramatyzacji:
 - a) napisy wyświetlane na ekranie;
 - b) efekty zdjęciowe;
- 3) środki na płaszczyźnie interakcji pomiędzy dźwiękiem i obrazem jako źródło dramatyzacji:
 - a) interakcje formalne, semantyczne i pragmatyczno-funkcjonalne;

- b) wyświetlane napisy podczas sekwencji filmowych;
- c) lektor/prezenter i inni mówiący (wygląd, zachowanie).

Na podstawie powyższych kategorii i im podrzędnych parametrów przeprowadzam analizę na każdej z płaszczyzn dla obu serwisów informacyjnych, które kończę za każdym razem inwentaryzacją występujących w nich strategii dramatyzacji. Oprócz tego w podsumowującym podrozdziale kontrastuję oba formaty pod ich kątem.

W rozdziale dziewiątym prezentuję wyniki analizy, udzielając odpowiedzi na postawione cztery pytania badawcze. Pierwsze z nich (niem. Forschungsfrage A) dotyczy stosowania strategii dramatyzacji w analizowanych telewizyjnych serwisach informacyjnych w Niemczech i Polsce, intensywności ich występowania oraz ich wpływu na tworzone znaczenie w informacjach. Drugie (niem. Forschungsfrage B) weryfikuje założenie dotyczące stosowania zabiegu dramatyzacji w odniesieniu do wydarzeń z różnych dziedzin życia (tematyczne zróżnicowanie wydarzeń: klęski żywiołowe, zamachy terrorystyczne, gospodarka i polityka). W trzecim (niem. Forschungsfrage C) chodzi o kontrastywne porównanie obu formatów, a tym samym identyfikację podobieństw i różnic w ujęciu kulturowym. Czwarte pytanie (niem. Forschungsfrage D) dotyczy uwarunkowań leżących u podstaw dramatyzacji informacyjnego gatunku tekstu, reprezentowanego przez tekst telewizyjny w porównywanych serwisach informacyjnych telewizji publicznych w obu krajach.

W monografii dowiodłam, że na podstawie identycznych wydarzeń oraz przy pomocy częściowo tego samego materiału agencji prasowych, a częściowo materiału przygotowanego przez dziennikarzy konkretnej stacji telewizyjnej powstają w dużej mierze różniące się od siebie multimodalne konstrukcje rzeczywistości w informacjach telewizyjnych. Każda ze stacji telewizyjnych realizuje dla siebie właściwe połączenia dźwięku i obrazu, odpowiadające kulturowo typowym wzorcom danego formatu i gatunku tekstu, jak również wzorcom stylistycznym: od sceptycznie zdystansowanych informacji o świecie w *Tagesschau* po nacechowane dramatyzacją *Action News* w *Wiadomościach*. W nawiązaniu do pytań badawczych wyniki analizy i wnioski można ująć syntetycznie w następujący sposób:

A: Oparta na interakcji kodów semiotycznych aranżacja informacji telewizyjnych obu serwisów telewizyjnych wykazała więcej różnic niż podobieństw odnośnie strategii dramatyzacji. Przeanalizowane przykłady pokazują dwa warianty informowania o identycznym wydarzeniu: podczas gdy wydarzenia w niemieckich informacjach są prezentowane możliwie konkretnie i w sposób zdystansowany, w polskich nadawca koncentruje się nie tylko na informowaniu o wydarzeniach, co odgrywa często rolę

drugoplanową, lecz stara się bardziej wzbogacić ich aranżację poprzez różnorakie strategie, mające na celu ich dramatyzację. Równocześnie mogłam stwierdzić, iż również serwis informacyjny *Tagesschau* nie jest całkowicie pozbawiony elementów dramatyzacji, jednak w porównaniu z *Wiadomościami* wymiar tych zabiegów można określić jako niewielki, a tym samym różnice pomiędzy oboma serwisami w sposobie wypełniania funkcji informacyjnej jako duże. Największe dywergencje dotyczą płaszczyzny makro, na płaszczyźnie mezo można zaobserwować więcej wspólnych punktów styčných, chociaż i tutaj można dostrzec dominację stosowanych strategii dramatyzacji w polskim serwisie informacyjnym. Z analizy na płaszczyźnie mikro wyłania się również obraz dwóch różnych sposobów realizacji informacyjnego gatunku tekstu.

B: Analizy wszystkich rodzajów informacji podzielonych wg resortów potwierdziły ten sam konwergentnie zaaranżowany wzorzec informowania o danym wydarzeniu w każdym z obu programów w odniesieniu do designu tekstu i tworzonego znaczenia. Każdy z serwisów reprezentuje stabilny format, którego charakterystyczne cechy wyrażone są przy pomocy odpowiedniej aranżacji elementów tekstu multimodalnego i znajdują swoje odzwierciedlenie w prezentacji każdej informacji.

C: Wyniki analizy ukazują strategie dramatyzacji w ujęciu kontrastywnym, osadzone między globalizacją, glokalizacją i lokalizacją, w związku z czym można tutaj mówić o zaadoptowaniu globalnego produktu, jakim są telewizyjne serwisy informacyjne, i dopasowaniu go do lokalnego rynku mediów. Lokalizacja nie musi przy tym oznaczać uniformizmu i homogeniczności, ale może się również odznaczać charakterystycznymi cechami, typowymi dla określonych kultur dziennikarskich w obrębie danego kraju (poszczególnych stacji telewizyjnych jak chociażby TVP1 i TVN).

D: W odniesieniu do wniosków w pytaniach badawczych A, B i C można stwierdzić, że na sposób aranżacji tekstu danego serwisu informacyjnego ma wpływ wiele czynników, m. in. obecny system medialny oraz jego historia, rynek mediów, założenia danej stacji telewizyjnej, konkretna redakcja czy też redaktorzy. W celu dokładnego określenia zakresu ich wpływu należałoby przeprowadzić badania o innym profilu – np. w fazie produkcji tekstów, przedmiotem analizy niniejszej monografii był natomiast gotowy produkt medialny. Mimo to największy wpływ na aranżację designu tekstu wydają się mieć w analizowanych formatach lokalne kultury dziennikarskie. Niemniej jednak wyczuwalne są także wpływy o zasięgu globalnym. Wszystkie czynniki omawiam dokładnie w rozdziale dziewiątym.

Przedłożona monografia wypełnia metodyczną lukę w badaniach nad multimodalnymi tekstami telewizyjnymi. Jest próbą kompleksowego opisu designu tekstu i tworzonego na jego

podstawie znaczenia przy udziale strategii dramatyzacji w tekstach informacji telewizyjnych serwisów informacyjnych. Praca o takim profilu nie została do tego czasu przedłożona ani przez polonistów, ani polskich czy też niemieckich germanistów. Równocześnie otwiera ona nowe pole badawcze i nakreśla perspektywy zasługujące na rozwinięcie w kolejnych rozprawach nad tekstami telewizyjnych serwisów informacyjnych. Wspomnę chociażby o takich przedmiotach analizy, jak porównanie sposobu przekazywania informacji w serwisach publicznych, komercyjnych i regionalnych stacji telewizyjnych w odniesieniu do strategii dramatyzacji w porównaniu inter- i intrakulturowym, również w odniesieniu do innych kategorii jak emocjonalizacja czy też obiektywizm (przy pomocy tego samego modelu analizy), dokładniejszego ustalenia wpływu lokalnych kultur dziennikarskich na produkty medialne danego kraju, jak również badania w dziedzinie krytyki językowej (niem. Sprachkritik), szczególnie w odniesieniu do językowej aranżacji tekstów informacji telewizyjnych.

4.2. Pozostałe obszary badawcze

Przedstawiona powyżej problematyka jest dominującą jednak nie jedyną domeną badawczą mojej pracy naukowej. Pozostałe można ująć syntetycznie w następujący sposób (omawiam tylko publikacje przygotowane po uzyskaniu stopnia doktora):

Metodyka i dydaktyka nauczania języka niemieckiego

Moje zainteresowania naukowo-badawcze w tym zakresie rozpoczęte przed uzyskaniem stopnia doktora znalazły swe odzwierciedlenie w dysertacji oraz w kolejnych publikacjach po doktoracie. Prace te dotyczą różnych aspektów metodyki i dydaktyki nauczania języka niemieckiego jako obcego. Są to m.in. następujące zagadnienia: a) psycholingwistyczne aspekty nauczania języków obcych; b) metodologia badań w glottodydaktyce ze szczególnym uwzględnieniem badań nad rozumieniem tekstów i zapamiętywaniem słownictwa; c) wykorzystanie mediów w nauczaniu języka obcego; d) nauczanie poszczególnych sprawności językowych na lekcji języka obcego; e) inne.

Tematykę badań nad rozumieniem tekstów na lekcjach języka niemieckiego i zapamiętywaniem słownictwa na ich podstawie podjęłam w monografii (II B [a] 1), opracowanej na podstawie dysertacji doktorskiej, w której skupiłam się nad próbą zbadania psycholingwistycznych aspektów efektywności nauki języka obcego w środowisku tradycyjnym i multimedialnym, a zatem przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii w

procesie nauczania i uczenia się języka obcego. Na podobnej problematyce skoncentrowałam się w trzech artykułach naukowych (II B [c] 1; II B [c] 2; II B [c] 10). Opisane tutaj zagadnienia prowadzą do wniosków, iż umiejętne stosowanie nowoczesnych technologii może w istotny sposób wpłynąć na rezultaty podejmowanych działań dydaktycznych, a mianowicie zwiększyć ich efektywność poprzez indywidualizację procesu kształcenia i zwiększenie motywacji uczniów.

Inne zagadnienia, które podejmowałam w tym zakresie tematycznym w opracowaniach naukowych, dotyczą autonomii w procesie uczenia się języków obcych (II B [c] 5; II B [c] 7; II B [c] 8), strategii uczenia się (II B [c] 6; II B [c] 18), roli słowotwórstwa na lekcjach języka niemieckiego (II B [c] 9; II A 1; II B [c] 17), pracy z tekstem (II B [c] 3; II B [c] 4; II B [c] 11; II B [c] 12), nauczania języka obcego uczniów mających zaburzenia dyslektyczne (II B [c] 14).

Gatunki prasowe

Dwa teksty o tej tematyce są moim wyłącznym opracowaniem (II B [c] 21; II B [c] 24), trzy pozostałe wynikiem pracy współautorskiej (II B [c] 26; II B [c] 27; II B [c] 29), która jest rezultatem udziału w międzynarodowym projekcie badawczym *Persuasionsstile in Europa* (por. autoreferat pkt 4.3).

Pierwszy z artykułów autorskich (II B [c] 21) dotyczy gatunku komentarza i jego odmian w dzisiejszej prasie codziennej w Polsce. Mimo różnych tradycji opisu gatunków tekstu, które prezentuję w artykule na przykładzie opracowań polonistycznych i germanistycznych, dają się zaobserwować pewne wspólne tendencje w ich ewolucji, z których jedną omawiam, a mianowicie oddalanie się od klasycznego wzorca komentarza. Na podstawie analizy prasy o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym stwierdzam, iż większość komentarzy bądź gatunków tekstów pretendujących do tej roli wychodzi naprzeciw potrzebom odbiorców dzisiejszych mediów i wpisuje się w tendencje uatrakcyjniania przekazu, cechującego się różnymi zakresami wariantywności gatunku.

Przedmiotem drugiego artykułu autorskiego (II B [c] 24) jest dyskurs medialny realizowany przy pomocy różnych gatunków w ramach sieci tekstów w prasie. Analizie poddaję całe spektrum artykułów prasowych w dwóch gazetach codziennych w Polsce i w Niemczech, które dotyczyły tego samego wydarzenia o zasięgu światowym (wybór papieża Franciszka w marcu 2013) i zostały opublikowane w tych samych dniach. Wyniki analizy kontrastywnej dotyczące różnorodności gatunków w przebadanych dziennikach, ich

częstotliwości występowania i istniejących powiązań między nimi wyjaśniam w oparciu o uwarunkowania kulturowe.

Trzy artykuły współautorskie koncentrują się na różnych aspektach analizy komentarza w polskiej prasie codziennej o zasięgu ogólnopolskim, regionalnym, lokalnym, o różnym ukierunkowaniu politycznym i różnej jakości. W pierwszym z nich (II B [c] 26) została podjęta próba zdefiniowania gatunku komentarza, omówione jego występowanie (miejsce: dział, strona, rubryka; częstotliwość; autorstwo etc.) i rola w dzisiejszej prasie, ponadto zarysowuje on tło historyczne i obecną sytuację rynku prasowego w Polsce. W drugim (II B [c] 27) uwaga autorki skupia się na tematyce intertekstualności w tekstach komentarzy (wzorzec kanoniczny) i artykułów o charakterze komentującym (wzorce alternacyjne i adaptacyjne; por. Wojtak 2004). Na ich podstawie zidentyfikowane zostają różne rodzaje relacji intertekstualnych, które ilustrują liczne przykłady z przebadanego korpusu. W trzecim artykule (II B [c] 29) przedyskutowany zostaje komentarz w sieci tekstów. Z analizy wynika dominacja w dzisiejszej prasie codziennej gatunków o charakterze komentującym z różnymi zakresami wariantywności. Ten trend związany jest z jednej strony z uatrakcyjnianiem form przekazów przez dziennikarzy, z drugiej z upodobaniami czytelników, preferujących coraz częściej bezpośrednią i jasną ocenę wydarzeń, chociażby w przypadku takich (sub)gatunków, jak opinia eksperta i wywiad.

Internetowe gatunki tekstu

Przedmiotem badań w dwóch artykułach poświęconych internetowym gatunkom tekstu są komentarz i informacja (II B [c] 15; II B [c] 25).

W centrum uwagi pierwszego artykułu (II B [c] 15) znajduje się jednak nie sam komentarz, a sposób formułowania jego tytułów. Dokonuję tutaj kontrastywnej analizy tytułów komentarzy na temat dwóch wydarzeń (zamach w Norwegii w lipcu 2011 i kryzys gospodarczy w Grecji latem 2011) w polskiej i niemieckiej prasie codziennej online. Na tej podstawie próbuję uchwycić specyfikę w ich formułowaniu na przykładzie kategorii wartościowania, udzielając odpowiedzi na następujące pytania: 1) Jakie typy illokucji występują w analizowanych tytułach i z jaką częstotliwością występują? 2) Czy tytuły zawierają elementy wartościujące oraz przy pomocy jakich środków stylistycznych są one wyrażane? 3) Jakie podobieństwa i różnice dają się zaobserwować w formułowaniu tytułów w obu korpusach z perspektywy działań o charakterze medialno-kulturowym?

Tematem drugiego artykułu (II B [c] 25) jest multimodalna aranżacja gatunku informacji zamieszczanej w internetowych wydaniach gazet codziennych. Punktem wyjścia

przeprowadzonej analizy jest charakterystyka hipertekstu i interakcji semiotycznych pomiędzy jego elementami. Na tej podstawie porównuję sposób konstrukcji rzeczywistości w informacjach dotyczących tego samego wydarzenia (zamachy w Wołogradzie w grudniu 2013) opublikowanych online w największych dziennikach w Polsce i Niemczech. W przeprowadzonej analizie uwzględniłam następujące wielkości: język, obraz i typografia. Artykuł kończy konkluzja dotycząca kontrastywnego porównania dwóch kultur medialnych. Wynika z niej, iż mimo tych samych tekstów źródłowych pochodzących z tych samych agencji prasowych (PAP, Reuters, dpa, AFP) można stwierdzić wyraźne różnice w aranżacji tekstów nie tylko w odniesieniu do dwóch kręgów kulturowych reprezentowanych przez prasę z dwóch obszarów językowych, ale również rozbieżności w przedstawianiu rzeczywistości przez redakcje dziennikarskie z tego samego kraju (lokalne adaptacje globalnego produktu przez danego redaktora, grupę redaktorów, redakcję).

Informacje jako gatunek w telewizyjnych serwisach informacyjnych

Naturalną konsekwencją pracy nad projektem habilitacyjnym na temat telewizyjnych serwisów informacyjnych są artykuły, w których podejmuję się badań o różnorodnym spektrum tematycznym nad gatunkiem informacji telewizyjnej. Wszystkie artykuły dotyczą badań w ujęciu kontrastywnym, w których porównuję najczęściej (poza ostatnim omawianym artykułem) serwisy telewizji publicznych w Polsce i Niemczech.

W artykule II B [c] 13 analizuję format serwisów i tematykę prezentowanych w nich informacji reprezentowanych przez ‚Wiadomości‘ (TVP1) i ‚Tagesschau‘ (ARD). Na podstawie uzyskanych wyników badań stwierdzam, iż dyskurs medialny realizowany w ramach tej samej funkcji informacyjnej tekstu może wykazywać już na etapie porównania struktury i tematyki sporo różnic w odniesieniu do obu programów reprezentowanych przez dwa kraje i języki, podkreślając jednak, iż kultury artykułują i różnicują się również w odniesieniu do innych wymiarów przestrzennych, jak np. grup społecznych ujmowanych przez Hausera i Luginbühla (2011) jako ‚communities of practice‘.

W artykule II B [c] 16 porównuję wybrane kategorie stylistyczne, określane przez Barbarę Sandig (2006) jako kompleksowe wzorce działania, do których autorka zalicza m.in. poddane analizie wartościowanie, emocjonalizację, perspektywę i zrozumiałość. Na podstawie przebadanego kodu językowego informacji dochodzę do wniosku, iż nie są one bezstronnym, obiektywnym i rzeczowym opisem wydarzeń, postulowanym dla tego gatunku tekstu w opracowaniach naukowych oraz praktycznych chociażby dla potrzeb kształcenia dziennikarzy.

Przedmiotem rozważań kolejnego artykułu (II B [c] 19) jest informacja jako gatunek tekstu. Wychodząc od definicji oraz charakterystyki gatunku informacyjnego w różnych mediach, koncentruję się na telewizyjnym gatunku informacyjnym i analizuję go w oparciu o wielopłaszczyznowy model Burgera (2005). Analiza dowodzi kompleksowości struktury informacji w serwisach telewizyjnych w Polsce i Niemczech oraz sygnalizuje zarysowujące się tendencje w ewolucji gatunków tekstów.

Podobny temat podejmuję również w opracowaniu poświęconym hybrydyzacji gatunku informacyjnego w telewizji (II B [c] 22). Na podstawie wypracowanych kategorii analizuję tu językowe elementy informacji i formułuję konkluzję, że w przypadku obu analizowanych serwisów (‘Wiadomości’/TVP1 i ‘Tagesschau’/ARD) można mówić o tendencjach hybrydyzacji, przejawiającej się w przenikaniu się konwencji gatunkowych i powstawaniu form mieszknych. Wynikiem tego procesu jest oddalanie się od wzorca kanonicznego informacji, uwarunkowane w dużej mierze daną wspólnotą komunikacyjną.

Przedmiotem dwóch ostatnich artykułów (II B [c] 20; II B [c] 32) jest informacja telewizyjna jako tekst multimodalny. Wychodząc od jego definicji, podejmuję się w obu opracowaniach kompleksowej analizy tekstu audiowizualnego, obejmującego język, muzykę, odgłosy i obraz. Pierwszy artykuł ma charakter przyczynkowy i jest próbą zidentyfikowania strategii dramatyzacji w tekstach informacji telewizyjnych na podstawie doniesień na temat trzęsienia ziemi w Japonii w roku 2013. Identyfikację strategii i porównanie ich występowania w serwisach informacyjnych stacji telewizji publicznych TVP1 i ARD potraktowałam jako badanie pilotażowe pod kątem projektu habilitacyjnego. W drugim artykule zarysowuję na przykładzie konfrontacji dwóch polskich serwisów informacyjnych Wiadomości TVP1 i Faktów TVN, jak poszczególne modalności informacji telewizyjnej, współdziałając ze sobą, wpływają na potencjał znaczeniowy komunikatów. Reasumując stwierdzam, że sam język mówiony bez obrazu, czy też częściej obraz bez towarzyszącej mu chociażby wypowiedzi korespondenta, oraz muzyka czy odgłosy, nie oddają właściwego znaczenia tekstu, jeżeli są badane oddzielnie. Znaczenie całościowe jest tworzone przez interakcje wszystkich modalności i wynika z ich odpowiedniej aranżacji w tekście multimodalnym zgodnie z intencją autora/programu/stacji telewizyjnej etc.

Inne formaty telewizyjne

Temat multimodalności podejmuję również na przykładzie telewizyjnej prognozy pogody jako informacyjnego gatunku tekstu (II B [c] 23), charakteryzującego się użyciem języka fachowego z dziedziny meteorologii, a równocześnie wysokim stopniem standaryzacji.

Analizie poddaję aranżację środków semiotycznych na poziomie kodu językowego i obrazowego w prognozie pogody stacji publicznych – polskiej TVP1 i niemieckiej ARD. Z porównania wynika, iż mimo unifikacji tego typu gatunków tekstów dają się zaobserwować różnice w ich konkretnej realizacji, wynikające z jednej strony z przejmowaniem innych globalnych trendów komunikacji medialnej, z drugiej jednak z potrzebami lokalnych rynków medialnych: z konkretnym odbiorcą i jego preferencjami. Ponadto zauważam, iż przypisywany prognozie pogody język fachowy zanika w coraz większym stopniu, jego miejsce zajmuje swobodny styl, wyrażający się m.in. potocznością, na skutek czego gatunek zatracą swój wzorzec kanoniczny i rozwija się w kierunku wzorców alternacyjnych, w tym konkretnym przypadku przybiera stopniowo formę programu określanego mianem „meteoshow”.

Interdyscyplinarność w badaniach mediolingwistycznych

Kwestii interdyscyplinarności w badaniach mediolingwistycznych poświęciłam dwa artykuły. Pierwszy (II B [c] 30) we współautorstwie z prof. Zofią Bilut-Homplewicz i dr Anną Hanus opowiada się za interdyscyplinarnym ukierunkowaniem wszelkich badań mediolingwistycznych. Kompleksowość tekstów medialnych, wynikająca ze stosowania w nich różnych znaków semiotycznych, oraz różnorodne aspekty badań nad nimi powodują konieczność sięgania do rozmaitych sub- i dyscyplin naukowych w poszukiwaniu odpowiednich koncepcji teoretycznych oraz narzędzi badań. Dwie dziedziny wysuwają się przy tym na plan pierwszy, a mianowicie medioznawstwo i językoznawstwo. Medioznawstwo można przy tym potraktować jako punkt wyjścia do opisu tekstów medialnych. Na podstawie wiedzy medioznawczej możemy najpierw sklasyfikować dany tekst, zaliczając go do tekstów wizualnych (prasa), audialnych (radio) czy też audiowizualnych (televizja). To przyporządkowanie oraz konkretne ukierunkowanie badań znajduje następnie odzwierciedlenie w doborze narzędzi badawczych, które będą inne dla każdego z wymienionych typów tekstów i inne dla wybranego przedmiotu analizy. Do tego dochodzą dodatkowe ważne dyscypliny, nieodzowne w kompleksowych analizach komunikacji, ponieważ teksty występują zawsze w konkretnym kontekście sytuacyjnym i kulturowym. W ramach badań nad tekstami wiadomości telewizyjnych (tekst audiowizualny), które są tematem artykułu II B [c] 31, muszą zatem również zostać uwzględnione narzędzia i metody badawcze wywodzące się z różnych sub- i dyscyplin naukowych, jak np. medioznawstwo, językoznawstwo, tekstologia, stylistyka, literaturoznawstwo, filmoznawstwo, muzykologia,

kulturoznawstwo etc. Tylko przy ich zastosowaniu możliwa jest kompleksowa a równocześnie kompletna analiza, pozwalająca na uzyskanie wiarygodnych wyników badań.

Jak wynika z powyższych rozważań, większość moich rozpraw naukowych – poza tymi z obszaru metodyki i dydaktyki nauczania języka niemieckiego – ma charakter kontrastowy i dotyczy różnych tekstów medialnych (prasowych, telewizyjnych, tekstów publikowanych online). Porównuję w nich poszczególne gatunki tekstów, teksty w większych zbiorach (tzw. „siecicach“), czy też wybrane aspekty analizy tekstów, jak np. ich tytuły, czy też intertekstualność. Tematyka artykułów odnosi się najczęściej do porównań dwóch obszarów językowych i kulturowych/narodowych (polskiego i niemieckiego). Przedmiotem nielicznych są również badania dotyczące kontrastowania produktów medialnych w obrębie jednego kraju – Polski, jak np. ogólnopolskiej i regionalnej prasy codziennej, programów publicznych oraz komercyjnych stacji telewizyjnych. Na tej podstawie zwracam uwagę na różnice w realizacji gatunków, których uzasadnieniem nie jest jedynie ich specyfika narodowa i równocześnie kulturowa (statyczne pojęcie *kultury*), ale również fakt, iż kultura artykułuje się w różnych wymiarach przestrzennych (*kultura* jako kategoria dynamiczna), np. w odniesieniu do przestrzeni geograficznych, politycznych, medialnych, społecznych. Omówione prace wpisują się tym samym w aktualnie postulowane koncepcje badań nad szeroko ujętą komunikacją i kulturą medialną, które odchodzą od postrzegania kultury z punktu widzenia terytorialnego (narodowego), a także zakładają z jednej strony ich transkulturowe wzgl. transnarodowe uwarunkowania, wynikające (ogólnie ujmując) z procesów globalizacji, z drugiej jednak strony akcentują równocześnie „lokalne“ zróżnicowanie kulturowe, które jest rezultatem konkretnych działań danej grupy dziennikarzy i związane jest najczęściej z preferowanymi uwarunkowanymi kulturowo nawykami użytkowników mediów. Takie stanowisko reprezentuję również w przedłożonej do oceny monografii.

4.3. Udział w grantach/projektach badawczych

Od kilku lat aktywnie uczestniczę projektach badawczych na uniwersytetach w Polsce i za granicą, których finansowanie odbywa się z różnych źródeł:

- W roku 2009 Zakład Teorii Komunikacji Językowej w Instytucie Filologii Germańskiej UR, do którego należałam, pod kierownictwem prof. dr hab. Zofii Bilut-Homplewicz uzyskał grant na realizację projektu „Text und Stil” z Fundacji

Współpracy Polsko-Niemieckiej/Stiftung für Deutsch-Polnische Zusammenarbeit (nr dotacji: 11603/09/IF). Projekt był realizowany w latach 2009-2010.

- W latach 2013-2015 byłam partnerem naukowym w projekcie “Lingwistyka mediów” finansowanym przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (decyzja nr 6674/E-344/R/2013). Był to projekt badawczy realizowany na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Wrocławskiego (kierownik projektu: dr Roman Opiłowski).
- W latach 2015-2017 Zakład Teorii Komunikacji Językowej w Instytucie Filologii Germańskiej UR, pod kierownictwem prof. dr hab. Zofii Bilut-Homplewicz realizował we współpracy z badaczami z ośrodków krajowych i zagranicznych (m.in. Uniwersytet w Helsinkach, Uniwersytet w Mannheim, Uniwersytet w Sofii, Uniwersytet w Bazylei) projekt „Medienlinguistik und Interdisziplinarität”.
- Od roku 2011 uczestniczę w międzynarodowym projekcie „Persuasionsstile in Europa” (Style perswazji w krajach europejskich), którego kierownikiem jest prof. Hartmut E.H. Lenk z Uniwersytetu w Helsinkach (nr grantu 4703718). W projekcie biorą udział naukowcy z uniwersytetów w 10 krajach europejskich (z Finlandii, Szwecji, Niemiec, Szwajcarii, Austrii, Bułgarii, Węgier, Włoch, Hiszpanii i Polski). Odbyły się już cztery spotkania, na których dyskutowane były różne aspekty ww. tematu; towarzyszyły im ponadto konferencje, spotkania robocze, konsultacje etc. Kolejne spotkanie – podsumowujące i kończące projekt – zaplanowane jest na czerwiec 2018. Dotychczasowym efektem współpracy naukowców są trzy monografie zbiorowe. Pierwsza dotyczy metodologii badań kontrastywnych w odniesieniu do tekstów medialnych: Lenk, Hartmut E.H./Vesalainen, Mario (red.): *Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar*. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms Verlag. Druga podejmuje temat pozycji komentarza w prasie poszczególnych krajów: Lenk, Hartmut E.H. (red.): *Persuasionsstile in Europa II. Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder*. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms Verlag. W trzeciej omówione są lingwistyczne metody analizy komentarzy: Lenk, Hartmut E.H./Giessen, Hans W. (red.): *Persuasionsstile in Europa III. Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder*. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms Verlag). Czwarta monografia jest w przygotowaniu. Projekt finansowany jest ze środków pozyskiwanych przez kierownika grantu z następujących fundacji: Emil-Öhmann-Stiftung, Föderation

finnischer wissenschaftlicher Gesellschaften TSV oraz Forschergemeinschaft CoCoLaC.⁷ W planach grupy naukowców, uczestniczących w obecnym projekcie, jest realizacja kolejnego międzynarodowego projektu o innym profilu.

4.4. Stypendia i zagraniczne pobyty naukowo-badawcze

- 10.1996 – 02.1997: Stypendium semestralne DAAD (Niemiecka Centrala Wymiany Akademickiej) – pobyt badawczy na Uniwersytecie w Augsburgu/Niemcy.
- 10.2000 – 07.2001: Stypendium roczne DAAD na pobyt naukowo-badawczy na Uniwersytecie w Augsburgu/Niemcy.
- 06.2015 – 07.2015: Stypendium DAAD na pobyt naukowo-badawczy na Uniwersytecie w Greifswaldzie/Niemcy.
- 06.2016 – 07.2016: Pobyt naukowo-badawczy na Uniwersytecie w Greifswaldzie/Niemcy.

4.5. Pozostałe informacje

- W latach 2004-2012 pełniłam funkcję asystenta redaktorów w wydawanych przez Instytut Filologii Germańskiej Zeszytach Naukowych Serii Filologicznej: *Studia Germanica Resoviensia* (Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego).
- W latach 2015-2016 byłam członkiem kolegium redakcyjnego czasopisma „tekst i dyskurs – text und diskurs“ wydawanego przez Zakład Językoznawstwa Germańskiego Instytutu Germanistyki UW i Ośrodek Badawczo-Dydaktyczny i Transferu Wiedzy *Tekst-Dyskurs-Komunikacja* na Wydziale Filologicznym UR.
- Jestem członkiem zespołu założycielskiego i angażuję się aktywnie w prace naukowe i dydaktyczne Ośrodka Badawczo-Dydaktycznego i Transferu Wiedzy *Tekst-Dyskurs-Komunikacja* na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Rzeszowskiego (działalność od roku 2011). Ośrodek koncentruje się na działaniach z zakresu akademickich badań naukowych i dydaktyki, jak również szeroko pojętego przekazywania i popularyzacji wiedzy fachowej/specjalistycznej pomiędzy różnymi pokoleniami badaczy, Polską i

⁷ Szczegóły: www.blogs.helsinki.fi/persuasionsstile-in-europa/.

zagranicą, poszczególnymi filologiami a także filologiami a innymi dyscyplinami nauki.⁸

Literatura

BURGER, HARALD (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien.* Berlin/New York.

GÜNTNER, SUSANNE/LINKE, ANGELIKA (2006): *Einleitung: Linguistik und Kulturanalyse. Ansichten eines symbiotischen Verhältnisses.* W: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 2, str. 1-27.

HAUSER, STEFAN/LUGINBÜHL, MARTIN (2011): *Medientexte zwischen Globalisierung und Lokalisierung. Raumkonstitution aus Sicht der kontrastiven Medienanalyse.* W: Schäfer, Patrick/Schowalter, Christine (red.): *In mediam linguam. Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung.* Landau, str. 73-93.

KEPPLINGER, HANS MATHIAS (2008): *Mechanizmy skandalizacji w mediach.* Tłum. Artur Kozuch. Kraków.

KLEMM, MICHAEL (2016): *Kulturvergleich.* W: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (red.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext.* Berlin/New York, str. 300-323.

KLEMM, MICHAEL/SASCHA MICHEL (2014): *Medienkurlinguistik. Plädoyer für eine holistische Analyse von (multimodaler) Medienkommunikation.* W: Benitt, Nora/Koch, Christopher/Müller, Katharina/Saage, Sven/Schüler, Lisa (red.): *Korpus – Kommunikation – Kultur: Ansätze und Konzepte einer kulturwissenschaftlichen Linguistik.* Trier, str. 183-215.

LABERSCHEK, MARCIN (2010): *Treści sensacyjne w internetowych serwisach informacyjnych i ich wpływ na wzrost poziomu czytelności.* W: Kocój, Ewa (red.): *Zarządzanie w kulturze.* Tom 11. Kraków, str. 83-98.

LENK, HARTMUT: <http://www.kontrastive-medienlinguistik.net/index.htm> (20.02.2017).

LUGINBÜHL, MARTIN (2014): *Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tagesschau“.* Bern.

OPIŁOWSKI, ROMAN (2015): *Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache-Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Presstexten.* Wrocław/Dresden.

SANDIG, BARBARA (2006): *Textstilistik des Deutschen.* Berlin/New York.

⁸ Szczegóły: <http://www.tdk.ur.edu.pl/intro-pl.html>.

STÖCKL, HARTMUT (2004): Typografie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. W: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, Zeszyt 3-4/2004, str. 5-48.

STÖCKL, HARTMUT (2012): Medienlinguistik. Zu Status und Methodik eines (noch) emergenten Forschungsfeldes. W: Grösslinger, Christian/Held, Gudrun, Stöckl, Hartmut (red.): Presstextsorten jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität. Frankfurt am Main, str. 13-34.

STÖCKL, HARTMUT (2016): Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen. W: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (red.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. Berlin/New York, str. 3-35.

WOJTAK, MARIA (2004): Gatunki prasowe. Lublin.

WOJTAK, MARIA (2006): Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków. W: Poznańskie Spotkania Językoznawcze. Tom 15, str. 143-152.

Agneszka Chac