
MEDIOLINGWISYKA

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

Prof. dr hab. Eva Martha Eckkrammer jest językoznawcą, romanistką na Uniwersytecie w Mannheim (Niemcy). Autorka m. in.: *(Cyber)Diskurs zwischen Konvention und Revolution. Eine multilinguale textlinguistische Analyse von Gebrauchstextsorten im realen und virtuellen Raum [Cyberdiskurs między konwencją a rewolucją. Multilingualna tekstologiczna analiza tekstów użytkowych w przestrzeni realnej i wirtualnej]*, Frankfurt am Main, 2000 (we współpracy z Hildegund M. Eder).

Prof. dr hab. Martin Luginbühl jest językoznawcą, germanistą na Uniwersytecie w Basel (Szwajcaria). Autor m. in.: *Medienkultur und Medienlinguistik. Kontrastive Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tagesschau“ [Kultura mediów a mediolingwistyka. Kontrastywna historia gatunku na przykładzie amerykańskiego „CBS Evening News“ i szwajcarskiego „Tagesschau“]*, Bern 2014.

Prof. dr hab. Bogusław Skowronek jest językoznawcą, polonistą na Uniwersytecie Pedagogicznym im Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (Polska). Autor m. in.: *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013.

- 1. Na gruncie germanistycznym dynamicznie rozwijają się badania nad tekstami medialnymi, mówi się już wręcz o lingwistyce mediów. Jaki jest Pana/Pani zdaniem status badań dotyczących tekstów medialnych w podejściach polonistycznych/ germanistycznych?**

Eva Martha Eckkrammer: We współczesnym nam okresie burzliwych przemian mediów uważam mediolingwistykę za nieodzowną, a jej rozwój oceniam jako bardzo dynamiczny. Paradygmat tej dyscypliny obejmuje zarówno genezę jak i sposób powstawania tekstów w kontekście medialnym, a także, dzięki nowoczesnym metodom (lingwistyki korpusowej), rezultaty, czyli konkretne teksty medialne i związane z nimi mechanizmy recepcji i interakcji w różnych przestrzeniach medialnych. Rozwój takich zjawisk jak serwisy Twitter, WhatsApp, Snapchat itp. i ich osadzenie w mediach społecznościowych, czy też w hipertekście wymagają szerokiego semiotycznego ujęcia i jest to dzisiaj w mediolingwistyce rzecz oczywista. Główna uwaga powinna skupiać się przy tym na rezultatach płynących ze sprzężenia „starych” i „nowych” mediów, gdyż właśnie w tych miejscach szczególnie dobrze uwidaczniają się wzajemne wpływy. Z tego względu byłam i nadal jestem zwolenniczką badań kontrastywnych.

Martin Luginbühl: Mediolingwistyka jest jednym z dynamicznie rozwijających się obszarów lingwistyki stosowanej w krajach niemieckojęzycznych, jeśli jako kryterium posłuży liczba opublikowanych artykułów, tomów zbiorowych i prac wprowadzających. Związane jest to z jednej strony z faktem, iż przedmiot badań mediolingwistyki rozszerzył się w odniesieniu do różnych aspektów wraz z pojawieniem się cyfrowych środków komunikacji (które w drugim dziesięcioleciu XXI wieku trudno określać już jako „nowe media“). W starszych pracach z dziedziny mediolingwistyki z lat osiemdziesiątych XX wieku w centrum badań znajdowały się (patrząc z dzisiejszej perspektywy) tradycyjne dziennikarskie mass media, a więc prasa, radio i telewizja, i były one ukierunkowane w szczególności na analizę produktu; wytwarzanie i odbiór tekstów w.w. mediów badano tylko w wyjątkowych przypadkach. Z nadejściem cyfrowych technologii komunikowania w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku zmieniło się to, ponieważ wraz z zastosowaniem tych technologii powstały nowatorskie formy komunikacji, których spektrum sięga od komunikacji z jednym nadawcą i jednym odbiorcą (prywatne smsy) aż do komunikacji z wieloma nadawcami i wieloma odbiorcami (choćby przykładowo chat), z różnymi formami pośrednimi (jak w przypadku grup WhatsApp lub Twittera). Te formy komunikacji są dzisiaj w wielu przypadkach ściśle związane z komunikacją dziennikarską w mass mediach. Komunikacja dziennikarska w mass mediach ze swojej strony zróżnicowała się wraz z wprowadzeniem nowych technologii – czego wyrazem jest fakt, iż możemy dzisiaj czytać

gazety w formie papierowej, na ekranie komputera, w smartphonie czy też w smartwatchu. To wszystko prowadzi do ogromnego rozszerzenia się przedmiotu badań mediolingwistyki.

Te zmiany w komunikacji interpersonalnej oraz w mass mediach spowodowały ponadto intensyfikację dyskusji nad podstawowymi koncepcjami na tym obszarze. I tak za sprawą nowoczesnych praktyk komunikowania się, które daje się zaobserwować w kontekście nowych technologii, w centrum zainteresowania znalazła się medialność komunikacji, a w szczególności ponowna dyskusja nad kwestią, jak w lingwistyce mediów można sensownie zdefiniować pojęcie „medium”. Dzisiejsza dyskusja stanowi przy tym uzupełnienie aktualnej przez wiele lat definicji mediów jako urządzeń technicznych, które wytwarzają, przekazują i/lub zapisują znaki, o dalsze jej aspekty, takie jak instytucjonalność lub ogólniej mówiąc społeczne ukonstytuowanie, multimodalność i kulturowość. Koncentrowanie się na poszczególnych urządzeniach technicznych jest z jednej strony dlatego problematyczne, ponieważ np. odbiornik telewizyjny bez (instytucjonalnie wyprodukowanych) programów nie może być traktowany jako medium; urządzenia stają się mediami dopiero poprzez działanie komunikacyjne. Z drugiej jednak strony koncentrowanie się na urządzeniach technicznych jest również dlatego problematyczne, ponieważ w czasach medialnej konwergencji przy pomocy komputera mogą być wytwarzane najróżniejsze rodzaje tekstów, tak że dyskusja nad problemem, jakie modalności znaków mogą być wyprodukowane lub wyemitowane przez dane urządzenie techniczne, jest mniej uzasadniona niż ta, jak różnorodne medialne warunki ramowe kształtują użycie określonych znaków.

Bogusław Skowronek: Obecnie status badań tekstów medialnych w polskiej lingwistyce jest dość wysoki, choć nie zawsze tak było. Generalnie ujmując, badania dotyczące tekstów medialnych mają w Polsce stosunkowo długą tradycję (oczywiście mówię tu tylko o analizach lingwistycznych. Pomijam w tym miejscu inne dyscypliny polonistyczne). Jest jednak swoistym paradoksem, że choć pierwsze monograficzne prace językoznawcze na temat komunikatów medialnych (strukturalistyczne z ducha analizy języka w telewizji) pojawiły się w naszym kraju już w latach 70. XX wieku, to odrębna subdyscyplina (paradygmatycznie i teoretycznie określona, z własnym aparatem badawczym) zwana *mediolingwistyką*, której zręby starałem się przedstawić w swojej książce, na gruncie polskim zaistniała dopiero w 2013 roku (więcej na temat historii i statusu badań nad językiem w mediach po 1989 roku napisałem w artykule opublikowanym w „Języku Polskim”, nr 1-2/2015). Oczywiście dokonując pewnej generalizacji, mógłbym powiedzieć, że wcześniejsze lingwistyczne

analizy, dotyczące tekstów medialnych charakteryzowały się wyraźną dominantą „logocentryczną”. Badacz-lingwista występował w pozycji „hegemon” (korzystam tu z terminu Marii Wojtak) i wyodrębniając warstwę językową z tekstów medialnych, spoglądał nań uzbrojony w jednoznacznie określoną językoznawczą metodę, precyzyjny cel badań, mocno też świadom autonomii swej dyscypliny. Jednak w ostatnich latach dostrzeżono ograniczenia tak wąsko definiowanej aparatury analitycznej, stąd też odnotować można pojawienie się orientacji, którą nazywam „komunikacyjno-dyskursywną” lub też „funkcjonalno-komunikacyjną”. W lingwistycznych analizach tekstów medialnych mocno zaczęto podkreślać wagę kontekstów zewnętrznych, uwarunkowań technologicznych poszczególnych mediów, dyskursów ideologicznych. Można rzec, iż w ostatnich latach nasza lingwistyka otworzyła się na to, co w komunikatach medialnych jest nie tylko „językowe”, systemowe, ale wpływając na język, usytuowane „poza nim”. Czy status badań mediolingwistycznych mógłby być w polonistyce jeszcze większy? Oczywiście, ale pod warunkiem, iż wszyscy badacze (nie tylko językoznawcy) uświadomią sobie, jak wielką rolę we współczesnej kulturze pełnią przekazy medialne. Nie ulega bowiem wątpliwości, że media, będąc dla większości użytkowników swoistą „instrukcją obsługi” rzeczywistości i uczestnicząc w procesie nadawania znaczeń, nie tylko dostarczają konkretnych wzorców językowych, ale również współkreują zarówno medialne, jak i językowe obrazy świata.

2. Jak widzi Pan/Pani rolę badań interdyscyplinarnych w odniesieniu do tekstów medialnych?

E.M.E.: W wyniku naszkicowanych przemian mediolingwistyka siłą rzeczy musi działać trans- i – o ile jest to w danej konstelacji możliwe – również interdyscyplinarnie. Ważnych punktów stycznych dostarczają medioznawstwo, teoria komunikacji, semiotyka, ale też informatyka, socjologia i psychologia. Chcąc zbadać choćby wpisy na portalach służących ocenie (np. hoteli, lekarzy itp.) z perspektywy mediolingwistyki, trzeba, aby dojść do wiarygodnych rezultatów, odwołać się do wszystkich wymienionych dyscyplin.

M.L.: Mediolingwistyka jest z mojego punktu widzenia per se dziedziną interdyscyplinarną, ponieważ łączy skierowaną na tradycyjne mass media mediolingwistykę, językoznawstwo i medioznawstwo. Do tego dochodzą również dalsze ważne dyscypliny nieodzowne w kompleksowych analizach komunikacji medialnej, ponieważ użycie języka jest zawsze związane z kontekstem sytuacyjnym i kulturowym w szerokim jego rozumieniu. I właśnie

kontekst kulturowy jest moim zdaniem centralnym aspektem interdyscyplinarnym w lingwistyce mediów. W centrum zainteresowań znajduje się tutaj z jednej strony kwestia, jakie normy i wartości danej grupy wyrażane są w tworzonych przez nią tekstach medialnych. Równocześnie – ponieważ te wartości i normy, aby mogły zostać przez daną grupę przyjęte, dostosowane, przekazywane i zmieniane, muszą być komunikowane – teksty są zawsze źródłem wartości i norm kulturowych. To oznacza również, że owe wartości i normy muszą zostać medialnie zmaterializowane. Tym samym otwiera się poprzez analizę tekstów medialnych i danych pozyskanych na podstawie praktyk komunikacyjnych dostęp do analizy kultur i zachodzących w nich zmian. Przy tym centralną rolę odgrywa stylistyczna aranżacja komunikacji medialnej, ponieważ właśnie poprzez różne formy komunikacji w przypadku porównywalnych działań komunikacyjnych istnieje możliwość ukazania za pomocą powtarzających się wzorców stylistycznych tożsamości i inności, a tym samym różnych sposobów przyswajania świata.

B.S.: Podejście interdyscyplinarne, czy wręcz transdyscyplinarne w badaniach tekstów medialnych jawi się dziś jako oczywiste. Jestem głęboko przekonany, iż interdyscyplinarność to jeden z rudymetów mediolingwistycznej metodologii. Badania tekstów medialnych z perspektywy lingwistyki zawsze muszą mocno bazować na fundamencie wiedzy o mediach – „medialnego kulturoznawstwa”, jak słusznie rzecz nazywa Andrzej Gwóźdź. Winna to być stała praktyka interpretacyjna, twórcza interakcja podejść, wzajemna badawcza inspiracja, motywowanie, ale i przenikanie spojrzeń, działanie systematyczne oraz sfunkcjonalizowane. Duża rola interdyscyplinarności wynika również z tego, że „nadmiarowość” semiotyczna medialnych tekstów i często wymykający się tradycyjnym opisom ich werbalny kształt może rodzić konieczność wykorzystania wielu – czasem wąsko specjalistycznych – podejść badawczych. Dlatego też 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. Jeśli zatem media stają się dziś podstawą myślenia o świecie, naturalnym jest, by w działaniach badawczych zespolić dojrzałą refleksją lingwistyczną z obiektywną, nieuprzedzoną refleksją medioznawczą. Tylko takie interdyscyplinarne podejście umożliwi zrozumienie, zarówno języka, jak i mediów oraz pokazanie, jak one działają, jak konstruują obrazy świata oraz jak łączą się z egzystencjalnym doświadczeniem każdej jednostki.

3. W najnowszych podejściach germanistycznych multimodalność określa się jako kolejną immanentną cechę tekstu. Czy w związku z tym należałoby zrewidować tradycyjne ujęcia tekstu?

E.M.E.: Nie, szerokie komunikacyjne i funkcjonalne pojęcie tekstu, jakie stosuje się już od dłuższego czasu w mediolingwistyce, wystarcza, aby objąć nim również multimodalne produkty tekstowe, uwzględniając przy tym także całościową semiotykę tekstów medialnych. Niewątpliwie mamy jeszcze lekcje do odrobienia, jeśli chodzi o analizowanie multimodalności, zwłaszcza gdy jednocześnie bada się kilka biegnących równolegle i wchodzących we wzajemne interakcje strumieni komunikacyjnych.

M.L.: Sądzę, że dwie kwestie nie podlegają dzisiaj dyskusji: ignorowanie kodu niewerbalnego w lingwistyce tekstu jest tak samo nieadekwatne jak analiza niejęzykowych modalności (jak obraz, muzyka lub dźwięk) przy pomocy środków językoznawczych. To doprowadziło do propozycji zarezerwowania pojęcia „tekstu” dla aspektów językowych wśród biorących udział w komunikacji kompleksów znaków, oraz równocześnie do określania tych kompleksów mianem „komunikatu”. Ja osobiście reprezentuję jednak „semiotyczne pojęcie tekstu” nawiązując do propozycji Ulli Fix. Język nigdy nie występuje w ‚czystej formie’, przyjmuje on – i to jest właśnie centralnym aspektem mediolingwistyki – zawsze zmaterializowaną, a poprzez to zmedializowaną formę (o ile potraktuje się również język mówiony jako formę medializacji). Dlatego ważną rolę odgrywają również w przypadku ‚prostych’ tekstów drukowanych, występujących bez ilustracji, aspekty takie jak typografia lub kolorystyka, ewentualnie również kontury/linie graniczne, słupki, pola kolorystyczne i inne elementy. Stwierdzenie, że teksty nigdy nie przybierają formy ‚czysto językowej’, daje się zaobserwować również w pracach opierających się na wąskim pojęciu tekstu. Jednakże dzisiaj mamy do czynienia w większości przypadków z kompleksami znaków występujących w komunikacji, które cechują się semiotycznie dużą kompleksowością i łączą ze sobą język, obraz, ewentualnie również muzykę i inne odgłosy w ten sposób, że wypowiedzi na temat cech charakterystycznych tych kompleksów są tylko wtedy możliwe, gdy zostaną uwzględnione wszystkie modalności, a przede wszystkim ich współdziałanie, które Ludwig Jäger określa pojęciem ‚transkrypcji’. Ponieważ pojęcie tekstu odnosi się właśnie do tego ‚spłotu’, nie jest moim zdaniem zbyt pomocne ograniczanie go do znaków językowych i parajęzykowych. Co nie oznacza jednakże – i to jest kolejny aspekt

interdyscyplinarności – że modalności niejęzykowe nie wymagają swoich własnych kategorii i metodologii analizy.

B.S.: Z *multimodalnością* w polskiej lingwistyce jest pewien kłopot, wydaje się bowiem, iż termin ten nie jest jeszcze zadomowiony w rodzimej tradycji i praktyce badawczej. Przede wszystkim kategoria ta nie jest do końca zdefiniowana, wiele terminów jest traktowanych synonimicznie: *komunikaty mieszane*, *multisemiotyczność*, *polisemiotyczność*, *wielokodowość*, mało precyzyjne są także zakresy jej stosowania w konkretnych badaniach. Problemy te dobrze omówiła Jolanta Maćkiewicz w swoim referacie wygłoszonym podczas konferencji „Język a media. Zjawiska językowe i komunikacyjne we współczesnych mediach”, którą zorganizowałem w Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie w marcu 2014 roku. Dla mnie nie ulega wątpliwości, że narracja medialna jest zawsze polisemiczna, czyli multimodalna. Systemy semiotyczne danego medium, każda z jego warstw przekazu (różne semiosfery, poszczególne *modusy*: zdjęcia, grafiki, ruchomy obraz, dźwięk, język mówiony i/lub pisany) wchodzi ze sobą w wieloaspektowe interakcje, a wzajemnie zespolone w płaszczyźnie znaczeń, tworzą semantyczną całość, z reguły też nową jakość. Symbioza strumieni informacji płynących do użytkownika, ich oddziaływanie i przenikanie, sprawiają, że poszczególnych warstw nie można analizować oddzielnie. Oczywiście, mam świadomość, że kategoria *multimodalności* nie dotyczy wyłącznie tekstów medialnych, chociaż taka optyka przeważa w polskich badaniach. Zwłaszcza badacze niemieccy podkreślają, iż *multimodalność* tyczy każdego tekstu (wypowiedzi). Dzięki zastosowaniu tej kategorii można odsłaniać bogatą oraz zróżnicowaną „tektonikę” warstw tekstu (każdej wypowiedzi), pokazywać poszczególne *modusy* w ich semiotycznym ustrukturyzowaniu. Tym samym zmienia się – rozszerza – definicja tekstu, szczególnie ta klasyczna, językoznawcza, o proveniencji strukturalistyczno-formalnej. Sądzę, iż definicje takich pojęć, jak *tekst* czy *dyskurs* powinny być zawsze operacyjne, dostosowane do specyfiki badanych zjawisk. Najbliższa jest mi orientacja kulturowa, w której tekst rozumiany jest jako to wszystko, co wytwarza sensowne znaczenie w wyniku praktyk znakowych (semiotycznych) i jest spajane w koherentną całość w każdorazowym akcie odbioru. Zatem, głównym wyznacznikiem tekstowości jest dla mnie zdolność do generowania znaczeń, niezależnie od typu, liczby oraz wzajemnych relacji systemów semiotycznych w to zaangażowanych.

4. Jakie trudności dostrzega Pan/Pani w odniesieniu do analiz tekstów medialnych w kontekście badań interdyscyplinarnych i jakie widzi Pan perspektywy rozwoju w tym zakresie?

E.M.E.: Prawdziwa interdyscyplinarność niesie ze sobą na wielu płaszczyznach dodatkowe wyzwania, ale i dodatkowe możliwości, gdyż już samo opracowanie jednej wspólnej podstawy badawczej stanowi trudne zadanie zarówno pod względem koncepcyjnym jak i terminologicznym. W przypadku podejścia transdyscyplinarnego, gdy mediolingwistyka wykorzystuje dla własnych celów paradygmaty, teorie i modele dyscyplin pokrewnych, łatwiej osiągnąć konkretne rezultaty.

M.L.: Duża trudność badań interdyscyplinarnych polega na tym, że w przypadku kompleksowych analiz semiotycznych tekstów nie można ograniczyć się jedynie do podejść lingwistycznych. My jako lingwiści mamy jednak z jednej strony skłonność do ujmowania języka jako dominującej modalności, z drugiej jednak strony istnieje duża pokusa, by analizować modalności niejęzykowe przy pomocy kategorii ukonstytuowanych lingwistycznie.

B.S.: Przede wszystkim pamiętać trzeba, że media (dziś zwłaszcza cyfrowe), ich oferta tekstowo-genologiczna oraz język tam funkcjonujący dynamicznie się rozwijają i nieustannie zmieniają. Jest to przestrzeń nieustannie obfitująca w nowe zjawiska – dlatego też badawczo niewyczerpana i przez to będąca ciągłym wyzwaniem dla badaczy. Generalnie ujmując, wyzwaniem przyszłości dla badań staje się posiadanie odpowiednich, badawczo „wydolnych” metodologii oraz adekwatnych narzędzi analitycznych. Z pewnością obszar Internetu – jako najszybciej rozwijająca się przestrzeń komunikacji medialnej – będzie najciekawszym (i najbogatszym w materiał językowy) polem do lingwistycznych dociekań. Warto też byłoby podjąć szerszej zakrojone badania nad komunikacyjno-językowym podziałem ogółu społeczeństwa na odrębne wspólnoty dyskursu, zespolone ideologicznie, z własnym kodem oraz obrazem świata. Media takie wspólnoty bardzo mocno konstytuują, równocześnie aktywność użytkowników (cecha kultury partycypacji) radykalnie czasem modyfikuje tradycyjne modele medialnej komunikacji. Z pewnością analizy medialnych obrazów świata oraz badania semantyczne i kognitywne winny być ważną częścią kolejnych dociekań nad językiem w mediach – co rzecz jasna nie wyklucza innych tematów oraz podejść

badawczych. Trzeba się z kolei wystrzegać „imperializmu metodologicznego”, wytyczania ostrych granic przez poszczególne (sub)dyscypliny medioznawstwa i lingwistyki oraz przekonania, że ich narzędzia są jedynie adekwatne w opisie tekstów medialnych. W dłuższej perspektywie przy otwartości badawczej mediolingwistyczne analizy mogą nader precyzyjnie i wyczerpująco ukazać i wyjaśnić wieloaspektowe, wzajem warunkujące się uwikłanie systemu językowego, sposobów porozumiewania się, przekazów (konkretnych tekstów), samych technologii medialnych oraz zewnętrznych okoliczności ich funkcjonowania. Trzeba tylko spoglądać na wszelkie realizacje językowe motywowane medialnie w ich „naturalnym” środowisku – w kontekście konkretnego przekaznika, współczesnej wiedzy o mediach oraz tendencji rozwojowych kultury i językoznawstwa.

Tłumaczenie wypowiedzi Ewy Marthy Ecckrammer: Marta Smykała

Tłumaczenie wypowiedzi Martina Luginbühla: Agnieszka Mac

Opracowanie: Anna Hanus
