

Danuta Kępa-Figura
Marta Jarosz

Mediolingwistyczne perspektywy badań nad multimodalnością mediów

Abstract

The text serves a dual purpose: it is an editorial introduction to the thematic part of the quarterly issue „Kultura Media Teologia” (4/2025), devoted to media linguistics research on media multimodality, and a cross-sectional view of the development of Polish media linguistics and the need to take it into account in the scientific analysis of the media.

Keywords

media linguistics, media multimodality

Abstrakt

Tekst pełni dwojaką funkcję: jest wstępem redakcyjnym do tematycznej części numeru kwartalnika „Kultura Media Teologia” (4/2025), poświęconej mediolingwistycznym badaniom multimodalności mediów, oraz przekrojowym spojrzeniem na rozwój polskiej mediolingwistyki i potrzebę jej uwzględniania w naukowej analizie mediów.

Słowa kluczowe

mediolingwistyka, multimodalność mediów

W lipcu 2023 roku w czasopiśmie „Kultura Media Teologia” ukazał się tematyczny numer *Mediolingwistyczne badania mediów w erze platform, algorytmów i danych* („Kultura Media Teologia” 54/2023), opracowany przez członków i sympatyków sekcji „Język w mediach” Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Złożyły się nań artykuły Mikołaja Bajewa, Marty Jarosz, Marka Kochana, Doroty Marquardt, Matyldy Sęk-Iwanek, Magdaleny Ślawskiej, Jacka Wasilewskiego i Agaty Kostrzewy oraz Katarzyny Zdanowicz-Cyganiak. Publikacje te ukazały możliwości mediolingwistycznego paradygmatu w badaniach tekstowych reprezentacji mediów, a właściwie – zgodnie z koncepcją mediolingwistyki otwartej – w badaniach mediów, których punktem wyjścia jest refleksja dotycząca ich tekstowych reprezentacji. Jak czytamy w artykule *Gatunek jako kategoria mediolingwistyczna, czyli działy mediolingwistyki otwartej* (Kępa-Figura, 2023, s. 64), „mediolingwistyka nie zajmuje się wyłącznie badaniem języka mediów, ale po prostu badaniem mediów”, a jej celem jest – po pierwsze

opis właściwości medialnie zapośredniczonego tekstu jako przedstawiciela danego gatunku, z jego uwarunkowaniami strukturalnymi (formalnymi), poznawczymi, pragmatycznymi i stylistycznymi, a także opis tego tekstu jako wyimka reprezentowanego przezeń dyskursu,

a po drugie – „zrozumienie komunikacji medialnej, uchwycenie jej zmiennej natury, odkrywanie sposobów jej funkcjonowania”. 54. numer KMT jest dowodem tych możliwości mediolingwistyki.

Niniejszy, 64. numer KMT, zatytułowany *Multimodalność w badaniach mediolingwistycznych*, jest kontynuacją numeru 54. Powiązania tych dwóch numerów są oczywiste – wspólnota środowiska autorów i projektujących numer redaktorek oraz przyjętej perspektywy badawczej. Numer *Multimodalność w badaniach mediolingwistycznych* został opracowany i zrealizowany przez członkinie i członków tej samej sekcji PTKS, co numer 54. Piszemy, nie podając nazwy – „tej samej sekcji PTKS” – ponieważ podczas VII Kongresu tego Towarzystwa, który odbył się we wrześniu 2025 roku w Katowicach, ogłoszona została zmiana jej nazwy z „Język w mediach” na zaproponowaną przez przewodniczącą sekcji i zaakceptowaną przez jej członkinie i członków – „Mediolingwistyka”. Zmiana ta jest znamieną. Od czasu reaktywacji sekcji „Język w mediach” podczas poznańskiego IV Kongresu PTKS (we wrześniu 2016 roku) dużo się zmieniło – przede wszystkim przekonanie dotyczące zasadności prowadzenia izolowanych badań języka w mediach.

Mediolingwistyka została w Polsce proklamowana w 2012 roku przez Bogusława Skowronka jako subdyscyplina językoznawstwa i medioznawstwa, której

głównym przedmiotem zainteresowania winny być wszelkie fakty językowe (zdarzenia lingwistyczne) warunkowane (motywowane) mechanizmami medialnymi – to znaczy takie

zjawiska, których kształt i charakter określają, determinują (w wersji łagodnej) poszczególne media, wraz z kontekstami swego funkcjonowania (Skowronek, 2012, s. 342).

Polscy mediolingwiści (także autor cytowanej wypowiedzi) szybko od takiego sposobu myślenia odeszli. Jest to konsekwencja przemian komunikacji medialnej i rozwoju mediolingwistyki.

Pisząc o przemianach komunikacji medialnej, mamy na myśli zarówno motywowaną technologicznie, postępującą hybrydyzację znakową mediów, jak i zmianę modelu ich użytkowania. Coraz bardziej multimodalne teksty medialne są dzisiaj dziełem nie tylko wyspecjalizowanych instytucji medialnych, ale także niegdysiejszych odbiorców medialnych, którzy wyposażeni w nowoczesne technologie stali się użytkownikami mediów – jednoosobowymi „instytucjami” medialnymi. Świadomość znakowej hybrydyczności mediów jest coraz powszechniejsza. Mediolingwistyka podąża za tymi zmianami.

Impulsem rozwoju polskiej mediolingwistyki było zaczerpnięcie z niemieckiej i angielskiej literatury przedmiotu kategorii multimodalności. Zasługi we wprowadzeniu tej kategorii w przestrzeń polskiej mediolingwistyki mają polscy mediolingwiści germanistyczni – zarówno jako tłumacze literatury publikowanej w języku niemieckim, jak i jako autorzy autorskich publikacji (por. np. Jarosz, Opiłowski, Staniewski, 2015; Czachur, Hanus, Miller 2022; Mac, 2022), a także gdańska badaczka Jolanta Maćkiewicz (2016, 2017).

Mówiąc o zmianach w sposobie myślenia o przedmiocie analiz mediolingwistyki, należy odnotować koncepcyjne opracowania Kępy-Figury (2021 i 2023) i Skowronka (2024). Lubelska mediolingwistka w artykule o znamienym tytule (*Multimodaler Text als Gegenstand linguistischer Forschung*, uwewnętrznizszy stwierdzenie Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena „All Texas are multimodal” datowane na lata 90. XX wieku (por. Klemm&Stöckl, 2015, s. 47–48) dowodzi zasadności traktowania multimodalności jako właściwości każdego, także pozornie monomodalnego tekstu medialnego i projektuje mediolingwistykę jako subdyscyplinę, której obiektem analizy nie jest język, lecz tekst (Kępa-Figura, 2021). Deklarację tę powtarza w artykule konstytuującym koncepcję mediolingwistyki otwartej (Kępa-Figura, 2023). Obiektem badań mediolingwistycznych ma być „nie język komunikacji medialnej, ale tekst medialny” rozumiany jako „całościowy komunikat o (potencjalnie) niejednorodnej znakowo formie” (Kępa-Figura, 2023, s. 64),

Tym tropem podąża Skowronek w monografii *Mediolingwistyka dekadę później* (Skowronek, 2024, s. 111–112):

W *Mediolingwistyce*. Wprowadzeniu pisałem, że cel główny badań omawianej dyscypliny to „komunikacja medialna i jej językowe realizacje” (Skowronek 2013: 106). W innym miejscu precyzowałem, iż „mediolingwistyka zajmuje się głównie analizowaniem konkretnych tekstów,

czyli badaniem użycia języka w jego medialnym kontekście” (Skowronek 2013: 173). I chociaż owo „badanie użycia języka” pozostaje dla mnie nadal podstawą mediolingwistyki, to jednak sądzę, że dziś, dekadę później – pragnę zmienionej i uzupełnionej przeze mnie tutaj – definicji. Zacytowane zdanie powinno obecnie brzmieć następująco: mediolingwistyka zajmuje się głównie analizowaniem konkretnych tekstów, czyli badaniem wszelkich kodów semiotycznych – w tym języka – w ich medialnym kontekście*. Uważam, że w badaniach mediolingwistycznych nie można analizować pasma językowego w oderwaniu od innych modusów semiotycznych. Mam tu na myśli uniknięcie „werbocentryzmu badawczego” (Kępa-Figura 2022: 303), traktowanego jako jedyne podejście. To przede wszystkim kategoria multimodalności, wcześniej nie tak mocno przeze mnie podkreślana, poszerzyła przedmiot badań mediolingwistyki, wyraźnie akcentując potrzebę wychodzenia w analizach poza monomodalne pasmo verbum (pisane lub mówione). Tym samym moje stwierdzenia z 2013 roku, iż w mediolingwistyce tekstami są wszelkie „wyodrębnione zdarzenia lingwistyczne motywowane medialnie”, „lingwistyczne aspekty komunikatów medialnych” (Skowronek 2013: 106), należy rozszerzyć i doprecyzować. Obecnie rudymenarne dla mediolingwistyki jest założenie, że na tekst medialny trzeba zawsze spoglądać w wieloaspektowych interakcjach języka z innymi modusami semiotycznymi.

Patrząc na proces włączania spostrzeżenia multimodalności tekstów medialnych w zakres polskiej mediolingwistyki, należy zauważyć, że dowody konieczności uwzględniania w polskich badaniach mediolingwistycznych pełnego znakowego skomplikowania komunikacji medialnej miały początkowo charakter postulatów, potem częściowych analiz. Dzisiaj wchodzi w fazę szczegółowych rozwiązań koncepcyjnych. W numerze przez nas opracowanym zawarte zostały analityczne dowody realności multimodalności komunikacji medialnej, jak i koncepcje służące zrozumieniu istoty multimodalności mediów.

Numer otwiera artykuł *Multimodalność mediów (społecznościowych). Perspektywa mediolingwistyczna* Danuty Kępy-Figury (2025). Autorka, wykorzystując przykład memu jako gatunku, którego kontekstem życiowym są media społecznościowe, wpisuje zjawisko multimodalności mediów w koncepcję mediolingwistyki otwartej. Prowadzi ją to do uznania multimodalności za parametr każdej z czterech płaszczyzn funkcjonowania mediów społecznościowych (strukturalnej, stylistycznej, semantycznej i pragmatycznej) i włączenia problemu multimodalności w zakres wszystkich działów mediolingwistyki (syntaktyki mediów, stylistyki mediów, epistemologii mediów i pragmatyki mediów). Autorka traktuje multimodalność jako właściwość ugatunkowanego tekstu medialnego i dyskursu medialnego, którego wyimkiem jest ten tekst, wyróżnia przy tym modus technologiczny. Kolejne artykuły stanowią rozwinięcie myśli zawartych w tym opracowaniu, jednak niemal wszyscy autorzy traktują multimodalność jako problem przede wszystkim struktury i semantyki tekstu medialnego. Na stylistyczne konteksty multimodalności zwracają uwagę

jedynie Aleksandra Urzędowska i Matylda Sęk-Iwanek. Wiążą je z multimodalnymi uwarunkowaniami pragmatyki. Perspektywę funkcjonalności tekstu uwzględnia także Magdalena Pataj.

Publikacje zawarte w redagowanym przez nas numerze świadczą o wielopoziomowości problemu multimodalności. Wszyscy autorzy zajmują się multimodalnością tekstu i wpisują ten parametr w porządek genologiczny. Kępa-Figura jako ilustracje formułowanych tez wykorzystuje przykłady memów. Aleksandrę Urzędowską spostrzeżenie multimodalności prowadzi do wyróżnienia cyfrowego reportażu jako nowego gatunku. Z kolei Mikołaj Bajew rozpoznaje, zawarty w spontanicznych wypowiedziach uczestników dyskursu o grach cyfrowych, obraz dźwiękowości gier. W kolejnych trzech artykułach – Patryka Iwańczyka, Magdaleny Pataj i Patrycji Winiarczyk – kwestia gatunkowości analizowanych przykładów jest obecna, ale nie jest najważniejsza. Autorzy skupiają się na multimodalności tekstowości. Nie rozwijają teoretycznej refleksji dotyczącej multimodalności artykułu publicystycznego (Iwańczyk), filmu ekologicznego (Pataj) czy filmu fabularnego (Winiarczyk). W ostatnim z tych przypadków kwestia gatunkowości nie jest zresztą oczywista.

Osobnej zapowiedzi wymaga artykuł Sylwii Sojdy *Badania mediolingwistyczne na Słowacji* (2025). Wnikliwe, przekrojowe spojrzenie na badania słowackie pozwala Sojdzie na zakreszenie granic słowackiej mediolingwistyki – jej genezy i zakresu jej zainteresowań. I – co ważne dla naszego numeru – na określenie stopnia zainteresowania mediolingwistów słowackich problematyką multimodalności.

Kończąc tę sproblematyzowaną zapowiedź 64. numeru KMT, formułujemy postulaty dotyczące dalszych kierunków badań oraz praktycznych implikacji multimodalności w komunikacji medialnej. Doceniwszy próby ujęć koncepcyjnych, pozostając we wdzięczności za analizy multimodalne, życzyłybyśmy sobie, aby multimodalność przekazów medialnych była częstszym przedmiotem refleksji praktyków dziennikarstwa. Widzimy też społeczną odpowiedzialność mediolingwistyki w staraniach o konfrontowanie zamiarów twórców przekazów medialnych (mniej lub bardziej świadomych swoich działań) z odbiorem tych treści przez użytkowników.

Bibliografia

- Bajew, M. (2023). Poszukiwanie śladów tożsamości gracza w opiniach o grach wideo. *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 31–50, DOI 10.21697/kmt.2023.54.02.
- Jarosz, J., Opiłowski R., Staniewski P. (2015) (eds.): *Lingwistka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław-Dresden, 45–56.
- Jarosz, M. (2023). Transmisja sprzedażowa na Facebooku jako gatunek internetowy i wspólnototwórczy akt komunikacji oraz rozrywkowe show, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 67–86, DOI 10.21697/kmt.2023.54.04.
- Kępa-Figura, D. (2021). (Multimodaler) Text als Gegenstand linguistischer Forschung, *tekst i dyskurs – text und diskurs*, 15, 137–155, DOI:10.7311/tid.15.2021.05.
- Kępa-Figura, D. (2023). Gatunek jako kategoria mediolingwistyczna a działy mediolingwistyki otwartej, *Prace Językoznawcze*, XXV/3, 61–73, DOI 10.31648/pj.9182.

- Klemm, M., Stöckl, H. (2015). Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze. In J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski (eds.): *Lingwistka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław-Dresden, 45–56.
- Kochan, M. (2023). Retoryka botów: autoprezentacja, tożsamość, wizerunek, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 109–128, DOI 10.21697/kmt.2023.54.06.
- Mac, A. (2022). Multimodalność przekazów medialnych – główne założenia analizy tekstów audiowizualnych na przykładzie telewizyjnej prognozy pogody. Perspektywa germanistyczna, *Prace językoznawcze*, 81–98, DOI 10.31648/pj.8164.
- Maćkiewicz, J. (2016). Jak można badać przekazy multimodalne. *Język Polski*, 96(2), 18–27. DOI: doi.org/10.31286/Jp.96.2.3.
- Maćkiewicz, J. (2017). Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów. *Studia Medioznawcze*, 69(2), 33–42. DOI: <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2017.69.388>
- Marquardt, D. (2023). Struktura dialogu z chatbotem w ujęciu mediolingwistycznym, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 87–108, DOI 10.21697/kmt.2023.54.05.
- Sęk-Iwanek, M. (2023). Slow media – Slow comics. Komiks wobec przemian epoki cyfrowej w świetle idei wolnych mediów, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 51–66, DOI 10.21697/kmt.2023.54.03.
- Skowronek, B., (2024). Mediolingwistyka dekadę później, Kraków: Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Ślawska, M. (2023). Dziennikarz w czasach platform i algorytmów – wywiady „Press” z Dziennikarzami Roku, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 11–30, DOI 10.21697/kmt.2023.54.01.
- Wasilewski, J., Kostrzewa A. (2023). Przyjazny i formalny bot: poczucie wstydu i satysfakcji w komunikacji z botem pierwszego kontaktu, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 129–144, DOI 10.21697/kmt.2023.54.07.
- Zdanowicz-Cyganiak, K. (2023). Współczucie w cyfrowych narracjach zwierzeniowych – studium przypadku, *Kultura Media Teologia*, 54(2023), 145–159, DOI 10.21697/kmt.2023.54.08.