



Status, historia, ludzie i organizacje polskiej mediolingwistyki

Iwona Loewe

Uniwersytet Śląski w Katowicach

iwona.loewe@us.edu.pl

ORCID: 0000-0002-5959-8938

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest opis statusu i historii badań mediolingwistycznych w Polsce. Rozważania obejmują metodologie, w tym metody stosowane przez mediolingwistów, obiekt badań mediolingwistyki (praktyki komunikacyjne w mediach masowych, nowych mediach i mediach społecznościowych) oraz przedmioty jej badań (teksty tworzące gatunki, style i dyskursy). **Metody badań:** artykuł ma charakter teoretyczno-metodologiczny. Wykorzystując metodę deskrypcyjno-wyjaśniającą, przedstawiono w nim zaplecze badawcze lingwistyki mediów. **Wyniki i wnioski:** rekonesans pozwolił stwierdzić, że mediolingwiści w Polsce korzystają z metod badawczych znanych tradycji lingwistycznej – analizy ilościowej, analizy jakościowej, analizy treści – oraz tych, które z niej wyewoluowały: językowego obrazu świata, medialnego obrazu świata, analizy i syntezy tekstuologicznej, analizy i syntezy genologicznej, analizy multimodalnej, dyskursywnego obrazu świata, analizy dyskursu. W artykule postuluje się następujący profil subdyscypliny: lingwistyka mediów to językoznawczo, w tym też semiotycznie zorientowana nauka o komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, nowych mediów i mediów społecznościowych. W konkluzji stwierdza się, że niezależnie od tempa i kierunku rozwoju mediolingwistyki to tekst, w tym tekst multimodalny, jest wyjściowym przedmiotem analizy i podstawą do syntez. **Oryginalność i wartość poznawcza:** artykuł ilustruje aksjomat o fundamentach dyscypliny naukowej. Powszechnie wiadomo, że nauki tworzą ludzie – zorganizowani w pewnej przestrzeni i czasie – oraz objekty ich badań. Naukoznawstwo uznaje, że o statusie dyscypliny stanowi wypracowana przez tych ludzi i dostosowana do obiektu badań metodologia. Ta zawiera zespół sądów teoretycznych, na których opierają się skuteczne metody, prowadzące do miarodajnych wyników. Te warunki teoretyczne w artykule są odnoszone do mediolingwistyki jako subdyscypliny filologicznej. Autorka przekonuje, że teoretycznym zapleczem lingwistyki mediów winny być nie tylko semantyka kognitywna i etnolingwistyka, ale także semiotyka, prasoznawstwo, pragmalingwistyka, socjolingwistyka, genologia językoznawcza, genologia multimedialna, stylistyka interakcyjna, stylistyka multimedialna, a z nowych aktualnych na rynku naukowym: lingwistyka dyskursu, lingwistyka koloru, komunikologia.

SŁOWA KLUCZOWE

bańki filtrujące, lingwistyka koloru, lingwistyka mediów, multimodalność, tekst medialny

Współcześni badacze nauk humanistycznych i społecznych poszerzyli znacząco krąg swoich zawodowych dociekań. Doszło do tego z kilku powodów. Czasy pozbawione wielkich konfliktów zbrojnych służą rozwojowi tych dziedzin nauki. Ich twórcy, po pierwsze, mogą z dobrym skutkiem w sprzyjających warunkach pracować intelektualnie, po drugie ich podstawowy obiekt badawczy – człowiek ze swoimi symbolicznymi wytworami – także z dobrym skutkiem dostarcza naukowcowi materiału, uczestnicząc aktywnie w kulturze, życiu społecznym, publicznym, wreszcie medialnym. Tak dobre warunki pracy, lawinowy wzrost praktyk komunikacyjnych użytkowników kultury, a ponadto poszerzanie się kręgu zainteresowań badaczy przyczyniły się w ostatnim osiemdziesięcioleciu do wzajemnego zbliżania się dyscyplin naukowych. Widać to w nowych nazwach dyscyplin, subdyscyplin albo po prostu programów badawczych. Jedne syntetyzują dokonania innych dyscyplin, inne uszczegóławiają metody lub obiekty badań niegdyś nadrzędnych dyscyplin. Do pierwszych należy komunikologia czy dyskursologia, w tym lingwistyka dyskursu; do drugich – geopoetyka, kultury mediów, pedagogika humanistyczna, aksjolingwistyka, bibliometria, lingwistyka mediów (mediolingwistyka). Niniejszy tekst poświęcony jest prezentacji ostatniej z wymienionych subdyscyplin – mediolingwistyki. Jak mogłoby wynikać z nazwy, jest ona połączeniem medioznawstwa czy mediologii i lingwistyki, może też być lingwistyką zorientowaną tylko na media albo użyciem metodologii językoznawczych w obiektach zainteresowania medioznawstwa czy mediologii. Poniżej podjęta została próba specyfikacji naukoznawczej mediolingwistyki i objaśnienia, dlaczego wnioskowanie jedynie z nazwy może nie przynosić poprawnych efektów poznawczych.

Status

Mediolingwistyka w Polsce dzięki monografii Bogusława Skowronka *Mediolingwistyka. Wprowadzenie* (2013) zyskała swoją nazwę. Współgra ona z językoznawczą myślą rosyjską oraz tytułem czasopisma Komisji (*nomen omen*) Mediolingwistycznej przy Międzynarodowym Komitecie Sławistów. Jednak zarówno czasopismo z Petersburga, jak i pozostała część narodowych lingwistik używa wyrażenia „lingwistyka mediów”, w wersji angielskiej *media linguistics*. To określenie stosuje się zresztą i w Polsce, wymiennie z powyższym złożeniem (por. *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń* pod redakcją Romana Opilowskiego, Józefa Jarosza, Przemysława Staniewskiego (2015), *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów* Iwony Loewe (2018), *Novogodneye obrashcheniye lidera gosudarstva kak ritual'nyy zhanr mediadiskursa na materiale rossijskikh, nemetskikh i pol'skikh vystupleniy. Medialingvisticheskiy analiz* Marty Noińskiej (2020), *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne* Bogusława Skowronka (2020), wreszcie przygotowywana do publikacji *Encyklopedia mediolingwistyki*). W obiegu funkcjonują nazwy, ale nade wszystko badania mediolingwistyczne. Zdarza się nierzadko, że badania nie są określane jako mediolingwistyczne, choć przynoszą wyniki w zakresie obiektu i przedmiotu tej subdyscypliny, a uczeni wykorzystują zespół metod dla niej właściwy. Mediolingwistyka jako subdyscyplina językoznawstwa nie zrodziła się bowiem bez zaplecza teoretycznego i metodologicznego. Poniżej ukazane zostanie tło, które pozwoliło na proklamowanie lingwistyki mediów jako programu na miarę nauki.

Metodologia

Artykuł ma charakter teoretyczno-metodologiczny, jego celem jest opisanie statusu i historii badań mediolingwistycznych w Polsce. Rozważania obejmują metodologie, w tym metody stosowane przez mediolingwistów (narzędzia badawcze), obiekt badań (zjawiska, fakty albo materie, wobec których naukowiec stawia pytania badawcze) mediolingwistyki oraz przedmioty jej badań (hipotezy i pytania badawcze prowadzące do rozwiązania szczegółowego problemu naukowego). Aby ukazać zaplecze badawcze lingwistyki mediów, wykorzystano metodę deskrypcyjno-wyjaśniającą. W związku z tym artykuł nie ma oryginalnej bazy materiałowej, korpusem pozostają dokonania naukowe polskich badaczy we wskazanym zakresie (metody, obiekt i przedmioty badań).

Historia mediolingwistyki

Artykuł wynika z zainteresowania stanem badań mediolingwistycznych w Polsce. Od 2013 roku polscy lingwiści podejmują liczne i ściśle badania zwane już wówczas mediolingwistycznymi. Określanie ich w taki właśnie sposób stało się uprawnione po wprowadzeniu przez Bogusława Skowronka do polskiego dyskursu naukowego terminu „mediolingwistyka” i wyłożeniu rudymetów tej subdyscypliny we wspomnianej wyżej monografii *Mediolingwistyka. Wprowadzenie* (2013). Jednak badania te zyskały też wymiar instytucjonalny. Kilkoro polskich lingwistów brało udział w tworzeniu Komisji Mediolingwistycznej przy Międzynarodowym Komitecie Sławistów (MKS). Od roku 2021 członkami prezydium Komisji są językoznawcy polscy – profesorowie Danuta Kępa-Figura i Bogusław Skowronek. Warto zaznaczyć, że członkowie Komisji Mediolingwistycznej wspólnie z jej prezydium opracowują kluczowe problemy tej subdyscypliny i prezentują je w syntetyczny sposób na kolejnych Kongresach Międzynarodowego Komitetu Sławistów. Mowa tu zarówno o sekcjach na zjeździe MKS w Belgradzie w 2017 roku, jak i przygotowywanej już teraz sekcji na kongres w Paryżu w 2023 roku. Niezwykle prężnie działającym organem czasopiśmienniczym Komisji jest kwartalnik „Media Linguistics” (<https://medialing.ru>), w którym publikują autorzy świadomi narzędzi i celów mediolingwistycznych.

Kolejnym obszarem instytucjonalnej działalności są regularne zjazdy naukowe członków Komisji: w 2016 roku w Warnie, w 2017 roku w Petersburgu, w 2019 roku w Moskwie i w 2020 roku w Petersburgu (a właściwie bez miejsca wydarzenia, bo w formule zdalnej). Polska włącza się w organizację kolejnych spotkań członków Komisji (choć nie tylko) w Krakowie, gdzie z inicjatywy Bogusława Skowronka na Uniwersytecie Pedagogicznym odbywają się od 2015 roku co dwa lata konferencje pod nadrzędnym tytułem *Język a media*. Pokłosiem tych spotkań są rzecz jasna tomy gromadzące omówione na nich problemy (Skowronek, Horyń, & Walecka-Rynduch, 2016, 2018, 2020). Kolejną formą łączności mediolingwistów są spotkania, które organizuje w różnych miastach Polski co roku Danuta Kępa-Figura, przewodnicząca Komisji Języka w Mediach przy Polskim Towarzystwie Komunikacji Społecznej. Są to sympozja, na których dyskutowane są problemy z zakresu metod, obiektu i przedmiotu badań lingwistyki mediów¹. Z kolei w Wydawnictwie UMCS cyklicznie publikowane są tomy pod zbiorczym tytułem *Współczesne media* (Hofman & Kępa-Figura, 2020). Konferencja pod taką nazwą odbywa się również corocznie wiosną w Lublinie od roku 2009. W tomach tych przedstawia się także efekty dyskusji na temat problemów z zakresu mediolingwistyki.

Na pozostałych polskich uniwersytetach mediolingwiści funkcjonują albo w ramach struktury, która przez swoje nazewnictwo określa ich badania, albo w jednostce, która nazwą może nie

¹ Ostatnie takie sympozjum odbyło się 9 lipca 2021 roku w Lublinie.

porządkować tych badań. Do pierwszych należy Uniwersytet Wrocławski, który stworzył Pracownię Lingwistyki Mediów, oraz Uniwersytet Rzeszowski z Zakładem Mediolingwistyki w ramach Katedry Językoznawstwa Stosowanego. Wśród drugich znajdują się Uniwersytety Łódzki oraz Warmińsko-Mazurski, na których pracują uznani mediolingwiści polscy biorący obecnie udział w tworzeniu encyklopedii tej subdyscypliny językoznawstwa. Od wielu lat istotne oraz interesujące badania w tym zakresie prowadzą też pracownicy Uniwersytetu Warszawskiego, działający co najmniej w czterech jego jednostkach – na Wydziale Polonistyki oraz na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, w Katedrze Języka Mediów, Katedrze Fotografii i Genologii Dziennikarskiej i Katedrze Antropologii Mediów. Naukowcy z tego uniwersytetu zasilają grono dyskutantów każdego mediolingwistycznego sympozjum (por. Burkacka, 2020; Czachur, 2019; Jupowicz-Ginalska, 2018; Kaszewski, 2018, 2020). W Katowicach natomiast na Uniwersytecie Śląskim pracują językoznawczynie, które swoimi monografiami udowadniają skuteczność poznawczą eklektyzmu w nauce (Kalisz, 2019; Kita, 1998; Loewe, 2007, 2018a; Ślawska, 2004, 2019; Tyc, 2018). Warto dodać, że to w Wydawnictwie Uniwersytetu Śląskiego powstała seria antologii, które zgromadziły na użytek kształcenia akademickiego (choć przecież nie tylko) teksty analityczne oraz syntetyczne, których obiektem badań pozostawały praktyki komunikacyjne w mediach: prasie, radiu, telewizji, internecie, kinie. Antologie te zbierają teksty wydane między rokiem 1970 a 2020 i przypominają czytelnikom nazwiska polskich lingwistów, którzy media uczynili obiektem badań z użyciem różnych metod lingwistyki, aktualnych na danym etapie rozwoju badań w językoznawstwie (Kita & Loewe, 2012, 2016, 2017, 2018, 2019, kolejna w druku). Ten zbiór 96 przekrojowych chronologicznie, autorsko i metodycznie artykułów przekonuje, że ewolucja współczesnej mediolingwistyki jest umocowana w polonistycznym językoznawstwie środowiskowo, organizacyjnie oraz metodologicznie.

Powyżej zreferowana została historia mediolingwistyki z perspektywy ludzi, wydarzeń i organizacji, które ją konstituowały. Jednak droga do niej to także historia obiektu badań, czyli mediów. Wydaje się, że pozycję subdyscypliny dobrze udokumentuje ogląd stanu polskich badań nad mediami prowadzonych w kilku filologicznych środowiskach akademickich. Zwraca bowiem uwagę, że poszczególne ośrodki naukowe sprofilowały swoje medialne badania. I tak prasa pozostała dominantą badawczą działającego przy Uniwersytecie Jagiellońskim Ośrodka Badań Prasoznawczych. Na Uniwersytecie Śląskim w latach 70. XX wieku ośrodek zainteresowany tekstami telewizyjnymi stworzył Władysław Lubaś (Lubaś, 1981). Działający tam socjolingwiści dokonali typologii tekstów telewizyjnych, ale także audytorium tego medium. W podobnym czasie telewizją zajmowano się na Uniwersytecie Jagiellońskim, gdzie powstał zespół pod kierownictwem Zofii Kurzowej (Kurzowa, 1985, 1989). Te dwa ośrodki akademickie skoncentrowały swoje badania na telewizji. Tymczasem radio stało się przedmiotem badań już w latach 90. XX wieku na Uniwersytecie Łódzkim (Pleszkun-Olejniczakowa, 2012) oraz Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (Boniecka & Panasiuk, 2001).

Można zauważyć, że do dzisiaj znać to środowiskowe zaplecze. Współcześni mediolingwiści pochodzą w większości z tych środowisk i tam myśl o nowej subdyscyplinie się rozwija. Kilka lat temu grono uczonych z wymienionych ośrodków, a także z dwu młodych (Olsztyń i Rzeszów) zdecydowało o inauguracji projektu leksykograficznego. Obecnie dwanaścioro lingwistów pracuje nad opracowaniem haseł do encyklopedii subdyscypliny. Artykuły hasłowe mają być pochodną dotychczasowego dorobku encyklopedycznego, leksykograficznego oraz monograficznego, który obiektem badań (prasa, radio, telewizja, internet) nawiązuje naukowo do mediów. Zapleczem encyklopedii stało się 50 monografii, w których media są przedmiotem lingwistycznych badań, oraz dziewięć pozycji leksykograficznych wydanych między 1976 a 2014 rokiem.

Jak wskazano powyżej, wyraźnie zaznaczają się na mapie Polski ośrodki uniwersyteckie, które ogniskowały i ogniskują swoje życie naukowe wokół praktyk komunikacyjnych stosowanych w mediach i gromadzą badaczy dyskutujących nad istotnymi kulturowo zjawiskami symbolicznymi zachodzącymi w mediach. Tym samym środowiska te przyczyniły się i przyczyniają do jednoczenia się lingwistów oraz satelickich dyscyplin wokół mediów jako obiektu badawczego. Wreszcie te dwa czynniki skutkują ewolucją w wykorzystywaniu innych metodologii i w ich udziale w powstawaniu mediolingwistyki jako subdyscypliny językoznawstwa.

Poniżej opisano polską mediolingwistykę w zakresie metod i teorii z perspektywy jej antenatów. Powszechnie wiadomo, że naukę tworzą ludzie – zorganizowani w określony sposób w pewnej przestrzeni i czasie – oraz obiekty ich badań. Naukoznawstwo uznaje ponadto, że o statusie dyscypliny stanowi w nie mniejszym stopniu wypracowana przez tych ludzi i dostosowana do obiektu badań metodologia. Ta zawiera zespół sądów teoretycznych, na których opierają się skuteczne instrumenty badawcze (metody) prowadzące do miarodajnych wyników. Te w naukach humanistycznych przyjmują najczęściej postać modelowania. Aczkolwiek – jak okaże się poniżej – zdarzają się w lingwistyce skuteczne metody eksperymentalne, zresztą coraz bardziej pożądane i oczekiwane zarówno przez czytelników, jak i adeptów nauki.

Otóż mediolingwistykę ukształtowało prasoznawstwo lat 60. XX wieku, tak dobrze zaadaptowane w Polsce przez Walerego Pisarka (1970, 1972), który stał na czele Ośrodka Badań Prasoznawczych. Obecnie jednostka ta pozostaje pod twórczym kierownictwem Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, a jej organem prasowym są „Zeszyty Prasoznawcze” pod redakcją Magdaleny Hodalskiej. Filologiczne badania nad prasą wiążą ze współczesną mediolingwistyką stosowane przez prasoznawców metody jakościowej oraz ilościowej analizy tekstu, metody statystyczne, wreszcie doskonała przez Pisarka metoda słów-kluczy. Mediolingwistyka pozyskała instrumentarium socjolingwistyki lat 70. (Lubaś, 1979), tym razem dzięki stosowanym metodom funkcjonalnej analizy tekstu. Socjolingwistyka uczyniła z odbiorcy naczelną kategorię poddawaną refleksji przez pryzmat struktury tekstu, jego funkcji i wyborów stylistycznych. Z inicjatywy Władysława Lubasia także i ta metodologia miała i ma swój wyraz czasopiśmienniczy w postaci „Socjolingwistyki”, dzisiaj pod redakcją Katarzyny Skowronek. Mediolingwistykę ukształtowała w części też stylistyka lat 80. Stylistycy intensywnie poszukiwali wówczas wyrazu kategorii stylu typowego, osobniczego. Nie znaleźli wśród stylów funkcjonalnych takich odrębności, które pozwoliłyby mówić o stylu w mediach. Pozostali przy przekonaniu, że jest to styl publicystyczno-retoryczny (Gajda, 1995; Szczurek, 1995). I wokół swojego myślenia metodologicznego zjednoczyli badacze na łamach „Stylistyki”, dzisiaj pod redakcją Marzeny Makuchowskiej. Po 17 latach, już w XXI wieku, badacze w rozszerzonym składzie podjęli się ponownej refleksji nad stylami polszczyzny. Okazało się, że kategorię stylu udało się wykorzystać w kilku opisywanych obszarach. W pozostałych wypadkach bardziej operacyjną kategorią stał się dyskurs. Dlatego w drugim z kolei *Przewodniku po stylistyce polskiej* czytelnik znajdzie rozdziały syntetyzujące styl naukowy (Gajda, 2013), religijny (Makuchowska, 2013), styl reklamy komercyjnej (Loewe, 2013); ale już w zakresie mediów udało się dokonać opisu z użyciem kategorii dyskursu: radiowego (Kita, 2013) czy internetowego (Żydek-Bednarczuk, 2013). Stylistycy zawsze byli otwarci, a nawet wrażliwi, na refleksje pochodzące z innych dyscyplin – filozofii, estetyki, socjologii. To podejście pielęgnują też współcześni mediolingwiści. Innym dobrodziejstwem stylistyki są metody badań, które z tekstu uczyniły zawsze nadrzędny obiekt refleksji, w nim poszukiwały emanacji nadawcy, narzędzi do deszyfracji dla odbiorcy, strategii tekstotwórczych i teleologicznych. Ich wyrazem były narzędzia analizy i syntezy językoznawczej tekstu, zwanej też lingwistyczną albo stylistyczną. Zresztą stylistyka i stylistycy wyprzedzili jak zwykle nowe zdarzenia w nauce, bo już w 2009 roku Bożena Witosz wspominała, że

„Badania dyskursu w większym niż teoria tekstu stopniu zwróciły uwagę stylistyków na rolę medium [...] oraz wielozmysłowość kontaktu zarówno z otaczającą rzeczywistością, jak i ze współuczestniczącymi w niej ludźmi” (Witosz, 2009, s. 72).

Właśnie z uwagi na swoją perspektywę stylistyczną dzisiejsza mediolingwistyka za swój kluczowy przedmiot badawczy uznaje multimodalność tekstu (na płaszczyźnie nadawczej), co wiąże się z multisensorycznością jego odbioru. Zanim proklamowano bowiem badania mediolingwistyczne, Witosz zapisała:

„istnieje potrzeba wprowadzenia do charakterystyki stylowej kryterium medialnego na poziomie dyskursu, gatunku i konkretnego tekstu. Dziś, gdy wieloprzebieżnikowość staje się powszechnym doświadczeniem komunikacyjnym, należałoby określić przede wszystkim, w jaki sposób multimodalność wpływa i zmienia obraz poszczególnych dyskursów” (Witosz, 2012, s. 55–56).

Mediolingwistyka zyskała swój profil także dzięki polskiej genologii lingwistycznej XXI wieku, która dostrzegła niezwykłą ewolucyjność gatunków medialnych rozpoznawanych właśnie dzięki metodzie analizy i syntezy generycznej (Witosz, 2005; Wojtak, 2019). Edwarda Balcerzana zaprowadziło to nawet do propozycji określenia tego stanu mianem genologii multimediów (Balcerzan, 1999). Praktyki tworzenia tekstów z wykorzystaniem coraz bardziej hybrydycznych modeli, zwłaszcza w obszarze mediów masowych, a potem nowych mediów, niektórych genologów skłaniały do wyrokowania o zmierzchu gatunków. Z pewnością przyczyn tych ocen należałoby upatrywać w oswajaniu się badaczy z ekspansywnym udziałem w mediach nowego typu nadawcy. Najpierw dziennikarza społecznego (sygnalisty), którego relacje czy infoidy stały się częścią tradycyjnych mediów masowych. Następnie nadawcy spoza głównego ramówkowego nurtu mediów, czyli prosumenta – autora blogów, wideoblogów, seriali emitowanych dzięki olbrzymim platformom medialnym – Facebookowi czy YouTube’owi. Do przyczyn tych należy również zaliczyć eksperymentowanie z multimodalnością przekazów za pośrednictwem internetu – potencjał hipertekstu, który jak klucze rozbudowuje możliwości lekturowe do niespotykanych dotąd rozmiarów dzięki synergii kodów: słowa, obrazu i dźwięku. Wydaje się też, że wrażeniu (ale tylko wrażeniu) dekonstrukcji praktyk medialnych sprzyja powstanie podkastów jako gatunku czy możliwości synchronicznego istnienia kilku wersji tekstu dziennikarskiego powstałego z myślą o różnych przebieżnikach, takich jak papier, eter, laptop, telewizor, tablet, smartfon.

Mediolingwistykę kształtują również jej współczesne humanistyczne prądy badawcze. Należy do nich dyskursologia, która przyjęła w polskiej filologii postać lingwistyki dyskursu jako integrującego programu badawczego (Czachur, 2020). Równocześnie obie te dyscypliny posługują się metodą analizy dyskursowej: dyskursywnego obrazu świata (Czachur, 2011) i medialnego obrazu świata (Kępa-Figura & Nowak, 2006) czy – w wersji sprofilowanej na badanie idei – krytycznej analizy dyskursu. Lingwistyka dyskursu za kluczowy przedmiot badań uznaje wpływ, jaki aktorzy sceny danego obszaru praktyk komunikacyjnych mają na innych bądź jakiemu sami ulegają – przez reguły w nim rządzące. Dyskursolog w zachowaniach komunikacyjnych dostrzega i opisuje ich kreatywną moc i poddaje ją analizie jakościowej, a tym samym procesowi heurezy. Wpływ wywierają zarówno nadawca osobniczy, jak i medium jako środek manifestacji postawy oraz idei. Dlatego tak dobrze współpracuje się lingwistkom dyskursu i lingwistkom mediów.

Celem dotychczasowej części artykułu było opisanie, jakie metodologiczne i zarazem teoretyczne uwarunkowania złożyły się na stan polskiej mediolingwistyki w drugim dziesięcioleciu XXI wieku, oraz określenie, jaką świadomość lingwistyki mediów winien mieć badacz, który chce pomnażać jej dorobek. Przywoływana wyżej jako projekt w realizacji encyklopedia

mediolingwistyki ukazują wspomniane właśnie zaplecze teoretyczne i metodyczne. W kilkuset hasłach opisano stosowane przez mediolingwistów w Polsce terminy w zakresie metod, obiektu i przedmiotu badań, układając je w pola: znak, medium, odbiorca, nadawca, styl, tekst, gatunek, dyskurs. Jej autorzy mają nadzieję, że skompresowana tam wiedza pozwoli na efektywny dostęp do subdyscypliny i dostarczy danych do odróżnienia jej od nauk spokrewnionych przez obiekt lub przedmiot badań, lub metody badawcze, np. semiotyki, medioznawstwa, komunikologii, teorii mediów, teorii komunikacji.

Metody mediolingwistyki

Bogusław Skowronek konsekwentnie przekonuje w każdym swoim opracowaniu, począwszy od 2013 roku, że mediolingwistyka czerpie z metod semantyki kognitywnej (profilowanie), etnolingwistyki (językowy obraz świata) oraz krytycznej analizy dyskursu. Skowronek podziela poglądy etnolingwistów, że

„Wspólnota kulturowa posługująca się jednym językiem dzieli sposób myślenia i interpretowania świata. [...] Różnice w sposobie postrzegania i interpretowania świata pojawiają się dopiero na poziomie określonych grup społecznych lub też wspólnot dyskursu [...], które kultywują własne systemy wartości, praktyki społeczne i sposoby komunikacji. Obecnie największy udział mają w tym media, oferujące odpowiednio sprofilowane ideologicznie »medialne obrazy świata«” (Skowronek, 2020, s. 32).

Autor postrzega współczesny dyskurs medialny jako model o ciągu: język jako skrypt kulturowy i językowy obraz świata (JOS) – dyskursy społeczne widoczne w dyskursywnym obrazie świata (DOS) – media, widoczne dla mediolingwisty poprzez koncepcję medialnego obrazu świata (MOS) – konieczna w każdym podejściu filologicznym konkretyzacja do tekstów, a w nich widoczny jednostkowy tekstowy obraz świata (TOS) – wreszcie użytkownicy mediów. Jako użyteczną dla mediolingwisty z teorii semantyki kognitywnej Skowronek uznaje koncepcję profilowania, sprowadzaną do czynności analitycznych z wykorzystaniem pojęć krajobrazu i trajektora. W praktykach komunikacyjnych dyskursu medialnego zasadniczym działaniem jest semantyczne wyróżnienie (trajektor) składników opisywanego przez media świata, które jednak zawsze ma pewne interpretacyjne tło (krajobraz). Rozumowanie, wyróżnienie semantyczne, wreszcie interpretacja nie dokonują się w próżni kulturowej i epistemicznej, dlatego autor zakłada, że atrakcyjne poznawczo jest użycie tej kognitywnej koncepcji. Wspomaga ona z jednej strony odwzorowywanie JOS, DOS, MOS i TOS, z drugiej pozwala odnaleźć punkty i perspektywy widzenia podmiotu. Skowronek jest też przekonany o heurystycznej wartości krytycznej analizy dyskursu, jako że często w powszechnym odczuciu nadrzędnym celem mediów jest propagowanie ideologii i kształtowanie opinii na jej temat u masowego odbiorcy. A metoda ta od lat służy badaczom najczęściej do poszukiwania semiotycznych wykładników władzy i manipulacji.

Te refleksje metodologiczne i metodyczne prowadzone od 2013 roku, jak również prace badawcze mediolingwistów skłaniają do przekonania, że stosują oni także inne niż wspomniane narzędzia. Mediolingwiści w Polsce korzystają z metod badawczych znanych tradycji lingwistycznej (np. analiza ilościowa, analiza jakościowa, analiza treści) oraz metod badawczych, które z tej tradycji – mniej lub bardziej odległej – wyewoluowały (medialny obraz świata, analiza i synteza tekstologiczna, analiza i synteza genologiczna, analiza multimodalna, dyskursywny obraz świata, analiza dyskursu). We wskazanych dodatkowych narzędziach służących mediolingwistom przeglądają się metodologie, które je wygenerowały, ale także, dodajmy, ustalenia teoretyczne prasoznawstwa, socjolingwistyki, genologii językoznawczej, tekstologii, stylistyki czy lingwistyki dyskursu. Korespondencję z tymi subdyscyplinami widać w prowadzonych

przez mediolingwistów poszukiwaniach definicyjnych takich kategorii jak: tekst medialny (mediotekst) (Loewe, 2018a), multimodalność (Mac, 2018; Maćkiewicz, 2017), gatunek medialny (Ślawska, 2017), lingwistyka koloru (Loewe, 2018a), dyskurs medialny (Żydek-Bednarczuk, 2013), język w mediach (Pisarek, 2000), styl w mediach (Loewe, 2018b), retoryka telewizji (Sobczak, 2018), gry w mediach, fatyczność (Kępa-Figura, 2010), multiwizja (Mikulowski Pomorski, 2008), semiosfera (Lepa, 2012), mediosfera (Drożdż, 2019).

Obiekt mediolingwistyki

Jeśli obszar badawczy ma być określany mianem dyscypliny naukowej, oprócz zestawu metod do wyboru należy określić objęty nim obiekt badań. Pora zatem wyznaczyć go dla mediolingwistyki, ponieważ mediami *en bloc* interesuje się wiele dziedzin i dyscyplin. Obiektem badań mediolingwistyki są znakowe produkty mediów – od tych monomodalnych (pisanych, mówionych) po multimodalne (werbalno-obrazowe, werbalno-dźwiękowe, werbalno-dźwiękowo-obrazowe zwane najczęściej audiowizualnymi). Poddają się one prawom epistemologii, aksjologii, mają charakter ontologiczny, jeśli postrzega się je w kategoriach dyskursu, gatunku, wreszcie tekstu. Wytwarzają bowiem systemy aksjologiczne (lub są ich emanacją), realizują pewne założone (mniej lub bardziej) przez nadawcę postawy, przekonania, poglądy. Trzeba powiedzieć, że poziom świadomości indywidualnej odbiorcy medialnego, percepcji własnej podmiotu w stosunku do tekstów medialnych, rzadko kiedy jest w mediolingwistyce poddawany badaniu. Wynika to ze specyfiki obiektu zainteresowania mediolingwistów – mediotekst zakotwiczony w mediach masowych jest zwykle periodykiem, ramówką, artykułem, wiadomością, felietonem, magazynem, serwisem, serialem, seria, formatem złożonym z elementów cyklicznie emitowanych/wydawanych, których celem jest informować wielu, kształtować wielu, uczyć wielu, rozbawiać wielu. Lingwista mediów jest zainteresowany mediami masowymi i nowymi mediami ujmowanymi z perspektywy medialnego dyskursu: prasowego, radiowego, telewizyjnego i hipertekstowego. Interesuje się także różnorodnością dyskursywną, aksjologiczną, tekstową, gatunkową nowych nowych mediów. Należą do nich strony internetowe, witryny i portale sieciowe, platformy medialne. Nie medium jako przekaznik jest w centrum zainteresowania, ono musi przyjąć postać dyskursywną w tej subdyscyplinie. To precyzyjnie oznacza zainteresowanie praktykami komunikacyjnymi podejmowanymi w tak zakreślonym obszarze i zmianami zachodzącymi w tych praktykach (nie w medium). Podajmy przykład. Obiektem obserwacji medioznawcy może być efekt przekształcenia mediów masowych w nowe media, które mają do dyspozycji emisję cyfrową. Ta zaś uwalnia użytkownika od tradycyjnego odbiornika: gazety, radioodbiornika i telewizora. Dla mediolingwisty zmiana ta wpływa na ukształtowanie tekstu czy relacje nadawczo-odbiorcze. Skutkiem jest inna typografia dystrybuowanych tekstów, wzrost ich ikonizacji, większa najczęściej zawartość treściowa tekstów i w obrębie sensu, i w obrębie metadanych i metatekstu, wreszcie możliwość interakcji z nadawcą. Z kolei ewolucja internetu z medium hipertekstowego w stronę medium społecznościowego pod postacią YouTube'a, Instagrama, TikToka, Facebooka, Twittera i innych zrodziła nowego medialnego nadawcę. Skutkowało to społecznym, a nie instytucjonalnym profilowaniem informacji jako ważnej, tym razem jednak nie masowo ważnej, lecz istotnej dla grona odbiorców społecznych pozostających w ramach bańki informacyjnej (*filter bubble*) (Pariser, 2012). Często te istotne w bańce fakty, najczęściej już z wartością dodaną komentarza, stają się masowo istotne, bo cytowane są przez medium tradycyjne (intermedialność). Generalnie informacja i komentarz pozostają w obiegu nieustającym w czasie i funkcjonującym poza przestrzenią cyrkulacyjną. Podsumowując, w obrębie zainteresowania subdyscypliny znajdują się media masowe, nowe media i nowe nowe media (Levinson, 2010) z ich dyskursowymi, gatunkowymi i tekstowymi

wytworami. Teksty takie są dla tych mediów przeznaczone, przygotowywane, opracowywane i na poziomie modelu tworzą dyskurs medialny.

Przedmiot mediolingwistyki

Przedmiot dociekań naukowych stwarzają dopiero pytania badawcze dotyczące opisanego wyżej obiektu mediolingwistyki. Obserwacja dotychczasowego dorobku pozwala wyłonić przykładowe z nich: jakie tematy interesują nadawców medialnych, jak się je upublicznia, jak często powracają i dlaczego, w jaki sposób czyni się je atrakcyjnymi społecznie, z pomocą jakich znaków praktyki komunikacyjne powstają w mediach, co dzięki tym praktykom osiąga nadawca medialny, jak wpływa na odbiorcę, co podlega wartościowaniu i w jakim kierunku – oraz inne pytania zależne wyłącznie od dociekliwości badacza. Jak widać chociażby z przytoczonych przykładów pytań, mogą one zaistnieć tylko dzięki określonemu obiektowi badań mediolingwistycznych. To w mediach odbywać się muszą praktyki komunikacyjne, których najmniejszą jednostką jest tekst, największą zaś dyskurs medialny.

Kategoria multimodalności jako przedmiot badań w pewnym momencie rozwoju subdyscypliny „staje się wręcz emblematyczna dla [...] dociekań” – notuje w 2018 roku Bogusław Skowronek (Skowronek, Horyń, & Walecka-Rynduch, 2018, s. 15). W rozumieniu autora multimodalność należy rozpatrywać na kilku poziomach. Pierwszy to refleksja nad sposobem integracji różnych warstw semiotycznych danego tekstu i wzajemne oddziaływanie różnych semiosfer. Drugi poziom powinna określać refleksja nad procesami remediacji, czyli „reprezentacjami jednego medium w innym” (Skowronek, 2018, s. 13, za Bolter & Grusin, 2000). W ujęciach takich mediologów jak Regis Debray (2010) albo literaturoznawców takich jak Ewa Szczęsna (2015) relacje te można określać jako mediamorfozę albo intermedialność. Wreszcie trzeci poziom to refleksja nad sensualnym doświadczeniem z interfejsem mediów. Skowronek zwraca uwagę, że w szczególności będzie miał tu swój udział dotyk, rozważaniu zatem jako przedmiot powinna podlegać taktylność nowych mediów. Autor przekonuje, że dziś nowe nowe media to media haptyczne i na jakiś czas nie ma od tej cechy ucieczki. Współcześnie kultura masowa (a z wolna także wysoka) jest dostępna za pomocą ekranu, z którego możliwości multimodalnych skutecznie nadawca korzysta. Ekran, który emituje treści głównie dla wzroku i ucha, jest obsługiwany za pomocą interfejsu, ten zaś jest dostępny za pomocą dotyku. Tak oto współlistnieją trzy zmysły w doświadczeniu współczesnych treści medialnych: słuch, wzrok i dotyk².

To, co jeszcze jako przedmiot interesuje lingwistę mediów, to intencje i osiągnięte cele nadawcy medialnego widoczne w zawartości medium. Jest już dziś wiedzą powszechną, że media tylko w teorii i w ujęciu modelowym służą informowaniu masowego odbiorcy. Kształtowanie opinii publicznej oraz wpływanie na postawy, przekonania i zachowania audytorium i widowni stało się naturalnym celem instytucjonalnego nadawcy. To z jednej strony wiedzie do koniecznego zaciekawienia konstrukcją medialnego obrazu świata widocznego w cyklach wydawniczych redakcji, ich konceptach ramówki, tematycznych sezonach, gatunkowych czy prezenterkich projektach, wreszcie widocznego po prostu w dyskursie medialnym. Z drugiej zaś strony prowadzi do zainteresowania stylami odbioru publiczności medialnej. Tu potrzebne są odpowiedzi na pytania: jak, ile, gdzie, kiedy, co konsumuje odbiorca, a dziś często (ale bez hiperbolizowania tej zmiennej) też prosument. Klasycznym zaś przedmiotem badań mediolingwisty pozostaje zawartość mediów w perspektywie stosowanych gatunków (pola gatunkowe, tradycja i ewolucja wzorców wypowiedzi w mediach) i stylów (funkcjonalnych, osobniczych, typowych). Z kolei

² Pierwotnie komunikacja odbywała się z użyciem mowy i słuchu (epoka oralna), z biegiem czasu wzbogacona została o wzrok i dotyk (najpierw epoka cyrograficzna, następnie epoka druku przemysłowego).

ewolucja technologii nadawcy medialnego oraz definicja medium powinny być przedmiotem uwagi wyłącznie w zakresie ich wpływu na sposoby artykułowania treści przeznaczonej dla masowego odbiorcy. Medium definiowane technicznie, technologicznie, informatycznie, fizycznie, elektronicznie pozostaje tłem i stan badań w tym obszarze powinien być przedmiotem zainteresowania mediolingwisty. On sam nie ma badawczych narzędzi do kreowania tego obszaru badań i nie te cele mu przyświecają.

To mediolingwista dysponuje metodami, by przedmiotem rozważań uczynić sposoby uzyskiwania wpływu za pomocą tekstów w mediach oraz wartości, jakie teksty te konstruują. Komunikacja, jaka zachodzi w mediach, nie jest komunikacją tylko jednokierunkową – od nadawcy zinstytucjonalizowanego do masowego odbiorcy – lecz komunikacją strategiczną. Należy zatem przyjąć za konieczną w badaniach perspektywę sterowania, wpływu i wartości. We współczesnych mediach obowiązuje wszak nie tylko ogłoszony wraz z powstaniem prasy pakt faktograficzny, ale także ukształtowany w wyniku jej rozwoju pakt o uczestnictwie, czyli przekonanie o zwiększonej roli odbiorcy w przekazie medialnym. To ze względu na odbiorcę powstają pewne teksty, o pewnych tematach, w pewnych miejscach i o określonej porze. To także jest ostatnio częstym przedmiotem badań mediolingwistycznych.

Wnioski

Jak widać z wymodelowanego obrazu metod mediolingwistyki oraz obiektu jej badań, zapleczem badawczym tej subdyscypliny są: semiotyka, prasoznawstwo, pragmalingwistyka, socjolingwistyka, genologia językoznawcza, genologia multimedialna, stylistyka interakcyjna, stylistyka multimedialna, a z nowych aktualnych na rynku naukowym: lingwistyka dyskursu, lingwistyka obrazu/koloru, komunikologia. Za tło dla mediolingwistyki należy uznać takie dyscypliny, jak: mediologia, medioznawstwo, socjologia, teoria kultury, estetyka, etyka. Dyscypliny te z jednej strony służą wzorem obiektu badania, z drugiej – wypracowanymi metodami badawczymi. To, co jest istotne dla podejmującego pracę mediolingwisty, to świadomość tradycji naukowej, z której można i należy czerpać, by osiągać poznawcze efekty jako zaplanowane, a nie przypadkowe.

Umocnieniu statusu mediolingwistyki służy kulturowa rewolucja, którą określa się jako przejście z dominującej przez wieki grafosfery do wideosfery (Debray, 2010). Badaczom towarzyszy przekonanie, że może ją skutecznie opisać obiektywizująca refleksja językoznawcy z jemu właściwym instrumentarium. Lingwistyka mediów to bowiem nade wszystko językoznawczo, w tym też semiotycznie zorientowana nauka o komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, nowych mediów i platform internetowych. Niezależnie od tempa rozwoju lingwistyki dyskursu, genologii multimedialnej, wreszcie mediolingwistyki to tekst – bywa że coraz częściej multimodalny – jest bazową jednostką analizy i podstawą do syntez w tych programach badawczych albo subdyscyplinach. Obok mediolingwisty swoje objekty i metody badań służące do deskrypcji oraz interpretacji kultury w trakcie mediamorfozy mają medioznawca, kulturoznawca czy mediolog.

Bibliografia

- Balcerzan, E. (1999). W stronę genologii multimedialnej. *Teksty Drugie. Teoria literatury, krytyka, interpretacja*, 6(59), 7–24.
- Bolter, J.D., & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Massachusetts: MIT Press.
- Boniecka, B., & Panasiuk, J. (2001). *O języku audycji radiowych*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Burkacka, I. (2020). Janusze, Halyny, Sebixy i Karyny. Memy internetowe jako źródło nowych eponimów. *Poradnik Językowy*, 4, 21–34.

- Czachur, W. (2011). Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji. *Tekst i Dyskurs*, 4, 79–97.
- Czachur, W. (2019). Multimodalne profilowanie w dyskursach pamięci. Analiza na przykładzie internetowych zapowiedzi obchodów 50 rocznicy niemiecko-francuskiej Mszy Pojednania w Reims i 25 rocznicy polsko-niemieckiej Mszy Pojednania w Krzyżowej. *Stylistyka*, 28, 455–471. <https://doi.org/10.25167/Stylistyka28.2019.28>
- Czachur, W. (2020). *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut.
- Debray, R. (2010). *Wprowadzenie do mediologii*. Tłum. A. Kapciak. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Drożdż, M. (2019). *Odnaleźć się w mediosferze*. Kraków: Petrus.
- Gajda, S. (Red.). (1995). *Przewodnik po stylistyce polskiej*. Opole: Wydawnictwo UO.
- Gajda, S. (2013). Styl naukowy. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny* (s. 61–70). Kraków: Universitas.
- Hofman, I., & Kępa-Figura, D. (Red.). (2020). *Współczesne media: przemoc w mediach* (T. 1, 2). Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2018). Innowacje okładkowe w drukowanych magazynach ilustrowanych na przykładzie miesięcznika „Empire”. *Studia Medioznawcze*, 1(72), 71–86. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2018.0.293>
- Kalisz, A. (2019). *Stacje ogólne i tematyczne polskiej telewizji z perspektywy genologii lingwistycznej*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kaszewski, K. (2018). *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Semper.
- Kaszewski, K. (2020). Językowe elementy autopromocyjne w „Wiadomościach” TVP1. Analiza porównawcza 2015–2019. *Studia Medioznawcze*, 21(3), 649–660. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2020.3.196>
- Kępa-Figura, D. (2010). Istota fatyczności a komunikacja medialna. W M. Graszewicz & J. Jastrzębski (Red.), *Teorie komunikacji i mediów* (T. 3, s. 89–100). Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut.
- Kępa-Figura, D., & Nowak, P. (2006). Językowy obraz świata a medialny obraz świata. *Zeszyty Prasoznawcze*, 1–2, 51–62.
- Kita, M. (1998). *Wywiad prasowy. Język, gatunek, interakcja*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M. (2013). Dyskurs radiowy. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny* (s. 313–346). Kraków: Universitas.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (2012). *Język w mediach. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (2016). *Język w internecie. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (2017). *Język w telewizji. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (2018). *Język w radiu. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (2019). *Język w prasie. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kita, M., & Loewe, I. (Red.). (w druku). *Język w kinie. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Kurzowa, Z. (Red.). (1985). *Badania nad językiem telewizji polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*. Warszawa: Wydawnictwa Radia i Telewizji.
- Kurzowa, Z. (Red.). (1989). *Właściwości składniowo-stylistyczne języka TV polskiej (na materiale list frekwencyjnych)*. Kraków: PWN.
- Lepa, A. (2012). Pedagogia mediosfery. *Paedagogia Christiana*, 2, 215–224.
- Levinson, P. (2010). *Nowe nowe media*. Tłum. M. Zawadzka. Kraków: WAM.
- Loewe, I. (2007). *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Loewe, I. (2013). Styl reklamy komercyjnej. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny* (s. 381–406). Kraków: Universitas.
- Loewe, I. (2018a). *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Loewe, I. (2018b). Styl w mediach czy styl mediów? *Polskie Studia Slawistyczne*, 2, 177–186.
- Loewe, I. (2013). Dyskurs telewizyjny. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* (s. 289–312). Kraków: Universitas.
- Lubaś, W. (1979). Socjolingwistyka jako metoda badawcza. *Socjolingwistyka*, 2, 11–27.

- Lubaś, W. (Red.). (1981). *Problemy badawcze języka telewizji*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Mac, A. (2018). Multimodalna aranżacja tekstu w telewizyjnych serwisach informacyjnych na przykładzie „Wiadomości” TVP1. W I. Hofman & D. Kępa-Figura (Red.), *Współczesne media. Media multimodalne* (T. 2 *Multimodalność mediów elektronicznych*, s. 9–32). Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Maćkiewicz, J. (2017). Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów. *Studia Medioznawcze*, 2, 33–42.
- Makuchowska, M. (2013). Styl religijny. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* (s. 487–520). Kraków: Universitas.
- Mikułowski Pomorski, J. (2008). *Zmieniający się świat mediów*. Kraków: Universitas.
- Opiłowski, R., Jarosz, J., & Staniewski, P. (Red.). (2015). *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław-Dresden: ATUT-Neisse Verlag.
- Pisarek, W. (1970). *Retoryka dziennikarska*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”.
- Pisarek, W. (1972). *Frekwencja wyrazów w prasie*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”.
- Pisarek, W. (2000). Język w mediach, media w języku. W J. Bralczyk & K. Mosiołek-Kłosińska (Red.), *Język w mediach masowych* (s. 9–18). Warszawa: Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”.
- Pleszkun-Olejniczakowa, E. (2012). „Muzy rzadko się do radia przynaję”. *Szkice o słuchowiskach i reportażach radiowych*. Łódź: Primum Verbum.
- Skowronek, B. (2013). *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP.
- Skowronek, B. (2020). *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP.
- Skowronek, B., Horyń, E., & Walecka-Rynduch, A. (Red.). (2016). *Zjawiska językowe we współczesnych mediach*. Kraków: Collegium Columbinum.
- Skowronek, B., Horyń, E., & Walecka-Rynduch, A. (Red.). (2018). *Język a media. Wzory komunikacji we współczesnych mediach*. Kraków: Collegium Columbinum.
- Skowronek, B., Horyń, E., & Walecka-Rynduch, A. (Red.). (2020). *Język a media. Perspektywy i zagrożenia języka we współczesnych mediach*. Kraków: Collegium Columbinum.
- Sobczak, B. (2018). *Retoryka telewizji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Szczęsna, E. (Red.). (2015). *Przekaz digitalny. Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji cyfrowej*. Kraków: Universitas.
- Szczurek, E. (1995). Styl publicystyczny. W S. Gajda (Red.), *Przewodnik po stylistyce polskiej*. Opole: Wydawnictwo UO.
- Śląska, M. (2004). *Formy dialogu w gatunkach prasowych*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Śląska, M. (2017). Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk. *Forum Lingwistyczne*, 4, 15–29.
- Śląska, M. (2019). *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Tyc, E. (2018). „Kawa czy herbata?” *Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy. Komunikat polimodalny z perspektywy lingwistyki dyskursu*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Witosz, B. (2005). *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Witosz, B. (2009). *Dyskurs i stylistyka*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Witosz, B. (2012). O potrzebie perspektywy multimediów w badaniach stylistycznych. W M. Kita & I. Loewe (Red.), *Język w mediach. Antologia* (s. 51–64). Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Wojtak, M. (2019). *Wprowadzenie do genologii lingwistycznej*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Żydek-Bednarczuk, U. (2013). Dyskurs internetowy. W E. Malinowska, J. Nocoń, & U. Żydek-Bednarczuk (Red.), *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny* (s. 347–380). Kraków: Universitas.