

Sambor Grucza

"Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej. Analiza na przykładzie internetowej prezentacji przedsiębiorstw", Marcin Maciejewski, Poznań 2009 : [recenzja]

Lingwistyka Stosowana / Applied Linguistics / Angewandte Linguistik nr 2, 275-279

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ciwości języka od właściwości wypowiedzi, i w końcu przypisywanie językowi (a nie wypowiedziom językowym) funkcji narzędzi komunikacji, dotyczą (niestety) w równej mierze monografii J. Golonki, jak i bardzo wielu innych prac (ostatnio wypowiedziałem się w tej sprawie na łamach niniejszego czasopisma w numerze 1/2009 w artykule „O nieporozumieniach w sprawie siły lingwistyki”).

Ogólna ocena omawianej tu monografii wypada jednak jak najbardziej pozytywnie. Nie ulega żadnej wątpliwości, że podstawowy jej walor naukowy zawiera się, moim zdaniem, zarówno w opracowaniu nowatorskiego instrumentarium analizy językowych środków wyrażania wartości w reklamie, jak i w niezwykle szczegółowej i starannej analizie materiału badawczego, a także w udanej próbie przeprowadzenia końcowych wniosków ogólnych.

Bez wątpienia rozważania przedstawione w rozdziale trzecim „Werte” (s. 75–156) porządkują i systematyzują dotychczasową dyskusję na temat relacji „wartości – reklama”. Taką funkcję spełnia także rozdział 4.1 „Die Macht des Wortes und der persuasive Potential der Sprache”. Natomiast rozdział 4.3 „Ausdrucksformen von Werten in der Werbesprache” (s. 181–299), jak i rozdział 4.4 „Nichsprachliche Ausdrucksformen von Werten in der Werbesprache” (s. 299–321) oraz cały rozdział piąty „Ausdrucksformen von Werten in der Werbung – Korpusanalyse” (s. 325–430) składają się na część innowacyjną omawianej monografii.

Sambor G r u c z a

Marcin MACIEJEWSKI *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej. Analiza na przykładzie internetowej prezentacji przedsiębiorstw*. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2009, 372.

1. Monografię otwiera spis treści oraz wstęp. Zasadnicza część monografii podzielona jest na 7 rozdziałów głównych zatytułowanych kolejno: 1. Hipertekst (s. 11–34), 2. Hipertekst w świetle kryteriów opisu tekstologicznego (s. 35–78), 3. Gatunki struktur hipertekstowych: podejście integracyjne (s. 79–153), 4. Analiza gatunku autoprezentacyjnego (s. 154–317), 5. Kulturowe gatunki hipertekstu: perspektywa kontranstywna (s. 318–354), 6. Zakończenie (s. 355–359), 7. Bibliografia (s. 360–369). Rozprawę zamyka krótki abstrakt w języku niemieckim. Każdy z rozdziałów 1–5 podzielony jest jeszcze na kilka mniejszych podrozdziałów.

2. Finalnym celem podjętych przez Autora rozważań i badań jest przedstawienie wyników dyferencjacji i kategoryzacji hipertekstów internetowych. Analizie poddany został korpus hipertekstów, na który składają się polsko- i niemieckojęzyczne teksty internetowe (auto)prezentujące wybrane przedsiębiorstwa na stronach WWW.

W rozdziale pierwszym Autor podejmuje próbę teoretycznego ujęcia tego, do czego odnosi się wyrażenie „hipertekst”, prezentując i krytycznie rozważając różne

eksplikacje znaczenia tego wyrażenia. W rozdziale drugim M. Maciejewski dokonuje opisu strukturalnego oraz komponentalnego hipertekstów, posługując się takimi kategoriami jak: koherencja, linearność, intertekstualność, działanie mowne (językowe). Rozważania poczynione w tej części pracy dotyczą także strukturalnej i semantycznej relacji pomiędzy tekstem a hipertekstem. Rozdział trzeci stanowi próbę udzielenia odpowiedzi na pytanie, czym jest gatunkowość hipertekstu i jakie jego kategorie można wyróżnić. W tej części pracy przedstawiony został także model opisu hipertekstów – jego płaszczyzny illokucyjnej, tematycznej i strukturalnej. Rozdział czwarty poświęcony jest przedstawieniu wyników analizy wybranego gatunku hipertekstu internetowego – tekstu (auto)prezentującego wybrane przedsiębiorstwo. Szczególnie szczegółowo omówione zostały wyniki analizy węzła autoprezentacyjnego. Rozdział piąty stanowi próbę kontrastywnego zestawienia wyników badań przedstawionych w rozdziale trzecim.

3. Uwagi na temat przedstawionych koncepcji rozpoczniemy od zasadniczego pytania, jak M. Maciejewski postrzega podobieństwa i różnice pomiędzy tekstem a hipertekstem. Autor słusznie zauważa, i przytacza na poparcie swojej obserwacji liczne przykłady, że „(...) w literaturze występują zarówno podejścia utożsamiające hipertekst i tekst (...), jak i takie, które postrzegają hipertekst jako całkowicie odrębną wielkość (...)” (s. 13 i n.). Z tym stwierdzeniem trzeba się zgodzić, bowiem w zasadzie zakres znaczeniowy wyrażenia „hipertekst” można zakreślić i tak, i tak, ważne jedynie, żeby pamiętać, że każdy z tych wyborów niesie ze sobą określone konsekwencje.

Autor słusznie także przyjmuje za B.O. Endersem (*Ist Hypertext Text?*, 2004) rozgraniczenia hipertekstu „jako pewnej koncepcji i jako jej konkretnej realizacji” (s. 14). Jest to rozgraniczenie niezmiernie istotne dla dyskusji lingwistycznej nad (hiper)tekstami w ogóle. Szkoda tylko, że hipertekst jako koncepcja i hipertekst jako konkretna realizacja traktowane są tu niejako alternatywnie, tj. albo, albo. Kierunek myślenia B.O. Andersa, choć wcale nie nowatorski, jest zupełnie słuszny. Brakuje mu jedynie rozwinięcia i przynajmniej czterech następujących uściśleń (szerzej na ten temat wypowiedziałem się w rozprawie *Od lingwistyki tekstu do lingwistyki tekstu specjalistycznego*, 2004).

Pierwsze uściślenie dotyczy rozgraniczenia między wyrazem hipertekst oraz związanymi z nim obiektami, tzn. tym, do czego ten wyraz się odnosi. Wyraz „hipertekst” może odnosić się albo do pewnej konkretnej językowej jednostki wyrażeniowej, czyli „hipertekstu”, albo do tego, do czego się ta jednostka wyrażeniowa odnosi, co referencjalnie reprezentuje, co znaczy, co stanowi jej treść znaczeniową, czyli do *tekstu*. Żaden *tekst* (żadne znaczenie) nie zwiera się w „hipertekście” (jednostce wyrażeniowej) – inaczej mówiąc, *hipertekst* (treść znaczeniowa) nie jest inherentnym składnikiem „hipertekstu”.

Drugie uściślenie dotyczy rozróżnienia dwóch płaszczyzn treści znaczeniowej (znaczeń *hipertekstu*): desygnatów i denotatów. Desygnaty to konkretne obiekty czy zdarzenia fizyczne. Denotaty to fakty/obiekty (znaczenia) mentalne, przede wszystkim pojęciowe odwzorowania lub uogólnienia konkretnych desygnatów, teoretyczne konstrukty, wytwory wyobraźni itp.

Trzecie uściślenie dotyczy „hipertekstu”. Także tu trzeba odróżnić przynajmniej dwie płaszczyzny: (a) samą tylko leksykalną formę (strukturę) „hipertekstu”, czyli obiekty (fakty) mentalne, tzn. obiekty istniejące w mózgu danego mówcy/słuchacza jako pewne elementy jego wiedzy strukturalnej i operacyjnej, (b) konkretną realizację substancjalną „hipertekstu” implementującą tę formę (strukturę), czyli o obiekty eksternalizowane, tj. istniejące samodzielnie w postaci sygnałowej (fonicznej / graficznej / taktylnej).

W konsekwencji, i to jest uściślenie czwarte, trzeba wyraźnie odróżnić (a) konstytuenty „hipertekstów”, rozumianych jako (zinternalizowane) formy/struktury językowe od (b) konstytuentów konkretnych „hipertekstów”, czyli konkretnych wyrażen językowych. Wyraźnie trzeba także odróżnić (a) konstytuenty konkretnych (materialnie zrealizowanych) „hipertekstów” od (a) reguł tworzenia i/lub rozumienia konkretnych „hipertekstów”.

Jak się okazuje, zawężenie znaczenia wyrażenia „hipertekst” do „konkretnej realizacji struktury hipertekstowej” w znacznym stopniu ogranicza ogląd całej rzeczywistości określanej jako „hipertekst” i prowadzi do wielu nieporozumień, przede wszystkim do nieodróżniania struktury (formy) komponentalnej konkretnego hipertekstu od zinternalizowanej struktury (formy) językowej, na podstawie której konkretny hipertekst został wytworzony.

Z uściśleniem czwartym wiąże się pytanie o odrębność umiejętności tworzenia i umiejętności odbierania (rozumienia) hipertekstów. W tej sprawie Habilitant pisze tak: „Hipertekst jest nowym rodzajem tekstu, którego percepcja, rozumienie, tworzenie wymaga odmiennych kompetencji niż to ma miejsce w przypadku tekstu tradycyjnego” (s. 15). Zaczniemy od tego, że tak sformułowane twierdzenie, znaczy tyle co: zbiór umiejętności, na podstawie których mówcy/słuchacze tworzą, odbierają i rozumieją hiperteksty i zbiór umiejętności, na podstawie których mówcy/słuchacze tworzą, odbierają i rozumieją teksty tradycyjne nie tworzy żadnego przekroju logicznego. Twierdzenie to implikuje, że każdy, kto zamierza stworzyć hipertekst, musi od początku wytworzyć (zinternalizować) umiejętność pisania, a każdy, kto taki hipertekst zamierza zrozumieć, musi od początku wytworzyć (zinternalizować) umiejętność czytania, czyli umiejętność dyferencjacji obiektów sygnałowych (rozpoznawania ich jako takich) i umiejętność przyporządkowywania tym obiektom sygnałowym treści znaczeniowych. Inaczej mówiąc, oznacza to, że i nadawca, i odbiorca hipertekstu musi od początku nauczyć się języka, na podstawie którego hiperteksty można tworzyć i rozumieć. Czy aby na pewno tak?

Ze zreferowanej przez M. Maciejewskiego dyskusji na temat hipertekstów jasno wynika, że zasadniczy jej problem polega na tym, że albo nie odróżnia się w ogóle, albo nie odróżnia się w sposób wystarczająco jasny, „tekstu” jako graficznej postaci sygnałowej, który odbiorca postrzega na monitorze, przez co jest w stanie wytworzyć określoną treść znaczeniową, od tekstu jako ciągu binarnego zapisanego „w komputerze”, dzięki któremu dany system operacyjny jest w stanie wytworzyć na monitorze określony „tekst” (konkretna postać sygnałowa). W konsekwencji zasadniczy „ontologiczny” problem dyskusji na temat hipertekstów polega na tym, że albo nie odróżnia się w ogóle, albo nie odróżnia się w sposób wystarczająco jasny,

umiejętności językowych (kompetencji językowej) tworzenia, odbierania i rozumienia „tekstów” (konkretnych językowych postaci sygnałowych) od umiejętności programistycznych (kompetencji programistycznej) tworzenia „hipertekstów” (konkretnych ciągów binarnych).

Jeżeli takiego rozróżnienia dokona się, to wtedy rzeczywiście można powiedzieć, że tworzenie hipertekstów (ciągów binarnych) wymaga innych kompetencji. Ale samo tworzenie „tekstów” (konkretnych językowych postaci sygnałowych) na monitorze nie wymaga innych kompetencji językowych, innych od tych, które potrzebne są do napisania tego „tekstu” na papierze. Zdaje się, że taki sposób oglądu sprawy w gruncie rzeczy reprezentuje także Habilitant, choć nie precyzuje tego w rozprawie wystarczająco wyraźnie. Píše on bowiem, że w percepcji całego hipertekstu wyróżnić trzeba dwie czynności „nawigację” i „czytanie”, i że czynności te następują po sobie sekwencyjnie w układzie przemiennym „nawigacja – czytanie – nawigacja ...” (s. 26).

Inna ważna sprawa, którą porusza M. Maciejewski, dotyczy funkcji hipertekstu, a właściwie funkcji tekstu w ogóle. Rację ma Autor, pisząc: „funkcja hipertekstu zależna jest od odbiorcy” (s. 60). Dodać trzeba jednak, że nie tylko funkcja dominująca, którą ma on na myśli, wypowiadając te słowa, ale także każda inna funkcja, a więc i funkcja zmienna, o której pisze nieco dalej.

Zarazem dodać trzeba także, że funkcja hipertekstu, tak jak każdego tekstu, zależna jest zarówno od odbiorcy, jak i od nadawcy, a to dlatego, że każdy z nich może i ma prawo do własnego rozumienia hipertekstu, a więc i własnego ujmowania (rozumienia) jego funkcji. Pytając o funkcję hipertekstów, trzeba bowiem zdać sobie sprawę z tego, co hiperteksty (jako konkretne wyrażenia językowe) rzeczywiście zawierają, tzn. co można, a czego w ogóle nie można, nazwać ich inherentnymi komponentami. Nie ulega wątpliwości, że za ich inherentne komponenty nie można uznać ich znaczeń, i to niezależnie od tego, jak się ich znaczenia rozumie. Ich inherentnym składnikiem nie jest również ich funkcja, i to niezależnie od tego, jak się ich funkcję rozumie. Inherentnymi komponentami hipertekstów (wyrażeń językowych) są w gruncie rzeczy tylko ich właściwości fizykalne, o ile mówcy/słuchacze wyróżnili je jako właściwości dystynktywne. Natomiast zarówno właściwości semantyczne/funkcyjne hipertekstów są im przypisywane umownie.

Niestety, nie jest prawdą, że „podstawą współczesnych koncepcji gatunków są badania i prace M. Bachtina (1986) i T. Luckmanna (1986)” (s. 79) – jak pisze M. Maciejewski. Prace M. Bachtina, mimo tego, iż wielu autorów się na nie powołuje, nie znalazły szerszej recepcji wśród lingwistów, także lingwistów niemieckich. Natomiast T. Luckmann zajmuje się zagadnieniami dotyczącymi etnometodologicznie ukierunkowanej analizy konwersacji, a nie lingwistyką tekstu w rozumieniu niemieckiej „Textlinguistik”. I jedynie w kontekście tej pierwszej prowadzi rozważania nad gatunkami komunikatywnymi, ale nie tekstów, a dyskursów.

Korzeni współczesnych koncepcji gatunków szukać trzeba już w antycznych rozważaniach retorycznych, przede wszystkim w *Poetyce* Arystotelesa (zob. S. Gajda, *Gatunki wypowiedzi i genologia*, w: *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech*, Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała (eds.). Wrocław 2009).

W sprawie początków i koncepcji genologii niemieckiej warto zajrzeć do: *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* (K. Brinker et al. eds., Tom 1 2000).

4. Podstawowy walor naukowy omawianej monografii M. Maciejewskiego zawiera się moim zdaniem (i) w usystematyzowaniu dyskusji lingwistycznej na temat hipertekstów i teoretycznym ugruntowaniu gatunkowego ujęcia hipertekstu, (ii) w rekonstrukcji i eksplikacji gatunkowej hipertekstów autoprezentacyjnych, (iii) w próbie konfrontacji kontekstu kulturowego leżącego u podstaw tworzenia polskich i niemieckich hipertekstów autoprezentacyjnych. Ma bowiem rację Autor, że: „Ujęcie zdarzeń tekstowych w gatunki ma nie tylko fundamentalne znaczenie dla praktycznego komunikowania. Ich opis jest podstawą uporządkowania tekstów, co czyni procesy komunikacyjne dla jego uczestników bardziej efektywne i czytelne”. (s. 355)

Sambor G r u c z a

Julia OSTANINA-OLSZEWSKA *Problems of Transcription in a multilanguage dictionary*. Wyd. Instytutu Lingwistyki Stosowanej UW, Warszawa 2009, 115 s.

Praca dr Julii Ostaniny-Olszewskiej pt. *Problems of transcription in a multilanguage dictionary* wydana przez Instytut Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego w 2009 roku poświęcona jest zagadnieniu transkrypcji fonetycznej w słownikach obcojęzycznych, ze szczególnym uwzględnieniem słownika wielojęzycznego. Autorka podkreśla wagę transkrypcji fonetycznej i jej istotną rolę w procesie nauczania i uczenia się języków obcych. Wskazuje jednocześnie na problem, jakim jest brak ujednoczenia i spójności między systemami transkrypcji w różnych językach – co jest szczególnie istotne w przypadku słowników wielojęzycznych. Autorka dokonuje analizy systemów transkrypcji fonetycznej trzech języków: angielskiego, polskiego i rosyjskiego, ilustrując opisy przykładami. Następnie przedstawia opracowaną przez siebie koncepcję ujednoczonego systemu transkrypcji fonetycznej dla trzech języków: angielskiego, polskiego i rosyjskiego. System ten zastosowany został w *Polsko-angielsko-rosyjskim słowniku biznesmena* (J. Ostanina-Olszewska, T.P. Krzeszowski 2005).

W rozdziale pierwszym omówione zostały teoretyczne podstawy badań, których wyniki przedstawiono w dalszej części pracy, poruszono m.in. takie zagadnienia jak: pojęcie fonemu, zasady transkrypcji fonemicznej i alofonicznej oraz pojęcie transliteracji.

W rozdziale drugim przedstawione zostały wyniki analizy kontrastywnej przeprowadzonej w zakresie systemów fonetycznych trzech omawianych języków: angielskiego, polskiego i rosyjskiego. Uwzględnione tu zostały m.in. spółgłoski