

Retoryka edukacji i innowacji (cz. I) Rhetoric of Education and Innovation (part I)

11 (4) 2024

ISSUE EDITORS: AGNIESZKA BUDZYŃSKA-DACA, EWA MODRZEJEWSKA



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Projekt finansowany ze środków budżetu państwa,
przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki
w ramach Programu „Doskonała Nauka”.



Doskonała
Nauka II

IWONA LOEWE

UNIwersytet Śląski, POLSKA

<https://orcid.org/0000-0002-5959-8938>

iwona.loewe@us.edu.pl

Retoryka akademicka – nauczanie, kompetencje, cele. Studium autorskiego kursu dla doktorantów

Academic rhetoric – teaching, competencies, goals. A study of an authorial course for doctoral students

Abstract

Przedmiotem artykułu jest refleksja dydaktyczna towarzysząca projektowaniu i realizacji kursu akademickiego skierowanego do młodych badaczy. Celem kursu jest podniesienie kompetencji komunikacyjnych kursantów, szczególnie w zakresie prezentacji wyników badań. W artykule zwraca się uwagę na rolę językowego i wizualnego akcentowania treści, w tym na rolę liczb, a także na istotne czynniki związane z pozycją mówcy i audytorium.

The subject of the article is the didactic reflection accompanying the design and implementation of an academic course aimed at young researchers. The goal of the course is to enhance the communication skills of the participants, particularly in the area of presenting research results. The article emphasizes the role of linguistic and visual emphasis on content, including the role of numbers, as well as important factors related to the position of the speaker and the audience.

Key words

promocja nauki, prezentacja, liczby, kolory, dydaktyka
science promotion, presentation, colours, numbers, teaching

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0).

The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 17 July 2024 | Accepted: 14 November 2024

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2024.4.3>

IWONA LOEWE

UNIwersytet Śląski, POLSKA

<https://orcid.org/0000-0002-5959-8938>

iwona.loewe@us.edu.pl

Retoryka akademicka – nauczanie, kompetencje, cele. Studium autorskiego kursu dla doktorantów

1. Wprowadzenie

Niniejszy tekst został przygotowany jako pokłosie kilkuletniej pracy naukowej, akademickiej i społecznej. Praca naukowa wiązała się z moim długoletnim zainteresowaniem badawczym zogniskowanym wokół reklamy (Loewe 2001), autotematyzmu (Loewe 2007) i autopromocji (Loewe 2018). Praca akademicka polegała na regularnych kursach popularyzacji badań naukowych proponowanych do wyboru słuchaczom szkoły doktorskiej (2020–2024). Praca społeczna polegała zaś na sędziowaniu śląskiej edycji konkursu dla doktorantów w formule Three Minute Thesis (3MT®) (2018–2022)¹. Wymienione trzy rodzaje zaangażowania pozwoliły mi na osiągnięcie trzech korzyści poznawczych:

- pogłębienie wiedzy w zakresie skutecznej perswazji z użyciem repertuaru teoretycznego i praktycznego retoryki (*rhetorica docens* i *rhetorica utens*);
- umiejętność transformacji wiedzy w kurs dydaktyki akademickiej ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji autopromocji badań naukowych doktorantów i realizacji trzeciego kryterium ewaluacji dyscypliny – osiągnięcia wpływu społecznego;
- zdobycie doświadczenia w oparciu o obserwację, opis oraz ocenę licznych wystąpień upowszechniających badania naukowe, przygotowanych w różnych dyscyplinach i ośrodkach akademickich.

1. Three Minute Thesis® (3MT®) to ogólnosiwiatowy konkurs z zakresu komunikacji naukowej na licencji Uniwersytetu Queensland w Australii. Pierwszy konkurs odbył się w 2008 roku i do roku 2022 organizowany był przez 600 uczelni i instytucji, w 59 państwach. W konkursie mogą brać udział doktoranci wszystkich dyscyplin naukowych. Edycja śląska odbywa się w murach Politechniki Śląskiej i dostępna jest dla wszystkich uczelni regionu. Zadaniem uczestników jest zaprezentowanie tematyki związanej ze swoją pracą doktorską w sposób jak najbardziej przystępny dla szerokiego grona odbiorców w trzy minuty z jednym ilustracyjnym slajdem w tle.

Przedmiotem opisu w artykule jest praktyka dydaktyczna podczas kursu *Upowszechnienie badań naukowych i popularyzacja nauki* dedykowanego słuchaczom szkół doktorskich. Szkoły doktorskie obecnie różnorako rozwiązują kształcenie kompetencji potrzebnych w praktyce badawczej, a na rynku dostępne są nieliczne publikacje, które je mogą rozwijać (por. Heller 2024; Murzyn 2014; Niedzicki 2017; Osica, Niedzicki 2017). W istocie przedstawiam założenia teoretyczne kursu (wiedza), założenia społeczne (kompetencje) i narzędzia prowadzące do określonego efektu popularyzatorskiego (umiejętności). Ideą humanistyczną, która mi przyświecała, był skromny powrót do zarzuconej już w XVII wieku nauki budowy oratorskiego wystąpienia, która została przeniesiona na teren kompozycji pisemnej rozprawki (por. Korolko 1990, 42).

Moim celem w tym artykule jest przedstawienie metod pracy akademickiej opartych na założeniach wiedzy retorycznej oraz możliwość implementacji owych metod do realizacji celów stawianych nauce w Polsce. Przedstawiam dwie hipotezy, z którymi przystępowałam do projektowania kursu akademickiego. Jedna to przekonanie, że adept nauki w Polsce nie ma przygotowania do prezentowania w różnych stylach (naukowym, dydaktycznym i popularnonaukowym) swojego projektu badawczego, mimo posiadanej wiedzy o teoretycznych podstawach tych stylów. Sądzę, że dopiero w drugiej dekadzie XXI wieku – z istotną pomocą prosumentów mediów społecznościowych (i obecnych w nich praktykach dyskursywnych, jak: profil, fanpejdż, kanał, i służących im gatunkom, jak: post, instastories, podcast) – obserwuje się nowe dla naszego kręgu kulturowego sposoby obecności nauki we wspólnej społecznej wiedzy. Druga hipoteza to wygenerowana przez polski system ewaluacji pracownika i dyscyplin konieczność uprawiania nauki z określeniem wskaźnika wpływu społecznego. Tutaj w naturalny sposób wkracza znawca retoryki, a jeszcze bardziej oratorstwa, ze swoimi narzędziami. Nie każda dyscyplina naukowa ma bowiem łatwo aplikowalny cel badawczy. Odpowiedź na pytania: po co badacz bada to, co bada, i co ma z tego wyniknąć, jest zatem w różnym stopniu osiągalna dla reprezentantów istniejących dziedzin i dyscyplin naukowych. Z pomocą narzędzi opisanych i/lub stosowanych po raz pierwszy przez Arystotelesa, Kwintyliana, Cyserona, a potem w równej mierze przez ich licznych spadkobierców, z dodatkiem wiedzy psychologii poznawczej i wsparcia językoznawczego, można sporządzić zestaw współczynników, które mogą służyć referowaniu, prezentowaniu, promowaniu badań w różnych okolicznościach, które wymagają różnorodnych stylów. W dalszej części artykułu uwagę skupię na istotnych z punktu widzenia kursu kanonach retorycznych, nie jest bowiem tutaj moim celem profilowanie kursu z perspektywy wszystkich porządków klasycznej retoryki. Mam jednak przekonanie, że warto byłoby się podjąć i takiego wyzwania filologicznego.

2. Inwencja – rozpoznanie stanu wiedzy o przedmiocie

Inventio jest koniecznym etapem w realizacji kursu, ponieważ bez zaplanowania i wyszukania sposobu na efektywne przedstawienie problemu badawczego nie mógłby się kurs zakończyć sukcesem. Każde zadanie – w tym także badawcze – jest możliwe do skutecznego rozwiązania, kiedy jest poprzedzone wiedzą o przedmiocie. W tym artykule przedmiotem oglądu jest docelowo wystąpienie badacza przed audytorium z celem atrakcyjnego przedstawienia projektu naukowego. Przy czym atrakcyjne przedstawienie należy rozumieć jako pozyskanie przez audytorium *kwantum* (porcji) wiedzy na temat poruszonego problemu badawczego; poznanie jego wartości społecznej; ochotę audytorium do wysłuchania badacza kolejny raz w innej sytuacji; wreszcie przekonanie badacza, że zaciekał audytorium i poprawił stan jego wiedzy w pewnym obszarze. Atrakcyjność oznacza zatem najkrócej obopólne poznawcze i mentalne korzyści ze spotkania.

By założenia teoretyczne się ziściły, należy rozpoznać dwa rodzaje dyspozycji po obu zainteresowanych stronach – dyspozycje mentalne i oratorskie. Do pierwszych należy przekonanie o wartości trzech maksym Geoffreya Leecha (1986): maksymy taktu, aprobaty i skromności. Należy zwracać uwagę na zawodowy egocentryzm naukowca, który wynika naturalnie z przekonania o wartości podejmowanych badań i dążenia nie tylko do prawdy, obiektywizmu, ale także do odkrycia, patentu, oryginalności. Po drugiej stronie w tym popularyzatorskim spotkaniu znajduje się nie jednostkowy, ale zbiorowy odbiorca, gotów do wysłuchania prezentacji. Drugą jego właściwością (prócz mnogości) jest mniejsza niż nadawcy wiedza o przedmiocie. Mimo to koniecznością badacza mówcy jest nobilitacja audytorium (maksyma aprobaty). Udaje się to uzyskać najłatwiej autopozycjonowaniem się przez skromność. W dalszym wywodzie pokażę jednak inne techniki pozyskujące zainteresowane audytorium oraz różne możliwości pozycjonowania się.

Do innych koniecznych do rozpoznania dyspozycji należą możliwości oratorskie. Zaliczam do nich opracowanie minimalnej porcji, czyli kwantum wiedzy dla odbiorcy w określonych okolicznościach. W tym artykule odniosę się do trzech sytuacji, różnie określających owo kwantum – opracowania projektu w 1800 znakach na piśmie dla partnera w nauce, następnie w znakach 900 oraz w wypowiedzi ustnej określonej czasem trzech minut.

Kolejną dyspozycją, w zakresie której należy mieć wiedzę uprzedzającą tworzenie tekstu, to utrzymywanie uwagi – czas i kompozycja tekstu odmienne dla tekstu zadanego do czytania i do słuchania, zadanego partnerowi w nauce oraz odbiorcy zaledwie zainteresowanemu. W dobie zwrotu obrazowego i wykorzystywania prezentacji multimedialnych i multimodalnych w charakteryzowanych w artykule sytuacjach retoryczno-naukowych konieczna jest wiedza o kompozycji multimodalnej całej prezentacji, ale także pojedynczego slajdu, o kierunku jego

percepcji, zastosowanych kolorach itd. Za niezbędną uznają także współcześnie w nauce wiedzę o roli liczb (widzę dla nich miejsce szczególnie w kanonie *elocutio*) pozyskaną zarówno z traktatów pitagorejczyków, jak i nowożytnej psychologii poznawczej. Niemniej za najważniejszą uznają w kursie warstwę słowa, która zostaje zilustrowana w ćwiczeniu transformacji leksykalnych i semantycznych. Dla wystąpień ustnych kluczowa jest pozycja mówcy (*actio*), który winien organizować przestrzeń lub zadbać o to, by mu ją zorganizowano w pewien oczekiwany przez sytuację sposób. Tak określone zaplecze teoretyczne w zakresie tego, czego nie widać (dyspozycje mentalne) i tego, co widać i słyszać (dyspozycje oratorskie) powinny w przejrzysty sposób prowadzić do ukierunkowania kształcenia kompetencji i umiejętności młodego badacza. Kurs ma być bowiem treningiem dla niego w zakresie oratorstwa akademickiego, dzięki któremu badacz będzie myślał „[...]o fortunności przekazu, o jego celności” (Budzyńska-Daca, Modrzejewska 2024, 127). Jak bowiem piszą dalej Agnieszka Budzyńska-Daca i Ewa Modrzejewska (2024, 127): „Warsztat retoryczny obfituje w narzędzia pozwalające na różne sposoby modelować przekaz, by mógł stawać się atrakcyjny dla odbiorców. Argumentacja uzyskuje figuratywny wyraz, dzięki czemu może oddziaływać poprzez etos (wiarygodność mówcy), logos (zawartość merytoryczną przekazu) i patos (oddziaływanie na sferę emocjonalno-estetyczną)”.

3. Elokucja i wystąpienie – charakterystyka działań

Kolejnymi istotnymi częściami kanonu retorycznego w kursie są *elocutio* oraz *actio*. Poniżej przedstawię poszczególne składniki wystąpień, które prowadzą do celowego i stosownego ich użycia. Odniosę się także do koniecznych właściwości mówcy/retora w działaniu. W kursie zostają omówione: pozycja mówcy (etos), zawartość jego prezentacji (logos) oraz możliwości wpływu na audytorium (patos). Kurs opieram na równoległych czynnościach wykładowcy i kursanta. Wykładowca prezentuje w zwarty sposób warunki przedstawienia projektu badawczego ze wsparciem prezentacji multimedialnej. Ta podstawowa już dziś forma zarówno w dydaktyce wykładowej, nawet ćwiczeniowej, jak i praktyce konferencyjnej jest wymagająca zwłaszcza dla młodego adepta nauki, który rozpoznaje teren swoich badań lub nauczania i jest wielce prawdopodobne, że ich materia nastręcza mu wystarczająco dużo stresu i kłopotliwych poznawczo sytuacji. Mikrocelem kursu jest wykształcenie zasad przygotowania zajęć/referatu/wystąpienia w synergii z prezentacją multimedialną i w zgodzie z wiedzą o audytorium (*captatio benevolentiae*) oraz o samym sobie. Słuchacze mają za zadanie przygotować tekst na 1800 znaków do czytania dla partnera w dyscyplinie opisujący badania własne wedle porządku: tytuł, stan badań, materiał, hipotezy do weryfikacji, cel badania.

Zadanie zostaje omówione zgodnie ze stanem wiedzy o logicznych konsekwencjach procesów uszczegółowienia, uogólnienia, selekcji, nadmiaru, uzupełnienia i powtórzenia. Na płaszczyźnie językowej mają one swoje reprezentacje w postaci hiponimów, hiperonimów, synonimów pełnoznaczących, leksemów synsemantycznych, powtórzeń dokładnych, elips. Następnie zostaje zadany do przygotowania tekst skrócony do 900 znaków, lecz z zachowaniem przyjętego porządku. Oba teksty (1800 i 900 znaków) zostają wprowadzone w obieg kursantów – najpierw jako przeznaczone do wysłuchania, następnie do cichego czytania. W tych dwu czynnościach słuchacze sami dostrzegają trudności wynikające ze zmiany sensora: wzrok oraz słuch. Dobrze te zależności prezentują wyniki zadań, które przygotowała studentom Jagoda Bloch (2021). Zadania polegały na wysublimowaniu poszczególnych kodów z multimodalnego tekstu, jakim jest telewizyjne orędzie noworoczne prezydenta. Studenci podczas odbioru tego tekstu w trzech wersjach (1. czytany, 2. słuchany, 3. oglądany i słuchany) zwracali uwagę na odmienne składniki orędzia Lecha Kaczyńskiego. Wnioski z badań autorki dowodzą słuszności założeń teoretycznych prowadzonych treningów podczas prowadzonego przeze mnie kursu, które pokrótce dalej opiszę.

3.1. Słowa

Z przywołanych wyżej doświadczeń wynikają kolejne konieczne zabiegi językowe, które symplifikują tekst do słuchania. Należą do nich głównie zabiegi na leksyce, fleksji i składni. W zakresie leksyki w tekście przeznaczonym do mówienia rezygnuje się z pronominalizacji (*ona, niej, jego, nich*) na rzecz powtórzeń dokładnych (*praca badawcza*), pełnoznaczników (*dysertacja, doktorat, monografia*) lub synonimów (*zadanie, praca, projekt, badanie*). W tekście do słuchania uzasadnione jest zastosowanie środków fleksyjnych, polegające na podnoszeniu rangi i częstotliwości osobowych form czasownika przy minimalizacji imiesłówów współczesnych (*-qc*) oraz uprzednich (*-wszy, -wszy*). W zakresie składni najprostszym zabiegiem upraszczającym odbiór tekstu przez słuch jest jak najczęstszy wybór parataksy (czyli z łącznikami *albo, lub, i, a, ale, więc*) w miejsce hipotaksy (*gdy, mimo, dlatego*). Warto też stosować wypowiedzenia złożone najwyżej z trzech zdań prostych (zdania trzykrotnie złożone).

Wreszcie trzecim tekstem do przygotowania (jak wynika z praktyki – najtrudniejszym) jest trzypięciominutowa prezentacja ze wsparciem jednego slajdu (zgodnie z opisanymi na wstępie warunkami konkursu 3MT®). Mowa kierowana jest do audytorium spoza dziedziny, a nawet dyscypliny naukowej. Rzecz jasna, na tym tekście najpełniej pozwala się realizować argumentacja jako proces. W zakresie technik elokucyjnych, by zrealizować cel retoryczny, czyli przekonanie słuchacza do swoich badawczych sądów, trenuje się ponadto stosowne użycie wielkich

kwantyfikatorów (*nikt, wszyscy, nigdy, zawsze, wszędzie, nigdzie, nic, wszystko*) (Lewiński 1999, 180), pytań retorycznych, enumeracji, liczb, egocentryków (*ja, mój, mnie*).

Słuchacze podczas kursu ćwiczą się w następujących transpozycjach (>):

- tekst większy (1800 znaków) > (zabieg uogólnienia i/albo selekcja) > tekst mniejszy (900 znaków);
- tekst do słuchania > (zabiegi językowe: pronominalizacja, hipotaksa, zdania wielokrotnie złożone, imiesłowy współczesne, uprzednie, synonimy) > tekst do cichego czytania;
- tekst do cichego czytania > (zabiegi językowe: powtórzenia, parataksa, osobowe formy czasownika, zdania najwyżej trzykrotnie złożone) > tekst do słuchania.

Powstają ponadto wersje tego tekstu w dwu celowanych postaciach – znakowej i funkcyjnej:

- tekst do oglądania na prezentacji typu PowerPoint ze wsparciem tekstu mówcy do słuchania przez audytorium (np.: wystąpienie, referat albo wykład);
- tekst wyłącznie do słuchania przez audytorium niespecjalistyczne, ograniczony czasem wygłoszenia w trzy minuty².

Oba teksty powstają po zabiegach kolejno uzupełnienia i selekcji z uwzględnieniem stosowanych znaków oraz swojego przeznaczenia.

W dalszej części podniosę kwestię wagi kolorów, aranżacji slajdu, czasu oraz liczb.

3.2. Kolor

Ze względu na tekst wspierany przez prezentację multimedialną zwraca się słuchaczom uwagę na możliwość zarządzania uwagą audytorium konkursowego, konferencyjnego albo dydaktycznego. Dziś jesteśmy zatem świadkami ujmowania tekstu nie tylko w aspekcie językowo-komunikacyjnym (werbocentryzm), a coraz częściej komunikacyjno-semiotycznym (okulocentryzm, multimodalność). Za istotne wartości do omówienia uznaję aranżację slajdu. Należą do niej wybór stylu i układu slajdu; koloru tła, koloru czcionki, odpowiedni kontrast tychże kolorów; wielkość oraz krój czcionki czy zarządzanie pustym miejscem. Wspomnę tu jedynie o kilku wskazówkach. Bardziej przyjazne jest ciemne tło slajdów, ponieważ w naświetlonych pomieszczeniach konferencyjnych lub akademickich skuteczniej emituje tekst. Geometryczne elementy projektowe stylu slajdów podnoszą obiektywizm i oficjalność przekazu, w przeciwieństwie do stylów florystycznych. Kolor

2. Trzy przykładowe teksty będące efektem transpozycji trojga kursantów (oznaczonych jako X, Y, Z) edycji 2023/2024 zamieszczone zostały jako dodatek do artykułu.

niebieski (tła albo ubrania) dodaje mówcy waloru uprawdopodobnienia (Wosik 2016). Istnieją też dowody na skuteczność sensualną kolorów określanych powszechnie jako zimne w przeciwieństwie do ciepłych. Te ostatnie emitują długie fale świetlne, dlatego do ich przetworzenia mózg człowieka zużywa dużo energii. Tymczasem kolory zimne emitują fale krótkie, dlatego do ich postrzegania człowiek zużywa mniej energii (Rybińska 2016). W celu dbałości o audytorium, które ogląda slajd, można te aspekty wziąć pod uwagę. Z tego samego powodu warto zawsze przeznaczać na slajdzie miejsce puste, by oko oglądającego odpoczęło, przewaga tekstu ma być bowiem po stronie mówcy, nie zaś slajdu. Na zarządzanie uwagą odbiorcy mają wpływ zarówno czynniki kulturowe, jak i postrzeżeniowe. Do pierwszych należy kierunek czytania. W kulturze europejskiej slajd jest naturalnie obserwowany od lewego górnego rogu przez lewy dolny i górny prawy po dolny prawy. Warto też odnotować wyniki przeprowadzonego w kooperacji z firmą Stabilo testu na zapamiętywanie fragmentów tekstu podkreślonego różnymi kolorami. Wśród 138 badanych maturzystów 66% z nich zapamiętało tekst bez podkreśleń, z kolei po podkreśleniu kolorami Stabilo – pomarańczowy, żółty, niebieski, różowy i zielony – uzyskano wynik w przedziale 77% a 82% poprawnych odpowiedzi (Rybińska 2016).

Wagę retoryczną aranżacji slajdu ma ponadto efekt SNARC (Spatial-Numerical Association of Response Codes):

Polskie tłumaczenie nazwy tego zjawiska jako «zależność przestrzenna między liczbą a rodzajem odpowiedzi» proponuje Robert Mackiewicz [...]. Polega ono na tym, że w kulturach, w których zapis odbywa się od lewej do prawej strony, osoby proszone o ocenę np. parzystości prezentowanych cyfr reagują szybciej na liczby o niskiej wartości liczbowej po lewej stronie swojego ciała, podczas gdy na liczby o dużej wartości reagują szybciej po prawej stronie. Odwrotny efekt można zaobserwować w kulturach, w których zapis odbywa się od prawej do lewej strony (Cipora 2013, 5).

Kulturowo określony kierunek czytania/oglądania hierarchizuje informacje podczas percepcji, a przygotowujący prezentację wykładowca może dzięki temu wskaźnikowi wpływać na kształtowanie poglądu (cel perswazyjny), powstawanie wiedzy (cel dydaktyczny) albo uczenie się (cel mnemoniczny).

Ten ostatni cel w kursie pozostaje w ścisłym związku ze słownym wyliczeniem. Otóż elementarzem retorycznym jest wysoka wartość figury wyliczenia. Enumeracja jednak bardzo łatwo może stać się bezwartościowa, kiedy przekroczy trójkę składników (Zimny 2000). I na ten efekt retoryczny istnieje argument dla kursantów, który opisuje subityzowanie (od łacińskiego *subitus* – ‘nagły’). „Jest to zdolność do automatycznego, bezwysiłkowego, szybkiego i bezbłędnego określania niewielkich liczebności (maksymalnie 3 lub 4 obiekty)” (Cipora 2013, 6). Na przewagę retoryczną – mnemoniczną oraz impresywną – trójki elementów

w członie enumeracyjnym warto podać także deklasujące jej znaczenie w kulturze od początku dziejów. Dorothea Forstner (1990, 43) pisze: „Jeżeli jakakolwiek liczba może sobie rościć prawo do świętości i znaczenia symbolicznego, to bez wątpienia jest nią trójka”. Doskonałą listę dowodów w tym zakresie przedstawia Marek Ruszkowski (2022). Autor dowodzi przekonująco w oparciu o zaplecze lekturowe z wielu dyscyplin, że trójka ma znaczącą wagę w medycynie, magii, kulturze ludowej, sporcie, poezji dziecięcej, literaturze światowej. W języku obecna jest jej reprezentacja w przysłowiach, maksymach (ustabilizowana część uniwersum językowego), sloganach, hasłach (ich trychotomiczna kompozycja) jako dynamicznej części uniwersum językowego.

3.3. Liczba

W elokucyjnym porządku określającym wysłowienie jak dotąd zilustrowałam takie istotne właściwości znakowe prezentacji czy wykładu, jak: leksyka, kolor oraz właściwości semiotyczne innego rodzaju, tj. aranżację slajdu. Za niezwykle istotną zwłaszcza w krótkich prezentacjach popularnonaukowych i konkursowych uznaję liczby, dlatego są one przedmiotem ćwiczenia także w charakteryzowanym kursie. Dlatego liczba jest istotna i na co warto zwrócić uwagę, przedstawiam poniżej.

Jak wiadomo, „Platon wyróżnił trzy rodzaje liczb: idealne, matematyczne i zmysłowe” (por. Cipora 2013, 2). Przyjmuję, że umiejscowiona w prezentacji liczba jest sensorycznie nacechowana i może służyć retorycznym celom wpływania na audytorium. To obiektywna przesłanka. Jest też przesłanka psychologiczna do używania liczb, „w filozofii [bowiem] używanie liczb uznawano tradycyjnie za domenę wyłącznie człowieka wykształconego” (Cipora 2013, 1). Szczegółowe wskazówki w odniesieniu do retorycznego stosowania liczb opieram na następujących wynikach badań:

[d]ystans numeryczny jest analogiczny do opisanego [...] przez psychologów postaci (Gestalt) efektu dystansu [...]. Czas porównywania fizycznych obiektów różniących się pod względem określonej charakterystyki (na przykład długości odcinków czy rozmiaru figur geometrycznych) jest zależny od różnicy między porównywanymi obiektami. Im różnica mniejsza, tym więcej czasu potrzeba na dokonanie porównania (Cipora 2013, 4-5).

W związku z tym, że kursanci przygotowują docelowo tekst ustny, to jego wyrazistość musi być większa w porównaniu z tekstem przeznaczonym do czytania. Szybkość reakcji i percepcji słuchaczy sprzyja wykładowcy, więc jego operowanie liczbami musi brać pod uwagę, że: „»psychologicznie« zatem 1 bardziej różni się od 5 niż od 2” (Cipora 2013, 4). Choć „[t]en rodzaj reprezentacji wydaje się stać w sprzeczności z matematycznym rozumieniem liczby, w którym relacje mniejszości/większości mają charakter kategorialny i niestopniowalny” (Cipora

2013, 5), to ze względu na retoryczny walor użycia liczb jest to pogląd absolutnie kluczowy i ma ogromną wagę w przygotowaniu porównań w tekście ustnym. Te obserwacje wpływają nie tylko na porównania danych liczbowych między sobą, ale także na prezentowanie samych liczb oraz ich postaci. Trudne są na przykład zarówno do wymówienia, jak i do percepcji audytywnej liczby dziesiętne, por. 0,84%. Szuka się zatem sposobów do uwyrażnienia tej liczby, choćby zastępując ją parafrazą, por. *mniej niż jedna sprawa na sto*. Podobnie rzecz się ma z wielkimi liczbami, mimo że istnieje obiegowa opinia, iż ludzie je lubią. Dobrze jest jednak, by były one wyobrażalne, stąd lepiej powiedzieć *prawie tysiąc* zamiast 988. Jeśli zaś potrzeba opisać jakąś wielkość w tysiącach czy milionach, dobrą strategią obrazowania jest odwołanie do świata naturalnego albo znanych kulturowo artefaktów, por. liczebność w odniesieniu do mrówek w mrowisku, kibiców na stadionie meczu piłki nożnej; długość w odniesieniu do równika, odległości między Tatrami a Morzem Bałtyckim; wysokość/głębokość w odniesieniu do wieży Eiffla itd. Te perspektywy odniesienia warto zgodnie z pielęgnowaniem maksymy aprobaty modyfikować wraz z miejscem przebywania i charakterystyką geograficzną audytorium.

4. Audytorium

W kursie akcent zostaje położony na krótkie wystąpienie przed audytorium niespecjalistycznym i w nim najbardziej eksponuje się poza zabiegami językowymi (*verbum*) także wszelkie inne zabiegi retoryczne prowadzące do osiągnięcia założonego celu: wprowadzenie audytorium w podziw poznawczy nad prowadzonymi badaniami. Wobec audytorium stosuje się maksymę aprobaty (Leech 1986; Lewiński 1999, 56-60). Oznacza to wkomponowanie w proces przemowy zabiegu identyfikacji. Z jej pomocą powstaje pomost między mówcą a odbiorcą. Zarówno jeden, jak i drugi uczestnik winni być określeni i to określenie powinno mieć swój wyraz w mowie. Rozpoznanie swojego odbiorcy (dzielenie wspólnej przestrzeni, zawsze jakoś zaaranżowanej, określenie oczekiwań, które charakteryzuje okoliczność wystąpienia czy wreszcie określenie możliwości psychofizycznych) jest kluczem do sukcesu oratorskiego. Przypominają o tym, za Josephem W. Wenzlem, Agnieszka Budzyńska-Daca oraz Ewa Modrzejewska (2024, 129):

Audytorium retoryczne jest rozumiane jako grupa realnych bądź wyobrażonych przez mówcę odbiorców, do których się zwraca. Akt retoryczny polega na tym, że retor dostosowuje swój przekaz do tak skonkretyzowanych osób w konkretnej sytuacji komunikacyjnej

Słuchacz współczesnej szkoły doktorskiej i młody badacz nie mają problemu sprzed wieków, por.:

audytorium ateńskie (kilka tysięcy ludzi na otwartej przestrzeni) było bardzo krytyczne i trudne do opanowania. Mówcy musieli więc mieć szczególne umiejętności pozyskiwania uwagi tłumu. Ateńczycy, czerpiący przyjemność ze słuchania rywalizujących stron, byli skłonni okazać znakomitą mównicom szacunek i podziw (Budzyńska-Daca 2024, 81).

Jednak, by uwieść audytorium, nadal muszą zdobywać umiejętności i kompetencje wymagających kształcenia. Nie każdy wszak badacz ma wrodzony dar oratorski. Wręcz przeciwnie – należy raczej założyć, że jest to sytuacja niebywale rzadka.

5. Mówca

Identyfikacja dotyczy też mówcy. W trenowanych wystąpieniach określenie swojej pozycji z pomocą autoprezentacji jest niewystarczającym środkiem. Autoprezentacja oznacza bowiem w psychologii sposób, w jaki każdy człowiek poprzez swoje wypowiedzi, zachowania i sygnały niewerbalne komunikuje na zewnątrz, kim jest albo za kogo chciałby być uważany. Można o niej powiedzieć, że jest niepubliczna, niewolicjonalna, nieintencyjna, niedyskursowa, (nie)celowościowa, multisemiotyczna i najczęściej potwierdza stereotypy (Loewe 2018). Tymczasem w sytuacjach, o których tu mowa, potrzeba zastosować strategię autopromocyjną. W marketingu i medioznawstwie oznacza promocję **własnej** osoby, **własnych** umiejętności, ale też **własnych** produktów lub usług w ramach **własnych** środków. Można o niej rzec, że jest publiczna, wolicjonalna, intencyjna, dyskursowa, celowościowa, werbocentryczna i często modyfikuje stereotyp (Loewe 2018). I to jest bardziej stosowna strategia do autopozycjonowania się przed audytorium. Zalecam kursantom, by łączyli tę technikę z używaniem egocentryków (*moje, ja, mnie*) w strukturze samego wystąpienia. Inaczej mówiąc, audytorium ma mieć przekonanie, że mówca chce być w tej sytuacji (dyskursywność, publiczność), chce mówić to, co mówi (intencjonalność), chce badać to, co przedstawia jako przedmiot badań (wolicjonalność), ma narzędzia do przemawiania oraz pracy badawczej, wie, po co to robi (celowość) oraz kompetentnie wykorzystuje moc sprawczą słowa (werbocentryzm). Za przełamywanie stereotypu w treningu prezentacji odpowiada atrakcyjność mówcy i mowy, do której się dąży w kursie.

6. Cele kursu – konkluzje

Zaprezentowane przedsięwzięcie retoryczne w moim podejściu odzwierciedla kombinację dwu sytuacji dialogowych wyznaczanych przez Waltona (2010, 13): perswazyjnej i poznawczej. Dla pierwszej celem jest rozwiązanie lub wyjaśnienie

problemu, dla drugiej – dowiedzenie lub obalenie hipotezy. Przy czym należy wyraźnie powiedzieć, że opisywane właściwości kursu nie realizują typowej sytuacji dialogu. Co prawda audytorium jest w niej każdorazowo obecne, ale – jak jego nominacja wskazuje – jest zaledwie słuchaczem i ma doznać podziwu nad przedstawionym projektem badawczym. Ów podziw wynikać ma z wyrazistego rysu poznawczo-badawczego mowy, częściej zwanej tu prezentacją. Co za tym idzie, nie ma w prezentacji projektu warunków wstępnych: konfliktu opinii czy potrzeby dowodu. Można by te warunki zmodyfikować do postaci: różnica w wypracowaniu opinii oraz chęć poznania dowodu.

Opisany trening jest także realizacją rozumienia dialektyki zaprezentowanego przez Piotra Lewińskiego (2012, 45). Wskazał on na perspektywę „poznawczą” oraz techniczną. Pierwsza jest [...] sposobem rozstrzygania kontrowersji, pewną procedurą epistemiczną pozwalającą na dochodzenie do prawdy. [...] Druga [...] jest procedurą pozwalającą na osiągnięcie jak największej efektywności w osiągnięciu założonego celu komunikacyjnego (zob. Budzyńska-Daca, Modrzejewska 2024, 205).

Słuchacz w efekcie trenowanych transpozycji (>) powinien uzyskać umiejętność w zakresie przełączania kodów: z naukowego (pisany>mówiony) na dydaktyczny (pisany>mówiony) i na popularyzatorski/popularnonaukowy (mówiony). By do tego doszło, za istotną uznaję kolejność pracy: od wiedzy do umiejętności i kompetencji. Najpierw zatem znajomość pojęć, rozpoznawanie strategii w studium przypadku (gotowy projekt naukowy kursantów), tworzenie własnej strategii tekstowej (*inventio*) (modyfikacja konceptu na użytek celów kursu), ostatecznie tworzenie tekstów (*elocutio* oraz *actio*). Ta ostatnia faza prowadzi do wykształcenia umiejętności popularyzacji przedmiotu badań naukowych oraz kompetencji oratorskich skierowanych do symbolicznego społeczeństwa wiedzy.

Cele kursu określłam w odniesieniu do dwu stron sytuacji komunikacyjnej: nadawcy (kursantów a przyszłych akademików) oraz odbiorcy (osób studiujących, słuchaczy pogadanki lub popularnonaukowego wykładu festiwalowego). Udział w kursie kształtuje opisane wyżej kompetencje i umiejętności tych pierwszych, którzy następnie pozyskują satysfakcję ze skutecznego dostarczenia *kwantum* wiedzy odbiorcy; podtrzymują ochotę do podejmowania kolejnych wyzwań badawczych oraz dydaktycznych; utrzymują ideę *universitas*, konstruują społeczeństwo wiedzy. Efektem zastosowanych umiejętności mówców jest satysfakcja słuchaczy ze skutecznej konsumpcji *kwantum* wiedzy; także podtrzymywanie ochoty do podejmowania kolejnych aktywności odbiorczych; wreszcie bycie świadomymi członkami społeczeństwa wiedzy.

Bibliografia

- Bloch, Jagoda.** 2021. „Oglądając, słuchając, czytając – na co zwracamy uwagę? O wpływie komunikacji niewerbalnej na to, ile zapamiętujemy z przekazów, na przykładzie orędzia noworocznego”, *Studia Medioznawcze* 22(4): 1077-1087. DOI: <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.sm.2021.4.671>.
- Budzyńska-Daca, Agnieszka.** 2024. „Korzenie debaty w kulturze europejskiej”. W *Debata. Retoryka dla demokracji*, red. Agnieszka Budzyńska-Daca, Ewa Modrzejewska, 71-95. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Budzyńska-Daca, Agnieszka, Modrzejewska, Ewa.** 2024. „Argumentacja w debacie: między teorią a działaniem”. W *Debata. Retoryka dla demokracji*, red. Agnieszka Budzyńska-Daca, Ewa Modrzejewska, 118-138. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cipora, Krzysztof.** 2013. „Czym jest liczba?”, *Rocznik Kognitywistyczny* 6: 1-10 DOI: <https://doi.org/10.4467/20843895RK.13.001.1348>.
- Forstner, Dorothea.** 1990. *Świat symboliki chrześcijańskiej*. Przeł. i oprac. Wanda Zakrzewska, Paweł Pachciarek, Ryszard Turzyński. Warszawa: Instytut Wydawniczy Pax.
- Heller, Michał.** 2024. *Spotkania z nauką: jak być uczonym*. Warszawa: Copernicus Center Press.
- Korolko, Mirosław.** 1990. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Leech, Geoffrey.** 1986. *Principles of pragmatics*. London; New York: Longman.
- Lewiński, Piotr.** 1999. *Retoryka reklamy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Lewiński, Piotr.** 2012. *Neosofistyka. Argumentacja retoryczna w komunikacji potocznej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Loewe, Iwona.** 2001. „Stylistyczna perspektywa tekstu perswazyjnego”. W *Stylistyka a pragmatyka*, red. Bożena Witosz, 347-357. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Loewe, Iwona.** 2007. *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Loewe, Iwona.** 2018. „Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach”. W *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*, T. 2, red. Aleksandra Kalisz, Ewelina Tyc, 23-30. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mackiewicz, Robert.** 2012. „Liczby w decyzjach ekonomicznych: instynkt numeryczny i wrażliwość cenowa”. W *Psychologia poznawcza w praktyce. Ekonomia, Biznes. Polityka*, red. Andrzej Falkowski, Tomasz Zaleśkiewicz, 137-185. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Murzyn, Wojciech.** 2014. „Podstawowe zasady efektywnej prezentacji naukowej”. W *Prezentacje naukowe i wizerunek naukowca. Materiały z XVII Seminarium z cyklu Badania naukowe*, 215-227. Warszawa: Centrum Promocji Informatyki. .
- Niedzicki, Wiktor.** 2017. *Dobrze zaprezentuj swoją pracę. Poradnik dla doktorantów*. Warszawa: Wydział Mechatroniki Politechniki Warszawskiej.
- Osica, Natalia, Niedzicki, Wiktor.** 2017 *Sztuka promocji nauki. Praktyczny poradnik dla naukowców*. Warszawa: OPI-PIB, https://opi.org.pl/opi_publication2/sztuka-promocji-nauki/ (data dostępu: 28.08.2024).
- Ruszkowski, Marek.** 2022. „Liczba trzy w kulturze i języku”, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica* 17: 214-221.
- Rybińska, Aleksandra.** 2016. „Kolory wpływają na pamięć? Barwy mają znaczenie”. <https://www.polskieradio.pl/5/240/Artykul/1687790,Kolory-wplywaja-na-pamiec-Barwy-maja-znaczenie> (data dostępu: 20.06.2024).

- Walton, Douglas.** 2010. „Types of Dialogue and Burdens of Proof”. W *Computational models of argument. Proceedings of COMMA 2010*, red. Pietro Baroni, Federico Cerutti, Massimiliano Giacomin, Guillermo R. Simari, 13-24. Amsterdam Netherlands: IOS Press.
- Wenzel, Joseph.W.** 1992. „Perspective on Argument”. W *Readings in Argumentation*, red. William L. Benoit, Dale Hamble, P.J. Benoit, 121-143. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.
- Wosik, Alicja.** 2016. „Czy globalizacja języka mediów jest nieunikniona? – analiza telewizyjnych serwisów informacyjnych różnych krajach”. W *Język w telewizji. Antologia*, red. Małgorzata Kita, Iwona Loewe, 28-52, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Zimny, Rafał.** 2000. „Raz, dwa, trzy – enumeracja i perswazja”, *Język a Kultura* 13: 215-227.

Dodatek do artykułu

TEKST KURSANTA X (1800 ZNAKÓW)

Prawne, prawnicze i pozaprawne metaforyczne konceptualizacje pojęć prawa karnego w języku i wartościowaniu mediatora

Metafory są powszechne w języku. Nie są to środki literackie, ozdobniki języka, ale schematy myślenia (tzw. metafory konceptualne). Można je odnaleźć także w języku wymiaru sprawiedliwości (np. w kodeksie karnym, języku sędziów i mediatorów). Wiele z tych metafor konstruuje pojęcia i instytucje prawnokarne. W dotychczasowych badaniach zebrano metafory prawne („Metafory konceptualne jako narzędzia rozumowania i poznania prawniczego”, S. Wojtczak oraz inni). Osobno zbadano techniki i teorię mediacji. W swoich badaniach połączę te perspektywy, stosując narzędzie metafory konceptualnej (metaforycznego rozszerzenia semantycznego) do zbadania modeli wartościowania mediatorów o prawniczym i nieprawniczym wykształceniu. Cel ten osiągnę poprzez zebranie metafor prawa karnego stosowanych przez mediatorów na tle metafor pojawiających się w języku prawnym i prawniczym (w przepisach, orzeczeniach i wypowiedziach sędziów). Badania przeprowadzę w materiale językowym podręcznika do mediacji, 10 obserwacjach mediacji, 20 wywiadach pogłębionych z mediatorami (w zakresie języka pozaprawnego), desk research przepisów prawa karnego (język prawny) oraz analiz 20 protokołów rozpraw karnych i 10 wywiadów z sędziami karnistami (język prawniczy). Finalnie przeprowadzę 20 symulacji mediacji. Tak zweryfikuję, czy mediatorzy – prawnicy i nie-prawnicy – posługują się odmiennymi metaforami konceptualnymi oraz jak te odmienności wypadają na tle metafor normalnie stosowanych w języku prawnym i prawniczym. Następnie ze zbioru metafor mediatorów wyciągnę wnioski dotyczące modeli wartościowania mediatorów prawników i nie-prawników odnosząc je do wzorców tradycyjnie stosowanych przez sędziów.

TEKST KURSANTA X (DO WYGŁOSZENIA W TRZY MINUTY)

Metafory konceptualne w mediacjach karnych

Metafory są powszechne w języku. Nie są to tylko środki literackie, ozdobniki, słowa – ale schematy myślenia nazywane metaforami konceptualnymi. Skąd przecież wiemy, że czas płynie? Metafory konceptualne pomagają zrozumieć pojęcia abstrakcyjne – takie jak czas – w kategoriach tego, co już znamy i czego doświadczamy fizycznie. Jak woda. Postrzeganie CZASU jako WODY pozwala człowiekowi łatwiej o czasie mówić i czas rozpoznawać. Metafory to także pułapki myślenia. Dla mnie czas teraz płynie jak wartki strumień, bo trzy minuty to zbyt mało, by powiedzieć wszystko o moim projekcie. Jednak dla Państwa czas stoi w miejscu, kiedy słuchają państwo kilku wystąpień po kolei.

Takie metafory są także składnikami tak ustabilizowanego obszaru, jakim jest prawo karne. Zaskakiwać może, że prawo karne zawiera takie metafory, w których kara staje się podobna do wiszącego toporu albo leczniczego środka. Oto dowody z prawa „warunkowe zawieszenie wykonania kary”, „wolnościowe środki karne”. Czyn zaś w prawie karnym to przedmiot mający ciężar, kiedy piszemy: jaka jest „waga naruszanych obowiązków”. Widać więc, że prawnicy nie wiedzą, że całe życie mówili i myśleli nie prozą, ale... metaforą.

Doskonałym obszarem obserwacji metafor są mediacje, czyli alternatywne nieformalne sposoby rozwiązywania sporów z pomocą zaufanej osoby trzeciej. Mediatorzy inaczej niż sędziowie nie mają władzy instytucji. Ich władzą są słowa i słów obrazowa moc. Moim naukowym wyzwaniem jest najpierw obserwacja metafor, których używają mediatorzy a następnie opracowanie na tej podstawie oceny ich schematów myślenia.

W 2023 roku w Polsce mniej niż 1 sprawa karna na 100 trafiła do mediacji. To pokazuje, jak mediacje są w Polsce rzadko wykorzystywanym narzędziem. Moje badania z jednej strony upowszechnią mediacje, z drugiej dadzą mediatorom do ręki zestaw narzędzi do pracy. W mojej pracy zbadam wypowiedzi mediatorów o prawniczym i nieprawniczym wykształceniu w wywiadach i symulacjach mediacji.

Dlaczego metafory konceptualne służyć mogą mediacjom?

Po pierwsze mediatorzy metaforami tłumaczą nieprofesjonalnym stronom zawiłości procesu karnego. Po drugie, metafory sprawiają, że pokłócone strony spojrzą na spór ze wspólnej kulturowej perspektywy. Po trzecie, metafory jako schematy myślenia okazują się niekiedy więzieniem w mediacji, czuli pułapami myślenia a nawet narzędziami manipulacji.

TEKST KURSANTA Y (1800 ZNAKÓW)

Dyskurs kolejowy – cechy, funkcje, przeobrażenia

Celem mojej pracy jest określenie struktury i funkcji współczesnego polskiego dyskursu kolejowego i kierunków jego rozwoju w XX wieku i współcześnie. Z perspektyw ontycznych W. Czachura wybieram instytucjonalną, sam dyskurs kolejowy definiuję (za M. Wojtak), jako unormowaną praktykę komunikacyjną transportu kolejowego i sposoby jej realizacji. Poza opisem werbalnej i niewerbalnej części dyskursu podejmę się wyjaśnienia celowości opisanych zjawisk i zbadania ich skuteczności w realizacji celów transportu: sprawności i bezpieczeństwa.

Zakładam, że:

- 1) język kolei przejawia określone cechy dystynktywne, wynikające z dwóch podstawowych celów: maksymalnej precyzji wypowiedzi i możliwie szybkiej komunikacji
- 2) głównymi przyczynami zmian w dyskursie były katastrofy kolejowe i przemiany technologiczne
- 3) modyfikacje języka mogą poprawić bezpieczeństwo ruchu pociągów.

Odnalazłam pracę anglojęzyczną o dyskursie kolejowym (E. Adamiego), jednak omawia ona dyskurs tematyczny (głównie: kolej w literaturze), nie wewnątrzbranżowy. Najbliżej mojego obszaru sytuują się prace o komunikacji lotniczej E. Friginala i A. P. Borowskiej. O języku kolei traktuje zaledwie kilka publikacji, dotyczących: onomastyki (m.in. J. Głowacki), emocji w profesjolekcie kolejarzy i kategoryzacji jednostek leksykalnych (O. Kowalczyk), języka pasjonatów (P. Żmigrodzki).

Materiał badawczy stanowią

- dla badań synchronicznych: obowiązujące instrukcje kolejowe, zawierające wytyczne dla komunikacji kolejowej, w tym wzorce tekstowe niektórych gatunków
- dla badań diachronicznych: instrukcje archiwalne i publikacje pomocnicze (podręczniki, poradniki) wydawane w ostatnim stuleciu, a także opublikowane w Internecie raporty Państwowej Komisji Badania Wypadków Kolejowych.

TEKST KURSANTA Y (DO WYGŁOSZENIA W TRZY MINUTY)***Dylemat wagonika w strukturze języka – czy zmiana sposobu mówienia poprawi bezpieczeństwo ruchu pociągów?***

Aby pociąg przejechał z punktu A do punktu B, konieczne jest przekazanie informacji i poleceń pomiędzy co najmniej kilkunastoma pracownikami kolejowymi. Wszystkie te komunikaty muszą mieć określoną formę i następować po sobie w określonej sekwencji. W mojej pracy doktorskiej opiszę, jak zbudowany jest ten instytucjonalny dyskurs kolejowy. Dyskurs, czyli cała skomplikowana struktura komunikacji językowej i wszelkie praktyki z komunikacją związane. Określę obecny kształt dyskursu i to, jak rozwijał się w ostatnim wieku. Sprawdzę też, czy przyjęty sposób przekazywania informacji zapewnia sprawność i bezpieczeństwo ruchu pociągów. Badania poprowadzę na podstawie instrukcji, podręczników i raportów z wypadków. Wykorzystam zarówno dokumenty współczesne, jak i archiwalne.

Na ewolucję dyskursu kolejowego wpływały zmiany technologiczne, polityczne i społeczne. Zmiany te naznaczone są też jednak krwią pasażerów i kolejarzy – historia kolei to aż 150 katastrof. Chciałabym odkryć, jakie elementy komunikacji językowej kolejarzy należy zmienić, aby uniknąć tylu katastrof w przyszłości.

Do tej pory nie podjęto w naukach humanistycznych tematu komunikacji na kolei. Język wewnątrzbranżowy pozostaje ciągle niezbadany, mimo że jest tak istotny dla sprawnego przewozu. Jestem przekonana, że dzięki proponowanym przeze mnie zmianom w dyskursie kolei wkrótce będziemy podróżować pociągami bezpiecznie i punktualnie.

TEKST KURSANTA Z (1800 ZNAKÓW)***Socjopragmatyczna analiza zleksykalizowanych porównań w potocznych wypowiedziach konstruowanych. Na materiale „Korpusu dawnych polskich tekstów dramatycznych (1772–1939)”***

W historycznojęzykowych badaniach nad frazeologią dominują sondy leksykograficzne nastawione na eksplikację znaczenia i pochodzenia jednostek. Współczesne narzędzia cyfrowe, np. korpusy dawnych dialogów, pozwalają rozszerzyć tę perspektywę o lingwistyczne analizy socjopragmatyczne, przybliżające sposób i cel użycia frazeologii w przeszłości.

Materiał badawczy służący egzemplifikacji nowego sposobu badań pochodzi z tytułowego korpusu. W jego skład wchodzi 173 tekstowe warianty zleksykalizowanych porównań, które występują w potocznych wypowiedziach konstruowanych (tzw. speech-related text types, tj. tekstach naśladowujących żywą mowę).

Pragmalingwistyczne znakowanie narzędzia umożliwia zweryfikowanie, jakie konteksty pragmatyczne towarzyszą użyciu badanych frazeologizmów poprzez identyfikację: gatunków mowy, w których występują te jednostki oraz językowych funkcji, w jakich są one używane. Dostępne w korpusie informacje o wybranych zmiennych socjolingwistycznych przypisanych do osób mówiących pozwalają sprawdzić, czy cechy te wpływają na wybór frazeologizmu w określonym kontekście pragmalingwistycznym.

Celem badań jest bowiem opracowanie nowatorskiej propozycji rozszerzonych definicji leksykograficznych w słownikach dawnej frazeologii. W artykułach hasłowych, obok eksplikacji znaczenia i egzemplifikacji tekstowej stałych połączeń wyrazowych, znajdują się zidentyfikowane ich realizacje tekstowe oraz dane o:

- a) pragmalingwistycznym kontekście zgromadzonych jednostek, tj. gatunku mowy i funkcji językowej,
- b) grupach społecznych, które używają określonego wariantu frazeologizmu.

TEKST KURSANTA Z (DO WYGŁOSZENIA W TRZY MINUTY)

Naprzód przeszłości! Cyfrowa droga ku FrazeoRewolucji

Partnerzy w nauce! Historia Polski to historia rewolucji. Rewolucji nie tylko politycznych, ale także językowych. Frazeologizmy są jak symboliczne sztandary w walce o głos społeczności. Nastaje czas na rewolucję cyfrową. Dzięki nowoczesnej technologii odkrywamy, po co nasi przodkowie używali frazeologizmów.

W tej rewolucji frazeologizmy stają się jak broń, która pomaga społecznościom wyrazić swoje myśli, uczucia i doświadczenia. Dzięki analizie korpusowej i lingwistycznej możemy zgłębiać już nie tylko ich znaczenie, ale przede wszystkim funkcje, funkcje językowe jakie frazeologizmy pełnią w codziennej komunikacji.

Stoję przed Wami i prezentuję swoje badania doktorskie, by dać Wam narzędzia. Narzędzia, do odkrycia tego, jak kobiety i mężczyźni, młodzi wiekiem i sercem, wszyscy, niezależnie od statusu społecznego używali frazeologizmów na ćwierć tysiąca sposobów! Od codziennego plotkowania po publiczne oskarżanie.

Mamy szansę na zmianę społecznej narracji! Frazeologizmy stają się narzędziem do opowiadania historii społeczności, która dotąd była pomijana, ignorowana i uciszana. W którym słowniku napisali o mowie waszych dziadków?!

Współczesne badania nad dawnymi frazeologizmami to już nie tylko analiza językowa. To rewolucja w społeczeństwie i w nauce. Porzućcie to, co mówią w szkole i w słownikach! Dziś to my, młodzi badacze, otwieramy nowe horyzonty w zrozumieniu języka, kultury i społeczeństwa. Naszego społeczeństwa!