

RECENZJE



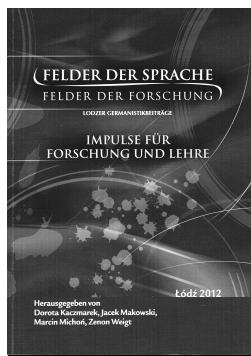
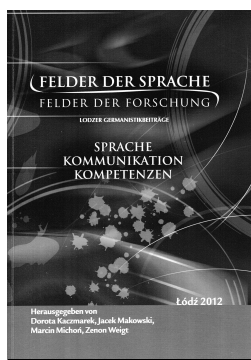
TOMASZ JANIAK

*Instytut Logistyki i Magazynowania, Dział Upowszechniania Wiedzy
Studium Języków Obcych Wyższej Szkoły Logistyki w Poznaniu*

Dorota Kaczmarek, Jacek Makowski, Marcin Michoń, Zenon Weigt (red.)

***Sprache – Kommunikation – Kompetenzen
Impulse für Forschung und Lehre***

Wydawnictwo PRIMUM VERBUM, Łódź, 2012



Sprache – Kommunikation – Kompetenzen oraz *Impulse für Forschung und Lehre* to tytuły dwóch monografii, które ukazały się co prawda jeszcze w 2012 roku, ale z uwagi na szczególne walory poznawcze i aktualną tematykę z całą pewnością zasługują na ich zarekomendowanie Czytelnikom „Komunikacji Specjalistycznej”. Seria *Felder der Sprache, Felder der Forschung. Lodzer Germanistikbeiträge*¹⁶⁷ jest obecna na rynku wydawniczym od 2010 roku.

Redaktorami naukowymi są łódzcy germaniści, reprezentujący Zakład Językoznawstwa Stosowanego w Katedrze Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego Uniwersytetu Łódzkiego: dr Dorota Kaczmarek, dr hab. Jacek Makowski, dr Marcin Michoń i prof. dr hab. Zenon Weigt. Recenzję wydawniczą tomu *Sprache – Kommunikation – Kompetenzen* napisała prof. dr hab. Grażyna Łopuszańska, natomiast pracę *Impulse für Forschung und Lehre* zrecenzował prof. dr hab. Lech Zieliński.

¹⁶⁷ Seria jest ściśle związana z międzynarodowymi konferencjami „Felder der Sprache – Felder der Forschung. Lodzer Germanistikbeiträge”. Dotychczas odbyły się trzy edycje 2010, 2012 i 2014. Organizatorem jest Zakład Językoznawstwa Stosowanego w Katedrze Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego UŁ. Konferencje mają charakter interdyscyplinarny, łączą językoznawcze i glottodydaktyczne aspekty badań nad językiem i wokół języka niemieckiego, preferują prezentowanie najnowszych teorii oraz metodologii językoznawczej jak i glottodydaktycznej oraz pól ich łączenia.

Na wstępie należy podkreślić, że wymienionym redaktorom udało się pozyskać do współpracy nad monografiami liczne grono 36 autorów, reprezentujących różne środowiska naukowe i badawcze, łącznie 13 polskich uczelni: Uniwersytetu Łódzkiego, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Rzeszowskiego, Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Gorzowie Wielkopolskim, Wyższej Szkoły Lingwistycznej w Częstochowie, Wyższej Szkoły Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych „Gallus” w Katowicach. Znaczący udział do zwiększenia wartości poznawczej publikacji wnieśli także autorzy zagraniczni, pracownicy naukowcy Uniwersytetu w Regensburgu i Uniwersytetu Caen Basse-Normandie.

Obie monografie, napisane w języku niemieckim, odznaczają się przejrzystą strukturą. Redaktorzy przyjęli następujący podział tematyczny: językoznawstwo ogólne, językoznawstwo stosowane, translatoryka i dydaktyka języków obcych. Taki podział zachęca czytelników do lektury. Całość opracowania otwiera i zamyka tekst zagranicznego autora. W przypadku *Impulse für Forschung und Lehre* są nimi profesorowie - Albrecht Greule¹⁶⁸ i Christopher Kolbeck z Uniwersytetu w Regensburgu, natomiast *Sprache – Kommunikation – Kompetenzen* – prof. Maxi Krause (Uniwersytet Caen Basse-Normandie) i dr Carolin Hagl (Uniwersytet w Regensburgu).

Pierwszy rozdział *Impulse für Forschung und Lehre*, napisany przez profesora Albrechta Greule („Theolinguistik zwischen Allgemeiner und Angewandten Sprachwissenschaft”), jest wyjątkowym zaproszeniem do refleksji nad religijnym i językowym obrazem świata. Przedmiotowa problematyka była już obecna m.in. w wydanej w 2011 roku pracy zbiorowej pod redakcją Profesora (wspólnie z dr Elżbietą Kucharską-Dreiss) pt. *Theolinguistik - Bestandsaufnahme – Tendenzen - Impulse*. Na początku autor przytacza kilka definicji teolinguistyki oraz wyjaśnia powody zajmowania się tym zagadnieniem, m.in. na przykładzie analizy niemieckich pieśni religijnych. Podkreśla znaczenie dla rozwoju badań nad językiem religijnym realizowanego przez prof. dr hab. Alicję Nagórko na Uniwersytecie Humboldta w Berlinie projektu wielojęzycznego (polsko – niemiecko – czesko - słowackiego) słownika pojęć religijnych („Religiöse Lexik in der Allgemeinsprache”). Profesor Greule wyraża bardzo emocjonalny stosunek do tego przedsięwzięcia: „Ich sehe mich durch dieses Wörterbuchprojekt und seine Verwirklichung in meiner Annahme bestätigt, ein Handbuch der Theolinguistik zu projektieren, wenn mir auch in Anbetracht der Fülle der Themen, Religionen, Regionen und Sprachen manchmal der Mut sinkt“ (s. 19).

¹⁶⁸ W tym miejscu warto odnotować, że w 2014 roku w wydawnictwie De Gruyter ukazała się bardzo ciekawa praca zbiorowa pod redakcją Profesora pt. *Deutsches Gewässernamenbuch: Etymologie der Gewässernamen und der dazugehörigen Gebiets-, Siedlungs- und Flurnamen* (we współpracy z Sabine Hachkl-Röblier).

Z kolei prof. Christopher Kolbeck w rozdziale pt. *Retrochronone Sprachgeschichte: neue Möglichkeiten für (Fremd-) und Sprachgeschichtsdidaktik* kieruje uwagę czytelnika w stronę nauczania historii języka i skutecznych metod, które będą w stanie zachęcić współczesnych uczniów i studentów do jej poznawania.

Rozdziały napisane przez dr Beatę Grzeszczakowską-Pawlikowską (Uniwersytet Łódzki) i dr Magdalenę Duś (Wyższa Szkoła Lingwistyczna w Częstochowie) są przykładem opisu oraz kształtowania praktycznych umiejętności językowych i komunikacyjnych, niezbędnych w relacjach student/ absolwent filologii germańskiej – otoczenie gospodarcze. Dr Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska w artykule pt. *Einige Prämissen zur Sicherung der Attraktivität polnischer Germanistikabsolventen auf dem Arbeitsmarkt* podkreśla, że zwiększenie atrakcyjności polskich absolwentów germanistyki na rynku możliwe jest m.in. dzięki wykorzystaniu kompetencji komunikacyjnych, umiejętności pracy w zespole i realizacji projektów. Z tematyką analizowaną przez wspomnianą autorkę doskonale korespondują refleksje zawarte w rozdziale Magdaleny Duś pt. „Präsentation eines Unternehmens in deutscher Sprache: Entwurf einer Komplexübung im Rahmen einer Fachsprachenpropädeutik im Germanistikstudium”, poświęconym konkretnemu zagadnieniu, istotnemu z punktu widzenia komunikacji specjalistycznej w korporacjach, mianowicie umiejętności prezentacji przedsiębiorstwa w języku niemieckim, a tym samym budowania jego pozytywnego wizerunku.

Dr Miłosz Woźniak (UAM) w rozdziale „Popularisierung – ein Forschungsobjekt der Textlinguistik” analizuje zagadnienie komunikacji ekspert – laik w kontekście popularyzacji wiedzy. Autor docenia spojrzenie na popularyzację wiedzy z punktu widzenia np. badań socjologicznych, ale jednocześnie dostrzega potrzebę ujęcia tej problematyki również w kontekście analizy lingwistycznej i wykorzystania narzędzi lingwistyki tekstu. Opisany model analityczny, opierający się na koncepcji Heinemanna i Viehwegera, rozpatrywany jest na następujących płaszczyznach analitycznych: formalno-gramatycznej, tematycznej, sytuacyjnej i funkcjonalnej. Autor zwraca uwagę na konieczność uwzględnienia także poziomu metakomunikacyjnego. To właśnie dzięki jakości metod metakomunikacji zależy zrozumiałość i atrakcyjność tekstów popularnonaukowych (s. 100).

Z kolei dr Joanna Dubiec-Stach (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Gorzowie Wielkopolskim) w swoim rozdziale przedstawia wyniki analizy korpusowej poszczególnych gatunków tekstu obecnych w czasopiśmie o tematyce gospodarczej „Focus Money”, identyfikując wspólne cechy niektórych nich. Język mediów oraz zagadnienia związane z postrzeganiem problemów językowych w społeczeństwie wielokulturowym są przedmiotem rozdziału dr Katarzyny Sikorskiej-Bujnowicz (Uniwersytet Łódzki). Autorka przybliżyła nam „językowe kulisy” niemieckiego programu telewizyjnego „Was guckst du”, ujawniającym stereotypy odnoszące się do obcokrajowców mieszkających w Niemczech.

Dr Małgorzata Sieradzka (Uniwersytet Rzeszowski) proponuje zarówno starszym, jak i młodszym czytelnikom zapoznanie się z leksyko-

graficznym ujęciem i opisem polskiego słownictwa z czasów PRL-u, obecnego w wybranych źródłach słownikowych, na przykładzie takich neologizmów, jak: *demoludy*, *enerdowiec*, *enerdowo*, *erefenowiec* czy *komuszek*. Dr Roman Opilowski (Uniwersytet Wrocławski) w rozdziale „Sprachen sehen, Bilder lesen. Eine bildlinguistische Herangehensweise” zajmuje się coraz częściej podnoszonym problemem wizualizacji tekstów medialnych. Autor zwraca uwagę na rosnący udział form wizualnych w mediach i kształtowanie się nowej dyscypliny, jaką jest lingwistyka obrazu (niem. *Bildlinguistik*).

Istotnym przedmiotem zainteresowania autorów monografii jest język prawa. Dr Piotr Iwan (Uniwersytet Śląski w Katowicach) w rozdziale „Die textuellen Merkmale der Textsorte „Bescheid” und deren Einfluss auf Rezeption” porusza problem zrozumiałości pism urzędowych. Z kolei dr Robert Kołodziej (Uniwersytet Jagielloński) koncentruje się na analizie rodzajów tekstu w niemieckim i polskim prawie pracy („Textsorten im polnischen und im deutschen Arbeitsrecht”). Dr Rafał Szubert (Uniwersytet Wrocławski) przedstawia metafory organiczne i metonimie obecne w niemieckim i polskim prawie rzeczowym. Dr Katarzyna Siewert (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy) przybliży czytelnikom ważne kompendium, jakim jest „Polsko-niemiecki słownik prawniczy” autorstwa Aliny i Agnieszki Kilian, podkreślając jego funkcjonalny charakter i walory użytkowe dla tłumaczy. W konwencję omawianego zakresu tematycznego wpisuje się z powodzeniem rozdział autorstwa dr Agnieszki Stawikowskiej-Marcinkowskiej (Uniwersytet Łódzki) pt. „Hauptinstrumentarium des Rechts, also ein paar Worte zu der geltenden Rechtsprache“.

W monografii ***Sprache – Kommunikation – Kompetenzen*** sporo miejsca poświęcono różnym aspektom języka reklamy i języka mediów, w tym mediów społecznościowych. Dr Bogusława Rolek (Uniwersytet Rzeszowski) w rozdziale zatytułowanym „Glaubwürdigkeit (in) der Unternehmenskommunikation – Versuch einer linguistischen Annäherung an ein schwer fassbares Konstrukt” przedstawia wyniki analizy porównawczej (język polski i język niemiecki) opisów wybranych produktów znajdujących się w ofercie dwóch sklepów internetowych. Badania przeprowadzone przez autorkę pozwalają na określenie cech produktów i odpowiedź na pytanie dotyczące wpływu, jaki wywierają one na potencjalnego nabywcę, a jednocześnie wiarygodności sklepu internetowego. Godnym podkreślenia jest, że autorzy nie stronią od tematów społecznie istotnych, kontrowersyjnych, wywołujących skrajne emocje. Przykładem takiego podejścia jest rozdział dr Karoliny Waliszewskiej (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza) pt. „Die aggressive Rhetorik. Sprache des Hasses im Kontext der Smolensk-Katastrophe”, poświęcony językowi nienawiści w dyskusji medialnej na temat katastrofy smoleńskiej. Przedmiotem analizy jest agresywna retoryka obecna na łamach wybranych polskich czasopism.

Język polityki i polityków jest tematem rozdziału napisanego przez dra hab. Jacka Makowskiego (Uniwersytet Łódzki). Autor, dostrzegając tendencję do politycznej profesjonalizacji polityki, postuluje traktowanie działalności eurodeputowanych w kategoriach grupy zawodowej, co z kolei

ułatwiłoby badanie języka, jakim się oni posługują w swojej pracy, w kategoriach socjolektu (s. 169).

Yvonne Belczyk-Kohl (Uniwersytet Łódzki) na podstawie popularnego w Niemczech komiksu „Das war mal was ...” przedstawia potencjał tego medium jako nośnika wiedzy o kraju, a zarazem możliwości jego wykorzystania w nauczaniu języka niemieckiego. Zagadnienie relacji tekst - obraz analizuje także Dr Carolin Hagl (Uniwersytet w Regensburgu) w rozdziale „Der Text und seine Konkurrenten im Netz am Beispiel von Kindersites”. Na podstawie analizy wybranych serwisów internetowych dla dzieci autorka zwraca uwagę, że dominuje w nich przekaz audiowizualny, a obecność tekstu jest jego uzupełnieniem. Postuluje prowadzenie badań mających na celu sprawdzenie, czy w przypadku treści obecnych w Internecie dzieci przyswajają informacje zawarte w tekście pisany czy też koncentrują się jedynie na treściach audiowizualnych (s. 272).

Obie monografie są nie tylko odzwierciedleniem aktualnych tendencji obecnych w języku niemieckim, prezentowanych na różnych płaszczyznach naukowych (językoznawstwo ogólne, językoznawstwo stosowane, translatoryka i dydaktyka języków obcych). Istotne jest zwrócenie uwagi redaktorów i autorów na niekiedy wąskie aspekty rzeczywistości językowej, które daje impuls do kontynuacji i prowadzenia bardziej pogłębionych badań. Rozpiętość tematyczna jest zatem w przypadku omawianych monografii ich walorem. Z uwagi na ramy objętościowe nie sposób poświęcić należytą uwagę wszystkim 40 rozdziałom. Każdy z nich zasługuje na rekomendację.

Reasumując, należy podkreślić jeszcze jeden istotny walor poznawczy, jakim jest wyjątkowo obszerna informacja bibliograficzna. Zamieszczona na końcu każdego rozdziału bibliografia nie tylko odzwierciedla aktualny stan wiedzy, ale znacznie ułatwia studiowanie problemów szczegółowych.

Po obie książki sięgną nie tylko germaniści, badacze języków specjalistycznych, tłumacze i nauczyciele języków obcych. Z uwagi na wartości informacyjne i aplikacyjny charakter badań przedstawionych w niektórych rozdziałach, będą przydatne także medioznawcom, dziennikarzom i autorom tworzącym nowe treści w mediach tradycyjnych i elektronicznych. To właśnie oni powinni skorzystać z cennych uwag i spostrzeżeń lingwistów, które są wynikiem ciągłego poszerzania ich perspektywy badawczej.

