

Autoreferat

1. Imię i Nazwisko

Paweł Nowak

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/ artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

Dyplom ukończenia studiów (tytuł magistra filologii polskiej), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, 1991

Dyplom uzyskania stopnia naukowego doktora nauk humanistycznych, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, 1999, tytuł rozprawy doktorskiej: *Opozycja SWÓJ – OBCY jako zasada organizacji językowego obrazu świata (na materiale publicystyki krajowej z pierwszej połowy lat pięćdziesiątych)*

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/ artystycznych.

1991-1999 Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Humanistyczny, Instytut Filologii Polskiej – asystent

1999 do dziś Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Humanistyczny, Instytut Filologii Polskiej – adiunkt

2002-2009 Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie – wykładowca

2009 do dziś Katolicki Uniwersytet Lubelski, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej – adiunkt

4. Wskazanie osiągnięcia* wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.):

a) (autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa)

Monografie autorskie:

P. Nowak, 2002, *Opozycja SWÓJ – OBCY w językowym obrazie świata. Język publicystyki polskiej z pierwszej połowy lat pięćdziesiątych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.

Monografie i podręczniki współautorskie:

R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak, 2004, *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.

M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, 2012, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo WSPA, Lublin.

Słowniki:

R. Zimny, P. Nowak, 2009, *Słownik polszczyzny politycznej po roku 1989*, Wydawnictwo PWN, Warszawa.

Monografie współredagowane:

* w przypadku, gdy osiągnięciem tym jest praca/ prace wspólne, należy przedstawić oświadczenia wszystkich jej współautorów, określające indywidualny wkład każdego z nich w jej powstanie

- P. Krzyżanowski, P. Nowak (red.), 2004, *Manipulacja w języku*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, R. Tokarski (red.), 2007, *Kreowanie światów w języku mediów*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- M. Czerwiński, P. Nowak, R. Przybylska (red.), 2010, *Język IV Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin
- Artykuły, rozprawy i hasła słownikowe:
- P. Nowak (z K. Olejnik), 2001, „*Współcześni czarnoksiężnicy*” – magia i rytuał w tekstach politycznych, „*Etnolingwistyka*” 13.
- P. Nowak, 2001, *Rola kontekstu pragmatycznego w interpretacji publicystycznych wypowiedzi ironicznych*, [w:] K. Böttger, S. Dönninghaus, R. Marzari (red.), *Die Welt der Slaven* 12, Verlag Otto Sangler, Monachium.
- P. Nowak, 2004, *Ocena i prowokowanie. Sposoby organizacji tekstu przez redaktora prowadzącego radiowy dyżur prezenterki*, [w:] Z. Krażyńska i Z. Zagórski (red.), *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XIII, , Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań.
- P. Nowak, 2004, *Parafrazowanie – narzędzie manipulacji i perswazji*, [w:] P. Krzyżanowski, P. Nowak (red.), *Manipulacja w języku*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2004, *Konwencjonalny i konwersacyjny punkt widzenia w audycjach radiowych*, [w:] J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, R. Nycz (red.), *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak (z R. Zimnym), 2004, *Polityka językowa*, [w:] Z. Łapiński, W. Tomasik (red.), *Słownik realizmu socjalistycznego*, Universitas, Kraków.
- P. Nowak (z R. Zimnym), 2004, *Stalina prace o językoznawstwie*, [w:] Z. Łapiński, W. Tomasik (red.), *Słownik realizmu socjalistycznego*, Universitas, Kraków.
- P. Nowak (z R. Zimnym), 2005, *The linguistic basis of propaganda in the stalinist era in Poland*, [w:] D. Banks (red.), *Aspects linguistiques du texte de propagande*, Wydawnictwo L'Harmattan, Paris.
- P. Nowak, 2005, *Przestrzenny model komunikacji językowej*, [w:], *Die Welt der Slaven* 24, Verlag Otto Sangler, Monachium.
- P. Nowak (z D. Kępą-Figurą), 2006, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” nr 1-2.
- P. Nowak, 2006, *Informowanie w przestrzeni komunikacji medialnej*, [w:] A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski (red.), *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji I*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- P. Nowak, 2006, *Komunikacja medialna w świetle teorii aktów mowy*, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska (red.), *Oblicza komunikacji 1-2. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*, Wydawnictwo Tertium, Kraków.
- P. Nowak (z R. Tokarskim), 2007, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] P. Nowak, R. Tokarski (red.), *Kreowanie światów w języku mediów*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2007, *Opozycja SWÓJ/OBCY a skuteczność komunikacji – wybrane zagadnienia*, „*Etnolingwistyka*” 19.
- P. Nowak, 2007, *Skrypty komunikacyjne w informacjach medialnych*, [w:] M. Bayer, M. Betsch, R. Zimny (red.), *Die Welt der Slaven* 28, Verlag Otto Sangler, Monachium.
- P. Nowak, 2008, *Pragmatyczna równość komunikacyjna w mediach – fakty, mity, perspektywy*, [w:] K. Stępnik, M. Rajewski (red.), *Media studies. Refleksje nad stanem obecnym*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2008, *Retoryka a propaganda polityczna*, [w:] P. Wilczek (red.), *Retoryka*, Wydawnictwo PWN, Warszawa.

- P. Nowak, 2008, *Zrozumieć socjalizm... Metafory pojęciowe i słowa-klucze doby PRL*, [w:] K. Brzechczyn (red.), *Obrazy PRL. O konceptualizacji realnego socjalizmu w Polsce*, Wydawnictwo IPN, Poznań.
- P. Nowak (z Danutą Kępą-Figura), 2008, *Jazykovy obraz sveta a medialni obraz sveta*, [w:] I. Nebeska (red.), *Citanka textu z kognitivni lingvistiky II*, Vydala Univerzita Karolova v Praze, Praha.
- P. Nowak, 2009, *Asercje w komunikacji medialnej*, [w:] W. Książek-Bryłowa, H. Duda, M. Nowak (red.), *Język polski. Współczesność – Historia*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2010, *Archetypy marketingowe jako zasada retorycznej organizacji tekstów medialnych i reklamowych*, [w:] M. Graszewicz i J. Jastrzębski (red.) *Teorie komunikacji i mediów 3*, Wydawnictwo ATUT, Wrocław.
- P. Nowak, 2010, *Archetypy marketingowe a język polityki lat 2005-2007*, [w:] M. Czerwiński, P. Nowak, R. Przybylska (red.), *Język IV Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2010, *Dwa oblicza mediów – perspektywa antropologiczna i kognitywna*, [w:] A. Pajdzińska, R. Tokarski (red.), *Relatywizm w języku i kulturze*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- P. Nowak, 2010, *Marketingowy archetyp MIŁOŚCI I WSPÓLNOTY jako sposób tabloidyacji komunikacji politycznej w języku mediów*, [w:] I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa (red.), *Oblicza komunikacji 3. Tabloidyacja języka i kultury*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- P. Nowak, 2010, *Wielowymiarowość przestrzeni komunikacji społecznej na przełomie XX i XXI wieku – w poszukiwaniu modelu*, [w:] M. Karwatowska, A. Siwiec (red.), *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, Wydawnictwo BEST-PRINT, Chełm-Lublin.
- P. Nowak (z M. Piechotą), 2011, „Prawda czasu, prawda ekranu”. *Gry komunikacyjne w mediach*, M. Graszewicz i J. Jastrzębski (red.) *Teorie komunikacji i mediów 4*, Wydawnictwo ATUT, Wrocław.
- P. Nowak, 2011, *Ludyczność w komunikacji społecznej. Antykooperacyjność a kontekst*, [w:] I. Matusiak-Kempy, S. Przybyszewski (red.), *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji III. Kontekst a komunikacja*, Centrum Badań Europy Wschodniej UWM w Olsztynie, Olsztyn.

b) omówienie celu naukowego/artystycznego ww. pracy/prac i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania.

Moje badania dotyczyły trzech zagadnień językoznawczo-komunikacyjnych. Po pierwsze, od samego początku pracy na uczelni w kręgu moich zainteresowań naukowych pozostawały problemy językowego obrazu świata i lingwistyki kulturowej, a zwłaszcza funkcjonowanie językowego obrazu świata w obrębie tekstów propagandowych, dziennikarskich i politycznych. Po drugie, zagadnienia pragmatyki językowej, a w zasadzie pragmalingwistyki medialnej w tekstach dziennikarskich, marketingowych oraz politycznych. I wreszcie, po trzecie, tematyka „antropologii słowa” (termin zaczerpnięty z tytułu książki pod red. Grzegorza Godlewskiego, Andrzeja Mencwela i Rocha Sulimy), czyli połączenie antropologii (szczególnie problematyki opozycji binarnych, archetypów i ludyczności) z teoriami językoznawczymi, a zwłaszcza kognitywizmem, strukturalizmem i pragmatyką językową.

Prace z zakresu lingwistyki kulturowej i językowego obrazu świata sprawdzały, na ile w tekstach propagandowych i dziennikarskich ulega modyfikacji interpretacja świata zawarta w polskim systemie językowym, a zwłaszcza w jego semantyce. Jeszcze przed obroną doktoratu uczestniczyłem jako wykonawca w grantie badawczym KBN 1 H01D 004 11 „Językowy obraz świata” (1996-1999), kierowanym przez Annę Pajdzińską, i w jego ramach opubliko-

wałem artykuły poświęcone opozycji SWÓJ – OBCY w tekstach publicystycznych z lat pięćdziesiątych XX wieku, m.in. we wrocławskiej serii „Język a kultura” oraz lubelskiej „Czerwonej serii”. Przeprowadzone cząstkowe analizy bardzo obszernego korpusu tekstów z tych lat, podsumowane i zebrane zarówno w mojej rozprawie doktorskiej, jak i w jej zmodyfikowanej wersji, wydanej w postaci monografii *Opozycja SWÓJ – OBCY w językowym obrazie świata. Język publicystyki polskiej z pierwszej połowy lat pięćdziesiątych* udowodniły, że nie istnieje język propagandy politycznej (trudno nawet twierdzić, że istnieje *nowomowa*), a jedynie język w propagandzie politycznej, respektujący potoczną językową interpretację rzeczywistości. Jednocześnie językowy obraz świata w tekstach propagandowych i dziennikarskich jest odtwarzany przez nadawców tych komunikatów za pomocą nadmiarowego wykorzystania mechanizmów semantycznych (metafory pojęciowej i językowej, hiperboli, antonimii, synonimii, gradacji, związków frazeologicznych i wartościowania) oraz gromadzenia innych środków językowych i posługiwania się określonymi strategiami komunikacyjnymi. W latach 2000-2008 problematyka językowego obrazu świata i jego znaczenia dla tekstów propagandowych i medialnych powracała w moich pracach jeszcze nie raz. Byłem także członkiem zespołu, powstałego w związku z subsydlum profesorskim przyznany przez Fundację na rzecz Nauki Polskiej Annie Pajdzińskiej *Językowy obraz świata a użycia języka* (lata 2003-2006). Kolejne analizy i badania, podejmujące zagadnienia szczegółowe (metaforę pojęciową, perspektywę i punkt widzenia, wartościowanie, związki retoryki z językowym obrazem świata, miejsce konwencji i kreacji w językowym obrazie świata), publikowane w monografiach i podręcznikach, wydawanych w ramach lubelskiej „Czerwonej serii”, Państwowym Wydawnictwie Naukowym PWN, Wydawnictwie IPN, Verlag Otto Sanger potwierdzały wcześniejsze rozstrzygnięcia i pozwoliły na sformułowanie koncepcji trojakiego wykorzystania językowego obrazu świata w tekstach medialnych: pozornej neutralizacji, odtwarzania i polemiki (zostały one opisane w artykule przygotowanym wspólnie z Danutą Kępą-Figurą i wydanym w „Zeszytach Prasoznawczych” w 2006 r.).

Zapoczątkowane w ten sposób zainteresowanie problematyką komunikacji medialnej i społecznej oraz nierozzerwalnych związków semantyki wypowiedzi z ich pragmatyczną skutecznością kontynuowałem jako główny wykonawca grantu badawczego KBN 1 H01D 013 19 „Przemoc w języku mediów” (2000-2003), kierowanego przez Ryszarda Tokarskiego. Celem moich badań w owym czasie było przyjrzenie się zjawisku manipulacji w komunikacji medialnej oraz odpowiedź na pytanie, czy teksty dziennikarskie i propagandowe są rzeczywiście „przemocowe”, czy też mediatyzacja współczesnego społeczeństwa uniemożliwia manipulowanie odbiorcą i inne formy niewłaściwego i nieetycznego wpływania na niego. Współorganizowana przeze mnie w 2001 r. konferencja oraz współredagowana jako jej pokłosie monografia *Manipulacja w języku*, wydana w ramach „Czerwonej serii” w 2004 r. pokazała, że heterogeniczność współczesnych adresatów tekstów medialnych oraz wysoka świadomość komunikacyjna części z nich uniemożliwia uznanie ich za jednoznacznie manipulatorskie. Równolegle w ramach tego samego grantu badałem audycje radiowe, a w szczególności interesowało mnie zagadnienie świadomości komunikacji u nadawców tych przekazów oraz intertekstualność, interkomunikacyjność, metakomunikacyjność tych audycji, które pozwalają na osiągnięcie koherencji zewnętrznej i wewnętrznej wypowiedzi dziennikarskich, co często gwarantuje ich fortunność pragmatyczną. Poza autorskimi i współautorskimi artykułami analizy te zaowocowały rozdziałem w pograntomym podręczniku *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, który podobnie jak monografia poświęcona propagandzie politycznej lat pięćdziesiątych, której nakład został wyczerpany, oraz książka o manipulacji, która doczekała się dwóch wydań, spotkał się z ogromnym zainteresowaniem zarówno ze strony środowiska naukowego i akademickiego, jak też ze strony samych dziennikarzy i nadawców medialnych.

Cały czas w swojej działalności naukowej badałem zależności między semantyką i pragmatyką językową, zastanawiałem się nad związkami lingwistyki kulturowej/antropologicznej i pragmalingwistyki medialnej, dlatego wspólnie z Ryszardem Tokarskim zorganizowaliśmy w 2005 r. konferencję, która zakończyła się wydaniem w ramach „Czerwonej serii” współredagowanej przeze mnie monografii *Kreowanie światów w języku mediów* (2007). W obszernym artykule, napisanym wspólnie z Ryszardem Tokarskim, udowodniliśmy, że istnieją cztery poziomy kreacji semantycznej, pragmatycznej i komunikacyjnej w mass mediach. Pierwszą z nich jest kreacja medialnej wizji świata, oparta nie na asercjach, ale na deklaratywach medialnych, które „czynią świat”, nie zawsze zgodny z rzeczywistością, drugą – kreacja sytuacji komunikacyjnej (pozornej interpersonalności komunikacyjnej oraz równorzędności pragmatycznej i więzi emocjonalnej między dziennikarzami a odbiorcami), trzecią – kreacja kulturowa, związana z językowym obrazem świata i, wreszcie, czwartą – kreacja tekstowa, pozwalająca przedstawić nadawcy indywidualny i oryginalny punkt widzenia rzeczywistości oraz gwarantująca „nieprzezroczystość” dziennikarskiego tekstu, przyciągnięcie uwagi odbiorcy. Te wnioski potwierdziły analizy, które znalazły się w tekście opublikowanym w „Etnolingwistyce” 19 (2007), gdzie po raz kolejny zostały podkreślone związki lingwistyki kulturowej i semantyki z pragmalingwistyką. Tych zależności dotyczą także inne teksty, ukierunkowane coraz bardziej na przeniesienie teorii pragmatyki językowej na grunt komunikacji medialnej i społecznej, pokazanie zasadności wyodrębnienia pragmalingwistyki medialnej, ukazanie potrzeby redefinicji i modyfikacji w przestrzeni komunikacji medialnej i społecznej teorii aktów mowy, koncepcji kooperacji językowej i reguł grzeczności komunikacyjnej. W tekście o asercjach w komunikacji medialnej z 2009 r. postulowałem wyodrębnienie nowych typów aktów mowy: verbatywów (coraz częściej media informują bowiem o mówieniu, a nie o faktach) oraz deklaratywów medialnych (ponieważ dla współczesnego człowieka, niezdolnego nie tylko do przetworzenia nadmiaru informacji, dostarczanych przez media, ale nawet do ich poznania, granicami współczesnego świata są coraz częściej granice poznanych komunikatów medialnych). Potrzebę modyfikacji typologii aktów mowy Johna Austina i Johna R. Searle’a podkreślałem zresztą już wcześniej w artykule, zamieszczonym w *Obliczach komunikacji 1-2* (2006), pozornej równorzędności komunikacyjnej i innym zasadom kooperacji i grzeczności poświęciłem natomiast tekst opublikowany w *Media Studies* (2008). Praca nad tymi publikacjami potwierdziła, że pragmatyka językowa w kanonicznej formie znajduje swoje zastosowanie w komunikacji bezpośredniej, natomiast w komunikacji medialnej i społecznej musi być zmodyfikowana oraz wsparta innymi teoriami językoznawczymi (językoznawstwem kognitywnym, teorią relewancji, heurystykami poznawczymi) i antropologicznymi. Zainteresowanie analizą semantyczno-pragmatyczną wypowiedzi medialnych, marketingowych i politycznych zaowocowało przygotowaniem dwóch wniosków o grant do Komitetu Badań Naukowych. W 2006 roku wspólnie z Ryszardem Tokarskim i Anną Pajdzińską wystąpiliśmy o sfinansowanie tematu badawczego *Kreatywność językowa w wypowiedziach medialnych i tekstach artystycznych. Perswazja i ekspresja*, w którym miałem być głównym wykonawcą, a w 2007 r. złożyłem wniosek o grant habilitacyjny: *Trzy wymiary komunikacji medialnej? Informacja – Komunikacja – Rozrywka... Pragmalingwistyka i semantyka tekstów medialnych*. Oba wnioski zostały wysoko ocenione przez ekspertów, ale nie znalazły się wśród tematów badawczych finansowanych przez KBN.

Związki antropologii i językoznawstwa (zwłaszcza teorii semantycznych i pragmatycznych) stały się zresztą wkrótce przedmiotem odrębnego obszaru moich badań. Teorie językoznawstwa kognitywnego (prekonceptualne schematy poznawcze, ICM-y, skrypty komunikacyjne, metafory pojęciowe) opierały się wszakże na pracach Claude’a Lévi-Straussa, Rolanda Barthesa czy Jamesa G. Frazera, wykorzystywały dorobek badań socjologicznych (zwłaszcza Edwarda T. Halla i Ervinga Goffmana) oraz łączyły się, w oczywisty moim zdaniem, sposób z psychoanalityczną koncepcją archetypów Carla G. Junga. O opozycjach binarnych

i skryptach komunikacyjnych, które są podstawą organizacji i zwiększają fortunność tekstów medialnych, pisałem w tekście opublikowanym w wydanej w „Czerwonej serii” monografii *Relatywizm w języku i kulturze* (2010), pokazując, że mass media, jeśli nie są mediami „ideologicznymi”, szczególnie chętnie podejmują tematy znajdujące się na granicy opozycji binarnych, „pomiędzy” nimi, ponieważ mogą wielokrotnie wracać do tych zjawisk, ciągle dodawać kolejne aspekty (np. aborcja, eutanazja czy zapłodnienie „in vitro”) oraz tworzą skrypty komunikacyjne związane z rytuałami przejścia (chrzest, pogrzeb, zawarcie małżeństwa, rozwód, powołanie kogoś na urząd, odwołanie z urzędu) i zjawiskami anomalnymi (ochrona prywatności przez osoby publiczne, dojrzałe dziecko, czuły zbrodniarz). W kilku tekstach (wydanych w 2010 r. we Wrocławiu oraz w Lublinie) poszukiwałem dowodów na skuteczność wykorzystania w komunikacji językowej archetypów marketingowych, opartych na koncepcjach psychoanalitycznych C. G. Junga. Okazało się, że niezależnie od typu wypowiedzi (medialnej, politycznej czy reklamowej) nawiązywanie w tekstach i w obrazach do właściwie wybranych osobowych wzorców archetypowych (Bezpieczeństwa – władca, opiekun i twórca; Szczęścia – mędrzec, niewinny, odkrywca; Osiągnięć/Sukcesu – bohater, wyjęty spod prawa, czarodziej; Miłości i Wspólnoty – zwykły facet, kochanek, błazen) pomaga w subtelny i „nieprzemocowy” sposób przekonać do czegoś odbiorcę, zwrócić jego uwagę na komunikat, a także wprowadzić go w dobry lub zły nastrój, przestraszyć lub rozbawić. Praca nad zagadnieniem obecności archetypów marketingowych w komunikacji medialnej i innych formach komunikacji społecznej, przygotowywanie wniosku o grant habilitacyjny, analiza współczesnych przekazów medialnych oraz lektura wielu publikacji naukowych przekonały mnie, że godny zainteresowania jest także problem rozrywki, gry, ludyczności w mediach i innych formach komunikacji społecznej. W 2008 roku razem z Magdaleną Piechotą i Grażyną Stachyrą złożyliśmy zatem wniosek do władz Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji o grant badawczy *Media i komunikacja społeczna a rozrywka* i w 2009 roku przyznano nam środki na realizację tego tematu badawczego. W latach 2009-2011 samodzielnie lub we współpracy z Magdaleną Piechotą przygotowałem kilka tekstów dowodzących, że współczesna komunikacja medialna i społeczna „zatraca się w pędzie ludycznym” (Johan Huizinga), a ulubionymi formami rozrywki i gry stają się *mimicry* i *ilinx* (rodzaje gier wyróżnione przez Rogera Cailloisa), które opierają się na oderwaniu od świata realnego oraz racjonalności, burzą wstępne, intuicyjne założenia pragmatyczne, podważają sensowność wprowadzania do odbioru heurystyk poznawczych, bo ich celem jest wywołanie u czytelnika, widza czy słuchacza spazmu, transu, poznawczych lub uczuciowych dreszczy ze strachu, ze śmiechu lub z niepokoju. Odrzucenie bądź pomniejszenie znaczenia innych form gier *agonu* i *alei*, wynikające z „zatracania się” w ludyczności przez współczesnych odbiorców mediów, daje możliwość wyodrębnienia trzech rodzajów komunikacji: komunikacji odbiorcy (hierarchicznej z przewagą odbiorcy), komunikacji z odbiorcą (równorzędną, bez przewag) i komunikacji odbiorcą (hierarchicznej z uprzedmiotowieniem odbiorcy i pełną władzą nadawcy). Zwieńczeniem pracy nad tym zagadnieniem jest książka *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia* (2012), w której jestem autorem rozdziału *Marketing rozrywkowy – reklama a ludyczność* oraz współautorem (wspólnie z Magdaleną Piechotą) rozdziału *Gdzie się bawić, w co się bawić, jak się bawić – przestrzeń społeczna*.

Widoczne od samego początku mojej pracy naukowej zainteresowanie językiem w polityce oraz, szerzej, komunikacją polityczną zaowocowało opracowaniem wspólnie z Rafałem Zimnym dwóch haseł do *Słownika realizmu socjalistycznego* (2004), kilku tekstów o propagandzie politycznej okresu stalinizmu (wydanych w Polsce, w Niemczech i we Francji), a przede wszystkim przygotowaniem na zamówienie Wydawnictwa Naukowego PWN *Słownika polszczyzny politycznej po roku 1989* (2009). To nowy, popularnonaukowy słownik, w którym hasła materiałowe mają strukturę miniartykułów, a hasła problemowe są krótkim

opisem jednego zjawiska językowego i/lub komunikacyjnego, związanego z językiem w polityce.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych (artystycznych).

Ze względu na moje doświadczenie pedagogiczne (przez kilka lat byłem współwłaścicielem, wicedyrektorem i nauczycielem w jednym z lubelskich prywatnych liceów) oraz osiągnięcia dydaktyczne (nagrody rektorskie w 2001 r. i 2004 r.), zajęcie dwukrotnie trzeciego miejsca w ogólnopolskim plebiscycie na najlepszego polskiego wykładowcę, zorganizowanego przez miesięcznik studencki „Dlaczego?” oraz portal ocen.pl (2008, 2009) wiele miejsca w mojej pracy zajmowało przygotowywanie podręczników dla szkół średnich, uczelni wyższych i studiów podyplomowych. W 2003 roku zostałem zaproszony przez Bożenę Chrzastowską z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu do współpracy przy tworzeniu podręcznika *Skarbiec języka, literatury, sztuki. Wypisy dla klasy 2 liceum: Kultura XIX wieku i jej tradycje* (z B. Chrzastowską, J. Fiećko, B. Kaniewską, W. Ratajczakiem), Wydawnictwo NAKOM, Poznań 2003 oraz *Wskazówek metodycznych. Książka nauczyciela* (z B. Chrzastowską, K. Kocem), Wydawnictwo NAKOM, Poznań 2003, za które zostaliśmy wyróżnieni dwiema nagrodami: Wyróżnienie Zbiorowe Polskiej Akademii Umiejętności w Krakowie (2005) oraz Nagroda Zbiorowa Rektora UAM w Poznaniu (2005). Również w roku 2005 opracowałem podręcznik multimedialny *Komunikowanie społeczne*, Polski Uniwersytet Wirtualny, Lublin – Łódź (CD ROM) i w oparciu o zawarte w nim treści i przygotowane multimedialne ćwiczenia prowadziłem zajęcia dla Polskiego Uniwersytetu Wirtualnego (pierwszej uniwersyteckiej jednostki e-lerningowej w Polsce, założonej wspólnie przez Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie i Wyższą Szkołę Ekonomiczną w Łodzi). Jestem także autorem rozdziału w podręczniku dla mediatorów rodzinnych i sądowych, zatytułowanego *O mówieniu tego, co się chce i jak się chce..., czyli komunikacja językowa w sztuce mediacji (Profesjonalny mediator. Zostań nim. Poradnik metodyczny*, pod red. A. Lewickiej, Lublin 2008) oraz redaktorem i autorem tekstów w podręczniku do komunikacji społecznej i auto-prezentacji (*O sztuce publicznego występowania i komunikacji społecznej*, Warszawa 2007). Aktualnie jestem kierownikiem merytorycznym specjalizacji dla studentów Wydziału Humanistycznego UMCS *E-edycerstwo* i pracuję nad kolejnymi rozdziałami podręcznika, poświęconymi komunikacji społecznej i komunikacji językowej. Współpracuję także z „Polonistyką”, dla której przygotowałem w ostatnim dziesięcioleciu kilka tekstów, a w 2007 roku zostałem redaktorem numeru 7 (nazywanego „lubelskim”), poświęconego sportowi i mediom.

Badanie związku sportu i mediów to początek mojej drogi naukowej, ponieważ swoją pracę magisterską poświęciłem metaforom zawodów sportowych w czasopiśmie „Sportowiec” (1991). Po doktoracie powróciłem do tej tematyki w kilku tekstach, np. *Panem et circenses. Metafory pojęciowe we współczesnych tekstach publicystycznych*, [w:] *W kręgu wiernej mowy*, red. M. Wojtak i M. Rzeszutko, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004 czy *Starożytna kalokagathia a metaforyczny obraz sportu w mass mediach*, „Polonistyka” 2006, nr 4, a w instytucjonalny sposób, organizując w 2009 roku, wspólnie z Krzysztofem Stępnikiem, konferencję „Nowożytne Igrzyska Olimpijskie w mediach polskich do 1936 roku”, której efektem stała się współredagowana przeze mnie książka o takim samym tytule, wydana przez Wydawnictwo WSPA w Lublinie (2010). W przyszłości mam zamiar zająć się tą tematyką znacznie poważniej i przygotować monografię *Język w dziennikarstwie sportowym. Analiza semantyczno-pragmatyczna*, ponieważ wydaje mi się, że jest to interesujący, a niemalże zupełnie pozostawiony samemu sobie, temat dociekań znaczeniowych, kontekstowych i intencjonalnych.

Kilka tekstów naukowych poświęciłem także problematyce metafory pojęciowej w różnego typu przekazach medialnych (*Językowy obraz hippiki w relacjach prasowych z Igrzysk*

Olimpijskich dwudziestolecia międzywojennego, [w:] P. Nowak, K. Stępnik (red.), *Nowożytnie Igrzyska Olimpijskie w mediach polskich do 1936 roku*. Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010; *Funkcje metafor pojęciowych w wypowiedziach publicystycznych*, [w:] M. Gigera, B. Wiemera, *Die Welt der Slaven 4*, Verlag Otto Sangler, Monachium 1999; „Świat kulturożerców” – metaforyczny obraz „strawy duchowej” w tekstach publicystycznych, [w:] *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*, red. K. Łęńska-Bąk, STROMATA ANTHROPOLOGIKA 2, Opole 2007). Analizy te potwierdziły istnienie wyodrębnionych przez George’a Lakoffa i Marka Johnsona metafor strukturalnych/podstawowych (WOJNY, DROGI, BUDOWLI i WIDOWISKA), a jednocześnie pozwoliły wychwycić zmiany zachodzące w systemie metaforyki pojęciowej, spowodowane przeobrażeniami kultury, np. traktowanie sztuki jako produktu, a widza, słuchacza czy czytelnika jako konsumenta, klienta – co powoduje, że o muzyce, literaturze czy filmie coraz częściej mówi się w kategoriach kulinarnych (DZIEŁO SZTUKI TO POTRAWA, ARTYSTA TO KUCHARZ, ODBIORCA TO BIESIADNIK). W druku znajdują się dwa moje teksty, poświęcone językowi piosenek zespołu The Cure i Grzegorza Ciechowskiego, a zwłaszcza prezentowanego w nich językowego obrazu świata oraz polom semantycznym, które tworzą użyte w nich leksemy, i mam nadzieję, że w ciągu najbliższych kilkunastu miesięcy powstanie moja autorska lub współautorska książka poświęcona językowi piosenek rockowych, tym bardziej że wstępne zainteresowanie nią zgłosiło Wydawnictwo GAD Records, specjalizujące się w książkach o muzyce.

Byłem także redaktorem dwóch tomów „Studiów Filologicznych” wydawanych przez WSH-P w Sandomierzu (2001 i 2003).

Mój cały dorobek naukowo-badawczy liczy:

- 1 monografię
- 1 słownik współautorski
- 1 podręcznik autorski
- 4 podręczniki współautorskie
- 1 podręcznik redagowany
- 4 monografie współredagowane
- 2 roczniki redagowane
- 1 numer „Polonistyki” redagowany
- 206 haseł słownikowych autorskich i współautorskich
- 10 rozdziałów w podręcznikach
- 18 rozdziałów w monografiach
- 26 artykułów w wydawnictwach zwartych
- 10 artykułów w czasopismach
- 8 recenzji książek naukowych
- 4 omówienia konferencji naukowych.

Jestem współautorem ekspertyzy (wspólnie z Rafałem Zimnym) „Język biznesu”, przygotowywanej przez Radę Języka Polskiego dla Sejmu i Senatu RP (2009) oraz autorem 8 ekspertyz językoznawczych dla sądu, prokuratury i urzędu patentowego. Stale współpracuję z regionalnymi i ogólnopolskimi stacjami telewizyjnymi, rozgłośniami radiowymi oraz dziennikami i tygodnikami opinii jako ekspert w zakresie komunikacji językowej, komunikacji medialnej, komunikacji marketingowej i komunikacji politycznej. Pełniłem także ważne funkcje na uczelniach, w których pracowałem: UMCS (senator, p.o. wicedyrektora instytutu, koordynator wydziałowy ds. współpracy międzynarodowej, koordynator programu stypendialnego im. Lane’a Kirklanda, kierownik merytoryczny specjalizacji *E-edytorstwo*, specjalista branżowy w zakresie informatyzacji instytutu, członek zespołów ds. raportu PKA i UKA), WSH-P (prodziekan Wydziału Humanistycznego, kierownik studiów podyplomowych).

Za swoją działalność naukową, dydaktyczną, organizacyjną i popularyzatorską zostałem odznaczony Brązowym Krzyżem Zasługi (2006) oraz Srebrnym Krzyżem Zasługi (2011).

P. Nowak