

JĘZYK I OBRAZ W PLAKACIE TEATRALNYM – ANALIZY MULTIMODALNE

Punktem wyjścia niniejszego artykułu jest założenie, że plakat artystyczny to przekaz multimodalny – składający się z wchodzących ze sobą w interakcję systemów semiotycznych – werbalnego i wizualnego. Próbując dokonać analizy plakatu artystycznego jako gatunku wielokodowego, należy wyjść od samej teorii multimodalności oraz przyjrzeć się jej jako kategorii operacyjnej. Termin *multimodalność*¹ został zaproponowany przez Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena¹, a w ostatnich latach powstało wiele prac prezentujących założenia analizy multimodalnej². Interesująca teoria

definiowana jest jako użycie i kombinacja różnych kategorii semiotycznych – języka, rozmieszczenia graficznego (designu), zdjęć, filmów, kolorów itp. Przy czym kategorie te mogą się wzajemnie wzmacniać, uzupełniać lub być uporządkowane hierarchicznie³.

¹ G. Kress, T. van Leeuwen, *Reading images: the grammar of visual design*, Psychology Press, London 1996; G. Kress, T. van Leeuwen, *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.

² Zob. G. Kress, T. van Leeuwen, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2013, s. 229–257; Ch. Forceville, *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor*, 2007, <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotic/cyber/cforceville2.pdf> [dostęp: 10.07.2017]; R. Iedema, *Multimodalna analiza dyskursu. Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, op. cit., s. 197–227; M. Klemm, H. Stöckl, *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 45–56; H. J. Bucher, *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 79–110; H. Stöckl, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 113–137; J. Maćkiewicz, *Jak badać przekazy multimodalne*, „Język Polski” 2016, z. 2, s. 18–27; C. Jewitt, J. Bezemer, K. O’Halloran, *Introducing Multimodality*, Routledge, New York 2016; J. Bateman, J. Wildfeuer, T. Hiippala, *Multimodality, Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*, De Gruyter, Berlin–Boston 2017.

³ H. J. Bucher, op. cit., s. 88.

Analiza multimodalna byłaby więc działaniem, w którym badacz dostrzega integrację i interakcję wszystkich składników przekazu. W przypadku plakatu teatralnego dwa systemy semiotyczne: język i obraz – oddziałują na siebie, mogą się dopełniać, przenikać, a w pewnych aspektach nawet wykluczać, grając znaczeniami. Zadaniem badacza, który stosuje analizę multimodalną, jest dostrzeżenie i określenie sensu możliwie wielu składników wielokodowego komunikatu, takich jak: znaczenia słów i obrazów, ich rozmieszczenie, typografia czy symbolika barw. Globalny sens przekazu multimodalnego nie jest bowiem prostą sumą znaczeń poszczególnych znaków, ale indywidualnie (przez odbiorcę) tworzoną wypadkową integracji składników⁴ wchodzących ze sobą w wieloetapowe interakcje.

W analizie multimodalnej znaczące mogą być również możliwe do uruchomienia konteksty. W przypadku plakatu teatralnego są to między innymi: wiedza o autorze plakatu, tekście bazowym scenariusza teatralnego, autorze tekstu bazowego oraz o samej sztuce teatralnej – wyborach i zmianach reżysera konkretnej scenicznej realizacji, którą plakat zapowiada. Plakat teatralny traktować należy jako artystyczną i intelektualną interpretację innego tekstu – dzieła dramatycznego, też już zinterpretowanego przez reżysera spektaklu teatralnego. Plakaty teatralne mogą być uwikłane w kontekst kilku innych tekstów kultury – treści dramatów, scenariuszy spektakli czy realizacji teatralnych.

W artykule stawiam hipotezę, że do badania komunikatów wielokodowych można wykorzystywać dopasowane do materiału, poddane „rekontekstualizacji” koncepcje lingwistyczne. Zastosowanie narzędzi językoznawczych do dekodowania komunikatów multimodalnych motywowane jest tym, że obrazy ikoniczne czasem mogą być odbierane za pośrednictwem obrazów mentalnych, będących wyobrażeniami utrwalonymi w umyśle i jednocześnie ewokowanymi przez słowa⁵.

Na plakacie do sztuki Wiktora Rubina według opowiadania Marka Hłaski największą uwagę odbiorcy wśród znaków werbalnych przykuwa tytuł *Drugie zabicie psa* (zob. Aneks). Analizę warto zacząć od zadania sobie pytania: W jakim znaczeniu użyty został czasownik *zabić*? Znaczenie wyjściowe to ‘działając rozmyślnie, spowodować czyjąś śmierć’⁶. Przy dosłownym odczytaniu tytułu

⁴ Zob. „Meaning is made in many different ways, always, in the many different modes and media with are copresent in a communicational ensemble”. G. Kress, T. van Leeuwen, *Multimodal discourse...*, *op. cit.*, s. 111. (Znaczenie jest uzyskiwane na wiele różnych sposobów, zawsze w wielu różnych systemach i mediach, które są współobecne w zespole komunikacyjnym – tłum. E. B.).

⁵ Stwierdzeniem tym odwołuje się do koncepcji Ryszarda Tokarskiego, który (pisząc bardzo ogólnie) traktuje semantykę leksykalną jako naukę o związkach między językiem a ludzkim myśleniem o świecie. R. Tokarski, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.

⁶ *Wielki słownik języka polskiego*, red. P. Żmigrodzki, http://www.wsjp.pl/index.php?id_ha_sla=6267&id_znaczenia=5075156&l=28&ind=0 [dostęp: 10.07.2017].

aktualizacja przywołanej definicji nie jest możliwa. Interpretator może więc sądzić, że tytuł odsyła go do sztuki o światach nierzeczywistych lub szukać innych tropów interpretacyjnych. Być może tytuł jest aluzją do związku frazeologicznego *zabić kogoś jak psa* ‘zabić kogoś w sposób okrutny, bestialsko’.

Inną możliwością jest poszukiwanie wśród derywatów semantycznych czasownika *zabić* znaczeń właściwych i uzasadnionych kontekstem. I tu znajdziemy treść ‘wyeliminować z gry kartę lub figurę przeciwnika’, która może w odczytywaniu globalnego sensu plakatu aktualizować się pod wpływem wizualnego otoczenia komunikatu werbalnego. Obraz na plakacie przypomina planszę do gry, na której są pola puste oraz wypełnione – przekreślone znakiem X, przypominające strzelniczą tarczę, z kwadratem wpisanym w okrąg oraz ze strzałką. Poza tym widzimy pojedyncze pola z graficznymi znakami konwencjonalnymi, jednoznacznie odsyłającymi do określonych wartości: dolar – symbol pieniędzy, czaszka – niebezpieczeństwo śmierci, serce – miłość oraz znak psa, trudniejszy do jednoznacznego odczytania. Na planszy dostrzegamy też pionki: cztery czarne (w tym jeden przewrócony), cztery żółte i trzy różowe. Zastosowanie tak wyrazistych barw przez nadawcę może znaleźć uzasadnienie w chęci skierowania uwagi odbiorcy na ich znaczenie: czarny to symbol zła, niebezpieczeństwa i śmierci, żółty – zdrady, zazdrości, niestałości, a różowy konotuje: ‘radość’, ‘ optymizm’, ‘kobiecość (piękno kobiecego ciała lub kobiecą zalotność)’, ‘iluzję’.

Odbiorca dostrzega wzajemne oddziaływanie na siebie wyeksponowanej warstwy werbalnej plakatu – tytułu oraz wizualnej – planszy z pionkami. Powtarzającymi się pojęciami, wyrażonymi i słowem, i obrazem, są pies i śmierć (skojarzenie ze śmiercią może też zostać uruchomione przez dostrzeżenie, że pionki na planszy są ułożone w literę *ś*). Interakcja całego tytułu i obrazu nasuwa interpretatorowi silne asocjacje z grą, której uczestnik ma więcej niż jedno *życie* (rozumiane nie jako ‘egzystowanie’, ale ‘możliwość uczestniczenia w grze’) i dlatego może być więcej niż raz zabity lub z sytuacją, w której zabicie – wyeliminowanie tylko jednego z elementów – nie zatrzymuje toku rozgrywki (np. szachowej). Do skojarzeń z grą odsyła też sposób przedstawienia znaków ikonicznych: dolar, pies, czaszka i serce przypominają kilkupikselowe postaci z pierwszych gier komputerowych. Bez uruchomienia kontekstów innych tekstów kultury odbiorca ma prawo przypuszczać, że plakat zachęca go do obejrzenia sztuki o jakiejś grze: złej, nieczystej, nieprawdziwej, wielowątkowej i wielokierunkowej – też takiej, w której polami – przystankami są: pieniądze, miłość, śmierć i pies. Trzy pierwsze to typowe tematy sztuk (literackich, teatralnych, wizualnych czy muzycznych). Zastanawiający jednak wydaje się znak psa, który jest eksponowany nie tylko wizualnie – jako pole na planszy, ale też werbalnie – w tytule zapowiadanej przez plakat sztuki.

Interpretator, aby zrozumieć uzasadnienie kompozycji, musi sięgnąć do treści opowiadania Marka Hłaski (personalia autora tekstu bazowego znajdują się na plakacie – stąd można sądzić, że komunikat zachęca odbiorcę do sprawdzenia fabuły) czy nawet konkretnej scenicznej realizacji (na plakacie mamy informację o tym, że spektakl jest adaptacją, a więc działaniem, które zakłada ingerencję reżysera).

Drugie zabicie psa to opowiadanie o dwóch kolegach: Robercie – reżyserze i Jakubie – aktorze. Mężczyźni przyjechali do Izraela, aby odgrywając fałszywą miłość, wyłudzać pieniądze od niemłodych turystek. Wspólnicy działają według ustalonego scenariusza: ćwiczą razem partie dialogowe, które potem mają być kwestiami wygłaszanymi przez udawanego kochanka Jakuba i jego ofiarę Mary. Aktor naciąga naiwne kobiety, opowiadając im zmyślane historie o długu po nieskutecznym leczeniu chorej matki. Tytułowy pies jest z jednej strony jednym z bohaterów, z drugiej tylko rekwizytem – czymś, co ma wzbudzać ciepłe uczucia w oszukiwanej Amerykance oraz jej synu Johnym. W końcowej scenie pies zostaje zabity w akcie udawanego szału Jakuba. Niedługo potem mężczyźni kupują nowe zwierzę, aby móc po raz kolejny, przy następnym matrymonialnym oszustwie, zastrzelić drugoplanowego bohatera – rekwizyt gry – psa.

Znajomość treści opowiadania i sztuki teatralnej⁷ wskazuje na różne możliwości rozumienia sensu tytułu. Żywe zwierzę jest tu traktowane przedmiotowo – jako element gry, który można *zabić* – ‘wyeliminować’, a w kolejnej rozgrywce wymienić na inny. Semantyka gry wykorzystana jest zresztą nie tylko przy odczytywaniu domeny werbalnej. Znane odbiorcy fakty językowe wpływają też na treści obrazów wizualnych. Różne, polisemiczne znaczenia słowa *gra* aktualizują się tu jednocześnie. I w plakacie, i w opowiadaniu, i w spektaklu teatralnym chodzi zarówno o ‘zabawę towarzyską, prowadzoną według określonych zasad, w której zwycięstwo nad przeciwnikiem zależy od inteligencji, zręczności lub przypadku’⁸, jak i o ‘odtworzenie roli filmowej lub teatralnej’⁹, a nawet ogólnie o ‘zachowanie polegające na stwarzaniu pozorów i udawaniu czegoś’¹⁰.

Zastosowanie analizy multimodalnej, w której znaczeń poszczególnych składników nie odczytuje się w izolacji, ale integruje sensy użytych w komunika-

⁷ Scenariusz sztuki teatralnej jest mocno osadzony w tekście Hłaski. Reżyser zmienia co prawda wiele szczegółów, takich jak miejsce akcji, które zostaje przeniesione z Izraela do USA, czy dodanie sceny miłosnej gry, np. przejażdżki motorem. Problematyka nieautentyczności ludzkiego postępowania pozostaje jednak aktualna również w teatralnej adaptacji.

⁸ *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 473.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ *Ibidem*.

cie znaków, pozwala na aktualizowanie różnych treści jednocześnie. Przy stosowaniu analizy multimodalnej często w umyśle interpretatora-badacza uruchamia się amalgamatowy sposób myślenia¹¹, tzn. taki, w którym dostrzega się wzajemne oddziaływanie znaków i ich znaczeń, a globalny sens nie jest prostym połączeniem składników przekazu, ale zupełnie nową jakością. Wykorzystanie analizy multimodalnej nie zmusza odbiorcy do wyboru jednej możliwej ścieżki interpretacyjnej, ale pozwala na zasygnalizowanie równoległych rozwiązań. W analizowanym plakacie pies jest zarówno figurą do zabicia (tę możliwość podpowiada warstwa werbalna), jak i polem na planszy (dosłownie przedstawionym w warstwie wizualnej), ale też bohaterem drugoplanowym, traktowanym jak rekwizyt „prawdziwej”, ludzkiej gry aktorskiej i gry pozorów (takie odczytanie umożliwiają konteksty – opowiadanie Marka Hłaski i treść spektaklu).

Kolejny komunikat, przy odczytywaniu którego przydatne jest zastosowanie analizy multimodalnej, to plakat Sławomira Kosmynki do spektaklu *Wszyscy byli odwrócen* (zob. Aneks). Scenariusz do realizacji teatralnej również jest adaptacją izraelskiego opowiadania Marka Hłaski. Tu też uwagę odbiorcy zatrzymuje sam tytuł oraz refleksja nad możliwościami jego odczytania. Imiesłów *odwrócony* może być rozumiany na dwa sposoby i znaczy albo ‘zwrócony w przeciwną stronę’, albo ‘obojętny na czyjąś trudną sytuację’. Sama warstwa werbalna nie determinuje jeszcze właściwego wyboru znaczenia imiesłowu, sygnalizuje jedynie wykonawcę: *wszyscy* oraz czas przeszły *byli*.

Warstwa wizualna sugeruje interpretatorowi, że tytuł *Wszyscy byli odwrócen* może znaczyć: ‘wszyscy byli zwrócen

Te cztery zarysy twarzy są zupełnie różne: o odmiennej wysokości czoła, wydatności warg, wielkości nosa (pierwszy wydaje się nosem rzymskim, trzeci

¹¹ Stwierdzeniem tym sygnalizuję odwoływanie się do teorii amalgamatów pojęciowych Gilles’a Fauconniera i Marka Turnera. Według autorów *The Way We Think* amalgamaty „powstają w wyniku stapiania struktury pojęciowej dwóch (lub więcej) przestrzeni mentalnych w nową całość: efektem integracji jest powstanie nowego znaczenia niedostępnego w żadnej przestrzeni wyjściowej”. *Amalgamaty kognitywne w sztuce*, red. A. Libura, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2007, s. 18.

żydowskim). Profile są wizualną metonimią ludzi w ogóle – nie tylko sylwetek, ale też jednostek z całą złożonością ich postaw i charakterów. Wizerunki zwrócone w jednym kierunku można uznać za wizualizację tytułu sztuki teatralnej, a metaforę zinterpretować jako uwikłanie w sieć ludzkich postaw czy charakterów, odwrotnych do wyborów nadawcy słów tytułu¹².

Zastanawiające wydaje się nadal posłużenie się symbolem czaszki oraz bardzo intensywnymi barwami – pomarańczą i czernią. Bez uruchomienia kolejnych elementów, składających się na całość multimodalnego komunikatu, plakat można odczytać jedynie częściowo. Zastosowanie analizy multimodalnej pozwala na sięganie po konteksty ułatwiające uruchomienie ścieżek interpretacyjnych, wiodących do możliwych odczytań. Widoczne na plakacie elementy werbalne: nazwisko autora tekstu bazowego oraz nazwisko reżysera pozwalają przywołać w dalszej części analizy konteksty – opowiadania Marka Hłaski oraz spektaklu Michała Zadary. Kolejne, takie jak miejsce i czas realizacji czy dane o występujących aktorach, pełnią tu funkcję informacyjną i wydaje się, że nie są przydatne przy multimodalnej analizie tego plakatu teatralnego¹³.

Wszyscy byli odwrócen to opowiadanie o Żydach – Dowie Ben Dowie i Izraelu Bergu – dla których przyjazd do nowego państwa Izrael nie jest wydarzeniem szczęśliwym, ale trudnym sprawdzianem z odnalezienia się w nowej sytuacji. To opowieść o imigrantach, którzy są zagubieni i próbują zaadaptować się w swoim-obcym kraju. Tytuł jest cytatem słów, skierowanych w pierwszych scenach do Dova – awanturnika i przestępcy: „Nikt nigdy nie chce widzieć, kiedy robicie awantury. Tak jak i tym razem. Wszyscy byli odwrócen. Ale pewnego dnia może się zdarzyć, że wszyscy odwrócą się akurat wtedy, kiedy wam się będzie działa krzywdą”¹⁴. W przywołanym fragmencie słowo *odwrócić* zostaje użyte dwukrotnie i zdaje się, że za każdym razem w innym znaczeniu. Po raz pierwszy ‘zwrócony (twarzą) w przeciwną stronę’, dalej ‘obojętny na czyjąś trudną sytuację’. W związku z tym wydaje się, że i tytuł można odczytać na dwa sposoby

¹² Tu jako kolejny kontekst, pokazujący, że zakres wiedzy, jaką dysponuje odbiorca, otwiera i zamyka różne ścieżki interpretacyjne, warto podać informacje, uzyskane od twórcy plakatu. Sławomir Kosmyńka w rozmowie z autorką niniejszego artykułu zdradził, że labirynt „jest parafrazą słynnego diagramu *powłoki (shells)* kabalisty Mosesa Cordovero. Forma głównego znaku, szablonu [...] to również przesłanie Cordovero – Tora uczy człowieka jak w labiryncie wiedzy, świata znaleźć trudną ścieżkę prawdy”. Treści te mogą profilować interpretację, ale też, zgodnie z założeniami analizy multimodalnej, otwierać odbiór na kolejne teksty kultury.

¹³ Oczywiście wydaje się, że czasem nawet data projektu plakatu czy premiery spektaklu może być znaczącym kontekstem. Z taką sytuacją mamy np. do czynienia w plakacie teatralnym Henryka Tomaszewskiego do scenicznej realizacji Gombrowiczowskiej *Historii*.

¹⁴ M. Hłasko, *Wszyscy byli odwrócen. Brudne czyny. Drugie zabicie psa*, Wydawnictwo Czytelnik, Warszawa 1989, s. 13.

(mimo pozornego ograniczenia znaczenia warstwą obrazu plakatu) i żadne ze znaczeń nie jest bardziej uzasadnione niż drugie¹⁵.

W spektaklu uwypuklony zostaje jeden z tematów opowiadania – dramat imigranta – bezradnego człowieka bez pracy, zdanego na swą zaradność. Zaznaczenie się w warstwie wizualnej plakatu zarysów twarzy zwróconych w jednym kierunku może właśnie wzmacniać wymowę spektaklu, ale też profilować interpretację opowiadania i samego plakatu. Może sygnalizować, że tematem wszystkich przekazów jest samotność. Przy takim założeniu znaki graficzne, wbrew wcześniejszym sugestiom, nie precyzują odczytania tytułu, ale pozostawiają aktualne różne znaczenia słowa *odwrócić*.

Zastanawiający nadal jest umiejscowiony w centralnym miejscu spirali (i plakatu) znak czaszki. Konwencjonalnie symbolizuje on śmiertelne niebezpieczeństwo. I takie odczytanie uzasadnione jest treścią opowiadania oraz spektaklu, w których przyjaźń, miłość i skomplikowane relacje międzyludzkie prowadzą do morderstwa. W finale opowieści Dov zabija kochankę Izraela – Urszulę, a Izrael swego przyjaciela Dova. Nie ma świadków zbrodni – wszyscy byli odwrócenii – spirala rządzą, namiętności, wyborów i postaw prowadzi do śmierci. Można by więc postawić kolejną hipotezę interpretacyjną, że warstwa wizualna plakatu (symbol czaszki, wizualna metonimia twarz to człowiek oraz wizualna metafora kondycji ludzkiej, określona zestawieniem profili-spirali) jest obrazem treści opowiadania Hłaski i spektaklu *Zadary*. Hipoteza ta byłaby poparta symboliką użytych barw, gdzie pomarańczowy oznacza ostrzeżenie (podobnie jak znak czaszki), a czarny uczucia i emocje negatywne (które w fabule są profilowane na: zagubienie, nieufność, wyobcowanie, brak honoru, godności, szacunku, prawdy, fałszywą miłość i interesowną przyjaźń)¹⁶.

Ponowne zastosowanie analizy multimodalnej pozwala dostrzec interpretatorowi-badaczowi integrację oraz interakcję użytych w plakacie znaków werbalnych i wizualnych, a także zauważyć, że owa interakcja może prowadzić ku różnym ścieżkom interpretacyjnym, z których każda znajduje słuszość swojego kierunku w kolejnych elementach multimodalnego przekazu.

Zastanawiający pozostaje jeszcze jeden element plakatu: znaki graficzne po prawej stronie oraz poniżej elementu centralnego. Przypominają one znaki umowne, podobne do tych, które umieszczane są np. na płycie grzewczej czy naczyniach przeznaczonych do użytku na danych typach kuchenek. Znaki te

¹⁵ Słowa tytułu są też częścią napisu umieszczonego na nagrobku Marka Hłaski: „Żył krótko. A wszyscy byli odwrócenii”. Kontekst ten, choć bardzo ciekawy dla rozważań teoretycznoliterackich o autorze *Pięknych dwudziestolecich*, nie aktualizuje się w multimodalnej analizie plakatu.

¹⁶ Twórca plakatu w rozmowie z autorką niniejszego artykułu ujawnił, że wybrał zestawienie pomarańczy i czerni jako najbardziej agresywne połączenie kolorów.

są jednak tylko podobne do umownych, w rzeczywistości jednak otwarte na interpretację, a być może nawet nieinterpretowalne, sugerujące jedynie, że istnieją jakieś zasady „użytkowania” plakatu.

Reprezentatywne analizy i interpretacje dwóch plakatów autorstwa wybitnych artystów młodego pokolenia: Joanny Górskiej i Jerzego Skakuna oraz Sławomira Kosmyński pokazuje, że kreatywne, artystyczne komunikaty wielokodowe muszą być odczytywane w sposób szczególny. Proste wyliczenie składników przekazu pozwala jedynie na zsumowanie elementów składających się na komunikat. Analiza multimodalna – taka, w której badacz dostrzega, że globalne znaczenie nie jest dodawaniem elementów, ale wynikiem integracji i interakcji znaków oraz kontekstów, do których plakat odsyła, jest pewnie jedną z możliwych metod odczytania. W dotychczasowych badaniach nad odbiorem plakatów artystycznych stosowałam też definicję otwartą, narzędzia semiotyczne (retorykę obrazu Rolanda Barthes’a), teorię amalgamatów kognitywnych czy genologię lingwistyczną. Posługiwanie się analizą multimodalną nie wyklucza możliwości wykorzystywania metod lingwistycznych i semiotycznych przy odczytywaniu znaczeń komunikatów wielokodowych. Wręcz przeciwnie – zakłada możliwość „rekontekstualizacji” – przenoszenia metod jednej dziedziny nauki na inną, dostrzegania nakładania się znaczeń znaków jednego systemu semiotycznego na kolejny. W prowadzonych analizach dwóch plakatów teatralnych zauważa się wzajemne oddziaływanie – dopełnianie, przenikanie – języka i obrazu oraz fakt, że proponowane rozwiązania interpretacyjne są jedynie kilkoma z wielu możliwych dróg.

Bibliografia

- Amalgamaty kognitywne w sztuce*, red. A. Libura, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2007.
- Bateman J., Wildfeuer J., Hiippala T., *Multimodality, Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*, De Gruyter, Berlin–Boston 2017.
- Bucher H. J., *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.
- Forceville Ch., *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor*, 2007, <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf> [dostęp: 10.07.2017].
- Hłasko M., *Wszyscy byli odwrócenii. Brudne czyny. Drugie zabicie psa*, Wydawnictwo Czytelnik, Warszawa 1989.
- Iedema R., *Multimodalna analiza dyskursu: resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2013.

- Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K., *Introducing Multimodality*, Routledge, New York 2016.
- Klemm M., Stöckl H., *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.
- Kress G., Leeuwen T. van, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2013.
- Kress G., Leeuwen T. van, *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.
- Kress G., Leeuwen T. van, *Reading images: the grammar of visual design*, Psychology Press, London 1996.
- Maćkiewicz J., *Jak badać przekazy multimodalne*, „Język Polski” 2016, z. 2.
- Stöckl H., *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.
- Tokarski R., *Światy za słowami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.
- Wielki słownik języka polskiego*, red. P. Źmigrodzki, http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=6267&id_znaczenia=5075156&l=28&ind=0 [dostęp: 10.07.2017].

Aneks



adaptacja Jolanta Janiczak, Wiktor Rubin, reżyseria Wiktor Rubin, scenografia i video Mirek Kaczmarek, dramaturgia Bartosz Frąckowiak, muzyka Piotr Bukowski
występują: Beata Bandurska, Michał Czachor, Mateusz Łasowski, Jerzy Pozarowski, Maciej Radek, Anita Sokolowska, Marek Tynda, Krzysztof Zarzecki

Logo Teatru w Bydgoszczy jest znakiem handlowym i własnością Teatru Polskiego w Bydgoszczy. Wszelkie prawa zastrzeżone. Wydrukowano w 2007 roku. Wszelkie prawa zastrzeżone. Wydrukowano w 2007 roku.

Plakat teatralny Joanny Górskiej i Jerzego Skakuna do spektaklu *Drugie zabicie psa*, 2007.
Skan plakatu udostępniony przez Autorów.



Plakat teatralny Sławomira Kosmyński do spektaklu *Wszyscy byli odwrócenii*, 2013.
Skan plakatu udostępniony przez Autora.