

Autoreferat

1. **Imię i nazwisko:** Bartłomiej Maliszewski

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

- dyplom doktora nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa polskiego, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 2007 rok, tytuł rozprawy doktorskiej: *Wzorce postępowañ odzwierciedlone w metaforach konwencjonalnych*
- dyplom ukończenia studiów wyższych na kierunku filologia polska, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 2002 rok

3. **Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych.**

- od 2002 roku praca w Centrum Języka i Kultury Polskiej dla Polonii i Cudzoziemców UMCS w Lublinie (od 2002 roku asystent, od 2011 roku adiunkt, od 2019 roku – starszy wykładowca ze stopniem dr)
- od października 2007 roku do czerwca 2010 roku urlop bezpłatny w CJKP, w tym okresie praca na stanowisku lektora na Uniwersytecie im. M. Łomonosowa w Moskwie oraz Zespole Szkół przy Ambasadzie RP w Moskwie

4. **Osiągnięcie naukowe będące podstawą ubiegania się o habilitację.**

Monografia:

Metafory o Rosji. Wizerunek rosyjskiej polityki w przerośniach publicystycznych w prasie polskiej (2000-2012), Wydawnictwo UMCS, Lublin 2019.

Recenzent wydawniczy:

dr hab. Edyta Pałuszyńska

Zakład Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej UŁ

ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź

B.M.

STRESZCZENIE MONOGRAFII

“Metafory o Rosji. Wizerunek rosyjskiej polityki w przenośniach publicystycznych w prasie polskiej (2000-2012)”

Przedmiot pracy

Tytuł rozprawy zapowiada przedstawienie wizerunku Rosji, który wyłania się ze współczesnych przenośni publicystycznych zaczerpniętych z prasy polskiej. Materiał badawczy jest rozległy, gdyż polityka wschodniego sąsiada stanowi temat niezliczonych wiadomości, komentarzy i obszernych artykułów. Czynnikiem atrakcyjności “rosyjskich tematów” jest walor elitarności (Rosja jest największym państwem świata, prezydent Władimir Putin przynależy do grona najbardziej znanych polityków, a rosyjski koncern Gazprom to światowy potentat na rynku energetycznym). W dyskursie medialnym i w codziennej komunikacji osnową toczących się opowieści są sytuacje konfliktowe, a Rosja jako arena burzliwych działań, groźny przeciwnik bądź trudny partner również z tego względu wzbudza uwagę licznych publicystów.

Należy przy tym zastrzec, że z uwagi na wielogłosowy i absorpcyjny charakter dyskursu medialnego¹ metafory zaczerpnięte z polskiej prasy nie zawsze są autorstwa polskich nadawców. W mediach pojawiają się bowiem wypowiedzi osób z różnych kręgów kulturowych, a atrakcyjne i trafne wyrażenia podlegają przytoczeniom (tłumaczeniom) oraz zapożyczeniom. Pewnym paradoksem jest to, że negatywny obraz kremlowskiej elity, jaki wyłania się z polskiej prasy, jest w dużej mierze współtworzony przez rosyjskich nadawców – znanych krytyków prezydenta Putina oraz jego otoczenia².

Przy analizie przenośni publicystycznych i utrwalonego w nich obrazu rzeczywistości stosujemy dwie główne perspektywy: poznawczą (kognitywną) oraz komunikacyjną (retoryczną), których podsumowaniu służy najbardziej szeroka perspektywa kulturowa.

Perspektywa poznawcza

Refleksja nad językiem prowadzi do wniosku, że nie jest on jedynie tworzywem wypowiedzi, ale i osnową myślenia, formą ujmowania rzeczywistości. To samo można powiedzieć o metaforze będącej nie tylko szeroko wykorzystywanym narzędziem

¹ Zob. M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010, s. 13-25.

² Wśród autorów wypowiedzi przedstawianych w poniższej pracy pojawiają się nazwiska m.in. Władimira Bukowskiego, Grigorija Jawlińskiego, Garięgo Kasparowa, Siergieja Kowalowa oraz Borysa Niemcowa. Rosyjscy demokraci, wypowiadający się na łamach zachodniej prasy, dbają też o efektywność swoich przekazów, stosując wyraziste, sugestywne i błyskotliwe metafory (uwagę zwracają tu zwłaszcza barwne figury Grigorija Jawlińskiego, którym warto byłoby poświęcić osobny artykuł).

komunikacji, ale też niezbywalnym mechanizmem poznawczym oraz środkiem, który kształtuje sposób naszego postępowania (choć nie zawsze mamy tego świadomość).

W znanej książce G. Lakoffa i M. Johnsona *Metafory w naszym życiu (Metaphors we live by)* dochodzi właśnie do istotnego rozróżnienia dwóch znaczeń przenośni - jako zjawiska pojęciowego (procesu umysłowego, sposobu myślenia) oraz jego werbalnych bądź niewerbalnych wykładników. Metafory pojęciowe znacznie się różnią zasobem swoich wykładników, a w centrum uwagi G. Lakoffa i M. Johnsona są rozbudowane powiązania pomiędzy tym, co abstrakcyjne oraz tym, co cielesne, namacalne, lepiej znane. Podkreślana systematyczność metaforycznych powiązań nie sprzyja jednak dokładnej interpretacji poszczególnych przenośni werbalnych (sprowadzanych do roli wykładników ogólnikowo określonej struktury pojęciowej). Skrupulatnej analizie mechanizmów przenośni dobrze zaś służy - wypracowana przez G. Fauconniera i M. Turnera - teoria integracji pojęciowej (określana również jako model amalgamatu oraz stopu pojęciowego). W tym ujęciu metafora jest przejawem doraźnie tworzonej struktury, która stanowi efekt łączenia co najmniej dwóch przestrzeni mentalnych o wspólnej strukturze generycznej.

Analizie sposobów ujmowania wydarzeń dobrze też służą współczesne teorie na temat narracji. Liczne metafory są wykładnikami nieustannie tworzonych opowieści, wprowadzając odbiorcę w ściśle określoną strukturę wydarzeń. Np. określenie ropy jako *manny spod ziemi* stanowi nie tylko żartobliwą peryfrazę i przejaw integracji przestrzeni mentalnych (nagłe zyski ze sprzedaży wydobywanej ropy jako manna spod ziemi), ale stanowi wykładnik pewnej historii, odsyłając do postaci bohatera, który znajdował się w dramatycznym położeniu, lecz pokonał trudności dzięki nieoczekiwanej uzyskanym środkom. Poprzez metaforę ujmujemy zmiany sytuacji i nieustannie układamy różne opowieści, a ich bogatym zasobem jest właśnie dyskurs medialny.

Perspektywa komunikacyjna

Przy omawianiu przenośni językowych (czy wizualnych) należy uwzględnić nie tylko ich kognitywne, ale i komunikacyjne uwarunkowania. Początki refleksji nad metaforą dotyczą wszakże jej walorów retorycznych oraz wpływu, jaki przenośnia wywiera na słuchaczy. Jak zaznacza Arystoteles: „Nie wystarczy przecież wiedzieć, co należy mówić, ale trzeba też umieć to w należyty sposób wyrazić, ponieważ od tej właśnie umiejętności w dużym stopniu zależy wrażenie, jakie wywołuje mowa.” (*Retoryka* 1403b). Współczesny publicysta – podobnie jak i antyczny mówca – nie powinien poprzestawać na używaniu szablonowych sformułowań, wykazując się pomysłowym ujęciem tematu i zwłaszcza w strategicznych

