

Bielsko-Biała, 29 maja 2022 r.

Prof. dr hab. Jacek Warchała

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Elwiry Bolek pt.:

Język i obraz w plakacie teatralnym. Analizy semiotyczno-kulturowe

Rozprawa została napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. Ryszarda Tokarskiego

1. Wstęp: zarys problematyki.

Mgr Elwira Bolek zarysowała zasadnicze cele swej rozprawy doktorskiej jako próbę empirycznej weryfikacji dwóch hipotez badawczych: po pierwsze: zasadą istnienia plakatu teatralnego jest interpretowanie innych tekstów kultury, w szczególności oczywiście tekstu dramatycznego jako bezpośredniego odniesienia; po drugie: komunikat wieloznakowy, jakim jest plakat teatralny, może być interpretowany z wykorzystaniem narzędzi semiotycznych, ugruntowanych w metodach analizy stosowanych przez lingwistykę. Takie założenie stanowi klasyczne już rozumienie badania sztuk plastycznych narzędziami wykorzystywanymi w badaniach języka i językowo pojmowanych tekstów kultury innych niż teksty werbalne. Jest to zatem przeniesienie na dzieło plastyczne pewnych zasad i swoistej „gramatyki” łączenia elementów w większe całości o charakterze tekstowym, spójnym, warunkowanym regułami łączenia i substytucji. W tym rozumieniu mieści się traktowanie komunikatów jako multimodalnych całości, w których dzięki regułom quasi-gramatycznym możemy dociekać ich znaczenia i funkcji, nawet wówczas, gdy elementy składowe są heteronomiczne z punktu widzenia systemów semiotycznych (np. werbalne i plastyczne, związane z figurą, kolorem, fakturą itd.).

W odczytywaniu tekstów kultury takich jak multimodalne teksty plakatów Autorka rozumie potrzebę synergicznego wpływu poszczególnych modi na całość znaczenia; a właściwym kontekstem/odniesieniem jest szeroko rozumiana kultura i możliwe do zidentyfikowania przez badacza (zaawansowanego odbiorcę) artefakty kultury, stanowiące „wspólny świat nadawcy i odbiorcy” i będący konieczną płaszczyzną porozumienia. To szeroka perspektywa uzasadniająca możliwość wielości interpretacji oraz ich indywidualnego charakteru, w zależności od zakresu „wspólnej wiedzy”. Jest

to przy tym podejście semiotyczne, zakładające, że tekst kultury jest znakiem złożonym o możliwym naddanym znaczeniu.

Trzeba dodać, że problematyka podjęta przez Autorkę rozprawy, zarówno gdy idzie o podstawy metody analitycznej, jak i materiał badawczy jest zarówno atrakcyjna, jak i ważna poznawczo, ale też, co należy szczególnie podkreślić, bardzo wymagająca, gdy idzie o zakres wiedzy badaczki, jej umiejętność wykorzystywania różnych metod analitycznych, a także, *last but not least*, możliwość ujawnienia wrażliwości estetycznej, umiejętności przeżycia dzieła artystycznego, niekonwencjonalnej umiejętności łączenia faktów odległych i śmiałej ich syntezy. To wszystko sprawia, że rozprawa doktorska mgr Elwiry Bolek nie tylko zasługuje na uznanie i wysoką ocenę, ale też zasługuje na... podjęcie dyskusji, którą, jak sądzę prowokują tezy metodologiczne i przedmiotowe interpretacje. Spróbuję też w niektórych punktach taką dyskusję podjąć, choć niebezpiecznie przeczuwam, że mogę stać gdzieś na przegranej pozycji.

2. Zagadnienia szczegółowe.

Gdy rozpatrzymy aspekt metodologiczny pracy, wydaje się, że Autorka testuje tu różne podejścia do komunikatu multimodalnego: jest to zarówno metoda oparta na podejściu charakteryzującym prace komunikologiczne, czyli analiza aspektu strukturalnego, stylistycznego, poznawczego (znaczeniowego) i pragmatycznego tekstu będącego komunikatem artystycznym; podstawą jest założenie o znakowym charakterze elementów składowych tekstu multimodalnego. To podejście uzupełnia w sposób istotny i bardzo interesujący (choć w moim mniemaniu w pewnym aspekcie kontrowersyjny) koncepcja amalgamacji, którą pojmuję jako teorię przestrzeni mentalnych bazujących na takim konstruowaniu znaczeń i sensów, w którym wykorzystywany jest zasób wiedzy ogólnej, doświadczenie i aktualna wiedza o konsytuacji. Muszę od razu powiedzieć, że w przypadku analizy tekstów perswazyjnych i artystycznych (także multimodalnych), a takimi tekstami są oczywiście plakaty teatralne będące bazą materiałową rozprawy, nie jestem entuzjastą metody amalgamacji, uważam bowiem, że najlepszym odzwierciedleniem amalgamatów conceptualnych są konstrukcje o charakterze gramatycznym, a nie

retoryczne i w moim mniemaniu np. teoria amalgamatów nie tłumaczy zasady ironii i deformacji czy redefinicji znaczenia pod wpływem czynników politycznych, choć oczywiście pokazuje możliwe drogi kojarzenia. Może pokazać, jak struktura wyłania się dzięki operacji kompozycji czy elaboracji, ale nie pokaże przyczyn i skutków takiego zabiegu, nie wyjaśni mechanizmów retorycznych, mechanizmów emocjonalizacji tekstu czy perswazyjności na styku słowa i obrazu. Wydaje mi się, że metoda w zakresie interpretacji tekstu artystycznego, tym bardziej plastycznego, niewiele wnosi nowego ponad to, co proponuje np. semiotyczna analiza tekstu, analiza dyskursywna czy krytyczna analiza dyskursu (KAD). Metoda, powtórzę, pokazuje ogólny zarys sposobu kojarzenia i myślenia, ale nie pokazuje, co należy kojarzyć, pozostawiając to w gestii indywidualnej decyzji interpretatora (na co chyba wskazywali krytycy tej metody). A zatem niewiele ponad decyzje interpretacyjne samego badacza. A z tego zadania Autorka wywiązała się znakomicie – jej interpretacje, umiejętność wykorzystania kontekstów, oryginalność wiązania i inwencja w poszukiwaniu kontekstów jest imponująca.

Zastanawiam się też, czy wiązanie elementów (składników) struktur wyjściowych w amalgamacie ma w przypadku plakatu lub innego dzieła artystycznego charakter obiektywny i „koniecznościowy”, co w moim mniemaniu uzasadniałoby w pełni użycie metody amalgamacji, czy raczej zależy od sytuacyjnej i nieprzewidywalnej w skutkach decyzji artysty, niepodlegającej schematyzacji. Takie jednostkowe akty decyzyjne nie mają lub nie muszą mieć charakteru normatywnego, dobór kontekstów jest jedynie rezultatem indywidualnego stanowiska zajętego w tym momencie przez twórcę na drodze nieprzewidywalnego żadnym schematem impulsu; co więcej – trudno powiedzieć, na ile ta decyzja zgodzi się z indywidualnym podejściem interpretatora pozostającego w konkretnej sytuacji, niepokrywającej się z sytuacją artysty. Z taką sytuacją mamy do czynienia, jak zresztą zauważa Autorka (s. 117), w przypadku plakatu Myćki do Szekspirowskiego Makbeta (korona w kształcie sideł): plakat odrywa się od zapowiadanego spektaklu, jest „osobistym komentarzem do dramatu”, własną projekcją tekstu przez artystę-plakacistę; wydaje się, że im bardziej plakat obciążony jest indywidualnym stylem artysty, tym bardziej ukazuje indywidualne, odrębne, „własne”, a często przypadkowe (bo nieoparte żadną głębszą

interpretacją) widzenie sztuki. Dla mnie to swoiste zapasy plakacisty i autora (lub reżysera) o sens tego, co widzi autor sztuki teatralnej z tym, co chce zobaczyć twórca plakatu. Przekonujący i ciekawy jest wywód Autorki, a jednak mógłbym tu dodać, że jej propozycja interpretacji nie ujawnia aspektu podjęcia przez plakacistę swobodnego odczytania Makbeta jako sztuki o niewinności bohatera i przypadkowości zbrodni, w którą wpada. Jest to plastyczne ujęcie prawdziwego dramatu greckiego, gdzie bohater zostaje bez własnej zgody wplątany w intrygę zbrodni i łańcuch zła, które dzieje się na zasadzie efektu motyla – jeden nieopaczny ruch powoduje lawinę dramatów. Nie wydaje mi się także, że uruchomienie sensu symbolicznego, jaki byłoby „kłusownictwo” jest fortunate – ono bowiem spłaszcza i trywializuje istotę zarówno dramatu jak i plakatu.

Mój sceptycyzm co do metody i zasady wiązania struktur potwierdza także analiza jednego z plakatów Pągowskiego *Uśmiech wilka*. Ujawnione przez Autorkę przestrzenie nie wyczerpują możliwości interpretacyjnych plakatu, a przede wszystkim nie ujawniają wszystkich kontekstów – i tu mam wątpliwości polegające na tym, że owe przestrzenie zależne są od zakresu wiedzy, także historycznej, interpretatora, przestrzenie nie wynikają z gramatyki i schematów kojarzeniowych, nie mają charakteru „relacji gramatycznych”, wynikają natomiast z umiejętności zastosowania/dopasowania kontekstów i dyskursów dla zrozumienia znaczeń i kumulacji poszczególnych znaków jako wektorów sensu. Pozostaje ciągle w zanadrzu wiedza i wrażliwość interpretatora, i tylko to. Wydaje mi się, że w plakacie Pągowskiego, bez względu na to, czy sam artysta o tym wspomniał w cytowanym wywiadzie, czy też nie, istnieje inny ważny kontekst interpretacyjny (wolę tę nomenklaturę). Biorąc pod uwagę czas powstania plakatu, a to wpływa zasadniczo na jego odbiór przez współczesnych mu odbiorców, pojawia się kontekst pieśni Kaczmarzkiego o obławie na wilki („Obława”) i kontekst niezapomnianej pieśni Wysockiego o polowaniu na wilki („Polowanie na wilki”). W tym kontekście, uprawnionym przecież ze względu na czas powstania pieśni (1974 rok), ale przede wszystkim na czas oddziaływania Kaczmarzkiego na polską inteligencję i rok 1982 (powstanie plakatu w okresie „wielkiej smuty początków czasu wojennego”). Jeśli weźmiemy pod uwagę te konteksty, plakat mówi nie tyle o samotnym wilku, co może być skojarzeniem

wynikającym ze stereotypu, to także, ale o wolności intelektualisty/artysty, o jego osaczeniu przez aparat totalitarny, o jego próbie ucieczki i o tym, że udaje się to niewielu i że można za to zapłacić cenę najwyższą. Tak było w czasach Bułhakowa, tak było w czasach Wysockiego i tak było w czasach, gdy powstawały najważniejsze dla kultury polskiej pieśni Kaczmarzkiego. Ta perspektywa zasadniczo zmienia perspektywę interpretacyjną i semantykę plakatu. Poza tym mam zastrzeżenia i takie, że wbrew zapowiedziom, Autorka nie pokazuje tu mechanizmów perswazyjnych. Nawet jeśli zgodzimy się co do analizy (bo nie interpretacji), to jak mechanizm amalgamacji wyjaśni nam w tym przypadku mechanizmy oddziaływania (perswazji). Trzeba by tu zastosować mechanizm „wspólnoty świata i doświadczeń (języka)” Barańczaka, wyjaśnić, jak pieśni Kaczmarzkiego wpłynęły na imaginariusz narodowe, gdzie tkwi moc oddziaływania plakatu, gdzie jego siła/potęga (jakby powiedział David Freedberg), w jaki sposób odbiorca/inteligent polski potrafi przełożyć czerwone chorągiewki (symbol zakazów i przełamywania zakazów przez jednostkę wybitną) i strzelby (totalitaryzm) Wysockiego, sforę Kaczmarzkiego i pióra wbijające się w sierść wilka Pągowskiego; dlaczego szaleńczy bieg ma być biegiem wilka uśmiechniętego, czy rzeczywiście Pągowski chce pokazać uśmiech w czasach złych (a zatem byłaby to jakaś ironia) i czy Pągowski nie chce czasami nawiązać do lat osiemdziesiątych, aby uzyskać lepszy odbiór przesłania o zagrożeniu wolności. Plakat jest tekstem artystycznym, ale także tekstem perswazyjnym lub po prostu nakłaniającym potencjalnego widza; a zatem jaki rodzaj dymensji odgrywa tu główną rolę – racjonalny czy emocjonalny? Co sprawia, że chcemy, jako odbiorcy plakatu, obejrzeć spektakl anonstowany przez ten plakat? W końcu – co „plakat do nas mówi” i „czego od nas chce”, jakby powiedział W.J.T Mitchell w swoich studiach o wizualności; i co warto może podkreślić, jaki jest możliwy sposób odczytania plakatu przez współczesnego odbiorcę (pytanie o uniwersalia) i jaka jest jego siła nakłaniająca dziś? Uwagi te są wyrazem zwątpienia recenzenta w możliwości objaśniające metody zastosowanej do analizy tego plakatu. Czy teoria amalgamatów zaproponowana jako narzędzie sprostą tym pytaniom?

Zagadnienie perswazji. Z mojego punktu widzenia szczególnie interesujący i godny namysłu wydaje się rozdział czwarty, w którym Autorka rozważa zagadnienie perswazyjności plakatu teatralnego. Podstawą są rozważania o pragmatyce jako „technice” analizy znaczenia poprzez uwzględnianie kontekstu i relacji między nadawcą a odbiorcą. To oczywiste, że znaczenie takiego tekstu jak plakat badane być musi na tle społecznym i kulturowym i analiza autonomiczna nie ma tu zastosowania. Pełna zgoda! Ale jednocześnie mam wątpliwości, czy interpretację znaczenia plakatu możemy ograniczyć do analizy intencjonalnej, i ograniczać retorykę plakatu jedynie do zachęty do informacji o wydarzeniu, zapowiedzi wydarzenia czy zachęty do uczestnictwa w spektaklu (por. s. 54). Semantyka intencjonalna, próbująca rekonstruować znaczenia symboliczne na podstawie dociekań, co miał na myśli nadawca, jest najbardziej niepewnym narzędziem interpretacyjnym (jak słusznie podkreślał Jurgen Habermas w swoim monumentalnym dziele o komunikacji jako działaniu [Teoria działania komunikacyjnego, t. 1, s. 455-456]). Chciałbym dodać, że nie zgadzam się w pełni z sugestiami Kępy-Figury (i Autorki), że sukces perswazyjny plakatu polega na odczytaniu przez odbiorcę intencji nadawcy, ze względu na niesprawdzalność takiego zabiegu. Skuteczność perswazyjna tkwi raczej w możliwości odczytania własnych kontekstów i własnej „intencji odbiorczej” – pewnej zgody ze światem wyobrażonym przez odbiorcę (na takie rozumienie tej kwestii wskazywałyby późne badania Dana Sperbera czy w ogóle badania kognitywistów zajmujących się filozofią umysłu; por. np. J Szwabe, *O pewnej różnicy między odbiorcą a odbiornikiem. Uwagi do pragmatyczno-kognitywistycznej wizji komunikacji*, a także: *Znaczenie dane, domyślne, wywnioskowane* [w] *Mózg i jego umysły*, t 2., Poznań 2004). I tu słusznie, powołując się na Skowronka i Kalisza (oczywiście pośrednio na Austina), Autorka pisze o roli wspólnego kontekstu w dekodowaniu znaczeń i o rozumieniu jako „procesu wkomponowania znaczenia tekstu we własny zasób poznawczy”, co jest warunkiem skuteczności, czytaj: perswazyjności wypowiedzi. Ale czy to nie koliduje z tezą o rekonstrukcji intencji nadawczej jako podstawie skuteczności perswazyjnej tekstu? Jeśli źle zrozumiałem myśl, proszę o wyjaśnienie.

I tu chciałbym nawiązać do interpretacji plakatu Pągowskiego *Circus* (s. 54-55). Interpretacja za Fredericiem Schneiderem jest co najmniej zastanawiająca; jego interpretacja polityczna zdaje się wynikać ze szczególnego sposobu postrzegania Polski i najnowszej polskiej historii. Przyznam szczerze, że zastanawiam się, w jaki sposób zobaczyć na tym plakacie „smutnego słonia” jako symbol/alegorię (?) ZSRR, a jego motylowe uszy jako symbol Polski. Przypomina mi to szkolną interpretację cudownego Norwidowskiego erotyku „Daj mi wstążkę niebieską” jako alegorii Polski, gdzie tytułowa wstążka ma być Wisłą. Z drugiej jednak strony muszę zgodzić się z Autorką, że to kontekst wpływa na interpretację – w inny kontekst należy wpisać interpretację Schneidera, w inny kontekst dzisiejszego odbiorcę, który nie musi pamiętać „tamtych czasów” i który zobaczy tu raczej wizualizację pewnej nienaturalności, a może jakiegoś sztucznego blichtru cyrkowej sztuki. A jeśli założymy, co wydaje się oczywiste, że plakat filmowy/teatralny/cyrkowy (jak w tym wypadku) jest tekstem perswazyjnym, to przedstawienie słonia z uszami jak motyle skrzydła wymusza na odbiorcy wizualizację czegoś piękniejszego niż może to w rzeczywistości zobaczyć. Nie wiem przy tym, czy Pągowski miał w istocie taki zamiar, jaki inkryminuje mu zarówno Schneider, jak i autor niniejszej recenzji. Interpretacja pokazuje też, że mamy do czynienia nie tyle z dialogiem i kooperacją między artystą a autorem sztuki i między plakatem a jego interpretatorem, ale raczej z Nietzscheańską zasadą perswazji jako „wymuszania znaczeń” na partnerze procesu komunikacji.

Przykładem zasady wymuszenia znaczeń jest metafora i metonimia, którym to tropom Autorka poświęca sporo miejsca (partie te uważam za bardzo interesujące i atrakcyjne poznawczo). Zgadzając się generalnie z Jej stanowiskiem akcentującym rolę metafory w procesie perswazji, chciałbym jedynie dopowiedzieć, że w moim mniemaniu mechanika metafory i jej sens perswazyjny w plakatach artystycznych polega właśnie na wymuszaniu znaczenia – artysta proponuje swoje widzenie problemu i swoją jego interpretację, i pomaga mu w tym metafora. Perswazyjność komunikatu, także plakatu, to wymuszanie znaczeń, a dopiero w dalszej perspektywie nakłanianie np. do zmiany postawy i ewentualne nakłonienie do skorzystania z oferty teatru. Czy jest tu przestrzeń na klasycznie rozumianą kooperację w sensie Grice’owskim? Załamanie

zasady kooperacji nie wyjaśnia ostatecznie celu i konsekwencji – to pozostaje w domyśle interpretatora. Autorka przekłada np. oszczędność formalną jako realizację maksymy ilości, sugerując tym samym, że plakat podporządkowany być może prymarnej zasadzie informowania, co uważam za znaczne uproszczenie. Gdyby użyć mechanizmu konwersacyjnego Grice’a do analizy płaszczyzny wizualnej komunikatu, to należy się liczyć ze sporymi ograniczeniami, takimi mianowicie, że obrazy artystyczne nie podlegają lub nie muszą podlegać zasadzie relewancji. „Nadmiar”, który przecież dostrzega Autorka np. w plakatach Starowieyskiego trudno analizować w kategoriach reguł konwersacyjnych; artysta świadomie nawiązuje do manieryzmu barokowego, obrazu trumiennego, epitafium kościelnego okresu renesansu i baroku, tworząc swój manierystyczny styl uruchamiający imaginariusz *ars moriendi*; nadmiar nie współtworzy dymensji informacyjnej plakatu, ale jego wymiar emocjonalny i ma sens perswazyjny. No i trzeba pamiętać, że w retoryce emocji nie idzie o dowodzenie czegoś czy argumentowanie, bo emocje wykraczają poza racjonalność, lecz o budowanie postawy odbiorcy i relacji między odbiorcą a nadawcą; w tym sensie emocje stanowią rodzaj impulsu, są oczywiście komunikowalne i intersubiektywne, i wpływają na odbiór i percepcję przekazu.

Autorka ciekawie rozważa problem sytuacji plakatu jako sztuki ulicy (27). I mogę tu tylko dodać, że plakat na ulicy poddany jest presji ulicy, innych plakatów, wystaw, innych ogłoszeń, całego tego szumu; plakat musi walczyć z tym szumem, gdy jest na ulicy (przy czym ulicę rozumiem tu szerzej, jako niealbum, niemuzeum, niegalerię); i tu ujawnia się jego aspekt reklamowy, który ujmuje raczej schemat AIDA aniżeli zasady Grice’a; pierwszy element tego schematu element: A - Atention ma przykuć uwagę, poruszyć swoją formą bez analizy treści – to coś w rodzaju retorycznej zasady/ płaszczyzny *movere* i typowe tym razem dla współczesnej kultury rozbicie jednostkowego doświadczenia odbiorcy, aby zwiększyć perswazyjną siłę obrazu sugerującego inną rzeczywistość niż codziennie postrzegana. Chciałbym to porównać z kulturową kategorią „atrakcji” jako zasady specyficznego montażu np. filmowego lub teatralnego (szczególnie eksploatowana w filmach Eisensteina), która to zasada pozwala przyciągnąć uwagę widza, zaskoczyć go, rozbawić lub przestraszyć, ale przede wszystkim oddziaływać nie na płaszczyźnie racjonalnej informacyjności, ale na

plaszczyźnie emocjonalnej, pozamentalnej, może nawet w kategoriach Lacanowskich – pewnej „racjonalności psychoanalitycznej” lub „racjonalności imaginatywnej”, jaką proponowali Lakoff i Johnson, przeciwstawiając to prymatowi logiki i rozumowania. Jeśli plakat zechcemy interpretować przede wszystkim z punktu widzenia „racjonalności informacyjnej”, a do tego skłania nas zasada kooperacji, to umyka nam prawdopodobnie zasada atrakcyjności i wymuszania znaczeń, także przez zaskakujące zestawienie metaforyczne (dodam przy tym, że rozumiejąc i doceniając osiągnięcia kognitywistów w zrozumieniu i określeniu funkcji metafory, jestem cichym wyznawcą Leśmianowskiej koncepcji metafory: „uchwycić niepochwytność w dwa przyległe słowa”). Często dziwaczność plakatu, a to wydaje się podstawowym spostrzeżeniem po lekturze pracy mgr Elwiry Bolek, jest wymuszeniem na odbiorcy interpretacji emergentnej w sytuacji niepochwytności, która nie zawsze podlega *gestaltom* doświadczeniowym (to drugi element schematu AIDA - Interest/Interpretation).

Ta dziwaczność niepochwytności to rodzaj gry interakcyjnej z odbiorcą: gry w ukrywanie i ujawnianie znaczeń; rodzaj szyfrowania, ironii rozumianej jako dystans i ironii jako alegorii. Chciałbym tu dodać, że Autorka właściwie zauważa, że plakat jest rodzajem zagadki i gry słowno-wizualnej z odbiorcą. Ta zagadkowość nawiązuje do klasycznej koncepcji rodem ze studiów o wizualności, że interpretacja obrazu jest rozwiązywaniem zagadki na drodze indukcji (konceptje Panofsky’ego) lub dedukcji (konceptje Gombricha). W tym miejscu chciałbym dodać, że plakat teatralny można by rozważać jako „współczesną alegorię”, palimpsest o wielopoziomowej i zaszyfrowanej treści, aż po margines tajemnicy, jak w przypadku kabalistycznych źródeł umożliwiających odczytanie labiryntu z plakatu Kosmyński *Wszyscy byli odwrócenii*, (Autorka wspomina o tym plakacie w przypisie nr 71).

Jeszcze o metaforze. Problem metafory jako narzędzia perswazji jest ujęty bardzo interesująco i zarazem trafnie. Autorka nawiązuje do klasycznych już ujęć Lakoffa i Johnsona, którzy ujmują metaforę nie jako trop, ale jako sposób konceptualizacji świata, zaznaczając słusznie ograniczenia ich podejścia przede wszystkim do sfery werbalnej. Odwołanie się do koncepcji metafory wizualnej jest interesujące analitycznie i inspirujące badawczo. Translacja metafory wizualnej na werbalną

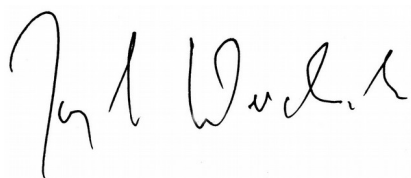
wydać się oczywista, ponieważ tam, gdzie pojawia się proces rozumienia obrazu, tam musi pojawić się jego translacja w kategoriach werbalnych – obraz ujawni wówczas swój wymiar retoryczny (perswazyjny), gdy możemy zwerbalizować jego sens i ująć go w kategoriach dyskursywnych. W tym sensie obraz można nawet potraktować jako proces argumentacji wizualnej, gdzie argumenty stają się entymemami – posiadając „luki do wypełnienia”, angażując odbiorcę w proces rozumienia i narzucając (wymuszając) kształtowanie sensu przekazu wizualnego. Ten rodzaj translacji nazwałbym endogennym, ponieważ odbywa się w obrębie jednego modi (obrazu) i jego mechanizmu pojmowania treści. W przeciwieństwie do sytuacji multimodalnej, gdy translację wykonujemy pomiędzy obrazem a słowem mu towarzyszącym. W tym wszakże przypadku dostrzegam relację metaforyzacji, gdy domeną wyjściową-pierwotną jest obraz (jego pole denotacyjno-konotacyjne) lub domeną wyjściową jest słowo, a także relację metonimii, gdy słowo przystaje do obrazu oraz relację tautologii, gdy powtórzone zostaje znaczenie obrazu względem słowa lub słowo względem obrazu bez znaczeń naddanych.

3. Konkluzja

Mgr Elwira Bolek przedstawiła do recenzji pracę dojrzałą i ciekawą, a przede wszystkim atrakcyjną poznawczo i skłaniającą do naukowego namysłu. Praca jest próbą zastosowania metod lingwistycznych do analizy dzieła plastycznego. Analizy i interpretacje są bardzo interesujące i wypływają z założeń metody podejścia do tekstu multimodalnego. Należy też podkreślić, że praca doskonale inspirowała do podjęcia dyskusji nie tylko z tezami Autorki, ale przede wszystkim z możliwością tkwiącą w przyjętej metodzie analizy. Pragnę dodać, że moje uwagi krytyczne nie mają charakteru deprecjonującego, są natomiast wyrazem poważnego zainteresowania wywodami Autorki i chęcią podjęcia partnerskiej naukowej polemiki. Wartość pracy tkwi także w doborze oryginalnego materiału badawczego i ponadprzeciętnej umiejętności jego interpretacji. Trzeba zaznaczyć, że interpretacje są często interesujące i z tego powodu, że stoi za nimi osobisty (korespondencyjny?) kontakt z niektórymi artystami; ich uwagi wcale nie muszą być rozstrzygające i na dodatek wiarygodne interpretacyjnie, ale zawsze są okazją do podążenia ścieżką wyobraźni

artysty, a autorka potrafiła to wykorzystać. Pracę czyta się z ogromnym zaciekawieniem i mądrze wzbudzaną chęcią podjęcia polemiki. Świetnie napisana i pięknie ilustrowana przynosi satysfakcję lektury nie tak częstą w przypadku prac doktorskich.

Wniosek: Rozprawa doktorska mgr Elwiry Bolek pt.: *Język i obraz w plakacie teatralnym. Analizy semiotyczno-kulturowe* stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego w zakresie językoznawstwa i posiada duże walory poznawcze. Nie mam wątpliwości, że rozprawa mgr Elwiry Bolek przedstawiona do recenzji spełnia warunki stawiane przed rozprawą doktorską, określone w art. 13.1 ustawy z dn. 14 marca 2003r. Praca mimo fragmentów krytycznych jest przeze mnie oceniona wysoko i w moim mniemaniu stanowi podstawę dla dalszych czynności w przewodzie doktorskim.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jacek Warchala', written in a cursive style.

Jacek Warchala