Retoryka nowych mediów/nowych wyzwań

Rhetoric of new media/new challenges

8 (1) 2021 EDITOR: KATARZYNA MOLEK-KOZAKOWSKA

MAŁGORZATA DAWIDZIAK-KŁADOCZNA

UNIWERSYTET WROCŁAWSKI

<https://orcid.org/0000-0003-3602-2722>

malgorzata.dawidziak-kladoczna@uwr.edu.pl

Multimodalność jako narzędzie perswazji w nowej ewangelizacji i katechizacji (na przykładzie vloga „Mocno stronniczy” ojców Adama Szustaka i Tomasza Nowaka)
Multimodality as a tool of persuasion in the new evangelization and catechization (on the example of “Mocno stronniczy” by fathers Adam Szustak and Tomasz Nowak)

Abstract

Mediatyzacja doświadczenia religijnego przejawia się w stosowaniu wielu kodów semiotycznych. Zjawisko to, określane mianem multimodalności, omawiam na przykładzie vloga „Mocno stronniczy” zakonników – Adama Szustaka i Tomasza Nowaka. W cyklu tym wykorzystywane są rozmaite kody jako narzędzie perswazji, m.in. werbalny, graficzny, dźwiękowy i obrazowy. Zwiększają one retoryczną wartość przekazu, ponieważ służą nawiązaniu kontaktu z audytorium i zaangażowaniu go intelektualnie oraz emocjonalnie, a także tworzeniu etosu mówców.

Mediatization of religious experience manifests itself in the use of many semiotic codes. This phenomenon, referred to as multimodality, is discussed on the example of the vlog “Mocno stronniczy”. Various codes are used in this cycle, incl. verbal, graphic, sound and visual. They increase the rhetorical value of the message because they serve to establish contact with the audience and engage them intellectually and emotionally, as well as creating the ethos of the speakers.

Key words

perswazja, retoryczność, etos, multimodalność, kod semiotyczny
persuasion, rhetoric, ethos, multimodality, semiotic code

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 2 November 2020 | Accepted: 17 January 2021

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2021.1.2>

MAŁGORZATA DAWIDZIAK-KŁADOCZNA

UNIwersytet Wrocławski

<https://orcid.org/0000-0003-3602-2722>malgorzata.dawidziak-kladoczna@uwr.edu.pl

Multimodalność jako narzędzie perswazji w nowej ewangelizacji i katechizacji (na przykładzie vloga „Mocno stronniczy” ojców Adama Szustaka i Tomasza Nowaka)

1. Wprowadzenie

„Mocno stronniczy”¹ to cykl filmów (vlog, wideoblog) ojców Adama Szustaka² i Tomasza Nowaka³, które są publikowane na kanale YouTube oraz na stronie dominikanie.pl⁴. Kolejne odcinki ukazują się o stałej porze – w niedzielę o godzinie 10.00. Pierwszy został wyemitowany 5 lipca 2020 roku. Analizie poddałam pierwszych piętnaście odcinków (ostatni z nich został opublikowany 11 października 2020 r.); każdy trwa około 40 minut. Z liczby wyświetleń wynika, że filmy cieszą się dużą oglądalnością. Po dobie od publikacji odcinek ma około 30000–40000 odsłon; liczba ta znacząco wzrasta w ciągu kolejnych dni i tygodni, np. pierwszy odcinek po 14 tygodniach od premiery doczekał się ponad 170000 wyświetleń.

Omawiany vlog wpisuje się w nurt nowej ewangelizacji i katechizacji, czyli przekazu religijnego za pomocą nowoczesnych metod i form (por. Nowicka 2017). Kanał ojców Szustaka i Nowaka jest przedsięwzięciem reprezentującym bardzo prężnie rozwijającą się w Polsce blogosferę katolicką. Zjawisko to cieszy się zainteresowaniem publicystów oraz badaczy mediów i religioznawców (por. m.in. Adamski 2012, Jarkiewicz 2012, Łaskarzewska 2015, Podlewska 2019), którzy do jego najważniejszych cech zaliczają, m.in.: „przełamywanie konwencji, szukanie nowych form wyrazu, mówienie językiem odartym z sacrum” (Podlewska 2019, 43),

1. Cykl nawiązuje tytułem i formą do wideoblogu „Lekko Stronniczy” Włodka Markowicza i Karola Paciorka – codziennego programu rozrywkowego, który powstał w 2011 roku (<https://www.youtube.com/user/lekkostronniczy/about>, dostęp: 12.10.2020). Dominikanie ujawniają źródła swoich inspiracji w pierwszym odcinku „Mocno stronniczych”, natomiast Paciorek i Markowicz odnieśli się do pomysłu zakonników w 1246. odcinku swojego programu zatytułowanym „Nasza opinia o Mocno Stronniczych” (13.07.2020).

2. Adam Szustak – ojciec zakonny, dominikanin, kaznodzieja, rekolekcjonista, autor książek i audiobooków, od 2014 roku prowadzący działalność internetową (por. m.in. stronę „Langusta na palmie”, <https://www.youtube.com/channel/UCme4ZOv65uzGADXuvHkSvA>, dostęp: 12.10.2020).

3. Tomasz Nowak – ojciec zakonny, przeor klasztoru dominikanów w Łodzi, kaznodzieja, prowadzi kanał „Strefa Wodza” na YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC2TkgDTxdtCFVzT-jGxxOSw>, dostęp: 12.10.2020).

4. <https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/>, dostęp: 12.10.2020.

wybór atrakcyjnego tematu, unikanie patosu, ujawnianie emocji nadawcy oraz komunikatywny i atrakcyjny język (Hołownia 2010).

Jednym z celów działań blogerów religijnych, w tym również wspomnianych dominikanów, jest nakłonienie zarówno chrześcijan, jak i osób niewierzących lub wyznających inną wiarę do przyjęcia określonych postaw moralnych. Oznacza to, że nadawcom „Mocno stronniczych” przyświecają cele perswazyjne; te z kolei mieszczą się w ramach działań retorycznych. Prezentowane przeze mnie ujęcie ma źródła w pracach antycznych teoretyków wymowy, którzy o retoryce pisali, m.in. jako o „mocy przekonywania” (Kwintylian, *Inst. orat.*, II.15. 1-38). Można zatem stwierdzić, że zastosowanie różnorodnych środków przekonywania w analizowanym tu cyklu czyni z filmów konstrukcję retoryczną.

Aby działanie perswazyjne było skuteczne, komunikat musi odpowiadać na zapotrzebowanie społeczne, stąd „Mocno stronniczy” wpisują się w proces inkulturacji, która w dokumencie Międzynarodowej Komisji Teologicznej pt. *Wiarą i inkulturacja* została zdefiniowana jako „wysiłek Kościoła zmierzający do wprowadzenia orędzia Chrystusa w określone środowisko społeczno-kulturalne, wywołując do wiary według wszystkich jej własnych wartości, uwzględniając, że są one do pogodzenia z Ewangelią” (Królikowski 2000, 255)⁵. W procesie inkulturacji stosuje się wszelkie składniki kultury – jej formy, wartości i język, które są niezbędne „do historycznego uzewnętrzniania się” (Chmiel 1990, 45). Dorota Zdunkiewicz-Jedynak (2010, 88) zwraca uwagę na to, że w dzisiejszej komunikacji religijnej często czerpie się z kultury masowej. Przykładem może być wykorzystanie popularnej platformy YouTube przez duchownych vlogerów i przejęcie stylu zachowania się i komunikowania się charakterystycznego dla twórców i użytkowników tego kanału (por. Podlewska 2019).

Potrzebę inkulturacji w społeczeństwach o wielowiekowych tradycjach chrześcijańskich motywuje się na ogół gwałtownymi przemianami cywilizacyjnymi (Pindel 2007, 250). Nie dziwi zatem używanie przez kaznodziejów nowych środków masowego przekazu i ich możliwości technicznych. Mediatyzacja doświadczenia religijnego przy pomocy technologii cyfrowo-komputerowej staje się coraz powszechniejszą praktyką (por. Hanas 2013). Omawiany w tym artykule cykl dociera do odbiorcy za pośrednictwem internetu. Liczba wyświetleń poszczególnych odcinków, ich polubień i komentarzy zredagowanych po obejrzeniu danej części, a także treść owych wpisów świadczą o dużym gronie odbiorców i popularności filmów. Gdzie zatem należy upatrywać przyczyn tej popularności? Niewątpliwie jedną z nich jest multimodalność przekazów, które zamierzam tu omówić.

5. Pojęcia inkulturacji po raz pierwszy użyto w 1962 roku (por. Masson 1962). Od tego czasu powstało wiele opracowań na ten temat, również w języku polskim, m.in. Chmiel 1990, Haręzga 1998, Jelonek 2002, Pindel 2007, Zdunkiewicz-Jedynak 2010, Nowicka 2017.

Komunikat multimodalny⁶ to taki, którego globalny sens zależy nie tylko od kodu werbalnego, ale jest tworzony również przez inne systemy znaków (Baldry, Thibault, 2006)⁷. Można powiedzieć, że istotą tekstów multimodalnych jest nagromadzenie, kumulacja różnorodnych kodów semiotycznych, a także technik komunikacyjnych (Kress, Leeuwen 2001, Szwed 2019), które „mogą się wzajemnie wzmacniać, uzupełniać lub być uporządkowane hierarchicznie” (Bucher 2015, 88). Multimodalność łączy m.in. pismo, mowę, muzykę, śpiew, fotografię, obraz, rysunek i film. W tradycyjnej katechezie wygłaszanej w przestrzeni *sacrum* dominuje kod werbalny. Spory udział w tworzeniu sensu tego typu komunikatów stanowią też kody kinezyczny, prozodyczny, proksemiczny i sytuacyjny. Omawiane tu komunikaty zostały wzbogacone o dodatkowe systemy znaków wizualnych, audialnych i audiowizualnych, które są realizowane w formie muzyki, dźwięku, animacji, obrazu statycznego i obrazu ruchomego. Pojawiają się one jako wstawki montażowe, które mogą być równoległe do tekstu głównego lub linearne (wówczas tekst główny na chwilę jest przerywany i ukazuje się kilkusekundowa dynamiczna wstawka). Ta cecha przesądza o multimodalności omawianego vloga.

Zastosowana przez mnie metoda badawcza to analiza multimodalna⁸ polegająca na uwzględnianiu różnych systemów semiotycznych i relacji zachodzących między nimi (Iedema 2013). Środki pozajęzykowe nie stoją obok językowych, ale z nimi współdziałają. Ich suma i wzajemne relacje konstytuują przekaz. Sensy wytwarzane są przede wszystkim za pomocą kodu językowego, ale nie można pominąć znaków należących do innych systemów semiotycznych, ponieważ współtworzą one komunikat (Bucher 2015). Wydaje się, że decyzja o wyborze perspektywy multimodalnej podczas analizy tekstów jest uzasadniona, ponieważ kody pozawerbalne pełnią obecnie bardzo ważną funkcję, np. wpływają na interakcję i kształtowanie subiektywności (Iedema 2013).

Właściwe sekwencyjne odczytanie multimodalnych komunikatów jest uwarunkowane poziomem kompetencji poznawczych odbiorcy, posiadanymi zasobami mentalnymi oraz procedurami ich dystrybucji, a także jego wiedzą na temat otaczającego świata (por. Stöckl 2015). Nie chodzi tu bowiem tylko o dekodowanie komunikatów werbalnych mówionych, ale również pisanych, a także różnych kompozycji i struktur wizualnych (statycznych i ruchomych) oraz audialnych.

6. Jolanta Maćkiewicz (2017, 33) podaje następujące synonimy tego terminu: polimodalny, wielomodalny, multisemiotyczny, polisemiotyczny i wielokodowy.

7. Zbiór prac na temat multimodalności w komunikacji jest coraz obszerniejszy – por. m.in. Kress, van Leeuwen 1996, Kress, van Leeuwen 2001, Baldry, Thibault 2006, Kress 2010, Iedema 2013, Bucher 2015, Klemm, Stöckl 2015, Stöckl 2015, Jewitt, Bezemer, O’Halloran, 2016. Powstają też opracowania, których celem jest omówienie zjawiska multimodalności na kanale YouTube (por. Benson 2017). Prace te mają źródła w pionierskich badaniach na temat związków różnych kodów semiotycznych w tekście (por. m.in. Barthes 1977, Burke 1950).

8. Jolanta Maćkiewicz (2017) przypomina, że retoryka (zwłaszcza jej piąty dział – *Actio*) od dawna zajmuje się analizą komunikacji wielokodowej.

W dalszej części artykułu odpowiem na pytania, które kody semiotyczne współtworzą sensy w „Mocno stronniczych”, jak są one ze sobą komponowane i jakie relacje zachodzą między kodem werbalnym a kodami pozawerbalnymi w badanych komunikatach. Te pośrednie zadania podporządkowane są jednak celowi głównemu pracy, którym jest udowodnienie, że multimodalność analizowanych tekstów służy oddziaływaniu na odbiorcę i wykazanie, że mają one dużą wartość retoryczną.

W omawianym cyklu programów bardzo istotną rolę odgrywa przekaz werbalny – dominuje on w każdym kilkudziesięciominutowym odcinku. Istotą tego vloga jest bowiem rozmowa, którą prowadzą dwaj ojcowie zakonni. Sytuacja nadawczo-odbiorcza jest tu jednak dość skomplikowana, co wynika nie tylko z tego, że zakonnicy zamieniają się rolami nadawcy i odbiorcy. Do rozmowy sporadycznie włączają się bowiem również montażysta i operator dźwięku, wymieniając się rolami nadawczo-odbiorczymi z dominikanami. Zadania operatora dźwięku i montażyisty jako instancji nadawczej nie ograniczają się do wytwarzania komunikatów werbalnych. Współtworzą oni sens przekazu, stosując kod werbalny pisany, a także kody pozawerbalne (wizualne i audialne), które korespondują z werbalnymi. Jak piszą Wasilewski i Skibiński (2008, 22), obraz jest dobrym punktem wyjścia „dla perswazyjnego efektu słów”, ponieważ przyciąga uwagę odbiorcy. Poza tym jest istotny w dalszych etapach perswazji, co wynika z tego, że skłania do dokonania wyboru. Podobne uwagi odnoszą się do form docierających do odbiorcy kanałem audytywnym, czyli dźwięku i muzyki.

Równolegle do tego układu istnieje inny, w którym rola nadawcy przypada jednej lub więcej niż jednej z wymienionych wyżej osób, a odbiorcy – internautom. To grono wymaga dokładnej charakterystyki socjologicznej. W tym momencie można jedynie napisać, że należą do niego ludzie ceniący technologie cyfrowe, dla których sieć jest naturalnym środowiskiem komunikowania się, zdobywania informacji i uczestniczenia w wielu dziedzinach życia, również tej religijnej. Audytorium jest więc coraz bardziej oswojone z różnymi zabiegami, które wpływają na multimodalność przekazu i takich zabiegów właśnie oczekuje. Na podstawie części komentarzy zamieszczanych po emisji odcinków można wysnuć wniosek, że odbiorcy tworzą grupę dość zróżnicowaną pod względem wieku, płci, a nawet stosunku do wiary i Kościoła katolickiego.

Na koniec wstępu chcę zaznaczyć, że moim zamiarem nie jest opis treści nakłaniania, ale kodów służących do ich wyrażenia, co wynika z lingwistycznego, a nie teologicznego charakteru opracowania.

2. Kod graficzny

Kod graficzny jest realizowany na ogół w formie podpisów. Pojawiają się one w trakcie filmu i mają najczęściej charakter komentujący i/lub żartobliwy. Przykładem może być fragment siódmego odcinka serii. Po wypowiedzi ojca Adama:

Wszędzie w Holandii nie pojedziesz więcej niż 100 na godzinę. (...) Rozumiem, że to nie chodzi o bezpieczeństwo, ale o ten klimat. Przecież jeżeli się jedzie 100 na godzinę, to się jedzie dłużej, to znaczy, że spalam też przez dłuższy czas, czyli (...) skoro jadę dłużej (...) znaczy, że też więcej spalam niż niżbym spalił, gdybym pojechał szybciej, ale więcej (odcinek 7, czas: 32:13–32:54).

na ekranie pod jego postacią pojawia podpis:

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mmocno-stronniczy-07-teamcowboye-czy-teampolicja/> (dostęp: 2.11.2020)

Zestawienie kolekcji stopni naukowych (których nie posiada Szustak) z prześmiewczą (bo zdeformowaną) nazwą nieistniejącego ośrodka naukowego jest źródłem humoru. Odzwierciedla też kontrast pomiędzy pewnością siebie zakonnika a brakiem jego kompetencji w dziedzinie, w której się wypowiada. Krytyczne spojrzenie na duchownego i potraktowanie go z pobłażaniem jest zabiegiem, który przyciąga uwagę odbiorców. Uwydatnianie ułomności zakonnika paradoksalnie przysparza mu zwolenników, a nie przeciwników. Kod graficzny w tym wypadku służy tworzeniu wizerunku postaci, wyeksponowaniu jego niekompetencji w pewnym zakresie. Autorytet mówcy ulega wprawdzie osłabieniu, ale w innej dziedzinie niż religia i wiara. Nie tylko nie wpływa to negatywnie na etos zakonnika, ale uwiarygadnia jego przekaz, czyni nadawcę podobnym do odbiorców i rozumiejącym ich. Ogólna wiedza retoryczna uprawnia do przypuszczeń, że w takiej sytuacji audytorium może identyfikować się z mówcą i dzięki temu łatwiej poddać się działaniu perswazyjnemu.

Niektóre podpisy lub napisy służące kreowaniu wizerunku mówcy są rezultatem szczególnych zabiegów interpretacyjnych. Jeden z przykładów pochodzi z odcinka dwunastego, w którym Adam Szustak relacjonuje zdarzenie z dzieciństwa podczas jazdy samochodem dostawczym (zwanym potocznie nyską) z grupą rówieśników: „Opowiem to (...) ze strony pasażerów. Gadamy, gadamy, zakręcili, po zakręcie się obracają, mnie nie ma, drzwi są zamknięte, a mnie nie ma”. W tym momencie pojawia się na ekranie tekst (fragment Biblii) dodany przez montażystę (odcinek 12, czas: 31:00–31:12):

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronnicy/mocno-stronnicy-12-potrzymaj-mi-piwo/>
(dostęp: 2.11.2020)

Wcześniej, gdy ojciec Szustak po raz pierwszy używa słowa „nyska”, na monitorze widoczne jest zdjęcie (zasłania ono obu ojców) policyjnej Nysy 522, na której dodatkowo znajdują się dwa znaki zapytania (29:59). Wizualność w tym wypadku wykorzystywana jest do kreowania jednego z komponentów etosu zakonnika, a mianowicie jego doświadczenia. Z kolei posłużenie się fragmentem tekstu biblijnego w odniesieniu do aktualnych wydarzeń daje efekt komiczny. Taki zabieg retoryczny ma szczególnie oddziaływać na młodych ludzi.

Inną strategię nakłaniania związaną z zastosowaniem napisów omówię na przykładzie odcinka dziesiątego. Już na początku pojawia się rozmowa, w której dominuje ojciec Szustak. Wprawdzie zadaje on pytania ojcu Nowakowi, ale nie pozwala mu na nie odpowiadać. Ingerencja montażysty polega na dodaniu do filmu głównego komentarzy internautów w postaci zrzutów z ekranu, np. komentarza sprzed miesiąca „Adaś, nie przerywaj!” lub sprzed pięciu dni „Dlaczego ten Adaś tak dołącza kochanego Tomasza?” (odcinek 10, czas: 0.36–0.49). Dzięki takiemu zabiegowi tekst zyskuje dodatkowe walory, m.in. dialogiczność i interakcyjność, a internauta przekonanie, że jego komentarze nie są ignorowane. Wydaje się, że w takiej sytuacji odbiorca może poczuć się pełnoprawnym uczestnikiem komunikacji i dzięki

temu szybciej i skuteczniej ulec działaniu perswazyjnemu. Omówiony zabieg pośrednio jest też związany ze strategią etosową polegającą na identyfikowaniu się nadawcy z audytorium (por. Budzyńska-Daca 2015). Manifestowanie wspólnoty świata z odbiorcą ma przekonać tego drugiego do przyjęcia systemu wartości mówcy, co stanowi podstawowy cel wszelkiej ewangelizacji i katechizacji.

W „Mocno stronniczych” często można zaobserwować posłużenie się intertekstualnością; np. po wypowiedzi ojca Adama: „W Polsce tylko 23% mężczyzn nie ma nadwagi (...). Nas tu jest trzech i Marcin nie ma” na dole ekranu pojawiają się paski na niebieskim tle (pierwsze cztery trwają ok. 2 sekund, ostatni ok. 6 sekund). Mają one następującą treść: 1. „Nie wiesz, czy masz nadwagę?”, 2. „Sprawdź już teraz!”, 3. „Wyślij SMS o treści GRUBASEK na numer 0 700 550 321 (koszt 499 zł + VAT)”⁹, 4. „na albo se policz za darmo”, 5) „BMI= masa: wzrost²” (odcinek 2, czas: 8:30–8:58). W tym czasie, kiedy pojawiają się paski, dominikanie nadal rozmawiają. W podobnej konwencji mieści się fragment programu, w którym prowadzący opowiadają swoje historie wstąpienia do zakonu i zachęcają do poznania życia klasztornego. Na monitorze widać wówczas obu ojców w ramce, a także różne teksty nawiązujące do programów telewizyjnych poświęconych zakupom (odcinek 6, czas: 14:42–15.30). Oto jeden z kadrów tego odcinka:

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mocno-stronniczy-06-jak-to-sie-stalo/> (dostęp: 2.11.2020)

Gra intertekstualna zastosowana w powyższych przykładach niewątpliwie ma walory ludyczne. Wzmocnieniu retoryczności przekazu służy jednak nie tylko rozśmieszenie odbiorcy, ale również wywołanie w nim satysfakcji spowodowanej właściwym zrozumieniem komunikatu i rozpoznaniem tekstów medialnych. Aby zjednać sobie audytorium, nadawcy odwołują się do komunikatów dobrze mu znanych, wykorzystując utrwalone w świadomości audytorium wzorce gatunków medialnych. Tym samym budują przekonanie, że świat wartości chrześcijańskich może być bliski również osobom, które hołdują kulturze popularnej.

9. Fragment w nawiasie został zapisany zdecydowanie mniejszą czcionką.

3. Animacje

Celem animacji często jest uwypuklenie informacji przekazywanych za pomocą kodu kinezycznego, który komunikuje stany emocjonalne mówiącego ojca. Niektórym emocjom, np. zdziwieniu, towarzyszą ruchy mimiczne twarzy, zwłaszcza koncentrujące się wokół oczu, co w badanym materiale zostaje wyeksponowane dzięki zabiegowi montażowemu polegającemu na powiększaniu ich (np. odcinek 14, czas: 43:52). W tej samej funkcji stosuje się powiększenie głowy (m.in. odcinek 5, czas: 18.08 – 18.12). Oznaką różnych ekspresji nadawcy, a także jego dużego zaangażowania w akt komunikacji językowej mogą być wzmożone ruchy rąk. Ten sygnał komunikacyjny dodatkowo podkreślany jest dzięki montażowemu zabiegowi powiększania dłoni. Z kolei na usta mogą zostać nałożone szczerzące się zęby, co ma na celu uwydatnienie śmiechu lub wesołości nadawcy (np. odcinek 3, czas: 19:53). Animacja może również korespondować z kodem prozodycznym, np. kiedy ojciec Szustak mówi głośniej, wówczas zostają powiększone jego usta. Przykładem może być fragment odcinka 5., w którym Szustak odczytuje jeden z komentarzy: „No właśnie, ja już kilka razy prosiłem w różnych miejscach, aby brat Adam lub ludzie odpowiedzialni za montaż zrobili coś z tym dźwiękiem”. Kiedy ojciec wypowiada słowa „w różnych miejscach”, bardzo wyraźnie je akcentując, wówczas pojawia się animacja – powiększone usta zakonnika nakładające się na część jego postaci (odcinek 5, czas: 1.50). Taką samą funkcję może pełnić inny zabieg. Otóż, gdy ojciec Adam głośniej mówi: „ale”, to pojawia się efekt specjalny: przez ułamek sekundy na ekranie widać jego zwielokrotnioną głowę (odcinek 10, czas: 4.23):

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mocno-stronniczy-10-dlaczego-ksieza-odchodza/>
(dostęp: 2.11.2020)

Opisane zabiegi niewątpliwie służą uwypukleniu ekspresji. Wyraźnie jednak została ona podporządkowana celom perswazyjnym. Wyeksponowanie

zaangażowania uczuciowego mówcy za pomocą animacji przyciąga uwagę internauty i obliguje go do uważnego odbioru oraz mobilizuje do podjęcia wysiłku zrozumienia komunikatu. Oddziaływanie na odbiorcę możliwe jest tylko wtedy, gdy zwróci on uwagę na przekaz i zrozumie jego sens. Wszelkie działania ułatwiające zdekodowanie takich abstrakcyjnych tekstów są bardzo istotne.

Animacje mają też na celu komunikowanie dodatkowych treści. W ten sposób montażysta komentuje sposób zachowania się obu ojców wynikający z ich usposobienia i cech charakteru. Oto przykład:

Adam Szustak: Mów więcej (...), bo potem ja dostaję baty, że po prostu ten ojciec Adam to jest taki (...).

Tomasz Nowak: Proszę go, ten, oszczędzać. Niech nie dostaje batów. To jest mój świadomy albo nieświadomy wybór.

Adam Szustak: Raczej nieświadomy.

Powyższy dialog wzbogacono następującą animacją: głowa Szustaka zostaje powiększona (ten trik montażowy wykorzystywany jest wielokrotnie), natomiast nad głową Nowaka pojawia się kwadrat, a w nim znak zapytania, który kilka razy miga, a następnie spada (odcinek 5, czas: 11:36–11:47). Żartobliwe uwypuklenie sposobu zachowania się obu ojców jest zabiegiem dość częstym w „Mocno stronnicych”, co ilustruje następujący przykład. Ojciec Tomasz Nowak czasami zastanawia się, co ma powiedzieć, długo waży słowa. Ikonicznym sygnałem tej postawy komunikacyjnej jest umieszczenie w prawym górnym rogu ekranu ikonki wczytywania pliku (odcinek 3, czas: 31:14–31:18).

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronnicy/mocno-stronnicy-03-o-kato-celebritach/>
(dostęp: 2.11.2020)

Oznaką niezdecydowania dominikanina jest też cmokanie podczas wypowiedzi. Wówczas montażysta daje zbliżenie na usta ojca. Trik pojawia się 7 razy w ciągu kilkudziesięciu sekund (odcinek 11, czas 10:16–10:45). Zupełnie przeciwna

postawa cechuje ojca Adama Szustaka, który często przerywa wypowiedź rozmówcy. W jednej z takich scen na postaci Szustaka pojawia się animacja w postaci wybuchającego ognia (odcinek 10, czas 21:53–21:54). W zastosowanych tu zabiegach animacyjnych eksponowany jest ten element etosu mówców, który jest związany z cechami osobowości i usposobienia (por. Budzyńska-Daca 2015). Kontrastowanie cech charakteru obu ojców jest zabiegiem celowym – tego typu opozycja zwiększa retoryczny potencjał przekazu. Odbiorca ma większe szanse na zidentyfikowanie się z którymś z mówców i w rezultacie ów mówca zyskuje dodatkowy atut, który może się przyczynić do skuteczniejszej perswazji.

W podsumowaniu fragmentu na temat animacji trzeba stwierdzić, że najczęściej stosowane zabiegi to powiększanie lub zwielokrotnianie elementów filmu oraz dodawanie ikon. Chwyty te przyczyniają się do kształtowania pozytywnego wizerunku zakonników, którzy dzięki animacjom jawią się nie tylko jako osoby duchowne, ale również jako zwykli ludzie, posiadający wady i doświadczający różnych emocji. Opisane zabiegi prowadzą do zmniejszenia dystansu między mówcami a audytorium, a taki stan sprzyja osiągnięciu sukcesów w ewangelizowaniu i katechizowaniu internautów.

4. Wstawki filmowe

Wstawki filmowe pełnią funkcję dopowiadającą, poszerzającą kontekst wypowiedzi, dzięki czemu odbiorcy mają okazję, by dowiedzieć się czegoś więcej na temat postaci, miejsc i zdarzeń przywoływanych przez zakonników. Jednocześnie ta dodatkowa wiedza na ogół jest przekazywana w sposób humorystyczny, co ma na celu zjednanie sobie odbiorcy, który w tej sytuacji może szybciej i łatwiej ulec perswazji. Po wypowiedzi dominikanina:

W każdą niedzielę przed południem będziemy was zapraszać na to, żebyśmy się zajmowali sobą. To jest taka, (...) kochani, katolicka wersja „Lekko stronniczych”, katolicka wersja „Tech Weeka” Kuby Klawitera. To jest w ogóle strasznie fajny program. Bardzo go lubię, Kuba Klawiter, jeżeli to oglądasz, to bardzo cię pozdrawiamy (odcinek 1, czas 10:39–10:53),

pojawia się krótki film. Występuje w nim Kuba Klawiter, stwierdzając: „Naśladownictwo jest najwyższą formą uznania i trochę się cieszę, ale szkoda, że mój order za zasługi jest zrobiony z kaszanki. Ale dziękuję” (odcinek 1, czas 10:54 – 11:04).

Nadawcy świadomi są tego, że łatwiej jest nakłonić do określonych postaw odbiorcę, który jest w dobrym nastroju, dlatego w całej serii można znaleźć dużo więcej przykładów wstawek filmowych służących zapewnieniu rozrywki i przyjemności odbiorcy. Często jest to rezultat gry językowej opartej na wieloznaczności, np.

Tomasz Nowak: My przełamujemy (...) stereotypy youtubowe.

Adam Szustak: Jesteśmy przełamując fale. Widziałeś taki film kiedyś?

Po tym dialogu następuje cięcie kamery i pojawia się wstawka – kilkusekundowa scena z filmu *Przełamując fale* wraz z napisem „Breaking the waves” (odcinek 2, czas 3:51–4:00).

Inny przykład pochodzi z odcinka ósmego, w którym ojciec Szustak wypowiada następujące słowa: „Pan Bóg nas nastwarzał tak dużo, takich różnych (..). Można się nakarmić w ogóle tymi ludźmi, tymi co się spotka”, po czym montażysta wstawia krótki urywek z filmu *Milczenie owiec* (reż. Jonathan Demme), a konkretnie ujęcie z głównym bohaterem za kratami, którym jest seryjny morderca – Hanibal Lecter (odcinek 8, czas 26:57–27:10). Obrazy ruchome wypaczają sens komunikatów werbalnych nadawanych przez zakonników, a czasem wyraźnie przeciwstawiają się przekazom słownym. To właśnie ten dysonans bywa źródłem humoru. W ostatnim przykładzie negatywne emocje związane ze sceną filmową zostały przeciwstawione pozytywnym wartościom zakodowanym w przekazie werbalnym. Dążność do wywołania śmiechu u odbiorcy oraz zaskoczenie i zaintrygowanie go służą realizacji wstępnych etapów nakłaniania. Zjednanie sobie audytorium i przyciągnięcie jego uwagi sprzyja bowiem wszelkim działaniom perswazyjnym. Dużą wartość retoryczną ma także zaangażowanie emocjonalne audytorium. Wywołanie takich stanów, jak m.in. zaskoczenie, zdziwienie czy oburzenie sprzyja uruchomieniu nie tylko procesów poznawania, ale również oceniania, a te mogą prowadzić do zmiany postawy, do czego dążą właśnie twórcy vloga.

Wstawki filmowe rzadko mają charakter obiektywny; częściej bowiem służą kreowaniu rzeczywistości niż jej odzwierciedlaniu, co czyni je przekazami perswazyjnymi. Przykładem może być kultowa już dziś scena finalnego tańca Patricka Swayze i Jennifer Gray do piosenki (*I've had*) *The Time of My Life* z filmu *Dirty Dancing* nałożona na obraz, gdy ojciec Adam Szustak opowiada historię swojej młodzieńczej miłości i mówi „Przetańczyłem z nią całą noc, (...) to była najpiękniejsza noc mojego życia. Ja nie mogłem uwierzyć w to, co się dzieje, że po prostu, że ona dostrzegła mnie tam na tych korytarzach” (odcinek 9, czas 7:46–7:58). Wstawka ta to rezultat szczególnej obróbki obrazu. Stanowi ona kolejny przykład sceny, której sens współtworzy montażysta. Jest on jedną z osób interpretujących słowa dominikanina, sugerujących odbiorcom pewne skojarzenia i budujących wizerunek zakonników występujących w programie. Film wzmacnia intymność wyznania zakonnika, dzięki czemu przekaz staje się jeszcze bardziej wiarygodny. W zamierzeniu twórców ruchomy obraz ma pobudzić wyobraźnię internautów i wyzwolić w nich emocje. Głównym celem jest tu wytworzenie więzi między mówcą a audytorium, aby skuteczniej na nie oddziaływać.

Szczególnym rodzajem wstawek filmowych są tzw. screencasty. Jeden z przykładów pochodzi z odcinka piątego, gdy Adam Szustak odczytuje wiadomość od internauty, którego nazywa specjalistą ze względu na udzielane rady techniczne (np. instrukcje dotyczące polepszenia jakości dźwięku). Każda wskazówka jest ilustrowana wstawką obrazkową równoległą do fonii i wizji lub następującą po cięciu. Na wstawkach pierwszego typu są pokazywane czynności wykonywane w programie do obróbki plików dźwiękowych zgodnie z sugestią internauty, np.

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mocno-stronniczy-05-perfekcjonizm-czy-dziadostwo/>
(dostęp: 2.11.2020)

Wstawki drugiego typu to krótkie sceny z anglojęzycznych filmów instruktażowych lub prezentacyjnych¹⁰, które nawiązują do tematyki wypowiedzi (odcinek 5, czas: 1:07–1:40). Tego typu działania korzystnie wpływają na etos nadawców, którzy nie dość, że wykazują kompetencję w zakresie nowych technologii, to jeszcze szanują odbiorców, licząc się z ich zdaniem i stosując się do ich zaleceń. Jak wskazuje ogólna wiedza retoryczna, taka postawa powoduje, że audytorium chętniej ulega wpływowi nadawców, co wynika z reguły wzajemności.

5. Kumulacja i komplementarność kodów semiotycznych

W „Mocno stronniczych” można też zaobserwować zjawisko równoległego zastosowania kilku kodów semiotycznych, np. dźwięku, ruchomego obrazu i przesuwających się napisów. Jest to pewnego rodzaju przeładowanie informacyjne, które zilustruję następującym przykładem. Równolegle do wypowiedzi ojca Szustaka: „Ja jestem absolutnym antyklerykałem, antykatolikiem, w ogóle i tak dalej, i tak dalej. Tak to możecie se wyciąć ci wszyscy, którzy robicie te filmy o mnie takie,

10. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Screencast>.

że jestem zły, to to se wytnijcie, żebyście mieli” pojawia się niepokojąca muzyka, a po zacytowanych słowach wstawka filmowa (nierównoległa) trwająca około jednej minuty. Jest to pastiszowy film zawierający niepochlebne wypowiedzi różnych osób (dziennikarzy, publicystów duchownych i świeckich) na temat zakonnika, np. „Jedną rzecz żeś powiedział Szustak dobrze, faktycznie jesteś głupi”, „Zwodzi miliony ludzi”, „Szcwany oszust”, „Jest to jakiś jełopa w białym prześcieradle”, „Nie musimy kupować sobie popularności przez to, że negujemy ducha kościoła katolickiego”, „Tysiące wyświetleń, które ma, ten no, oszustak, świadczą o tym, że został on wypromowany” i paski „Szatan w zakonnym chabcie”, „OJCIEC SZUSTAK – KSIĄDZ GRA W GRE – PROSZĘ OJCA, DOŚĆ TEGO”, „tak szustaczku pójdziesz na sąd. No chyba że się nawrucisz” (odcinek 13, czas 1:37–2:43). Wykorzystane w „Mocno stronniczych” cytaty to kilkusekundowe urywki wyemitowane na ogół w kanałach telewizji internetowej, np. „Idź pod prąd TV”.

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mocno-stronniczy-13-narcyz-i-mystyk/>
(dostęp: 2.11.2020)

Twórcy programu zadbali o spójność semantyczną komunikatów wyrażanych za pomocą różnych kodów. Zabieg ten w dużej mierze przyczynił się do wykreowania negatywnego wizerunku przeciwników zakonnika. Przesada, którą epatują oponenti oraz liczne błędy (zwłaszcza ortograficzne) pojawiające się w paskach, wpływają na to, że internauci negatywnie oceniają komentatorów działań dominikanina. W sytuacji, w której audytorium nie jest zdolne do akceptacji poglądów krytycznych wobec ojca Szustaka, duchowny jest postrzegany pozytywnie. Z kolei nadawca – lubiany i akceptowany przez odbiorców – skuteczniej oddziałuje na nich perswazyjnie.

Innym przykładem jednoczesnego stosowania różnych kodów semiotycznych są liczne wstawki w odcinku drugim, które są realizowane za pomocą kodu obrazowego, werbalnego pisanego, czyli graficznego oraz dźwiękowego, a więc muzyki. Po słowach ojca Szustaka: „I ja i on – my byliśmy kiedyś chudzi. (...).

Pokażemy pewnie te zdjęcia (...). Takie jego zdjęcie tam z pielgrzymek dawnych, pamiętam że zdjęcie, takie z gitarą był taki chłopak, nie?” film zostaje przerywany wstawką statyczną:

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/mocno-stronniczy-02-o-grubasach/>
(dostęp: 2.11.2020)

Temu obrazowi towarzyszy muzyka gitarowa w stylu country. Po kolejnych dwóch sekundach ukazuje się inne zdjęcie; wstawka została wykonana dokładnie w tej samej technice, co poprzednia, a więc zastosowano tło, podpis i muzykę. W końcu w odstępach około półsekundowych pojawiają się dwa zbliżenia (drugie zbliżenie jest większe od pierwszego) na twarz postaci wskazanej na zdjęciu strzałką (odcinek 2, czas 4:17–4:41).

Treści komunikowane przez poszczególne kody uzupełniają się, nawet jeśli każdy z zastosowanych systemów znaków służy wyeksponowaniu innych aspektów problemu. Multimodalność w „Mocno stronniczych” wiąże się z wykorzystaniem możliwości technologicznych internetu, a także nowoczesnych i modnych trików montażowych. Taka decyzja służy również tworzeniu wizerunku nadawców jako osób odnajdujących się we współczesnym świecie; tylko takie bowiem mogą zostać uznane za wiarygodne. Aby skutecznie ewangelizować i katechizować człowieka, trzeba potwierdzić swoją wiarygodność i swoje kompetencje, należy udowodnić, że zna się i rozumie tego człowieka oraz jego świat. Taki wielokodowy przekaz szczególnie dobrze jest odbierany przez młodych ludzi oraz tych, dla których doświadczenie cyfrowe jest czymś naturalnym. Z zaprezentowanych przykładów wynika, że na perswazyjność omawianych komunikatów duży wpływ mają nie tylko mówcy, ale również montażysta. Umiejętność doboru i zestawiania różnych kodów semiotycznych decyduje bowiem o wartości retorycznej przekazu (por. Molek-Kozakowska 2016).

6. Podsumowanie

Biorąc pod uwagę liczbę polubień i komentarzy internautów, można powiedzieć, że vlog „Mocno stronniczy” skutecznie podejmuje wyzwania związane z wykorzystywaniem nowych technologii medialnych do oddziaływania na odbiorcę. Nowoczesne narzędzia służą do nauczania postaw i zachowań religijnych związanych z wielowiekową doktryną Kościoła katolickiego. Nawiązania do tradycji wyrażają się też w uwzględnianiu klasycznych zasad retorycznych. Ich realizacji służą nie tylko środki werbalne, ale również przynależne do innych kodów semiotycznych.

Entuzjastami cyklu są przede wszystkim osoby, które chętniej i łatwiej przyswajają przekazy multimodalne niż wyłącznie werbalne, a także cechują się wyobraźnią ikoniczną opartą na obrazie, zwłaszcza mającym źródła w popkulturze. Każdy jednak z systemów znaków zastosowanych w „Mocno stronniczych” powoduje, że omawiany vlog staje się semantyczną całością różnych kodów semiotycznych. Dopiero ta całość pełni funkcje, których nie mają poszczególne elementy i przesądza o dużym potencjale perswazyjnym przekazu.

Wstawki odgrywają ważną rolę we wszystkich etapach działania perswazyjnego: przyciągają uwagę audytorium i zapadają w pamięć. Poza tym mogą wpływać na wyobraźnię odbiorcy, motywować go do zaangażowania się i pobudzać do refleksji. Służą nie tylko rozwinięciu, ilustrowaniu i uwydatnieniu słów ojców, ale również komentowaniu i interpretowaniu ich. Przede wszystkim jednak można zaobserwować zabiegi zmierzające do nawiązywania i podtrzymania kontaktu nadawców z odbiorcami, co stanowi pierwszy etap działania perswazyjnego i decyduje o tym, że przekaz pełni funkcję fatyczną. Zastosowanie różnych kodów ma też na celu rozbawienie audytorium, urozmaicenie treści, wydobywanie ciekawych sensów. Dzięki temu nadawcy mogą zjednać sobie odbiorcę i zaskarbić jego sympatię. Taki rezultat wynikający z zastosowania funkcji ludycznej ma duży potencjał retoryczny, przygotowuje bowiem grunt pod argumentowanie. Poza tym wstawki pełnią funkcję ekspresywną, której istotą jest uzewnętrznienie ocen i emocji nadawców. To działanie podporządkowane jest jednak nakłanianiu, ponieważ oceny często pojawiają się w dowodzeniu w roli argumentów emocjonalnych, wpływając na wyobraźnię i uczucia audytorium. Nie do przecenienia jest tu również dążność do kreowania rzeczywistości, zwłaszcza etosu mówców. W „Mocno stronniczych” zwraca się uwagę na różne aspekty wizerunku zakonników: ich osobowość, kompetencje i doświadczenie oraz relacje z odbiorcami. Chociaż mówcy nie mają bezpośredniego kontaktu z internautami, to nawiązują do ich komentarzy – w ten sposób są postrzegani jako osoby otwarte na dialog. W pewnym sensie również i ową dialogiczność, podobnie jak i intertekstualność wstawek, można uznać za przejaw multimodalności.

Bibliografia

Źródła:

<https://dominikanie.pl/video/mocno-stronniczy/>. Dostęp: 12.10.2020.

Opracowania:

- Adamski, Andrzej.** 2012. „Kapłan – blogger.” W *Kapłan i rodzina w mediach*, red. Andrzej Adamski, Kamila Kwasik, Grzegorz Łęcicki, 36–46. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Baldry, Anthony, Thibault, Paul J.** 2006. *Multimodal Transcription and Text Analysis*. London: Equinox.
- Barthes, Roland.** 1977. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- Benson, Phil.** 2017. *The Discourse of YouTube. Multimodal Text in a Global Context*. New York: Routledge.
- Bucher, Hans-Jürgen.** 2015. „Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności.” W *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. Roman Opiłowski, Józef Jarosz, Piotr Staniewski, 79–100. Wrocław–Dresden: Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag.
- Budzyńska-Daca, Agnieszka.** 2015. *Retoryka debaty. Polskie wielkie debaty przedwyborcze 1995-2010*. Warszawa: PWN.
- Burke, Kenneth.** 1950. *A Rhetoric of Motives*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Chmiel, Jerzy.** 1990. „Inkulturacyja a teologia biblijna.” W *Studium scripturae anima theologiae. Prace ofiarowane księdzu profesorowi Stanisławowi Grzybkowi*, red. Jerzy Chmiel, Tadeusz Matras, 45–49. Kraków: Polskie Towarzystwo Teologiczne.
- Hanas, Zenon.** 2013. „Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego.” W *Media w transformacji*, red. Aleksandra Gralczyk, Krzysztof Marczyński SAC, Monika Przybysz, 25–42. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Haręzga, Stanisław.** 1998. „Droga słowa Bożego od jego zrozumienia do inkulturacyji.” W *Biblia w Kościele*, 27–43. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Hołownia, Szymon.** 2010. „Dziesięć przykazań dla publicysty religijnego.” W *Biblia dziennikarstwa*, red. Andrzej Skworz, Andrzej Niziołek, 390–394. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Iedema, Rick.** 2013. „Multimodalna analiza dyskursu. Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych.” W *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. Anna Duszak, Grzegorz Kowalski, 197–227. Kraków: Universitas.
- Jarkiewicz, Katarzyna.** 2012. „Promocja duchowych potrzeb, czyli o katolickiej blogosferze w polskim Internecie.” *Zeszyt Naukowy – Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Krakowie* 26: 163–175.
- Jelonek, Tomasz.** 2002. „Inkulturacyja Biblii w Polsce”. *Z badań nad Biblią. Prace Katedry Teologii i Informatyki Biblijnej Wydziału Teologicznego Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie* 5: 27–47.
- Jewitt, Carey, Bezemer, Jeff, O'Halloran, Kay.** 2016. *Introducing Multimodality*. London and New York: Routledge.
- Klemm, Michael, Stöckl, Hartmut.** 2015. „Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze”. W *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. Roman Opiłowski, Józef Jarosz, Piotr Staniewski, 45–56. Wrocław–Dresden: Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag.

- Kress, Gunther.** 2010. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
- Kress, Gunther, van Leeuwen, Theo.** 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Psychology Press.
- Kress, Gunther, van Leeuwen, Theo.** 2001. *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.
- Królikowski, Janusz (red.).** 2000. *Od wiary do teologii. Dokumenty Międzynarodowej Komisji Teologicznej 1969-1996*. Kraków: Wydawnictwo Księży Sercanów.
- Kwintylian, Marek Fabiusz.** 1995. *Institutio Oratoria*, tł. M. Brożek. W *Zarys historii retoryki. Od początku do upadku cesarstwa bizantyńskiego*, red. Helena Cichocka, Jakub Z. Lichański, 44–61. Warszawa: Wydawnictwo UW.
- Lang, Annie.** 2000. "The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing." *Journal of Communication* 50: 46–70.
- Łaskarzewska, Ewa.** 2015. „Blog katolika jako miejsce dawania świadectwa wiary i dialogu ze światem na przykładzie bloga Halo Ziemia Konrada Kruczkowskiego.” *Biuletyn Edukacji Medialnej* 1: 58–68.
- Maćkiewicz, Jolanta.** 2017. „Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów.” *Studia Medioznawcze* 2 (69). Dostęp: 22.09.2020. https://studiamedioznawcze.pl/Numery/2017_2_69/mackiewicz.pdf.
- Masson, Joseph.** 1962. „L'Église ouverte sur le monde.” *Nouvelle Revue Théologique* 84: 1032–1043.
- Molek-Kozakowska, Katarzyna.** 2016. „O wizerunkowości sfery publicznej i jej analizie retorycznej.” W *Retoryka wizerunku medialnego*, red. Agnieszka Budzyńska-Daca, Agnieszka Kampka, Katarzyna Molek-Kozakowska, 5–21. Warszawa: Polskie Towarzystwo Retoryczne.
- Nowicka, Justyna.** 2017. „Rola inkulturacji w nowej ewangelizacji.” *Annales Missiologici Posnanienses* 22: 83–97.
- Pindel, Roman.** 2007. „O potrzebie ekskultuacji w procesie inkulturacji.” *Ruch Biblijny i Liturgiczny* 4: 245–252.
- Podlewska, Katarzyna.** 2019. „Analiza zjawiska katolickiej blogosfery w Polsce w kontekście jej rozwoju i profesjonalizacji.” *Kultura – Media – Teologia* 36: 30–49.
- Szwed, Barbara.** 2019. „Multimodalność w audiowizualnych reklamach produktów farmaceutycznych”. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna* 15 (3): 71–80. Dostęp: 23.09.2020. <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/mkks/article/view/5155/3969>.
- Stöckl, Hartmut.** 2015. „Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej.” W *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. Roman Opilowski, Józef Jarosz, Piotr Staniewski, 113–137. Wrocław–Dresden: Wydawnictwo ATUT/Neisse Verlag.
- Wasilewski, Jacek, Skibiński, Adam.** 2008. *Prowadzeni słowami. Retoryka motywacji w komunikacji publicznej*. Warszawa: Difin.
- Zdunkiewicz-Jedynak, Dorota.** 2010. „Jak mówić o Bogu językiem współczesnego świata? O dylematach inkulturacji w języku polskiego Kościoła.” *Studia Salvatoriana Polonica* 4: 87–97.
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Screencast>. Dostęp: 1.10.2020.
- <https://www.youtube.com/user/lekkostronniczy/about>. Dostęp: 12.10.2020.