

**M.A. DIPLOMA SEMINAR
2023/2024
JĘZYK BIZNESU**

prof. dr hab. Andrzej Łyda
andrzej.lyda@us.edu.pl

Od lat naczelnym motto mojego seminarium jest „nie mnóż problemów, rozwiąż te, które już istnieją”. By tak się stało, należy być świadomym istnienia problemu. Stąd też wykluczam tematy prac magisterskich przedstawione na zasadzie „chciałbym/chciałabym napisać coś o tańcu/biznesie/ fonetyce języka angielskiego”. Nie dlatego, że nie lubię tańca, biznesu i fonetyki języka angielskiego, ale dlatego, że nie zawierają takie sformułowania żadnego odniesienia do jakiegokolwiek problemu.

Gdyby sformułować je następująco: „czy angielskie słownictwo związane z tańcem ma pochodzenie francuskie a jeśli tak, to w jakim stopniu?”, „czy polskie ekwiwalenty w tłumaczeniu Kodeksu spółek handlowych są jednorodne i zostały zaczerpnięte z odmiany brytyjskiej czy też amerykańskiej?” oraz „czy polscy uczniowie szkół średnich mają problem z wymową th, gdy jest ono na początku lub w środku wyrazu?”, wtedy mamy określony problem. I z takimi gotowymi pytaniami chciałbym, żeby Państwo do mnie się zgłaszali. Zaczynjcie więc od pytań dlaczego, czy, jak to się dzieje, że... w odniesieniu do języka. Zapewne wiele z tych pytań doczekało się już odpowiedzi, ale być może uda nam się zaproponować inne rozwiązanie, przyjrzeć innym danym, dostrzec lukę w poprzednich badaniach.

Najogólniej rzecz ujmując, interesuje mnie tłumaczenie i analiza dyskursu, a w szczególności analiza dyskursu akademickiego: języka artykułów naukowych, języka wykładowców i studentów. Nie ograniczam się do dyskursu akademickiego i zapraszam do podejmowania badań z zakresu języka pilotów, wiadomości telewizyjnych, stewardess, policjantów, polityków czy też zakochanych par. Czy, zadawaliście sobie Państwo kiedykolwiek pytanie czy w powieściach wiktoriańskich pada zdanie *I love you*. Jak często? Częściej niż w powieściach naszych czasów? Czy politycy odpowiadają na pytania dziennikarza czy na swoje własne? Tak samo często w Polsce jak w Wielkiej Brytanii? Czy na stacjach benzynowych skazani jesteśmy na sztampony: *paliwo było? – tak -płatne kartą czy gotówką – kartą -proszę zbliżyć – zaproponowałabym jeszcze hotdoga?* Czy ktoś zapytał Państwa kiedyś na stacji BP *Gdzie Pani kupiła takie piękne okulary?* A może dałoby się ustalić czy koronawirus wpłynął na zmniejszenie/ zwiększenie liczby *fuck* w przestrzeni pubów i naszych rodzimych knajpek. Jak wygląda mowa ciała w czasach koronawirusa – jak sygnalizujemy uśmiech zza maseczki? Czy angielskie *blue* to zawsze polskie *niebieski*? Nie? To od czego to zależy?

dr hab. Ewa Bogdanowska-Jakubowska, prof. UŚ
ewa.bogdanowska@us.edu.pl

- pragmatyka językowa (np. analiza realizacji aktów mowy, (nie)uprzejmości, języka reklamy),
- pragmatyczna analiza kontrastywna,
- analiza dyskursu (np. politycznego, medialnego),
- analiza przekładu (np. analiza przekładu literackiego, tłumaczenia audiowizualnego).

MA SEMINAR

- linguistic pragmatics (e.g. analyses of speech act realization, (im)politeness, the language of advertising),
- contrastive pragmatic analysis,
- discourse analysis (e.g. political, media discourses),
- translation analysis (e.g. analysis of literary texts, audiovisual translation).

dr Anna Majer

anna.majer@us.edu.pl

Problematyka seminarium:

- socjolingwistyka
- analiza dyskursu
- krytyczna analiza dyskursu
- analiza gatunku i rejestru
- dyskursy, gatunki i rejestry specjalistyczne
- dyskurs instytucjonalny
- język a płeć
- język mężczyzn, język kobiet
- językowo-kulturowy obraz świata
- mity i stereotypy
- język wartości
- język sukcesu
- analiza przekładu

Przykładowa tematyka prac:

- (krytyczna) analiza dyskursu osoby/zbiorowości/instytucji X/gatunku X, analiza dyskursu związanego z tematyką X/dyskursu jako sposobu użycia języka charakterystycznego dla określonej sytuacji społecznej lub komunikacyjnej/dyskursu jako zespołu wartości, koncepcji, poglądów na jakiś temat wraz z charakterystycznym sposobem ich wyrażania (np. analiza dyskursu osoby X w wybranym aspekcie, analiza socjolingwistyczna w zakresie dyskursu zmian klimatu/dyskursu politycznego/instytucjonalnego/mediów, analiza dyskursu przemów osoby X)
- analiza określonego gatunku i rejestru (np. oferty pracy/horoskopy jako gatunek)
- analiza językoznawcza nazw marek (np. samochodów)
- cechy języka mężczyzn i/lub kobiet w wypowiedziach osoby X (np. kobiety managera, kobiety polityka)
- język sukcesu w wybranych gatunkach/wypowiedziach osoby X/reklamach/tekstach sukcesu/dyskursach, język sukcesu a perswazja/manipulacja
- analiza przekładu gier słownych, nazw własnych, idiomów w filmie/książce/serialu X/humoru/tytułów filmów/przekleństw/gier/piosenek/książek itp.
- język wartości w dyskursie X