

## STRESZCZENIE PRACY DOKTORSKIEJ

mgr Jagody Overbeck

pt.: „Odbiór społeczny zaprojektowanych praktyk dyskursywnych.

Przypadek policyjnej kampanii „Nie reagujesz-akceptujesz”

Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest odbiór społeczny zaprojektowanych praktyk dyskursywnych ulokowanych w dyskursie policyjnym, a dokładnie w jednej z jego ilustracji, którą jest policyjna kampania „Nie reagujesz – akceptujesz”. Perspektywę badawczą w pracy stanowi lingwistyka dyskursu jako dyscyplina metodologicznie najobszerniejsza. Działania badawcze w dysertacji zostały przedstawione w oparciu narzędzia dyskursywnego obrazu świata oraz analizę dyskursu Siegfrieda Jägera. Wybrane perspektywy zostaną poszerzone analizą pragmatyczną, stylistyczną, ikoniczną oraz multimodalną. W rozprawie podjęto próbę zdefiniowania dyskursu policyjnego. Celem naukowym rozprawy jest rozpoznanie i opis strategii i praktyk dyskursywnych wykorzystanych w kampanii, jej obecność w mediach, nowych mediach i nowych nowych mediach oraz jej społeczny odbiór. Chodzi o ukazanie działań śląskich oficerów prasowych, którzy w ramach prowadzonej akcji „Nie reagujesz – akceptujesz” podejmują próbę uwrażliwienie mieszkańców Śląska na przypadki łamania prawa w ich najbliższym otoczeniu, a także przekonania do reagowania na nie. Materiał badawczy w niniejszej rozprawie stanowi 1766 komunikatów prasowych pozyskanych ze stron internetowych komend śląskiej Policji. Dodatkowo do materiału włączono awatary, dwa spoty reklamowe, plakat oraz logo kampanii. W celu zbadania odbioru i obecności kampanii w mediach, nowych mediach oraz nowych nowych mediach skorzystano z monitoringu archiwalnego przygotowanego przez Instytut Monitorowania Mediów. Posłużono się także wyszukiwarką korpusową MoncoPL. Tak skomponowany materiał badawczy stał się podstawą następujących hipotez:

- *Kampania ma zmienić wizerunek policji w społeczeństwie;*
- *Policyjna kampania ma zwiększyć aktywność/ dbałość o bezpieczeństwo wspólne mieszkańców w swoim otoczeniu;*
- *Zaangażowanie w kampanię jej aktorów nie jest równomierne;*
- *Kampania realizuje założenia dyskursu policyjnego.*

Opracowanie oraz analiza materiału pozwoliły na wyciągnięcie wniosków, iż policyjna kampania nie zmieniła wizerunku policji w społeczeństwie, ani też aktywności o bezpieczeństwo wspólne mieszkańców w swoim otoczeniu. Poza twórcami tego przedsięwzięcia, a więc śląskimi policjantami, zaangażowanie w kampanię jej aktorów jest niewielkie. Nie można też powiedzieć, żeby było równomierne. Kampania nie realizuje wyłącznie założeń dyskursu policyjnego, lecz jest realizacją praktyk dyskursu medialnego po stronie aktora instytucjonalnego, co wynika z zastosowania w niej gatunków prasowych, stylu reklamy komercyjnej i społecznej, a także środków perswazji.

**Słowa kluczowe:** praktyki dyskursywne, dyskurs policyjny, lingwistyka dyskursu, odbiór społeczny, bezpieczeństwo