

Maria Wojtak

ROZŁOŻONE GAZETY

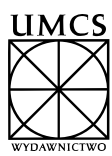
STUDIA Z ZAKRESU
PRASOWEGO DISKURSU,
JĘZYKA I STYLU



WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ

ROZŁOŻONE GAZETY

STUDIA Z ZAKRESU
PRASOWEGO DYSKURSU,
JĘZYKA I STYLU



Maria Wojtak

**ROZŁOŻONE
GAZETY**

STUDIA Z ZAKRESU
PRASOWEGO DYSKURSU,
JĘZYKA I STYLU

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
LUBLIN 2015

Recenzent
prof. dr hab. Małgorzata Kita

Adjustacja i korekta
Anna Granat

Redakcja techniczna
Roman Fiut

Projekt okładki i stron tytułowych
Marta Kwiatkowska

Skład i łamanie
Agnieszka Muchowska

© Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015

ISBN 978-83-7784-660-5

Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej
20-031 Lublin, ul. Idziego Radziszewskiego 11
tel. 81 537 53 04
www.wydawnictwo.umcs.lublin.pl
e-mail: sekretariat@wydawnictwo.umcs.lublin.pl

Dział Handlowy
tel./faks 81 537 53 02
Księgarnia internetowa: www.wydawnictwo.umcs.eu
e-mail: wydawnictwo@umcs.eu

Drukarnia „Elpil”, ul. Artyleryjska 11, 08-110 Siedlce

Spis treści

Wstęp	7
Językoznawca na medialnym polu badawczym.....	15
Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu.....	31
Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych	45
Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych	63
Kunst stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej.....	81
Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej.....	95
Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej.....	107
Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej).....	123
O przeobrażeniach gatunków prasowych	135
Komizm we współczesnej polskiej prasie	151
Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej	171
O sposobach prezentacji i funkcjach socjolektu w reportażu wizerunkowym	189
Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne	203
Literatura.....	219
Nota wydawnicza	227
Używane skróty	229

Wstęp

Tytuł *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu* ma sugerować analityczne ujęcie zagadnienia kształtu wypowiedzi prasowych. Przedmiotem zainteresowania czynię dzienniki ogólnokrajowe, tygodniki opinii oraz prasę wyspecjalizowaną (przeznaczoną dla kobiet, adresowaną do młodzieży, hobbystyczną lub sprofilowaną tematycznie). Zakres czasowy charakterystyki obejmuje prasę tradycyjną (papierową) z końca XX wieku i początku XXI.

Książka jest zbiorem studiów, szkiców, artykułów i rozpraw już publikowanych (zob.: *Nota wydawnicza*). Zostały one jednak w zróżnicowanym stopniu przeredagowane, skrócone lub uzupełnione nie tylko o nowe wskazówki bibliograficzne. W zamierzeniu autorki ma to być prezentacja drogi badawczej, świadectwo poszukiwań problemów, pojęć, kategorii oraz metod opisu komunikatów prasowych. Występuję tu jako lingwistka suwerennie wybierająca ścieżki poznawcze, a więc badaczka nie tylko podążająca utartymi (czasem modnymi) szlakami, lecz proponująca własne rozwiązania znanych problemów, poszukująca nowych zagadnień lub innowacyjnych sposobów ich ujmowania, dopełniająca lingwistyczną literaturę poświęconą językowemu ukształtowaniu wypowiedzi prasowych indywidualnymi rozwiązaniami badawczymi. Oznacza to zarówno własne propozycje dotyczące badawczego instrumentarium (pojęć i kategorii poznawczych), jak i metod analiz oraz interpretacji.

Jaką zatem ścieżkę poznawczą autorki dokumentują zebrane artykuły?

Kształt językowy komunikatów z prasy papierowej opisuję, posiłkując się kilkoma kategoriami porządkującymi. Już na początku chcę zadeklarować, że nie dostrzegam powodu ich hierarchizowania, porzucania jednych na rzecz drugich. Materia badawcza jest tak złożona i zmienna, że każda

droga badawcza przynosi wartościowe poznawczo rozstrzygnięcia, odnoszone do wybranych zjawisk językowych i komunikacyjnych.

Każda z przyjętych kategorii, za pomocą których wstępnie określam kierunki poszukiwań, jest traktowana w sposób odbiegający od standardów wypracowanych w ramach lingwistyki, a w szczególności w obrębie stylistyki, pragmalingwistyki, tekstologii czy genologii. Taka deklaracja nie oznacza separacji poznawczej, lecz jedynie podmiotowy sposób ujęcia. Już w tym miejscu jestem zobowiązana zaznaczyć, że moje badania odnoszące się do językowego kształtu wypowiedzi prasowych mają rodowód stylistyczny. Dlatego wpisywałam je początkowo w ten nurt lingwistyki, który oznaczał koncentrację na zagadnieniu dyferencjacji współczesnej polszczyzny (tzn. polszczyzny XX w.), czyli wyodrębniania jej odmian (zwanych często językami z przydawką specyfikującą), stylów, wariantów (dokumentację historii tych badań pomijam). Kwestie szczegółowe rozwijam w kilku artykułach publikowanych w niniejszym tomie.

Aby pokazać własne ustalenia badawcze (narastające w czasie i nieujednolicone metodologicznie), poświęcam artykuł otwierający tom subiektywnej prezentacji dokonań lingwistów szukających dla siebie miejsca na medialnym polu badawczym. Ów subiektywizm wiąże się przede wszystkim z interpretowaniem językoznawczych poczynań badawczych (konceptyjnych i analitycznych) w formie działania hegemonów i suwerenów. Artykuł zatytułowany *Językoznawca na medialnym polu badawczym* jest próbą interpretacji roli lingwistyki we współczesnym medioznawstwie poszukującym, jak wiadomo, swego miejsca na mapie dyscyplin, które uznają media za przedmiot badań. Sytuacja poznawcza we wspomnianej dyscyplinie (oficjalnie nazywa się ona *nauki o mediach*) jest paradoksalna. Medioznawcy praktycznie nie dostrzegają wkładu lingwistów w badania nad mediami, a lingwiści proklamują w ramach własnej dyscypliny nową subdyscyplinę – *mediolingwistykę*¹.

Pierwszą kategorią, składającą się na tworzone w moich dociekaniach instrumentarium badawcze, jest kategoria stylu. Jej interpretację opieram na założeniu polimorficzności związanej wstępnie z różnymi poziomami konkretyzacji. Nie przekreślam możliwości powrotu do kategorii stylu typowego (funkcjonalnego), choć w odniesieniu do prasy (szerzej mediów) trudności pojawiają się już na poziomie nominacyjnym, a uzgodnienie koncepcji stylu jest obecnie praktycznie mało możliwe. Określenie *styl publicystyczno-dziennikarski* uznałam wstępnie za etykietkę terminologiczną najbliższą moim koncepcjom pojmowania kategorii stylu. Sądziłam, że można ów styl uznawać za odmianę współczesnej polszczyzny (w prze-

¹ Zob.: B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013.

szości też dało się ją wpisać do schematów odmian)², funkcjonującą w federacyjnym zbiorze odmian (koncepcja Stanisława Gajdy). Tak pojmowana odmiana językowa ma, w proponowanym tu ujęciu, charakter otwarty, co oznacza brak wyspecjalizowanego zbioru środków stylistycznych. Dostrzega się zaś tendencję do czerpania środków z zasobów różnych stylowych odmian polszczyzny (zob. dla przykładu modę na potoczność), choć badania wielu językoznawców dowodzą braku jakichkolwiek ograniczeń w kierunkach eksploracji. Innymi słowy – każda odmiana stylowa (językowa) może oferować autorowi komunikatu prasowego niezbędne środki wyrazu³. Gwarantuje to dziennikarzom swobodę wyboru środków, ustanawiania reguł ich użycia oraz możliwości bogacenia zasobu form językowych. Styl ten zyskuje na poziomie cech, czyli wyznaczników ekstralingwistycznych, charakter antynomiczny, co odpowiada zderzeniu różnych punktów widzenia w sposobie kształtowania wizji świata oraz synkretyzmowi cech i dobieganych (lub tworzonych) środków.

Różne są sposoby ujmowania wzmiankowanych antynomii. Gdy punktem wyjścia czynię stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych, dostrzegam następujące ciągi antynomiczne: 1) szablonowość; niesablonowa szablonowość; szablonowa niesablonowość; niesablonowość; 2) obiektywność; subiektywizowana obiektywność; obiektywizowana subiektywność; subiektywność; 3) monologowość; monologowa dialogiczność; dialogiczna monologowość, dialogowość; 4) potoczność; uoficjalniona potoczność; upotoczniona oficjalność; oficjalność. Przedstawionej konfiguracji cech da się przypisać określoną gamę wyspecjalizowanych środków, co nie znaczy, że nie mogą być one użyte poza wypowiedziami prasowymi. Otwarty charakter opisywanego stylu sprawia, że ważna jest dla nadawców (twórców wypowiedzi) nie tyle stylistyczna geneza określonej formy, co jej funkcja. Wybrane gatunkowe użycia się konwencjonalizują, inne mają status zastosowań innowacyjnych, niejednokrotnie okazjonalnych.

Tak skonfigurowana optyka badawcza pozwala mi traktować styl jako kategorię opisową, a nie dyferencjalną. Styl nie jest opisywany w relacji do innych odmian stylowych polszczyzny (stylów funkcjonalnych), lecz jako kategoria polimorficzna, łączona z gatunkową dyferencjacją przekazów prasowych. W artykułach opartych na wspomnianych założeniach pojawia się w związku z tym etykieta terminologiczna *stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*.

² Najnowsza publikacja prezentująca schematy odmian to podręcznik: D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2008, s. 22–36.

³ Zob.: M. T. Lizisowa, *Style funkcjonalne w dziennikarstwie prasowym*, Kielce 2009; M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.

Zmodyfikowany obraz kategorii stylu wyłania się z analiz uwzględniających pojęcie *komunikacji*, *interakcji* oraz *dyskursu*. O komunikacji nie mówię, odsyłając do medioznawczych czy komunikologicznych schematów i koncepcji⁴, lecz przyjmuję lingwistyczny punkt widzenia, koncentrując uwagę na obrazach komunikacji (wymiany danych) zakodowanych (odzwierciedlonych, zaprojektowanych) w wypowiedziach prasowych. Nie pytam zatem o to, kto jest nadawcą, lecz o to, jak nadawca jawi się w tekstach, jak siebie prezentuje, jaką przypisuje sobie komunikacyjną rolę (jest w tym echo myślenia o komunikacji literackiej i wyodrębniania jej planu zewnątrztekstowego i wewnątrztekstowego)⁵. Analogicznie koncentruję uwagę na obrazie wpisanego w teksty odbiorcy oraz sposobach programowania relacji nadawczo-odbiorczych. Analogicznie interpretuję pozostałe komunikacyjne parametry, a więc cele dla przykładu. Udaje mi się, jak sądzę, zachować konsekwencję w postawie badawczej, ponieważ włączam w rozważania także kategorię gatunku wypowiedzi.

Prezentując stylistyczne ukształtowanie komunikatów prasowych, interpretuję wybrane zagadnienia na tle dwu podstawowych sposobów komunikowania prasowego: komunikacji z dominantą informacyjną i komunikacji z dominantą interakcyjną. Rozwijam te zagadnienia w kilku artykułach włączonych do niniejszego zbioru. Szczegółowe modele komunikacji interakcyjnej zawierają jej dwie odmiany: komunikację egalitarną i elitarną (z różnymi podtypami szczegółowymi). Pozwala to interpretować zawarte w prasie obrazy rzeczywistości w nowym świetle, reinterpretować zagadnienie funkcji prasy (komunikowanie o faktach, interpretowanie faktów, rozrywka) oraz poszukiwać motywacji dla dostrzeżonych w analizach zjawisk językowych i stylistycznych. Szczególnie przydatna w tak sprofilowanych analizach okazała się koncepcja interakcyjnego stylu komunikacji w prasie ogólnej, tabloidach i prasie wyspecjalizowanej. Pojęcie interakcyjnego stylu komunikacji pozwala nie tylko pogłębić interpretację stylistyczną czy pragmatyczną, lecz stwarza możliwość nowego ujmowania typowego dla współczesnych mediów zjawiska konwergencji. Zwrócę uwagę w tym kontekście na dwa wymiary funkcjonowania nowych mediów.

Jednym z ich wyróżników jest interaktywność. W prasie tradycyjnej odpowiadałaby jej interakcyjność, a więc fingowanie komunikacji z bez-

⁴ Zob.: M. Lisowska-Magdziarz, *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „*Studia Medioznawcze*” 2013, nr 2, s. 30, gdzie autorka zwraca uwagę na cztery główne podejścia w badaniach nad komunikowaniem i mediami: behawiorystyczne, transmisyjne, interakcyjne oraz transakcyjne.

⁵ Koncepcję tę stosowałam w analizach dramatu. Zob.: M. Wojtak, *O języku i stylu polskiego dramatu. Studia i szkice*, Lublin 2014.

pośrednim udziałem odbiorcy, z punktu widzenia odbiorcy, z uwzględnieniem jego rzeczywistych czy wyimaginowanych potrzeb. Rozwinięcie wspomnianych zagadnień zawierają artykuły: *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)* i *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*. Istotne jest też budowanie wspólnoty, wyznaczanie sobie (redakcji) roli przyjaciela, doradcy, opiekuna. Istotne jest fingowanie zwrotności komunikacyjnej. Wszystko to wpływa niewątpliwie na wybory stylistyczne i pozwala je głębiej interpretować, odchodzić od obiegowych sądów upraszczających (zob. artykuły: *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych* i *Kunszt stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*).

Kolejny mocno akcentowany wyróżnik nowych mediów to ich hipertekstowość. Nie w sensie genetycznym, lecz jako wyznacznik paralelny w prasie tradycyjnej pojawia się kolażowość wypowiedzi, łączących niejednokrotnie przekaz słowny z ikonicznym. Typowe dla prasy kolekcje gatunków i związana z nimi polifonia komunikacyjna to, w proponowanym tu ujęciu, zjawiska godne uwagi nie tylko jako tło do interpretacji tych cech nowych mediów, które uchodzą za awangardowe (zob. artykuł: *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*).

Spojrzenie komunikacyjne na wybrane teksty (okazy gatunków) pozwoliło mi też uwypuklić zjawisko indywidualizacji zachowań nadawczych, ich stylizacyjnego bogactwa i oryginalności w tych obszarach pola prasowego, które podejrzewa się o schematyzm czy rutynę (zob. dla przykładu artykuły: *Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne czy O przeobrażeniach gatunków prasowych*).

Bardzo przydatna w interpretacjach interesujących mnie zagadnień stylistycznych okazała się w końcu kategoria dyskursu. W kilku artykułach oraz monografii⁶ starałam się pokazywać wagę perspektywy dyskursywnej dla badań stylistycznych⁷ (choć trudno się obecnie wyzwolić z pewnego przymusu poznawczego ze względu na popularność kategorii dyskursu w naukach humanistycznych i społecznych)⁸.

Dyskurs ujmuję jako całość praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności. Takie potraktowanie zagadnienia pozwala łączyć koncepcję dyskursu jako użycia języka, zdarzenia komunikacyjnego czy też interakcji. Dyskurs traktuję jako kategorię

⁶ M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.

⁷ Zob. też: B. Witosz, *Dyskurs i stylistyka*, Katowice 2009.

⁸ We Wstępie i w niektórych artykułach zdarzają się powtórzenia lub parafrazy wybranych treści. Nie wszystkie korygowałam ze względu na wygodę czytelnika, który nie musi tej książki czytać od deski do deski.

prezentującą sposoby zorganizowania ludzkiej aktywności, a więc także praktyk komunikacyjnych takiej wspólnoty, która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści (wizję świata, w tym zwłaszcza system wartości), konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków niewerbalnych).

Akcentuję wielowymiarowość i dynamikę zjawiska. Dyskurs prasowy jest zarazem monotematyczny (w wybranych pismach o określonym profilu) i politematyczny (nie tylko w pismach ogólnych czy opiniotwórczych). Dziedzina ontologiczna dyskursu rysuje się jako zapośredniczona i wykreowana w sposób typowy dla mediów, a więc w perspektywie wybranej przez medialnego nadawcę, ze zmiennymi odniesieniami do rzeczywistości. Nie zawsze bowiem fakty stanowią podstawę wizji świata, lecz ich interpretacja, nastawiona na budowanie wspólnoty z odbiorcą (zob.: zjawisko interakcyjnego stylu komunikacji). W zbiorze funkcji następują znamienne przetasowania. Konfiguracja funkcji pozostaje zasadniczo stała (informowanie, interpretacja, kumulacja wiedzy, mobilizacja i rozrywka), zmieniają się ich układy w poszczególnych typach prasy (lub nawet konkretnym tytule), obowiązuje (co bardzo ważne!) zasada synkretyzmu w sposobie wyrażania owych funkcji. Relacje nadawczo-odbiorcze nabierają charakteru zwrotnego i partnerskiego, choć często w prasie jest to jedynie dyskursywna gra. Składnikami tej gry stają się chwytły sprzyjające modyfikowaniu takich parametrów sytuacji, jak miejsce i czas. Interakcyjny styl komunikacji zakłada sugerowanie scenariuszy typowych dla komunikacji tu i teraz, bezpośredniej, opartej na rozmowie, a więc także personalizowanej. Dziedzina aksjologiczna dyskursu jest zmienna i bogata. Dominuje hedonizm i rozrywka, ale pojawiają się też wartości wyższe nie tylko w prasie nazywanej opiniotwórczą czy w prasie religijnej. Zbiór praktyk komunikacyjnych tworzących współczesny dyskurs prasowy układa się w pasmo antynomii oraz paradoksów (szczegóły w artykule *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*).

Dla mnie najistotniejsza jest jednak propozycja interpretacyjna przypisująca dyskursowi prasowemu charakter absorpcyjny oraz wyodrębnienie dwóch typów absorpcji: przytoczeniowej i interpretacyjnej (transformacyjnej). Pozwala to w nowym świetle postrzegać zagadnienie otwartości stylu komunikatów prasowych (używam w tym kontekście etykiety terminologicznej *styl dziennikarstwa prasowego*).

Rozpatrując dyskurs i styl na poziomie abstrakcyjnym (modelowym), można te zjawiska komunikacyjne traktować jako wzajemnie się oświetlające. W zwierciadle dyskursu medialnego (prasowego: dynamicznego, otwartego, absorpcyjnego) styl medialny (dziennikarski – wciąż brak

dobrego terminu⁹) zyskuje kształt antynomiczny. W dyskursie prasowym da się obserwować z jednej strony efekt kumulacji (kondensacji) tematycznej i funkcjonalnej (chodzi o poważną publicystykę, skupioną na istotnych społecznie problemach, publicystykę interpretacyjną, odznaczającą się wyrazistością gatunkową i relewancją stylistyczną), z drugiej zaś efekt rozproszenia, rozmycia poważnych treści w lekkiej formie czy wreszcie skupienia na problematyce w istocie błażej, lecz sztucznie dowartościowywanej. W tej prawidłowości dopatrywać się można motywacji dla cech stylu, tworzących antynomiczne pary: spontaniczność/oficjalność, konkretność/abstrakcyjność, rzeczowość (neutralność)/ekspresywność, kreatywność/szablonowość, potoczność/fachowość, potoczność/oficjalność itd. Ze względu na funkcjonowanie w dyskursie kolejnych filtrów komunikacyjnych (zwłaszcza filtrów gatunkowych) następuje polaryzacja cech. Na poziomie gatunkowym zyskują one charakter wyznaczników synkretycznych (przykładem może być wspomniana już szablonowość). Wykładniki owych cech pochodzą z wielu źródeł i w konkretnych wypowiedziach podlegają z reguły kontekstowym modyfikacjom (zob.: *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*).

Tak ujmowany styl komunikatów (wypowiedzi) prasowych postrzegam jako kategorię relacyjną, otwartą na inne style, wchłaniającą zarówno ich cechy (wybrane i tworzące dynamiczne układy), jak i środki. Jest to kategoria o nieostrych granicach (konturach), elastyczna i dynamiczna. Zyskuje charakter oksymoroniczny.

Na koniec kilka uwag na temat stałych składników moich badań prasowego pola komunikacyjnego. Była już mowa o skupieniu uwagi na prasie tradycyjnej, która nie tylko nie umiera, ale wpływa w znaczący sposób na nowe media (wpływy są zresztą wzajemne). Wspomnieć więc jestem zobowiązana o koncentracji na aspekcie genologicznym. Gatunkowy filtr okazuje się taktem nie wędzidłem dla dziennikarzy i innych twórców wypowiedzi prasowych. Pokazując metamorfozy gatunków, doceniam tekstowe okazy. Opisuję te komunikaty prasowe, które odznaczają się wysokimi walorami warsztatowymi (lub są przynajmniej świadectwem troski o stylistyczną oryginalność). Staram się ponadto wyszukiwać przykłady ważne pod względem treściowym. Nie unikam jednak analiz i interpretacji zjawiska komizmu, poszukując przykładów kreatywności także w tym

⁹ Podejmowane są jednak próby uporządkowania pojęciowego i terminologicznego. Zob. dla przykładu: U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 179–197; M. Kita, I. Loewe, [Wstęp do:] *Język w mediach. Antologia*, Katowice 2014, s. 9–13.

zakresie. Akcentuję charakterystyczne dla części prasy dążenie do wieloaspektowego oglądu rzeczywistości przez posługiwanie się conceptem zarówno semantycznym, jak i formalnym.

Dobierając suwerennie pojęcia, kategorie poznawcze, metody, ustalając zakresy badań, ich konteksty, proponując terminy, poszukuję własnego miejsca na prasowym (medialnym) polu badawczym.

Ufam, że zebrane w tym tomie artykuły pokazują intersubiektywność indywidualnej drogi badawczej. Odzwierciedla się w nich bowiem redukcjonizm poznawczy przemyślany i konsekwentnie realizowany przez lata badań.

Językoznawca na medialnym polu badawczym

Medialne pole badawcze jest obecnie zasiedlone przez wiele dyscyplin szczegółowych i stanowi podstawową dziedzinę poznawczą dla krzepnącego i dynamicznie się rozwijającego medioznawstwa. Jest to dziedzina naukowej eksploracji wyjątkowo zmienna ze względu na stan samej dyscypliny oraz charakter przedmiotu badań¹.

W niniejszym szkicu będę się starała nakreślić obraz możliwych form obecności językoznawcy na wspomnianym polu. Ponieważ artykuł nie ma charakteru przeglądowego, nie będę się w trakcie omawiania poszczególnych zagadnień odwoływać do kompletnego zbioru poświęconych im opracowań.

Dlaczego mówię o możliwościach, miast dokumentować formy tej obecności przeszłe, obecne, a zwłaszcza postulowane (czy wręcz pożądane)? Skupienie uwagi na tym, co może robić lingwista, gdy włącza się w badania medioznawcze, pozwala uniknąć stanowczych deklaracji na temat wątków, a więc i metod badawczych, które uznać można za przebrzmiałe z racji powiązań z niemodnymi dziś paradygmatami poznawczymi. Tymczasem wiadomo, że niektóre zagadnienia funkcjonują jako

¹ Od jakiegoś czasu na łamach „Studiów Medioznawczych” toczy się dyskusja na temat statusu i tożsamości nauk o mediach. Diagnoza sytuacji poznawczej jest raczej pesymistyczna. „[...] niewiele jest w badaniach nad mediami zgody i wspólnoty założeń i narzędzi”, stwierdza Małgorzata Lisowska-Magdziarz w artykule: *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, s. 41. W tym miejscu odsyłam ponadto do kilku artykułów, polecając uwadze czytelników zawarte w nich wskazówki bibliograficzne. Zob.: W. Pisarek, *Terminologia nauk o mediach*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 2, s. 15–26; T. Goban-Klas, *Od wielo- do interdyscyplinarności (Z dziejów wiedzy o komunikowaniu)*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3, s. 11–21; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genealogia dziennikarska*, tamże, s. 23–35; M. Jabłonowski, W. Jakubowski, *Status teoretyczny nauk o mediach – kilka uwag do dyskusji*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 4, s. 11–24.

trwałe obszary badawcze, ponieważ nie znikają związane z nimi właściwości mediów. Można te kwestie rozwiązywać po staremu lub szukać nowych kategorii poznawczych, nowych pojęć, nowych zasad analizy, a zwłaszcza nowych reguł interpretacyjnych.

Współczesna nauka wpisuje się w ogólnokulturowe tendencje do pluralizmu ocen, postaw, działań. Labilność może być traktowana jako słowo klucz do wstępnego rozpoznania sytuacji badacza włączającego się w eksplorowanie medialnego pola poznawczego. Labilny, polimorficzny i wręcz niestabilny jest przedmiot badań. Badacza wkraczającego na takie pole powinna charakteryzować postawa otwartości, elastyczności i pokory, ale też odwaga w dążeniu do rozpoznania stopnia złożoności przedmiotu badań, a więc podjęcia prób dostosowania instrumentarium badawczego do nowej sytuacji poznawczej. W wielu opracowaniach zwraca się uwagę na współwystępowanie dwu postaw badawczych, czyli czasem desperackich zabiegów uchwycenia (zamknięcia) nowych zjawisk komunikacyjnych w starych kategoriach analitycznych lub równie desperackich prób poszukiwania nowych narzędzi analitycznych.

Postawa otwartości zaczyna dominować nie tylko wśród językoznawców wkraczających w medialną dziedzinę poznawczą. Tu jednak musi się ujawniać ze szczególną siłą. Jednym z najważniejszych jej składników, jak stwierdza Małgorzata Kita, jest poszukiwanie przemyślanego i rozsądnego eklektyzmu metodologicznego².

Sytuacja językoznawcy zainteresowanego badaniem mediów (początkowo jedynie prasy) zmieniała się i nadal podlega modyfikacjom. Jego pozycja zależała i zależy, co oczywiste, od stanu własnej dyscypliny oraz stanu badań nad mediami. Nie bez znaczenia jest tu zderzenie postaw samych językoznawców oraz tych badaczy mediów, którzy wywodzą swe dociekania z innych obszarów badawczych. Chcąc nakreślić obraz możliwych poczynań lingwistów badających media, odwoływać się będą do hipotetycznie skonstruowanego zbioru ról, jakie im przypadają z własnej woli bądź z medioznawczego nadania. Sama typologia ról oraz ich metaforyczna nominacja jest propozycją autorską, a więc wpisuje się w podmiotowy dyskurs współczesnej humanistyki³.

Spośród owych ról na uwagę szczególną zasługuje rola lingwisty hegmona. Taką rolę językoznawcy zaczęli bowiem wystąpienia w medial-

² M. Kita, *Razem. Konsiliencja, interdyscyplinarność, transdyscyplinarność*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice 2012, s. 11–30.

³ Stanowisko projektodawcy nowej subdyscypliny (*mediolingwistyki*) sytuowanej w ramach lingwistyki poszukującej swego miejsca w obszarze nauk o mediach jest zaprezentowane w: B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, s. 87–159.

nym teatrum badawczym. Rola ta obecnie jest jeszcze zauważalna, lecz sposób grania uległ radykalnym przeobrażeniom. Lingwista hegemon miał ściśle (czasem – z dzisiejszego punktu widzenia – zbyt ściśle i wąsko) zakreślony przedmiot badań, precyzyjnie wybrane i dobrane metody, jasno określone zakresy i cele analiz. Przedmiotem badań czynił mianowicie *język mediów* (początkowo jedynie prasy). Zakresy dociekań były różne. Dość długo dominowała problematyka poprawnościowa⁴, opracowywana w zróżnicowanym zakresie i w różnorodny sposób. Przypisywano prasie rolę wzorca zachowań językowych, a opracowania naukowe o różnym stopniu szczegółowości były wspomagane przez publicystykę poprawnościową. Błędy spotykane w prasie oceniano jednoznacznie negatywnie, wymagając od dziennikarzy stałej pracy nad doskonaleniem kultury wypowiedzi⁵.

Nadal pojawiają się prace ewidencjonujące językowe potknięcia żurnalistów⁶, a hegemonia tej problematyki znajduje odzwierciedlenie w niej językoznawczych opracowaniach komunikatów medialnych. Andrzej Kaliszewski, dla przykładu, poświęca cały rozdział współautorskiego podręcznika zagadnieniom poprawnościowym, wiążąc kwestie ortoepiczne z misją dziennikarstwa. Korzysta przy tym z teoretycznego dorobku kultury języka w jej wersji strukturalistycznej⁷.

Rola hegemonu utrzymywała się nawet wtedy, gdy lingwiści nie postrzegali przedmiotu badań jako poznawczego monolitu. Wychodząc od tezy o wzajemnym oddziaływaniu różnorodnych mediów, starali się odszukać w tak konstruowanym obszarze badawczym zbiór cech wyróżniających *język mediów* (po zmianach ustrojowych w Polsce), opisać formy językowe ilustrujące zaobserwowane procesy, dla przykładu ekspansję potoczności (czy nawet wulgarności), unifikację języka w mediach, upowszechnianie się kiczu czy dążenie do ekspresywnej wyrazistości komunikatów, a więc poetykę udratyzowania przekazu, a także prymat estetyki nadmiaru⁸.

⁴ Zob. dla przykładu uwagi w: W. Pisarek, *Pierwsze polskie książki o języku prasy*, [w:] tegoż, *O mediach i języku*, Kraków 2007, s. 201–214.

⁵ W. Pisarek, *Słownik języka niiby-polskiego, czyli błędy językowe w prasie*, Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk 1978.

⁶ P. Zbróg, *Najczęstsze przykłady naruszania normy językowej w prasie*, [w:] *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Kraków 2007, s. 327–336.

⁷ A. Kaliszewski, *Gatunki dziennikarskie a język*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 175–198. Warto w tym miejscu odesłać do artykułu dokumentującego stan badań nad językiem mediów (stylem dziennikarsko-publicystycznym – terminologia długo była nieutrwalona): E. Szczurek, *Styl publicystyczny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. S. Gajda, Opole 1995, s. 363–396.

⁸ Szczegóły w: G. Majkowska, *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 232–243; też, *Język mediów w perspektywie aksjo-*

Perspektywa tak sprofilowanych analiz czyniła z językoznawcy badacza otwierającego się na inspiracje płynące z zewnątrz, uwzględniającego przynajmniej wybrane problemy z zakresu medioznawstwa. Dynamika przeobrażeń mediów spowodowała ponadto zmianę w sposobie postrzegania przedmiotu badań. Język mediów przestał się jawić jako monolit czy też zbiór form uwarunkowanych tendencjami w funkcjonowaniu mediów. Zaczęto go postrzegać jako twór osobliwy, heterogeniczny i zmienny. Upowszechniła się zaproponowana przez Stanisława Gajdę metafora *tygla stylowego* jako formuła oddająca istotę rozpatrywanego zjawiska⁹. Językoznawcy rozpoczęli stopniowe przechodzenie na nowe obszary w medialnym polu badawczym, uwzględniając przeobrażenia zarówno samych mediów, jak i zmiany metodologii lingwistycznej. W żadnym z zajmowanych obszarów nie ma już obecnie miejsca dla językoznawcy hegemonu.

Od pewnego czasu lingwiści – jako badacze mediów – występują w roli suwerenów¹⁰. Językoznawca suweren wybiera zakres i sposób dookreślenia przedmiotu badań, sytuje swe rozważania w określonym nurcie własnej dyscypliny (powielanym lub modyfikowanym), wybiera postawę otwartości na inspiracje płynące z teorii komunikacyjnych i innych profili badawczych skupionych w ramach medioznawstwa. Jakie są podstawowe przejawy tej reorientacji?

Na pierwszym miejscu, nie z racji wagi podejmowanej problematyki (choć trudno tu się o znaczenie zagadnień poważnie spierać), lecz z powodu kontynuacji badań, umieszczam problematykę poprawnościową. Ze względu na przeobrażenia samej koncepcji kultury języka, a zwłaszcza jej otwarcia na pragmalingwistykę (także retorykę), estetykę i etykę słowa¹¹, oraz radykalną modyfikację sposobów traktowania błędów przez media, w językoznawczych prezentacjach tych zjawisk nastąpiły znamienne przewartościowania. Inwentaryzowanie, a zwłaszcza piętnowanie błędów odszukanych w komunikatach medialnych, ustępuje miejsca ich in-

logicznej, [w:] *Język polski jako narzędzie komunikacji we współczesnym świecie*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2007, s. 93–103.

⁹ S. Gajda, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 19–26.

¹⁰ Różnice w postawach lingwistów uwyrażniają się, gdy się porówna dobór opracowań w następujących antologiach: *Współczesna polszczyzna. Wybór opracowań*, t. 2, *Warianty języka*, red. J. Bartmiński, J. Szadura, Lublin 2003; *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, wydanie drugie, Katowice 2014.

¹¹ Zob.: A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2006.

terpretacji w duchu nowej koncepcji kultury języka¹² lub z odwołaniem się do zjawiska mediatyzacji błędów. Premiując atrakcyjność komunikatów, media dowartościowują zachowania niestandardowe (bez względu na ich zgodność z normą językową i funkcjonalność rozumianą jako komunikacyjna doraźna użyteczność). Badaczka tych zagadnień tak je przedstawia w konkluzji artykułu¹³:

Mediatyzacja błędu w tekstach kultury popularnej zdaje się godzić dwie tendencje obecne w świecie mediów: presja nowości („kultura newsów”) sprzyja „polowaniu” na zachowania osób publicznych niezgodne z normą, a ich „nie-skończona” repetycja w „strumieniu” medialnym oraz łańcuch intertekstualny, któremu dają początek, „podtrzymują dostępność atrakcyjnego towaru” [...]. Nowy błąd (*news*) – jeśli jest dostatecznie atrakcyjny – zostaje włączony w dyskurs medialny i w nim powielany, utrwalany.

Kazimierz Ożóg, który umieścił analogiczną problematykę w kręgu swoich zainteresowań, przedstawia najważniejsze zakresy medialnych oddziaływań na język, wymieniając konsumpcyjną wizję świata (problematyka wizji świata w innym oświetleniu jeszcze wróci), wizję przez media zapośredniczoną i narzucaną, oraz wizję, w ramach której kształtuje się wzorce językowe rzadko akceptowalne dla lingwisty. Wśród przykładów wpływu mediów na zachowania komunikacyjne współczesnych Polaków wspomniany autor sytuje: nowe znaczenia wyrazów związanych ze sferą religijną (np. *boski*, *kult*, *kultowy*, *ikona*, *świątynia*, *uwielbiać*), nowe wzorce budowy zdań, a także nowe sposoby wartościowania rzeczywistości¹⁴.

Nie tylko kwestie poprawnościowe doczekały się nowych interpretacji w opracowaniach językoznawczych. Suwerenność lingwistów przyjmuje ostatnio kolejne zmodyfikowane formy. Językoznawcy zmieniają zakresy analiz lub jedynie prezentowane w opracowaniach punkty widzenia. Język mediów jest charakteryzowany w nawiązaniu do dawnych badań z uwzględnieniem perspektywy medioznawczej. Punktem wyjścia czyni się przeobrażenia, jakim media podlegają od czasu transformacji ustrojowej, wyodrębniając takie cechy, jak: synkretyzm estetyczny i stylistyczny,

¹² Zob. dla przykładu: E. Kukiela, *O kulturze wypowiedzi w mediach*, [w:] *O mediach i komunikowaniu. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, red. E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 305–318.

¹³ M. Kita, *Medialna kariera błędu językowego*, [w:] *Błąd językowy w perspektywie komunikacyjnej*, red. M. Kita, M. Czempka-Wewióra, M. Ślawska, Katowice 2008, s. 60–61.

¹⁴ Zob.: K. Ożóg, *Boskie usta, kultowe dialogi – wpływ mediów na nowe wzorce językowe*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Poznań 2009, s. 11–20.

transgeniczność, interaktywność i interakcyjność, kreatywność, dominację ikonizacji¹⁵. W tak zarysowanej perspektywie analizowane są zarówno zjawiska już wcześniej dostrzeżone, jak i nowe, a więc ekspansja potoczności, neutralizacja oficjalności, kreatywność leksykalna, grafizacja wybranych części komunikatów prasowych, a także unifikacja językowa¹⁶.

Warto przy okazji odnotować ostrożność w postawie badaczy, którzy wypuklają niepełność i szkielety w istocie charakter swych uwag. Lingwista suweren dostrzega ograniczenia stosowanej aparatury analitycznej, powagę problemów i stopień ich skomplikowania. Lingwista suweren często przerywa ciągłość strumienia publikacji naukowych (a więc także badań), porzucając wcześniejsze wątki lub nadając im nowe oblicze badawcze bez eksplicytnych nawiązań do tradycji. Lingwista suweren wybiera świadomie ograniczony zakres pola badawczego oraz sposób jego charakterystyki.

Ilustracją tej postawy jest włączenie się językoznawców w problematykę opisu *medialnej wizji świata* oraz *mediatyzacji*, czyli „pośrednictwa mediów w poznawaniu świata, wpływaniu przez media na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości niedostępnej bezpośrednio doświadczeniu”¹⁷. Medioznawcy mówią w tym kontekście o deformacji obrazu, wiążąc owe kwestie z rolą przypisywaną mediom, ze sposobem wpływu mediów zwłaszcza na świat polityki¹⁸. Lingwiści przychodzą na wskazane pole badawcze z własną tradycją i własną aparaturą pojęciową. Odnoszą wspomnianą problematykę do pojęcia *językowego obrazu świata*. Przy założeniu, że ludzkie poznanie rzeczywistości zależy od jego interpretacji zawartej w języku, badacze formułują wniosek o niemożności „ucieczki” od wspomnianego zapośredniczenia (językowego i kulturowego) i medialny obraz świata uznają za reinterpretację jego wizji językowej¹⁹. Rozwijając

¹⁵ Zob.: B. Kudra, *O języku w mediach – uwagi ogólne*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*, red. B. Bogołębska, A. Kudra, Łódź 2008, s. 55.

¹⁶ Tamże, s. 56–60.

¹⁷ J. Kołodziej, *Mediatyzacja (rzeczywistości społecznej)*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 118. Zob. ponadto: B. Skowronek, *Mediolingwistyka...*, dz. cyt., s. 28–29. W niniejszym artykule wspominałam już o zjawisku mediatyzacji błędów językowych.

¹⁸ J. Kołodziej, *Mediatyzacja...*, dz. cyt., s. 118–119. Warto w tym miejscu odesłać do refleksji M. Mrozowskiego, który w książce *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001 na s. 303 stwierdza: „obraz świata w mediach jest różnorodny, fragmentaryczny, przypadkowy i zmienny. Podobnie jak kalejdoskop jest on nieskończonym ciągiem coraz to nowych konfiguracji i podobnie jak w kalejdoskopie każdą taką konfigurację tworzą jeśli nie te same, to przynajmniej dość podobne elementy”.

¹⁹ Zob.: D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006, z. 1–2, s. 51–62.

wspomniane zagadnienia, zainteresowani problematyką językoznawcy interpretują podstawowe dla mediów działanie komunikacyjne, jakim jest informowanie, w kategoriach komunikowania, czyli prezentacji faktów z określonego punktu widzenia²⁰. Ryszard Tokarski i Paweł Nowak, autorzy studium otwierającego cały tom opracowań pokazujących rozmiary podjętej problematyki oraz pluralizm postaw metodologicznych, zwracają uwagę na następujące kwestie szczegółowe: kreowanie wizji świata z obligatoryjnie wpisanym w nią podmiotowo-kulturowym punktem widzenia, wpływającym na kreowanie sytuacji komunikacyjnej, dominacją kreowania kulturowego, przejawiającego się stosownie w kreowaniu tekstowym. Tak wyodrębnione typy kreatywności stanowią całość współwystępujących i współzależnych parametrów. Formułując wspomnianą tezę, autorzy artykułu wysuwają też postulat daleko posuniętej integracji badań. Oto stosowny fragment konkluzji²¹:

W czasach coraz dalej posuniętej specjalizacji badawczej, gdy interpretacje lingwistyczne i medioznawcze nie zawsze odnajdują wspólny metajęzyk opisu, integracja celów i metodologii zdaje się szczególnie pożądana. Opisując ogólne przesłania ideologiczne poszczególnych mediów, a więc *de facto* opisując istniejące tam wizje świata, nie sposób pomijać pytania o językowe mechanizmy kreujące pożądane stany rzeczy. I na odwrót, określenie formy stylowej czy gatunkowej tekstu, a w jego obrębie charakterystyka językowych środków wyrażania winna się wiązać z pytaniem o ich wartości pragmatyczne i funkcje ideologiczne.

Komentując te deklaracje, trzeba, jak sądzę, stwierdzić po pierwsze, że część postulatów jest realizowana w językoznawczych analizach genologicznych oraz dyskursywnych (będzie o nich mowa w dalszej części artykułu), po drugie, że cele może da się uzgodnić, ale z przeniesieniem lingwistycznych metod na grunt medioznawstwa niezwiązanego wprost z lingwistyką będą kłopoty. Jedną z barier tworzą stereotypy na temat lingwistycznych badań, kształtujące świadomość metodologiczną licznych medioznawców. Kolejne bariery wynikają z ograniczeń samej lingwistyki (do prezentacji zmian w tym zakresie wracam w końcowych partiach artykułu).

Aby zamknąć wątek suwerennych językoznawczych badań medialnej wizji świata, trzeba jeszcze wspomnieć o prężnym nurcie charakteryzowania komunikacji publicznej, odzwierciedlanej w określony sposób

²⁰ Zob.: P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007, s. 11.

²¹ Tamże, s. 33.

w mediach, o kwestii perswazji i manipulacji²² oraz humoru²³ lub agresji, a przy okazji miejsca mediów w modelu komunikowania publicznego²⁴.

Warto, jak sądzę, nadmienić, że językoznawca suweren wybiera i profiluje nie tylko przedmiot badań, lecz także współpracowników oraz konteksty badawcze. Skoro była mowa o humorze, wspomnę o nowej książce poświęconej tej problematyce, a stanowiącej rezultat współpracy językoznawcy z medioznawczyniami²⁵. Pozwoliło to kwestie rozrywki w mediach ujmować w sposób kompleksowy i twórczo łączyć odmienne metody i zakresy opisu²⁶.

Językoznawca suweren, pomny niebezpieczeństw związanych z rozmyśleniem się zagadnień ujmowanych z różnych punktów widzenia, może rozmyślnie zawęzać zakresy rozważań, wzbogacając, dzięki otwarciu na inspirację płynące z innych dyscyplin, interpretację uwzględnianych zjawisk. Dobrą ilustracją takich postaw są studia i większe opracowania poświęcone nazwom własnym funkcjonującym w obszarze mediów. Wieloaspektowym badaniom podlega w nich kwestia udziału onimów w kształtowaniu medialnej wizji świata²⁷. Opracowania z tego kręgu stanowią cenny wkład zarówno do medioznawstwa, jak i lingwistyki, zwłaszcza subdyscypliny, jaką jest onomastyka.

Językoznawca suweren może zmienić medioznawczą orientację badawczą, zwłaszcza wtedy, gdy jest do pewnego czasu w niej pomijany, niezauważany lub niezrozumiany (wspominałam już o stereotypach na temat lingwistycznych badań komunikatów z różnych obszarów komunikacji społecznej). Przykładem funkcjonowania takiego zjawiska jest obszar badań genologicznych. Medioznawcy wyrażają przekonanie o konieczności wyodrębniania w ramach genologii, czyli nauki o gatunkach

²² Zob. dla przykładu: *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004.

²³ Zob.: I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności*, Wrocław 2001.

²⁴ Zob. dla przykładu: I. Kamińska-Szmaj, *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwentyw politycznych 1918–2000*, Wrocław 2007.

²⁵ Zob.: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach. Wybrane zagadnienia*, Lublin 2012.

²⁶ Zob. ponadto moje studia odnoszące się do kwestii rozrywki w prasie: M. Wojtak, *Zderzanie składników kultury popularnej i elitarnej w prasowych tekstach rozrywkowych*, [w:] *Relacje między kulturą wysoką i popularną w literaturze, języku i edukacji*, red. B. Myrdzik, M. Karwatowska, Lublin 2005, s. 193–202; teźże, *Rozrywka w prasie codziennej*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Lublin 2007, s. 39–49; teźże, *Komizm we współczesnej polskiej prasie*, [w:] *Humor polski*, red. D. Brzozowska, W. Chłopicki, Kraków 2014, s. 231–252.

²⁷ Zob.: K. Skowronek, M. Rutkowski, *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*, Kraków 2004; M. Rutkowski, *Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, s. 155–170.

wypowiedzi (pierwotnie rozwijanej na gruncie literaturoznawstwa), odłamu medioznawczego. W *Słowniku terminologii medialnej* odnajdujemy hasło *genologia dziennikarska* z następującym objaśnieniem²⁸:

Dział wiedzy o dziennikarstwie zajmujący się opracowywaniem historii gatunków dziennikarskich [...]; badaniem kulturowych źródeł i kontekstów gatunków dziennikarskich; prowadzeniem badań nad wzajemnym przenikaniem się różnych form i gatunków dziennikarskich; badaniem języka i stylu gatunków dziennikarskich; analizowaniem rzetelnego opisywania przez dziennikarzy współczesnej rzeczywistości w poszczególnych gatunkach [...]. Genologia dziennikarska jest młodą dyscypliną nauki, wywodzącą się z teorii literatury i genologii literackiej.

Rozwinięciem tej koncepcji jest artykuł spółki autorskiej: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł²⁹, prezentujący zręby dyscypliny. Poza dość wnikliwym opisem dziejów badań nad komunikacją, dziś nazywaną medialną, oraz jej współczesnymi przeobrażeniami, odnajdujemy w tym artykule uwagi na temat własnych i zapożyczonych procedur badawczych, definicję gatunków dziennikarskich, ujmowanych jako „zindywidualizowane struktury pełniące właściwe im tylko zadania w procesach komunikowania masowego”³⁰, a także systematykę zawierającą podział na rodzaje (prasa, radio, telewizja, internet), gatunki (informacyjne, publicystyczne, pograniczne) z wyodrębnieniem konkretnych gatunków, współtworzących powyższe ugrupowania i zwróceniem uwagi na synkretyzm charakteryzujący współczesne medialne gatunki³¹.

Brak w tej prezentacji odniesień do prężnego nurtu genologii dziennikarskiej (pozostańmy przy tej nazwie) wywodzącego się z lingwistyki. W ramach tego nurtu, co warto uwypuklić, przedstawia się gatunki dziennikarskie związane z różnego typu mediami. Genologia lingwistyczna zaś jest otwarta na całą gamę dyscyplin, które dostarczają aparatury pojęciowej, pozwalają odpowiednio głęboko profilować samo pojęcie gatunku oraz twórczo interpretować wyznaczniki pojedynczych gatunków lub ich grup. Relacje tej dyscypliny z innymi badawczymi optykami funkcjonującymi na gruncie literaturoznawstwa oraz medioznawstwa nie są jed-

²⁸ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Genologia dziennikarska*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 68.

²⁹ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska...*, dz. cyt., s. 23–34.

³⁰ Tamże, s. 29.

³¹ Sygnalizuję te kwestie, omawiając tendencje separatystyczne we współczesnej genologii. Zob.: M. Wojtak, *Sporne i bezsporne problemy współczesnej genologii*, „Poradnik Językowy” 2014, z. 8, s. 16–17.

nak odniesieniami jednowymiarowymi. Relacje dwustronne są tworzone z trudno czasem uchwytnym udziałem innych powiązań. Przeważają, jak do tej pory, postawy hegemonistyczne, polegające na próbach podporządkowania w ramach badań nad konkretnymi obiektami komunikacyjnymi innych optyk badawczych optyce reprezentowanej przez określonego badacza. Ogłasza się więc prymat genologii literaturoznawczej, czyniąc ją punktem wyjścia badań nad gatunkami dziennikarskimi oraz narzędziem interpretacji wielu zjawisk z zakresu ich funkcjonowania³². Szuka się nowych dróg badawczych, proklamując oddzielną subdyscyplinę nazwaną *genologią multimedialną*³³.

Lingwistycznym badaniom nad gatunkami funkcjonującymi w mediach towarzyszy pogłębiająca się refleksja nad założeniami *genologii lingwistycznej*³⁴, a także *tekstologii*³⁵ oraz analizy *dyskursu*.

Na gruncie lingwistyki sytuują się stosunkowo liczne już charakterystyki gatunków z różnych mediów. Są one jednak w zróżnicowany sposób sprofilowane, stanowiąc próby przeniesienia na grunt zjawisk medialnych wybranych w istocie kwestii, dobrze oświetlonych w lingwistyce otwartej na inspiracje psychologii czy socjologii³⁶.

Aparatura pojęciowa oraz metody analizy i interpretacji genologicznej wywodzące się z lingwistyki pozwoliły mi na suwerenną charakterystykę wyspecjalizowanego ugrupowania gatunków dziennikarskich, jakim są gatunki prasowe. W monografii, podręczniku akademickim oraz kilkudziesięciu artykułach zanalizowałam najważniejsze gatunki prasowe,

³² Zob.: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Warszawa 2006, s. 13–35. Warto w tym kontekście wspomnieć o zmianie stanowiska niektórych badaczy literatury, proklamujących niegdyś supremację genologii literaturoznawczej. Zob.: M. Głowiński, *O gatunkach literackich – po latach*, [w:] *Tradycja i przyszłość genologii*, red. D. Kulesza, Białystok 2013, s. 13–24.

³³ Zob.: E. Balcerzan, *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Genologia dzisiaj*, red. W. Bolecki, I. Opacki, Warszawa 2000, s. 86–101.

³⁴ Z opracowań syntetyzujących należy wymienić: B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*; D. Ostaszewska, *Genologia lingwistyczna jako subdyscyplina współczesnego językoznawstwa*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 11–39; I. Loewe, *Polska genologia lingwistyczna. Rekonesans*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 2008, z. 1, s. 25–35; M. Wojtak, *Sporne i bezsporne problemy...*, s. 7–21.

³⁵ Zob.: J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia*, Warszawa 2009.

³⁶ Zob. dla przykładu monografię i artykuły poświęcone wybranym typom komunikatów telewizyjnych: G. Ptaszek, *Talk show. Szczerość na ekranie?*, Warszawa 2007; M. Skarżyńska, *Język prawników w służbie reportażu telewizyjnego*, [w:] *Najnowsze słownictwo a współczesne media elektroniczne*, red. R. Pawelec, M. Krysińska, Warszawa 2008, s. 121–141; tejeże, *Słowo pisane a li słowo mówione. Ikoniczność przekazu telewizyjnego*, tamże, s. 143–156; I. Loewe, *Dyskurs telewizyjny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny...*, dz. cyt., s. 289–311.

odwołując się do własnych propozycji pojmowania wzorca gatunkowego (jako schematu organizacji tekstu), jego aspektów (całościowo ujmowany wzorzec zawiera aspekt strukturalny, pragmatyczny, poznawczy i stylistyczny), a także wariantów (kompletny zbiór obejmuje: wariant kanoniczny, warianty alternacyjne i adaptacyjne)³⁷. Całościowy ogląd zagadnienia oznacza w przywoływanych opracowaniach: 1) metodologiczne zakorzenie w badaniach lingwistycznych z uwzględnieniem osiągnięć prasoznawstwa; 2) możliwość uzupełnienia i zmodyfikowania typologii gatunków (łączyć ujęcie hierarchiczne z polarnym, nie wykluczając innych typologicznych ujęć); 3) wieloaspektowość analiz poszczególnych gatunków, obejmująca: dookreślenie zbioru wariantów wzorca konkretnych gatunków prasowych, zwrócenie uwagi zarówno na morfologię tekstu prasowego, jak i jego komunikacyjne zakorzenie, preferowaną wizję świata oraz zakresy zróżnicowania stylistycznego, co pozwoliło uchwycić dynamikę relacji między schematycznością a elastycznością wzorców i zakresami dziennikarskiej kreatywności; 4) monograficzne charakterystyki poszczególnych gatunków z uwzględnieniem ich historii, sposobów prezentowania w dotychczasowych badaniach i roli we współczesnej prasie.

Monografia poświęcona gatunkom prasowym wnosi nowe treści nie tylko do poznania bezpośredniego przedmiotu badań, lecz także do teorii genologicznej, w której ugruntowały się proponowane przeze mnie sposoby rozumienia takich pojęć, jak: *gatunek*, *wzorzec gatunkowy*, *warianty* i *aspekty wzorca*, *sfera paradoksów gatunku*, *wielostylowość*. We wspomnianych opracowaniach znalazły się kompleksowe charakterystyki zarówno gatunków opisywanych wcześniej stosunkowo dokładnie, lecz w ramach odmiennych opcji metodologicznych (na przykład reportażu, wywiadu, felietonu), jak i traktowanych po macoszemu (na przykład komentarza, sylwetki czy *editorialu*). Podręcznik zaś łączy zwięzłe charakterystyki poszczególnych gatunków z przykładowymi analizami ich tekstowych realizacji oraz serią ćwiczeń, pokazujących te gatunki nie tylko od strony warsztatowej, lecz także jako gotowe komunikaty (nie zawsze wzorcowe)³⁸.

Suwerenność badawcza językoznawcy włączającego się w refleksję medioznawczą oznaczać może odrębne propozycje rozwiązywania analogicznych problemów. Do zbioru zagadnień, które wciąż budzą kon-

³⁷ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004; tejże, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008.

³⁸ Warto dodać, że lingwistyczne badania nad gatunkami prasowymi zostały dostrzeżone przez prasoznawców (badaczy komunikacji społecznej). Zob.: W. Mich, *Badania komunikologiczne w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej*, [w:] *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Prawo. Język. Tekst*, red. J. Fras, Toruń 2007, s. 256.

trowersje, stanowią wręcz wyzwanie badawcze, zaliczyć można śmiało kwestię funkcjonowania odmiany językowej, powiązanej z mediami. Zaczynałam ten artykuł od wspomnianej problematyki, stawianej (w epoce hegemonii językoznawstwa na różnych polach poznawczych) w rzędzie zadań badawczych bez większych obaw. Obecnie problem jawi się jako szczególnie skomplikowany. Jest w literaturze przedmiotu formułowany w nowy sposób. Już zasadniczo nikt się nie spiera o nazwę (*język mediów, język w mediach, styl dziennikarski, publicystyczny*), co nie oznacza rozwiązania kwestii nominacyjnych, niewiele można znaleźć nowych uwag na temat statusu odmiany, czy też zasadności jej wyodrębniania. Sposób funkcjonowania języka w przekazach medialnych jest łączony z badaniami dyskursywnymi. Kłopot jednak w tym, że samo pojęcie *dyskursu* nie uzyskało do tej pory jednoznacznej eksplikacji. Problematyka ta jeszcze powróci. W tym miejscu chcę pokazać nieco inne zagadnienie. Chodzi o autonomiczne rozwiązywanie tych samych problemów badawczych przez różnych autorów.

Kwestia funkcjonowania różnych sposobów wysłowienia w mediach jest przez lingwistów nadal traktowana jako zadanie badawcze. Aby pokazać zakresy zróżnicowań postaw i metodologicznych optyk, zaprezentuję dwie monografie poświęcone językowi współczesnej polskiej prasy. Autorki opracowań nie zasklepiają swych rozważań w wąsko rozumianej lingwistycznej niszy, lecz starają się pokazać zjawiska językowe, charakterystyczne dla prasy, na szerokim tle.

Maria Teresa Lizisowa zakreśla z rozmachem obszary prezentowanej problematyki³⁹. Na początku autorka wprowadza zwięźle w tajniki dziennikarstwa, a zwłaszcza charakteryzuje wieloaspektowo komunikację, jaką organizują media. Odwołując się do opracowań socjologicznych i medioznawczych, kreśli obraz dziennikarstwa, jego rangi społecznej, stylu funkcjonowania, roli dziennikarzy jako organizatorów i współtwórców komunikacji o wymiarze ogólnospołecznym. Ważnym fragmentem tej części książki jest rozdział poświęcony językowi jako narzędziu pracy dziennikarza.

W dalszej części opracowania badaczka snuje refleksje na temat języka, a także odmian współczesnej polszczyzny. Autorka łączy w swych wywodach rozważania dotyczące podstawowych parametrów zróżnicowań współczesnej polszczyzny, uzupełniając tak skonfigurowaną charakterystykę odmian, z problematyką funkcji komunikacyjnych języka oraz zagadnieniami genologii. Są w tej części książki pewne ograniczenia związane ze stanem badań nad niektórymi odmianami polszczyzny,

³⁹ Zob.: M. T. Lizisowa, *Style funkcjonalne w dziennikarstwie prasowym*, Kielce 2009.

ale samo uświadomienie adeptom dziennikarstwa istnienia omówionych zróżnicowań oraz wskazanie, w jaki sposób i w jakim zakresie będą musieli się z nimi liczyć we własnej pracy redakcyjnej, trzeba uznać za walor opracowania.

W kolejnych partiach książki czytelnik znajdzie oryginalną prezentację obecności poszczególnych stylów funkcjonalnych współczesnej polszczyzny w wypowiedziach prasowych. Autorka nie gubi z pola widzenia żadnego ze stylów funkcjonalnych, gdyż każdy z nich może się pojawić w prasie. Ewidentnie wzmacnia to moją tezę o otwartości stylu komunikatów prasowych (medialnych).

Badaczka umiejętnie łączy w podręczniku rozległe pokłady erudycji z praktyką analityczną, dołączając do grona lingwistów, którzy pokazują, że metodologia językoznawcza jest w badaniu języka prasy – jego funkcjonalnego zróżnicowania w szczególności – niezwykle inspirująca i owocna. W ujednocionej metodologicznie charakterystyce spotykają się w tej książce zagadnienia istoty dziennikarskiej kreatywności, dziennikarskiego operowania słowem potocznym, naukowym, religijnym, urzędowym i prawniczym. Panorama to zaiste imponująca.

Odmienną propozycję ujmowania języka współczesnej prasy zawiera moja książka⁴⁰. Kategorią porządkującą charakterystykę czynię *głosy*, ujmowane jako zbiór zasad i sposobów komunikowania się za pośrednictwem prasy. Głosy są interpretowane jako wypowiedzi (ich zbiory lub fragmenty) ukształtowane pod względem pragmatycznym (co do celów) oraz językowym, a publikowane w prasie tradycyjnej. Komunikację prasową traktuję jako wielość głosów, a więc odnoszę do kategorii *dyskursu*, definiowanego wstępnie jako „całością praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności”⁴¹. Jest on ujmowany polifonicznie i charakteryzowany przez pryzmat kilku pasm komunikacyjnych, czyli typów zachowań językowych (podporządkowanych określonym celom), wyprofilowanych gatunkowo, a zatem zarówno tematycznie, jak i stylistycznie.

Dyskurs prasowy ujmowany globalnie jest utkany z innych dyskursów i ma charakter absorpcyjny. Może bowiem wchłaniać wszelkie inne dyskursy. Wyróżniam przy tym absorpcję przytoczeniową i interpretacyjną. Z pierwszym przypadkiem mamy do czynienia wtedy, gdy prasa prezentuje dyskurs X, reprodukując jego składniki i zachowując ich autonomię. W drugim przypadku dyskurs jest wchłaniany w taki sposób, że nie zachowuje autonomii, lecz podlega różnorodnym (zwykle sprofilowanym

⁴⁰ Zob.: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt.

⁴¹ Tamże, s. 17.

gatunkowo) przekształceniom. Istotę referowanego zagadnienia ujmuję w następujących słowach⁴²:

Jeśli popatrzymy na te zjawiska od strony rezultatów, to dyskurs prasowy będzie się nam jawił jako dyskurs utkany cytatowo lub transformacyjnie z innych dyskursów. W jego ramach da się wyodrębnić zbiór dyskursów X i dyskursów o X. Będzie to dla przykładu dyskurs polityki i dyskurs o polityce, dyskurs religii i dyskurs o religii, dyskurs prawa i dyskurs o prawie, [...] dyskurs nauki (w wersji popularyzatorskiej) i dyskurs o nauce [...]. Dyskurs medialny utkany z innych dyskursów zmienia się w rytmie własnym, ale z uwzględnieniem rytmu przeobrażeń dyskursów absorbowanych [...]. Charakteryzuje go zatem transgresyjność związana z otwieraniem zarówno granic samego dyskursu (co wiąże się z absorpcją oraz ekspansją na inne obszary dyskursywne), jak i granic różnych aspektów (płaszczyzn) dyskursu.

Po scharakteryzowaniu kilku typowych dla współczesnej prasy głosów: 1) wyprofilowanych ze względu na genezę (głosy i odgłosy codzienności; głosy egzotyczne, związane z użyciem gwary ludowej, socjolektów lub składników innych języków); 2) zdeterminowanych funkcjonalnie (głosy prześmiewców, językowych wynalazców, indywidualistów oraz głosy wypełniające luki komunikacyjne) sformułowałam ogólne tezy na temat dyskursu prasowego. Znalazły się wśród nich następujące konstatacje: dyskurs prasowy jest politematyczny, poliintencyjny, odznacza się polipodmiotowością, jest poligatunkowy i polifoniczny⁴³.

Wprowadzając podmiotową perspektywę, mogłam w prezentowanej książce nawiązać do tradycji badań nad językiem prasy, prezentować jego składniki w określonych konfiguracjach komunikacyjnych, weryfikować liczne sądy generalizujące i upraszczające wybrane zagadnienia, pokazywać w nowym świetle istotę i dynamikę przemian komunikacji medialnej, a także, pozostając na gruncie lingwistyki, uwzględniać inspiracje płynące z innych dyscyplin.

Konkludując, stwierdzam, że językoznawca może się znakomicie czuć na medialnym polu badawczym. Nie odzyska już raczej pozycji hegemonna, ale bez trudu zachowa suwerenność owocującą cennymi rozważaniami nad pasjonującą i niełatwą problematyką. Suwerenność pozwala dokonywać autonomicznych wyborów metodologicznych w obrębie własnej dyscypliny oraz ustalać zakresy powiązań z innymi dziedzinami wiedzy. Wszystko wskazuje na to, że w najbliższym czasie do zbioru kategorii interpretacyjnych elastycznie łączonych w różne konfiguracje badawcze na-

⁴² Tamże, s. 21–22.

⁴³ Tamże, s. 183–185.

leżeć będą kategorie *dyskursu*, *gatunku* i ściśle z nimi powiązana kategoria *stylu*. Jako kontekst interpretacyjny funkcjonować będą: *kultura* (zwłaszcza *kultura popularna*, ale także *cyberkultura*), *ponowoczesność* jako formacja myślowa, *konsumpcjonizm* jako dominująca postawa.

Nie oznacza to jednak interpretacyjnej niewoli. Badania językoznawców odnoszące się do mediów nie będą, jak sądzę, ani ograniczane lub spychane na margines medioznawstwa, ani pomijane czy rozumiane stereotypowo. Genologię dziennikarską można będzie wywodzić z genologii literaturoznawczej, ale też obligatoryjnie łączyć z genologią lingwistyczną i/lub modyfikować w związku z koniecznością zajmowania się komunikatami charakterystycznymi dla nowych mediów. Języka mediów nie da się opisywać jednostronnie, lecz trzeba go będzie wpisać w pryzmatycznie kształtowany dyskurs – oczywiście dopóki lingwistyka nie znajdzie innych kategorii interpretacyjnych.

Została proklamowana, o czym już wspominałam, mająca zasięg międzynarodowy nowa lingwistyczna subdyscyplina nazwana *mediolingwistyką*. Zadania tej dyscypliny, jej projektodawca, Bogusław Skowronek⁴⁴ dookreśla w następujący sposób:

W prezentowanym paradygmacie najistotniejsze są pytania, co media „robią” z językiem i komunikacją, w jakim stopniu modelują zachowania komunikacyjne oraz system gramatyczny polszczyzny oraz w jaki sposób, za pomocą jakich [...] środków werbalnych wpływają na konceptualizację rzeczywistości w społeczeństwie. [...] Mediolingwistyczne analizy winny ukazywać i wyjaśniać wieloaspektowe, wzajem warunkujące się uwikłanie systemu językowego, sposobów porozumiewania się oraz zewnętrznych okoliczności ich funkcjonowania. Mediolingwista musi spoglądać na wszelkie realizacje językowe motywowane medialnie w ich „naturalnym” środowisku – w kontekście konkretnego przekaznika, współczesnej wiedzy o mediach oraz tendencji rozwojowych kultury i językoznawstwa.

Jak widać, autor występuje jawnie i wyraziście w roli suwerena.

⁴⁴ B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie...*, dz. cyt., s. 251–252.

Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu

Zbiór parametrów i składników obrazu gatunków prasowych będzie prezentował się nieco inaczej w zależności od przyjętego w opisie punktu widzenia. Wiele składników tego obrazu można precyzyjnie pokazać w trakcie wieloaspektowej charakterystyki immanentnej¹. Da się odtworzyć repertuar gatunków, podstawowe parametry ich różnicowań (kwestie typologiczne), najważniejsze relacje między gatunkami i ich odmianami (porządek stratyfikacyjny, relacje pokrewieństwa, odniesienia de-rywacyjne, relacje partytywne oraz polarne)², scharakteryzować wzorce gatunkowe, ustalając ich status, odtwarzając zbiory wariantów wzorca i dynamikę jego przeobrażeń, zaprezentować zakresy komunikacyjnych modyfikacji wzorca (zob.: uwagi o różnorodnych typach aktualizacji tekstowych: realizacjach i reprezentacjach wzorca oraz okazach, czyli tekstowych indywiduach)³.

Immanentna perspektywa w opisie gatunków prasowych pozwala ponadto precyzyjnie (wręcz drobiazgowo) scharakteryzować poszczególne gatunki z uwzględnieniem czterech aspektów schematów gatunkowych (schematów elastycznych – dodajmy), a więc struktury, tematyki, pragmatyki i stylistyki konkretnych gatunków, a także poszukiwać źródeł ich

¹ Wskażmy podstawowe opracowania, w których ta problematyka była podjęta i rozwijana: Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 143–173; M. Wojtak, *Gatunki prasowe*; tejsze, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych...*, dz. cyt.; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język...*, dz. cyt.

² Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 304–308.

³ Zob.: tamże, s. 309.

dynamiki w zbiorze wariantów wzorca⁴. Najmniej elastyczne są gatunki dysponujące jedynie wzorcami kanonicznymi i ich niewielkimi modyfikacjami alternacyjnymi (na przykład wzmianka lub notatka). Swobodę twórcom oraz większą lekturową satysfakcję czytelnikom zapewniają te gatunki, które wykształciły pełny zbiór wariantów wzorca (dla przykładu można tu wymienić wiadomość, komentarz, felieton, reportaż czy wywiad prasowy) lub należą z natury do tworów adaptacyjnych (klasycznym przykładem jest sylwetka prasowa)⁵.

Entuzjasta takiego ujęcia powie, że charakterystyka jest wystarczająco precyzyjna, wieloaspektowa i atrakcyjna poznawczo. Badacz nastawiony sceptycznie stwierdzi, że taki sposób prezentacji pozostawia jednak pewien niedosyt. Dlaczego? Spróbujmy podążyc tą ścieżką i zapytać, jakie zjawiska obserwowane zarówno na poziomie schematów (wzorców gatunkowych), jak i wykonania, czyli realizacji w konkretnych wypowiedziach umykają uwadze lub nie znajdują zadowalającego wyjaśnienia w analizie immanentnej?

Pierwsza odpowiedź, niemal oczywista, mówi o konieczności uwolnienia gatunku z usztywniającego gorsetu modelowości, ponieważ gatunki prasowe się w tak wyznaczonych ramach nie mieszczą. Ostro taką tezę interpretacyjną formułują badacze, którzy nie dostrzegają polimorficzności wzorców gatunkowych i bogactwa realizacji.

Druga konstatacja też nie będzie przesadnie zaskakująca. Wypowiedzi prasowe (podobnie jak całe mnóstwo innych przekazów) są zanurzone w dyskursie. Trzeba więc w analizach filologicznych zmienić perspektywę opisu na dyskursywną. Trzeba dostrzec zależności kształtu wypowiedzi od parametrów dyskursywnych oraz impulsy (w tym obligacje redakcyjne), jakie płyną z utrwalonych strategii dyskursu. Zmiana perspektywy rodzi nadzieję na poznawczy sukces, na pogłębienie charakterystyki, wyjaśnienie niektórych obserwacji związanych z praktyką komunikacyjną (na przykład rozmywania się granic gatunków, zjawiska intertekstualności czy nawet transtekstualności). Jej wartość w oczach niektórych wzrasta z tego powodu, że jest na polskim gruncie nowinką metodologiczną. Analiza dyskursywna nie zapewnia jednak, jak sądzę, rozwiązania wszystkich problemów czy też wyjaśnienia wszelkich trudności interpretacyjnych. Poznawczy optymizm oraz analityczny zapał studzić mogą przede wszystkim pojęcia zastosowane w procedurach badawczych. Doświad-

⁴ Szerzej na ten temat zob.: M. Wojtak, *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media – status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 362–372.

⁵ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., w różnych miejscach.

czenie analityczne podpowiada mi ponadto, że dzięki wprowadzeniu perspektywy dyskursywnej nie nastąpi rewolucja poznawcza, lecz jedynie przeniesienie akcentów na zjawiska, które w klasycznej już dziś analizie genologicznej, uwzględniającej polimorficzność wzorców gatunkowych (wariant kanoniczny, warianty alternacyjne i adaptacyjne) i wielopłaszczyznowość modeli (aspekt strukturalny, poznawczy, pragmatyczny, stylistyczny), były dostrzegane, ale niedostatecznie mocno uwypuklane.

Wracając do kwestii narzędzi, chcę w tym miejscu przypomnieć, że w humanistyce stale mamy do czynienia z pojęciami, które wymykają się definicjom obejmującym jedynie cechy konieczne i wystarczające. Nie będę się nad tym zagadnieniem zatrzymywać, choć w genologii jest ono zarówno przyczyną jej atrakcyjności, jak i znamieniem istotnych ograniczeń poznawczych⁶. Znane są też reakcje badaczy, którzy albo postulują porzucenie pojęcia, które wymyka się ramom naukowego definiowania (takie opinie wyrażano dla przykładu w odniesieniu do stylu), albo zastosowanie metody profilowania, a więc aspektowego eksplikowania pojęcia, które zwykle nabiera w takiej procedurze stosownej elastyczności, stając się pojęciem przydatnym interpretacyjnie. W opisie dyskursów, gatunków i tekstów też można tę strategię z powodzeniem zastosować⁷.

Aby charakteryzować gatunki prasowe w perspektywie dyskursywnej z nadzieją na odkrycie nowych poznawczych światów, trzeba dookreślić pojęcie dyskursu. Dla uproszczenia nie odtwarzam wszystkich ujęć tej złożonej problematyki, która staje się obecnie trwałym składnikiem świadomości teoretycznej licznego grona filologów⁸.

⁶ Warto wskazać te ujęcia, w ramach których bierze się pod uwagę znaczenie nazwy gatunkowej lub odtwarza potoczne ujmowanie danego gatunku. Zob.: E. Bańkowska, *Esej – projekcja świadomości*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 169–220; A. Mikołajczuk, *Reportaż – uobecnienie prawdy o człowieku i świecie*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko...*, dz. cyt., s. 221–267; H. Wszeborowska, *Felieton – w wyostrzonym obiektywie*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko...*, dz. cyt., s. 268–286; E. Kozłowska, *Recenzja jako forma podwójnego dialogu*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko...*, dz. cyt., s. 287–312; J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia...*, dz. cyt.

⁷ Zob.: M. Wojtak, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 2011, z. 4, s. 69–78.

⁸ Wskażmy jednak opracowania klasyczne, a więc takie, które kształtowały bądź kształtują myślenie filologów o dyskursie: A. Duszak, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa 1998; *Dyskurs jako struktura i proces*, red. T. A. van Dijk, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001; E. Miczka, *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*, Katowice 2002; *Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław 2009; B. Witosz, *Dyskurs i stylistyka...*, dz. cyt., *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010; *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny...*, dz. cyt.

W kilku swoich pracach starałam się już znaleźć dogodną ścieżkę dostępu do problemu, dookreślając w sposób aspektowy dyskurs, charakteryzując pojęcie dyskursu prasowego (a także szerzej medialnego), by w tę perspektywę wpisać przede wszystkim problematykę stylistyczną⁹. W ramach tego szkicu będę zmierzać do uzupełnienia charakterystyki gatunków prasowych o perspektywę dyskursywną (stosownie wymodelowaną).

Dyskurs ujmuję jako całość praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności. Takie potraktowanie zagadnienia pozwala łączyć koncepcję dyskursu jako użycia języka, zdarzenia komunikacyjnego czy też interakcji. Będzie to zatem kategoria prezentująca sposoby zorganizowania ludzkiej aktywności, a więc także praktyki komunikacyjnej takiej wspólnoty, która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści (wizję świata, w tym zwłaszcza system wartości), konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków niewerbalnych).

Dyskurs jest traktowany zatem jako zjawisko wielowymiarowe i dynamiczne, co pozwala w konkretnych analizach uwypuklać jego niektóre aspekty, jeśli to one jawią się jako najważniejsze uwarunkowania kształtu zachowań komunikacyjnych rozpatrywanych w owych analizach. Jest to ważne założenie, ponieważ nie można z pola widzenia tracić zmienności statusu zjawisk dyskursywnych, które, jak dowiedziono, mogą być rozpatrywane na płaszczyźnie abstrakcyjnej (jako składniki wzorca dyskursu) i/lub w sytuacyjnej konkretyzacji¹⁰.

Na potrzeby niniejszego opracowania nie ma konieczności poszerzania charakterystyki dyskursu jako takiego. Przechodzimy zatem do problematyki bardziej wyspecjalizowanej, czyli do kwestii ujmowania dyskursu medialnego (w tym prasowego). Jest on, jak pokazywałam w innych opracowaniach, pryzmatycznie zróżnicowany, ponieważ media pełnią różnorodne funkcje z woli nadawców oraz ze względu na rzeczywiste lub wyimaginowane potrzeby odbiorców. W odniesieniu do prasy mamy do czynienia z tworzeniem interakcyjnego stylu komunikacji (jeśli jest to wersja internetowa, z rzeczywistą interaktywnością)¹¹, który nie oznacza

⁹ Zob.: M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl – dyskurs – media...*, dz. cyt., s. 81–91; teźe, *Dyskurs religijny w mediach. Próba rekonesansu*, [w:] *Dyskurs religijny w mediach*, red. D. Zdunkiewicz-Jedynak, „Teolingwistyka”, t. 8, Tarnów 2010, s. 7–30; teźe, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 13–25, 183–185.

¹⁰ Zob.: E. Miczka, *Kognitywne struktury...*, dz. cyt., s. 93–95.

¹¹ Warto w tym miejscu przypomnieć rolę poczty redakcyjnej, choć brak pewności co do jej kształtu i stopnia autentyzmu.

jedynie dialogowego nastawienia wypowiedzi i aktywizowania odbiorcy, lecz odnosi się do kreowanego w komunikatach prasowych obrazu rzeczywistości, a raczej budowania wspólnoty dyskursywnej, czyli wspólnoty świata. Wizja świata jest kształtowana z punktu widzenia odbiorcy (z uwzględnieniem jego potocznych wyobrażeń i doświadczeń), zgodnie z oczekiwaniami odbiorcy (chodzi przede wszystkim o zakres poruszanych zagadnień), z udziałem odbiorcy (często fingowanym), za pomocą środków językowych znanych odbiorcy, przede wszystkim potocznych, choć zakres otwarcia na różnorodne style wysłowienia jest praktycznie nieograniczony¹².

Dyskurs prasowy funkcjonuje jako proces, a więc zbiór strategii, które realizują nadawcy, by zatrzymać na sobie uwagę odbiorców, zainteresować ich swymi komunikatami, zaintrygować, pozyskać dla określonych idei czy wartości, rozbawić – jednym słowem zająć sobą. Bardziej szczegółowo ujmowane strategie obejmują: 1) fragmentaryzację zdarzeń, a więc ich przedstawianie jako zjawisk osobnych, oderwanych od kontekstu społecznego; 2) konkretyzację (zdarzenia jako splot działań możliwych do interpretacji bez odwołań do modeli); 3) personalizację, w tym stopniu wielowymiarową, że w ramach tego szkicu na razie jedynie zasygnalizowaną; 4) sensacjonizm, czyli eksponowanie szokujących składników zdarzeń¹³. Nie wszystkie z tych strategii znajdują odzwierciedlenie w konkretnych komunikatach ze względu na polaryzację prasy (terytorialną, społeczną, problemową itd.).

Interpretując różnorodne znamiona współczesnego dyskursu medialnego (w tym prasowego), nie mogą pominąć faktu jego zakorzenienia w kulturze popularnej, która mediom przyznaje ogromną rolę w kształtowaniu relacji społecznych. To w ramach tej kultury wyraźnie rysują się przewartościowania w sferze tematycznej i funkcjonalnej dyskursu medialnego (zob.: dowartościowanie formy, zewnętrznego wyglądu, a obniżenie wartości sensu; dominację żartu nad poważną refleksją). To w jej ramach uwidacznia się kryzys wiary w rozum oraz odrzucenie teorii uniwersalnych na rzecz eklektyzmu, subiektywizmu i indywidualizmu. To w jej ramach można wytłumaczyć nierespektowanie reguł gatunkowych, uznawanie dziennikarskiego obiektywizmu za konwencję, eksponowanie gier językowych i dowartościowanie osobowości dziennikarza¹⁴.

¹² Szerzej na ten temat: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, s. 115–128.

¹³ Zob.: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes...*, dz. cyt., s. 254.

¹⁴ Tamże, s. 396–398. Zob. ponadto: *Media studies. Refleksje nad stanem obecnym*, red. K. Stępnik, M. Rajewski, Lublin 2008.

Uogólniając dotychczasowe wywody, zwracam uwagę na to, że dyskurs prasowy jest zarazem monotematyczny (w wybranych pismach o określonym profilu) i politematyczny (nie tylko w pismach ogólnych czy opiniotwórczych). Dziedzina ontologiczna dyskursu rysuje się jako zapośredniczona i wykreowana w sposób typowy dla mediów, a więc w perspektywie wybranej przez medialnego nadawcę, ze zmiennymi odniesieniami do rzeczywistości. Nie zawsze bowiem fakty stanowią podstawę wizji świata, lecz ich interpretacja nastawiona, jak wspominałam, na budowanie wspólnoty z odbiorcą. W zbiorze funkcji następują znamienne przetasowania. Nie można jednak formułować na ten temat zbyt daleko idących uogólnień, gdyż istnieje niebezpieczeństwo, że staną się one uproszczeniami. Konfiguracja funkcji pozostaje zasadniczo stała (informowanie, interpretacja, kumulacja wiedzy, mobilizacja i rozrywka)¹⁵, zmieniają się ich układy w poszczególnych typach prasy (lub nawet konkretnym tytule), obowiązuje zasada synkretyzmu w sposobie wyrażania owych funkcji. Relacje nadawczo-odbiorcze nabierają charakteru zwrotnego i partnerskiego, choć często w prasie jest to jedynie dyskursywna gra. Składnikami tej gry stają się chwytły sprzyjające modyfikowaniu takich parametrów sytuacji, jak miejsce i czas. Interakcyjny styl komunikacji zakłada sugerowanie scenariuszy typowych dla komunikacji tu i teraz, bezpośrednio, opartej na rozmowie, a więc także personalizowanej.

Warto w tym miejscu przypomnieć, że dziedzina aksjologiczna dyskursu jest zmienna i bogata. Dominuje hedonizm i rozrywka, ale pojawiają się też wartości wyższe nie tylko w prasie nazywanej opiniotwórczą czy w prasie religijnej¹⁶. Zbiór praktyk komunikacyjnych tworzących współczesny dyskurs prasowy układa się w pasmo antynomii oraz paradoksów¹⁷.

Na tym osobliwości rozpatrywanego dyskursu się nie kończą. Za jego najważniejszy wyróżnik uznaję absorpcyjny charakter. Dyskurs prasowy jest otwarty wielokierunkowo na inne dyskursy i dyskursy owe wchłania, czyniąc je przedmiotem prezentacji, a więc także źródłem tematyki, form przekazu i językowych środków. Obserwując media, w tym prasę, dostrzec musimy wielość filtrów komunikacyjnych oraz zmienność ich konfiguracji w przypadku zdarzeń komunikacyjnych (dyskursów szczegółowych), takich jak określone wydanie gazety czy konkretna publikacja.

Poczynione przeze mnie dotychczas obserwacje sprzyjają wysnuwaniu

¹⁵ Zob.: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia...*, dz. cyt.

¹⁶ Pomijam kontrowersje wokół terminu. Zob.: S. Dziki, *Prasa wyznaniowa*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej...*, dz. cyt., s. 156.

¹⁷ Charakteryzuję je szerzej w książce *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt., zob.: zwłaszcza uwagi syntetyzujące – s. 183–185.

hipotezy, że w prasie absorpcja przebiega zasadniczo na dwa sposoby. Można więc mówić o absorpcji przytoczeniowej, gdy gazeta funkcjonuje jako medium i przekaźnik, stając się formą prezentacji dyskursu X (lub jego wybranych składników). Prasa ułatwia bowiem, jak wiadomo, kontakt z różnymi dyskursami. W tego rodzaju absorpcji zachowana jest tożsamość dyskursu X we wszystkich aspektach (tematycznym, ontologicznym, funkcjonalnym itd.), choć prezentacja ma zmienne zakresy. Reprodukacja składników dyskursu X jako samodzielnych komunikatów to pierwszy przejaw tego typu absorpcji. Kolejnym jest przytaczanie określonych komponentów obcego dyskursu w ramach przekazu prasowego w formie tzw. „głosów dopuszczonych” (wypowiedzi uczestników relacjonowanych zdarzeń lub cytatów z dokumentów). Na poziomie wzorców gatunkowych oraz konkretnych komunikacyjnych wykonań oznacza to stosowanie zasady zmiany punktów widzenia (zderzenia różnych punktów widzenia) we wszystkich typach przekazu, a nie jedynie w reportażu. Zadanie scalania wizji świata (lub też uleganie sugestywności jednego z ujęć) należy do odbiorcy. W ten sposób (między innymi!) realizuje się we współczesnej prasie dziennikarski obiektywizm.

Drugi typ absorpcji nazywam interpretacyjnym, ponieważ dyskurs X nie zachowuje wtedy pełnej autonomii, a prasa w istotnym stopniu go przekształca. Aspekt tematyczny jest medialnie wyprofilowany, następuje selekcja tematów szczegółowych i ich prezentacja z określonej perspektywy. Zachowane są elementarne intencje typowe dla dyskursu medialnego, a w nie dopiero wpisuje się intencje dyskursu X. Często się po prostu o nich powiadamia, nazywając illokucje podmiotu dyskursu X. Są one jednak także modyfikowane, prezentowane w konwencji rozrywkowej lub w inny sposób reinterretowane. Filtrem komunikacyjnym staje się w tym przypadku najczęściej gatunek. W medialnym kalejdoskopie następują zmiany układu różnorodnych składników tak absorbowanego dyskursu. Na poziomie konkretnych zdarzeń komunikacyjnych przedstawione typy absorpcji mogą się kumulować – zgodnie z konwencjami gatunkowymi lub wbrew tym konwencjom.

Jeśli popatrzymy na te zjawiska od strony rezultatów, to dyskurs prasowy będzie się nam jawił jako dyskurs utkany cytatowo lub transformacyjnie z innych dyskursów. W jego ramach da się wyodrębnić zbiór dyskursów X i dyskursów o X. Będzie to dla przykładu dyskurs polityki i dyskurs o polityce, dyskurs religii i dyskurs o religii, dyskurs prawa i dyskurs o prawie, dyskurs biznesu (często przez filtr prawny zapośredniczony) i dyskurs o biznesie, dyskurs nauki (w wersji popularyzatorskiej z reguły) i dyskurs

o nauce, dyskurs literatury (szerzej kultury) i dyskurs o literaturze itd.¹⁸ Dyskurs prasowy utkany z innych dyskursów zmienia się w rytmie własnym, ale z uwzględnieniem przeobrażeń absorbowanych dyskursów. Charakteryzuje go transgresyjność związana z otwieraniem granic samego dyskursu (co wiąże się z absorpcją oraz ekspansją na inne obszary dyskursywne), a także granic różnych aspektów (płaszczyzn) dyskursu.

Co to wszystko oznacza dla gatunków budujących dyskurs prasowy? Pierwsza odpowiedź (dość często formułowana) jest stosunkowo prosta. Gatunki prasowe zanikają, rozmywają się, stają się analitycznie niepochwytne. Czy obserwacja praktyk dyskursywnych może jednak tę odpowiedź zmodyfikować? Czy gatunki rzeczywiście się rozmywają, czy też jest to jedynie wrażenie odbiorcy, który ulega czarowi stosowanych przez dziennikarzy strategii dyskursywnych? W jakim stopniu, za pośrednictwem jakich parametrów gatunki uczestniczą w transgresyjności dyskursu? Co w nich płynie, a co pozostaje względnie stałe?

O tym, że wzorce gatunków prasowych są elastyczne, była już mowa. Warto w kontekście snuty obecnie refleksji zastanowić się nad przejawami i granicami owej elastyczności.

Nośnikami dyskursywnej otwartości stają się przede wszystkim trzy aspekty wzorca, a więc jego płaszczyzna tematyczna, obejmująca zarówno wybór podejmowanej problematyki, jak i sposobu jej przedstawienia, płaszczyzna pragmatyczna, łączona z celami komunikacyjnymi i budowaniem relacji nadawczo-odbiorczych, oraz płaszczyzna stylistyczna, izomorficzna w stosunku do wymienionych, a więc niejednorodna¹⁹.

Dlaczego zatem gatunki się nie rozpadają, lecz sprawiają jedynie wrażenie trudnych do jednoznacznej identyfikacji? Ponieważ na mocy tradycji są zamykane w pojemnikach o trwałej formie. Aspekt strukturalny wzorca jest płaszczyzną spajającą gatunki. Nie jest to jednak gorset czy tekstowa matryca. Morfologia tekstów prasowych obejmuje trzy składniki, które można rozbudowywać, uwzględniać w komplecie lub redukować. Stwarza to możliwość gospodarowania formułami kompozycyjnymi przypisanymi do pojedynczych gatunków lub formułami wędrownymi. Grupę pierwszą stanowią kombinacje tytułu i korpusu (czyli tekstu głównego). Pojedynczy tytuł i jednoakapitowy korpus tworzą wzmiankę, tytuł złożony, poprzedzający kilkuakapitowy korpus, jest charakterystyczny dla notatki. Trójskładnikowa struktura obejmująca tytuł (pojedynczy lub

¹⁸ Szerzej na ten temat ze wskazaniem źródeł inspiracji: M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego...*, dz. cyt., s. 86; teźże, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt., s. 13–25.

¹⁹ O antynomicznych parach cech, tworzących ów styl, zob.: M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego...*, dz. cyt., s. 89–90, a także teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 311–313.

łożony), lid (pierwszy wyróżniony graficznie akapit) i kilkuakapitowy korpus może stać się pojemnikiem dla wielu gatunków. Wędruje zarówno po krainie informacji, jak i publicystyki oraz strefach mieszanych, stając się często przyczyną nieporozumień w kwestii zaliczenia konkretnego przekazu do modelu gatunkowego. Od tego już tylko krok do stwierdzenia, że gatunki się rozmyły. Jest ono przejawem mylenia bogactwa okazów tekstowych z unormowaniami na poziomie modelu.

Spróbujmy istotę wspomnianych zjawisk zamknąć w analizie dyskursywnej, która czyni z gatunku filtr komunikacyjny. Pojemnik strukturalny jest więc wypełniany stosownie pokazaną treścią (zgodnie z zasadą zderzania różnych punktów widzenia), po to, aby czytelnika przede wszystkim zaskoczyć. Podstawową techniką redakcyjną, odpowiadającą postawie prasowego nadawcy, staje się koncept. Po stronie semantycznej oznacza wybór egzotycznej tematyki lub oryginalnej wizji znanych problemów. Po stronie pragmatycznej takie przedstawienie, aby czytelnik mógł czuć się dowartościowany i usatysfakcjonowany (stąd często ekspozowana gra między znanym i nowym, błahym i poważnym, ogólnym i wyspecjalizowanym), by był swoim wśród swoich. Po stronie stylistycznej zaś dobór formy przekazu (w tym konceptów strukturalnych lub wolnych – do niedawna stosowanych jedynie w felietonistyce), by owa forma albo była kopią wysłowienia dostępnego zakładanemu odbiorcy, albo całkowicie go zaskakiwała, dając satysfakcję z obcowania z czymś niebanalnym. W każdym przypadku istotne jest odczucie satysfakcji.

Należy przy tym pamiętać, że homogenizacja dyskursu prasowego ma granice, a czytelnicze oczekiwania też nie przybrały kształtu stalaktytu. Na rynku prasowym ścierają się tendencje egalitarnego traktowania odbiorców z dążeniem do elitarności. Liczba filtrów komunikacyjnych jest jednak tak duża, że nie zamknie się zjawiska dyskursywnych oddziaływań na kształt wypowiedzi prasowych w kilku interpretacyjnych formułach uogólniających. Nadawca takich komunikatów dość często jawi się jako sztukmistrz, prestidigitator, odbiorca zaś występuje nie tylko w roli zadowolonego konsumenta, ale też współtwórcy i uczestnika medialnego świata. Konceptyzm jako postawa wobec prezentowanego świata (związana z zamysłem prezentacji, z tym, co wybrać do przedstawienia oraz z jakiego punktu widzenia tej prezentacji dokonać), a także technika redakcyjna staje się trwałym składnikiem wzorców gatunkowych wszelkich gatunków prasowych, owocując na poziomie wykonania komunikacyjnego istną feerią konkretyzacji.

Czas zająć się przedstawieniem chociaż jednego konkretnego przypadku. Wiele interesujących okazów tekstowych już scharakteryzowałam. Sięgnę więc na użytek tego szkicu po wypowiedź inwencyjną pod każ-

dym możliwym względem. Chodzi o tekst Magdy Piekarskiej zatytułowany *Bufetowe wymiatają* („Gazeta Wyborcza”, 17. 11. 2010).

Struktura tekstu, którą świadomy odbiorca może potraktować jako sygnał obcowania z wypowiedzią z kręgu wiadomości, jest pojemnikiem standardowym co do liczby komponentów, lecz nietypowym pod względem redakcyjnym. Pojedynczy tytuł funkcjonuje jako zagadka, mimo że nie zawiera zaskakujących sformułowań²⁰. *Bufetowa* to kobieta obsługująca klientów w bufecie, a więc miejscu, w którym można kupić i zjeść jakieś nieskomplikowane danie. *Wymiatać*, czyli usuwać, można kurz lub śmieci, ale też, co w tym przypadku równie ważne, coś lub ktoś może wymieść ludzi, powodując ich usunięcie z jakiegoś miejsca.

Co się zatem kryje w tym nieskomplikowanym zdaniu? Czytelnik funkcjonujący jako skaner próbuje szukać odpowiedzi w lidzie oraz śródtytułach, gdyż są to wyróżnione graficznie i narzucające się jego uwadze segmenty tekstu. Efektowny lid (zaliczyć go można do klasy lidów anegdotycznych lub lidów z trzaskiem)²¹ niewiele wyjaśnia, choć interpretację ukierunkowuje. Oto ów enigmatyczny fragment tekstu:

[1] – **Jesteśmy z BOR-u** – przedstawili się krzepcy panowie, którzy ochraniali Dalajlamę we Wrocławiu.

– **A my z lasu** – prychnęły zza lady Henia i Helenka, mrużąc podmalowane oczy.

Także śródtytuły trzeba uznać za intrygujące, ale ich moc wyjaśniająca przez to nie wzrasta. Ponieważ autorka przytoczyła kilka analogicznie zredagowanych segmentów, można się domyślać, że są to wpisy do książki życzeń i zażaleń. Mają bowiem formę krótkiej skargi z formułą identyfikującą nieprecyzyjnie nadawcę lub są tej formuły pozbawione. Warto je już w tym miejscu zaprezentować:

[2] Niesamowicie ordynarna obsługa Ewa,

[3] Bufetowe rasowe Ewa i Michał,

[4] Ale chamstwo, człowiek od razu lepiej się czuje (brak podpisu),

[5] A gdzie parówkowa i mortadela? Proszę o rozpatrzenie mojej skargi przez kierownika sklepu (brak podpisu),

²⁰ O różnorodnych grach w tytułach tekstów prasowych zob. m.in.: M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych...*, dz. cyt., s. 17–22.

²¹ Tamże, s. 22–28.

[6] Matko Boska, ale obsługa! Darło się to na mnie, jakby z ORMO było Kwiat,

[7] Niesympatyczne bufetowe!!! Proszę kierownika o interwencję i odpowiedź (brak podpisu).

W samym korpusie informacje są dawkowane i podawane stopniowo w subiektywnym porządku. Tekst jest bowiem sprawozdaniem ze sposobu funkcjonowania wystawy „Solidarny Wrocław”. Przy czym podstawowe informacje na ten temat pojawiają się zasadniczo na końcu, choć czytelnik może część informacji zaczerpnąć też z następującego podpisu pod zdjęciem:

[8] Bufetowe z wystawy „Solidarny Wrocław” są przebojem ekspozycji na placu Społecznym.

Sprawozdawcza narracja jest ukształtowana na modłę relacji naoczniego świadka zdarzenia, które go zaskakuje, a nawet przeraża. Niespodzianką jest bufet zamiast kasy biletowej i bufetowe, które naśladują styl bycia kobiet odgrywających analogiczną rolę w różnorodnych placówkach gastronomicznych w czasach PRL. Koloryt lokalny jest odtwarzany za pośrednictwem stosownej scenografii, której składnikami najważniejszymi są *dramatis persone* – studentki grające rolę bufetowych. Autorka ubarwia relację, wprowadzając zaskakujące zwroty akcji, włączając scenariusz wystawy w sprawozdanie o tym wydarzeniu. Porządek inscenizacyjny jest na linii tekstu zderzany ze sprawozdawczym.

W porządku inscenizacyjnym mieszczą się krótkie opisy scenerii oraz samych bohaterów w konfrontacji z osobami zwiedzającymi. Narracja reporterska miesza się tu z mową studentek w roli bufetowych. Zderzaniu punktów widzenia sprzyjają (opisywane lub przytaczane) wypowiedzi zwiedzających, wspomniane już skargi, reakcje samych dziewcząt w ramach inscenizacji oraz w rozmowie z reporterką. Zmienia się dzięki temu tonacja przekazu, urozmaica kształt formalny (podział na segmenty sygnowane nietypowymi tytułami jest skrzyżowany z segmentacją tematyczną). Obowiązuje zasada przeskoków tematycznych i mieszania płaszczyzn komunikacyjnych. Sprawozdaniu z bieżących wypadków towarzyszy opowiadanie epizodów, których dziennikarka nie widziała. Pojawiają się refleksje na temat sposobów zdobywania kompetencji umożliwiających tak sugestywną inscenizację oraz poszukiwanie sytuacji analogicznych we współczesnym świecie.

Zacytujmy dla przykładu fragmenty ilustrujące te obserwacje:

[9] Na ścianie nad bufetem plakat: „Nie zaczynaj dnia od szklanki octu”. A za ladą bufetowa kwaśna jak cytryna.

– Dzień dobry, do mnie pofatygują się. Czego potrzeba im? – ryczy od wejścia.
 – Dwa bilety? 10 zł. A pieniądze gdzie kładzie? Bezbożnica jedna! Na taćę!!!
 Jeszcze się nie nauczyła? No już, pospieszy się. Zabiera się i idzie!
 Krystyna (po godzinach absolwentka wrocławskiej szkoły teatralnej: oczy zapackane wściekłą zielenią i błękitem, różowa szminka, opaska na włosach i fartuszek) potrafi na zawołanie wyjść z roli: – Ja tu jestem nowa, tłumaczy już całkowicie aksamitnym głosem. – Dziewczyny, które pracowały tu we wrześniu, zaczęły zajęcia w szkole. Obiecały, że znajdą kompetentne osoby. Obyło się bez castingu – umiem huknąć na klienta. Inspiracje? Ja mam to we krwi. Oczywiście tamtych czasów nie mogę pamiętać, ale wystarczyło mi powiedzieć „peerelowska bufetowa” i wiedziałam, o co chodzi.

[10] Dla VIP-ów nie ma taryfy ulgowej. Przeciwnie – znana twarz oznacza, że trzeba odrzucić skrupuły i jechać naprawdę ostro. – Takie dostałyśmy instrukcje, tak robimy i to działa – tłumaczą bufetowe.

Andżelika Borys, szefowa Związku Polaków na Białorusi była zszokowana. – Skąd żeście wzięli takie ruskie baby! – dziwiła się, zanim zrozumiała, że to żart. [...]

A prezydent Wrocławia Rafał Dutkiewicz, najczęstszy gość wystawy, za każdym razem słyszy: „O Boże, a ten znowu! Zamieszkać tu chce czy się zakochał? A idzie mi stąd!”

[11] Ojcem sukcesu bufetowych jest artysta Marek Stanielewicz, który zaprojektował wystawę. – Wiedziałem, że bez wyrazistej obsługi to nie zadziała – opowiada. – Musiał być ktoś z charakterem na dzień dobry. [...]

Gdzie tkwi tajemnica tej doskonałej zgodności prawdy o PRL-owskiej knajpianej rzeczywistości z kreacją?

– Nasłuchaliśmy się opowieści dziadków, rodziców, naoglądaliśmy filmów – przyznają bufetowe. Ale czerpią też inspiracje z życia. Bo nie jest tak, że wredota zza lady to relikwiarz przeszłości. [...]

Henia opowiada, jak w rodzinnym Lubaczowie mama wysłała ją do zaprzyjawnionego ośrodka zdrowia. Miała się na nią powołać. – Wchodzę i słyszę od razu: „Na korytarz, nie ma miejsc, już nie przyjmujemy!”. Na co ja nieśmiało, że od pani Król. I nagle metamorfoza: w ułamku sekundy na twarzy pojawia się szeroki uśmiech, a głos opływa słodyczą: „Justynka!”. Za chwilę drzwi się otwierają – kolejny pacjent. I powrót do roli: „Nie! Wyjść! Nie ma! Nie będzie”. I znowu do mnie: „I jak tam, Justynko, co w szkółce?”.

[12] Bufetowym zdarzało się słyszeć, że tak naprawdę to było o wiele gorzej, że muszą być ostrzejsze, ale z drugiej strony też – że zachowują się okropnie, a za PRL-u wcale nie było tak źle. Najczęściej wita je zdumienie: „Boże, to wy naprawdę takie jesteście? Czy was ktoś zahibernował i odmroził?”. W pamiętkowej księdze zachwyty przeplatają się z utyskiwaniem na ordynarną obsługę. Ale wszyscy są zdania, że „bufetowe wymiatają” – jak napisał jeden z gości.

Prezentacja jest dowcipna i sugestywna ze względu na zmiany punktów widzenia i nieoczekiwane ich zderzenie. Na poziomie stylistycznym dominuje wielogłosowość motywowana absorpcyjnym charakterem przekazu. Absorpcja przytoczeniowa łączy się tu i miesza z interpretacyjną. Trudno zatem mówić o dominancie stylistycznej. Uwyrażnia się synkretyzm, w ramach którego kontrastowe zestawienia form o zróżnicowanej genezie stylistycznej służą do prześmiewczego lub tylko dowcipnego kreowania wizji prezentowanych zdarzeń. Mamy do czynienia z opartą na koncepcie prezentacją rzeczywistości granej, inscenizowanej, a więc dyskursywnie złożonej, wielopoziomowej. A gatunek? Jest oczywiście i można go rozpoznać. Analizowany tekst mieści się bez wątpliwości w kręgu inwencyjnie zredagowanego reportażu problemowego. Jest tekstowym okazem²².

* * *

Relacje między prasowym dyskursem a wypełniającymi go gatunkami mają charakter odniesień wzajemnych. Gatunki bronią swej tożsamości przede wszystkim na poziomie strukturalnym, oznaczając we wzorcach granice możliwych transformacji w tym zakresie. Dyskurs je rozsądza na poziomie tematycznym, pragmatycznym i stylistycznym, czyniąc z nich sprawne, często oryginalne, narzędzia kreowania wizji świata i perswazyjnych oddziaływań. Podstawowe parametry dyskursu mieszczą się jednak w ramach analizy, która uwzględnia wariantywność samych wzorców, a zwłaszcza zakresy alternacji i adaptacji gatunkowych.

Jakie stąd płyną obligacje dla odpowiedzialnego badacza prasy, a więc takiego, który nie goni za nowinkami po to, by gonitwę odbyć, ani nie pragnie za wszelką cenę zostać naukowym imperialistą? Dostrzeżenie walorów obu typów analiz, a więc zarówno analizy immanentnej, jak i dyskursywnej. Gotowość dokonywania zmiany punktów widzenia i perspektyw badawczych w zależności od stawianych sobie celów. Konkretne gatunki (oraz reprezentujące je teksty), a także ich zespoły można badać na kilka sposobów. Ogólna prawidłowość rysuje się następująco: dla gatunków ustabilizowanych wystarczająca jest perspektywa immanentna jako punkt wyjścia (przecież w aspekcie poznawczym i pragmatycznym i tak się mieszczą podstawowe parametry dyskursu), w odniesieniu do gatunków, które płyną, większe możliwości stwarza analiza dyskursywna

²² O tekstowych aktualizacjach, realizacjach i okazach gatunków zob.: M. Wojtak, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. II, *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2004, s. 29–39.

(przecież w aspekcie strukturalnym da się zmieścić opis stabilizujących je konturów formalnych). Dojrzałych analiz nie da się przeprowadzić, wybierając jedną drogę badawczą, nawet jeśli jawić się ona będzie badaczowi jako poznawcza autostrada.

Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych

Brak w tytule artykułu określeń w rodzaju *styl publicystyczny*, *styl dziennikarski*, *styl publicystyczno-dziennikarski* czy *informacyjno-publicystyczny* nie oznacza, że odcinam się od tradycji lub próbuję negować zasadność wyodrębniania tej kategorii stylistycznej. Znalazłabym wprawdzie zwolenników tezy, że styl ów roztapia się w innych stylowych odmianach języka¹, a także badaczy postrzegających status tego wariantu polszczyzny w innych kategoriach², nie odrzucam jednak tej dystynkcji. Porządek stratyfikacyjny (obejmujący odmiany językowe i hierarchiczne relacje między nimi) „nie przystaje już – jak zauważa Stanisław Gajda – do dynamicznie się rozwijającej rzeczywistości komunikacyjno-językowej”³, ale pozwala w makroskali tłumaczyć i ujmować różnorodne zjawiska językowe, także w odniesieniu do prasy (czy szerzej mediów). Zagadnienia te powrócą w dalszej części opracowania⁴.

Określenie *stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych* w najbardziej precyzyjny sposób oddaje mój punkt widzenia i stosowaną w tym opracowaniu opcję metodologiczną. Jest to opcja w pewnym sensie już nienowa zarówno w moich dociekaniach, jak i w obszarze nurtu badawczego, któ-

¹ Zob.: A. Wilkoń, *Typologia odmian współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000, s. 48: „Eliminuję tu – pisze autor – np. język (styl) publicystyczny, gdyż może on stanowić gatunkową postać języka artystycznego (np. esej, felieton, recenzja) lub formę języka oficjalnego (wywiad, komentarz, omówienie wydarzeń)”.

² Zob.: W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 10; tegoż, *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002, s. 109–112; S. Gajda, *Media – stylowy tygiel...*, dz. cyt., s. 19–24.

³ S. Gajda, *Media – stylowy tygiel...*, dz. cyt., s. 21.

⁴ Zob. też: M. Wojtak, *Przejawy sztuki stylizatorskiej w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, [w:] *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XIII, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Poznań 2004, s. 29–30.

ry chcę reprezentować, mieszczącego się w ramach stylistyki lingwistycznej zorientowanej genologicznie.

Sformułowałam niegdyś postulat, by na piętro gatunkowe przenieść punkt ciężkości analiz stylistycznych⁵, w związku z tym, że genologia w wydaniu lingwistycznym krzepnie i doskonali metody badawcze, zwłaszcza kolejne obszary eksploracji, obiecując nowe możliwości zarówno w zakresie formułowania problemów, jak i ich satysfakcjonującego rozwiązywania. W wielu obszarach dyskursu, w tym w dyskursie medialnym czy wężziej – prasowym, największe i najciekawsze zmiany następują właśnie w sferze gatunkowego ukształtowania.

Przeprowadzone przeze mnie analizy bogatego materiału, a więc większości gatunków prasowych z uwzględnieniem ich wzorców gatunkowych, a także najróżniejszych tekstowych realizacji, ujawniają skomplikowaną, bo paradoksalną naturę zarówno owych tekstów, jak i wzorców, a zatem także ich stylu⁶.

Heterogeniczność stylu publicystycznego i dziennikarskiego dostrzegli autorzy *Stylistyki polskiej*. W tym opracowaniu wewnętrzne napięcia w obrębie stylu dziennikarskiego, traktowanego jako styl funkcjonalny, były przedstawiane jako obszary i formy pokrewieństwa z innymi stylami funkcjonalnymi oraz wiązane z możliwością użycia środków stylistycznych typowych dla innych stylów. Za wspólne ze stylem potocznym autorzy uznają: używanie wyrażeń i zwrotów idiomatycznych, wyrazów i wyrażeń o silnym zabarwieniu uczuciowym, posługiwanie się konkretną metaforą, a także skrótowymi konstrukcjami słowotwórczymi oraz strukturami syntaktycznymi sprzyjającymi ekonomii wysłowienia. Pokrewieństwa ze stylem artystycznym dopatrują się w obecności analogicznych środków stylistycznych, a zwłaszcza w bogactwie leksykalnym. Wśród cech specyficznych stylu dziennikarskiego umieszczają zaś: „używanie wszelkiego rodzaju skrótów” oraz „skłonność do utartych formuł i szablonów stylistycznych”⁷.

⁵ Zob.: M. Wojtak, *Stylistyka a pragmatyka – stan i perspektywy w stylistyce polskiej*, „Stylistyka” 1998, t. VII, s. 374. Analogiczne myśli i postulaty, choć sformułowane w innych kontekstach problemowych, znajdujemy w artykule S. Gajdy, *Media – stylowy tygiel...*, dz. cyt., s. 24–27.

⁶ Zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 53–67; teźże, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Łódź 2002, s. 372–386; teźże, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 35–52; teźże, *Potoczność w tekstach prasowych*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 323–334.

⁷ H. Kurkowska, S. Skorupka, *Stylistyka polska. Zarys*, wydanie V, Warszawa 2001, s. 287–288. Dynamika przemian samych mediów, a także przewrót metodologiczny w stylistyce to czynniki, które nie pozwalają tej charakterystyki uznać za obecnie precyzyjną.

Uwzględniając perspektywę genologiczną, chciałabym w przedstawianym opracowaniu niejednorodność stylistyczną tekstów prasowych pokazać w nieco innym świetle niż twórcy wspomnianego, klasycznego już, opracowania z zakresu stylistyki. Przywołam na wstępie zastosowaną przez Stanisława Gajdę metaforę *tygla stylistycznego*, która, jak zaznacza autor, „zwraca uwagę na procesualne współwystępowanie różnorodnych elementów, na ich dynamiczne spotkanie, zderzanie oraz wręcz chaotyczne mieszanie się”⁸. Metafora tygla bardzo dobrze przystaje do prasowej rzeczywistości stylistycznej. Wymaga jednak drobnego uzupełnienia i modyfikacji semantycznej. Mieszanie się nie jest do końca przypadkowe i chaotyczne, choć dziennikarze bardzo się starają o to, by stwarzać wrażenie swobody w doborze środków i nieograniczonej wprost kreatywności. Walery Pisarek pokazuje, że tendencje owe mogą mieć manieryczny wręcz charakter i nazywa je *filologozą*, czyli przesadną skłonnością do asocjacji literackich, bądź *reklamozą*, która polega na nadużywaniu środków i asocjacji reklamowych⁹.

Zanim rozwinę wątek heterogeniczności stylu tekstów prasowych, jeszcze kilka uwag natury ogólnej. W gronie stylistyków panuje zasadniczo zgoda co do tego, że styl jest pojęciem polimorficznym i nie da się go zamknąć w jednej formule eksplikacyjnej. Mając to na uwadze, będę w przedstawianym opracowaniu odwoływać się do zastosowanego w stylistyce przez Teresę Skubalankę pojęcia konkretyzacji¹⁰. Pozwala ono traktować styl elastycznie i wariantywnie, a na użytek niniejszych rozważań przyjąć następujące uporządkowanie pojęć: styl tekstów prasowych, jako zjawisko najbardziej abstrakcyjne, styl określonego gatunku wypowiedzi prasowej (gatunku ujmowanego jako wzorzec), styl odmiany gatunkowej (lub bardziej konkretnych wariantów gatunku), styl określonej wypowiedzi zawierającej czytelne dla odbiorcy sygnały przynależności gatunkowej. Nie będę zatem stosowała znanej procedury polegającej na odtwarzaniu konfiguracji cech stylu typowego (w tym przypadku publicystycznego czy dziennikarskiego) i poszukiwaniu językowych wykładników cech. Punktem wyjścia czynię gatunkową dyferencjację wypowiedzi reprezentujących wspomniany styl.

⁸ S. Gajda, *Media – stylowy tygiel...*, dz. cyt., s. 20.

⁹ W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku...*, dz. cyt., s. 14.

¹⁰ Autorka przedstawia i rozwija wspomniane koncepcje w kilku rozprawach – zob.: T. Skubalanka, *Założenia analizy stylistycznej*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków 1976; teże, *Historyczna stylistyka języka polskiego*, Wrocław 1984, s. 12–13; teże, *O stylu poetyckim i innych stylach języka. Studia i szkice teoretyczne*, Lublin 1995, s. 72–89; teże, *Podstawy analizy stylistycznej. Rozważania o metodzie*, Lublin 2001, s. 27.

Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych można zinterpretować odpowiedzialnie, gdy uwzględni się złożony charakter relacji między gatunkami. W moim przekonaniu relacji tych nie da się przedstawić bez zmiany perspektywy oglądu.

Można zatem ustanawiać porządek stratyfikacyjny z kategorią piśmiennictwa prasowego jako hiperrodzajową, dwoma podstawowymi rodzajami tego piśmiennictwa: informacyjnym i publicystycznym, płaszczyzną gatunkową, poziomem odmian gatunkowych i subodmian¹¹. Nie wszystkie piętra tak ujmowanego uporządkowania byłyby wypełnione w odniesieniu do konkretnych gatunków, a w przypadku niektórych, szczególnie zróżnicowanych, można dodać jeszcze jeden szczebel w stratyfikacyjnej drabinie, wydzielając pododmiany pododmian.

Wzmianka prasowa dla przykładu jest gatunkiem informacyjnym. Wykształciła dwie zasadnicze odmiany: wzmiankę autonomiczną i seryjną. W obrębie owych odmian czytelnie i wyraźnie wyodrębniają się pododmiany: wzmianka (autonomiczna lub seryjna) z dominantą informacyjną lub publicystyczną¹².

Zapowiedź z kolei jest także sytuowana w grupie gatunków informacyjnych i zgodnie z moimi ustaleniami wykształciła dwie zasadnicze odmiany: zapowiedź autonomiczną i zapowiedź spokrewnioną z innymi gatunkami dziennikarskimi, a więc nieautonomiczną. Wśród pododmian zapowiedzi autonomicznej można wyodrębnić: zapowiedzi pojedyncze i seryjne, a w grupie zapowiedzi spokrewnionych z innymi gatunkami: zapowiedzi w formie wzmianki, notatki, wiadomości, komentarza itd. (praktycznie każdy z gatunków prasowych po odpowiednich przekształceniach może pełnić funkcję zapowiedzi).

Gatunki prasowe można zatem interpretować jako formy (modele wypowiedzi) przygotowane tak, aby dały się łatwo modyfikować zarówno w celu tworzenia odmian gatunkowych, jak i nowych gatunków. Tworzą one kontinuum, lecz nie tylko dlatego, że brak ostrych granic między gatunkami lub ich odmianami. Relacje między gatunkami da się ujmować w kategoriach pokrewieństwa (w grupach rodzajowych jest to pokrewień-

¹¹ W literaturze przedmiotu znajdujemy kilka prób uporządkowania stratyfikacyjnego gatunków prasowych. Wymienię dla przykładu spośród propozycji dawniejszych podział zawarty w artykule J. Maziarskiego, *Gatunki dziennikarskie*, [hasło w:] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 89–91 i koncepcję przedstawioną przez W. Furmana, A. Kaliszewskiego i K. Wolnego-Zmorzyńskiego w podręczniku *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów 2000, s. 20–31; tychże, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, s. 19–35.

¹² M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, s. 39–55; tejże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 39–46.

stwo bliskie). Pokrewieństwo oznacza analogie zewnętrzne, obejmujące aspekt strukturalny wypowiedzi, oraz wewnętrzne, czyli sposób kodowania intencji, przedstawiania świata, a także podobieństwo kształtu stylistycznego.

Relacje między gatunkami prasowymi, przynajmniej w pewnym zakresie, można interpretować jako odniesienia derywacyjne, jeśli ma się na myśli wywodzenie jednej formy z drugiej, lub relacje formy bazowej (mniej skomplikowanej) i formy derywowanej (o większym stopniu złożoności). Tytuł można zatem przekształcić w sygnał, czyli elementarną jednozdaniową informację, stosując prosty mechanizm transformacji syntaktycznej lub zmieniając kontekst użycia. Kompozycja tytułu i sygnału (najczęściej nieco rozbudowanego) pozwala uzyskać nową formę gatunkową, jaką jest wzmianka. Odmiany gatunkowe wzmianki jawią się jako wynik wewnętrznych przeobrażeń gatunku lub procesów kompozycji – łączenia alternacyjnej lub adaptacyjnej formy tytułu i analogicznej formy sygnału. Notatkę da się z kolei postrzegać jako genologiczny derywat wzmianki. Zapowiedź w jednej ze swych odmian gatunkowych przedstawia się jako rezultat procesów adaptacji innych gatunków prasowych.

Gatunki publicystyczne są ze sobą powiązane raczej relacją pokrewieństwa o zróżnicowanym stopniu bliskości. Częściej jest to pokrewieństwo w aspekcie pragmatycznym i stylistycznym niż strukturalnym, choć schemat obejmujący: tytuł (nagłówek), lid, czyli pierwszy wyróżniony akapit, oraz korpus powtarza się w felietonach, artykułach publicystycznych, wywiadach i reportażach¹³, co sprzyja przerzucaniu mostów między zasadniczymi rodzajami prasowego piśmiennictwa.

Między wieloma gatunkami wyraziście rysują się też relacje partytywne. Sygnał dla przykładu może się stać częścią rozbudowanego nagłówka lub głównym segmentem wzmianki (z reguły seryjnej) bądź zapowiedzi w kształcie wzmianki. Podstawowy segment wzmianki, a więc jej jednoakapitowy korpus, funkcjonuje jako składnik notatki (i w tym przypadku stapia się z pozostałą częścią jej kilkuakapitowego korpusu). Może też być częścią wiadomości, w obrębie której pełni funkcję lidu. W roli lidu występują także zapowiedzi spokrewnione ze wzmianką. Różnego rodzaju sekwencje relacji reportażowej z kolei funkcjonują jako składniki korpusu notatki lub wiadomości.

W obrębie odmian gatunkowych, związanych z typami wzorców, da się wyodrębnić ponadto relacje polarne. Pola gatunkowych odniesień mają przy tym układ koncentryczny, który dominuje w gatunkach informacyjnych, lub dekoncentryczny, charakterystyczny raczej dla gatun-

¹³ Pomijam kontrowersje dotyczące rodzajowej przynależności wywiadu i reportażu.

ków publicystycznych. Silniejsze więzi pokrewieństwa łączą te gatunki, których pola mają charakter koncentryczny z dwoma obszarami wyznaczonymi przez gatunkowe wzorce kanoniczne i alternacyjne. Gdy wśród wariantów wzorca występują adaptacje, czyli zapożyczenia gatunkowe, a zwłaszcza w odniesieniu do tych gatunków, gdzie one dominują, pole gatunkowych odniesień rysuje się mgliście (najlepszym przykładem może być sylwetka prasowa).

Dynamikę relacji między gatunkami prasowymi powiększają odniesienia syntagmatyczne. One także urozmaicają i wzbogacają skalę ich wielostylowości. Gatunki tworzą kolekcje form, a więc układy powtarzających się współwystępowań. Najbardziej trwałą kolekcją jest wywiad i sylwetka osoby udzielającej wywiadu (najczęściej w formie biogramu). Sylwetka ujmowana jako wizerunek określonej osoby, prezentowany w jednym numerze gazety, może być kolekcją doraźną złożoną na przykład: 1) z zapowiedzi, notatki, komentarza i sondy; 2) zapowiedzi, notatki i wspomnienia; 3) notatki, korespondencji, biogramu i rozmowy z przedstawianą osobą.

Poświęciłam tak dużo miejsca zagadnieniu relacji między gatunkami, gdyż postrzegam je jako podstawowy wyznacznik różnicowania stylistycznego. W ten sposób ponadto, ujmując zagadnienie po swojemu, zgadzam się z tymi lingwistami, którzy negują zasadność typologii hierarchizującej byty genologiczne¹⁴. Kładę nacisk na możliwość zróżnicowanego interpretowania relacji między gatunkami. Sposób ujmowania wspomnianych zagadnień, co warto w tym miejscu wypuklić, różni zasadniczo genologię dziennikarską o proveniencji lingwistycznej od jej wersji wywodzonej z literaturoznawstwa¹⁵.

W odniesieniu do określonego gatunku skala zróżnicowań zależy od liczby i charakteru wariantów wzorca gatunkowego. Większość gatunków informacyjnych wykształciła w praktyce komunikacyjnej trzy zasadnicze warianty wzorca: kanoniczny, który stabilizuje formę gatunkową, wzorce alternacyjne, które w mniejszym lub większym stopniu ową formę destabilizują, i formy adaptacyjne, w odniesieniu do kilku gatunków prasowych słabo zarysowane, traktowane marginalnie, rzadko realizowane. Obserwacja ta dotyczy tytułów, które na tyle się usamodzielniały, że można je interpretować jako formy gatunkowe¹⁶, a ponadto: wzmianek,

¹⁴ Zob.: B. Witosz, *Genologia lingwistyczna...*, dz. cyt., s. 135–165 i przeprowadzoną tu krytykę typologii hierarchicznej oraz propozycję poszukiwania nowych sieci typologicznych.

¹⁵ Zob.: Podręczniki autorstwa W. Furmana, A. Kaliszewskiego i K. Wolnego-Zmorzyńskiego (wielokrotnie już przywoływane) i artykuł: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska...*, dz. cyt., s. 24.

¹⁶ Szczegóły w moim artykule *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe...*, dz. cyt., s. 29–39.

notatek i wiadomości. W odniesieniu do zapowiedzi obowiązują inne zasady. Zapowiedź autonomiczna jest z reguły w mniejszym lub większym stopniu spokrewniona ze spisem treści lub zyskuje własną strukturę opartą na wycieszeniu z możliwością modyfikowania jego składników (przez cytowanie, wprowadzanie neologizmów czy okazjonalizmów, form oceniających itd.)¹⁷. Zapowiedź nawiązująca do wzorca gatunkowego innej wypowiedzi prasowej może powielać schematy wzorca kanonicznego lub innych jego wariantów typowych dla danego gatunku.

Gatunki uznawane tradycyjnie za publicystyczne wykształciły własne konwencje. Komentarz funkcjonuje w kilku odmianach, o określonych relacjach i zróżnicowanym komunikacyjnym prestiżu. Miejsce najważniejsze w tej hierarchii zajmuje komentarz autonomiczny, oparty na strukturze argumentacyjnej lub opisowo-oceniającej, a stylistyczne zróżnicowanie gatunku wiąże się z funkcjonowaniem form komentarza pośredniego, a więc różnorodnych form adaptacyjnych, które zapożyczają z gatunków macierzystych nie tylko modele strukturalne, ale sposoby kodowania intencji oraz kształtowania stylistycznego komponentu wzorca gatunkowego¹⁸.

Felieton z kolei dopuszcza dużą swobodę twórcy, który jest praktycznie suwerenny w swych decyzjach odnoszących się do wyboru kształtu wypowiedzi. Gdy się jednak bliżej przyjrzeć dorobkowi konkretnego twórcy, można dostrzec określone prawidłowości, powtarzalność niektórych chwytów, konsekwencję w sposobie widzenia świata i oddziaływania na odbiorców¹⁹.

Wielostylowość reportażu wiąże się nie tylko z funkcjonowaniem dwu podstawowych odmian gatunku, a więc reportażu fabularnego i problemowego, lecz także z zasadą zderzania punktów widzenia i perspektywy oglądu przedstawianego świata oraz regułą relewancji środków stylistycznych, która jest jedną z prawidłowości tworzących tzw. pakt faktograficzny.

W przypadku wywiadu o zakresie wielostylowości decyduje skala paradoksów gatunku. W obrębie struktury ważne są napięcia między organizacją dialogu, typową dla rozmów potocznych, a porządkiem charakterystycznym dla tekstu pisanego (odpowiednio zredagowanego). Nie mniej istotne wydają się sprzeczności związane z podwójnym układem komunikacyjnym – interakcją twarzą w twarz (choć nie zawsze w ten spo-

¹⁷ Zob.: M. Wojtak, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 39–44.

¹⁸ Zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego...*, dz. cyt., s. 372–386.

¹⁹ Zob.: M. Wojtak, *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej*, [w:] *O doskonałości*, cz. I, red. A. Maliszewska, Łódź 2002, s. 377–392.

sób przygotowywany jest pierwotny wywiad) a wtórnym układem komunikacyjnym, w jakim funkcjonuje wywiad wydrukowany w prasie.

Każdy gatunek prasowy odznacza się określoną skalą paradoksów, wyznaczoną przez zbiór wariantów wzorca gatunkowego oraz relacje między poszczególnymi komponentami wzorca. W odniesieniu do konkretnego gatunku traktuję jego styl jako składnik wzorca gatunkowego. Tworzy go zbiór wyróżników (cech) ekstralingwistycznych mających determinację strukturalną, pragmatyczną lub związanych z genezą użytych środków stylistycznych. Niektóre z owych cech powtarzają się we wszystkich gatunkach, inne funkcjonują jako wyznaczniki osobliwe. Istnienie paradoksów gatunku sprawia jednak, że wspomniane wyróżniki rzadko są kategoriami jednorodnymi. Praktyka analityczna pokazuje, że trzeba je traktować jako cechy stopniowalne. I tak dla przykładu szablonowość związana ze schematami strukturalnymi najbardziej wyraźnie rysuje się we wzorcach kanonicznych lub niektórych adaptacjach. Wzorce alternacyjne służą jej osłabianiu. Procesy rozluźniania schematów mają mniejszą lub większą siłę w zależności od zakresu alternacji (która może obejmować jeden komponent struktury lub kilka), a także jej rodzaju (redukcja składnika, wymiana składnika, uzupełnienie o nowy składnik czy kontaminacja struktur). Źródłem szablonowości w tekstach prasowych mogą być jednak także klisze językowe lub tekstowe.

Przedstawiane zagadnienia rysują się w odmienny sposób, jeśli charakterystyka stylu ma dotyczyć nie jednego konkretnego gatunku, lecz ich zbioru. Gdy polem obserwacji uczynimy tradycyjnie wyodrębniane zbiory gatunków prasowych, to zarówno w obrębie gatunków informacyjnych, jak i publicystycznych, które się różnicują i zarazem tworzą continuum, ich wyróżniki stylistyczne przyjdzie postrzegać jako kategorie przejściowe i niejednorodne. Paradoksalności gatunków, innymi słowy, odpowiada paradoksalność cech stylu typowego, który one współtworzą.

Styl gatunków prasowych cechuje zatem nieszablonowa szablonowość. Tak nazwaną cechę wiąże z niską frekwencją wypowiedzi, które są realizacją kanonicznych wariantów wzorca. Obserwacja dotyczy przede wszystkim gatunków informacyjnych. Można dla przykładu spotkać wypowiedzi o kształcie wzmianki kanonicznej, a więc ze spetryfikowaną dwusegmentową strukturą, na którą składają się tytuł o funkcji streszczającej i korpus zwięźle dopełniający informację zawartą w tytule, z aspektowym i rzeczowym w tonie widzeniem świata, z intencją powiadomienia o pojedynczym fakcie lub zdarzeniu oraz lakonicznością i precyzją wysłownienia, którą zapewnia przejrzystość konstrukcji składniowych oraz użycie leksyki neutralnej – współnoodmianowej lub wyspecjalizowanej. Nie spotyka się już jednak na ogół takich sposobów redagowania wzmian-

ki, które pozwalałyby na powielanie raz ustalonego schematu (a tego typu wypowiedzi opisywał przed laty Walery Pisarek)²⁰. We współczesnej prasie schematycznością struktury odznaczają się przede wszystkim wzmianki tworzące kronikę policyjną lub kronikę pożarową, drukowane w prasie lokalnej.

Kolejny przejaw nieszablonowej szablonowości stanowią różnice w liczbie i jakości przekształceń poszczególnych gatunków. Największy jest zakres modyfikacji tytułów, gdyż w prasie można obserwować najrozmaitsze formy gry tytułu z czytelnikiem i gry tytułu z tekstem. Gry tytułu z czytelnikiem pozwalają na przekształcanie formy graficznej, fonicznej, gramatycznej, leksykalnej czy składniowej tytułu, a także na wprowadzanie różnorodnych aluzji, stylizacji: na określoną odmianę językową (czy język obcy) lub konkretną formę gatunkową (w ten sposób powstają adaptacyjne formy tytułu). Aby pokazać zakresy wielostylowości, przytoczę kilka przykładów form, których nie cytowałam we wcześniejszych opracowaniach²¹: *XV/11/69, czyli macki Stasi* (symbol użyty w pierwszej części tytułu jest kryptonimem fińskiego agenta, o którym pisze się w tekście); *Hipertapa prezesa*; *Uwaga, zły pies*; *Uwaga, komisja!*; *Bo to złe kobiety są...*; *Wstyd? Wstyd!*; *Siedzieć! Sąd idzie* (o przetrzymywaniu w areszcie chłopaka, który podrobił legitymację szkolną); *Kto zasadził „inne rośliny”* (o pracy nad ustawą o biopaliwach); *P(i)a, Piasecki?* (o losach spółki budowlanej Pia Piasecki); *Halo, tu Saddam*; *Kto przeciekł do Jagiełły?*; *Czyj to numer, panowie?*; *Nie trujcie, bo zapłacicie*; *Lifting kaplicy*; *Łoczalscy brothers* (o filmowcach, braciach Wachowskich, którzy wymawiają swoje nazwisko jako „łoczalski”); *Policjawność* – wymowę tytułu dopełnia lid:

[1] Drogówka wychodzi z za krzaków. Policja ujawnia punkty kontroli radarowej. Na razie w Śląskiem i Lubuskim. Kiedy w całej Polsce?

Tytuły tekstów prasowych są nieszablonowe w swej szablonowości, gdyż, dążąc do zaskoczenia i zaintrygowania czytelnika, dziennikarze stosują całą gamę przekształceń. Można je też interpretować, używając innej paradoksalnej formuły i mówić o szablonowej nieszablonowości, gdyż

²⁰ Zob.: W. Pisarek, *Frekwencja wyrazów w prasie*, Kraków 1972, s. 78, gdzie autor w następujący sposób odtwarza schemat wiadomości (współcześnie ten rodzaj krótkiego tekstu informacyjnego nazywa się wzmianką): *Jak podkreślił... – przedstawił... – w ubiegłym... w... odbyło się dotychczas około... posiedzeń w sprawie tegorocznej działalności mieszkańców... w zakresie kompleksowego zagospodarowania kraju. [...]*

²¹ Przez wzgląd na rozmiary opracowania rezygnuję zarówno z analiz, jak i lokalizowania przykładów. Nie omawiam też artykułów i rozpraw licznych autorów, którzy zajmowali się charakterystyką modyfikacji tytułów w prasie.

pewne chwytów stylizacyjne i schematy konstrukcyjne są w tej samej gazecie lub kilku czasopismach manierycznie powtarzane²².

Analogiczny wydzźwięk mają gry tytułu z tekstem. Obok dwóch zasad uniwersalnych: harmonizowania stylu tytułu i korpusu oraz eksponowania kontrastów o skali szablonowości nieszablonowej decydują jeszcze pewne reguły odnoszące się do określonych gatunków wypowiedzi. W wywiadach jest to dla przykładu kompozycja pełniąca funkcję nadtytułu, kliszowanej formuły: *Z X-em rozmawia Y* i tytułu, w którym przytacza się fragment wypowiedzi osoby udzielającej wywiadu. W felietonach z kolei przeważa tendencja do umieszczania w tytule leksemu, który dookreślałby główny temat wypowiedzi, dlatego tytuły owe są lakoniczne i tajemnicze, choć rzadko stosuje się w procesie ich redagowania mechanizmy jakiegokolwiek wyszukanej gry.

Przejawem nieszablonowej szablonowości są ponadto tendencje w sposobie kształtowania wypowiedzi reprezentujących poszczególne gatunki. W prasie ogólnej wzmianki mają formę bliską kanonicznej. Do wzorców alternacyjnych sięga się częściej wtedy, gdy wzmianka pełni funkcję zapowiedzi. Oto dla ilustracji następujący przykład, w którym przekształcone są wszystkie segmenty zapowiedzi (tytuł, korpus i formuła odsyłająca):

[2] „Prezydent” siedzi

Krzysztof T., opisany przez nas biznesmen z Białej Podlaskiej, który dzięki swym politycznym koneksjom przez ponad trzy lata wodził za nos policję, prokuraturę i sąd, został wczoraj zatrzymany w Warszawie.

Jak wpadł? – s. 4 [„Gazeta Wyborcza” Lublin, 29 I 2003].

Zachowany tu został szablon strukturalny zapowiedzi spokrewnionej ze wzmianką. Każdy ze standardowych segmentów ma jednak niestandardową szatę stylistyczną związaną z użyciem form potocznych.

Zapowiedź należy do gatunków, w których napięcie między szablonowością (powtarzalnością, schematyzmem) a nieszablonowością jest szczególnie eksponowane. W zapowiedziach autonomicznych, zwłaszcza tych, które anonsują dodatki do gazety, powtarza się pewien schemat strukturalny: formuła zapowiadająca (nazwa dodatku), tytuł wybranego komunikatu, informacja o owym tekście (streszczenie), formuła odsyłająca do tekstu wyróżnionego, dookreślająca ów komunikat (informująca przede wszystkim o jego przynależności gatunkowej), zbiór kolejnych składników formu-

²² Zauważył to zjawisko K. Ożóg w książce: *Polszczyzna przelotu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów 2001, s. 67–72.

ły odsyłającej w formie wyliczenia poprzedzonego formułami: *A ponadto; A poza tym w numerze*). Oto przykłady realizacji z „Gazety Wyborczej”:

[3] W WYSOKICH OBCASACH: **Dzieci głosu nie mają** Boimy się przyznać rację naszym dzieciom. Boimy się stanąć po ich stronie w konflikcie z dorosłymi, nawet jeśli nie są winne. Dlaczego my, rodzice, jesteśmy tak często nielojalni wobec swoich dzieci? Czego się boimy?

Rozmowa Andrzeja Samsona i Wojciecha Eichelbergera w sobotę w „Wysokich Obcasach”. A ponadto: • W Juarez giną kobiety – reportaż Wojciecha Tochmana • Przetestuj swój związek – teściowie [15 V 2003];

[4] W WYSOKICH OBCASACH: **Kto morduje dziewczyny w Juarez?** Diabeł wie, że córki bogatych i wykształconych rodziców mordować nie należy. Wie, że biedne można zabijać bezkarnie... Reportaż Wojciecha Tochmana z meksykańskiego Juarez – w sobotę w „Wysokich Obcasach”. *A ponadto: • Dlaczego rodzice są nielojalni wobec własnych dzieci? • Przetestuj swój związek – teściowie [15 V 2003].*

Analiza dużego korpusu tekstów zapowiedzi pozwala formułować spostrzeżenie, że niektóre dzienniki, zwłaszcza „Gazeta Wyborcza”, dopracowały się własnych wyznaczników nieszablonowej szablonowości. Zapowiedzi dodatków układa się zwykle w serie, powtarzając wybrane odcinki lub nadając kolejnym składnikom serii nieco odmienny kształt, przez zmianę statusu segmentu (najważniejszy w anonsie lub mniej ważny) bądź uruchomienie procesów transformacji, a więc na przykład modyfikację jego kształtu stylistycznego. Dla ilustracji odwołam się do trójsegmentowej zapowiedzi jednego numeru „Dużego Formatu”, nie wdając się już w szczegółową analizę przytoczonych przykładów:

[5] Duży Format • Kutz opowiada o seksie • Fabjański prorokuje, jaka jeszcze katastrofa może dotknąć Nowy Jork • Mann leniuchuje w „Sunny Afternoon”
• Wajrak apeluje o ratowanie „papieża ryb” – **czytaj jutro** [20 VIII 2003];

[6] W CZWARTEK DUŻY FORMAT Kazimierz Kutz **Miłość nie zna granic przyzwoitości** Poziom bezwstydu u kobiet cudownie wzrósł. Łązą po ulicach obnażone, po prostu jak je Pan Bóg stworzył: **noga, dekolt, pępek**. Dla mnie, **mężczyzny** w sile wieku, to nagroda za uczciwe życie
A poza tym w numerze: • Dekalog uciekiniera, czyli jak nas widzą uchodźcy
• Czy protoplastę samochodu wynaleziono w Polsce • Polujemy na wieloryby [20 VIII 2003];

[7] W CZWARTEK DUŻY FORMAT **Piąte koło u wozu** Do redakcji przyszedł list: „W mojej miejscowości znaleziono wagę z najstarszym na świecie wyobra-

zeniem wozu czterokołowego. Pochodzi sprzed 5,5 tys. lat, a więc jest starsza niż piramidy. Wygląda na to, że kolebką cywilizacji była Polska. Po dokonaniu znaleziska zapanowała kompletna cisza”.

O niechcianej sensacji archeologicznej czytaj jutro w „Dużym Formacie”. A ponadto:

- słabe punkty Manhattanu; • co uchodźcy sądzą o Polakach [20 VIII 2003].

Dominację konwencji reklamowej, a więc wypełnienie powtarzalnego schematu apelatywną i oryginalnie przekazaną treścią, ilustruje następująca zapowiedź:

[8] W CZWARTEK DUŻY FORMAT **Sprawdź, co jest w porzo** Arkadius, Brodzik Joanna, Cielecka Magdalena, deskorolki, Macintosh, Masłowska Dorota, Mini Cooper, strzyżenie w domu, zośka... Czy wiesz, co jest teraz na topie, w modzie, spoko i w porzo? *Sprawdź w czwartek w „Dużym Formacie” i na stronach lokalnych „Gazety”* [„Gazeta Turystyka” 26–27 VII 2003].

Za przejaw nieszablonowej szablonowości uznać też można, w moim odczuciu, różnice w sposobach traktowania określonych fragmentów gazety. Biorąc pod uwagę praktyki charakterystyczne dla „Gazety Wyborczej” i posługując się publicystycznymi formułami, ujmuję ową zmienność w następujący sposób: na stronie pierwszej ma być dużo, różnorodnie, krótko, dynamicznie i przystępnie – dlatego królują tu przeróżne odmiany zapowiedzi. Strona druga prezentuje publicystyczność we wszystkich kształtach: komentarze bezpośrednie, komentarze pośrednie, sylwetki, krótkie wiadomości. Na stronach tematycznie wyspecjalizowanych funkcjonują albo kolaże tekstowe, albo stosuje się przy ich redagowaniu zasadę: piękne, wyszukane opakowanie dla konkretnych i poważnych treści – stąd dla przykładu w dziale „Gospodarka” pojawia się ostatnio najwięcej tytułów o wymyślnej formie.

Kolejną cechą, która pozwala dookreślać stylistyczne ukształtowanie wypowiedzi prasowych, jest szablonowa nieszablonowość. Wśród jej przejawów i wykładników umieszczam, o czym już wspominałam, wyzyskiwanie kilku chwytów w sposobie stylizowania tytułów, na przykład odwoływanie się do kilku związków frazeologicznych lub cytatów z wypowiedzi polityków czy powtarzanych aluzji literackich. Cechę tę dokumentują analogiczne sposoby redagowania korpusów wypowiedzi informacyjnych (wzmianek, notatek lub wiadomości), związane z funkcjonowaniem wzorców alternacyjnych i ich realizacji. Podstawowe sposoby odchodzenia od sprawozdawczego toku to: przytaczanie wypowiedzi uczestników zdarzeń, o których informuje wypowiedź prasowa, cytowanie dokumentów lub innych wypowiedzi, związanych z przedstawianymi faktami, wprowadzanie form wartościujących oraz selekcjonowanie danych.

Przykładów ilustrujących przedstawiane zjawisko można w prasie znaleźć wiele. Przez wzgląd na rozmiary opracowania wyzyskam jedynie fragmenty wiadomości informującej o konkursie na list miłosny [„Gazeta Wyborcza”, 5 III 2001]. Zjawisko nieszablonowej szablonowości pokazuje już nagłówek tekstu, gdyż złożony jest ze standardowego nadtytułu: *Konkurs na list miłosny* i niestandardowego tytułu (cytat z jednego z nagrodzonych listów): *Twoje oczy niebieskie*. Lid należy do klasy lidów streszczających:

[9] 520 listów nadesłali uczestnicy II Ogólnopolskiego Konkursu na List Miłosny, którego finał odbył się w sobotę w Bielsku-Białej. Najmłodszy autor miłosnych słów miał osiem lat, najstarszy 86 lat.

Korpus wiadomości zawiera informację o składzie jury konkursu oraz trzy nagrodzone wypowiedzi epistolarne, poprzedzone formułą informującą o autorze i nagrodzie. Oto fragmenty dwóch listów – pierwszy jest wystylizowany na spontaniczną wypowiedź zawierającą poetyckie reminiscencje, a drugi został napisany gwarą:

[10] Twoje oczy niebieskie, o ile się nie mylę, wywoływały ciepły dreszcz na mojej skórze. Widziałeś mnie – prawda?! Ten uśmiech był dla mnie, tylko dla mnie – wiem o tym. [...]

Życie jest czymś, co kocham najbardziej, ale do życia nie można napisać listu (chyba). Spotkajmy się, porozmawiajmy – może wyniknie z tego wyjątkowo interesująca znajomość.

Rozmarzona,
zakochana w życiu,
zauroczona Tobą
mieszkanka domu,
który codziennie mijasz JOLA

[11] List miłosny do dzióbeczka (skryć pod zegłówek, coby go bajtle nie dopadły) Jo tak Ciebie pszaja, jak motyl kwiatkowi, strom liściom ziylonym, a pszczoła ulowi. [...] Niy starej się ło to, że brzuch już szpiczaty i że somsiód godo, żejś troszka puklaty, że głaca zaczyno już świyć Ci z przodku, nadrobisz to fonsym i brodom łod spodku. [...] Ale nic to, dzióbku, że się starzyjemy, bez to bardziej życi docyniać umiemy. Biermy se go po konsztyczku, bez nerwów i butlu, bo niy wiymy, co nom skludzi tajymnicze jutro. [...] Na poparci słow pisanych piecza Ci rolada z zołzom kiero Ci smakuje. Twojo wierno baba.

Interesujące przejawy szablonowej nieszablonowości można zaobserwować w tekstach publicystycznych, zwłaszcza w komentarzach i felieto-

nach. W felietonach chodzi o analogie strukturalne, związane z naśladowaniem struktury wiadomości (tytuł, lid, korpus) lub stosowaniem analogicznych środków stylistycznych (są felietoniści, którzy posługują się szczególnie często określonymi środkami leksykalnymi, a więc neologizmami, lub składniowymi, na przykład pytaniami). Zasada analogii może obowiązywać w odniesieniu do konstrukcji felietonu, który ma uwyrażoną ramę tekstową z analogicznie ukształtowanymi składnikami inicjalnymi i finalnymi. Szablonowa nieszablonowość może też polegać na stosowaniu analogicznych konceptów, które nadają felietonom jednego publicysty osobliwe i rozpoznawalne piętno.

Komentarze stają się szablonowe w swej nieszablonowości, gdy są realizacją wzorców adaptacyjnych, a więc należą do komentarzy pośrednich. Aby to pokazać obrazowo, omówię jeden spektakularny, można powiedzieć, przypadek. W „Gazecie Sport” z dnia 22 XI 2002 roku ukazał się niepodpisany komentarz (jest to więc naruszenie reguł gatunku), dotyczący osiągnięć piłkarskiej drużyny narodowej i jej ówczesnego trenera Zbigniewa Bońka. Całość ma formę świadectwa dojrzałości, a więc stanowi przykład oryginalnej adaptacji gatunkowej. Autor zadbał o to, aby jak największa liczba wyznaczników adaptowanego gatunku została w wypowiedzi uwzględniona. Tło przypomina grafikę świadectwa szkolnego, a tekst zawiera różnorodne składniki, które są w autentycznym świadectwie kliszowane lub mają charakter segmentów indywidualnych (do wypełnienia). Dzięki tym zabiegom tekst uzyskał następujący kształt (kursywą wyróżniam fragmenty, które w oryginale były wystylizowane na pismo odręczne):

ŚWIADECTWO DOJRZAŁOŚCI

Zbigniew Boniek i jego drużyna

(imię i nazwisko)

Świadectwo niniejsze jest dokumentem stwierdzającym posiadanie średniego piłkarskiego wykształcenia i uprawnia do uznania drużyny za przeciętny zespół europejski
egzamin odbył się 20 listopada w Kopenhadze

DRUŻYNA

Taktykamierny
Technikamierny
Skutecznośćniedostateczny
Kondycjadostateczny
Szybkośćmierny
Sprawnośćdostateczny
Gra zespołowaniedostateczny
Walecznośćdobry
Odporność
psychicznadostateczny
Ambicjedostateczny
Indywidualności...mierny
Potencjałdostateczny
Siła rezerwowych...niedostateczny

Nr 3227/56/86

TRENER

Taktykaniedostateczny
Sztuka motywacjidostateczny
Doświadczenie piłkarskie ...celujący
Doświadczenie trenerskie ...średnie
Intuicjaniedostateczny
Reakcje na boiskowe
wydarzenia.....niedostateczny
Odporność na krytykęniedostateczny

DYREKTOR SZKOŁY

Kibic dyplomowany

W analogiczny sposób można przedstawić pozostałe cechy, które tworzą konfigurację wyróżników stylu wypowiedzi prasowych. Styl ów postrzegam jako zjawisko niejednorodne i opisuję, posługując się zbiorem cech heterogenicznych, oddających paradoksalny kształt i wymiar wzorców gatunkowych, ich wariantów i realizacji. Moje doświadczenie analityczne pozwala hipotetycznie wyodrębnić grupę wspomnianych cech złożoną z kilku ciągów:

- 1) szablonowość; nieszablonowa szablonowość; szablonowa nieszablonowość; nieszablonowość;
- 2) obiektywność; subiektywizowana obiektywność; obiektywizowana subiektywność; subiektywność;
- 3) monologowość; monologowa dialogiczność; dialogiczna monologowość, dialogowość;
- 4) potoczność; uoficjalniona potoczność; upotoczniona oficjalność; oficjalność.

Kategorie ostre układane w opozycje pozwalały precyzyjnie opisywać różnice między informacją a publicystyką, gdyż szablonowość, oficjalność, obiektywność i monologowość znajdowały się po stronie informacji (z zastrzeżeniem, że chodzi o realizacje wzorcowe i specjalne rozumienie niektórych wyznaczników, na przykład obiektywizmu utożsamianego z pisaniem pod dyktando ówczesnych dysponentów informacji). Kreatywność (nieszablonowość), potoczność, subiektywność i w ograniczonym zakresie dialogowość to cechy, które przysługiwały gatunkom publicystycznym.

Obecnie opozycje między publicystyką a informacją się zacierają. Obserwować można wyraźne przejawy wkraczania publicystyki na teren informacji (mimo deklarowanej zasady odróżniania informacji od komentarza)²³ i poszerzanie zakresu informacyjności gatunków publicystycznych. Charakteryzując w monografii kolejne gatunki publicystyczne, posługuję się w związku z tym następującymi formułami eksplikacyjnymi: informacja zinterpretowana – komentarz; informacja zakamuflowana – felieton; informacja rozpisana na głosy – wywiad prasowy; informacja zobrazowana – reportaż. W ten sposób staram się zaakcentować to, że gatunki prasowe tworzą kontinuum. Drugim sposobem uwypuklenia tego zjawiska jest wyodrębnianie cech paradoksalnie ujmujących wyznaczniki stylu gatunków prasowych.

Hipoteza o istnieniu kontinuum gatunków nie oznacza negowania różnic form gatunkowych oraz istnienia różnic między nimi, lecz jedynie zaakcentowanie tego, że we współczesnej prasie obserwować można

²³ Warto nadmienić, że obecnie dziennikarze takich deklaracji już nie składają.

osłabienie dominant opozycyjnych, a uwyrażnienie cech oddających synkretyczną naturę stylu tego typu wypowiedzi.

Przedstawionej konfiguracji cech da się przypisać określoną grę wyspecjalizowanych środków, co nie znaczy, że nie mogą być one użyte poza wypowiedziami prasowymi. Redaktorzy mogą ponadto czerpać z nieograniczonego praktycznie rezerwuaru form językowych. Otwarty charakter opisywanego stylu sprawia, że ważna jest dla nadawców nie tyle stylistyczna geneza określonej formy, co jej funkcja. Wybrane gatunkowe użycia się konwencjonalizują, inne mają status zastosowań okazjonalnych.

W prasowym tyglu stylistycznym mieszają się różne jakości i kategorie. Paradoksalność stylu wypowiedzi prasowych polega jednak na tym, że owo zderzenie nie jest przypadkowe i chaotyczne, lecz ujęte w ramy elastycznych gatunkowych normalizacji, gier między tradycją i konwencją a ostentacyjnie manifestowaną redakcyjną swobodą.

Styl gatunków prasowych interpretuję zatem, raz jeszcze chcę to powtórzyć, nie jako kategorię dyferencjalną, lecz opisową.

Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych

Przeobrażenia stylistyczne i językowe, jakie się dokonują w prasie polskiej na przełomie wieków, mogą być, jak sądzę, rozpatrywane jako zjawiska modne, czy też jako przejawy mody.

Przekształcając w nieznacznym stopniu definicję, podaną przez Kazimierza Ożoga¹, ujmuję modę językową jako dominujący w pewnym typie komunikacji (w tym wypadku w prasie) i w określonym czasie sposób porozumiewania się (styl komunikacji), a bardziej szczegółowo charakter wysłowienia i kształt podstawowych gatunków². Obraz całościowy tak traktowanego zjawiska powinien obejmować charakterystykę zarówno gatunków publicystycznych, jak i informacyjnych. Zakresy analiz w przedstawianym opracowaniu będą jednak ograniczone do reguł redagowania gatunków informacyjnych (w tradycyjnym rozumieniu tej kategorii).

Moda kojarzona jest więc, w proponowanym tu ujęciu, z nowością, z takim stylem wysłowienia (komunikowania – jeśli ujmemy zjawisko szerzej), który odbiega od dotychczasowego zwyczaju i zyskuje – przez powtarzanie, a także rozszerzanie zakresu stosowania – status stylu dominującego.

W odniesieniu do mediów (w tym oczywiście do prasy) można mówić o komunikowaniu jako procesie przekazywania informacji lub komuniko-

¹ Zob.: K. Ożóg, *Wyrazy modne i nadużywane w polszczyźnie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 88; tegoż, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia...*, dz. cyt., s. 87.

² Różnorodne aspekty mody językowej zostały opisane przez językoznawców w tomie: *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002.

waniu, które jest interakcją³. O kształcie tak ujmowanego komunikowania decydują następujące parametry: kto z kim się komunikuje, dlaczego, jak odbywa się komunikowanie, czego dotyczy i jakie są jego (zamierzone lub niezamierzone) następstwa⁴.

Dominujący w mediach model komunikowania jest wynikiem zewnętrznych uwarunkowań, w szczególności zmian społecznych, politycznych i kulturalnych, jakie się dokonały w Polsce po roku 1989. Media starają się mówić własnym głosem, ich szybka modernizacja i komercjalizacja sprawiają, że dla pozyskania odbiorcy muszą sięgać po nowe środki wyrazu, sposoby wystąpienia, gatunki, a jednocześnie upodabniają się do siebie w znaczącym stopniu, unifikując stylistykę wypowiedzi i poświęcając sobie wzajemnie wiele uwagi⁵.

Z ustaleń badaczy wynika, że komunikacja z dominantą informacyjną ulega przeobrażeniom, które są skutkiem łączenia powiadamiania z interpretowaniem, subiektywnego selekcjonowania informacji⁶ czy wiązania informacji z rozrywką⁷. Nowością w polskich mediach jest, jak wspominałam, mówienie o sobie, a więc swoisty autotematyzm, oraz uwypuklenie

³ Zob.: T. Goban-Klas, *Proces komunikowania masowego*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, s. 238; M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 117; też: *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej...*, dz. cyt., s. 115–128 oraz *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)*, [w:] *Style konwersacyjne*, red. B. Witosz, Katowice 2006, s. 119–129.

⁴ Szczegóły w publikacjach wymienionych wyżej.

⁵ Zjawiska te zostały dostrzeżone przez medioznawców, językoznawców i samych dziennikarzy. Zob. m.in.: G. Majkowska, H. Satkiewicz, *O języku w mediach*, [w:] „*Polszczyzna 2000*”. *Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, red. W. Pisarek, Kraków 1999, s. 181–196; G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–243; M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu”..., dz. cyt., s. 118; też: *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana)*, [w:] *Język a komunikacja 1. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia”*. Kraków 2–4 marca 2000, red. G. Szpila, Kraków 2000, s. 235 i n.; J. Skórzyński, *Sześć grzechów polskiego dziennikarstwa*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. R. Rubinkiewicz SDB, ks. S. Zięba, Lublin 2000, s. 205–211. Obraz dawniejszych i nowszych tendencji odnajdujemy też w książkach: *Język w mediach. Antologia* oraz M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt.

⁶ Zob.: Zasadę *gatekeepingu* scharakteryzowaną wyczerpująco w artykule Z. Bauera, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 154–155.

⁷ Jest to zjawisko określane jako *infotainment*. Zostało dostrzeżone i opisane w kilku publikacjach. Zob. m.in.: G. Majkowska, H. Satkiewicz, *O języku w mediach...*, dz. cyt., s. 187; G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 235; M. Wojtak, *Rozrywka w prasie codziennej...*, dz. cyt., s. 39–40. Z nowszych publikacji warto wymienić: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej...*, dz. cyt., M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt.

funkcji fatycznej⁸. Powstają w związku z tym nowe gatunki wypowiedzi oraz następuje zmiana w hierarchii gatunków informacyjnych (wątek ten powróci w dalszych rozważaniach).

Dopełnieniem przedstawionych zjawisk i zmian w sposobie komunikowania się za pośrednictwem mediów jest rola i ranga komunikacji z dominantą interakcyjną. W obrębie tego sposobu komunikowania można wyróżnić, jak sądzę, następujące modele szczegółowe:

1. Komunikacja, którą cechuje egalitaryzm: redakcja mówi do każdego, a raczej komunikuje się z przeciętnym czytelnikiem.
2. Komunikacja, którą charakteryzuje elitaryzm w następujących realizacjach szczegółowych:
 - a) redakcja mówi do wybranych, wykształconych, obytych i kulturowo wyrobionych odbiorców,
 - b) redakcja z określonej perspektywy mówi do określonych odbiorców,
 - c) redakcja realizuje model interakcji ujęty w formule: *swoi mówią do swoich*, entuzjaści komunikują się z entuzjastami.

Nie są to z pewnością wszystkie wymiary komunikacji medialnej z dominantą interakcyjną. Tempo zmian w owej komunikacji jest jednak tak wielkie, że trudno dostrzec i precyzyjnie opisać nawet podstawowe tendencje. Wspomniane typy komunikowania rzadko występują w postaci czystej, a poszczególne redakcje hołdują na ogół zasadzie urozmaicenia stylu porozumiewania się z czytelnikiem, którego, w przekonaniu dziennikarzy, trzeba stale zaskakiwać, intrygować czy wręcz szokować.

Ponieważ, w prezentowanym tu ujęciu zagadnienia, ze sposobem komunikacji wiążą się zjawiska, które uznać można za przejawy mody, spróbujmy pokazać, w jakim stopniu oraz w jaki sposób określony charakter komunikacji odbija się na doborze form gatunkowych.

Komunikacja, którą charakteryzuje egalitaryzm, oznacza ekspansję potoczności – przede wszystkim w tytułach, co zostało już wyczerpująco opisane⁹, ale także użycie leksyki potocznej, zwłaszcza z rejestru emocjonalnego, w korpusach tekstów informacyjnych¹⁰. Egalitaryzm komunika-

⁸ G. Majkowska, H. Satkiewicz, *Język w mediach...*, dz. cyt., s. 193; W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku...*, dz. cyt., s. 11–17; tegoż, *O mediach i języku...*, dz. cyt.

⁹ Zob. m.in.: G. Majkowska, H. Satkiewicz, *O języku w mediach...*, dz. cyt., s. 183; G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–233; K. Ożóg, *Moda na potoczność w tekstach oficjalnych*, „Poradnik Językowy” 1999, z. 8–9, s. 35–36; tegoż, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku...*, dz. cyt., s. 67–71; I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności*, s. 60–66; M. Wojtak, *Gatunki prasowe, w różnych miejscach*; E. Pałuszyńska, *Nagłówki w „Gazecie Wyborczej”* (eksprywatna leksyka, frazematyka, metaforyka), Łódź 2006.

¹⁰ W. Lubaś ujmuje to zjawisko w następujący sposób: „Od razu [tzn. po zniesieniu cenzury – dop. mój M. W.] też odmianę potoczną uznano za najważniejszy sposób manife-

cyjny doprowadził ponadto do znamienych przeobrażeń gatunków informacyjnych – o czym szerzej w dalszej części szkicu.

Różne odmiany komunikacji o charakterze elitarnym są reprezentowane przez konkretne tytuły prasowe lub rodzaje gazet. Komunikację w typie 2a propaguje, by nie rzec pielęgnuje, przede wszystkim „Gazeta Wyborcza”, która prowadzi specjalne gry z czytelnikiem, kształtując odpowiednio tytuły intrygujące, apelatywne czy zagadkowe, powstające jako wynik przeobrażeń formy fonicznej wyrazów, przekształceń frazeologizmów, wprowadzania neologizmów czy różnego typu aluzji¹¹. Gry komunikacyjne, aktywizujące czytelnika, dające mu satysfakcję z rozszyfrowania aluzji i zagadek, pokazujące siłę mówienia metaforycznego i demaskatorską moc ironii, służą zjednaniu odbiorcy¹². Jest to jednak, w moim przekonaniu, budowanie wspólnoty z elitarnym czytelnikiem. Dla osób, które nie rozszyfrują aluzji, nie zachwycą się neologizmem czy nie odczytają zawartych w nim treści konotacyjnych itd., gra komunikacyjna nie będzie kreacją czy, jak by powiedział Słowacki, taktem, lecz wędzidłem. Dzięki tym wszystkim zabiegom (niektóre przypomnę jeszcze w dalszej części artykułu) „Wyborcza” tworzy specjalny kod, za pomocą którego porozumiewa się z określonym zespołem czytelników. Nie oznacza to jednak, że takie dyskryminacyjne w istocie działania są charakterystyczne dla wszystkich tekstów – przeciwnie – obok tej gry toczy się inna – ukierunkowana na zdobywanie szerszego grona odbiorców. Obecnie zdecydowanie dominuje ten styl komunikowania się z odbiorcami tradycyjnej prasy.

Komunikację w pewnym sensie elitarną, opartą na mówieniu z określonej perspektywy do określonych odbiorców, skutecznie, jak

stawiania wiarygodności, a po stronie stylistyczno-formalnej za świeży powiew kompozycyjny. [...] Powszechnie uwierzono, że środkiem korygującym nowomowę są potoczny jako ukonkretnione semantycznie i naturalne tworzywo językowe gwarantujące prawdziwość wypowiedzi i jej stylistyczną świeżość”. Zob.: tegoż, *Rola słownictwa potocznego w polszczyźnie ostatniego dziesięciolecia*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, s. 66. Analogiczne spostrzeżenia znajdzie czytelnik w książce I. Kamińskiej-Szmaj, *Słowa na wolności*, s. 59–60. Zob. ponadto wybrane artykuły z tomu: *Potoczność a zachowania językowe Polaków*, red. B. Boniecka, S. Grabias, Lublin 2007.

¹¹ Zagadnienia te są już obszernie omówione w licznych publikacjach: H. Satkiewicz, *Stylistyczne wyzyskanie elementów leksykalnych w tekstach nagłówków prasowych*, [w:] *Opisać słowa*, red. A. Markowski, Warszawa 1992, s. 161–166; E. Mitek, *Funkcja perswazyjna tytułów „Gazety Wyborczej”*, [w:] *W świecie mediów*, red. M. Balowski, Opole 1999, s. 83–95; J. Stawnicka, *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych*, [w:] *Język a komunikacja 1. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia”*. Kraków 2–3 marca 2000, s. 207–214; I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności...*, dz. cyt., s. 60–70; M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., w różnych miejscach; tejże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 18–21.

¹² I. Kamińska-Szmaj mówi nawet o uwodzeniu czytelnika. Zob.: *Słowa na wolności*, s. 66.

się wydaje, realizuje tygodnik „NIE”. Z badań M. Rzeszutko i J. Mazura oraz I. Kamińskiej-Szmaj wynika, że jest to komunikacja nacechowana agresją. Dziennikarze stosują przy tym specjalne rodzaje gier językowych, naruszając reguły słowotwórcze polszczyzny ogólnej, modyfikując frazeologizmy, poszerzając tradycyjną łączliwość wyrazów bądź posługując się zapożyczeniami wewnętrznymi¹³. „Przejawiające się na płaszczyźnie słownej procesy agresji i wulgaryzacji języka dotyczą – piszą lubelscy badacze – niemal wszystkich sfer rzeczywistości. [...] Najczęściej ostrze krytyki kierowane jest ku dziedzinie polityki, a głównie w stronę osób pełniących wysokie funkcje publiczne. Bardzo często także w polu zainteresowań redaktorów znajdują się przedstawiciele Kościoła katolickiego. Zebrane przykłady są przejawem werbalizacji negatywnych emocji nadawcy oraz chęci ośmieszenia i poniżenia podmiotu, o którym mowa. Mogą zatem zostać zaklasyfikowane jako obelgi bądź inwektywy”¹⁴.

Elitaryzm komunikacyjny trzeciego typu (zob. 2c) pojawia się przede wszystkim w prasie wyspecjalizowanej, głównie hobbystycznej, gdzie mówienie do swoich oznacza sięganie do języka potocznego z elementami slangu (bądź konkretnego profesjolektu) i (najczęściej pozbawione agresji) przedstawianie określonej rzeczywistości jako bliskiej, oswojonej, wspólnej¹⁵. Prasa wyspecjalizowana posługuje się licznymi gatunkami informacyjnymi w znacznym stopniu przekształconymi. Zapowiedzi, wzmianki i notatki rzadko nawiązują do wzorców kanonicznych. Najczęściej są realizacją wzorców alternacyjnych, a więc takich, które powstają w wyniku przekształceń poszczególnych segmentów wzorca kanonicznego. Stosunkowo często zaskakuje się też czytelnika, nadając wypowiedzi formę adaptacyjną przez nawiązanie do różnych wzorców gatunkowych wypowiedzi użytkowych¹⁶.

¹³ J. Mazur, M. Rzeszutko, *Słownictwo „NIE” jako przykład agresji i wulgarności języka we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, s. 149–160; I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności*, s. 92–112.

¹⁴ J. Mazur, M. Rzeszutko, *Słownictwo „NIE” ...*, s. 156. Analogiczne spostrzeżenia formułuje I. Kamińska-Szmaj.

¹⁵ Szczegóły w: M. Wojtak, *„Wysoki współczynnik czadu” ...*, s. 128.

¹⁶ Opisuję szczegółowo te zagadnienia w dwu oddzielnych studiach. Zob.: M. Wojtak, *„Wysoki współczynnik czadu” ...*, dz. cyt., teże, *O przemianach w języku mediów...*, dz. cyt. Charakterystykę wzorców gatunkowych wypowiedzi użytkowych zawiera moja rozprawa poświęcona modlitwie: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „Stylistyka” 1999, t. VIII, s. 105–117. Opis wzorców gatunkowych podstawowych gatunków prasowych, w: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt.; teże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt.

* * *

Skoro zjawisko mody językowej nie będzie sprowadzane do pokazywania wzrostu częstości użycia wybranych leksemów, uzasadnione wydaje się odwołanie do świata mody w ogóle i potraktowanie związanych z nim pojęć jako, użytych metaforycznie, narzędzi opisu. Zaczynam więc rozważania szczegółowe od przedstawienia działalności wielkich projektantów, narzucających własne pomysły, funkcjonujących w roli autorytetów. Określony styl komunikowania i związane z nim środki wyrazu oraz wzorce zachowań językowych propaguje „Gazeta Wyborcza”. Jak przystało na uznanego projektanta ustala standardy i okresowo zmienia zasoby środków. Spróbujmy się przyjrzeć bliżej wybranym dominującym tendencjom w sposobie kształtowania niektórych gatunków informacyjnych, lansowanym przez „Wyborczą”.

Pierwszym i najbardziej ogólnym przejawem mody we współczesnej prasie, mody zapoczątkowanej i utrwalanej przez „Gazetę Wyborczą”, jest odejście od informacyjnego modelu komunikowania na rzecz komunikacji interakcyjnej. Owa interakcyjność oznacza aktywizowanie czytelnika, a w szczególności: 1) dialogowość przekazu związaną z wprowadzaniem wypowiedzi skierowanych; 2) dramatyczność komunikatu, w którym zderza się racje i punkty widzenia, nie podsuwając gotowych rozwiązań; 3) prymat atrakcyjności przekazu nad jego komunikatywnością.

Stosowanie wymienionych reguł kształtowania wypowiedzi prasowej prowadzi do istotnych przewartościowań we wzorcach gatunkowych. Można więc powiedzieć, że nowością utrwaloną, a więc zjawiskiem o znamionach mody, jest posługiwanie się elastycznymi wzorcami gatunków prasowych. Nie obserwuje się bowiem absolutnego zrywania z konwencjami. Na ogół jest tak, że odchodzenie od kanonu oznacza: 1) przesuwanie granic na mapie genologicznej i tworzenie stref przejściowych, zajętych przez wypowiedzi w jakimś stopniu hybrydalne lub jedynie synkretyczne; 2) zmianę hierarchii komunikacyjnej wariantów wzorca gatunkowego; 3) zmianę hierarchii gatunków pokrewnych; 4) takie przeobrażenia wewnętrzne gatunku, które nie przekraczają strefy jego paradoksów.

W związku z autotematyzmem i uwypuklaniem funkcji fatycznej komunikatów medialnych (w tym prasowych) powstał nowy gatunek informacyjny i zarazem perswazyjny (czy wręcz reklamowy) – *zapowiedź*, zwana też *zajawką*. Wzorując się na mediach elektronicznych, prasa nadaje zapowiedzi wysoką rangę komunikacyjną. Zapowiedź bowiem, umieszczana na pierwszej stronie gazety, ma w zwięzły i atrakcyjny sposób poinformować czytelnika o zawartości numeru lub, jak w wypadku „Wyborczej”, różnych dodatków, a także zapoznać odbiorcę wstępnie z najważniejszymi wydarzeniami dnia. Wypowiedź tego typu musi więc najpierw

zatrzymać uwagę odbiorcy na sobie. Aby wspomniany efekt spotęgować, w wybrane dni, w „Wyborczej” w piątek, z pierwszej strony rugowało się (w pewnym okresie) praktycznie wzmianki, notatki czy dłuższe artykuły informacyjne, zostawiając jedynie fotografie i zbiór zajawek. Wprowadziwszy ten sposób komunikowania, redaktorzy „Gazety” umieścili na pierwszej stronie w wydaniu z 29 czerwca 2001 roku następującą wypowiedź, utrzymaną w stylistyce interakcyjnej z atrakcyjnym tytułem *Piątkowa twarz „Wyborczej”*:

Drodzy Czytelnicy! Tak, tak, to pierwsza strona „Wyborczej”. Tak odtąd będzie wyglądać w każdy piątek. Mamy nadzieję, że taka „Gazeta” – weselsza, nowoczesna i zupełnie wyjątkowa na światowym rynku prasowym – spodoba się Wam i polubicie ją jeszcze bardziej. Czekamy na wasze opinie [...].

Zapowiedzi z tego numeru zostały starannie dobrane. Da się je więc pogrupować w następujące zespoły¹⁷:

1) wypowiedzi odsyłające do zawartości gazety:

[1] **Klezmerskie święto** O muzyce świeckiej i religijnej na krakowskim Festiwalu Kultury Żydowskiej s. 13;

2) wypowiedzi wstępnie informujące i odsyłające do tekstów stowarzyszonych:

[2] **Skarb państwa nie dostanie 160 mln zł dywidendy od TP SA** Konsorcjum France Telecom i Kulczyk Holding uznało, że pieniądze powinny zostać w spółce s. 2 i 23;

3) wypowiedzi zagadkowe, niepełne, a więc intrygujące:

[3] **Kuczma u Kwaśniewskiego** – Gratuluję prezydentowi Kuczmi sukcesu Ukrainy związanego z wizytą Papieża – powiedział Aleksander Kwaśniewski po wczorajszym roboczym spotkaniu z Leonidem Kuczumą w pałacu w Łańcucie s. 5;

4) wypowiedzi żartobliwe:

[4] **Wajrak tłumaczy, dlaczego nie należy jechać na wakacje:**

¹⁷ Cytując, staram się zachować takie graficzne cechy tekstów, jak wytłuszczenia czy kursywę.

- słońce przez dziurę ozonową zniszczy naszą skórę
- w lesie kleszcze zarażą nas boreliozą
- w lodziarni dorwie nas salmonella
- w ciepłej rzece – piranie i krokodylę
- w ciepłych morzach – rekiny „*Gazeta na Plaże*” – s. 32.

Kompozycją całości rządzi zatem zasada zróżnicowania czy urozmaicenia, stosowana po to, aby czytelnika zaciekawić i zatrzymać jego uwagę oraz zachęcić do lektury zapowiadanych tekstów.

Regułę komunikowania niesztampowego realizują też zapowiedzi, jeśli można to tak określić, odcinkowe czy seryjne. Porównajmy następujące wypowiedzi anonsujące jeden tekst, drukowane na kolejnych stronach GW z 26 X 2001 roku:

[6a] Co zrobić, żeby facet nie zostawiał brudnych skarpetek na podłodze? *Jutro w „Gazecie” Wysokie Obcasy* [s. 2]

[6b] Co zrobić, żeby facet mył po sobie wannę [formuła odsyłająca analogiczna – s. 4]

[6c] Co zrobić, żeby facet nie rozrzucił po całym mieszkaniu gazet? [formuła odsyłająca analogiczna – s. 16]

[6c] Co zrobić, żeby facet zakręcał po sobie pastę do zębów? [formuła odsyłająca analogiczna – s. 40]

[6d] **JUTRO W GAZECIE WYSOKIE OBCASY** Większości facetów bałagan nie przeszkadza. Nie przywiązują wagi do takich dupereli. Kierują się realizacją aktualnych potrzeb: jak jest głodny, to ucheta sobie kiełbasy albo pójdzie do knajpy, gacie pobiera z szafy do wyczerpania zapasów, przez dwa tygodnie może oglądać pleśń w zlewie, a jak pozmywa, to tylko to, co jest mu akurat potrzebne
Co zrobić? – przeczytać jutro „Wysokie Obcasy” [s. 6]

Zaintrygowaniu odbiorcy i potęgowaniu napięcia sprzyja nadanie komunikatom analogicznej formy (cztery wypowiedzi – odcinki – mają kształt pytania i paralelną strukturę syntaktyczną) oraz wprowadzenie cytatu. W przykładzie [6d] została zacytowana wypowiedź uczestniczki czatu, czytelnicy mogą się więc domyślać, że zbawiennych rozwiązań nie będzie im podsuwał redaktor, w pełni jasne staje się to jednak dopiero w trakcie lektury tekstu, do którego owa seryjna zajawka odsyła.

Szczegółowa analiza bogatego zbioru tekstów zapowiedzi pozwala mi dostrzegać znacznie więcej chwytów, którymi posługiwała się redakcja

„Gazety Wyborczej” dla pozyskania odbiorców i nadania okazom gatunku urozmaiconej formy¹⁸. Znaczna liczba tekstów realizuje reguły kanonicznego wzorca gatunkowego. Przewidują one dla tego rodzaju tekstu strukturę trójsegmentową złożoną z: 1) tytułu o funkcji informacyjnej, najczęściej w formie zawiadomienia (choć możliwe są też inne struktury syntaktyczne); 2) korpusu ograniczonego do jednego akapitu; 3) formuły odsyłającej do tekstu właściwego lub tekstów stowarzyszonych. Oto przykłady:

[7] **Nowe powiaty** Będzie ich siedem – zdecydował wczoraj rząd. Liczba powiatów ziemskich wzrosnie z 308 do 315. *Więcej, rozmowa z prof. Kuleszą i komentarz* – s. 4 [GW 2001/127]

[8] **Nie ma dymisji** Szef Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej Jacek Saryusz-Wolski pozostaje na stanowisku. *Szczegóły* – s. 4 [GW 2001/121]

Zapowiedź w wersji kanonicznej odznacza się ustabilizowaną strukturą i zwięzłością w sposobie wysłowienia oraz dążeniem do precyzji, czemu sprzyja stosowanie leksyki wyspecjalizowanej tematycznie, ale ogólnie znanej, wprowadzenie nazw własnych i przejrzystych konstrukcji syntaktycznych. Dominuje ton sprawozdawczy i rzeczowość, skupienie na prezentacji faktów, unika się natomiast ekspresywnego ich przedstawiania.

Modyfikowanie poszczególnych segmentów struktury zapowiedzi kanonicznej, zmiana jej stylu lub intencji prowadzi do powstania wzorców alternacyjnych charakteryzowanego gatunku wypowiedzi. Tytuły zajawek realizujących wzorce alternacyjne ulegają zmianom typowym. Można więc co najwyżej mówić o okresowych modach na wprowadzanie tytułów z leksyką potoczną, tytułów aluzyjnych czy opartych na grze formą foniczną. Formuły odsyłające w wersji kanonicznej (s. X; *Czytaj s. X; Więcej s. X; Szczegóły s. X*) są poszerzane o nazwę gatunkową tekstu stowarzyszonego lub jego tytuł. Mogą ponadto przybierać kształt wypowiedzi intrygującej (forma pytania) lub apelatywnej czy oceniającej. Korpusy zajawek są natomiast przekształcane stylistycznie, zawierają elementy ocen lub przedstawiają fakty z punktu widzenia ich uczestników – konwencja mówienia cudzym głosem. Konkretnie wypowiedzi mogą naruszać schemat wzorca kanonicznego w zróżnicowanym stopniu. Chcąc skupić uwagę czytelnika na wybranych tekstach, autorzy nadają im formę przekazu zagadkowego, mnożąc niewiadome przez odpowiednie kształtowanie poszczególnych segmentów. Odwołajmy się

¹⁸ Zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach...*, dz. cyt., s. 53–67.

do następującego przykładu:

[9] **Szybciej od światła** Czy dzięki tajemniczemu kwantowemu splątaniu będzie można teleportować materię i przesyłać wiadomości z prędkością większą od światła? *Szczegóły* – s. 23 [GW 2001/227]

Obserwuje się jednak także tendencję do tego, by o analogicznych zjawiskach informować w podobny sposób. Oto przykłady metaforycznego (hiperbolicznego wręcz) przedstawiania trudnych do pojęcia zjawisk, jakie obserwować można w kosmosie:

[10] **Co nas pożre?** Gwiazdy podobne do słońca „pożerają” krążące wokół nich planety. Być może za kilka milionów lat grozi to także Ziemi. *Czytaj* – s. 20 [GW 2001/109]

[11] **Kosmiczny kanibalizm** Astronomowie przyłapali Wielką Mgławicę Andromedy, sąsiadkę naszej galaktyki, na odrażającym kanibalizmie. Okazuje się, że galaktyki rosną, pożerając się nawzajem. *Wielkie żarcie* – s. 12 [GW 2001/156]

[12] **Kosmiczny żarłok** Nie ma wątpliwości, że w samym sercu naszej Galaktyki znajduje się czarna dziura. Pochłonęła już grubo ponad dwa miliony gwiazd. My nie mamy powodów do obaw – Ziemię od czarnej dziury dzieli aż 30 tysięcy lat świetlnych. *Sylwetka czarnej dziury* – s. 2; *Jak zobaczyć coś, czego nie widać* – s. 18 [GW 2001/212]

Przekształcenia, którym podlega zapowiedź w „Wyborczej”, nie prowadzą jednak do naruszenia dominandy gatunkowej, gdyż mieszczą się w obszarze paradoksów gatunku. Respektowanie zasady wprowadzania modyfikacji w określonych granicach przyczynia się do powstania następujących wariantów redakcyjnych zapowiedzi:

- 1) zapowiedzi o dominancie informacyjnej: a) streszczające, b) sprawozdawcze;
- 2) zapowiedzi o dominancie perswazyjnej: a) autoteliczne, b) publicystyczne.

Zapowiedzi o dominancie informacyjnej jawią się jako rezultat respektowania reguł wzorca kanonicznego, gdyż mniej lub bardziej zwięźle powiadają o jakimś fakcie czy zdarzeniu i odsyłają do tekstu właściwego. W grupie zapowiedzi z dominantą autoteliczną mieszczą się wypowiedzi zawierające takie przekształcenia wzorca kanonicznego, które sprawiają, że one same mogą (i w intencji autorów powinny) się stać przedmiotem zainteresowania czytelnika. Są wśród nich teksty stylizowane, a więc za-

wierające obcojęzyczne formy językowe czy formy zapożyczone z wyspecjalizowanych odmian polszczyzny, teksty, które wyróżnia obrazowość ze względu na zastosowanie metafor i innych środków stylistycznych, a także teksty naśladowujące konwencję przekazu dramatycznego. Oto dla ilustracji przykład wypowiedzi nawiązującej do sposobu kształtowania dialogu w dramacie:

[13] **NIK: Krzaklewskiego Orlen nie finansował** PKN Orlen: – Kontrola NIK nie potwierdziła zarzutów TVP, że nielegalnie sponsorowaliśmy kampanię prezydencką Mariana Krzaklewskiego. NIK: – Nie potwierdzamy, nie zaprzeczamy. Krzaklewski do TVP: – Sprostujcie, przepróście i zapłaćcie na cel charytatywny. TVP: – O wszystkim powiemy w sądzie. *Szczegóły* – s. 4 [GW 2001/168]

Funkcję przekazów perswazyjnych, utrzymanych w konwencji publicystycznej, pełnią zaś zapowiedzi zredagowane z intencją interpretowania rzeczywistości przez przedstawienie cudzego stanowiska lub stanowisk (przykład 14), ocenę przekazywanych treści (przykład 15) lub apelowanie do czytelnika (przykład 16):

[14] **SLD o maturach** Jeśli SLD wygra jesienne wybory, wówczas szkoły zdecydują, czy ich uczniowie będą zdawać maturę według nowych czy starych zasad – powtórzył w Poznaniu lider Sojuszu Leszek Miller. *Czytaj też* – s. 6 [GW 2001/117]

[15] **Blair bez atu** Tony Blair efektownie wygrał brytyjskie wybory, ale zgrał przy tym wszystkie swoje atuty: najniższe od 25 lat bezrobocie, inflację i stopy procentowe. *Czytaj* – s. 7 [GW 2001/134]

[16] **Mandatownik** Złamałeś przepisy drogowe, zatrzymała cię policja. Jaki mandat dostaniesz? Ile punktów stracisz? Jutro w „Auto-Moto” taryfikator mandatów. Taki, jakiego używa policja. Zabierz go w drogę! [GW 2001/142]

„Gazetę Wyborczą” można uznać za dziennik, który lansował nową modę na kształtowanie ważnego gatunku informacyjnego, jakim jest zapowiedź. Właściwa ocena tych wpływów będzie jednak możliwa po wnikliwych analizach zapowiedzi z różnych gazet. Wiadomo jednak, że „Wyborcza” w znaczącym stopniu wpływała i wpływa na styl komunikowania w prasie. Zapoczątkowała posługiwanie się mową potoczną jako środkiem odświeżającym język prasy, o czym już wspominałam, odsyłając do stosownych opracowań. Jej dziełem jest także zmiana w sposobie kształtowania i traktowania nagłówków prasowych. Dzięki

„Wyborczej” zerwano z zasadą relewancji nagłówka i gatunku wypowiedzi¹⁹. Publicyści tego dziennika ustalali też określone standardy w sposobie stylizowania nagłówków. Nadano nagłówkom rangę samodzielnych komunikatów o kształcie podporządkowanym wielowymiarowym grom z tekstem i z czytelnikiem. Gry z tekstem polegają z reguły na respektowaniu dwu zasad: 1) harmonii w kształcie nagłówka (często jedynie tytułu, jeśli jest on jednoskładnikowy) i korpusu wypowiedzi; 2) dysharmonii między kształtem owych segmentów tekstu dziennikarskiego.

Harmonia pojawia się najczęściej we wzmiankach, zwłaszcza wtedy, gdy tytuł ma formę zawiadomienia lub zdania oznajmującego, korpus zaś zwięźle i rzeczowo informuje o określonym fakcie, dana wypowiedź realizuje więc reguły wzorca wzmianki klasycznej. Nie naruszają zasady harmonii także te teksty wzmianek bądź notatek, które odwołują się do wzorców alternacyjnych. Przekształconemu tytułowi, zawierającemu neologizm czy neosemantyzm, oceniający leksem potoczny itd., odpowiada korpus podający wiadomość akcydentalną, posługujący się cytatem czy wartościujący.

Dysharmonia pojawia się wtedy, gdy dla uwyrażnienia komunikatu tytułowi nadaje się kształt wyszukany, a przy tym nierzadko mylący i sprzeczny z charakterem i zawartością utrzymanego w rzeczowym tonie korpusu.

Znacznie bardziej interesujące są w związku z tym gry tytułu z czytelnikiem. Przekształceniom podlegają wszystkie aspekty komunikatu, jakim jest tytuł, a więc zarówno struktura, jak i pragmatyka oraz kształt stylistyczny. Po kilku latach eksperymentów, prowadzonych w „Gazecie Wyborczej” i naśladowanych przez wiele dzienników i tygodników, utrwaliły się następujące formy gry:

- 1) spełnienie podstawowego oczekiwania czytelnika, a więc informowanie go o zawartości komunikatu prasowego oraz jego ogólnym charakterze (informacja czy publicystyka), a nawet przynależności gatunkowej; forma ta jest jednak realizowana rzadko;
- 2) zaskoczenie, zaintrygowanie, przyciągnięcie uwagi odbiorcy – pojawiają się wtedy najróżniejsze formy gier językowych w służbie gier z czytelnikiem;
- 3) reinterpretacja świata, przekonywanie, perswazja, często szokowanie, a więc gry publicystyczne, obejmujące swym zasięgiem nie tylko publi-

¹⁹ O istnieniu zależności rodzaju nagłówka – jego gramatyki, składu leksykalnego i kształtu stylistycznego – od gatunku wypowiedzi dziennikarskiej pisał Walery Pisarek: „po przeczytaniu samego nagłówka odbiorca może z dużym prawdopodobieństwem orzec, z jakim gatunkiem wypowiedzi ma do czynienia”. Zob.: *Poznać prasę po nagłówkach!*, Kraków 1967, s. 109.

cystykę;

- 4) zachwycenie oryginalnym i pięknym sposobem wysłowienia, a więc gry autoteliczne.

Formy wyodrębnione w punktach: 2), 3) i 4) można oddzielić jedynie teoretycznie, w konkretnych wypowiedziach najczęściej się one łączą czy nawet zlewają.

„Gazeta Wyborcza” upowszechniła nie tylko wymienione formy gry z czytelnikiem, lecz ustaliła zbiór sposobów ich językowej realizacji. Zjawisko, jak zaznaczyłam na początku szkicu, jest na tyle znane, że w przedstawianym opracowaniu wypada mi zwrócić uwagę jedynie na nowe eksperymenty. Chcąc przyciągnąć uwagę odbiorcy i zaproponować mu coś niezwykłego, redaktorzy „Gazety” wyzyskują różnorodne przekształcenia formy graficznej tytułu. Stosują przy tym kilka powtarzanych chwytów:

- 1) operowanie nawiasem autonomizującym części wyrazów lub całe wyrazy w celu pomnożenia możliwości semantycznej lub pragmatycznej interpretacji komunikatu: [1] nadtytuł: *Był plan Balcerowicza, był Bauca i będzie Belki*, tytuł: *Trzeci p(l)an B.*; [2] nadtytuł: *Bliski Wschód*, tytuł: *(Re) presja* – w tym przypadku dopiero lid wyjaśnia, że chodzi o represje Izraela w stosunku do Palestyńczyków; *REAL(NY) TYTUŁ* (o zwycięstwie piłkarzy Realu Madryt);
- 2) wyodrębnianie ze składu wyrazu kilku liter tworzących skrótowiec: *StrażNIKI* (kontrola NIK, dotycząca lubelskiej straży miejskiej); *NIKłe zarzuty?* (opinia NIK o lokalizacji hipermarketów); *WyNIK zmian* (o zmianie na stanowisku szefa lubelskiej delegatury NIK); *POrzuciła Surmacza* (o zmianach na liście kandydatów do Sejmu przygotowanej przez Platformę Obywatelską);
- 3) wprowadzanie symboli komputerowych: *MAFIA. COM*; (o aferze giełdowej); *.com po komunizmie* (o inwestycjach internetowych); *Na celoWWWniku* (o działalności hakerów); *Szukajcie nas www sieci* (o elektronicznej wersji „Gazety w Lublinie”);
- 4) naruszenie konwencji czytania od lewej do prawej, czyli nagłówek o kształcie szarady: *Tam gdzie przeszłość dopiero się zdarzy, czyli KAPSW AN TAIWŚ*;
- 5) nawiązanie do konwencji akronimu:
NAJWYŻSZA
IZBA DO
KONTROLI

Omówione wyżej przykłady pokazują nowe (wprowadzane na początku wieku) przejawy trwałej mody na tytuł prasowy głęboko zmodyfikowany²⁰.

²⁰ Niektóre praktyki redakcyjne z czasem utrwaliły się, inne zostały zarzucone: Zob.: M. Woj-

* * *

Zasada mieszania konwencji, zaskakiwania odbiorcy nowymi rozwiązaniami dotyczy także sposobów redagowania lidów i korpusów tekstów informacyjnych. Brak miejsca na szczegółowe przedstawienie tego zagadnienia, ograniczę się więc do charakterystyki dwóch przykładów (pochodzą one z „Kuriera Lubelskiego”). Wybieram tym razem teksty, w których oryginalność wysłownia prowadzi do naruszenia kilku reguł poprawnej komunikacji, a zwłaszcza zasady sposobu, a także ilości. Będzie to bowiem charakterystyka tworców mniej zdolnych naśladowców, a więc dziennikarzy, którzy wiedzą, co jest modne, jakie formy komunikowania mają wzięcie – znajomość reguł nie zawsze wiąże się jednak ze stosownym poziomem wykonania.

Nagłówek pierwszego z zapowiadanych tekstów jest strukturą dwuskładnikową: nadtytuł streszcza wypowiedź, a tytuł ma charakter intrygujący:

[17] N: *W chełmskim szpitalu policjant w asyście lekarzy uwolnił ze stalowego łożyska penisa nieszczęsnego pacjenta*

[T] **Ptaszek na więzi**

Pierwszy akapit wypowiedzi mieści się w konwencji lidów mieszanych, gdyż oprócz informacji zawiera komentarz:

[18] *We wtorek na oddział chirurgiczny chełmskiego szpitala trafił 40-letni mężczyzna z... łożyskiem na penisie. Metalowa obręcz tkwiła na nim już od trzech dni. Tutejsi lekarze nie pamiętają takiego przypadku.*

Korpus został podzielony na cztery akapity, choć granice między nimi nie są wyznaczone precyzyjnie. Akapit pierwszy przedstawia stan pacjenta:

[19] Stan mężczyzny był poważny. Obrzęknięty członek spowodował niedrożność moczowodów. Pacjent odczuwał silny ból, nie mógł oddać moczu. Opuchlizna była tak duża, że uniemożliwiła normalną interwencję chirurgiczną. Używane zazwyczaj do zabiegów operacyjnych narzędzia w tym przypadku nie znalazły zastosowania.

Akapit następny zawiera opis przygotowań do zabiegu i związanych z tym kłopotów lekarzy oraz opis samego zabiegu:

tak, *Gatunki prasowe*, w różnych miejscach; tejeż, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 18–21.

[20] Lekarze zwrócili się o pomoc do Wojewódzkiego Laboratorium Kryminalistycznego KWP w Chełmie. Po konsultacjach z Fabryką Łożysk Toczyńskich w Kraśniku zdecydowano się na mechaniczne usunięcie stalowej tulei. Zadania tego podjął się podinspektor Mieczysław Szelażek, naczelnik laboratorium, jeden z najlepszych policyjnych ekspertów od mechanoskopii. Za pomocą specjalnej szlifierki kątowej do cięcia twardych metali uwolnił on męski organ ze stalowego pierścienia. Przez cały czas trwania zabiegu, by nie dopuścić do powikłań i dodatkowych urazów, stosowany był płyn schładzający.

Kolejny akapit przedstawia ocenę zabiegu i jego rezultaty:

[21] Operacja, która zapewne przejdzie do annałów lecznictwa zamkniętego oraz, ze względu na udział w niej policji, również do historii nie tylko chełmskiego garnizonu, trwała dwie minuty. Zakończyła się pełnym sukcesem.

Akapit końcowy ma charakter dygresji i przedstawia osiągnięcia zawodowe policjanta, który dokonał zabiegu:

[22] Najlepszy chirurg wśród policjantów to legenda chełmskiej kryminalistyki. Podinspektor M. Szelażek jest m.in. pomysłodawcą i konstruktorem policyjnej fotopułapki, którą przez lata funkcjonariusze stosowali wobec złodziei w sieci obiektów i placówek handlowo-usługowych.

Analizowany tekst można uznać za niezbyt rozbudowany artykuł informacyjny. Konwencja gatunku jest realizowana przede wszystkim za pośrednictwem struktury tekstu, choć poszczególne segmenty naruszają reguły wzorca kanonicznego: tytuł jest zagadkowy i metaforyczny, lid zawiera elementy komentarza, a korpus nawiązuje jedynie do schematu sprawozdania. Widać w nim wprawdzie dążenie do logicznego uporządkowania treści i precyzji wysłowienia, ale jednocześnie wyraźne odzwierciedlenie zyskują konwencje publicystyczne, a zwłaszcza różnorodne sposoby sygnalizowania sensacyjności opisywanego wydarzenia²¹.

Analiza izotopii tekstu, a więc liczby i formy przywołań jednego dezygnatu, pokazuje, w jaki sposób zmienia się hierarchia poruszanych tematów. Poszkodowany mężczyzna jest określany jako: *nieszczęsny pacjent*, *40-letni mężczyzna*, *mężczyzna*, *pacjent*, dziennikarz przedstawia go więc

²¹ Na marginesie dodam, że po latach znalazłam wzmiankę zat. *Ptaszek na uwięzi* [GW 3–4 III 2007], której tytuł należy odczytywać dosłownie, ale treść ma posmak sensacji, gdyż w korpusie zakomunikowano: *Chińscy naukowcy stworzyli zdalnie sterowane gołębie. Za pomocą wszczepionych do ptasich mózgowi elektrod przesyłają im rozkazy: fruń w prawo; obniż/podnieś lot. Według agencji Sinhua trzy lata temu tym samym naukowcom tą samą metodą udało się stworzyć myszy na pilota. Po co? Ciągle nie wiadomo.*

dyskretnie. Znacznie więcej uwagi poświęca funkcjonariuszowi policji, który jest określany najpierw ogólnie za pomocą nazwy zawodu: *policjant*, potem zaś konkretnie z imienia i nazwiska wraz ze stanowiskiem służbowym i funkcją: *podinspektor Mieczysław Szelażek, naczelnik laboratorium*, a na koniec obrazowo za pomocą peryfraz i innych nazw gloryfikujących: *jeden z najlepszych policyjnych ekspertów od mechanoskopii, najlepszy chirurg wśród policjantów, legenda chełmskiej kryminalistyki, pomysłodawca i konstruktor policyjnej fotopułapki*.

Zasada stylistycznego bogactwa w sposobie przedstawiania zdarzenia znajduje zastosowanie także w odniesieniu do innych składników sytuacji: przedmiot zabiegu jest określany jako: *penis, ptaszek (na uwięzi), członek, męski organ* (terminologia fachowa miesza się tu ze słownictwem potocznym z rejestru ekspresywnego). O przyczynie nieszczęścia także mówi się dużo i w atrakcyjny stylistycznie sposób: *stalowe łożysko, łożysko, metalowa obręcz, stalowa tuleja, stalowy pierścień*.

Zasada naruszania konwencji gatunkowych została w przedstawianym tekście zrealizowana na skutek wprowadzenia kontaminacji wzorców gatunkowych: artykułu informacyjnego (sprawozdania) z sylwetką. Nastąpiło jednak nie tylko pomieszanie struktur i intencji komunikacyjnych (obok informacji o sensacyjnym wydarzeniu znalazła się gloryfikacja policjanta), ale poszerzenie skali rejestrów stylistycznych. Wielostylowość tej wypowiedzi wiąże się ze zderzeniem różnorodnych warstw leksyki: leksyki fachowej z zakresu medycyny: *szpital, pacjent, lekarz, stan poważny, niedrożność moczowodów, silny ból, opuchlizna, interwencja chirurgiczna, zabieg operacyjny, zabieg, operacja, narzędzia, powikłania, dodatkowe urazy*; leksyki fachowej, odnoszącej się do policji i jej zadań: *policjant, laboratorium kryminalistyczne, podinspektor, policyjny ekspert, mechanoskopia, garnizon, funkcjonariusz, policyjna fotopułapka*; leksyki oficjalnej: *lecznictwo zamknięte, obiekt, placówka handlowo-usługowa*; a także leksyki potocznej i środków typowych dla stylu artystycznego (zob.: przedstawiane już peryfrazy).

W kolejnym z branych po uwagę tekstów autor zastosował nieco inne chwytły umożliwiające nadanie zwykłemu artykułowi informacyjnemu charakteru przekazu niezwykłego, zaskakującego. Nagłówek jest zasadniczo utrzymany w konwencji typowej dla wypowiedzi informacyjnych, napisany stylem potocznym, ale pleonastyczny:

[23] N: Staruszka pogryzła stróża prawa

T: **Z zębami na policjanta**

Lid można wstępnie zaklasyfikować do grupy lidów zapowiadających czy wprowadzających, choć ze względu na sposób wysłowienia mieści się

też w konwencji lidu mieszanego. Już w tej części wypowiedzi dziennikarz eksponuje kontrast stylistyczny, informując o zdarzeniu za pomocą środków językowych typowych dla języka prawniczego (zob.: nazwy kary i sposób określania osoby skazanej oraz przewinienia) i leksyki potocznej:

[24] Karę roku pozbawienia wolności w zawieszeniu na dwa lata oraz 600 zł grzywny wymierzył Sąd Rejonowy w Lublinie 70-letniej Janinie A. za czynną napaść na policjanta. Staruszka ugryzła funkcjonariusza w rękę.

Korpus jest opowieścią formułowaną z pozycji świadka, przez co zyskuje kształt relacji reportażowej, napisanej z pietyzmem, dbałością o szczegóły, troską o detaliczne przedstawienie nie tylko zdarzeń, ale tła i zarysowanie sylwetki bohaterki. Tekst dzieli się zasadniczo na dwie części. Pierwsza przedstawia okoliczności przestępstwa, a druga – przebieg i rezultaty rozprawy sądowej. W części pierwszej pojawia się najpierw wyraźnie zarysowana ekspozycja, wystylizowana na relację policyjną:

[25] Latem 1996 policjanci przyszli do mieszkania kobiety, ponieważ spodziewali się zastać tam jej syna. Mężczyzna wyszedł na przerwę w karze i nie wrócił do więzienia. Policjanci – oprócz poszukiwanego – znaleźli słomę makową, odczynniki do wyrobu narkotyków, strzykawki.

Opis głównego incydentu ma formę urozmaiconą. Narracja trzecioosobowa zdynamizowana jest cytowaniem wypowiedzi postaci. Narrator nie ogranicza się jednak do przedstawiania faktów, lecz wprowadza także komentarze. Forma tej relacji jest trawestacją notatki policyjnej opisującej określony incydent, narrator przyjmuje więc punkt widzenia policjanta:

[26] Podczas przeszukania mieszkania gospodyni zamierzyła się na policjanta kuchennym nożem. Gdy krzyknęła „dziubnąć cię”, funkcjonariusz chwycił ją za rękę. Kobieta próbował również obezwładnić drugi z policjantów. W trakcie interwencji został ugryziony przez nią w lewe przedramię. Krew się wprawdzie nie poląła, ale po ugryzieniu zostało zaczerwienienie. Przez cały czas kobieta ubliżała policjantom, wykrzykując epitetę: „faszyści”, „gestapo”, „mordercy”. Została skuta kajdankami.

Relacja z przebiegu rozprawy jest także wypełniona szczegółami, utrzymana jednak w konwencji opowiadania potocznego. Ostatnie zdanie, które powinno być wydzielone, zyskało kształt dziennikarskiego komunikatu informacyjnego i mogłoby się z powodzeniem stać segmentem wzmianki o relacjonowanym zdarzeniu:

[27] Przed sądem Janina A. twierdziła, że policjanta nie ugryzła, bo ma niewiele zębów. W rękę, jak zeznała, miała zaś łyżkę, a nie nóż. Potem przypomniała sobie, że funkcjonariusza „lekko dotknęła wargami”. Kobieta odwołała się od wyroku sądu pierwszej instancji, lecz Sąd Wojewódzki w Lublinie niedawno utrzymał karę w mocy.

* * *

Kończąc rozważania na temat dominujących tendencji w sposobie kształtowania prasowych gatunków informacyjnych, przypomnę te zjawiska, które współtworzą obraz zmian. Przeobrażenie najważniejsze ma wymiar komunikacyjny i wiąże się z supremacją komunikacji interaktywnej, aktywizującej czytelnika i zbliżającej informację prasową do publicystyki. Zmienia się w związku z tym zbiór gatunków informacyjnych (najbardziej znamienne jest jego wzbogacenie o zapowiedź) i ich komunikacyjna hierarchia oraz układ funkcji. Nie mniej ważną modyfikacją jest inklinacja do posługiwania się całą gamą wzorców gatunkowych jednego typu wypowiedzi i preferowanie gatunkowych form poruszonych. Moda na zmienność, nowość, zaskakiwanie czytelnika, lansowana przez „prasowych dyktatorów”, sprawia, że w publikowanych przez nich tekstach zwykle informowanie zastępuje się informowaniem niezwykłym, opartym na konceptyzmie²². Publicystyczne koncepty powstają dzięki dbałości o wyszukaną formę przekazu, formę, co ważne, służącą eksponowaniu nowych funkcji, nieprzekraczającą jednak sfery paradoksów gatunku. Pomysłowe i stale odnawiane środki wyrazu służą kształtowaniu obrazu świata, który redakcja dzieli z czytelnikami lub który im narzuca. Dominujący styl komunikowania można, jak się wydaje, zamknąć w formule – „informować, uczyć i bawiąc”.

²² O pojęciu *konceptu* i o *konceptyzmie* zob.: B. Otwinowska, *Koncept*, [hasło w:] *Słownik literatury staropolskiej*, red. T. Michałowska, Wrocław 1990, s. 338–340; D. Gostyńska, *Retoryka iluzji. Koncept w poezji barokowej*, Warszawa 1991. Sposoby funkcjonowania konceptów w publicystyce omawiam w kilku opracowaniach. Zob. dla przykładu: *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej...*, dz. cyt., s. 377–392; *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 218–236.

Kunst stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej

Zawarte w tytule sformułowanie – kunst stylizatorski – będę traktować jako narzędzie interpretacji osobliwości i odrębności w sposobie kształtowania wypowiedzi prasowych w jednym z tygodników motoryzacyjnych – chodzi o „Auto Świat”. Podstawę analizy stanowią roczniki 1999–2002 i pojedyncze numery z lat wcześniejszych.

Opracowanie traktuję jako przyczynek do badań nad stylem publicystyczno-dziennikarskim, choć nie ograniczam wywodów do środków stylistycznych czy zbioru cech. Styl publicystyczny należy, obok artystycznego, do tzw. stylów otwartych, co oznacza, po pierwsze, że jego wyznaczniki układają się w antynomiczne pary: spontaniczność obok oficjalności, konkretność obok abstrakcyjności, obrazowość i ekspresywność obok zneutralizowanego sposobu wysłowienia, kreatywność obok szablonowości, potoczność obok fachowości itd.; po drugie, że środki stylistyczne tworzą zbiór heterogeniczny, a w konkretnych tekstach ważna staje się nie tyle ich geneza, co funkcja¹. Szczególnie

¹ Omówienie literatury dotyczącej stylu publicystycznego znajdujemy w publikacji: E. Szczurek, *Styl publicystyczny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. S. Gajda, Opole 1995, s. 363–396. Pojęcie stylu publicystycznego było wpisane w badania nad zróżnicowaniem stylowym (odmianowym) języka polskiego. Nie wszyscy językoznawcy zgadzali się z możliwością jego wyodrębnienia, przede wszystkim ze względu na brak wyspecjalizowanych środków. O schematach odmian współczesnej polszczyzny zob. m.in.: D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki...*, dz. cyt., s. 22–36. Obecnie po przełomie dyskursywnym w lingwistyce jest to pojęcie odsunięte na margines refleksji językoznawczej. Dominuje *dyskurs (dyskurs medialny, prasowy itd.)*. Zob. na ten temat: U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, s. 179–197; M. Kita, *Dyskurs prasowy*, tamże, s. 199–288; I. Loewe, *Dyskurs telewizyjny*, tamże, s. 289–311; M. Kita, *Dyskurs radiowy*, tamże, s. 313–346; U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs internetowy*, tamże, s. 347–379. W przedstawianym opracowaniu

rozbudowaną skalą paradoksów wyróżniają się też gatunki, tworzące ów wariant stylowy współczesnej polszczyzny, a eksponowanie sprzecznych jakości stylistycznych, nieparodystyczne wyzyskiwanie kontrastów staje się wyróżnikiem zarówno wypowiedzi informacyjnych, jak i publicystycznych².

Wymienione procesy ujawniają się wyraziście w prasie specjalistycznej (młodzieżowej, adresowanej do kobiet czy hobbystycznej), która preferuje interakcyjny model komunikacji, nadając większości tekstów kształt wypowiedzi skierowanych, nastawionych prymarnie na kontakt, fingujących bezpośrednią rozmowę. Ukształtowały się też już liczne wyspecjalizowane wykładniki owej dialogowej orientacji tekstów – od struktur tekstowych, przez wykładniki syntaktyczne (zwłaszcza pytania), po formy gramatyczne³.

W tekstach z tygodnika „Auto Świat” przeważa informacja (rozumiana najogólniej jako powiadamianie o faktach lub zdarzeniach), choć zwykle publicystyką podszyta, co nie byłoby niczym osobliwym na tle tendencji ogólnych, charakterystycznych dla współczesnej prasy, gdyby nie sposoby manifestowania się tej upublicystycznionej informacji. Prasa wyspecjalizowana, jak wspominałam, przekształca gatunki wypowiedzi dziennikarskich w różnorodny sposób. W prasie motoryzacyjnej podstawowym mechanizmem, uruchamiającym całą gamę zmian, jest *redukcjonizm genologiczny*. Są w niej realizowane wybrane gatunki informacyjne, a więc wzmianka i notatka, klasycznej publicystyki jednak praktycznie brak, gdyż nie pojawiają się felietony ani artykuły publicystyczne, a komentarze nie zawsze mają kształt wypowiedzi, wyrażających opinie publicystów tygodnika. Wiele spośród tekstów, umieszczanych na początku numeru i sygnowanych tytułem *Komentarz*, zaliczyć można do substytu-

zachowują pojęcie stylu publicystyczno-dziennikarskiego, w odpowiedni sposób je konceptualizując.

² O stylistycznych osobliwościach i sposobach kształtowania wypowiedzi w prasie wyspecjalizowanej pisałam w kilku artykułach. Zob. m.in.: M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej – na wybranych przykładach..., dz. cyt., s. 117–130; tejsze, *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana) ...*, dz. cyt., s. 235–244; tejsze, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 323–334. Analogicznej po części problematyki dotyczy też następująca publikacja: W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu perswazji w czasopiśmie dla młodzieży*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, z. 3–4, s. 79–101.

³ Szczegóły w: M. Wojtak, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 323–334; tejsze, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej...*, dz. cyt., s. 115–128 [przedruk w niniejszym tomie], tejsze, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej) ...*, dz. cyt., s. 119–129.

cyjnych form tego gatunku, gdyż zawierają informacje, na podstawie których czytelnik sam ma sobie wyrobić opinię o fakcie czy zdarzeniu⁴.

Redukcjonizmowi form gatunkowych towarzyszy proces kształtowania wypowiedzi osobliwych, co nie znaczy, że amorficznych lub zawsze oryginalnych. Zbiór owych osobliwości tworzą teksty opisowo-oceniające, zbliżone kształtem do publicystyki, ale obudowane wstawkami informacyjnymi i bogato ilustrowane. Tematem tak kształtowanych wypowiedzi są najnowsze modele samochodów, plany produkcyjne poszczególnych firm i inne aktualne zagadnienia, związane z motoryzacją. W obudowie tekstów dziennikarskich mieszczą się wypowiedzi ludzi związanych z charakteryzowaną firmą oraz autonomiczne segmenty, przedstawiające dane techniczne samochodu.

Kolejną osobliwą formę stanowią teksty, które redakcja opatruje etykietkami: *test – porównanie* (tu wymienia się nazwy porównywanych marek samochodów) i *test* (tu wyszczególnia się ocenianą markę). Czysto zewnętrzne wyznaczniki, a więc komponenty strukturalne, pozwalają w tych formach wypowiedzi widzieć mutację artykułu. Oprócz wspomnianego tytułu cyklu zawierają one: tytuł konkretnego tekstu, lid, wieloakapitowy korpus (a to przecież składniki standardowego artykułu), a ponadto wyodrębnioną z korpusu informację o danych technicznych samochodu i podsumowanie testu (sprawdzenia) ze wskazaniem zalet i wad opisywanego i ocenianego modelu samochodu. Ze względu na rozmiary wypowiedzi oraz jej publicystyczne nastawienie korpus może być podzielony na segmenty, opatrzone tytułami.

Odrębną wersję przedstawianego artykułu tworzą teksty, które zawierają jedynie tytuł i korpus, ujęty w swego rodzaju siatkę kompozycyjną ze stałymi segmentami: *karoserial/jakość; przyjemność z jazdy/napęd; osiągi; układ jezdy/bezpieczeństwo; komfort; koszty; podsumowanie*. Dobór opisywanych parametrów i ich układ nadają wypowiedzi charakter opisowo-oceniający, bliski konwencji typowym dla poradnika lub wypowiedzi popularyzującej wiedzę na określony temat⁵.

⁴ O formach komentarza zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego...*, dz. cyt., s. 372–386; teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 166–201; teźże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 82–95.

⁵ Zob.: M. Wojtak, *Przyjacielsko, miło, zrozumiale, czyli o stylu poradnika*, [w:] *Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, Opole 1994, s. 301–307, a także: E. Ficek, *Poradnik. Model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*, Katowice 2013. Obszerną charakterystykę stylistycznych wyróżników wypowiedzi popularyzujących wiedzę zawiera następująca monografia: A. Starzec, *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole 1999. Zob. ponadto: teźże, *Styl popularnonaukowy – styl dyskursu popularnonaukowego*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny...*, dz. cyt., s. 71–110.

Publicystykę charakteryzowanego tygodnika wyróżnia specjalizacja tematyczna wypowiedzi i ograniczony zbiór form gatunkowych. Jak zatem uniknąć sztampy i nudy? Jak wywołać zainteresowanie czytelników w sytuacji, gdy – zdaje się – atrakcyjność tematu już nie wystarcza, a na rynku funkcjonują konkurencyjne pisma? Lekiem na całe zło rutyny i schematyzmu ma być koncept – oryginalny, zaskakujący pomysł, który sprawi, że czytelnik zwróci uwagę nie tylko na to, co dziennikarz ma mu do przekazania, ale także na samą stylistyczną formę przekazu⁶. Imperatyw pisania atrakcyjnego jest tak silny, że dziennikarz zaryzykuje nawet brak relewancji stylistycznej i swego rodzaju brawurę wysłowienia, która sprawia, że niektóre teksty ocierają się o kicz.

Koncept może się realizować jako pomysł zredagowania całego tekstu lub sposób stylistycznego ukształtowania jakiegoś segmentu tekstowego. W niektórych gatunkach lub konkretnych wypowiedziach można zaniechać wprowadzania mniej lub bardziej oryginalnych rozwiązań, zwłaszcza gdy rozsądek podpowiada, że sama informacja zostanie przez entuzjastów motoryzacji odebrana jako wystarczająco atrakcyjna.

Z takim nastawieniem są, jak się wydaje, redagowane wzmianki i notatki, umieszczane w stałych miejscach i sygnowane tytułami: *Krótko o...; Informacje*. Teksty wypełniające wspomniane rubryki stanowią realizację kanonicznego wariantu wzorca gatunkowego, gdyż mają tytuł w formie oznajmienia lub zawiadomienia, rzeczowo informujący o zdarzeniu lub fakcie z zakresu motoryzacji i korpus odpowiadający na podstawowe pytania informacji: kto?, co?, gdzie?, kiedy?, jak?, dlaczego?, korpus o strukturze odwróconej piramidy, a więc z informacją podstawową (najważniejszą), zawartą w zdaniu inicjalnym i informacjami szczegółowymi w kolejnych wypowiedzeniach. Precyzji wysłowienia sprzyja przejrzystość struktur syntaktycznych i leksyka fachowa, duży stopień konkretności wywodu wiąże się zaś z użyciem nazw własnych i leksyki potocznej z rejestru neutralnego lub leksyki współnoodmianowej.

Rzadkie są przypadki wprowadzania specjalnych zabiegów, uatrakcyjniających takie klasyczne gatunki informacyjne, jak wzmianka czy notatka. Nie odnotowałam przykładów adaptacji gatunkowej, a takie przekształcenia można było obserwować w prasie rowerowej⁷. W analizowanym tygodniku modyfikacje ograniczają się do nadania korpusowi

⁶ Dotychczas w publicystyce podstawowym obszarem stylu wysłowienia, opartego na konceptach, były teksty felietonów. Zob. na ten temat: M. Wojtak, *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej...*, dz. cyt., s. 377–392; tejsze, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 218–236.

⁷ Zob.: M. Wojtak, *O przemianach w języku mediów...*, dz. cyt., s. 239.

kształtu komunikatu oceniającego, ujawniającego postawę publicysty wobec opisywanych faktów czy zdarzeń, lub komunikatu o osobliwej szacie stylistycznej. Oto dwa przykłady⁸:

[1] **Lanosem dookoła świata**

Polak potrafi! Pan Ireneusz Majewski, rodem z Kielc, wraz ze swą żoną postanowił objechać świat dookoła Daevo Lanosem 1.5 [2000, 26, 5];

[2] **Lotus Esprit odświeżony**

Legendarny brytyjski samochód sportowy Lotus Esprit poddany został face liftingowi. Model na rok 2002 otrzymał podwójne, okrągłe lampy z tyłu i wydạtny spoiler z przodu. We wnętrzu uwagę zwracają dwukolorowe fotele skórzane, aluminiowe elementy wykończenia bocznych drzwi, dźwigni zmiany biegów i hamulca ręcznego. Za nowymi felgami OZ kryją się wielkie tarcze hamulcowe (średnica 32 cm), które wydają się odpowiednie do spowolniania auta rozpędzanego za pomocą 3,5-litrowego V8 biturbo. Jego 354 KM przyspieszają Esprita od 0 do 100 km/h w 4,9 s. [2001, 51/52, 5].

Możliwe są także oczywiście modyfikacje tytułów, nadające im kształt komunikatów zagadkowych czy oceniających: *Lider lekkich dostawczych* [1999, 10, 5]; *Najlepszy diesel Nissana* [2000, 16, 5]; *Volkswagen w natarciu* [2000, 19, 5]; *W Japonii Honda górą* [2001, 48, 5]; *Twardy Scénic dla Meksyku*; *Mysłał Rover o niedzieli...* [2001, 4, 5] itd.

Konceptyzmu oblicza różne pojawiają się jednak przede wszystkim w tych gatunkach wypowiedzi, które uznać trzeba za charakterystyczne tylko dla prasy wyspecjalizowanej. Pod względem struktury teksty te, jak wspominałam, nie odbiegają od standardu. Zachowując normy na poziomie sygnałów wzorców gatunkowych, można jednak każdy z konwencjonalnych składników struktury poddać stosownym modyfikacjom i dziennikarze z tej możliwości korzystają.

Stosunkowo najmniej osobliwie przedstawiają się procesy przekształcania tytułów. Używam określenia *tytuł*, gdyż wieloskładnikowe nagłówki jako segmenty, wyróżniające pojedyncze wypowiedzi, w prasie motoryzacyjnej się nie pojawiają. Ze zbioru konceptów jest przez to usuwana cała gama zabiegów, typowych dla prasy ogólnej, a polegających na różnicowaniu formy językowej lub stylistycznej poszczególnych komponentów złożonego nagłówka.

W prasie motoryzacyjnej możemy jednak mówić o różnorodnych grach tytułu z czytelnikiem i grach tytułu z tekstem. Gry z tekstem ograniczają się do wprowadzania podstawowego, znanego z prasy ogólnej, zasobu

⁸ Lokalizując cytaty, podaję w nawiasie rok, numer pisma i stronę.

wzajemnych dopasowań i niedopasowań. A zatem klasycznemu tytułowi informacyjnemu odpowiada korpus, w którym powiadamia się rzeczowo o cechach określonego modelu samochodu. Komunikat jest formułowany z punktu widzenia fachowca, który sprawnie porusza się w przedstawianym świecie, znając dobrze jego porządek kategorialny i aksjologiczny. Odwołuje się przy tym do stosownej bazy doświadczeniowej swoich odbiorców, selekcyjnie informując zgodnie z zasobem wspólnej wiedzy na temat opisywanych faktów⁹. Harmonizowanie stylistyki tytułu i korpusu polegać może też na tym, że atrakcyjny formalnie, zagadkowy czy metaforyczny tytuł towarzyszy korpusowi, w którym mówienie precyzyjne i fachowe zderza się z konceptem (szczegóły i stosowne przykłady w dalszej części opracowania). Liczne są ponadto przypadki uatrakcyjniania jedynie tytułów.

Zbiór zabiegów, które określam jako gry tytułu z czytelnikiem, nie jest w prasie motoryzacyjnej zbyt bogaty. I w tym wypadku działa zasada redukcjonizmu. Dziennikarze preferują niektóre formy przekształceń, znane z prasy ogólnej. Stosunkowo rzadko grają formą graficzną przekazu, wprowadzając symbole internetowe, wyodrębniając za pomocą nawiasu stosowne części wyrazów lub zmieniając krój czcionki bądź barwę napisu. Prosty zabieg, jakim jest wyróżnienie w nawiasie określonej części wyrazu, sprzyja zwielokrotnieniu liczby znaczeń komunikatu, zawartego w tytule, czyni go formą, jakby powiedział Henryk Markiewicz, atraktywną i przyciąga uwagę czytelnika. Oto wybrane przykłady: *Testowa (r)ewolucja* [2000, 17, 24]; *Test (prze)życia* [2002, 1, 35]; *Sprinte(re)m do pracy* [2000, 13, 12] (artykuł dotyczy samochodu Mercedes-Benz Sprinter); *Klima(t) wiosną* [2000, 18, 44] (artykuł o klimatyzacji). Krojem czcionki wyróżnia się nazwy marek samochodów, uruchamiając asocjacje ze stosownymi apelatywami: *Nie Lada problem* [2002, 7, 18]; *Luksus w Micro-skali* [1999, 12, 38] (przedmiotem charakterystyki jest Nissan Micra)¹⁰. Sporadycznie w tytułach z „Auto Świata” wyzyskuje się przekształcenia formy fonicznej przekazu – brak tytułów z wewnętrznymi rymami, znalazłam jeden przykład, w którym można się dopatrywać próby uruchomienia współbrzmień eufonicznych: *Agresywna Arosa* [2001, 2, 16].

⁹ O pojęciu *ramy i bazy doświadczeniowej* zob.: J. Bartmiński, S. Niebrzegowska, *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin 1998, s. 212–214.

¹⁰ Prasę motoryzacyjną ominęła więc moda na graficzne wyróżnianie skrótowców, gra ich statusem (literowiec czy głoskowiec) czy wprowadzanie innych oryginalnych zabiegów, na przykład akronimów lub pisania tytułu wspak (przykład takiej realizacji znalazłam w „Gazecie Wyborczej” z 26 listopada 1999 roku: *Tam gdzie przeszłość dopiero się zdarzy, czyli KAPSW AN TAIWŚ*). Inne przejawy gier w: M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 19–22; też: *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 45–46.

Wśród zabiegów, które sprzyjają nadawaniu tytułom kształtu komunikatów o uwyraźnionej funkcji autotelicznej, najczęściej stosuje się gry formą leksykalną. Nieliczne są formy neologizmów czy okazjonalizmów: *Euroblacha* [2000, 18, 16] (o nowych tablicach rejestracyjnych); *Megamacho* [2000, 9, 8] (o terenowych modelach Porsche i Volkswagena); *Wszędo-samo-chody* [2000, 11, 24]; *AutoGLOBALIZACJA* [2000, 11, 8]; *Mały, mocny lexusowy* [2001, 44, 10]. Do rzadkości należą też przypadki przekształcania frazeologizmów lub innych utartych połączeń wyrazowych: *Twardy... mieszczuch* [2000, 18, 36]; *Nie wszystko złoto...* [2000, 23, 34]; *Nie suknia zdobi... Nie?* [2001, 4, 20]; *Dla każdego coś... praktycznego* [2000, 26, 44] i na koniec forma najciekawsza, bo aluzyjna: *Raz nadwozie, raz podwozie...* [2001, 48, 48].

Formą osobliwej gry jest posługiwanie się leksyką profesjonalną (znaną w środowisku wtajemniczonych czy też zainteresowanych problematyką motoryzacyjną): *Faworytka oszczędnych* [1999, 12, 56] (o samochodzie Škoda Favorit); *Wysokie loty kaczk* [2000, 20, 8] (o następcy Citroena 2CV).

Gra formą leksykalną polega jednak przede wszystkim na użyciu metafory: *Gdyby bagaż mógł marzyć* [2000, 29, 18]; *Zimowi pomocnicy* [2001, 45, 36]; *Powiew wolności* [2000, 18, 8]; *Najpiękniejsza skarbonka* [2001, 51/52, 66]; *Drapieżnik gotowy do skoku* [2000, 29, 8]; *Ślicznotka* [2000, 17, 12]; *Romeo słabego serca* [2000, 7, 28]; *Baranki w wilczej skórze* [2000, 23, 36]; *Ognista bestyjka* [2001, 2, 26] (o Suzuki Ignis 1.3). Zagadnienie metaforyzacji przekazu wróci w dalszej części opracowania.

Spośród przejawów gry formą syntaktyczną na uwagę, ze względu na dużą częstość, zasługuje operowanie wypowiedziami pytajnymi, sprzyjające nadawaniu tytułom formy przekazów zagadkowych lub oceniających. Oto wybrane przykłady: *Golf w defensywie?* [2001, 45, 20]; *Czy wróci na szczyty?* [2001, 44, 8]; *Klasyk wśród maluchów?* [2001, 48, 12]; *Która A ma klasę?* [2000, 17, 8]; *Czyżby konkurencja?* [2000, 17, 30].

Kolejnym segmentem wypowiedzi prasowej, któremu można nadawać osobliwy kształt, jest pierwszy i zwykle wyróżniony graficznie akapit, czyli lid. Typologia lidów jest, jak wiadomo, oparta na kryteriach funkcjonalnych, pozwalających wyodrębnić jakości o nieostrych granicach¹¹. Wśród lidów standardowych umieszcza się lidy streszczające i lidy hasłowe, gdyż tylko one wprowadzają wstępnie w problematykę tekstu właściwego. Za formy atrakcyjne uznaje się lidy-cytaty, lidy pytające, a zwłaszcza lidy udratyzowane lub, jak mówią dziennikarze, lidy z trzaskiem,

¹¹ Zob.: J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 1999, s. 63–65; M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 22–28.

a więc takie, które wydobywają sensacyjne aspekty zagadnienia i mają za zadanie zatrzymać uwagę czytelnika oraz zachęcić go do lektury dalszej części artykułu. Pisząc o konceptach, decydujących o oryginalnym kształcie poszczególnych segmentów artykułu, mniejszą uwagę mogą zwracać na typologię lidów, eksponując w analizach te procesy tekstotwórcze i stylotwórcze, które służyć mają zadziwieniu odbiorcy. Pierwszy z takich zabiegów ma wymiar formalny i polega na łączeniu tytułu i lidu w jedną tekstową całość. Sprzyja to bez wątpienia budowaniu napięcia i zaciękwieniu czytelnika. Oto wybrane przykłady:

[3] **Zwarty, wygodny, dynamiczny i...** Można by tak dalej wymieniać, gdyż w stosunku do testowanego przez nas Renault Clio 1.4 możemy się wypowiadać jedynie w samych superlatywach [1999, 39, 28];

[4] **Stąd do przyszłości...** ...przenoszą nas motoryzacyjne wizje słynnych projektantów i konstruktorów. Czasem bliskie seryjnej produkcji, częściej inspirowane stylem i techniką twórców „zwykłych” samochodów [1999, 15, 8];

[5] **Przewaga dzięki tradycji** ...tak mogłoby brzmieć hasło Alfy Romeo. Nowe „147” prezentuje odważną stylistykę, która wyróżnia ją na tle masy kompaktowych modeli [2000, 11, 14].

Kolejnym przejawem zabiegów uatrakcyjniających formę przekazu w lidach jest sposób konceptualizacji przedstawianego fragmentu rzeczywistości. Oryginalność dotyczy raczej szczegółów, gdyż uwzględnione w lidach obrazy samochodów nawiązują do techniki obrazowania, typowej dla publicystyki omawianego pisma. Samochód jest w niej postrzegany jako istota żywa, w tym człowiek, a zwłaszcza kobieta, rzadziej mężczyzna. Oto obrazy dzikich zwierząt:

[6] **Nie drażnić!** Wyglądają niewinnie i spokojnie. Ale biada temu, kto je rozdrażni. Mimo wszystko otwieramy klatkę i wypuszczamy je na krótką rozgrzewkę: BMW M5 i Mercedes E55 AMG [1999, 15, 30];

[7] **Na tropie sukcesu** Francuski lew znów ostrzy kły: po premierze limuzyny 607 Peugeot szykuje model 307 do ataku na klasę samochodów kompaktowych [2000, 16, 8].

Obraz narzeczonej z wszystkimi pozytywnymi konotacjami przywołuje się w następującym lidzie, pokazującym sugestywnie zalety nowego modelu Toyoty:

[8] **Rodzinna Avensis** Toyota Avensis jest jak dobra narzeczona: niezawodna, wszystko cierpliwie znosi, zapewnia komfort. Te wszystkie zalety powodują, że już po kilku tygodniach trudno się z nią rozstać [1999, 10, 24].

Pojawiają się też teksty z bardziej oryginalnymi skojarzeniami i środkami obrazowania (płaszczyznę porównania stanowią tu wyłącznie teksty z tygodnika „Auto Świat”), co nie znaczy, że muszą zachwycić każdego odbiorcę. Odwołajmy się do dwóch następujących przykładów:

[9] **Pikantna propozycja** Nałogowi oglądacze wyświetlanych późnym wieczorem programów dla dorosłych błyskawicznie rozpoznają, że coś jest z pieprzykiem. Ale bardzo często ten „pieprzyk” pozostawia poczucie niesmaku. Ekscytyujące opakowanie nowej Celiki bez wątpienia obiecuje wiele – a ile z tego zostaje? [2000, 15, 32];

[10] **Na kocią łapę** Łapy kota podczas lądowania po skoku rozszerzają się, ułatwiając zachowanie dobrej przyczepności. Tę zasadę wykorzystali inżynierowie Continentala, opracowując bieżnik najnowszej opony ContiPremium-Contact [2000, 15, 50].

Najciekawszym przekształceniom ulegają jednak korpusy analizowanych artykułów informacyjno-oceniających. Jeden z powtarzanych konceptów polega na uruchomieniu ciągów skojarzeń, które pozwalają stworzyć obrazy metaforyczne, zawierające asocjacje z nazwą pojazdu. O skali inwencji może nas przekonać analiza dwóch artykułów, przedstawiających Hondę Jazz. W numerze z 17 października 2001 roku znajdujemy jedynie metaforyczny tytuł *Jazz nowoczesny*. Zarówno lid, jak i korpus nawiązują do konwencji artykułu oceniającego, w którym rzeczowy ton opisów łączy się z jasno i bezpośrednio wyrażonym wartościowaniem: *Zgodnie z nowoczesnym trendem Jazz ma nadwozie jednobryłowe z krótkim przodem; Najmniejsza Honda jest wewnątrz przyjemnie przestronna dla wszystkich pasażerów [...]; Oryginalny jest także silnik [...]; A przy tym wszystkie manewry fotelami są nieskomplikowane [...]* itd.

Metaforyczny koncept decyduje natomiast o stylistycznym kształcie artykułu, wydrukowanego w numerze z 6 lutego 2002 roku. Procesom metaforyzacji został poddany już tytuł: *Przebój na jamboree?* Metafora, jak widać, oparta jest zarówno na utartych, jak i oryginalnych skojarzeniach. Odwołania do jazzu jako pewnego typu muzyki i inne asocjacje muzyczne wypełniają cały tekst. Muzyczne decorum przywołuje leksyka o różnym stopniu konkretności i fachowego wyspecjalizowania: *poruszyć struny, nadać rytm, synkopować, gra, jazzowy zestaw perkusyjny, sala koncertowa, muzyk, utwór jazzowy, brzmienie utworu, aplauz u publiczności, wejście na koncert jamboree*.

Wydobycie owych określeń z kontekstu nie pokazuje skali niezborności obrazów, jakie przy ich pomocy kreuje autor. Przywołane leksemy mają bowiem sprzyjać przedstawianiu samochodu i działań jego producentów w kategoriach muzycznych. Niektóre budowane w ten sposób obrazy można uznać za udane i twórcze: *Są w czołówce światowej jako chopiniści. Ale niewiele jesteśmy w stanie powiedzieć o uzdolnieniach jazzowych Japończyków. Jednak potrafią odpowiednio nadawać rytm, dodawać odpowiednie tony i synkopować: [...].* Kreatywność tego obrazu jawi się mniej imponująco na tle kontekstu: *tu kilka litrów bagażnika więcej, tam dodatkowo kilka centymetrów miejsca nad głową – najwyraźniej po wirtuozersku opanowali grę na klawiaturze minibusu.*

Obok sugestywnych i obrazowych fragmentów, zgrabnie kojarzących dwie nieprzystawalne zasadniczo rzeczywistości (przykład 11), obok fragmentów dowcipnych (przykład 12) pojawiają się fragmenty semantycznie niezborne, typowa dla konceptu chęć zaskoczenia i epatowania niezwykłością skojarzeń góruje nad precyzją i elegancją wysłowienia (przykłady 13 i 14):

[11] Po otwarciu tylnej klapy stwierdzamy z zaskoczeniem, że w bagażniku tak małego samochodziku zmieści się niemal cały jazzowy zestaw perkusyjny [2002, 6, 8];

[12] Taka „piwnica” w autku o długości 3,8 jest równie oczywista jak... sala koncertowa w przydomowym garażu [2002, 6, 8];

[13] Także pod maską kompozytorzy tego utworu jazzowego skryli zupełnie nowe dzieło: dwie świece zapłonowe [...] [2002, 6, 9];

[14] Za wejście na ten koncert jamboree trzeba w Unii zapłacić 12 535 euro (wersja S). Bardziej się jednak opłaca wykupić bilet na elitarny występ (wersja LS) za 14 095 euro. Wtedy muzykom akompaniują już nie tylko cztery poduszki powietrzne, ABS i elektrycznie sterowane lusterka, ale także klimatyzacja, elektrycznie sterowane szyby – i oczywiście system audio [2002, 6, 9].

W tekstach oceniających kilka modeli i marek samochodów powiększa się liczba metaforycznych konceptów. Jeden artykuł może zawierać odwołania do różnych obrazów. W tekście porównującym Audi A4 3.0 quattro, BMW 333 xi oraz Jaguara X-Type 3.0 V6 Sport, opublikowanym w czasopiśmie „Auto Świat” z 2001 roku (numer 43), rywalizację owych aut przedstawia się jako polowanie jaguara (obraz drapieżnika służy do charakteryzowania jedynie tej marki, siłę i inne walory pozostałych samochodów przedstawia się za pomocą odwołań do obrazu atlety). Opiswany w artykule Jaguar zdradza, zgodnie z dziennikarskim konceptem, wszystkie cechy kotów, czy raczej te cechy, które swym pupilom przypię-

sują zachwyceni właściciele, jest więc leniwy, sprytny i zwinny, przynosi radość i zadowolenie:

[15] Przy wysokich obrotach silnik wydaje głos jak rozpieszczony kanapowy kot, którego za karę pozbawiono niezasłużonej jakąkolwiek aktywności kolacji;

[16] A na okrasę mamy tu niesamowicie wręcz dobrą trakcję i szokująco niewymuszoną, elegancką, rzec by się od razu chciało: kocią zwinność;

[17] A silnik mruży w tonacji tak miłej wielbicielom tych jedynych w swoim rodzaju zwierząt – i samochodów ma się rozumieć.

Chęć zaskoczenia wyszukany pomysł i stylistycznego uniezwyklenia wypowiedzi stosunkowo często prowadzi autora analizowanego artykułu na manowce. Uzyskując efekt niezwykłości wysłowienia, dziennikarz gubi sens. Dla ilustracji przytaczam następujące fragmenty:

[18] Podobnie jak jego wspaniały imiennik, ten Jaguar ma napędzane wszystkie cztery łapy... to znaczy koła [2001, 43, 20];

[19] Aby jednak móc się zbliżyć do potencjalnych ofiar, musi wystąpić tu w jak najbardziej bojowym rynsztunku: z 3-litrowym, 230-konnym silnikiem V6 i w wydaniu Sport [2001, 43, 20];

[20] Jego 3-litrowy, widlasty silnik sześciocylindrowy zachowuje się jak atleta w siłowni – i to takiej nie do końca „czystej”, pompującej anabolikami. Nie wstydzi się swoich mięśni; z obu rur wydechowych dobiega tchnące siłą dudnienie. Ten brutalny, surowy niczym półdziki moczarski silnik nigdy nie jest w stanie nawet zbliżyć się do kultury pracy rycerskiego siłacza z Monachium, za to pod względem temperamentu i agresywności nie ustępuje mu ani na milimetr [2001, 43, 21].

Przedstawiając samochód jako istotę żywą, w szczególności człowieka, publicyści posługują się kilkoma metaforami szczegółowymi. Przednia część pojazdu zyskuje miano twarzy z odpowiednio ukształtowanym nosem, a reflektory to oczy:

[21] Mało jest autek, które mają tak wyrazistą i oryginalną „twarz” – równie radosną, co drapieżną [2000, 26, 21];

[22] Jeden rzut oka na piękną „twarz” wystarczy: Rover 45 pozostał montowaną w Wielkiej Brytanii odmianą Hondy Civic [2000, 16, 34];

[23] Pod koniec roku pojawi się Alfa Romeo 147, następczyni kompaktowego duetu 145 i 146, zaopatrzona w charakterystyczny „nos” [2000, 11, 15];

[24] Nowy pas przedni ze zgrabnie skomponowanym grillem i dużymi „oczami” pozytywnie wyróżnia się w tłumie „kompaktów” [2000, 19, 34].

Nawet te, z pozoru poprawne skojarzenia, mogą zaowocować obrazem zgoła szokującym:

[25] Zgodnie z tą koncepcją idealna wizja stylowego pojazdu do przewozu dużego bagażu jest połączeniem „twarzy” sportowca z praktycznym tyłem furgonetki [2000, 7, 8].

Wśród oryginalnych chwytów stylistycznych, stosowanych przez dziennikarzy „Auto Świata”, znalazła się też osobliwa adaptacja gatunkowa – korpus artykułu przybiera kształt potocznego opowiadania skierowanego do konkretnej osoby, co trzeba uznać za osobliwą formę realizowania zasad komunikacji interakcyjnej i dialogowego nastawienia wypowiedzi. W artykule, porównującym Alfa Romeo 147 i Audi A3, została umieszczona następująca sekwencja tekstowa, zamieniająca chłodny opis na opowiadanie, z czytelnikiem (mężczyzną) jako jednym z bohaterów relacjonowanej historii (pomijam jakość wykonania):

[26] Stoi sobie Alfa, a obok Ty. Najpierw nie możesz oderwać wzroku od Scudetto, sercowatego wlotu powietrza do chłodnicy. Potem toczysz wzrokiem po reszcie karoserii i... nie możesz się pozbyć wrażenia, że równie dobrze mógłbyś oglądać dorodnego osobnika płci przeciwnej. Wszystko ma dosłownie erotyczny posmak, by nie powiedzieć, że ocieka seksem. Od nieco tajemniczej, ale bez wątplenia pełnej charakteru i pięknej „twarzy”, poprzez cudowne krągłości, po pełne energii i elastycznej siły „muskulę” [2001, 4, 20].

* * *

Konkludując, trzeba powiedzieć, że wypowiedzi dziennikarzy, publikujących w prasie motoryzacyjnej, nie odznaczają się maestrią warsztatową, choć ich autorzy starają się stosować oryginalne chwyt, przypominające koncepty. Posługują się przy tym konceptem, funkcjonującym jako koncepcja wystylizowania całego tekstu. Najczęściej obejmuje on sposób obrazowania – struktura wypowiedzi pozostaje standardowa, trudno więc tu mówić, jak w przypadku felietonistyki¹², o konceptach strukturalnych. Liczne są natomiast przykłady stosowania tzw. konceptów wolnych, czyli odnoszonych do wybranych fragmentów wypowiedzi. Podstawo-

¹² Zob. na ten temat: M. Wojtak, *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej...*, dz. cyt., s. 377–392.

wym sposobem realizowania takiego chwytu jest metaforyczna konceptualizacja określonego składnika przedstawianej rzeczywistości. Typowa dla konceptu niezgodność zbyt często jednak prowadzi do niezborności, zaciemniających intencje autora i osłabiających precyzję wysłowienia. Dziennikarze nie opanowali bowiem sztuki operowania antytezą, paradoksem czy elipsą, a więc takimi, typowymi dla konceptu, przekształceniami semantyki wypowiedzi, które prowadzą do odkrywania nowych prawd o przedstawianym i ocenianym świecie. Prowadzone przez nich stylistyczne eksperymenty nie służą eksponowaniu „harmonijnego związku piękna wyrazu i przekazywanej myśli”¹³, a więc prowadzą do unicestwienia istoty konceptu. Mimo wspomnianych niepowodzeń publicystyka „Auto Świata” twórczo wpisuje się w tendencje stylizatorskie polskiej prasy zarówno ogólnej, jak i wyspecjalizowanej. Powiększa zbiór gatunków wypowiedzi publicystycznej o nowe formy, a skostniałe wzorce stara się realizować w atrakcyjny sposób. Utrwała się dzięki temu antynomiczność cech stylu publicystycznego i heterogeniczność jego wykładników.

¹³ D. Gostyńska, *Retoryka iluzji. Koncept w poezji barokowej*, s. 99.

Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej

Przyjmijmy na wstępie, że *dyskurs* oznacza całokształt praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności¹. Różnorodne interpretacje tego pojęcia zawierają kilka wspólnych założeń. Zarówno w koncepcji dyskursu jako użycia języka (z uwzględnieniem tego, kto posługuje się językiem, kiedy, dlaczego i jak) czy zdarzenia komunikacyjnego (tu też trzeba brać pod uwagę uczestników, ich postawy, cele komunikacyjne, światopoglądowe uwikłania, poczucie kulturowej wspólnoty), jak i nadawaniu dyskursowi charakteru interakcji, chodzi w istocie o sposób zorganizowania ludzkiej aktywności, a więc także praktyki komunikacyjnej określonej społeczności (wspólnoty), która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści, konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków niewerbalnych).

Dyskurs interpretuje się jako zjawisko wielowymiarowe i dynamiczne, dlatego w różnych opracowaniach można spotkać odmienne sposoby charakteryzowania jego parametrów. Dla rozważań zawartych w niniejszym opracowaniu istotne wydaje się rozróżnienie dyskursu jako wzorca i dyskursu jako konkretnego zdarzenia komunikacyjnego². Na obu tych poziomach charakterystyce może podlegać całokształt parametrów dyskursu

¹ Refleksja nad dyskursem jest bardzo bogata i wielowątkowa. Trudno zdawać sprawę z wszystkich kwestii (w tym zagadnień spornych), jeśli zamierza się z dyskursu uczynić pojęcie interpretacyjne. Odsyłam w tym miejscu do wskazówek bibliograficznych zawartych w artykule *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*, [w:] *Tekst – gatunek – dyskurs na przełomie XX i XXI wieku*, red. J. Szadura, Lublin 2012, s. 9–26. Wybrane opracowania z tego zakresu przywoływać będę w miarę potrzeb.

² Zob.: E. Miczka, *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*, s. 93–95.

lub jedynie wybrane aspekty. Nie mniej istotny jest punkt wyjścia. W kontekście badań nad mediami analiza może się koncentrować na: dyskursie określonych mediów (dyskurs wtedy jest profilowany raczej ideologicznie), dyskursie związanym z konkretną tematyką, dyskursie poszczególnych gatunków lub dyskursie mediów *tout court*³.

Zagadnienie parametrów dyskursu omawiam w innym miejscu książki (i w innych opracowaniach), przyjmując za Ewą Miczną koncepcję wyodrębniania następujących dziedzin dyskursu: dziedziny tematycznej, ontologicznej, funkcjonalnej, aksjologicznej oraz dziedziny konwencji gatunkowych⁴.

Dyskurs mediów *tout court* jest dyskursem politematycznym z pewnymi preferencjami determinowanymi wieloaspektowym zróżnicowaniem mediów, z osobliwą wizją świata, podporządkowaną kategoriom opisu przejętym ze świata rozrywki, zbanalizowaną, opartą na określonych regułach selekcji oraz interpretacji uwzględnionych składników świata (zob.: metaforę kalejdoskopu⁵), z antynomicznym zbiorem dominujących celów, wśród których najważniejszy to przyciągnięcie uwagi odbiorców, spełnianie ich oczekiwań, ale też narzucanie przez siebie wykreowanej wizji świata, z próbami przezwyciężenia ograniczeń komunikacji masowej i nadaniem kontaktom z odbiorcami kształtu komunikacji „twarzą w twarz” (por. zjawisko medialnej interaktywności oraz interakcyjny styl komunikacji w tych mediach, w których ograniczone są wymiary interaktywności), z systemem aksjologicznym wysuwającym na plan pierwszy wartości hedonistyczne (witalne), ze zbiorem gatunków, które pozwalają te parametry dynamicznie profilować na poziomie wykonania, czyli różnorodnych form przekazów (werbalnych i niewerbalnych).

Uzupełniając i ukonkretniając powyższe formuły, trzeba przypomnieć, że dyskurs medialny jest pryzmatycznie zróżnicowany, ponieważ media funkcjonują zarazem jako zwykłe przekaźniki oraz ideologicznie nacechowane instytucje, organizujące życie społeczne, a więc współtwórcy ludzkich działań, sposobów myślenia i wartościowania świata. Dlatego tak trudno zaakceptować jedną teorię funkcjonowania mediów, choć w każdej odnaleźć można cząstkę prawdy i uczynić ją sprawnym narzędziem.

³ Zob.: M. Lisowska-Magdziarz, *Dyskurs*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, s. 41; S. Gajda, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, s. 24–26.

⁴ E. Miczna, *Kognitywne struktury sytuacyjne...*, dz. cyt., s. 104–107.

⁵ Zob.: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, s. 303, gdzie czytamy: „[...] obraz świata w mediach jest różnorodny, fragmentaryczny, przypadkowy i zmienny. Podobnie jak kalejdoskop jest on nieskończonym ciągiem coraz to nowych konfiguracji i podobnie jak w kalejdoskopie każdą konfigurację tworzą jeśli nie te same, to przynajmniej dość podobne elementy”. Tu także omówienie innych koncepcji mediów (okno na świat, luneta, filtr, pryzmat, przewodnik itd.).

dziem interpretacyjnym. Dla prezentowanych tu rozważań szczególnie przydatna wydaje się koncepcja mozaiki (wielokształtność obrazu świata zestawianego z elementów nierzadko przypadkowych, co rzutuje także na kształt samych tekstów) i koncepcja wspomnianego już kalejdoskopu.

Dyskurs prasowy jako jeden z przejawów (sposobów) egzystowania dyskursu medialnego wykazuje się sporą gamą cech wspólnych z dyskursem medialnym, ale ma także określone wyróżniki.

Zbiór jego cech tworzy w moim przekonaniu układ antynomiczny, co ma istotne znaczenie dla, rozpatrywanej tu w perspektywie dyskursywnej, problematyki stylu⁶.

Dostrzega się z jednej strony wielopoziomową i wieloaspektową dyferencjację prasy, z drugiej zaś liczne przejawy homogenizacji.

Dyferencjacja obejmuje prasę ogólną (politematyczną) i wyspecjalizowaną: co do zakresu terytorialnego (prasa ogólnopolska, regionalna czy lokalna – by wymienić jedynie podstawowe parametry różnicowań), co do poruszanej problematyki (prasa hobbystyczna czy religijna dla przykładu), co do typu adresata (kobieca, młodzieżowa), co do sposobu ujęcia problematyki (opiniotwórcza i popularna). Polimorficzność współczesnej prasy (nawet tej tradycyjnej) jest zjawiskiem trudnym do uchwycenia w jakieś reguły. Zakresy i płaszczyzny różnicowań się krzyżują, przenikają, nakładają⁷. Nie można też mówić o izomorfizmie między tymi podziałami (podziałami o podłożu dyskursywnym) a zasadami wyboru i doboru środków stylistycznych⁸.

Homogenizacja na poziomie dyskursu ma ramy paradoksalne, wyznaczone zjawiskiem *infotainment*, które obejmuje, powtórzmy za M. Mrozowskim, fragmentację, konkretyzację, personalizację i sensacjonizm jako podstawowe strategie w sposobie prezentacji świata⁹. Można więc mówić, że w mediach w ogóle, a w szczególności w prasie dominuje obecnie poetyka oksymoronu.

„W wymiarze profesjonalnym – czytamy w znanym medioznawczym opracowaniu – głównym czynnikiem różnicującym dziennikarski dys-

⁶ Pewne uogólnienia formułowałam już w książce: *Gatunki prasowe...*, dz. cyt. Zob. zwłaszcza: s. 311–314, a także w artykule: *Przejawy kunsztu stylizatorskiego w artykułach z prasy wyspecjalizowanej...*, dz. cyt., s. 179.

⁷ W publicystycznej dyskusji nad zagadnieniem różnicowania mediów pojawił się postulat ochrony „jakościowych mediów drukowanych”, które „staczają się ku rozrywce”. Zob.: J. Żakowski, *Dobrym mediom można pomóc*, „Gazeta Wyborcza” 14 IX 2009, s. 9.

⁸ Z pewnością w komunikacji publicznej funkcjonuje obecnie „kontinuum środków”, z którego, jak pisze S. Gajda, „stosownie do potrzeb komunikacyjnych wybiera się środki lub ich zespoły” – S. Gajda, *Media – stylowy tygiel...*, dz. cyt., s. 22.

⁹ Zob.: M. Mrozowski, *Media masowe...*, dz. cyt., s. 254.

kurs jest orientacja (ideologia) zawodowa dziennikarzy¹⁰. Ujawniają się na tej płaszczyźnie kolejne antynomie dyskursywne: orientacja neutralna (obiektywizm dziennikarski) oraz orientacja zaangażowana, zakładająca stronniczość i tendencyjność dyskursu¹¹. Dla interpretacji stylistycznej istotne znaczenie ma korzystanie z klasycznych konwencji narracyjnych przy jednoczesnym ich modyfikowaniu (zakresy modyfikacji są profilowane gatunkowo). Ważne są ponadto typowe dla poszczególnych mediów chwytły redakcyjne (zob.: dla przykładu strukturę odwróconej piramidy w klasycznych powiadomieniach prasowych i strukturę koła jako technikę schematyzacji wiadomości telewizyjnych¹²). Pejzaż zróżnicowań kształtują też relacje między wariantami wzorca gatunkowego podstawowych gatunków prasowych (najogólniej rzecz ujmując – wariantem klasycznym, wariantami alternacyjnymi i adaptacyjnymi)¹³.

Interpretując różnorodne znamiona współczesnego dyskursu medialnego (w tym prasowego), nie możemy pominąć faktu jego zakorzenienia w kulturze popularnej, która mediom przyznaje ogromną rolę w kształtowaniu relacji społecznych. To w jej ramach wyraźnie rysują się przewartościowania w sferze tematycznej i funkcjonalnej dyskursu medialnego (zob.: dowartościowanie formy, zewnętrznego wyglądu, a obniżenie wartości sensu; dominację żartu nad poważną refleksją), uwidacznia się kryzys wiary w rozum oraz odrzucenie teorii uniwersalnych na rzecz eklektyzmu, subiektywizmu i indywidualizmu. Wyznaczniki kultury popularnej i jej panowanie w życiu społecznym pozwala wytłumaczyć typowe dla współczesnych mediów zjawisko nierespektowania reguł gatunkowych, uznawania dziennikarskiego obiektywizmu za konwencję, eksponowania gier językowych i dowartościowania osobowości dziennikarza¹⁴. Nie są to jednak wszystkie strategie stosowane w dyskursie prasowym, więc do zagadnienia tego trzeba będzie jeszcze powrócić.

W dyskursie medialnym, a więc także prasowym, obowiązuje specjalnie kształtowana wizja świata, ujmowana w reguły komunikowania, czyli przedstawiania faktów zgodnie z punktem widzenia wybranym przez medialnego nadawcę¹⁵. Przekazywana przez media wizja świata w mniejszym stopniu zależy od wydarzeń czy faktów, w większym zaś od oczekiwań odbiorców oraz od nastawienia nadawców na bycie oglądanym,

¹⁰ Tamże, s. 305.

¹¹ Tamże, s. 305.

¹² Tamże, s. 312. Zob.: prezentowane na tej stronie schematy.

¹³ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 18 i n. Nie każdy gatunek wykształca całą gamę wariantów.

¹⁴ M. Mrozowski, *Media masowe...*, dz. cyt., s. 396–398.

¹⁵ Zob.: P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa...*, dz. cyt., s. 11.

słuchanym czy czytany¹⁶.

Zbierzmy dotychczasowe ustalenia. Dyskurs prasowy jest zarazem monotematyczny (w wybranych pismach o określonym profilu) i politematyczny (nie tylko w pismach ogólnych czy opiniotwórczych). Dziedzina ontologiczna dyskursu rysuje się jako zapośredniczona i wykreowana w sposób typowy dla mediów. W zbiorze funkcji następują znamienne przetrasowania. Konfiguracja funkcji pozostaje zasadniczo stała (informowanie, interpretacja, kumulacja wiedzy, mobilizacja i rozrywka), zmieniają się ich układy w poszczególnych typach prasy (lub nawet konkretnym tytule), obowiązuje zasada synkretyzmu w sposobie wyrażania owych funkcji. Relacje nadawczo-odbiorcze nabierają charakteru zwrotnego i partnerskiego, choć często w prasie jest to jedynie dyskursywna gra. Składnikiem tej gry są chwytły sprzyjające modyfikowaniu takich parametrów sytuacji, jak miejsce i czas. Interakcyjny styl komunikacji zakłada sugerowanie scenariuszy typowych dla komunikacji tu i teraz, bezpośrednio, opartej na rozmowie, a więc personalizowanej¹⁷. Dziedzina aksjologiczna dyskursu jest także zmienna i bogata. Dominuje, jako się rzekło, hedonizm i rozrywka, ale pojawiają się też wartości wyższe. Niezwykle dynamiczne są sposoby ich eksponowania, a zwłaszcza techniki prezentacji antywartości.

Konwencje gatunkowe tworzą zmienną konfigurację, ale nie można mówić jedynie o mieszanu jakości. Funkcjonują na rynku tytuły prasowe z bliskim klasycznemu układem gatunków, układem respektującym podział na informację i publicystykę. Częściej jednak spotykamy w prasie zjawisko cieniowania konwencji, tworzenia licznych odmian gatunkowych, eksponowania alternacji lub pożyczek gatunkowych. Znamienne poza tym jest zjawisko redukcjonizmu genologicznego – typowe dla prasy wyspecjalizowanej, które polega na pomijaniu wybranych form publicystyki (na przykład felietonów czy recenzji), wprowadzaniu własnych form wypowiedzi (zob. na przykład tzw. testy w prasie hobbystycznej czy wypowiedzi kolażowe), a także zmianie hierarchii gatunków (zob. dowartościowanie wypowiedzi anonsujących)¹⁸.

Przedstawione w zarysie cechy dyskursu prasowego nie oddają jeszcze w pełni jego osobliwości. Aby móc wypowiadać się w nowy sposób o stylu przekazów prasowych, trzeba założyć, że dyskurs prasowy ma

¹⁶ Tamże, s. 14.

¹⁷ Zob.: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej...*, dz. cyt., s. 115–128.

¹⁸ Szczegóły w: M. Wojtak, *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej...*, dz. cyt., s. 61–77, a także w: tejże, *Interakcyjny styl komunikowania...*, dz. cyt., s. 127.

charakter absorpcyjny¹⁹. Jest otwarty wielokierunkowo na inne dyskursy i dyskursy owe wchłania, czyniąc je przedmiotem prezentacji, a więc także źródłem tematyki, form przekazu i językowych środków. Obserwując media, w tym prasę, dostrzec musimy wielość filtrów komunikacyjnych oraz zmienność ich konfiguracji w przypadku zdarzeń komunikacyjnych (dyskursów szczegółowych), takich jak określone wydanie gazety czy konkretna publikacja. Nie przeszkadza to wysnuwaniu hipotezy, że w prasie absorpcja przebiega zasadniczo na dwa sposoby. Można więc mówić o absorpcji przytoczeniowej, gdy gazeta funkcjonuje jako medium i przekazywacz, stając się formą prezentacji dyskursu X (lub jego wybranych składników). Prasa ułatwia bowiem, jak wiadomo, kontakt z różnymi dyskursami. W tego rodzaju absorpcji zachowana jest tożsamość dyskursu X we wszystkich aspektach (tematycznym, ontologicznym, funkcjonalnym itd.), choć prezentacja ma zmienne zakresy. Reprodukacja składników dyskursu X jako samodzielnych komunikatów to pierwszy przejaw tego typu absorpcji. Kolejnym jest przytaczanie określonych komponentów obcego dyskursu w ramach przekazu prasowego w formie tzw. „głosów dopuszczonych” (wypowiedzi uczestników relacjonowanych zdarzeń lub cytatów z dokumentów). Drugi typ absorpcji nazywam interpretacyjnym, ponieważ dyskurs X nie zachowuje wtedy pełnej autonomii, a prasa w istotnym stopniu go przekształca. Aspekt tematyczny jest medialnie wyprofilowany, następuje selekcja tematów szczegółowych i ich prezentacja z określonej perspektywy. Zachowane są elementarne intencje typowe dla dyskursu medialnego, a w nie dopiero wpisuje się intencje dyskursu X. Często się po prostu o nich powiadamia, nazywając illokucje podmiotu dyskursu X. Są one jednak także modyfikowane, prezentowane w konwencji rozrywkowej lub w inny sposób reinterpretowane. Filtry komunikacyjnym staje się w tym przypadku najczęściej gatunek. W medialnym kalejdoskopie następują zmiany układu różnorodnych składników tak absorbowanego dyskursu. Na poziomie konkretnych zdarzeń komunikacyjnych przedstawione typy absorpcji mogą się kumulować – zgodnie z konwencjami gatunkowymi lub wbrew tym konwencjom.

Jeśli popatrzymy na te zjawiska od strony rezultatów, to dyskurs prasowy będzie się nam jawił jako dyskurs utkany cytatowo lub transformacyjnie z innych dyskursów. W jego ramach da się wyodrębnić zbiór dyskursów X i dyskursów o X. Będzie to dla przykładu dyskurs polityki i dyskurs o polityce, dyskurs religii i dyskurs o religii, dyskurs prawa

¹⁹ *Słownik języka polskiego*, pod red. M. Bańki, t. I, Warszawa 2007, s. 4 podaje: „Absorpcja jakiejś substancji lub energii to jej pochłanianie [...] przez inną substancję lub jakies ciało”.

i dyskurs o prawie, dyskurs biznesu (często przez filtr prawny zapośredniczony) i dyskurs o biznesie, dyskurs nauki (w wersji popularyzatorskiej z reguły) i dyskurs o nauce, dyskurs literatury (szerzej kultury) i dyskurs o literaturze²⁰. Mapowanie tych zjawisk jest trudne. Poprzestaję więc na zaprezentowanym wyliczeniu, zaznaczając, że wpływy wspomnianych dyskursów są wzajemne. Dyskurs medialny utkany z innych dyskursów zmienia się w rytmie własnym, ale z uwzględnieniem rytmu przeobrażeń innych dyskursów. Charakteryzuje go zatem transgresywność związana z otwieraniem granic samego dyskursu (co wiąże się z absorpcją oraz ekspansją na inne obszary dyskursywne), a także granic różnych aspektów (płaszczyzn) dyskursu²¹.

Powyższe ustalenia interpretacyjne pozwalają motywować polimorficzność stylu wypowiedzi prasowych i jego otwartość, a więc antynomiczność cech oraz heterogeniczność środków²². Zjawisko nie rysuje się jednak jasno bez uwzględnienia strategii dyskursywnych, a więc reguł komunikacji, w tym reguł budowania wypowiedzi, kształtowania ich potencjału illokucyjnego, relacji nadawczo-odbiorczych i wizji świata²³. Badacze współczesnych mediów zgodnie podkreślają ich nastawienie na odbiorcę z przyznawaniem mu prawa współtwórcy dyskursu włącznie – w pewnych obszarach rzeczywiście (zob. w odniesieniu do prasy tradycyjnej pocztę redakcyjną), najczęściej jednak fingowane²⁴. Prezentując przed kilku laty kwestię zakresów obecności polszczyzny potocznej w wypowiedziach prasowych, pisałam: „Przedstawione w artykule zabiegi stylizatorskie sprawiają, że publicysta [...] jawi się jako nadawca zaangażowany, budujący z odbiorcą wspólny świat i kształtujący określoną wizję tego świata: z punktu widzenia odbiorcy [...], zgodnie z oczekiwaniami odbiorcy, a więc przystępnie, plastycznie i sugestywnie, z fingowanym udziałem odbiorcy [...], za pomocą środków językowych znanych odbiorcy [...]”²⁵. Dziś można powiedzieć, że tendencja ta się utrwała i pogłębiła.

²⁰ Zob.: Wprowadzone przez M. Kitę rozróżnienie terminologiczne: *dyskurs miłości* i *dyskurs o miłości* w książce: *Szeptem albo ucale. O wyznawaniu miłości*, Katowice 2007, s. 88.

²¹ Podjęta tu problematyka jest też rozwijana w następujących moich opracowaniach: *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 13–25 oraz *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu...*, dz. cyt., s. 9–26.

²² Zob.: M. Wojtak, *Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze*, red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów 2005, s. 146.

²³ Zob.: M. Wojtak, *Strategie dyskursywne w pewnym typie tekstu dydaktycznego*, [w:] *Język w komunikacji*, t. 3, red. G. Habrajska, Łódź 2001, s. 169.

²⁴ Warto w tym kontekście przywołać metaforę „gazety komiwojażera”. Zob.: W. Piśarek, *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych...*, dz. cyt., s. 11.

²⁵ M. Wojtak, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 332.

W pryzmatycznie kształtowanych wypowiedziach prasowych, a więc na płaszczyźnie komunikacyjnego konkretności, powiększa się skala zapośredniczenia i liczba komunikacyjnych filtrów. Zasadniczo wszystkie gatunki prasowe stają się wielogłosowe, a zasada zderzania punktów widzenia i mieszania stylów wysłowienia przekroczyła ramy publicystyki, a także te obszary komunikacji prasowej, w których stosowano praktyki redakcyjne rozpoznane jako zjawisko redukcjonizmu genologicznego. Dla ogólnego wydzźwięku konkretnych komunikatów istotne jest ponadto gospodarowanie modusami komunikacyjnymi. W gatunkach wystylizowanych interakcyjnie oddaje się część pola komunikacyjnego odbiorcy, tworząc z reguły dialogizowane monologi. Obserwuje się stosowanie całej gamy różnorodnych środków, które pozwalają sygnalizować dialogową orientację wypowiedzi²⁶.

Z opisaną strategią komunikacyjną wiąże się dominacja modusu dyrektywnego, gdyż większość komunikatów w danym piśmie ma charakter poradnikowy. Oznacza to także dominację przekazu sugestywnego i atrakcyjnego pod względem formy nad rzeczowym i powiadającym. Wtedy mówienie precyzyjne i fachowe zderza się z konceptem, czyli zaskakującym czytelnika pomysłem na prezentację jakiegoś składnika rzeczywistości. Koncept ma charakter semantyczny, gdyż w określony sposób ujmuje opisywany artefakt, i stylistyczny, ponieważ zamyka deskrypcję w poetyckim obrazie²⁷.

Splot wymienionych tendencji uwidacznia się najbardziej wyraźnie w prasie młodzieżowej²⁸.

Stosowane tam, dodajmy niezwykle często zmieniane, strategie służą przede wszystkim budowaniu wspólnoty dyskursu. Modyfikuje się przy tym zasadniczo wszystkie parametry dyskursu. Płaszczyzna ontologiczna jest przekształcana przez odnoszenie wypowiedzi do wybranych składników rzeczywistości (zdaniem redakcji bliskiej młodzieży), przedstawianej przez różne podmioty, raz w konwencji serio, innym razem ludycznie²⁹. W ostatnim czasie obserwuje się pewne przybliżenie do

²⁶ O różnicach w tym zakresie między prasą opiniotwórczą, tabloidami oraz prasą młodzieżową pisałam w oddzielnym opracowaniu. Zob.: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)* ..., dz. cyt., s. 119–129.

²⁷ Nie zawsze jest to obraz najwyższej próby. Zob.: M. Wojtak, *Przejawy sztuki stylizatorskiej...*, dz. cyt., s. 184–187.

²⁸ Zob.: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie...*, dz. cyt., s. 121–128, gdzie pokazuję szczegółowo stosowane tam strategie dyskursywne: O tym samym nie tak samo; Do ciebie twoim językiem, ale... niebanalnie; O wszystkim, co ci potrzebne i bliskie..., niedrętwo.

²⁹ Zob.: M. Wojtak, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, „*Studia Językoznawcze*” 2003, t. 2, s. 9–27.

dyskursu typowego dla prasy kobiecej. Nadal jednak nie można mówić o zwykłym mieszanym konwencji komunikowania charakterystycznych dla sfery kontaktów prywatnych i komunikowania publicznego, choć uwyrażnia się pokrewieństwo z komunikacją internetową (także w sferze wysłownia). Obowiązuje zasada mimikry. Upodobnienie dotyczy komunikatów traktowanych jako przekaz dziennikarski z reklamą, przefiltrowaną, dodajmy, przez medium komputerowe, o czym świadczy stosowna wizualizacja komunikatu (jego obramowanie oraz dobór wypowiedzi). Sygnały owego wtopienia mogą być różne. Tendencja ogólna dotyczy stosowania techniki kolażu w prezentacji materiałów. Tekst jest mozaiką utkaną z publikowanych na apli krótkich wypowiedzi odpowiednio eksponowanych w kolumnie, materiału ikonograficznego oraz sygnałów ewaluacji treści, a także specjalnego komunikatu anonsującego interaktywność przekazu (zachęta do wejścia na stronę internetową pisma).

Wciąga się więc młodego odbiorcę w komunikacyjną grę, tworząc iluzję komunikowania bezpośredniego, komunikowania, w którym odbiorca uczestniczy, gdyż w wypowiedziach uwzględnia się jego stan mentalny, emocjonalne nastawienie, a nawet pragnienia. O oryginalności dyskursu przesądza zaś różnorodność technik kreowania takiej iluzji.

Atrakcyjność przekazu jako jeden z aspektów wypowiedzeniowego parametru dyskursu prasowego owocuje stosowaniem różnorodnych konceptów, w tym praktyk stylizacyjnych, przekraczających obszary satyry czy rozrywki³⁰. Stylizacyjne koncepty decydują o zaskakującej i intrygującej czytelnika formie tych wypowiedzi, które powinny ujmować rzeczowością, a więc wypowiedzi powiadamiających. Stosuje się w nich składniki egzotycznych kodów (na przykład gwar ludowych) po to, by zaskoczyć odbiorcę i nadać wypowiedzi kształt odbiegający od konwencji gatunkowej³¹. Na poziomie konkretnych komunikatów obserwować można tendencję do mówienia (jest ono zwykle fingowane) ozdobnie o rzeczach zwykłych, niebanalnie o banalnych, humorystycznie o poważnych.

³⁰ Szczegóły w: M. Wojtak, *Zderzanie składników kultury popularnej i elitarnej w prasowych tekstach rozrywkowych...*, dz. cyt., s. 193–202; też, *Rozrywka w prasie codziennej – wybrane aspekty...*, dz. cyt., s. 39–49; też, *Komizm we współczesnej polskiej prasie...*, dz. cyt., s. 231–252.

³¹ Zob.: Liczne przykłady zanalizowane w: M. Wojtak, „*Piyknie hipkoł*”, czyli o przeobrażeniach gatunków prasowych, [w:] *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. K. Ożóg, E. Oronowicz-Kida, Rzeszów 2006, s. 179–190.

* * *

Rozpatrując dyskurs i styl na poziomie abstrakcyjnym (modelowym), można te zjawiska komunikacyjne traktować jako wzajemnie się oświetlające. W zwierciadle dyskursu medialnego (prasowego: dynamicznego, otwartego, absorpcyjnego) styl medialny (dziennikarski – nie ma dobrego terminu³²) zyskuje kształt antynomiczny. W dyskursie prasowym da się obserwować z jednej strony efekt kumulacji (kondensacji) tematycznej i funkcjonalnej (chodzi o poważną publicystykę, skupioną na istotnych społecznie problemach, publicystykę interpretacyjną, odznaczającą się wyrazistością gatunkową i relewancją stylistyczną), z drugiej zaś efekt rozproszenia, rozmycia poważnych treści w lekkiej formie czy wreszcie skupienia na problematyce w istocie błażej, lecz sztucznie dowartościowywanej. W tej prawidłowości dopatrywać się można motywacji dla cech stylu, tworzących antynomiczne pary: spontaniczność/oficjalność, konkretność/abstrakcyjność, rzeczowość (neutralność)/ekspresywność, kreatywność/szablonowość, potoczność/fachowość, potoczność/oficjalność itd. Ze względu na funkcjonowanie w dyskursie kolejnych filtrów komunikacyjnych (zwłaszcza filtrów gatunkowych) następuje polaryzacja cech. Na poziomie gatunkowym zyskują one charakter wyznaczników synkretycznych. Dla szablonowości dla przykładu są to, jak pokazywałam w kilku opracowaniach, następujące dystynkcje: szablonowość, nieszablonowa szablonowość, szablonowa nieszablonowość, nieszablonowość³³. Wykładniki owych cech pochodzą z wielu źródeł i mogą być w konkretnych wypowiedziach kontekstowo modyfikowane.

Synkretyzm stylistyczny (po Bachtinowsku trzeba mówić o polifonii) winien być traktowany jako cecha dyskursu prasowego na poziomie wzorca. W konkretnych zdarzeniach komunikacyjnych nie zawsze eksponuje się nowe jakości, które powstają ze zmieszania różnorodnych składników. W wielu gatunkach oraz ich realizacjach mamy do czynienia z eksponowaniem kontrastów w ramach przekazu zderzającego punkty widzenia. Pewną nowością (nie tylko w prasie wyspecjalizowanej) jest dekompozycja wypowiedzi, nadawanie jej kształtu komunikatu kolażowego (a więc też wielostylowego) po to, by odbiorcy przypisać rolę podmiotu scalającego przekaz. W prasie ogólnej jest to tworzenie kolekcji wypowie-

³² Podejmowane są jednak próby uporządkowania pojęciowego i terminologicznego. Zob. dla przykładu: U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, s. 179–197; M. Kita, I. Loewe, [Wstęp do:] *Język w mediach. Antologia...*, dz. cyt., s. 9–13.

³³ M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 311–313; tejże, *Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*, s. 157.

dzi, a także wprowadzanie tak dziś modnych wyimków tekstowych³⁴, w prasie wyspecjalizowanej – nadawanie przekazowi kształtu mozaiki.

Paradoks komunikacyjnego rozszczepienia daje znać o sobie na najniższym stopniu konkretyzacji dyskursu (i stylu), a więc w cyklu publikacji poświęconych jednemu tematowi (często wywołanemu przez media). Cechuje go wielogłosowość wynikająca z zastosowania mechanizmu komunikacyjnej substytucji (wypowiedź prasowa jest utkana z wypowiedzi różnych podmiotów). Komunikaty prasowe to z reguły stylistyczne zlepienie złożone zarówno ze składników bazowych (przytaczanych w ramach dyskursu absorpcyjnego), jak i przekształcanych³⁵.

³⁴ Szczegóły w: M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 31–32.

³⁵ Poszerzenie i rozwinięcie tej problematyki w: M. Kita, *Dyskurs prasowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny...*, dz. cyt., s. 199–288.

Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej

Punktem wyjścia przedstawianych w artykule analiz będzie pojęcie komunikowania: w mediach, w prasie, w prasie wyspecjalizowanej (w tym przypadku prasie kobiecej)¹. Nie zamierzam jednak rozbudowywać nadmiernie części teoretycznej wywodów, ograniczając tezy wstępne do zbioru niezbędnych konstatacji prezentujących filologiczny punkt widzenia². Komunikowanie w wymienionych sferach może być postrzegane jako proces przekazywania informacji lub jako interakcja³. O kształcie owego komunikowania decydują jego źródła, uczestnicy, cele i intencje komunikacyjne, kanały, języki i kody, przekazywane treści, a także zamierzone i niezamierzone konsekwencje⁴.

Oprócz wymienionych determinant ważną rolę w kształtowaniu dominującego we współczesnych mediach modelu komunikowania odgrywają uwarunkowania zewnętrzne, w szczególności zmiany społeczne, polityczne i kulturalne, jakie się dokonały w Polsce po roku 1989. Następuje szybka modernizacja i komercjalizacja mediów, które dla pozyskania (czy wręcz

¹ Tekst powstał przed upowszechnieniem się komunikacji internetowej i uwzględnia się w nim jedynie prasę w wersji tradycyjnej (papierowej).

² Ujęcia medioznawcze zostały zawarte w następujących pracach: T. Goban-Klas, *Proces komunikowania masowego*; tenże, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków 1999; tenże, *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 11–31.

³ Referuję szerzej owe zagadnienia w kilku artykułach – zob.: M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie prasy specjalistycznej..., dz. cyt., s. 117–118; tejsze, *O przemianach języka mediów (prasa wyspecjalizowana) ...*, dz. cyt., s. 235; tejsze, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 35–37.

⁴ Zob.: T. Goban-Klas, *Proces komunikowania masowego...*, dz. cyt., s. 239; M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu” ..., dz. cyt., s. 117–118; tejsze, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 35.

zdobycia odbiorców) sięgają po nowe środki wyrazu, sposoby wysłowienia, gatunki wypowiedzi, a jednocześnie upodabniają się do siebie, unifikując stylistykę wypowiedzi i poświęcając sobie wzajemnie wiele uwagi⁵.

Oba typy komunikacji, a więc zarówno komunikacja z dominantą informacyjną, jak i komunikacja z dominantą interakcyjną, podlegają ostatnio znamienym przekształceniom. Obserwować można mianowicie tendencję do odchodzenia od dawnych kanonów (w tym kanonicznych wzorców gatunkowych) w stronę komunikowania synkretycznego. W modelu informacyjnym dla przykładu wyraźnie zaznacza się dostrzeżona przez badaczy inklinacja ku łączeniu informowania z interpretowaniem, ukrywanego z reguły selekcjonowania informacji (zgodnie z zasadą *gatekeepingu*)⁶, wiązania informacji z rozrywką⁷. Model interakcyjny z kolei zaczyna dominować w niektórych typach mediów (także w prasie)⁸, w związku z czym kształtują się i krzepną jego modele szczegółowe, czyli:

1. Komunikacja, którą cechuje egalitaryzm: redakcja komunikuje się z przeciętnym czytelnikiem.
2. Komunikacja, którą charakteryzuje elitaryzm, a więc:
 - a) redakcja komunikuje się z wybranymi, wykształconymi, obytymi i kulturowo wyrobionymi odbiorcami,
 - b) redakcja z określonej perspektywy komunikuje się z wybranymi odbiorcami,
 - c) redakcja realizuje model interakcji, który można ująć za pomocą formuły: *swoi mówią do swoich*, entuzjaści komunikują się z entuzjastami.

Wymienione typy komunikowania rzadko występują w czystej postaci. Sposób komunikowania (tu roboczo określany mianem stylu) zmienia się w związku z tym, że redakcje mówią własnym głosem, co znaczy, że w danym piśmie przeważają wypowiedzi dziennikarskie, a głos czytelników ma tradycyjną formę listów do redakcji⁹, lub włączają głosy cudze,

⁵ Zob.: G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–243; M. Wojtak, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 35–36.

⁶ Zob.: Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów...*, dz. cyt., s. 154–155.

⁷ Zob.: Pojęcie *infotainment* – G. Majkowska, *O języku mediów*, s. 235 i jego wersję spolszczoną: *inforozrywka* – M. Worsowicz, *Inforozrywka w prasie*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 209. Nowsze ujęcie monografizujące w: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia...*, dz. cyt.

⁸ Zob.: M. Wojtak, *O przemianach w języku mediów...*, dz. cyt., s. 235–244; tejsze, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 36–38; tejsze, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 325–328.

⁹ Charakterystykę tego typu komunikatów zawiera mój artykuł – zob.: M. Wojtak, *Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty reakcyjnej miesięcznika „bikeBoard”*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. 8, red. M. Białoskórska, L. Mariak,

przez co następuje otwarcie gatunków tradycyjnie dziennikarskich na czytelnicze modyfikacje – prawdziwe lub fingowane. Wspólnotę z czytelnikami dziennikarze kreują więc w ten sposób, że pozwalają im wkraczać na swoje pole komunikacyjne, czyniąc z nich nadawców wypowiedzi publicystycznych¹⁰.

W prasie ogólnej interakcyjny styl komunikowania oznacza przede wszystkim aktywizowanie czytelnika, osiągnięte za pomocą kilku technik kształtowania komunikatów:

- 1) eksponowania dialogiczności przekazu związanej z wprowadzaniem wypowiedzi skierowanych (wiąże się to zwykle z określonymi modyfikacjami wzorców gatunkowych),
- 2) podkreślania dramatyczności komunikatu, w którym zderza się racje i punkty widzenia, nie podsuwając gotowych rozwiązań,
- 3) uznawania prymatu atrakcyjności przekazu nad jego komunikatywnością¹¹.

W prasie kobiecej obserwujemy kontaminację dwóch modeli szczegółowych komunikowania interakcyjnego (2b oraz 2c, a więc komunikowania z wybranymi odbiorcami i z publicznością, która mieści się w kategorii SWOI). Uwidaczniają się bowiem wyraźne nawiązania do stylu komunikowania typowego dla kontaktów indywidualnych, relacje nadawczo-odbiorcze zyskują pozór odniesień podmiotowych, można dostrzec zarówno próby aktywizowania odbiorców za pomocą technik charakterystycznych dla prasy ogólnej, jak i dążenie do budowania wspólnoty z określoną grupą czytelniczą, co się wyraża już w tytułach periodyków lub towarzyszących owym tytułom formułach, np.: *Pani Domu*; *Świat Kobiecy*; *Przyjaciółka*; *Claudia (radzi, pomaga, informuje)*; *(Twoje najlepsze strony) Naj*; *(Świat w oczach kobiet) Tina*.

Bliższą charakterystykę interakcyjnego stylu komunikowania w prasie kobiecej zacznę od zagadnienia dialogowego nastawienia komunikatów. Ponieważ ramy artykułu ograniczają w znacznym stopniu zakres analiz, spróbuję najpierw ogólnie zarysować problem, by móc przejść do określonej, specjalnie wybranej, egzemplifikacji. Nie zostaną więc uwzględnione liczne i niezwykle interesujące zagadnienia związane z funkcjonowaniem poczty redakcyjnej i innych form kontaktu z czytelnikami. Pomijam ponadto takie dialogowe lub dialogizowane formy wypowiedzi jak reportaż,

Szczecin 2002, s. 195–214. Obecnie znacznie się wzbogaciła liczba sposobów komunikacji czytelników z redakcjami czasopism. Nie jest to jednak główny przedmiot moich zainteresowań w niniejszym artykule. Nie rozwijam więc tych zagadnień.

¹⁰ Szczegóły w: M. Wojtak, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej...*, dz. cyt., s. 9–27.

¹¹ M. Wojtak, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 39.

wywiad czy specjalne rodzaje artykułów zawierających rady oraz porady lub popularyzujące wiedzę na określony temat¹², a także różnorodne formy zabawy konwencją dialogową, a więc plotki, psychotesty oraz horoskopy¹³. Poza zakresem charakterystyki pozostaną także niektóre szczegółowe zagadnienia związane z kształtowaniem się wyspecjalizowanego zasobu wykładników tak ujmowanej dialogiczności (czy raczej interakcyjnego stylu komunikowania).

Ważne wydaje się zwrócenie uwagi na miejsce „dialogu”, gdyż poszczególne redakcje mają w tym zakresie nieco odmienne zwyczaje. Dla wszystkich charakterystyczne jest wyodrębnienie miejsc uprzywilejowanych. Są to okładki pism oraz strony, na których następuje pełne zaprezentowanie zawartości numeru. W pozostałych częściach pisma dialogowość wypowiedzi jest nasilona lub osłabiona w zależności od tego, czy przeważają w nich teksty zawierające porady, czy inne gatunki wypowiedzi. Pisząc w ten sposób, myślę o dialogowości zewnętrznej, czyli o różnych przejawach nadawania wypowiedzi kształtu komunikatu skierowanego (monologu o dialogowej orientacji).

Z miejscem wiąże się cel „dialogu”, o którym już pisałam. W prasie kobiecej jest to – powtórzmy – zdobywanie określonego grona odbiorców, wytwarzanie w czytelnikach poczucia wspólnoty i więzi z redakcją (czy pismem), a także pomoc w organizowaniu, ułatwianiu i umilaniu codziennego życia.

Pragmatyczną motywację, w związku z tym, zyskują najważniejsze formy „dialogu”, a więc:

- 1) dialogowo zmodyfikowane gatunki wypowiedzi, takie jak zapowiedź anonsująca wybrane teksty z wnętrza numeru, komentarz redakcyjny (*edytorial*), wypowiedzi o kształcie wzmianek, wypełniające wybrane stałe rubryki, wypowiedzi, które mają zewnętrzny kształt wiadomości, a są formą poradnictwa;
- 2) określone segmenty niektórych gatunków: zwłaszcza tytuły (lub nagłówki) i lidy, które podlegają w prasie kobiecej specjalnym modyfikacjom.

Gdy mowa o formie dialogu, trzeba dodać, że orientacja dialogowa wypowiedzi może być nawiązaniem do konwencji naturalnej rozmowy, oznaczającej bezpośredniość kontaktu i mówiony przekaz, lub odbiciem

¹² Część zagadnień związanych z funkcjonowaniem tej formy artykułu przedstawiam w szkicu pt. *Przejawy kunsztu stylizatorskiego w artykułach z prasy wyspecjalizowanej...*, dz. cyt., s. 179–188.

¹³ Horoskopy gazetowe opisywałam w oddzielnym artykule. Zob.: M. Wojtak, *Stylistyka tekstów użytkowych – wybrane zagadnienia*, [w:] *Język. Teoria – dydaktyka*, red. B. Greszczuk, Rzeszów 1999, s. 253–263.

reguł typowych dla tekstów epistolarnych. Obserwować można wtedy echa konwencji rozmowy z oddalonym partnerem¹⁴.

Stosunkowo trwałe są ponadto wykładniki dialogiczności wypowiedzi stosowane w prasie kobiecej, a także w innych periodykach, w których pojawia się przedstawiany styl komunikowania. Znajdujemy wśród tych wykładników:

- 1) formy graficzne – z reguły wielokropek, który służy imitowaniu spontaniczności wypowiedzi i bezpośredniości kontaktu, w prasie zaś jest też wyrazem chęci zaintrygowania czytelnika;
- 2) formy gramatyczne: zwłaszcza zaimki osobowe, zaimki dzierżawcze i stosowne formy czasownikowe, które funkcjonują jako wskaźniki relacji nadawczo-odbiorczych, klimat interakcji mogą budować także deminutiva, a jej spontaniczność sugerują niektóre konstrukcje syntaktyczne typowe dla składni kolokwialnej;
- 3) struktury tekstowe, czyli zarówno pełne struktury dialogowe w postaci wymian (najczęściej złożonych z pytania i odpowiedzi), w tym wymiany imitujące zwrotny charakter komunikacji, a więc z replikami czytelników (z reguły imitowanymi), jak i struktury zredukowane do jednego składnika wymiany dialogowej – pytań lub wypowiedzi konstatających bądź oceniających.

* * *

Charakterystykę dialogowo zmodyfikowanych gatunków prasowych zaczęła od przedstawienia najważniejszych wyznaczników zapowiedzi¹⁵. Reprezentują one określoną odmianę tego gatunku. W mojej typologii odmian zapowiedzi mieszczą się w typie zapowiedzi autonomicznych nawiązujących do konwencji spisu treści¹⁶. Informują wstępnie i selektywnie

¹⁴ Zob. na ten temat: M. Wojtak, *O przemianach w języku mediów...*, dz. cyt., s. 240–244; tejsze, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 325–329 (oraz odesłania bibliograficzne zawarte w tych opracowaniach). Zob. ponadto: M. Świącicka, *Moda na potoczność w języku czasopism dla kobiet*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny...*, dz. cyt., s. 57–60.

¹⁵ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 101–119; tejsze, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych...*, dz. cyt., s. 68–81; tejsze, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi...*, dz. cyt., s. 53–67; tejsze, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 40–44.

¹⁶ Oprócz tego wyodrębniam zapowiedzi nieautonomiczne, czyli nawiązujące do określonych gatunków dziennikarskich, będące ich specjalnymi adaptacjami, a więc zapowiedzi o kształcie wzmianek, notatek, wiadomości, a wśród autonomicznych sytuuje zapowiedzi seryjne anonsujące zwykle dodatki do gazet lub ich specjalne wydania. Zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi...*, dz. cyt., s. 53–67; tejsze, *Przejawy mody...*, dz. cyt. s. 39–44.

o zawartości numeru czasopisma, gdyż są drukowane na okładkach. Od klasycznych zapowiedzi różnią się tym, że są pozbawione formuły odsyłającej i lokalizującej tekst stowarzyszony (czy właściwy). Można jednak znaleźć pisma, w których zapowiedzi z okładki mają formułę odsyłającą, przez co ich pokrewieństwo ze spisem treści rysuje się jaśniej. Oto wybrane przykłady ze *Świata Kobiety* [27 XI 2001]:

[1] **Jest taki problem...** str. 66

Pokochałam faceta młodszeo o szesnaście lat.

[2] **Rodzina wrózek** Od pokoleń przewidują przyszłość. Czy odkryją sekrety Twojej duszy?

str. 16

[3] **Kariera** Szef Cię krytykuje? To jeszcze nie koniec świata.

str. 63

W większości zebranych przykładów rolę formuły anonsującej inną wypowiedź pełnią wybrane składniki inicjalne tekstu, które są sygnałem wyróżnienia określonej wypowiedzi przez redakcję lub odsyłają do stałych rubryk czasopisma, np.: *Temat tygodnia; Tylko u nas!; Sekrety urody; Podpatrujemy gwiazdy; Podpowiedzi (psychologa, stylistki, wizażystki, fryzjera, dietetyka, kosmetyczki itd.)*.

Osobliwością przedstawianych zapowiedzi jest genologiczna determinacja ich podstawowego kształtu. Chodzi o to, mówiąc prościej, że struktura zapowiedzi zależy od gatunku, do którego ona odsyła. Obserwacja ta sprawdza się jednak wyłącznie w odniesieniu do czasopism, które różnicują w wyraźny sposób wypowiedzi drukowane na okładce, tworząc w tym zakresie własne konwencje. Spośród czasopism przeznaczonych dla kobiet ten rodzaj dyferencjacji gatunkowej stosuje *Przyjaciółka*.

Można wyodrębnić charakterystyczne dla wspomnianego pisma warianty gatunku związane z anonsowaniem wywiadu, tekstów porad (formalnie wiadomości), reportaży. Specjalny kształt uzyskują ponadto zapowiedzi tekstów wyróżnionych przez redakcję.

Zapowiedzi wywiadu mogą być realizacją dwóch typów wzorców: kanonicznego i wzorców alternacyjnych. O tożsamości każdego z wzorców decyduje struktura. Model kanoniczny obejmuje strukturę trójsegmentową, którą tworzą: formuła reklamująca: *Tylko u nas!*, formuła zawierająca dane personalne bohatera wywiadu. Trzecim składnikiem jest fragment jego wypowiedzi, dobrany oczywiście tak, by był dodatkową zachętą do lektury. Oto wybrane przykłady:

[4] TYLKO U NAS! ZYGMUNT CHAJZER Wszystkim kumplom radzę:żeńcie się z misskami [2003 nr 5];

[5] TYLKO U NAS! KINGA RUSIN Moje córki wiedzą, że ostatnie słowo ma tata [2003 nr 9];

[6] TYLKO U NAS! MATEUSZ KUSZNIEREWICZ Jestem wiecznym narzeczonym [2002 nr 43/44].

Modele alternacyjne powstają jako rezultat procesu redukcji inicjalnego składnika:

[7] ŁUKASZ „KEN” WIEWIÓRSKI Przysięgam, potrafię uwieść każdą kobietę [2003 nr 10];

[8] KORA Teraz śpiewam hity Fogga i czekam na wnuki [2003 nr 8];

[9] ILONA FELICJAŃSKA Jestem kurą domową szczęśliwą, niegłupią i całkiem atrakcyjną [2003 nr 11];

[10] ŻONA MARCINA FIRLEJA Z TVN 24 Czułam, że tym razem grozi mu niebezpieczeństwo [2003 nr 17].

Kolejnym procesem modyfikacyjnym sprzyjającym powstawaniu alternacji gatunkowych jest wymiana składnika, niejednokrotnie łączona z redukcją. Wspomnianym procesom podlegać może składnik inicjalny lub segment główny, w którym zamiast wypowiedzi bohatera pojawia się komentarz lub wypowiedź osoby udzielającej wywiadu połączona z dziennikarską interpretacją. Odwołajmy się dla ilustracji do następujących przykładów:

[11] WAŻNA SPRAWA Lekarze zoperowali mi mózg, bo... pomylili mnie z inną pacjentką! [2003 nr 1];

[12] MACIEJ KURZAJEWSKI Czekał na Małysza, spotkał... przyszłą żonę [2003 nr 12];

[13] JAN MARIA ROKITA **W domu tylko ja gotuję** i inne niedyskretne zwierzenia [2003 nr 13];

[14] JOLANTA KWAŚNIEWSKA **Pierwsza tak prywatna rozmowa!** Dlaczego szkoda jej czasu na kłótnie z mężem [2003 nr 15/16];

[15] NINA TERENTIEW Co w jej życiu ważniejsze – szczęście czy kariera?
[2003 nr 18/19].

Nieco innym regułom urozmaicającym kształt komunikatu podlegają zapowiedzi anonsujące teksty porad. Mają one dwusegmentową budowę, w obrębie której formuła inicjalna jest składnikiem standardowym, realizującym schemat: *Podpowiedzi X-a* (w miejscu zmiennej X pojawia się, jak pokazywałam, określenie jakiegoś specjalisty), segment główny podlega zaś alternacjom w aspekcie pragmatycznym, gdyż może być:

1) wypowiedzią powiadamiającą (z ukrytą funkcją impresywną), na przykład:

[16] Szczotka i grzebień do twoich włosów [2003 nr 5];

[17] Te kosmetyki tuszują defekty cery [2003 nr 9];

2) wypowiedzią oceniającą, na przykład:

[18] Ten makijaż pachnie owocami [2003 nr 6];

[19] Rewelacyjne domowe zabiegi poprawią kondycję dłoni [2002 nr 46]¹⁷;

3) wypowiedzią oceniająco-powiadamiającą, na przykład:

[20] Wystarczy miesiąc, seks będzie bardziej przyjemny [2003 nr 6];

[21] Bluzki z dekoltem idealnie dobrane do twojej sylwetki [2003 nr 20];

[22] 5 powodów, dla których warto uwierzyć w siebie [2002 nr 49];

[23] Te proste zabiegi wzmacniają włosy [2003 nr 7];

4) wypowiedzią apelującą:

[24] Spraw, by córka nie miała kompleksów [2003 nr 23];

[25] Całuj dziecko, a będzie zdrowe! [2003, nr 3];

[26] Fryzury: wybierz modną i w idealnym kolorze [2003 nr 18/19].

¹⁷ Użycie w tym kontekście leksemu *kondycja* pozostawiam bez komentarza.

Zapowiedzi reportaży są także komunikatami nawiązującymi do dialogu, lecz nie zawsze w czysto formalnym sensie. Mają one budowę dwuskładnikową. Formuła inicjalna jest zredagowana tak, aby mogła zaintrygować odbiorcę, a segment główny ma charakter streszczający lub zawiera cytaty z tekstu reportażu (najczęściej jest to fragment wypowiedzi któregoś z bohaterów). Aby tę nieschematyczną schematyczność pokazać, odwołam się do kilku przykładów, stanowiących przytoczenie całych wypowiedzi:

[27] **Czy matka uzna racje syna?** Choć mam kłopoty z poruszaniem się, chcę sam o sobie decydować [2003 nr 2];

[28] **Błąd w sztuce czy wypadek** Zmarła w gabinecie dentysty chwilę po znieczuleniu [2003 nr 9];

[29] **PO 16 LATACH ODZYSKAŁEM WZROK** Opowiem wam, co najbardziej mnie zaskoczyło [2003 nr 12];

[30] **NIEZWYKŁE LOSY** Przygarnęłam hinduską dziewczynkę i... odzyskałam wzrok [2003 nr 14].

Zapowiedzi tekstów wyróżnionych przez redakcję tworzą swego rodzaju serię ze standardowym segmentem inicjalnym: *Temat tygodnia* i segmentem głównym o kształcie wyliczenia, które ów temat ukonkretnia. Odwołajmy się dla ilustracji do następujących przykładów:

[31] **Co warto poprawić w twoim małżeństwie**
Sprawdź, którą serialową parę przypominacie
Wykorzystaj podpowiedzi psychologów [2002 nr 48];

[32] **21 kłopotów z dziećmi, jak je szybko pokonać**
Nieświadome błędy rodziców
Kiedy potrzeba pomocy terapeutów [2003 nr 4];

[33] **W tym roku wygrasz z jesienną depresją!**
Światłoterapia we własnym domu
Ekspresowe sposoby na dobry nastrój [2002 nr 43/44].

Dialogowe nastawienie przedstawionych wariantów zapowiedzi wiąże się ze stosowaniem kilku, znanych także z innych typów tekstów, wykładników dialogowości. Są wykorzystywane środki graficzne, które mają przyciągnąć uwagę odbiorcy i sprawić, że zainteresowawszy się określoną wiadomością, kupi czasopismo. Rolę takich stymulantów pełnią przede wszystkim

sposoby rozmieszczenia komunikatów na stronie, wielkość, krój oraz kolor czcionki i tła. Poza tym nadawaniu wypowiedziom pozorów komunikatów spontanicznych i intrygujących służy wyzyskiwany w wielu funkcjach wielokropek. Oprócz przykładów już cytowanych (11, 12, 30) porównajmy:

[34] Walentynki Spraw, aby pokochał cię do szaleństwa...
...albo wylecz złamane serce [*Przyjaciółka* 2003, nr 6];

[35] NIEZWYKŁA ATRAKCJA Czy ta palma powinna pozostać w centrum...
Warszawy? [*Przyjaciółka* 2003, nr 13];

[36] Jeśli wykorzystasz nasz... KALENDARZ URODY powitasz Nowy Rok
piękna jak nigdy dotąd [*Świat Kobiety* 2001, nr 24];

[37] Ach ci faceci...
– instrukcja obsługi męzczyzny
– metamorfozy macho
– Zorro w ziołowej masce [*Tina* 2002 nr 10].

Spośród wykładników gramatycznych wymienić trzeba zaimki dzierżawcze (dominują formy zaimka *twój*). Oto przykłady bez lokalizacji: *Czy twój lekarz to fachowiec?*; *Miód w twojej kuchni*; *Róże w twoim ogrodzie*; *Gotowe sosy do twoich ulubionych potraw*; *Niech twoje maniery rzucą ich na kolana*. W wybranych typach zapowiedzi mogą pojawić się formy zaimka *ty* (zob. przykłady 3 i 34). Przeważają jednak formy czasownikowe, zwłaszcza tryb rozkazujący w wypowiedziach o funkcji apelatywnej i formy 2 os. l. poj. czasu przyszłego w wypowiedziach prognozujących, które mają ukrytą intencję dyrektywną. Wiele apelatywnych komunikatów już zacytowałam, przytoczę więc teraz kilka prognoz:

[38] 4 wiosenne kuracje Oczyszcz organizm i odzyskasz energię Wystarczają
dwa tygodnie! [*Przyjaciółka* 2003, nr 13];

[39] Poznaj tricke gwiazd kina Tym makijażem w 10 minut skorygujesz rysy
twarzy [*Przyjaciółka* 2003, nr 14];

[40] Supermarket w Internecie Kupisz tanio i bez kolejek, ominiesz pułapki
handlowców [*Przyjaciółka* 2003, nr 17].

Wrażenie tworzenia wspólnoty (z redakcją i wspólnoty czytelniczej) mają tworzyć formy typu MY (głównie różnorodne formy czasownikowe i zaimkowe w wypowiedziach apelatywnych z apelem jawnym lub ukrytym):

[41] Pomóżmy poparzonej Oli Mama ją zostawiła, od nas zależy, czy będzie normalnie żyć [Przyjaciółka 2003, nr 8];

[42] Razem wypełniamy PIT za rok 2002
– dla osoby samotnej
– dla małżonków
– dla rodzica i dziecka [Przyjaciółka 2003, nr 8];

[43] NAJNOWSZE TRENDY MODY! To wszystko będziemy nosić wiosną i latem [Przyjaciółka 2003, nr 13].

Wykładowi tekstowe są w zapowiedziach wykorzystywane stosunkowo rzadko – zwłaszcza pełne wymiany dialogowe, częściej pojawiają się pojedyncze repliki w formie pytań lub innych składników podstawowych jednostek dialogowych.

Kształt wypowiedzi dialogowej zyskują też zwykle komentarze redakcyjne, które można traktować jako adaptacyjne formy zapowiedzi, gdyż na ogół odnoszą się do zawartości konkretnego numeru czasopisma¹⁸. Niektóre chwytły stosowane po to, aby nadać tego typu wypowiedzi charakter ogniwa dialogu, zostały już opisane¹⁹. W przedstawianym opracowaniu zatrzymam się więc jedynie nad wybranymi zagadnieniami z tego zakresu.

Komentarze redakcyjne stają się wypowiedziami skierowanymi przede wszystkim dzięki nawiązaniom do konwencji epistolarnej. Zawierać mogą stosowną formułę wstępną: *Miłe Czytelniczki...*; *Drogie Czytelniczki* (lub inne formuły sugerujące bliskość, umieszczone wewnątrz wypowiedzi, np. *kochani moi*) oraz różne konstrukcje składniowe typowe dla rozmowy z oddalonym partnerem: pytania zadawane w jego imieniu łączone z odpowiedziami, pytania zadawane partnerowi, inne repliki, które mają wyrażać wspólnotę przeżyć lub przekonań. Oto przykłady ilustrujące powyższe obserwacje:

[44] **Niezwykłe wróżby** Czy wierzycie we wróżby? Ja wierzę tylko w te dobre. O innych natychmiast zapominam. Podobno to niezła metoda na zaskarwienie przychylności losu. O wróżkach, których przepowiednie zawsze się sprawdzają, piszemy na str. 38. A już za tydzień mamy dla Was niespodziankę – dodatkowe, specjalne wydanie „Tiny”, a w nim horoskopy na 2002 r. i wiele, wiele więcej... [Tina 2001, nr 44];

¹⁸ O wyznacznikach gatunkowych komentarza redakcyjnego (zwanego też *edytorialem*) zob.: M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 96–108.

¹⁹ Zob.: M. Świącicka, *Moda na potoczność...*, dz. cyt., s. 57 i n.; M. Wojtak, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 325.

[45] **Zostań gwiazdą** Ach te włosy! Nigdy nie chcą się rano układać, a na fryzjera mają czas chyba tylko gwiazdy telewizyjne – narzekamy nieraz, patrząc w lustro. Chciecie wyglądać tak samo jak te gwiazdy? Zajrzyjcie na str. 12–15. Nasze redakcyjne stylistki udowodnią Wam, że same możecie wyczarować podobne fryzury i wcale nie jest to takie trudne. Powodzenia! [*Tina* 2001 nr 46];

[46] **Jak to mówią: Nie ma tego złego...** ...co by na dobre nie wyszło. Nie wierzycie? A szkoda. Dziś historie kobiet, które potwierdzają to przysłowie. Obie przeżyły piekło. Jedna, adoptowana przez obcych ludzi, była pewna, że nigdy nie będzie miała prawdziwej rodziny. Dziś odnalazła nie tylko swoją starszą siostrę, ale i mnóstwo krewnych. Drugą rzucił mąż dla... zaprzyjaźnionej sąsiadki i została sama na skraju nędzy. Teraz spotkała miłość swojego życia, a w dodatku... zaczęło jej się świetnie powodzić. Obydwie panie są wreszcie szczęśliwe. I co? Czyli jednak jest to możliwe. A zatem. Kochani moi, jeśli teraz nie jest Wam najlepiej, uwierzcie. Takie cuda zdarzają się naprawdę! [*Naj* 2002 nr 28].

Jak wspominałam na początku, nie tylko określone gatunki wypowiedzi dziennikarskiej funkcjonują w prasie kobiecej jako ekwiwalenty żywego dialogu. Funkcję taką spełniać mogą wybrane segmenty wypowiedzi, zwłaszcza tytuły lub lidy. Wykładniki dialogowości, nierzadko kolokwialności przekazu się w ich przypadku nie zmieniają, pewnym modyfikacjom mogą ulegać jedynie intencje, a zwłaszcza ich hierarchia. Interakcyjnie przekształcone gatunki wypowiedzi umieszczane w początkowych partiach pisma mają zadania reklamowe. Czytelnik jest traktowany jak klient, którego trzeba zdobyć, uprzedzając konkurencję. Pozostałe intencje, a więc sugerowanie wspólnoty przeżyć (czy wręcz wspólnoty świata) i intencje doradcze schodzą na drugi plan. Rolę intencji podstawowych zyskują one natomiast w tekstach wypełniających dany (każdy) numer czasopisma.

Interakcyjne nacechowanie tytułów wiąże się z nadawaniem im kształtu komunikatów intrygujących dzięki odpowiedniej formie syntaktycznej. Wyzyskiwane są więc najczęściej struktury pytajne o zróżnicowanej wartości pragmatycznej, konstrukcje urwane, a także zdania wykrzyknikowe wyrażające jakąś ekspresję lub będące apelem. Interakcyjność stanowi dominantę tytułów w prasie kobiecej, rzadko spotyka się w tych czasopismach przykłady innych gier z czytelnikiem za pośrednictwem inicjalnego składnika tekstu²⁰. Praktycznie nie spotyka się przejawów gry autotelicznej, która

²⁰ O podstawowych formach gry tytułu z czytelnikiem i gry tytułu z tekstem pisze w kilku opracowaniach. Można w nich także odnaleźć stosowne odesłania bibliograficzne.

polega na próbie zachwycania odbiorcy oryginalnym i pięknym sposobem wysłowienia. Zazwyczaj spełnia się czytelnicze oczekiwania, informując za pośrednictwem tytułu o treści wypowiedzi, lub intryguje oraz interpretuje, a więc uprawia typowe dla prasy ogólnej gry, które nazywam publicystycznymi. Rysem charakterystycznym dla prasy kobiecej, świadczącym o interakcyjnym stylu komunikacji, jest ponadto (zwłaszcza w odniesieniu do wywiadów i reportaży) posługiwanie się cytatami w tytułach. Ignoruje się wtedy zwykle dyrektywę ekonomii wysłowienia w tytule, zachowując zasadę dostosowania formy tytułu do gatunku wypowiedzi²¹.

Dla ilustracji powyższych stwierdzeń odwołam się do kilku przykładów (bez podawania lokalizacji):

- 1) tytuły oceniające: *Stroje pełne blasku na specjalne okazje; Czerwień – hit sezonu; Sznurowania – przebój sezonu; Twarzowe nakrycia głowy; Do pracy elegancko i wygodnie; Mój elegancki mężczyzna...; Elegancki sztruks; Przezroczyste, czyli modne!; Modne rajstopy, nowe wzory; Wielki powrót eleganckich pereł; Czerwień elegancka i bardzo sexy; Małżeństwo – to się naprawdę opłaca!; Oczy czarne... teraz supermodne!*
- 2) tytuły apelatywne: *Złość się, to zdrowe; Urządź klub fitness w swoim domu; Sprawdź, czemu pęka głowa; Oto twoja broń!; Wygraj walkę o jędrną skórę; Zmień przeznaczenie sprzętów...; ...albo przerób stare na nowe; W tym sezonie baw się kolorami; Nie gotujesz? Uważaj!; A może wielkie wiosenne zakupy?; Rzuć na niego swój czar;*
- 3) tytuły cytaty (przytoczenia wypowiedzi bohaterów tekstów prasowych): *Wierzę Eli, że wystarczy tylko kochać; Po narkozie mama już się nie obudziła; Wierzę, że żadna kobieta mi się nie oprze; Chcę, żeby moja córka była szczęśliwa; Mąż uczy mnie partnerstwa; Bóg nauczył mnie, co to miłosierdzie; I stał się cud – Agatka żyje;*
- 4) tytuły intrygujące: *Z Agatą Buzek do ślubu (tekst dotyczy prezentowanych przez modelkę sukien ślubnych); Czy jesteś naiwna?; A gdybyś na chwilę... zmieniła kolor oczu?; Chcesz mieć młodą twarz? Ćwicz z umiarem; Prawda o białości – jest zdrowe czy nie?; Inteligencja? To nie wszystko.*

Formę przekazu interakcyjnego w sposób niejako naturalny mogą przybierać wybrane typy lidów – lid pytający, komentujący, mieszany i dramatyczny²². W prasie kobiecej stosuje się oczywiście wspomniane

Zob.: M. Wojtak, *O przemianach w języku mediów...*, dz. cyt., s. 236; teźże, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 44–46; teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., w różnych miejscach; teźże *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 17–22.

²¹ Zob. dla przykładu: uwagi W. Pisarka z książki *Nowa retoryka dziennikarska...*, dz. cyt., s. 249 i n.

²² O typach lidów zob.: J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy...*, dz. cyt., s. 63–65; M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 22–28.

typy lidów, choć nie wszystkie jednakowo często. Podlegają one ponadto dodatkowym zabiegom, które służą nadawaniu wyróżnionemu akapitowi tekstu prasowego charakteru komunikatu o orientacji dialogowej, a więc urwanego lub przerwanego, zawierającego kilka pytań i niedopowiedzeń, zdań apelatywnych, wypełnionego leksyką potoczną z rejestru emocjonalnego itd. Na użytek tego opracowania odwołam się do podstawowych przekształceń lidów, które będą interpretowane jako składniki i wykładniki interakcyjnego stylu komunikacji.

Lidy dramatyczne mogą być tekstami niedokończonymi, redagowanymi w ten sposób po to, aby zaintrygować i zachęcić do lektury tekstu właściwego:

[47] Jak każda przyszła mama, Magda Hofman z Łodzi chciała przede wszystkim, by dziecko było zdrowe. Tymczasem syn Alan urodził się z zespołem Downa... [*Pani Domu* 2001, nr 40];

[48] „Pajęczki” – pęknięte drobne naczynka krwionośne – mogą zepsuć humor każdej kobiecie. Możesz jednak je wzmocnić i sprawić, by były mniej widoczne. Są też sposoby na to, by je zlikwidować... [*Pani Domu* 2001, nr 40];

[49] Maryla Rodowicz przez wiele dni nagrywała dla Was płytę z kolędami. Towarzyszyliśmy jej w studio. Potem pani Maryla zaprosiła nas do domu. Przez cały czas słuchaliśmy jej zwierzeń. Szczerych jak nigdy dotąd... [*Pani Domu* 2001, nr 50/51];

Stylizację na tekst wypowiedziany do osoby w bezpośrednim kontakcie zyskać może lid komentujący. Odwołajmy się dla ilustracji do następujących przykładów:

[50] Popatrz, ile możliwości daje czarna klasyczna sukienka. Ona nigdy nie przestaje być modna i nigdy się nie znudzi. Możesz z niej wyczarować wiele niepowtarzalnych kreacji, zarówno na eleganckie przyjęcie, jak i potańcówkę. Podpowiadamy, jak to zrobić [*Pani Domu* 2001, nr 50/51];

[51] Szykujesz się na wyjątkowy wieczór, ale nie wiesz, jak się uczesać? Skorzystaj z naszych propozycji. Oto twarzowe i wytworne fryzury, których ułożenie nie zajmie ci wiele czasu. Wybierz idealną dla siebie! [*Pani Domu* 2001, nr 50/51];

[52] Przyprószone brokatem oczy zniewalają, błyszczące usta zmysłowo kuszą, a mieniąca się złotem skóra przywodzi wspomnienie lata – ten makijaż uczyni cię wyjątkową [*Przyjaciółka* 2003 nr 1];

Także lidy-cytaty są dobierane tak, aby pokazywały dramatyzm sytuacji bohatera reportażu (lub innego tekstu) i zachęcały do lektury:

[53] – Jesteśmy rodziną. Umiem dbać o chłopców, umiem prowadzić dom – mówi Ania. – Owszem, dom jest ubogi, lecz moim braciom nigdy nie zabraknie jedzenia ani czystych ubrań. A mimo to ktoś postanowił nas rozdzielić. Dlaczego? [*Pani Domu* 2001, nr 40];

[54] Co takiego masz w sobie, czego ja nie mam? Bo coś musisz mieć, skoro mój mąż poleciał za tobą jak pies za suką. Jak mam teraz uwierzyć, że jestem coś warta? [*Pani Domu* 2001 nr 40].

Liczne wypowiedzi o statusie lidów są w prasie kobiecej redagowane w taki sposób, zgodny z regułami interakcyjnego stylu komunikacji – można dodać – że nie mieszczą się w podstawowych i znanych typologiach. Nazwijmy je właśnie lidami dialogowymi i pokażmy kilka przykładów z uwyraźnioną intencją apelatywną (dyrektywną), a także tych, które imitują naturalny, bezpośredni dialog:

[55] Wypróbuj odcienie pastelów, które nie są słodkie, cukierkowe, ale jakby przydymione. I koniecznie najlepsze materiały: jedwabie, tafty, szyfony i koronki [*Przyjaciółka* 2003, nr 1];

[56] Chcesz zachować młodzieńczy wygląd? Dermatologia estetyczna wychodzi ci naprzeciw. Te zabiegi są dostępne także w Polsce. [*Przyjaciółka* 2003, nr 1];

[57] W te święta chciałabyś inaczej przystroić choinkę, ale nie chcesz kupować nowych ozdób? Szukasz ciekawego pomysłu? Może spodoba ci się któraś z naszych propozycji [*Pani Domu* 2001, nr 50/51].

Przedstawione w niniejszym opracowaniu zabiegi redakcyjne, które nadają komunikacji czasopism kobiecych z rzeszą ich czytelniczek pozory kontaktu bezpośredniego i bliskiego, pokazują autorów tekstów jako osoby zaangażowane w interakcję, budujące z odbiorcami wspólny świat, kreowany w tekstach:

- z punktu widzenia odbiorcy – z uwzględnieniem jego potocznych wyobrażeń i doświadczeń;
- zgodnie z oczekiwaniami odbiorcy (zob. zakres poruszanych zagadnień);

- z udziałem odbiorcy (często fingowanym);
- za pomocą środków językowych znanych odbiorcy, przede wszystkim potocznych.

Redakcje przedstawiają siebie w roli przyjaciół, powierników, doradców. Deklarują gotowość wybawienia z codziennych kłopotów, nadania zwykłemu życiu niezwykłego smaku. Można, uciekając się do stylu publicystycznego, powiedzieć, że czasem w swym zapędy opiekuńczym piśmie kobiece, presuponując określone treści, suponują czytelniczkom potrzeby, których one nie odczuwają. Nie każde małżeństwo musi przeżywać kryzys w określonym, przewidzianym niejako przez pismo, czasie, nie każda matka ma chore dziecko itd.

Czytelniczce (przypomnijmy, że kontakt jest indywidualizowany) w tym układzie komunikacyjnym przypada rola wiernej konsumentki treści zawartych w piśmie, bo przecież określone pismo (a każde stosuje tę strategię zachęcania) jest jej pismem – przyjacielem, powiernikiem, wybawcą itd.

Poszerzając zakresy interferencji gatunkowych, stosując zasady genologicznego redukcjonizmu²³ i wprowadzając inne zabiegi modyfikacyjne (przy zastosowaniu tego samego w istocie zbioru wykładników dialogowości), czasopisma kobiece lansują i utrwalają sobie właściwy styl komunikacji.

²³ *Genologicznym redukcjonizmem* nazywam zjawisko pomijania w prasie określonego typu (na przykład hobbystycznej czy w inny sposób wyspecjalizowanej) niektórych form gatunkowych (na przykład felietonów czy recenzji, a nawet wiadomości w klasycznej formie), wprowadzanie własnych typów wypowiedzi (na przykład tzw. testów czy kolaży tekstowych) oraz zmiany hierarchii gatunków (na przykład eksponowanie komentarza redakcyjnego). Niektóre z wymienionych zjawisk przedstawiłam w artykule *Przejawy kunsztu stylizatorskiego w artykułach z prasy wyspecjalizowanej...*, dz. cyt., s. 180. Sposoby utrwalenia się tej konwencji pokazuje artykuł: E. Bulisz, *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka” 2014, t. XXIII, s. 397–413.

Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)

W dyskursie prasowym ten rodzaj współdziałania komunikacyjnego, który nazywamy interakcyjnym, bywa realizowany przede wszystkim za pośrednictwem korespondencji (zwykłej lub elektronicznej)¹. Bywa też jednak fingowany w ramach interakcyjnego stylu komunikowania, który obecnie zaczyna w tradycyjnej prasie dominować².

Zjawisko interakcyjności we współczesnej prasie młodzieżowej — główny przedmiot moich zainteresowań w ramach prezentowanego artykułu — wiązać będę ze sposobem organizacji dyskursu prasowego, a więc także z przeobrażeniami poszczególnych dziedzin reprezentacji dyskursu³.

Mówiąc o interakcyjności, będę brała pod uwagę bogaty i urozmaicony zbiór zjawisk, które sprawiają, że czytelnik powinien się czuć aktywną stroną komunikacji, a więc osobą zapraszaną do komunikacyjnego współdziałania.

W prasie codziennej, którą z reguły cechuje komunikacyjny egalitaryzm, przejawów i przykładów takiej strategii dyskursywnej jest mniej.

¹ O pojęciu *dyskursu* (oraz *dyskursu prasowego*) wypowiadałam się wielokrotnie, odwołując się do bogatej literatury przedmiotu. Przypomnę więc może jedynie kilka opracowań: M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej...*, dz. cyt., s. 81–91; tejsze, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 13–26. Zob. też: M. Kita, *Dyskurs prasowy...*, dz. cyt., s. 199–288. W niniejszym opracowaniu kładę nacisk na interakcyjne aspekty komunikacji za pośrednictwem tradycyjnej prasy.

² Zob.: M. Wojtak, *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana)*, s. 235–244; tejsze, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, s. 36–38; tejsze, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej...*, dz. cyt., s. 115–128.

³ Nawiązuję w ten sposób do propozycji Ewy Miczki, która w książce *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu (...)*, dz. cyt.) wyodrębnia dziedzinę informacyjną, ontologiczną, wypowiedzeniową, aksjologiczną i dziedzinę konwencji gatunkowych.

Wersja klasyczna dzienników odpowiada bardziej tradycyjnemu, monologiczemu nastawieniu komunikacyjnemu zarówno w ramach powiadomienia o faktach, jak i ich interpretowania. Ostatnio jednak nawet w tak wystylizowanych gazetach wprowadza się, zwłaszcza na pierwszej stronie, zabiegi redakcyjne, służące sugerowaniu komunikacyjnego współdziałania z czytelnikiem⁴. Wymieńmy najważniejsze: 1) eksponowanie dialogowości przekazów prasowych, nadawanie im charakteru wypowiedzi skierowanych oraz wielogłosowych (w sensie Bachtinowskim), co się wiąże zwykle z określonymi modyfikacjami wzorców gatunkowych; 2) podkreślanie dramatyczności komunikatu, w którym zderza się racje i punkty widzenia, nie podsuwając gotowych interpretacji; 3) uznawanie prymatu atrakcyjności przekazu nad jego komunikatywnością; 4) wprowadzanie prywatnego punktu widzenia⁵.

W tabloidach interakcyjne nastawienie wypowiedzi (zwłaszcza z pierwszej strony numeru) oznacza: obecność mówionego w pisanim, potocznego w oficjalnym (czy profesjonalnym), ekspresywnego i apetywnego w informacyjnym, ludycznego w poważnym. Mieszanie wspomnianych rejestrów komunikacyjnych nie jest jedynie efektem stosowania zasady synkretyzmu, lecz służy tworzeniu nowych jakości dyskursywnych w wyniku: 1) redukcji pola tematycznego do zjawisk newsowych (najbardziej aktualnych, gorących i sensacyjnych); 2) mieszania różnych intencji, a więc polaryzacji pola funkcjonalnego; 3) upodmiotowienia relacji nadawczo-odbiorczych, a raczej symulowania ich podmiotowości; 4) preferowania wartości typowych dla kultury popularnej; 5) dynamizowania konwencji gatunkowych zapowiedzi jako gatunku, który pozwala realizować najlepiej wspomniane strategie dyskursywne.

Mniej wyraźnie w standardowej (klasycznej) prasie codziennej, a bardziej jaskrawo w tabloidach interakcyjny styl komunikowania wiąże się nie tyle z prostym „uobecnianiem drugiego”⁶, ile z budowaniem wspólnoty dyskursywnej. Status owej wspólnoty jest z punktu widzenia redakcji nieistotny (a raczej ważny w sensie komercyjnym). Głębokim przeobrażeniom poddaje się zatem wszystkie aspekty dyskursu prasowego. Prze-

⁴ Zob.: M. Wojtak, *Konfiguracja gatunkowa charakterystyczna dla pierwszej strony gazety*, [w:] *Nowe media – Nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2005, s. 37–47.

⁵ Zob.: T. Piekot, *Prywatny i publiczny punkt widzenia w dyskursie wiadomości dziennikarskich*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, R. Nycz, Lublin 2004, s. 132.

⁶ Zob.: A. Skudrzykova, J. Warchala, *Dyskurs edukacyjny a kompetencja interakcyjna*, [w:] *Studia pragmatyngwistyczne*, t. 3, *Czynności tworzenia i rozumienia wypowiedzi*, red. J. Porayski-Pomsta, Warszawa 2002, s. 278.

kształcenia najbardziej spektakularne dotyczą płaszczyzny ontologicznej, gdyż wypowiedzi odnoszą się do wyselekcjonowanych składników standardowej rzeczywistości, przedstawianej raz w konwencji serio, innym razem w konwencji ludycznej. Zmienia się też płaszczyzna wypowiedzeniowa nie tylko ze względu na mieszanie rejestrów komunikacyjnych i eksponowanie dialogowego nastawienia wypowiedzi, lecz także z powodu wprowadzenia fikcyjnej postaci w roli nadawcy licznych komunikatów (np. ludzik Jurek z „Metra”). Powstaje w ten sposób „urealniona fikcja” czy też „ufikcyjniona rzeczywistość”, a potencjał illokucyjny wypowiedzi jest celowo zamazywany po to, aby czytelnik mógł go ostatecznie ukształtować – bawiąc się, poddając sugestii apeli czy też tabloidu „mocy oświecającej”, by odwołać się do określenia z felietonów Witolda Beresia i Jerzego Skoczylasa, drukowanych w „Gazecie Wyborczej” pod cyklicznym tytułem *Tabloid cię oświeci*. I jeszcze jedno – w tego typu dyskursie nie ma mowy o werbocentryzmie, gdyż środki językowe stanowią zbiór komplementarny w stosunku do niezwykle urozmaiconego materiału ikonograficznego, a same komunikaty (nie tylko tytuły) podlegają procesom wizualizacji.

Jak na tym tle, zarysowanym z konieczności szkicowo, rysują się techniki budowania wspólnoty dyskursywnej w prasie młodzieżowej? Chciałabym się zająć tym zagadnieniem w sposób o tyle nietypowy, że ilustrację spostrzeżeń ograniczam do wypowiedzi z określonego numeru jednego pisma: miesięcznika „Dziewczyna” z sierpnia 2005 roku. W tej konkretnej edycji młodzieżowego periodyku skupiają się bowiem przyzmatycznie najważniejsze reguły dyskursywne, decydujące o interakcyjnym stylu komunikowania we wspomnianym segmencie prasy.

Do niedawna najbardziej wyrazistym sposobem kreowania wspólnoty dyskursu z czytelnikami było (poza pocztą redakcyjną i dialogowym nastawieniem niektórych gatunków) stosowanie zasady komunikacyjnej substytucji. Dziennikarze pozwalali czytelnikom wkraczać na swoje pole komunikacyjne, czyniąc z nich nadawców osobliwych wypowiedzi publicystycznych. Realizowali w ten sposób zasadę: DO CIEBIE POLIFONICZNIE (głosem redakcji, głosem rówieśników i głosem eksperta)⁷.

Wybrany numer „Dziewczyny” pokazuje, że obecnie w celu włączenia w proces komunikacji swych zidentyfikowanych socjalnie odbiorców dziennikarze stosują kilka uzupełniających się strategii dyskursywnych. Spróbujmy je zatem pokrótce scharakteryzować.

⁷ Zob.: M. Wojtak, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej...*, dz. cyt., s. 9–27.

Zasada 1: O TYM SAMYM NIE TAK SAMO

Znajduje ona zastosowanie przede wszystkim w sposobach zachęcania do lektury pisma (czy też konkretnej edycji). Taki „dyskurs zachęcający” wyłania się z kontaktu z kilkoma typami komplementarnych komunikatów: zapowiedzi na okładce, zapowiedzi tematów z okładki na stronie trzeciej i spisu treści.

Zapowiedzi z okładki są zróżnicowane formalnie, jednak można je pogrupować według rodzaju zastosowanej stylizacji⁸:

- stylizacja apelatywna: tytuł: *Graj o miłość i wygraj*; korpus oparty na wyliczeniu, którego składniki w sposób intrygujący odsyłają do dwóch tekstów poświęconych analogicznej problematyce (zapowiedź anonuje zatem blok tekstów stowarzyszonych): – *on Cię fauluje, Ty go autujesz*; – test: *flirtujesz czy pasujesz?*;
- stylizacja newsowa: tytuł: *Z ostatniej chwili*; korpus: *Terrorysty – mordercy „w imię Boga”*;
- stylizacja na spis treści: tytuły (nazwy działów): *Uroda, Moda, Emocje*; korpusy w formie sygnału: *Kosmetyki w rozmiarze XS; błękit mocno zmrożony; falbanka górą (i dołem); Autostop Jazda bez trzymanki*;
- wyzyskanie cytatu z anonsowanej wypowiedzi i formuły odsyłającej (sposób zredagowania bliski kanonom gatunkowym): *„Tkwiłam w środku pijanego, zaćpanego tłumu. Chciałam uciec... To był najgorszy festiwal w moim życiu!” Marta, str. 62.*

Wielokształtność zapowiedzi z okładki jest wynikiem mieszania konwencji zapowiedzi prasowej w jej wersji autonomicznej z zapowiedzią radiową (czy telewizyjną), a także reguł kształtowania internetowej wersji radiowych anonsów programowych. Nowe realizacje gatunku powstają zatem w taki sposób, aby zaskakiwać i pozorować oryginalność rozwiązań stylistycznych.

Ponowne anonsowanie tematów z okładki (publikacja na trzeciej stronie magazynu) przybiera formę specjalnego segmentu wydrukowanego na apli (tło jest przy tym jaskrawe, aby przyciągało uwagę). Segment ów zawiera: reprodukcję okładki oraz graficzne i językowe odsyłacze do jej fragmentów. Wypowiedzi anonsujące mają tym razem budowę schematyczną i zawierają: formułę odsyłającą (standardową, trzeba dodać: s. X) oraz korpus w kształcie sygnału. Można je zatem uznać za typową realizację konwencji zapowiedzi nieautonomicznej. Korpusy różnią się sposobem wysłowienia, gdyż pojawiają się w nich: tytuły zapowiadanych

⁸ Jest to nowość na tle kanonów gatunku najbardziej dynamicznego, jak się wydaje, ze wszystkich gatunków prasowych. Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 101–119, tejże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt. s. 68–81.

tekstów: *Sex, drugs and rock'n'roll*; akapity w stylu tytułów: *Minimalizm w kosmetyczce*; *Z pamiętnika autostopowiczki*; apele (porady): *Miłość: walcz, nie czekaj* (w ten sposób anonuje się dwa teksty stowarzyszone).

Spis treści (kolejny składnik mówienia o tym samym) wyróżnia się swą architekturą ze względu na wyodrębnianie działów: *To się nosi*; *Ona i on*; *Emocje*; *Wielki świat*; *Taka jak ty*; *Chwila dla ciebie*. Urozmaicona jest też stylizacja poszczególnych składników, gdyż w zasadzie brak nawiązań do konwencji klasycznego spisu treści, w którym pojawia się tytuł wypowiedzi i strona. Spis treści numeru ma przede wszystkim zaskakiwać oraz intrygować i dzięki takim zabiegom zapowiadać określone wypowiedzi z jego wnętrza.

Aby pokazać wyraziście zasadę mówienia o tym samym nie tak samo w procesie anonowania tekstów, przywołam trzy zbiory wypowiedzi, które zapowiadają określony materiał dziennikarski – na okładce, na stronie trzeciej (przy ponownym prezentowaniu tematów z okładki) i w spisie treści:

[1] Kosmetyki w rozmiarze XS
Minimalizm w kosmetyczce
Minikosmetyki do minibagażu

[2] **Autostop** Jazda bez trzymanki
Z pamiętnika autostopowiczki
Autostop – przygoda czy megaryzyko?

[3] On Cię fauluje, Ty go autujesz
Miłość: walcz, nie czekaj
Fauluje Cię? Daj mu czerwoną kartkę!

Zasada 2: DO CIEBIE TWOIM JĘZYKIEM, ALE... NIEBANALNIE

Zasadę tę stosuje się w analizowanym numerze „Dziewczyny”, nadając kolejnym wypowiedziom oryginalną formę. W dziale *Ona i on* został umieszczony tekst o zewnętrznym kształcie wiadomości, zatytułowany: *Kara musi być!* i poprzedzony lidem: *Facet nabroił? Musi poczuć, że coś jest nie tak. Ukarz winnego... używając zrozumiałej dla niego terminologii piłkarskiej*. Korpus nawiązuje do dyskursu sportowego i jest podzielony na analogiczne segmenty, które zawierają: tytuł (*Faul nr...*); zwięzłe dookreślenie naruszenia zasad gry (pełni ono w strukturze funkcję tytułu odcinka), komentarz (napisany z uwzględnieniem punktu widzenia dziewczyny); tytuł kolejnego standardowego odcinka tekstu (*Kara*) z określeniem specyfikującym (w rodzaju: *Czerwona kartka*; *Czerwona kartka i rzut karny*; *Czerwona kartka i walkower*; *Żółta kartka*), a na końcu uzasadnienie (część argumentacyjna i apelatywna – instruktażowa). Oto przykład realizacji:

[4] Faul nr 7

LAMPI SIĘ NA INNE LASENCJE

Idziecie ulicą, a ten dostaje nerwowych tików w postaci strzelania gałkami ocznymi we wszystkie cztery światła strony. A ściślej – wszędzie tam, gdzie pojawia się jakiś obiekt płci żeńskiej w spódnicy do pół tyłka i dekolcie do pół brzucha. Sytuacja powtarza się w szkole i w pizzerii, nawet w lesie podczas grzybobrania!

KARA: Czerwona kartka i walkower

UZASADNIENIE: Nie ma zmiłuj, to najcięższy grzech. I nie daj się nabrać na gadkę, że faceci tak już po prostu mają. Tu obowiązuje zasada krótkiej piłki – chce się gapić, to pa!

O oryginalności analizowanego tekstu decyduje nie tylko jego architektura, która jest rezultatem zastosowania konceptu strukturalnego (w prasie ogólnej tego typu koncepty pojawiają się w felietonach⁹), lecz także sposób wystylizowania wypowiedzi, polegający na zderzaniu kilku rejestrów stylistycznych. Ornament zewnętrzny stanowią składniki piłkarskiego profesjolektu, nieliczne, dodajmy, i znane nie tylko kibicom: *faul*, *żółta kartka*, *czerwona kartka*, *walkower*. Pole tematyczne dyskursu profiluje się za pośrednictwem metafory (toposu): miłość (zaloty) to walka (zawody). Główne przesłanie wypowiedzi jest komunikowane za pomocą polszczyzny potocznej i młodzieżowego slangu. Jej dydaktyczne nastawienie pomaga wyrazić polszczyzna potoczna: *to nie do uwierzenia*, *głędzić*, *gadka*, *robić z gęby cholewę*, *pogadać*, *robić (komuś) sceny*, *odpuścić sobie (coś)*, *trząść się jak galareta*, *bez kitu*, *taszczyć (coś)*. Przedstawiane w tekście realia zyskują slangową nominację. Autorka wypowiedzi sięga z reguły po środki znane, bliskie współczesnej młodzieży¹⁰:

imprezka 'prywatka, towarzyskie spotkanie' NSGU (137);

info 'informacja' NSGU (137);

przekręcić (do kogoś) 'zatelefonować' NSGU (295);

facet 'mężczyzna, kolega, chłopak' NSGU (97);

koleś 'kolega, chłopak, sympatia' NSGU (170);

gościu 'kolega' NSGU (122);

ściemniacz 'kłamca' NSGU (361);

larwa 'dziewczyna, która uwodzi czyjeś sympatie' NSGU (190);

burak 'człowiek niekulturalny' NSGU (43);

hajs 'pieniądze' NSGU (129);

kaska 'pieniądze' NSGU (157);

siara 'kłopoty, trudna sytuacja' NSGU (324).

⁹ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 202–237.

¹⁰ Podaję tylko te znaczenia leksemu polisemicznego, które znalazły odzwierciedlenie w analizowanym tekście.

Koncept strukturalny, dynamizujący schematy tekstowe, polega nie tylko na wprowadzeniu zaskakującej segmentacji i zastosowaniu analogii jako dominanty kompozycyjnej. O budowie kolejnych ekwiwalentnych odcinków tekstu decyduje też stylizacja na rozmowę. Kontaminacja dwóch schematów strukturalnych sprawia wrażenie nieschematyczności. Stylizacja na rozmowę opiera się na zastosowaniu mechanizmu reprodukcji wybranych utartych powiedzeń (klisz językowych), wprowadzaniu niektórych składników kolokwialnej składni (zwłaszcza konstrukcji urwanych, które sprzyjają wyrażaniu ekspresji) czy dłuższych segmentów mających formę repliki kierowanej do czytelniczki. Imituje się w ten sposób typowe dla komunikacji prywatnej i spontanicznej mówienie do drugiego w jego obecności.

Zaintrygowaniu odbiorcy i uwydatnieniu dydaktycznego przesłania wypowiedzi służy jednak inny zabieg. Autorka nawiązuje w kilku partiach tekstu do struktury potocznego opowiadania. Warto dodać, że jest ono na kilka sposobów przekształcane. Podlega procesom transformacji gramatycznej, gdyż narracja jest zakodowana nie w pierwszej osobie, lecz w drugiej, oraz mechanizmowi redukcji i substytucji. Rozwiązanie, czyli ten segment opowiadania, który określa rezultaty wcześniejszych działań¹¹, staje się nową repliką i należy do innego podmiotu, a w strukturze całości pełni funkcję prognozy i jest zarazem formą porady. Aby unaocznić sposoby funkcjonowania wspomnianych mechanizmów stylizacyjnych, przytoczę fragment tekstu, który najlepiej ilustruje ich działanie:

[5] Faul nr 4

NIE ZAUWAŻYŁ, ŻE OBCIEŁAŚ WŁOSY

Trzęśaś się jak galareta, zanim poszłaś pod nożyczki, na zmiany w imidżu [sic!] zdecydowałaś się w końcu dla niego, wracasz odmieniona, czekasz na słowa uznania, a ten co? „O, co masz... nowe spodnie? Nie? To... bluzka?”

KARA: Żółta kartka

UZASADNIENIE: Dobra okazja, by obalić mit, że faceci są wzrokowcami. Taaa, a świnię latają! Kret zauważyłby zmianę, a ten wytrawny wzrokowiec nie. Dla Ciebie to porażka, ale nie ma co szargać sobie nerwów, koleś naprawdę nie rejestrują takich rzeczy. Może to zabrzmi jak herezja, ale w sumie my, dziewczyny, nie powinniśmy wymagać od nich bystrości na miarę tej kobiecej...

O wrażeniu oryginalności przekazu decydują ponadto kolejne zabiegi stylizacyjne, polegające na posługiwaniu się formami językowymi oficjal-

¹¹ Zob.: J. Warchała, *Potoczna narracja w dialogu*, [w:] *Z problemów współczesnego języka polskiego*, red. A. Wilkoń, J. Warchała, Katowice 1993, s. 27.

nymi lub patetycznymi, co wielu fragmentom nadaje zabarwienie humorystyczne, potęgując sugestywność wysłowienia. Oto przykład:

[6] Ponieważ kolesie tak mają, że w ich głowach panuje szaleńcza gonitwa i na dodatek odznaczają się emocjonalną niedojrzałością, nie rób sceny. Trzeba mu wytłumaczyć, że dziewczyny lubią jasne sytuacje – jeśli ma zamiar nie zadzwonić, niech nie obiecuje, że to zrobi. W przeciwnym razie zapracuje sobie na łatkę kłamczucha i ściemniacza, a takich z urzędu nie traktuje się poważnie. Występek ten nie oznacza końca świata, jedynie jest sygnałem, że mamy do czynienia z klasycznym przedstawicielem płci męskiej i że trzeba go sobie troszeczkę podstroić i wytresować;

Analizowany tekst jest dobrym przykładem maskowania dydaktycznego przesłania publicystyki adresowanej do młodzieży. Przez zastosowanie konceptu strukturalnego oraz zderzenie różnych rejestrów, co wzmacnia efekt niespodzianki, perswazyjne nastawienie wypowiedzi uzyskuje formę akceptowaną przez czytelniczki, a publicystka wraca w oryginalny sposób do starej zasady „uczyć, bawiąc”.

Kolejną egzemplifikację działania reguły DO CIEBIE TWOIM JĘZYKIEM, ALE... NIEBANALNIE stanowi zbiór wypowiedzi poświęconych podróżowaniu autostopem. Stylizacjom językowym towarzyszy wizualizacja całości, gdyż tekst główny ma formę dziennika autostopowiczki (zob. sygnalizowane już stosowanie mechanizmu komunikacyjnej substytucji), a poszczególnym segmentom nadano formę kartek wyrwanych z kołonoatnika. Struktura owych segmentów stanowi wyrazisty sygnał gatunkowy i obejmuje: datę dzienną oraz korpus, który jest autorską narracją nieco zmodyfikowaną wizualnie, gdyż pierwsze zdanie ma formę reprodukcji zapisu ręcznego, a pozostałe zwykłego druku. Tematem każdego z segmentów są zrelacjonowane przez nastolatkę wydarzenia danego dnia – dramatyczne, niezwykle, zabawne, zaskakujące. Opowiadanie ma wymiar subiektywny, a więc relacjonowaniu wydarzeń towarzyszy ich interpretacja. Wrażenie autentyczności przekazu potęguje sposób wysłowienia. Zarówno w składni, jak i w leksyce dominują dwa rejestry: potoczny i slangowy. Formy slangowe są autentyczne i pojawiają się w funkcji nominacyjnej (wzmagając precyzję wysłowienia) oraz w roli wyrazistych wykładników ekspresji, zwłaszcza negatywnej. Oto leksykalne składniki młodzieżowego slangu uwzględnione w tekście:

starzy 'rodzice' NSGU (343);

rozkminić 'zrozumieć' NSGU (311);

funfelka 'koleżanka' NSGU (107) w tekście pojawia się forma *funfela*;

oblecha 'osoba brudna, niedomyta, nieuczesa, flejtuch' NSGU (245);

oblukać 'zobaczyć, obejrzeć coś' NSGU (245);
klima 'nastrój, atmosfera' NSGU (166);
kolo 'kolega' NSGU (170);
zbok 'zбочeniec, dewiant' NSGU (414);
debeściak 'człowiek dobry we wszystkim' NSGU (74);
kaszana 'komplikacje' NSGU (158);
topowy 'modny, popularny' NSGU (372).

Przykładem celności stylizacji diariuszowej jest następujący fragment:

[7] **11 lipca Francja.** Tyłki mamy płaskie od jazdy samochodem, ale opłacało się. Ani razu nie trafiłyśmy na zboków. Bardziej wybrzydzałyśmy i uważałyśmy, gdzie pakujemy się z naszym majdanem. Udało nam się już za pierwszym podejściem złapać gościa, który zmierzał tirem do Hiszpanii właśnie przez Paryż. Przesympatyczny kolo. Rosjanin gadający w czterech językach. Zawsze chciałam zobaczyć, jak to jest jechać taką wielką ciężarówką. Wołodnia zachowywał się jak dobry wujek, fundował nam obiady, a podróż umiłał opowieściami. Świetny facet. Gdy dojechałyśmy do Paryża, wymieniliśmy się numerami telefonów.

Troskę o oryginalność wysłowienia pokazuje doskonale tekst zatytułowany: *F jak facet* (to nadtytuł), *Chłopskie ZOO* (tytuł główny). Koncept strukturalny polega na zastosowaniu schematu wiadomości z zaskakującą stylizacją poszczególnych składników. Tytuł już pokazałam. O lidzie powiedziec da się tyle, że jest oryginalną realizacją konwencji lidu komentującego: *Oto dowód, że faceci stoją niżej od lasek na, szczeblu, ewolucyjnym: każdy z nich ma swój odpowiednik... wśród zwierząt.* Zając się więc wypada nieco szerzej korpusem. Jest on formą kolażu tekstowego ze składnikami zredagowanymi analogicznie. Każdy z owych składników funkcjonuje jako portret mężczyzny, a charakterystyka eksponuje podobieństwo bohatera odcinka do określonego stereotypu zwierzęcego. Nieschematyczna konstrukcja całości wynika z posługiwania się różnorodnymi stylizacjami językowymi. W kilku fragmentach rozbudowane konstrukcje składniowe z postpozycją przydawki i finalnym szykiem orzeczenia wprowadzają patynę archaiczną, by zderzyć się nieoczekiwanie z konstrukcją kolokwialną i leksyką potoczną oraz slangową. Wypowiedź zyskuje zabarwienie humorystyczne i w takim opakowaniu przemyca treści ważne, powiększając swą wartość poznawczą i sugestywność. Odwołajmy się do następującego przykładu:

[8] **Facet komar** *Coś tu koło głowy lata...* To taki koleś, który zamiast wymontować starym akumulator z samochodu albo ostatecznie krawężnika sobie trochę z ulicy naznosić i pakować od rana do wieczora na biceps i klatkę, przed komputerem najlepszy okres w życiu zmarnował. Przez to zgarbiony jest,

z oczami przekrwionymi od monitora zabójczego promieniowania. Nikt go już nie będzie lubił ani kochał. I dziewczyny nigdy nie będzie mieć ani żadna za niego nie wyjdzie. Eee, no nie... Chyba się trochę zagalopowaliśmy Ale tak czy inaczej, tacy kolesie w oczy się raczej nie rzucają, dlatego mikrą posturę rekompensują sobie zajadłością w dążeniu do celu. Jak się czegoś czepi, to — jak żądny krwi komar — nie odpuści. Możesz go wyautować 150 razy albo cysterną czarnej polewki napoić. I tak się nie zniechęci. I w końcu Cię dopadnie. A później z siłą opadnie. Nie będzie raczej fikać, bo wie, że jakby zaczął, to w palnik zaliczy albo go panna złoży na pół, schowa do plecaka i wyjmie wtedy, gdy uzna za stosowne.

Zasada 3: O WSZYSTKIM, CO CI POTRZEBNE I BLISKIE..., NIEDRĘTWO

Wspomniana strategia realizuje się przede wszystkim w rubrykach poradnikowych. Porusza się w nich zagadnienia ważne dla dziewcząt, a więc kwestie pielęgnacji urody, mody, diety itd. Już w wyniku pobieżnego nawet kontaktu z owymi publikacjami zauważyć można staranność w ich redagowaniu i przede wszystkim troskę o różnicowanie sposobów wysłowienia. Obowiązuje nastawienie dialogowe. W każdym z segmentów tekstowej składanki znaleźć można różnorodne konstrukcje sygnalizujące aktualizowanie konwencji rozmowy: *Wiesz, co jesz?*; *Czy wiesz, że...;* *Możesz się zdziwić, ale...;* *Uważaj na bomby kaloryczne;* *W co Ty się pakujesz?*

Poradnictwo oznacza jednak fachowy i precyzyjny sposób wysłowienia, dlatego w tekstach dość często spotyka się leksykę wyspecjalizowaną, ale taką, którą zna odbiorca: *frytki, pizza, chipsy, spaghetti bolognese, omlet, sok aloesowy, promieniowanie ultrafioletowe, poziom cholesterolu, poparzenie, choroby skóry, wygodny stelaż* itd. Aby porady nie straszyły schematyzmem i „drętwą mową”, autorka wprowadza słownictwo potoczne i slangowe: *imprezka, odpuść sobie szcudła* (nie zabieraj szpilek), *wypasiona biżuteria, sportowy ciuch, supermodny, zagorzała fanka*. O celności osadzenia owych środków w tekście niech świadczy następujący fragment, w którym kontrasty stylistyczne i zaprogramowana udatnie wielogłosowość pozwala intencję perswazyjną przekazać w sposób niebanalny:

[9] **Frotka forever** Taka wypasiona biżuteria pasuje do każdego sportowego ciucha. Nie dość, że chroni przed kontuzją nadgarstka, to jest jeszcze supermodna. Dodatkowy bajer, czyli zegarek ze stoperem, przyda się sprinterom ścigającym się z wiatrem i goniącym za przygodą.

Zmierzając do konkluzji, trzeba powiedzieć, że w związku z realizacją zasad komunikowania interakcyjnego dyskurs prasowy zyskuje w prasie młodzieżowej nową realizację. Najważniejsze przekształcenia dotyczą płaszczyzny funkcjonalnej i wypowiedzeniowej. Ich skutkiem stają się

modyfikacje konwencji gatunkowych. Więcej nawet – stosowanie koncepcji strukturalnych sprzyja wywoływaniu wrażenia absolutnej gatunkowej kreatywności. Służy zaś – trzeba dodać – maskowaniu parenetycznego przesłania wypowiedzi.

Interakcyjne nastawienie komunikatów wynika z głębokich przeobrażeń w płaszczyźnie relacji nadawczo-odbiorczych, co owocuje dyskursywnym rozszczepieniem kategorii osoby, a więc polaryzacją nadawcy (znika jego instytucjonalność) i uobecnianiem odbiorcy, sytuowaniem go w roli komunikacyjnego partnera.

W prasie młodzieżowej nie dostrzegam jednak zwykłego mieszania konwencji komunikowania charakterystycznej dla sfery kontaktów prywatnych i komunikowania publicznego. Istotą zjawiska nie jest, jak sądzę, synkretyzm samych sfer, lecz ich „przełączanie”, powiązane często z przełączaniem kodów odpowiadających tym sferom. Wciąga się więc młodego odbiorcę w komunikacyjną grę, tworząc iluzję komunikowania bezpośredniego, komunikowania, w którym odbiorca uczestniczy, gdyż w wypowiedziach uwzględnia się jego stan mentalny, emocjonalne nastawienie, a nawet pragnienia. O oryginalności dyskursu przesądza zaś różnorodność technik kreowania takiej iluzji.

Interakcyjność współczesnej prasy wiąże się przede wszystkim z próbami budowania wspólnoty dyskursu przez imitowanie dialogu bliskich sobie osób. Następuje więc personalizacja dyskursu prasowego i jego upotocznienie.

O przeobrażeniach gatunków prasowych

Podstawowe przyczyny przemian języka prasy (czy szerzej mediów) są dobrze znane i dość gruntownie opisane. Językoznawcy i medioznawcy zdiagnozowali sytuację i przedstawili najbardziej istotne mechanizmy oraz przejawy przeobrażeń, pisząc o dominujących tendencjach w sposobie redagowania wypowiedzi, a także nowych formach komunikacji z medialną publicznością i teźże publiczności przypisując rolę czynnika najważniejszego w kreowaniu przemian¹.

Chcąc po raz kolejny dołączyć swój głos do tego w miarę zharmonizowanego chóru, przedstawię w niniejszym opracowaniu wybrane zjawiska jedynie sygnalizowane lub przeoczone². Skupiam uwagę na kilku konkretnych wypowiedziach prasowych, które da się potraktować jako okazy określonych gatunków. Są to wypowiedzi, które, przy zachowaniu sygnałów gatunkowego zaszerogowania, przybierają kształt niepowtarzalny lub reprodukowany sporadycznie. Ich oryginalność ujawnia się na tle konwencji gatunkowych – mniej lub bardziej elastycznych³.

Ujawnianie tego, że respektuje się wymogi konwencji, konserwowanie form sprawdzonych i utrwalanie określonego obrazu pisma – to prawie

¹ Zob. zwłaszcza: S. Gajda, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny...*, dz. cyt., s. 19–26; W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku...*, dz. cyt., s. 11–17; G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–243.

² Zob.: M. Wojtak, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 35–51; teźże, *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej...*, dz. cyt., s. 377–392; teźże, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej...*, dz. cyt., s. 9–27; teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt.

³ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., w różnych miejscach. Zagadnieniu relacji między wzorcami gatunkowymi a wypowiedziami poświęciłam oddzielny artykuł: *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe...*, dz. cyt., s. 29–39.

zarzucony sposób i styl redakcyjnej obróbki. Dominuje tendencja do zaskakiwania (czytelników i konkurencji), zmiany kształtu lub funkcji odpowiednich fragmentów gazety, płynność stosowanych zasad, ciągłe burzenie lub co najmniej zmienianie czytelniczych przyzwyczajeń. Wartościami podstawowymi stają się: ruch, zmiana, niespodzianka, niedookreśloność gatunkowa wypowiedzi lub, przeciwnie!, dookreślanie arbitralne, które stosuje na przykład „Gazeta Wyborcza”, opatrując wybrane teksty publicystyczne nazwami gatunkowymi, by w ten sposób sterować odbiorem. Jeśli wypowiedź jest sygnowana jako *felieton*, ma być odbierana i dostrzegana jej felietonowość. Gdy otrzymuje nazwę *komentarz*, trzeba się starać odczytywać ją zgodnie z regułami tego gatunku. Analiza samych wypowiedzi nie dałaby tak precyzyjnych rozstrzygnięć. Warto przy tym zaznaczyć, że dookreślanie gatunkowego statusu wypowiedzi nie idzie w parze ani z jej wyznacznikami zewnętrznymi, ani immanentnymi. Tendencję ogólną, którą reprezentuje nie tylko „Wyborcza”, da się ująć następująco: czytelnik ma oczekiwać nie nowych wiadomości, nie tego, co, lecz tego, jak przedstawi coś prasa, czym go gazeta zaskoczy, co zmieni się w jej szacie, jaki kształt przybiorą kluczowe strony.

Nawet jeśli utrzymuje się czas jakiś określona tendencja ogólna, szczegółowe jej przejawy ulegają przeobrażeniom. Stosując mechanizm translokacji⁴, redakcje wybranych gazet codziennych nawiązują kształtem niektórych stron do konwencji internetowych. Stopień wierności w stosunku do wzorca można jednak zmieniać. Od reprodukcji strony internetowej, jak w przypadku przygotowanego na olimpiadę w Atenach dodatku do „Gazety Wyborczej”, przez kompozycję pierwszej strony (w ramach której materiał ikonograficzny jest perfekcyjnie łączony z tekstami werbalnymi, te z kolei, na wzór odesłań do innych wypowiedzi w sieci, stowarzyszane bywają z wypowiedziami z wnętrza numeru)⁵, po ledwie czytelne aluzje do elektronicznej wersji pisma.

Analogiczne ogólne prawidłowości dotyczą takich nowych tendencji w sposobie kształtowania komunikatów prasowych, jak interakcyjny styl

⁴ Pojęcie *translokacji* w analizach różnorodnych zjawisk związanych z funkcjonowaniem mediów stosuje Aleksander Woźny i grono badaczy z ośrodka wrocławskiego. Zob.: A. Woźny, [Wstęp do]: *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Wrocław 2003, s. 11; A. Zwiefka-Chwałek, *Słowo elektroniczne. Strategie werbalne w epoce nowych mediów*, [w:] *Translokacje...*, dz. cyt., s. 15–67.

⁵ W ten sposób da się interpretować genezę wybranych odmian zapowiedzi prasowej. Zob.: A. Zwiefka-Chwałek, *Słowo elektroniczne...*, dz. cyt., s. 54–55. O zapowiedzi jako gatunku prasowym zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi...*, dz. cyt., s. 53–67; tejsze, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 101–119; tejsze, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 68–81.

komunikacji⁶ czy wizualizacja przekazu⁷. Każda z wymienionych cech ma wartość względną, jest stopniowalna. Najmniejszy niejako stopień wizualizacji wiąże się z różnorodnymi sposobami wykorzystywania pisma – najczęściej w tytułach. I nie chodzi już wyłącznie o gospodarowanie krojem, wielkością czy kolorem czcionki. Najbardziej jaskrawe przykłady wizualizacji tego rodzaju stają się przejawami autonomizowania inicjalnego składnika ramy tekstowej w wypowiedziach prasowych, a więc nadawania mu roli samodzielnego komunikatu, który kształtem (sposobem wydrukowania) odpowiada treściom zawartym w korpusie wypowiedzi, jest tych treści wstępną emanacją. Informując o sensacyjnym w Polsce trzęsieniu ziemi, można „potrząsnąć” tytułem, drukując odpowiednio frazę *Ziemia zadrżała* i dołączając do standardowego (suchego) komunikatu różnorodne formy infografiki, a więc fragmenty mapy z zaznaczonym epicentrum czy obraz zapisu sejsmograficznego (zob. „Dziennik Wschodni” 22. 09. 2004). Czy to pomaga w odbiorze i czemu w istocie służy – to już oddzielne zagadnienie.

Analogiczne chwytów stosowała już „Gazeta Wyborcza”, przekazując dane o najnowszych odkryciach naukowych. Artykuł opublikowany 20. 09. 2002 roku, informujący o tym, że, jak głosi streszczający nadtytuł: *W ośrodku CERN pod Genewą otrzymano nadspodziewanie duże ilości antywodoru – „lustrzanego odbicia” zwyczajnego wodoru*, zawiera wizualizację tego zjawiska w tytule i w liście. Jeden ze składników tytułu *Wodór i wodór* jest wydrukowany w formie lustrzanego odbicia. Analogiczny kształt graficzny zyskał pierwszy akapit (dodatkowo przez to wyróżniony) uzupełniony formułą *Tu przystaw lusterko*. Jeśli wykonamy polecenie, możemy odczytać następujący komunikat:

[1] Fizycy nauczyli się produkować duże ilości najprostszych atomów antymaterii. Dzięki temu być może odpowiedzą na fundamentalne pytanie: dlaczego w kosmosie istnieją planety, gwiazdy i galaktyki? Dlaczego istnieje coś zamiast czegoś?

Mechanizm wizualizacji zastosowano też w inicjalnych fragmentach artykułu dotyczącego antymaterii [GW 26. 11. 1999]:

[2] N: Tam gdzie przeszłość dopiero się zdarzy, czyli

T: KAPSW AN TAIWS

L: *W kosmosie mogą istnieć obszary, gdzie wszystko dzieje się na opak, a więc np. rozbita filiżanka sklejała się ze skorupek, a gazety czytały się przed ich drukiem*

⁶ Zob.: M. Wojtak, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 35–38; teje, *Potoczność w tekstach prasowych...*, dz. cyt., s. 325–329.

⁷ Zob.: A. Zwiefka-Chwałek, *Słowo elektroniczne...*, dz. cyt., s. 56–60. Autorka omawia w tej części opracowania rolę infografiki.

* * *

Dobór mechanizmów przekształcających określony gatunek zależy, jak wspominałam, od kształtu wzorca gatunkowego, zwłaszcza zbioru jego wariantów⁸. Genologiczne umocowanie zyskują procesy modyfikujące wzorce kanoniczne, a więc następujące mechanizmy alternacji lub adaptacji (w pewnych zakresach analogiczne): substytucja, redukcja, kompozycja lub kontaminacja struktur.

Powstawaniu przekształceń niepowtarzalnych lub stosowanych sporadycznie sprzyja stosowanie kompozycji. Procesy komponowania, a więc łączenia, dotyczyć mogą różnych zjawisk: 1) wypowiedzi reprezentujących odmienne lub te same gatunki bądź ich odmiany; 2) wypowiedzi ujednoliconych tematycznie. Mechanizm nagromadzenia sprawia, że wzrasta sugestywność całego przekazu. Drukując, dla przykładu, różne typy komentarzy odnoszących się do jednej sprawy, zwłaszcza komentarzy, które nie pochodzą od redakcji, zachowuje się pozornie zasadę bezstronności przy rzeczywistym uwypukleniu jednego punktu widzenia czy określonej perspektywy. Jako przykład posłużyć może seria komentarzy związanych z reakcjami na konflikt między jednym z piłkarzy a ówczesnym trenerem kadry narodowej [GW 28. 11. 2002]. Intencję podstawową oddaje następujący komentarz autonomiczny i bezpośredni (satyryczny z elementami ironii)⁹:

[3] DARIUSZ WOŁOWSKI *Kończ, waść*

„Mam dość Bońka bałaganu” – mówi Tomasz Hajto i rezygnuje z kadry. „Twardziel” rzuca zabawki akurat wtedy, gdy sytuacja reprezentacji jest trudna i jeszcze wpiera nam, że ta reprezentacja była dla niego wszystkim. Hajto nawet odejść z klasą nie umie. Gdyby umiał, to, tak, jak mówi Boniek, mógł zadzwonić i powiedzieć trenerowi w oczy, co myśli. Rozstanie Hajty z kadra ma mniej więcej tyle wdzięku, ile jego gra w piłkę. Czy to nie on na mundialu zawałił drugą bramkę w meczu z Koreą i pierwszą w spotkaniu z Portugalią? I jeszcze odbył brutalny „spacer” po Joao Pinto? No więc – żegnam staropolskim: „Kończ, waść, wstydu oszczędź”.

Komentarze pośrednie uzupełniają serię, a więc komentarz eksperta i przytoczenia z innych gazet są dobrane tak, aby intencje komentarza głównego potwierdzić i uwypuklić.

⁸ Charakterystykę wariantów wzorców gatunkowych najważniejszych typów wypowiedzi prasowych przedstawiam w książce *Gatunki prasowe...*, dz. cyt.

⁹ Bliższa charakterystyka odmian gatunkowych komentarza prasowego w: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 166–201.

Zastosowanie mechanizmu kompozycji może mieć nie tylko tematyczną czy pragmatyczną motywację. Zasada łączenia różnych realizacji tego samego gatunku może być sposobem urozmaicenia kształtu określonych partii gazety. Jako przykład niech posłuży druga, a więc już publicystyczna, strona „Gazety Wyborczej” z 3–4 stycznia 2004 roku. W jej kompozycji zastosowano (trudno powiedzieć, w jakim stopniu świadomie i celowo) zasadę powtórzenia i urozmaicenia, łącząc w pary wybrane odmiany gatunkowe określonych wypowiedzi (zwyczajowo wypełniających drugą stronę), a więc dwie sylwetki o kształcie notatek prasowych¹⁰, dwa komentarze autonomiczne (bezpośrednie), dwa komentarze pośrednie (w formie wywiadu i w formie cytatów z innych mediów), dwie wzmianki seryjne powiązane tematycznie i za pośrednictwem przerwane tytułu. Tego typu okazy gatunku (myślę o wzmiankach)¹¹ zdarzają się sporadycznie, dlatego warto wspomniane wypowiedzi przytoczyć:

[4] **Bush jada wołowinę...**

„Jadłem dzisiaj wołowinę i nadal będę jadł” – oświadczył prezydent USA George W. Bush dziennikarzom. Zaaapelował do swoich rodaków, by wzięli z niego przykład i jedli wołowinę mimo stwierdzenia niedawno w USA pierwszego przypadku choroby szalonych krów. (BSE)

...i przepiórki

Nowy Rok prezydent Bush spędził, polując z ojcem na przepiórki na południu Teksasu. PAP, EM

Zastosowanie zasady łączenia różnych jakości sprawia, że wspomniana strona zaskakuje czytelnika różnorodnością tematyki, bogactwem sposobów interpretowania przedstawianych zagadnień i różnorodnością sposobów wysłowienia. Parę komentarzy autonomicznych tworzą:

- 1) stonowana w sposobie wyrażania intencji wypowiedź Tomasza Patora i Marcina Stelmasiaka *Żelatyna II* zakończona jednak ironiczną pointą:

[5] Nie po to pożyczano nielegalnie pieniądze Grabkowi – pupilowi polityków, także Sojuszu – by teraz zmuszać go do oddania tego, co zwrócić powinien;

- 2) eksponujący postawę ironisty tekst Konrada Niklewicza *Idzie Unia zła...*, w którym autor, dla uwydatnienia głównej intencji, zastosował kompozycję klamrową z następującymi akapitami ramowymi:

¹⁰ O cechach takiej sylwetki zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 133–137.

¹¹ Tamże, s. 43–51.

[6] I przynosi nam zmasowane podwyżki cen – od mieszkań po ziemniaki. „Kowalski” wszędzie czyta i słyszy: wchodzimy do Unii, więc podatki idą w górę, a koszty rosną. Oj, ta Unia niedobra... [...].

I jeszcze jedno: dlaczego w większości publikowanych zestawień tak niewiele się mówi, co po naszym wejściu do Unii stanie; na tej samej zasadzie, co inne rzeczy podróżują? [...] Że np. w ubiegłym roku dzięki silnemu euro (znów ta Unia!) eksport stał się kołem zamachowym polskiej gospodarki, a ropa i gaz kosztują relatywnie mniej? Cóż, hu hu ha, hu hu ha, ta Unia taka zła...

Analogiczny chwyt stosuje się, łącząc jakości kontrastowe w pozostałych parach. Wspomnę krótko o komentarzach pośrednich. W jednym dominuje obraz, gdyż podstawę części komunikatu stanowi reprodukcja strony „Super Expressu” poświęconej problematyce sportowej, obudowana komentarzem do odtwarzanego w ten sposób cudzego komentarza. Całość ma następującą strukturę: tytuł (od redakcji „Gazety”) *Komu cięży „Fakt”?*, reprodukcja strony „Super Expressu” i komentarz redakcyjny:

[7] Dlaczego Adam Małysz nie skacze tak daleko jak kiedyś? Wczorajszy „Super Express” sugeruje przyczynę niepowodzeń: to wina przyklejonych do nart reklam konkurencyjnego dziennika „Fakt”.

Drugi z komentarzy pośrednich jest typowym dla „Wyborczej” przytoczeniem cudzego komunikatu z poprzedzającym tytułem *Kiedyś przeczytane* jako jedynym dodatkiem od redakcji. Dominuje więc w nim słowo, cudze słowo, a opinię czytelnik wyrobić ma sobie sam¹². Kunsztowna kompozycja całej strony także jest chwytem, który mają zauważyć i docenić szczególnie wyrobieni czytelnicy. Narusza się bowiem zasady standardowego stylu odbioru, projektując lekturę podobną do lektury tekstów artystycznych¹³.

Procesem z kompozycją spokrewnionym, a służącym przede wszystkim urozmaiceniu kształtu pojedynczych wypowiedzi jest kontaminacja struktur. W prasie polega ona z reguły na zachowaniu zewnętrznych wyznaczników gatunkowych, zwłaszcza składników ramy tekstowej, a przekształcaniu segmentu głównego¹⁴. W taki sposób modyfikuje się korpusy wiadomości, łącząc wypowiedź dziennikarską z wywiadem. W odniesieniu do tak sfor-

¹² O przedstawionym sposobie kształtowania komentarzy zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 169.

¹³ W ten sposób po raz kolejny potwierdza się teza o koncepcyźmie jako regule redakcyjnej wybranych przekazów prasowych.

¹⁴ O innych przykładach kontaminacji zob.: K. Sujkowska-Sobisz, K. Wyrwas, *Dwa typy kontaminacji gatunkowych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. II, *Tekst a gatunek...*, dz. cyt., s. 62–72.

mułowanych wiadomości trudno mówić o okazach gatunku, gdyż działa tu jednak prawo serii. Rzadsze są natomiast przypadki inkrustowania korpusu wiadomości wypowiedziami reprezentującymi inne typy wypowiedzi.

Jako realizację indywidualną potraktować natomiast można następującą zapowiedź w kształcie wzmianki z wbudowaną w korpus wymianą dialogową, stanowiącą fragment wywiadu przez tę zapowiedź anonsowanego [GW 12. 12. 2003]:

[8] Kwaśniewska może się na nas poślizgnąć

Myślenie, że my, SLD, się dźwigniemy na Joli Kwaśniewskiej, jest błędne. Ona się może na nas poślizgnąć. Ale w tej sprawie jesteśmy mocno podzieleni – mówi „Gazecie” Krzysztof Janik. – Sojusz doszedł do magicznego progu popularności – 18 proc. To nasz żelazny elektorat. Musimy albo zatrzymać tę tendencję spadkową, albo wręcz poszukać nowych pomysłów.

Ewa Milewicz: Jaki ma Pan pomysł na swoją partię?

Janik: – Nie mam. Usiądę w święta i wymyślę.

Rozmowa z Janikiem; Prezydent i SLD o liście obywatelskiej do PE – s. 4

Rezultatem utrwalonych innowacji kontaminacyjnych są charakterystyczne dla „Wyborczej” sposoby redagowania inicjalnych składników wiadomości, a więc złożonego tytułu (nagłówek) i lidu. Węzłem kontaminacyjnym staje się wytluszczony fragment lidu (jest to, dodajmy, całość syntaktyczna lub fragment wydzielony arbitralnie bez respektowania granic jednostek syntaktycznych), który pełni rolę podtytułu i zarazem „lidoowego” incipitu. Oto przykłady:

[9] T: Nowa wojna hazardowa

L: **We Wrocławiu zaczyna się walka** o rynek automatów do gry.

[GW 10–11. 01. 2004]

[10] T: Długi lub czasopisma

L: **Nowe sensacyjne fakty z życia osławionej prawniczki Janiny Sokolowskiej** – komornik pukał już wiele razy do drzwi osób, które żyrowały zaciągnięte przez nią w bankach kredyty. [GW 16. 09. 2004]

[11] T: Bankruci z woli urzędnika?

L: **Przez opieszałość urzędników skarbowych bankrutują przygraniczni przedsiębiorcy.** Składają więc pozwy do sądów. Jeśli wygrają, skarb państwa będzie musiał wypłacić milionowe odszkodowania. Urzędnikom grożą... kary dyscyplinarne. [GW Lublin 16. 09. 2004]

Stosując chwyt użycia tekstów w tekście, traktuje się przytoczenia jako teksty przezroczyście (odsyłające do przedstawianej w nich rzeczywisto-

ści) i znaki ikoniczne. Fragment bloga w wiadomości jest zarazem przedstawionym blogiem, nową formą komunikacji (nowym gatunkiem wypowiedzi i konkretną wypowiedzią) – stąd zasada zachowania kształtu graficznego – oraz komunikatem, który informuje o określonym wycinku rzeczywistości pozatekstowej. Odwołajmy się do następującego fragmentu artykułu Grzegorza Praczyka *Blog agresji* [GW Lublin 13–14. 12. 2003]:

[12] L: „Z. to gruba świnia. Powinni ją trzymać w klatce...” to jedna z łagodniejszych informacji umieszczonych na stronie internetowej przez uczniów drugiej klasy lubelskiego gimnazjum.

Fragment korpusu: „Siemka dopiero zaczynamy tworzyć bloga na którym będziemy opisywać różne cioty z naszej klasy” – tak zaczyna się strona internetowa w portalu tenbit.pl, którą założyło kilku uczniów klasy 2g Gimnazjum nr 7 przy ul. Krasińskiego w Lublinie [pisownia oryginału].

Wśród procesów innowacyjnych, sprzyjających odświeżaniu wypowiedzi prasowych ważne miejsce zajmuje zasada oryginalnego kształtowania wybranych składników tekstu. O sposobach uatrakcyjniania tytułów wiemy niemal wszystko, gdyż to zagadnienie było przedmiotem licznych publikacji¹⁵. Analogiczne spostrzeżenia można odnosić do lidów (o czym była już mowa w niniejszym opracowaniu). Rzadziej spotyka się natomiast przykłady zaskakującego uatrakcyjniania innych fragmentów wypowiedzi prasowej. Konkretna wypowiedź może być niepowtarzalną realizacją reguł gatunkowych ze względu na całą gamę przekształceń odnoszących się do kilku segmentów. Jako przykład może posłużyć zapowiedź o kształcie wiadomości z oryginalnie zredagowaną formułą odsyłającą [GW 29. 12. 2003]:

[13] Jeśli ktoś cię straszy, że fundusz zbankrutuje i przepadną twoje pieniądze, to masz przed sobą oszusta – rozmowa z wiceministrem pracy Krzysztofem Paterem – s. 2

Interakcyjny charakter formuły (jej cecha definicyjna) jest tu uwyraźniony i wyrażony w sposób nietypowy. Analogiczną intencję przypisać można tytułowi i lidowi:

¹⁵ Większość tych prac wymieniam w bibliografii zawartej w książce *Gatunki prasowe...*, dz. cyt. Spośród opracowań, które ukazały się po opublikowaniu mojej książki, warto odnotować następujące artykuły: A. M. Lewicki, *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*, [w:] *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 101–113; S. Mikołajczak, *Słownictwo nagłówek w prasie sportowej (na przykładzie „Przeglądu Sportowego”, „Sportu” i „Piłki Nożnej”)*, „*Studia Językoznawcze*” 2004, t. 3, s. 89–108; B. Ostromecka-Frączak, *Sprzedaj języka w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, [w:] *W kręgu wiernej mowy*, red. M. Wojtak, M. Rzeszutko, Lublin 2004, s. 113–125.

[14] OFE, OSZUŚCI

Twój fundusz emerytalny padnie, przejdź do nas... Uwierzyło w to co najmniej 300 osób z całego kraju. Dali się szukać akwizytorom Otwartego Funduszu Emerytalnego Kredyt Banku.

Korpus, dodam na marginesie, też nie zyskał formy suchego przekazu informacyjnego, lecz zawiera interpretację omawianego zjawiska, głównie przez użycie leksyki implicytnie wartościującej: *poszkodowani, przestępstwo, oszustwo, ofiara, oporny, kłamać, zagrożenie, fałszowanie dokumentów* itd.

Wracając do zagadnienia nadawania oryginalnego kształtu pojedynczym segmentom, wspomnę, że nietypowo zredagowane formuły odsyłające w zapowiedziach nieautonomicznych są prawdziwym rarytasem¹⁶. Oto przykład zapowiedzi w formie wzmianki z formułą odsyłającą w oryginalny sposób do stowarzyszonego z nią wywiadu [GW 27. 02. 2004]:

[15] Kompromitacja Jakubowskiej

Ustawa o RTV z poprawkami minister Jakubowskiej byłaby narażona na zarzut niezgodności z konstytucją – twierdzą eksperci sejmowi. Twierdzą też, że poprawki są wadliwe legislacyjnie. – Ośmieszają Jakubowską jako posła, a kompromitują jako ministra – powiedział Juliusz Braun z KRRiT.

Ola źle zrobiła – mówi Barbara Ciruk – s. 5

Przejdźmy teraz do omówienia kilku przykładów zastosowania zarówno w tekstach publicystycznych, jak i informacyjnych takich przekształceń, które można interpretować jako koncepty. Są one naturalnym składnikiem poetyki felietonu, a ostatnio stosuje się je jako wyraz tendencji zbliżania informacji prasowej do publicystyki oraz wiązania publicystyki z literaturą¹⁷. Felietonowe koncepty strukturalne, a więc decydujące o kształcie całej wypowiedzi, oraz koncepty wolne, czyli pomysły uatrakcyjniające wybrane segmenty, zostały dość szczegółowo opisane¹⁸. We wcześniejszych publikacjach scharakteryzowałam też zastosowanie oryginalnych chwytów w redagowaniu komentarzy¹⁹. Ograniczę więc teraz prezentację do dwóch nowych realizacji, jakie udało mi się odnaleźć.

Tekst pierwszy [GW 20. 04. 2004] funkcjonuje na prawach cytatu, a więc w roli komentarza pośredniego. Publikując cudzy tekst, redakcja rezygnuje na ogół z ujawniania własnej opinii (na co już zwracałam

¹⁶ O wyznacznikach gatunkowych zapowiedzi zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 101–115; teźże, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi...*, dz. cyt., s. 53–67.

¹⁷ M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 235.

¹⁸ Tamże, s. 202–236.

¹⁹ Tamże, s. 166–201.

uwagę), zostawiając tę kwestię domyślności czytelników i zapewniając im swobodę w zajmowaniu własnego stanowiska wobec interpretowanej w komentarzu rzeczywistości, a także w odniesieniu do zacytowanego tekstu. Oryginalność wypowiedzi, do której odsyłam, polega na tym, że ma ona formę komentarza ironicznego, w którym zastosowano prosty i czytelny chwyt krytyki przez chwalenie (tekst pochodzi z internetu):

[16] 10 powodów, dla których warto głosować na Samoobronę

1. Drukowanie pieniędzy to najlepszy sposób na dobrobyt.
2. Nieoddawanie zaciągniętych kredytów to najlepszy sposób wzbogacenia się.
3. Blokady dróg i okupacja ministerstw to najlepszy sposób na budowę państwa sprawnego i przyjaznego obywatelowi.
4. Okupowanie mównicy sejmowej to najskuteczniejszy sposób stanowienia dobrego prawa.
5. Dobre prawo najlepiej ustanowią posłowie z wykształceniem podstawowym lub zawodowym rolniczym.
6. Dobre prawo najlepiej ustanowią osoby z wyrokami lub z licznymi procesami i sprawami prokuratorskimi.
7. Interesy biednych najlepiej będą reprezentować liczni milionerzy z Samoobrony.
8. Tęsknimy za pustymi półkami sklepowymi i bezwartościowym pieniądzem.
9. Sojusz z Rosją, Białorusią i państwami arabskimi z pewnością popchnie nas na właściwe cywilizacyjne tory.
10. Lepper jest geniuszem, bo powiedział, że Unia będzie dla rolników katastrofą – ceny mięsa pójdą tylko o 30 proc. w górę.

Źródło: internet

Oryginalny koncept strukturalny zastosowali autorzy komentarza odnoszącego się do występu polskich olimpijczyków w Atenach [GW 27. 08. 2004]. Dziennikarze nadali komunikatowi formę wywiadu z kłaczą Alexis 2, której zachowanie stało się przyczyną porażki jednego ze sportowców. Rama tekstowa spełnia reguły gatunku, gdyż tworzą ją: 1) nagłówek złożony z nadtytułu typowego dla klasycznej formy wywiadu: *Alexis 2 specjalnie dla „Gazety”* i aluzyjnego tytułu: *I ty, koniu, przeciwko nam?*; 2) formuła finalna: *Rozmawiali w Atenach Radosław Lniarski, Rafał Stec i Michał Pol*. Dominującym modułem korpusu jest moduł czynienia wyrzutów rodem z rozmowy potocznej. Sam tekst wywiadu zawiera tak wiele zaskakujących chwytów, że trudno je wszystkie przedstawić. Procedury analityczne niszczą poza tym humorystyczną wymowę tekstu. Nadmienię więc tylko, że dominantę stylistyczną stanowią innowacyjne użycia frazeologizmów (defrazeologizacja, aluzje

frazeologiczne): *Co koniowi do łba strzeliło; Koń wycina numer; Każdy jakiś wyciął. Albo jemu wycięli; Koń by się uśmieł; Owies koniowi uderzył do głowy; To mi kopyta opadły*. Istotne jest ponadto posłużenie się środkami leksykalnymi, takimi jak wyrazy polisemiczne czy metafory, oraz przekształceniami fonetycznymi, takimi jak adideacje i onomatopeje. Oto główny segment wspomnianego tekstu:

[17] Po strzelaniu, szermierce i pływaniu Marcin Horbacz zajmował wczoraj drugie miejsce w olimpijskich zawodach w pięcioboju. Ale w skokach przez przeszkody klacz Alexis 2 odmówiła współpracy i marzenia o medalu przysły. Co koniowi do łba strzeliło?

Proszę Konia, jak Koń mógł?

– Przepraszam, nie mogłem się skoncentrować, bo jeszcze rzałem z Rżanego. To ten wasz bokser, co mu nikt nie powiedział, że przegrywa i bronii wyniku do upadłego. Iiiiiihhhhhaaaaa!

Igrzyska raz na cztery lata, a Koń wycina numer!

– Myślałem, że o to chodzi. Każdy Polak, którego oglądałem w Atenach, jakiś wyciął. Albo jemu wycięli. Jak tym żeglarzom z klasy 49. Wygrali wyścig, ale gdy płynęli do portu, trener zabrał im kapoki i ich zdyskwalifikowali. Iiiiiihhhhhaaaaa!

Owies Koniowi uderzył do głowy?

– Moja pastuszka też mnie czasem tak pyta. Ale dopiero jak usłyszałem o waszej Pastuszce, to mi kopyta opadły. Miała zdobyć złoto, ale w półfinale jej kajak ważył 15 gramów za mało. Iiiiiihhhhhaaaaa!

Horbacz mógł zdobyć medal i dożywotnią emeryturę!

– Eeee, zleciałby mi przez łeb na ostatniej przeszkodzie. Jak ten wasz judoka Robert Krawczyk, co sekundę przed końcem walki miał już medal, ale dał się jeszcze rzucić na ippon. Iiiiiihhhhhaaaaa!

Koń by się uśmieł... Może Koń by zaproponował coś konstruktywnego?

Konstruktywnego? Mam duży łeb, chętnie wybrałbym się na zgrupowanie waszych piłkarzy przed meczami z Irlandią i Anglią. Tam to dopiero będą jaja.

Wśród konceptów wolnych umieścić można przykłady wprowadzania form językowych egzotycznych z punktu widzenia użytkowników polszczyzny ogólnej (standardowej).

Chwył egzotyacji dotyczy przede wszystkim tytułów. Dla ilustracji odwołam się do dwóch przykładów, których nie wyzyskiwałam we wcześniejszych publikacjach. W obu przekształcenie polega na nadaniu tytułowi zagadkowego kształtu przez zastosowanie form obcojęzycznych. *Wot, seksot!* – to tytuł pierwszej branej tu pod uwagę wiadomości [GW 3–4. 07. 2004]. Dla uniknięcia nieporozumień wprowadzono w segmencie głównym wypowiedzi stosowne objaśnienia:

[18] Niższa izba parlamentu białoruskiego przyjęła w pierwszym czytaniu ustawę, która daje Komitetowi Bezpieczeństwa Państwowego prawo wprowadzenia do każdej firmy – prywatnej i państwowej, białoruskiej i zagranicznej – tzw. seksota, czyli tajnego agenta. Określenie to nie pochodzi od słowa „seks”, lecz od starego sowieckiego „siekretnyj sotrudnik” – tajny współpracownik.

W drugiej gra językowa i stylistyczna jest bardziej wyrafinowana. Tytuł wiadomości dotyczącej zmiany na stanowisku trenera Arki Gdynia brzmi *Wo Wąs du?* [GW 4. 06. 2004] i jest rezultatem gry wyzyskującej znaczenie frazy w języku niemieckim, w ramach której pojawia się homonimicznie zaktualizowany pseudonim kandydata na trenera *Wąsikiewicza*, zwanego *Wąsem*.

Można mówić, że zastosowanie barbaryzmów, czyli form obcojęzycznych użytych w roli środków stylistycznych, służy, jak w literaturze, nie tylko urozmaiceniu środków wyrazu. Zwłaszcza w pierwszym tekście ujawnia się respekt dla zasad relewancji stylistycznej i odtwarzania kolorytu lokalnego. W obu przypadkach uwyraźniona jest funkcja autoteliczna, gdyż wypowiedzi zwracają uwagę najpierw na siebie, a potem na przedstawiany świat.

Literacką zasadę mimetyzmu formalnego (stylizacji językowej) stosują natomiast dziennikarze, pozostawiając w wywiadach formy językowe ujawniające społeczny lub zawodowy status osoby udzielającej wywiadu.

Wspomniany zabieg decyduje o oryginalności rozmowy z napastnikiem reprezentacji Niemiec Lukaszem Podolskim [GW 25. 06. 2004], wkomponowanej w tekst wiadomości (sprawozdania). W niektórych replikach piłkarza zostały zachowane wybrane leksykalne, fleksyjne i fonetyczne składniki gwary śląskiej, jedynie te, jak łatwo się domyślić, które nie zakłócają odbioru²⁰. Oto przykłady wypowiedzi piłkarza:

[19] Niby naszą grupę nazywali „grupą śmierci”. Ale w meczu z Czechami tylko w drugiej połowie my mieli z dziesięć sytuacji. I nie umieli brama zrobić. Dlatego wracamy do domu. Tylko dwie bramy w trzech meczach. [...] Tak, grali my, dwa Polaki. Ale nawet to nam nie pomogło. Nie szło bramy strzelić. [...] Teraz mistrzostwa świata u nos będą. Musimy tam lepiej zagrać, jak tutaj.

W pewnym stopniu analogiczne mechanizmy zdecydowały o kształcie wywiadu z Owalem (pseudonim poznańskiego rapera) [GW 3–4. 01. 2004], który w swych wypowiedziach miesza kilka rejestrów: 1) polszczyznę standardową: *Komputer to moja pasja. A wyższe wykształcenie to dziś już standard.*

²⁰ Niektóre formy mogą być składnikami idiolektu piłkarza, stanowiąc rezultat interferencji polszczyzny potocznej, gwary śląskiej i języka niemieckiego.

Chcę mieć tytuł magistra, to oczywiste; 2) mowę potoczną: Nie mogę się zamknąć w hip-hopie, bo mógłbym się obudzić w ślepej uliczce; Siedzę w tym po uszy; 3) formy indywidualne fundowane na polszczyźnie potocznej: Liroy zbudował taki wizerunek rapera, który bluzga jak samowar; I teraz ludzie, patrząc na takich facetów, jak ja, dziwią się, że nie jestem kserokopią Liroya pokolorowaną przez Latkowskiego; 4) wybrane składniki slangu: A Latkowski filmem „Blokersi” dorobił jeszcze mit, że hip-hopowiec nie tylko siedzi na ławce pod blokiem i jara blanty [pali marihuanę – red.]; Tak, bo ci kolesie wyobrażają sobie, że w każdym mieście mam inną laskę; Naoglądali się teledysków i uważają, że powinniśmy zajechać amerykańską lochę jak w telewizji.

Najbardziej radykalny w stosowaniu eksperymentów stylistycznych i poszukiwaniu konceptów okazał się twórca wiadomości (właściwie korespondencji zamkniętej w ramy wiadomości) odnoszącej się do konkursu skoków w Zakopanem z udziałem Adama Małysza [GW 19. 01. 2004]. Tekst został opublikowany na pierwszej stronie. Można w jego przypadku mówić o stylizacji totalnej, ze względu na tekstowy zakres użycia form gwarowych (lub takich, które mają gwarę ewokować). Ślady stylizacji nosi tytuł: *Piynkie hipkoł* oraz lid należący do kategorii lidów mieszanych, co pozwoliło zastosować kontrasty językowe między wypowiedzią dziennikarską (stylizowaną na gwarę bez szczególnej troski o autentyczność form) a wypowiedziami skoczka (wysłowionymi w polszczyźnie ogólnej):

[20] Adam Małysz był jakoby nowiuški! Dwo drugie mijsca nosego skijackowego gazdy w Zakopanem doły, co znów gro o Wielki Ceber – Puchar Świata. – Zobaczyłem tych ludzi i mnie poniosło – godoł Małysz.

Nadając tekstowi funkcję zapowiedzi (spokrewnionej z wiadomością), twórca radzi czytelnikom, którym lektura sprawiła trudność:

[21] Cepry, co majom kłopot z nasom polskom-góralskom mowom, piknie sprasamy na sportowe karty.

W ten sposób powiększa się zbiór oryginalnie zredagowanych formuł odsyłających, stosowanych w różnego typu zapowiedziach nieautonomicznych.

W sensie konstrukcyjnym wspomniana wiadomość jest realizacją alternacyjnego wariantu wzorca, gdyż w obrębie korpusu miesza narrację dziennikarską z wypowiedziami uczestników wydarzeń, zarysowuje tło, wprowadza elementy ocen i reakcji sprawozdawcy – słowem nawiązuje do konwencji reportażowych. Nadanie wypowiedziom dziennikarza kształtu komunikatu gwarowego i zachowanie partii pozostałych w innej tona-

cji stylistycznej wprowadza zabawne kontrasty, odwracające, jak wspominałam, porządek ustanowiony w stylizowanych utworach literackich. Autor stara się przy tym, aby gwarowe dekorum nie było jedynie patyną, łatwą do usunięcia bez szwanku dla przekazywanych treści. Przeciwnie, pokazuje konkurs skoków z punktu widzenia mieszkańca Zakopanego, który przeżywa nie tylko sportowe, lecz patriotyczne emocje. Całość zyskuje przez to oryginalną formę, może zaskakiwać niezwykłością ujęcia tematu, a także bawić efektami stylistycznych kontrastów. Oto wybrane fragmenty tekstu głównego:

[22] A staro góralsko prawdo godo, co hipkonia nie wywrózys. W piątek wieczorem ciekawi my byli, cy Małysz po roz cworthy będzie gazdom w Wielkim Cebrze. Wojtek Fortuna – gazda olimpijski z Sapporo – godoł, ze ni dołby na to nowet marnych dutków. Kruca. Fortuna to górol, i to z Zakopanego, ale się chybnął. Sobota i niedziela były nose, polskie. [...]

Ludziska syckiego byli gotowi: „Jesteśmy z Tobą na dobre i złe” – pisoli na szmatach. Byli tez tacy, co godoli, ze dobrze będzie: „Nawet w tenisówkach wylądujesz na Krupówkach”. [...]

W sobote Polak miał piykne piyrwse hipniencie, drugie nojdłużse w goniacce, a lepsy o włos był Niemiec Uhrmann. – Sorry, Adam, ale wygrać w Zakopanem, i to z Tobą, to najlepsze, co mnie mogło spotkać – godoł Niemiec. [...]

Bez wdawania się w dogłębną analizę autentyczności użytych wykładników stylizacji, powiedzieć mogę, że analizowany tekst (w założeniu informacyjny) jest najlepszym przykładem dziennikarskiego konceptyzmu, jaki udało mi się znaleźć (pomijam przykłady oryginalnych rozwiązań stosowanych przez felietonistów lub twórców tekstów humorystycznych czy satyrycznych).

* * *

Dziennikarska kreatywność czyni z żurnalistów „dzieci Heraklita”²¹, preferujące w swej działalności zmienność form wypowiedzi, ceniące dynamikę przeobrażeń wyrazistych, zaskakujących oraz bogactwo form, epatujące nowością, choćby nowe miało oznaczać, że w nowe konteksty wprowadza się nieco zapomniane stare formy gatunkowe lub ich składniki. Wszystko ma płynąć. Konkretnie teksty, bez względu na przynależność gatunkową, mają być kształtowane innowacyjnie, ma się

²¹ Posługując się tą formułą, nawiązuję do tytułu rozprawy A. Pajdzińskiej, *Dzieci Heraklita (poeci o czasie)*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin 1995, s. 89–103.

w nich przejawiać typowa dla konceptu niezgodna zgodność lub zgodna niezgodność.

A strona? Nie musi już być łamana tradycyjnie. Może przypominać, jak we współczesnej literaturze, *partwork*²², misternie utkaną całość, której wzór wyznacza rytmika powtarzanych sekwencji, dobranych ze względu na pokrewieństwo gatunkowe, lecz zredagowanych oryginalnie.

Zmienność i płynność nie oznacza nieustannego eksperymentowania. Po serii niezwyklej przekształceń, absorbujących czytelnika i komplikujących odbiór, powraca się (na jakiś czas!) do klasycznych rozwiązań zarówno w sposobie zredagowania (złamania) strony, jak i ukształtowania pojedynczych wypowiedzi, preferując jednak realizacje wzorców alternacyjnych²³.

²² Termin *partwork* jest stosowany w medioznawstwie na określenie pisma kolekcjonerskiego (segregatorowego). Zob. na ten temat: M. Otrócki, *Partwork – tekst medialny – tekst krytyczny. Przykład pragmatycznej analizy zawartości*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach...*, dz. cyt., s. 80.

²³ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., w różnych miejscach.

Komizm we współczesnej polskiej prasie

Uwagi wstępne

Współczesna polska prasa prezentuje na swych łamach różnorodne składniki dyskursu komicznego, który pojmuję za Stanisławem Gajdą jako określoną strukturę mentalną, czyli system przekonań (poglądów) wpisany w stosowny zbiór tekstów¹. Analizie będą tu podlegać zinstytucjonalizowane formy tego dyskursu, zapisane lub w inny sposób odzwierciedlone w prasie. Dla interesującej nas problematyki ważne jest ujmowanie samego dyskursu prasowego jako dyskursu absorpcyjnego². Jest on bowiem otwarty wielokierunkowo na inne dyskursy i dyskursy owe wchłania, czyniąc je przedmiotem prezentacji, a więc także źródłem tematyki, form przekazu i językowych środków. Obserwując media, w tym prasę, dostrzec musimy wielość filtrów komunikacyjnych oraz zmienność ich konfiguracji w przypadku zdarzeń komunikacyjnych (dyskursów szczegółowych), takich jak określone wydanie gazety czy konkretna publikacja. Nie przeszkadza to wysnuwaniu hipotezy, że w prasie absorpcja przebiega zasadniczo na dwa sposoby. Można więc mówić o absorpcji przytoczeniowej, gdy gazeta funkcjonuje jako medium i przekazywacz, stając się formą prezentacji dyskursu X (lub jego wybranych składników), lub

¹ S. Gajda, *Współczesny polski dyskurs komiczny*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin 2007, s. 14. Problematykę sposobów pojmowania i ujmowania dyskursu oraz charakterystykę dyskursu prasowego zawierają moje wcześniejsze opracowania, w tym drukowane w niniejszym tomie rozprawy: *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu...*, dz. cyt. oraz *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej...*, dz. cyt. Zob. też: *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt. Część zagadnień powtarzam w nowym kontekście i nowym metodologicznym oświetleniu.

² Zob.: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt., s. 85–86.

absorpcji o charakterze interpretacyjnym, ponieważ dyskurs X nie zachowuje wtedy pełnej autonomii, a prasa w istotnym stopniu go przekształca. Najważniejszym przejawem pierwszego typu absorpcji jest reprodukcja składników dyskursu X jako samodzielnych komunikatów. W przypadku dyskursu komicznego mamy zatem do czynienia z publikowaniem jego różnorodnych gatunków prymarnych (dowcipy, anegdota, skecze itd.). Metamorfozy dyskursu komicznego, związane z drugim typem absorpcji, przybierają różnorodne kształty. Polimorficzność współczesnej prasy jest zderzana z jej homogenizacją.

Homogenizacja na poziomie dyskursu ma ramy paradoksalne, wyznaczone zjawiskiem *infotainment*, które, jak już kilkakrotnie wspominałam, obejmuje fragmentację, konkretyzację, personalizację oraz sensacjonizm w sposobie prezentacji treści (zdarzeń)³. Można więc mówić, że w mediach w ogóle, a w szczególności w prasie dominuje obecnie poetyka oksymoronu. Sprzyja to cieniowaniu technik wywoływania efektów humorystycznych, a także dobierania ich językowych wykładników. Nie mniej istotne jest bogactwo odcieni komizmu, jakimi epatuje prasa. Zarówno w ramach absorpcji przytoczeniowej, jak i interpretacyjnej dokonuje się prezentacja czystej rozrywki (uwypuklenie funkcji ludzkiej) obok różnorodnych przejawów komizmu tendencyjnego (satyra, parodia, efekty ironiczne lub kpina)⁴.

Do istotnych uwarunkowań sposobów prezentacji dyskursu komicznego w prasie należy teź prasy rozwarstwienie oraz styl polityki redakcyjnej, a więc sposoby zdobywania odbiorców. Znajduje to odzwierciedlenie w zmianach stylistyki komentarzy redakcyjnych, prezentowaniu trudnych i złożonych problemów w lekkiej i atrakcyjnej formie (tu istotną rolę odgrywają modyfikacje tytułów), wprowadzanie krótkich wiadomości o faktach lub zdarzeniach nietypowych⁵. Obecnie zaś, rzecz można, wspomniane zjawiska znajdują dopełnienie w zbiorze praktyk komunikacyjnych określanych jako tabloidyżacja⁶.

Na wywoływanie efektów komicznych są współcześnie obliczone różnorodne składniki (rubryki, dodatki) w prasie codziennej i innych periodykach (bez względu na profil – od tabloidów przez prasę opiniotwórczą, od ogólnej po wyspecjalizowaną tematycznie, a więc dla przykładu

³ Zob.: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes...*, dz. cyt., s. 254.

⁴ Zob.: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt., s. 109–125. Warto dodać, że niniejszy artykuł należy potraktować jako opracowanie komplementarne do monografii: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej...*, dz. cyt.

⁵ Zob.: M. Worsowicz, *Inforozrywka w prasie...*, dz. cyt., s. 209–218.

⁶ Zob.: *Tabloidyżacja języka i kultury*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, „Oblicza Komunikacji” 2010, t. 3; *Tabloidy, język, wartości, obraz świata*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, „Oblicza Komunikacji” 2011, t. 4.

religijną czy hobbystyczną). Funkcję wspomagającą w prezentowaniu różnorodnych składników dyskursu komicznego pełnią wybrane gatunki prasowe (zwłaszcza felieton, komentarz bądź artykuł publicystyczny) z natury nastawione na humorystyczne widzenie świata lub poddane żartobliwym modyfikacjom (tu brak jakichkolwiek formalnych ograniczeń – narzędziem satyry może się stać praktycznie każdy gatunek). Przez czytelników cenione są zwłaszcza dowcipy rysunkowe⁷.

Na rynku mediów funkcjonują poza tym (trwale lub okazjonalnie) tytuły poświęcone wyłącznie rozrywce.

Rozrywka w rozrywkowym piśmie

W ramach tego opracowania nie będzie możliwe wyczerpujące przedstawienie wszystkich aspektów i przejawów komicznego dyskursu w formie prasowej. Zaczniemy tak pomyślaną prezentację od refleksji na temat sposobów osiągania efektów humorystycznych w wyspecjalizowanym czasopiśmie⁸. Skupiam przy tym uwagę na jednym, jak się okazało, efemerycznym czasopiśmie (chodzi o periodyk „Nowy Pompon”, który ukazywał się przez kilka miesięcy od roku 2004). Na jego przykładzie można pokazać różnorodne praktyki stylizacyjne, przybierające formę pastiszu lub parodii prasy poważnej⁹. Można zaryzykować bowiem twierdzenie, że tego rodzaju chywy są typowe dla polskiej prasy nastawionej na rozrywkę.

Zaczniemy od stylizacji podstawowej o zakresie globalnym. „Nowy Pompon” miał charakter pastiszu gazety codziennej, choć pierwszy kontakt z pismem mógł sugerować przewagę nastawienia parodystycznego. Obiektem pastiszowego naśladowania czy parodystycznych wykrzywień nie jest jednak określona gazeta. W przypadku „Nowego Pompona” mamy do czynienia z całym splotem stylizacyjnych nawiązań do różnorodnych praktyk redakcyjnych, charakterystycznych dla współczesnej prasy.

Procesom pastiszowego przedstawienia podlega już winieta, w ramach której obok tytułu pojawić się mogą hasła w stylu reklamowym, odnoszące się do samego pisma¹⁰:

⁷ Zob.: G. Bąkowski, *Dowcip rysunkowy, czyli czarno na białym*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Poznań 2001, s. 111–124.

⁸ Zob.: M. Dubaniowska, *Humor w międzywojennym czasopiśmie satyrycznym „Mucha”*, [w:] *Świat humoru*, red. S. Gajda, D. Brzozowska, Opole 2000, s. 271–282.

⁹ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe w humorystycznych i satyrycznych transformacjach*, [w:] *Media studies. Refleksja nad stanem obecnym*, red. K. Stępnik, M. Rajewski, Lublin 2008, s. 177–189.

¹⁰ Po cytacie podaję rok wydania i nr pisma.

[1] *Po lekturze „Nowego Pompona” rozbawi cię każda gazeta.* [2005/6]

lub anonsujące prezenty:

[2] *Prezent! W numerze dwie zszywki!!! (Za miesiąc pocisk Tomahawk)* [2005/2];

[3] *W numerze pocisk Tomahawk*

i tekst uzupełniający:

Pocisk tomahawk Zakup egzemplarza „Nowego Pompona” powoduje automatyczne odpalenie tomahawka i nakierowanie go na wybrany przez siebie gmach użyteczności publicznej w zależności od wskazania odpowiedniej litery początkującej jego nazwę. Zasada jest prosta – wystarczy, że dotkniesz litery „S” w głównym tytule obok (chodzi o tytuł: *Zbiegł prezydent Stanów Zjednoczonych* dop. M. W.) [2005/3].

Istotnym składnikiem każdej winiety jest też hasło: *Bóg Ojczyzna Honorarium* (zob. *Bóg, honor, ojczyzna*). Winieta zawiera ponadto różnorodne składniki mimetyczne, a więc dane numeru i adres internetowy redakcji. Już w winiecie zatem, za pośrednictwem jej składników stałych i fakultatywnych, ujawnia się i uwyrażnia pastiszowo-parodystyczne nastawienie gatunkowych transformacji.

O stylizacji pastiszowo-parodystycznej można mówić także, rozpatrując kształt pierwszej strony. Ma ona architekturę typową dla kompozycji pierwszych stron poważnych dzienników. W lewej kolumnie drukuje się bowiem lakoniczne zapowiedzi i wzmianki seryjne, poprzedzane tytułem *Krótko*¹¹. W centralnym miejscu pojawia się wiadomość czołówkowa lub kilka tekstów o kształcie wiadomości (o ich hierarchii decyduje wtedy miejsce publikacji). Niektóre z tego typu tekstów mają kształt i funkcje zapowiedzi nieautonomicznej, podlegają także transformacjom wewnątrzgatunkowym, gdyż rzadko stanowią realizację wzorca kanonicznego¹². Warto zaznaczyć, że nie dostrzega się na pierwszej stronie charakterystycznej dla niektórych gazet tendencji do supremacji zapowiedzi, co potwierdza formułowane już spostrzeżenie o braku konkretnego wzorca stylizacyjnego. „Nowy Pompon” nie naśladuje i nie parodiuje konkretnej gazety, lecz wyzyskuje znane

¹¹ Zob.: M. Wojtak, *Wzmianka jako gatunek wypowiedzi prasowej*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, t. IV, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2003, s. 166–171; teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 43–51.

¹² Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 113–114.

środowisku żurnalistycznym konwencje gatunkowe po to, by się nimi bawić, bawiąc przy tym świadomego i wyrobionego czytelnika.

Wewnątrz numeru przeważają wiadomości w wersji odbiegającej od kanonu ze względu na redukcję lidu (czyli pierwszego wyróżnionego graficznie akapitu tekstu prasowego) oraz typowe dla gatunku alternacje jakościowe¹³. Niektóre wypowiedzi przypominają notatkę lub wzmiankę autonomiczną. Zdarzają się też wywiady oraz teksty sygnowane przez redakcję jako reportaże. Można więc mówić o respektowaniu zasady redukcjonizmu genologicznego, która decyduje o doborze gatunków w prasie regionalnej i specjalistycznej, a polega na wprowadzaniu niektórych schematów gatunkowych, pomijaniu innych oraz tworzeniu form osobliwych (nowych gatunków). Uzupełnieniem całości jest drukowany na ostatniej stronie „Pompon magazyn”, czyli rozrywka w rozrywce.

W sposobie redagowania poszczególnych gatunków dostrzec można znamienne prawidłowości. Preferuje się na ogół jedną wersję wypowiedzi, by wyzyskiwać mechanizm kontrastu między sztafpową formą zewnętrzną komunikatu a jego niecodzienną treścią. Nie odtwarza się znanych i utrwalonych paradoksów gatunku, lecz zgodnie z zasadą zawiedzionego oczekiwania, typową dla wypowiedzi o zabarwieniu humorystycznym, tworzy się paradoksy nowe¹⁴. Redaktorzy pisma satyrycznego dostrzegają zatem i wyzyskują elastyczną naturę wzorców gatunkowych i sięgają po wybrane warianty wzorców, gdyż tego wymaga łączenie technik stylizacyjnych typowych dla pastiszu z deformacjami parodystycznymi.

Wzmianki dla przykładu zyskują trwałą formę. Układane w serie i sygnowane standardowym tytułem przybierają kształt wzmianek z kroniki policyjnej, gdyż składają się z nazwy miejscowości w roli incipitu oraz krótkiego korpusu przedstawiającego niezwykle wydarzenie. W tym sposobie stylizacji można się też dopatrywać nawiązań do praktyk redakcyjnych niektórych gazet, zwłaszcza prasy regionalnej. Komizm przekazu jest komizmem absurdu i czystą zabawą. Dla ilustracji przytaczam dwie wypowiedzi:

[4] RZESZÓW – Przetarg na firmę, która poprowadzi przetarg, wygrała firma prowadząca przetarg. [2004/4];

[5] BERKELEY – Naukowcy z Uniwersytetu Kalifornijskiego ustalili, że po obliczeniu liczby PI najważniejsze będzie dla nich to, co jest przed przecinkiem. [2004/4].

¹³ Tamże, 81–96.

¹⁴ Charakterystyka paradoksów typowych dla poszczególnych gatunków prasowych w: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt.; tejsze, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt.

Stałe są także mechanizmy modyfikowania wiadomości. Wszelkie przejawy naruszania integralności tekstu, który powinien się w wersji klasycznej składać z tytułu, lidu i korpusu, mają parodystyczną motywację. Najłatwiej to pokazać na konkretnym przykładzie, zaznaczając, że autorzy wypowiedzi wykazywali się szczególną troską o urozmaicenie tekstów. Mechanizm niespodzianki był uruchamiany stale i dotyczył różnych płaszczyzn gatunkowego schematu.

Wyrazisty przykład adaptacji, czyli uwzględnienia w korpusie tekstu nawiązań do gatunków obcych przekazom prasowym, znajdujemy w wiadomości zatytułowanej *Bezsensowna wymiana zdań na temat projektu ustawy o dyrdymałach w Sejmie* [2005/2]. Konwencje gatunkowe wypowiedzi, która funkcjonuje jako pełna informacja o fakcie lub zdarzeniu, są wyzyskiwane w celach prześmiewczych. Sejm, jak wiadomo, powinien zajmować się poważną działalnością legislacyjną. Słowo *dyr-dymały* zaś znaczy 'wypowiedzi pozbawione sensu, którymi nie warto się zajmować'. Korpus tej wiadomości ma kształt sprawozdania z elementami protokołu (stenogramu). Łączy więc konwencje wypowiedzi dziennikarskiej z wzorcem wypowiedzi w pewnym sensie urzędowej. Kolejne fragmenty sprawozdania rozpoczynają się zgodnie z regułami gatunku, a zbiór formuł incipitowych tworzy matrycę tekstu: *Sejm rozpatrywał projekt ustawy O dyrdymałach w Sejmie Rzeczypospolitej; „To bardzo potrzebna inicjatywa” komentował projekt poseł sprawozdawca; Wówczas marszałek przerwał jego wywód i oświadczył...; Po wznowieniu obrad poseł sprawozdawca powiedział...; Dalej z mównicy sejmowej padały słowa, których używania ustawa zakazuje; Po zakończeniu odczytania projektu uchwały rozgorzała dyskusja.*

Część protokolarna jest jeszcze bardziej zabawna, gdyż może być interpretowana jako parodia stenogramu dyskusji sejmowej i samej dyskusji. Oto fragmenty tekstu:

[6] Na koniec jeden z posłów zaproponował przeprowadzenie pogładowej wymiany zdań z użyciem słowa *dyr-dymały*. „To idiotyczna propozycja”, zaproponował inny poseł. „Wcale nie! Musimy dokładnie stwierdzić, o czym mówi ustawa”, powiedział następny. „Czy pan naprawdę nie wie, co to znaczy pleść bzdury?”, wmieszał się następny. „To pan plecie bzdury!”, krzyknął poprzednik. [...] „Panowie! Nadal nie padło to słowo”, przerwał znów poseł. „Jeszcze raz”. „To idiotyczna propozycja”, zaproponował któryś z posłów. [...] „Panowie! Panowie! Czy to tak trudno powiedzieć dyrdymały?”, przerwał ponownie poseł. „Rzeczywiście. Nie sądziłem, że to takie trudne”, powiedział nie wiadomo który poseł. „Proponuję użyć innego słowa, na przykład ciurała”. „Czy musimy mówić takie dyrdymały?”, nie wytrzymał marszałek. „Nareszcie! Bardzo dziękuję. Panie marszałku”.

Omawiając zjawisko parodystycznego wyzyskiwania adaptacji gatunkowych w humorystycznym stylizowaniu wiadomości, odwołam się jeszcze do tekstu o gaździe, pragnącym opatentować „góralski higrometr” [2005/4]. Wiadomość o zamiarach górala jest skomponowana z zachowaniem reguł gatunku, gdyż po tytule wstępnie powiadamiającym o zdarzeniu (*Gazda z Podhala chciał opatentować góralską pogodę*) umieszczony został lid streszczający, który ową informację ukonkretnia:

[7] Urząd patentowy, do którego zwrócił się Jan Gąsienica-Sieczka z Zakopanego z zamiarem opatentowania góralskiej pogody odesłał zainteresowanego do Głównego Urzędu Miar w celu przetestowania urządzenia, jakie ze sobą przywiózł.

W samym korpusie otrzymujemy zaś następujący opis urządzenia, które miało być zgłoszone w urzędzie:

[8] Przyrząd służący do pomiarów wilgotności powietrza składa się z drewnianych figurek góralki i górala, dźwigni oraz małego domku z zamontowanym w środku owczym włosem reagującym na wilgotność. Zgodnie z instrukcją obsługi nadejście deszczu poprzedzane jest uderzeniem w plecy wymierzonym góralce przez górala, natomiast łagodną pogodę zwiastuje cios na odlew zadany góralowi przez góralkę.

Tak jak w komunikatach zredagowanych w konwencji serio dla uwiarygodnienia przekazywanych informacji w kolejnym akapicie korpusu pojawia się przytoczenie rzekomej opinii urzędu:

[9] W opinii wystawionej przez GUM czytamy między innymi: „[...] Urządzenie nie jest dopracowane. Uderzenia wymierzone przez górala były zwykle zbyt słabe w stosunku do gwałtownych zmian pogody. Czasami zdarzało się też odwrotnie, góral prał góralkę ile wlezie, choć brakowało meteorologicznego uzasadnienia [...]”. Według opinii wystawionej przez urząd zachowanie góralki było bardziej zgodne ze zmianami pogodowymi. „[...] Kiedy biła góralka, to rzeczywiście w chwilę potem pokazywało się słońeczko. Jednakże góral w takiej sytuacji zwykle nie pozostawał dłużny i dochodziło do wymiany ciosów niepowodującej żadnych anomalii pogodowych. Najczęściej cierpiał na tym ich domek [...]”.

Humorystyczne transformacje odnoszą się nie tyle do struktury, co do pozostałych aspektów wzorca. Wyznaczniki strukturalne należą do sygnałów gatunkowych i są w piśmie rozrywkowym reprodukowane. Oryginalność gatunkowych trawestacji charakterystycznych dla „Nowego Pompona” wiąże się ponadto z brakiem modyfikacji stylistycznych. Nie stosuje się

w nim także tych form zabawy konwencjami, które prasa codzienna wprowadza w ramach łączenia informacji z rozrywką. Trudno się dla przykładu doszukać jakichkolwiek gier językowych w tytułach. Zabiegi nadające poważnej prasie znamiona przekazu rozrywkowego są w satyrycznym tygodniku pomijane (ostentacyjnie pomijane – można dodać)¹⁵.

Zarówno tytuły, jak i inne składniki prasowych przekazów podlegają jednak przekształceniom semantycznym, służącym satyrze. Jest to kreowanie świata na opak lub nawiązywanie do poetyki urealnionego absurdu. W „Nowym Pomponie” chodzi jednak nie tylko o satyrę na zjawiska świata rzeczywistego (politycznego czy społecznego), lecz o ośmieszenie sposobów kreowania świata medialnego jako świata, w którym wszystko może zyskać posmak sensacji¹⁶.

Oryginalna zabawa konwencjami gatunkowymi, zabawa medialną wizją świata zinterpretowaną satyrycznie, osobliwe gry stylizacyjne i zabawa zabawą w pastiszowych reinterpretacjach rubryk rozrywkowych i innych gatunków ludycznych wyzyskiwanych przez media – to podstawowe typy humorystycznych zabiegów stosowanych przez oryginalne pismo rozrywkowe¹⁷.

Humorystyczne zabarwienie specjalnych dodatków gazetowych

Różne elementy humoru – od humoru pogodnego po sarkastyczny, a nawet groteskowy – stanowią o swoistości niektórych rubryk i dodatków satyryczno-rozrywkowych spotykanych w prasie codziennej i tygodnikach. Jako znakomity przykład posłużyć może (początkowo jedynie wakacyjny, a potem drukowany w kolejnych miesiącach roku) dodatek do „Gazety Wyborczej” zatytułowany „Gazeta na Plażę”. Była to rubryka autorska, jak się okazuje oryginalna na tle innych dodatków redagowanych przez Michała Ogórka, do czego jeszcze wrócę. Wspomniany dodatek łączył konwencje pastiszu, parodii i satyry. Dość często jednak współgrał z innymi działami gazety, w których posługiwano się analogicznymi chwytami w celu uwydatnienia publicystycznego przesłania przekazu.

Aby to pokazać, odwołam się do konkretnego przypadku analogicznego po części wyzyskania zarówno tekstu, jak i zjawiska komunikacyjnego w obu wspomnianych działach gazety. W „Gazecie na Plażę” wśród *Więści*

¹⁵ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe w humorystycznych i satyrycznych transformacjach...*, dz. cyt., s. 184–185.

¹⁶ Tamże, s. 185–189.

¹⁷ Tamże, s. 187–188.

blahej treści (rubryki nawiązującej do konwencji wzmianek lub notatek seryjnych) znalazł się tekst pokazujący urzędniczo zaprogramowaną rzeczywistość jako świat na granicy absurdu. Aby uwypuklić satyryczne intencje, stosuje się w nim zasadę cytowania wypowiedzi uczestników zdarzeń lub przytaczania dokumentów, a więc strategię komunikacyjną typową dla wzmianki. Cytaty są jednak starannie wybierane i odpowiednio komponowane, aby mogły w jaskrawy sposób pokazywać urzędową postawę wobec rzeczywistości, postawę sprzeczną niejednokrotnie ze zdrowym rozsądkiem, lecz autorytatywną z mocy norm, kreujących modelowe sytuacje prawne. Oto przykład umieszczony w satyrycznym dodatku¹⁸:

[10] **Łańcuch czystych sedesów** Aby poprawić standard obsługi na stacjach paliw, dyrekcja PKN Orlen SA nakazała umieszczanie w toaletach „Kart czystości”. Do karty dołączona jest instrukcja: – Kontrola toalet powinna odbywać się co godzinę. Fakt ten należy potwierdzić podpisem na „Karcie czystości”; – Pracownik, który złoży podpis na „Karcie czystości”, jest odpowiedzialny za czystość w toalecie do czasu następnej kontroli stanu pomieszczenia; [...] – „Karta czystości” powinna znajdować się w widocznym miejscu w toalecie, w ramach uniemożliwiających jej zniszczenie; – „Karty czystości” należy przechowywać na stacji jeden miesiąc [24 XI 2000].

O płynności granic między informacją podawaną w konwencji informacyjnej a tekstem prześmiewczym świadczyć może wyzyskanie wspomnianej instrukcji w tekście o kształcie notatki prasowej, zawierającej oprócz przytoczenia tejże instrukcji także zabawne wstawki komentujące i poprzedzonej tytułem *WC instrukcja*, opublikowanej zaś na drugiej stronie zwyczajnego wydania „Gazety Wyborczej”:

[11] Nie jest prawdą, że Polski Koncern Naftowy ORLEN S.A. traktuje klientów wyłącznie jako dojną krowę. [...] Aby poprawić standard obsługi na stacjach paliw, dyrekcja PKN wprowadziła „Kartę czystości”, którą pracownicy powinni zainstalować w toaletach dla klientów. [...] Instrukcja obsługi „Karty czystości” została precyzyjnie określona:

- Kontrola toalet powinna odbywać się co godzinę, zaczynając od początku zmiany. Fakt ten należy potwierdzić podpisem w „Karcie czystości”.
- Pracownik, który złożył podpis na „Karcie czystości” jest odpowiedzialny za czystość w toalecie do czasu następnej kontroli stanu pomieszczenia.
- „Karta czystości” powinna być wymieniana na nową po zakończeniu zmiany.
- „Karta czystości” powinna znajdować się w widocznym miejscu w toalecie, w ramach uniemożliwiających jej zniszczenie (chytne posunięcie – red.).
- „Karty czystości” należy przechowywać na stacji jeden miesiąc.

¹⁸ Lokalizując cytaty, podaję datę wydania „Gazety Wyborczej”.

Naśmiewamy się? Ależ skąd. Przecież wiadomo, że bez instrukcji nikt normalny nie będzie sprzątał w publicznej toalecie. Jednak instrukcja PKN ma poważny feler: nie wymienia kar za lekceważenie toaletowych przepisów. Proponujemy trzy wyroki, zależnie od rangi przestępstwa: zamknięcie skazanego na dobę w nieposprzątej toalecie, obcięcie dłoni deską sedesową, topienie w muszli [24 XI 2000].

Tropienie absurdów i nadawanie im formy zaskakujących wiadomości można potraktować jako trwałą składnik satyrycznego dyskursu typowego dla rozrywkowego dodatku do gazety codziennej. Kontrast między zdrowym rozsądkiem i regułami budowania świata normatywnego (urzędniczego) to ulubiony mechanizm wyzyskiwany przez Michała Ogórka. Zamówienia publiczne wymagają w Polsce przetargu. Stosowanie tego przepisu w odniesieniu do błahych potrzeb instytucji jest przedmiotem wyśmiewania w tekście zatytułowanym enigmatycznie *Cytryna* [„Gazeta na Plaże” 29 VI 2001]. Nadano mu formę wiadomości z udramatyzowanym lidem: *Skąd wziąć dwie cytryny i 14 litrów wrzątku? Ogłosić przetarg!* oraz korpusem zawierającym informacje o przetargu ogłoszonym przez łódzki oddział PLL LOT. Wspomniana instytucja powiadamiała za pośrednictwem ogłoszenia, że:

[12] Poszukuje dostawców artykułów spożywczych. Zwycięzca przetargu miał codziennie rano zaopatrywać samolot z Łodzi do Warszawy m.in. w 14 litrów gorącej wody i „dwie sztuki cytryn krojonych”.

Oprócz segmentów informujących o fakcie zostały umieszczone w korpusie wypowiedzi urzędników, uzasadniających potrzebę ogłaszania takiego przetargu:

[13] Spytaliśmy Tomasza Rosseta, dyrektora łódzkiego LOT-u, dlaczego poszukiwał dostawców dwóch pokrojonych cytryn dziennie. – Chcieliśmy wybrać dobrą firmę cateringową, stąd przetarg – wyjaśnił. Przetarg na dwie cytryny nie zdziwił Grażyny Ceglińskiej z firmy Interserwis LOT w Warszawie. – Przetargi robimy na wszelki wypadek – wyjaśnia. – Dyrektorzy często się zmieniają, żaden nie chce być posądzony, że omija przepisy.

W końcowym akapicie tekstu znajdujemy informację o tym, że do przetargu jednak nie doszło, gdyż: *Od 7 maja samolot do Warszawy nie nocuje w Łodzi. Nie ma potrzeby zaopatrywania go we wrzątek i cytryny.*

Na granicy między satyrą a rozrywką czystą mieszcza się zaś te teksty z „Gazety na Plaże”, które w swym składzie, by tak rzec, zawierają dowcipy lub inne ludyczne gatunki wypowiedzi. Jako przykład niech posłuży wypowiedź o kształcie wiadomości [„Gazeta na Plaże” 27 XII 2002] zaty-

tułowana *E-mail zdrowia doda!* (warto zwrócić uwagę na grę językową, polegającą na modyfikacji składu frazeologizmu *Czysta woda zdrowia doda*), poprzedzona żartobliwym w wymowie lidem:

[14] Przez cały rok przyjaciele, znajomi i krewni królika zasypywali redaktorów „Gazety na Plażę” najślynniejszymi dowcipami wędrującymi po Internecie. Dziś drukujemy najlepsze z nich. Niekoniecznie po polsku.

a w korpusie cytująca najlepsze dowcipy zebrane przez redakcję. Oto jeden z nich:

[15] *Góralski drink* Bar w Zakopanem. Cepr podchodzi do barmana i pyta: – Co poleci pan do picia? – Ano, kolego, drink Góra Cy. – Jaki to? – Widzicie, bierzemy sklanecke wina... albo dwie... no, góra cy i wlewamy do garnka, hej. Później bierzemy sklanecke piwa... no, dwie..., góra cy i wlewamy do garnka. Następnie sklanecke wódecki... dwie... no, góra cy i wlewamy do garnka. Garnek stawiamy na ogniu i miesając syćko, grzejemy cas jakiś, hej. Później nalewamy i pijemy sklanecke... dwie... no, góra cy. Po wypiciu wstawiamy... robimy krocek... dwa... no, góra cy. Potem zamówione siły przenoszą kolegę na łóżeczko i rano podajemy alkaprim, no, dwa, góra cy.

Redaktorzy „Gazety na Plażę” bazują na możliwościach, jakie daje twórcze posługiwanie się elastycznymi obecnie wzorcami gatunkowymi tekstów informacyjnych. W szkielet konstrukcyjny kanonicznej wersji określonego gatunku wpisują treści absurdalne, lecz z życia wzięte, lub wyzyskują alternacyjne (rzadziej adaptacyjne) wersje gatunków takich, jak: wzmianka, notatka, wiadomość czy wywiad. Odwołują się też do techniki kolażu, co pozwala łączyć wypowiedzi dziennikarskie z gatunkami urzędowymi oraz uprawiać przewrotne poradnictwo¹⁹.

Granice między tym, co jest rozrywką wykreowaną a przedstawianiem zabawnych aspektów rzeczywistości, nie rysują się ostro. Te same konwencje mogą być stosowane w publicystyce traktowanej serio, jak i w dziennikarskiej działalności służącej rozrywce. W części podstawowej gazety mieści się atrakcyjne (intrygujące) informowanie o faktach (zwykle ważnych i poważnych), a w partiach rozrywkowych także atrakcyjne informowanie o sprawach nie zawsze ważnych czy z gruntu niepoważnych. Rozrywkowy dodatek służy zatem przede wszystkim tropieniu życiowych absurdów, co nie wyklucza zabawy konwencjami gatunkowymi czy stosowania innych chwytów, sprzyjających parodiowaniu takich aspektów rzeczywistości, które godne są ośmieszenia.

¹⁹ Zob.: M. Wojtak, *Rozrywka w prasie codziennej...*, dz. cyt., s. 46–47.

Zderzają się zatem w tak uprawianej żurnalistyce dwie tendencje: zabawne (w znaczeniu zajmujące, czasem humorystyczne) informowanie oraz zabawa informowaniem. Pasuje więc do niej, jak sądzę, zarówno formuła „informować, bawiąc”, jak i „bawić, informując”²⁰.

Talentowi twórcy dodatku zawdzięczamy jednak także coś więcej. Wśród zabiegów służących bawieniu i rozbawianiu czytelników stosuje on mechanizmy kontrastu, odwołując się, z myślą o elitarnym czytelniku, dodajmy, do zderzania skryptów poznawczych²¹: 1) skryptu typowego dla odbiorcy kultury popularnej z wyeksponowaniem sposobu widzenia świata własnego i obcego; 2) skryptu typowego dla przedstawiciela elit, który w obszarze swojej kultury czuje się pewnie i negatywnie oceniając kulturę popularną oraz jej odbiorców, aspirujących z racji przemian społecznych i politycznych do awansu kulturowego, występuje w tekście w roli doradcy²². Ośmieszając zachowania ludzi, którzy za cnotę uważają braki w wykształceniu, autor tworzy oryginalny styl uprawiania publicystyki. Można go ująć w formule „zabawa zabawą”.

Jeszcze bardziej wyrafinowane sposoby prześmiewania aktualnej rzeczywistości politycznej i społecznej, a także jej medialnych obrazów stosuje Michał Ogórek w *Gazecie Ogórkowej*, pomyślanej jako wakacyjna rubryka „Gazety Wyborczej” z roku 2006. Co ciekawe, nie powieliła mechanicznie nawet formalnych zabiegów, prowadzących do powstawania efektów humorystycznych, które spożytkował we wcześniej publikowanej rubryce zatytułowanej *Gazeta na Plaży*²³.

Gazeta Ogórkowa zawiera przykłady wyzyskania wszystkich odcieni komizmu. Jej ogólna formuła podlega bowiem określonym metamorfom. Autor, występujący w roli sezonowego redaktora naczelnego, nadaje swojej wstawce kształt pastiszu lub parodii głównego wydania GW bądź jej podstawowych dodatków – zob. *Gazetę Teleinwazyjną* [GW 28 VII 2006], *Co jest przegrane* [GW 28 VII 2006], *Solidne Podeszwy* [GW 7 VII 2006]. Nawiązania do pierwowzorów są oczywiste ze względu na podobieństwo graficznego kształtu winiety oraz na manierę wprowadzania podtytułów: dawna „Gazeta Telewizyjna”, dawne „Co jest grane”, dawne „Wysokie Obcasy”.

Rolę prześmiewcy Michał Ogórek odgrywa, posługując się ponadto w sposób zróżnicowany konwencją gatunkową podstawowych wypowiedzi dziennikarskich. Niektóre gatunki mogą być potraktowane jako

²⁰ Tamże, s. 49.

²¹ Zob.: D. Brzozowska, *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*, Opole 2000, s. 29–32.

²² Szczegóły w: M. Wojtak, *Zderzanie składników kultury popularnej i elitarnej w prasowych tekstach rozrywkowych...*, dz. cyt., s. 193–202.

²³ Zob.: M. Wojtak, *Rozrywka w prasie codziennej...*, dz. cyt., s. 39–49.

nośniki absurdalnych treści. Mechanizm urealnionego absurdu to wszak jeden ze znanych trików prześmiewczych. Do funkcji pojemnika na treści odbiegające od tonu informacyjnego, choć całkowicie niepozbawione odniesień do realnej rzeczywistości, świetnie się nadaje struktura wiadomości. Charakter tworzących ją komponentów i możliwości ich adaptacji do roli sprawozdania czy relacji – to czynniki, które można wyzyskać w prezentacji wydarzeń niefikcyjnych, budzących wesołość czytelnika.

Przykładem niech będzie relacja z powtarzanej w Nowej Hucie imprezy turystycznej, w ramach której zagraniczni turyści poznają uroki PRL-u. Już inicjalne składniki tekstu wydają się zabawne, choć autorzy nie zastosowali w nich żadnych specjalnych gier. W tytule nazwa własna jest po prostu przytoczona, a harmonizuje z nią potoczny frazeologizm *coś kogoś kręci* (przypomnijmy, że pierwotnie był on charakterystyczny dla młodzieżowego slangu, a znaczy 'coś się komuś podoba, działa na kogoś pozytywnie'). Pierwszy wyróżniony graficznie akapit ma formę lidu streszczającego, a jego atrakcyjność wiąże się z notatkowym stylem i leksykalnym składem enumeracji. Oto te fragmenty zapowiadanej wypowiedzi²⁴:

[16] T: Crazy Wiesiek kręci turystów

L: Polska wódka, śledź na zagrychę, impreza z żurem w odrapanym bloku, szlagiery typu umcyk, umcyk i cudzoziemcy szaleją. Kilku przewodników obwozi po Nowej Hucie przybyszów z Zachodu spragnionych smaków PRL-u [GW 13 VII 2006].

Zabawny charakter relacji jest podkreślany przez dobór środków językowych. Znajdujemy wśród nich liczne formy potoczne (niektóre w roli słów-świadków epoki PRL-u), wstawki w języku angielskim lub formy hybrydalne. Efekt humorystycznej relacji powstaje niejako naturalnie. Wystarczy odpowiednio zestawić opis poszczególnych składników imprezy, zarysować portrety jej uczestników, a więc zarówno przewodników po socjalistycznym mieście, jak i wycieczkowiczów, którzy z autopsji nie znają świata zdominowanego przez ideologię komunizmu. Absurd całej tej sytuacji zostaje uwypuklony przez dołączenie reakcji mieszkańców miasta, którzy dziwią się temu, że zwyczajne rekwizyty z codziennego życia mogą występować w roli atrakcji turystycznej. Odwołajmy się zatem do wybranych fragmentów tekstu i nie psujmy bardziej szczegółowymi uwagami komicznego efektu:

²⁴ Lokalizując cytaty, podaję: nazwę dziennika (w skrócie) i datę publikacji. Fragmenty wytłuszczone są sygnałem zachowania wierności oryginałowi.

[17] Crazy Guides (szaleni przewodnicy) noszą robotnicze spodnie, gumki, fartuchy i białe rozciągnięte bezrękawniki. Crazy Wiesiek dodatkowo czapkę uszankę. – Podkoszulek przed ubraniem rzucam na ziemię, depczę i brudzę. By wyglądał jak po ośmiu godzinach pracy przy wytopie surówki – Crazy Mike pręży z dumą tors.

[18] Od godz. 11.30 *Stylowa* przemienia się w crazy miejsce. Przynajmniej od momentu wejścia zakłopotanej dwunastki Holendrów. Oh, my God...! Great...! – wzdychają i siadają przy długim stole zastawionym talerzami ze śledziem w oleju. – Typical polish [sic!] food – zachwala Mike i zachęca ich do wychylenia po kielonku ostrej wyborowej: – Typical Polish vodka!

[19] – Fajna grupa. Wyluzowani, łatwi do rozruszania – cieszy się Crazy Mike. – Jedziemy na najprostszych skojarzeniach z Polską: wódka, kiełbasa, żurek, komuniści, robole, fabryki, socreal – dla nich to namiastka dawnego imperium ZSRR i państw satelickich.

[20] Od dwóch lat jest Crazy Mikiem, jego grupa Crazy Guides bije rekordy popularności. Szaleństwo zaczyna się, gdy wśród turystów pojawia się Crazy Wiesiek (duże oczy, ciemne, gładko przystrzyżone włosy, robotniczy drelich). – Takiego polskiego naturszczyka trudno spotkać. Sam go znalazłem. Naprawiał mi kiedyś szybę w aucie – chwali się Mike.

[21] Nagłe pojawienie się hałaśliwych Holendrów w towarzystwie spoconych Polaków nie dziwi mieszkańców. – Przyzwyczaiłam się. Gdyby tylko mniej się darli, byłoby idealnie. Na początku dziwiło mnie, że ktoś przyjeżdża tysiące kilometrów, żeby oglądać starą wersalkę, sokowirówkę Predom, meblościankę i niegustowną boazerię. A skąd są? Aha z Holandii. Pewnie im się tulipany i te tam... młynki znudziły – mówi odkurzająca wycieraczkę sąsiadka.

[22] W pokrytym starymi tapetami i obrazkami z Janem Pawłem II mieszkaniu kolejne drinkowanie i poczęstunek. Rej wodzi Crazy Staszek, robotnik z krakowskiej Olszy, tu robiący za miejscowego hutnika. Jego zadaniem na spotkaniu z turystami jest serwowanie żurku, później... sprzedawanie pamiątek z Nowej Huty. Mimo że pan Staszek ni dudu po angielsku, każdej wycieczce udaje mu się wepchnąć jakąś główkę Lenina (10 euro) czy czapkę uszatkę [sic!] (za 12 euro).

Niezwykłe wydarzenie, które wywołuje reakcję komiczną, może być też przedstawione we wzmiance. Możliwość tę redaktor *Gazety Ogórkowej* wykorzystuje wielokrotnie. Mechanizm jest prosty, a metody przystosowania prasowej miniatury informacyjnej do roli tekstu humorystycznego znane z innych analogicznych realizacji, co pokazywałam we wcześniejszych partiach artykułu. Jediną różnicą jest podkreślanie urealnionego absurdu

za pośrednictwem tytułu, który pełni funkcję atraktywną, zachęcając do lektury, i wystylizowanie korpusu na relację złożoną z zaskakujących epizodów. Jako przykład niech posłuży następująca wzmianka:

[23] **Numer pozagrobowy**

Pracownicy TP SA wciąż domagają się rozmowy z... nieżyjącym od czterech lat ojcem Andrzeja Peera z Dobrzienia Wielkiego k. Opola. Ostatnio pan Andrzej nie wytrzymał i syknął: „Proszę dzwonić na cmentarz. Kwatery 21”. Poskutkowało na chwilę. TP SA tłumaczy się błędem systemu. Telefon niegdyś zarejestrowany na ojca po jego śmierci przepisał na siebie syn. Ale system się nie poddaje [GW 5 VII 2006].

Prześmiewca nie poprzestaje jednak na tropieniu absurdów w rzeczywistości. Naśladując konwencje gatunkowe kolejnych wypowiedzi dziennikarskich, interpretuje tendencyjnie wybrane aspekty aktualnego życia politycznego, łącząc tę funkcję przekazu z prezentowaniem konkretnego wydania swego dodatku. Do wspomnianej roli nadaje się najlepiej *edytorial*, czyli komentarz redakcyjny, zwany dawniej *wstępniakiem*²⁵.

Wśród wypowiedzi funkcjonujących jako *credo* sezonowego redaktora naczelnego odnajdujemy komentarze właściwe (echo konwencji komentarza autonomicznego)²⁶, zbudowane jednak w taki sposób, by nie powielać wyznaczników uznawanego za wzór typu komentarza. Role typowe dla komentatora (rola propagatora określonych idei, postaw czy poglądów, rola moralisty, rola demaskatora, rola polemisty) mogą być realizowane nie na sposób charakterystyczny dla komentarza, lecz oryginalnie (wszak Michał Ogórek jest osobowością publicystyczną). Jego komentarze są więc oparte na jakimś pomysle, który powinien zaskoczyć odbiorcę, i nawiązują do wyróżniającej dorobek tego twórcy techniki konceptyzmu felietonowego. Pozwala to autorowi dla przykładu przedstawiać określone zjawisko polityczne w konwencji prześmiewczej i grać (bawić się nawet, rzec można) regułami gatunku.

Aby tę interpretację ukonkretnić, odwołam się do przykładu komentarza wystylizowanego na *edytorial*, w którym ja autorskie się nie wyraża, gdyż, występując w roli redaktora sezonowego, Michał Ogórek zachowuje wprawdzie pozory obiektywizmu, sugerując dystans do ocenianego zagadnienia, lecz w istocie bezlitośnie je wyśmiewa. Demaska-

²⁵ Charakterystyka wyznaczników gatunkowych *edytorialu* w: M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 96–108.

²⁶ Charakterystyka konwencji gatunkowych komentarza w: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 166–201; teźże, *Analiza gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 82–95; teźże, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza...*, dz. cyt., s. 372–386.

torskie przesłanie wypowiedzi wynika z zastosowania antynomii jako podstawy konstrukcyjnej wywodu tworzącego monolog komentatorski. Autor przeciwstawia (na kilku płaszczyznach zresztą, by uwyraźnić prześmiewcze przesłanie) dwa pojęcia: bogactwo i biedę. Wspomniany efekt perlokucyjny komentarza jest wyeksponowany przez dobór przedstawianych w tekście aspektów zjawiska oraz styl wypowiedzi (synkretyczny ze względu na mieszanie potoczności z podniosłością i oficjalnością). Oto zapowiadany komentarz:

[24] SEZONOWY REDAKTOR NACZELNY MICHAŁ OGÓREK KOMENTUJE **System przedstawicielski składa się w Polsce z samych posłów-bogaczy**, którzy reprezentują jednak wyłącznie biednych. Wyborcy i posłowie dobierają się kontrastowo: najbardziej nadziane w Sejmie towarzyszo, tj. Samoobrona, jest tam akurat przedstawicielem warstw najuboższych. W ich obronie ci posłowie muszą jeździć limuzynami dwa razy szybciej, utrzymując z wyborcami bliski kontakt podczas potrącania ich na poboczach [GW 13 VII 2006].

Publicysta wystawia cenzurki wielu politykom, odwołując się w swoim dodatku satyrycznym do poetyki komentarza autonomicznego, w którym formułuje bezpośrednio złośliwe opinie. Rola demaskatora nie wymaga uzasadniania prezentowanego stanowiska. Jako przykład niech posłuży następujący tekst:

[25] **Andrzej Lepper** poskarżył się, że wiceminister budownictwa z ramienia Samoobrony nie może podjąć pracy, bo nie ma dla siebie pomieszczeń. Ciekawe, w jaki sposób Ministerstwo Budownictwa uzyska 3 mln mieszkań, skoro nie wie, w jaki sposób zrobić jeden gabinet. Ministerstwo Budownictwa czeka, aż ktoś mu go wybuduje. To może Ministerstwo Kultury? [GW 5 VII 2006].

Wśród zabiegów redaktorskich, które mają prowadzić do uzyskania efektów humorystycznych, Michał Ogórek umieszcza też technikę parodiowania konwencji *edytorialu* w prześmiewczych wersjach dodatków do GW (zob. *Gazetę Teleinwazyjną* i *Solidne Podeszwy*). Komentarz redaktorski dość często przybiera formę tekstu bezpośrednio zaadresowanego do odbiorców, zawiera też liczne wykładniki interakcyjnego stylu komunikacji, typowego dla współczesnych pism popularnych. Inicjalnym składnikiem ramy tekstowej takiego komentarza jest zwrot do czytelników, a przedmiotem stroniczej zwykle prezentacji nowe wydanie (zmienione lub nadzwyczajne wydanie) prezentowanego pisma. Tę konwencję w celach prześmiewczych wyzyskuje Michał Ogórek, parodiując formułę *Gazety Telewizyjnej* i *Wysokich Obcasów*.

W pierwszym przypadku prześmiewczy *edytorial* zyskuje dowcipną wymowę dzięki stylizacji konstrukcyjnej oraz typowym dla wypowiedzi

komicznych przekształceniom językowym, zwłaszcza dekompozycji leksemów *telewizja*, *telewizyjna* służącej wydobyciu z ich składu wyrazu *wizja* i wprowadzeniu w to miejsce rzeczownika *inwazja*. Wyzyskując twórczo schemat poznawczy ewokowany przez ten ostatni leksem ('ktoś dokonuje inwazji na coś, czyli przemocą bierze ten obiekt w posiadanie'), satyryk ośmiesza i demaskuje ówczesną sytuację w telewizji publicznej. Zapoznajmy się zatem z tym niezwykłym *edytorialem*:

[26] Szanowni Czytelnicy i Widzowie

Zmieniamy dziś tytuł „Gazety Telewizyjnej”, który wobec zmian dokonujących się w tym medium stał się jawnie anachroniczny i mylący. **Telewizja nie jest już dawno miejscem żadnej „wizji”, jest tylko miejscem kolejnych inwazji.** Wyskakują stamtąd i atakują widzów coraz to nowe desanty, którym akurat udało się opanować daną stację. Możemy oglądać prowadzone na naszych oczach kolejne starcia, kto kogo wyrzuci. Obecnie prowadzący na ekranie występują już tylko albo w ramach „Nocy żywych trupów” – to ci odchodzący i z wyrokiem, albo w ramach „Inwazji potworów” – to ci, którzy właśnie nadchodzą. Podobno niektóre potwory są tak straszne, że ich dotąd nie pokazano, bo nie ma dla nich odpowiednio późnej godziny [GW 28 VII 2006].

Analogiczny charakter i zasadniczo analogiczną wymowę zyskuje *edytorial*, który otwiera *Solidne Podeszwy*. Redaktor skupia tu jednak uwagę na rzekomym dopasowywaniu nazwy quasi-pisma do potrzeb współczesnych czytelniczek, czy raczej do lansowanych (także przez media) wizerunków kobiet i oczekiwań formułowanych pod ich adresem przede wszystkim przez niektórych polityków. Postawa prześmiewcy i gra konwencjami gatunku przybiera tym razem następującą postać:

[27] DO CZYTELNICZEK

W ramach zbliżania „Nowej Gazety Wyborczej” do społeczeństwa i głównego nurtu życia naszego kraju pod rządami rewolucji moralnej prezentujemy dziś zreformowane „Wysokie Obcasy”. Nazwa ta w żaden sposób nie odpowiada obecnym oczekiwaniom wobec kobiety. W finale konkursu znalazły się takie tytuły jak „Wyborne Obiady” czy „Wyszyte Obrusy” – uznane mimo wszystko za trochę jednak zawężające rolę współczesnych kobiet. W końcu postanowiliśmy zostać przy obuwiu, ale bliższym życia. Zwyciężyły „Solidne Podeszwy” [GW 7 VII 2006].

Do eksponowania demaskatorskiej postawy wobec wybranych aspektów rzeczywistości politycznej lub społecznej czy obyczajowej służą też Michałowi Ogórkowi metamorfozy wybranych gatunków informacyjnych bądź innych form przekazu prasowego (nie zawsze obecnych w parodiowanych dodatkach). Satyryk wpisuje prześmiewcze treści w minia-

tury informacyjne, a więc wzmiankę lub notatkę i spokrewnione z tymi gatunkami formy zapowiedzi. Procedura anonsowania daje prześmiewcy szczególnie pole do popisu, gdyż sugeruje obszerne i poważne potraktowanie zasygnalizowanego zagadnienia. Oto przykład wyzyskania konwencji gatunkowej zapowiedzi spokrewnionej ze wzmianką w demaskatorskim tekście, interpretującym postawę jednego z członków rządu:

[28] OZDROWIENICZA MOC PAŁKI

Duże zaciekawienie wzbudziła diagnoza medyczna wiceministra zdrowia, który ocenił, że dzieci chorujące na zespół nadpobudliwości ruchowej ADHD wystarczy czasem palnąć w łeb i w ten sposób pozbędą się choroby. Wszyscy są ciekawi, w co wali się wiceminister, aby nie mieć prostaty. *Szczegóły* – s. 12 [GW 7 VII 2006].

W analizowanym rozrywkowym dodatku do GW powiela się strukturę działów utrzymanych w konwencji serio. Powtarzany jest też repertuar gatunków wypowiedzi. Zasada mieszania skryptów (ujmowanych zarówno jako schematy poznawcze, jak i scenariusze komunikacyjne) i efekt niespodzianki występują w prześmiewczych adaptacjach w roli podstawowych mechanizmów wywoływania efektów satyrycznych czy parodystycznych lub demonstrowania ludycznego nastawienia do prezentowanej rzeczywistości. Uruchomieniu intencji satyrycznych sprzyja przede wszystkim zabawa konwencjami gatunkowymi.

Aby mogła być zachowana formuła rozrywkowego dodatku, pojawiać się muszą w rubryce dowcipy rysunkowe, zagadki, szarady i krzyżówki oraz parodie gatunków niedziennikarskich. W *Gazecie Ogórkowej* funkcjonują wszystkie wymienione formy zabawy. Dla dopełnienia obrazu praktyk redakcyjnych publicysty GW zacytuję na koniec bez bliższych analiz, by dać czytelnikowi możliwość obcowania z dowcipem najwyższej próby, tekst z cyklu *Kurs polskiego. Naucza Tomasz Olbratowski RMF FM*. Warto może jedynie na marginesie zaznaczyć, że autor stosuje chwyt znane z własnych felietonów radiowych, zderzając w bliskim kontekście najróżniejsze wykładniki dowcipu językowego (aluzje dźwiękowe, neologizmy, homonimie i polisemie wyrazów, innowacje frazeologiczne, udosłownienie metafory itd.)²⁷. W analizowanym cyklu podstawowym zabiegiem jest parodia podręczników do nauczania cudzoziemców języka polskiego (zob. scenki i dialogi złożone z pytań i odpowiedzi formułowanych pełnym zdaniem oraz słownik), a także wyzyskiwanie interferencji języko-

²⁷ Zob.: J. Mazur, W. Kozieja, *Elementy humoru i karnawalizacji w felietonach mówionych Tomasza Olbratowskiego*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Lublin 2007, s. 61–67.

wych (na ogół specjalnie tworzonych na użytek konkretnej wypowiedzi), naśladowujących błędy, jakie popełniają cudzoziemcy. Oto reprezentatywny przykład:

[29] Kółko językowe „Gazety Ogórkowej” zaprasza na lekcję języka polskiego dla obcokrajowców.

Lekcja półtora-czwór-ósma

– Lesson Tchfiertch Kilo. Śpiewanie pieśni dla ojców naszych – Cantata for tata Scenka – the scenka

Dzień dobry pani śpiewaczu pieśni dla ojców naszych. Co pani robi?

Dzień dobry. Nie widać? Śpiewam pieśń dla ojców naszych.

Oh. A kim są wasi ojcowie?

Są naszymi przodkami.

Oh, a kto jest waszymi tyłkami?

Widać, że pan nie zna dobrze języka polskiego. No nic. A czy zna pan jakiegoś polskiego piosenkarza?

Oh, yes, znam! Popularny jest dla mnie wasz piosenkarz Mark Gryczata.

Mark Gryczata? A nie znam.

Oh, jak to. Tu mam jego płytę.

Aaa, Marek Grechuta.

O, yea Mark Gryczata. Wy go nazywacie Grechuta? Śmiesznie.

Words and zwrots. Słówka i zwroty.

Play [plej] – grać

Playada [plejada] – gwiazda estrady

It [it] – to

Play it again Sam – zagraj to sam

Drum [dram] – bęben

Dramat – perkusista

Song – piosenka

Bandit – zbój

After – po

Song after the bandit – piosenka po zbójcu

GOOOOOOOOOD!!!!!!!!!!!!!!

Dziękuję you! [GW 7 VII 2006].

Autor przedstawionego tu szkicowo zabawowego dodatku do GW, którego tytuł wyzyskuje zbieżność nazwiska twórcy i składnika frazeologizmu *sezon ogórkowy* (czas wakacyjny, gdy gazety poszukują atrakcyjnych tematów, gdyż nic szczególnego się na ogół nie dzieje) występuje w kilku rolach, modyfikując i wzbogacając dyskurs komiczny, czy też raczej jego prasową wersję. Przysługuje mu bowiem, jak sądzę, rola prześmiewcy, żartownisia, karykaturzysty i błazna, rola, dodajmy, odgrywana oryginalnie, na własny sposób, choć z zastosowaniem chwytów znanych

z wcześniejszych parodii dyskursu prasowego²⁸, bo jak sam napisał: [...] *w Polsce w każdym czasie [...] tylko kpiarze są [...] zawsze na swoim miejscu* [GTL 14–20 V 2010].

Brak już miejsca na szczegółową charakterystykę potencji komicznej, jaka tkwi immanentnie w poetyce wybranych gatunków publicystycznych, zwłaszcza felietonu. W Polsce gatunek ten ma długą tradycję. Rolę felietonistów pełnią (i pełnili) nie tylko publicyści, lecz pisarze czy satyrycy (nie wspominając o politykach). W bogatej felietonistyce współczesnej odnaleźć można wszystkie typy komizmu i najróżniejsze strategie osiągnięcia efektów humorystycznych. Talentowi poszczególnych twórców zawdzięczamy ogromną dynamikę przeobrażeń gatunku, który nie musi przecież być jedynie posadowiony w ramach prymarnych gatunków dyskursu komicznego²⁹.

Dla współczesnej polskiej prasy charakterystyczna jest prezentacja prymarnych gatunków dyskursu komicznego i wyzyskiwanie konwencji gatunków typowych dla prasy w jej wersji powiadamiającej jako wehikułu funkcji parodystycznych i innych odcieni komizmu tendencyjnego.

Stosowanie całej gamy zabiegów uruchamiających mechanizmy komizmu i służących rozbawieniu czytelników, zderzanie skryptów poznawczych, a co za tym idzie wizji świata – parodystyczne prezentowanie zjawisk rzeczywistości (zwłaszcza politycznej, ale też społecznej i obyczajowej), prześmiewczy ogląd samych mediów, komizm przesady łączony z komizmem kontrastów, czysta zabawa obok kpiny, a także przykłady zabawy zabawą, tropienie życiowych absurdów lub pokazywania świata na opak, satyryczna degradacja obok ludyczności tworzonej lub tylko przedstawianej (wyzyskiwanie zarówno zjawisk komizmu naturalnego – komicznych zdarzeń, jak i pokładów komizmu tkwiących w języku), personalizacja przekazu i wypracowanie własnego stylu osiągnięcia efektów komicznych itd., itd. – długo można by jeszcze wyliczać rysy prasowej komiczności. Współcześni publicyści (i inni autorzy wypowiedzi o wydzźwięku komicznym) występują bowiem zarówno w roli humorystów, jak i prześmiewców oraz kpiarzy.

²⁸ Zob.: M. Wojtak, *Rozrywka w prasie codziennej...*, dz. cyt., s. 39–49.

²⁹ Zob.: M. Wojtak, *Felietonista indywidualista, czyli o idiolekcie gatunkowo sprofilowanym*, [w:] *Język i styl twórcy w kręgu badań współczesnej humanistyki. Studia o języku i stylu artystycznym*, t. V, red. K. Maćkowiak, C. Piątkowski, Zielona Góra 2009, s. 321–332; tejsze, *Kpina jako wartość w przekazach felietonistycznych*, „Polonistyka” 2011, nr 9, s. 28–32.

Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej

W odniesieniu do mediów (w tym także do prasy) można mówić o komunikowaniu jako procesie przekazywania informacji, a także opinii, lub komunikowaniu, które przybiera formę interakcji. O kształcie tak ujmowanego komunikowania decydują następujące parametry: kto z kim się komunikuje, dlaczego, jak odbywa się komunikowanie, czego dotyczy i jakie są jego (zamierzone i niezamierzone) następstwa¹.

Dominujący w mediach model komunikowania jest wynikiem zewnętrznych uwarunkowań, w szczególności zmian społecznych, politycznych i kulturalnych, jakie się dokonały w Polsce po roku 1989. Media starają się mówić własnym głosem, ich szybka modernizacja i komercjalizacja sprawiają, że dla pozyskania odbiorcy muszą sięgać po nowe środki wyrazu, sposoby wystąpienia, gatunki, a jednocześnie upodabniają się do siebie w znaczącym stopniu, unifikując stylistykę wypowiedzi i poświęcając sobie wzajemnie wiele uwagi. Wypada zasygnalizować w tym miejscu, że obecnie media się przede wszystkim tabloidyzują². Uwzględnienie procesów tabloidyzacji w niewielkim jednak stopniu modyfikowałoby prezentowane w niniejszym opracowaniu tendencje redakcyjne.

Z ustaleń badaczy wynika, że komunikacja z dominantą informacyjną ulega przeobrażeniom, które są skutkiem łączenia powiadamiania z interpretowaniem, subiektywnego selekcionowania informacji, a także wiąza-

¹ Szczegóły w: T. Goban-Klas, *Proces komunikowania masowego...*, dz. cyt., s. 238–239; M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej – na wybranych przykładach..., dz. cyt., s. 117–118.

² Zob. dla przykładu: M. Wojdyła, *Tabloidy w badaniach medioznawczych*, [w:] *Oblicza komunikacji*, t. 4, *Tabloidy, język, wartości, obraz świata...*, dz. cyt., s. 9–32.

nia informacji z rozrywką³. Dopełnieniem owych zmian w komunikowaniu za pośrednictwem mediów jest rola i ranga komunikacji z dominantą interakcyjną⁴. W obrębie tego sposobu komunikowania można, jak mnie mam, wyróżnić następujące modele szczegółowe:

1. Komunikacja, którą cechuje egalitaryzm: redakcja mówi do każdego, a raczej komunikuje się z przeciętnym czytelnikiem.
2. Komunikacja, którą charakteryzuje elitaryzm w następujących realizacjach szczegółowych:
 - a) redakcja mówi do wybranych, wykształconych, obytych i kulturowo wyrobionych odbiorców,
 - b) redakcja z określonej perspektywy mówi do określonych odbiorców,
 - c) redakcja realizuje model interakcji ujęty w formule: *swoi mówią do swoich*, entuzjaści komunikują się z entuzjastami.

Nie są to z pewnością wszystkie wymiary komunikacji medialnej z dominantą interakcyjną. Tempo zmian w owej komunikacji jest tak duże, że trudno dostrzec i precyzyjnie opisać nawet podstawowe tendencje. Wymienione typy komunikacji rzadko występują w postaci czystej, a poszczególne redakcje hołdują zasadzie urozmaicenia stylu porozumiewania się z czytelnikiem, którego, w przekonaniu dziennikarzy, trzeba stale zaskakiwać, intrygować czy wręcz szokować⁵.

Wspomniane przeobrażenia ujął w obrazowej i niezwykle trafnej formule Walery Pisarek, sugerując, że obecnie „gazeta–agitator ustąpiła miejsca gazecie–komiwojażerowi”⁶. Dodać można, że komiwojażer nie przestaje być agitatorom, zmienia się jednak przedmiot i sposób agitacji⁷. Obraz komiwojażera uznaję za bardzo przydatny dla interpretacji zjawisk językowych czy raczej komunikacyjnych, które mam zamiar opisywać, ze względu na to, że istotą działalności komiwojażera jest oferowanie towaru cudzego. Chcę bowiem pokazać, jak rolę komiwojażera spełnia jeden

³ Zob. m.in.: G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–243; Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 154–155; M. Worsowicz, *Inforozrywka w prasie...*, dz. cyt., s. 209–218; M. Piechoła, G. Stachyra, P. Nowak, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia...*, dz. cyt., w różnych miejscach.

⁴ Zob.: M. Wojtak, „Wysoki współczynnik czadu” ..., dz. cyt., s. 118; teje, *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana) ...*, dz. cyt., s. 240 i n.

⁵ Najbardziej upowszechnione sposoby urozmaicenia stylu komunikacji w prasie ogólnej przedstawiam w oddzielnym artykule. Zob.: M. Wojtak, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 35–52.

⁶ W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku...*, dz. cyt., s. 11.

⁷ Zob.: Tamże, s. 17, gdzie czytamy: „Dawniej [...] najważniejszym kryterium selekcji elementów opisywanej zawartości i jej cech, a także sposobów ich nazwania, było to, czy odpowiadają one punktowi widzenia dysponenta, dziś coraz częściej nadawca interesuje się tym, jak jego przekazy zostaną przyjęte przez odbiorców”.

z młodzieżowych miesięczników „Dziewczyna taka jak ty!”. Analizie zostaną poddane numery z roku 2002⁸.

Interakcyjny styl komunikacji panuje w tym miesięczniku, a także w innych pismach młodzieżowych, ze względu na przedstawiany w nich obraz rzeczywistości oraz, a może przede wszystkim!, z powodu troski o poczytność. Część językowych środków, które mają służyć imitowaniu rozmowy z czytelnikiem, już opisano⁹. Spróbuję do tych obserwacji dołożyć garść spostrzeżeń, które będą uwzględniały perspektywę genologiczną. Odwołam się przy tym do pojęcia *kolażu tekstowego*. Pojęcie jest znane z prac literaturoznawców, którym służyło do interpretacji niektórych eksperymentatorskich zabiegów charakterystycznych dla prozy XX wieku¹⁰. Oznacza ono składankę gatunków czy typów wypowiedzi, posługiwanie się cudzym głosem i wielostylowość przekazu¹¹. Pojęcie kolażu, jeśli się nie mylę, nie było dotychczas stosowane w opisach tekstów prasowych. Tymczasem może służyć jako klucz interpretacyjny, otwierający wybrane komnaty publicystycznych labiryntów.

Prasa młodzieżowa, stosując różnorodne przynęty i zachęty w ramach interakcyjnego modelu komunikacji, stara się zarówno w tekstach informacyjnych, jak i w publicystyce poruszać tematy ważne dla przewidywanych odbiorców. Przedstawia je w takiej perspektywie, która, jak sądzą

⁸ Pismo jest obecne na polskim rynku prasowym od roku 1991. Przewidywanymi przez redakcję czytelniczkami mają być przede wszystkim nastolatki (dziewczyny w wieku 15–18 lat). Bliższą charakterystykę adresu czytelniczego pisma można znaleźć w następujących artykułach: W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu, perswazji w czasopiśmie dla młodzieży...*, dz. cyt., s. 79; W. Kajtoch, J. Kołodziej, P. Płaneta, *Język czasopiśmie dla młodzieży: świat, wartość, perswazja*, [w:] *Język w mediach masowych...*, dz. cyt., s. 120–121.

⁹ Zob.: W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań!...*, dz. cyt., s. 87–90; M. Świącicka, *O potoczności w języku czasopiśmie dla młodzieży*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. VIII, red. M. Białoskórska, L. Mariak, Szczecin 2002, s. 277–278.

¹⁰ Zob. przede wszystkim: R. Nycz, *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa 1995, s. 189–224.

¹¹ Wracając po latach do tej problematyki, wprowadziłam pojęcia: *gatunek w formie kolekcji* i *kolekcja gatunków*. Upraszczając zagadnienie, mogę deklorować, że te zjawiska odnoszą się do poziomu schematów gatunkowych, współwystępujących w określonych przestrzeniach logosfery i tworzących przekazy izofunkcyjne. Inaczej problematyka ta przedstawia się w odniesieniu do różnorodnych przypadków współwystępowania tekstów. Mogą one tworzyć *mozaiki, kolaże, antologie, sylwy* i *serie*. *Kolaż* w takim ujęciu jest przekazem wielogłosowym, eksponującym autonomię nadawców poszczególnych komunikatów, monointencyjnym, gdyż ma wykrystalizowany globalny cel komunikacyjny, ale nie redukuje się w nim i nie tuszuje illokucji komunikatów składowych. Cechuje go też wyrazista wielostylowość. Rozwinięcie tych zagadnień w: M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. IV, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice 2011, s. 44–56.

redaktorzy, jest perspektywą bliską czytelnikom. Od adresatów jest zależna zarówno selekcja poruszanych zagadnień, jak i ich charakterystyka, a zwłaszcza wartościowanie. Pisząc o czymś, dziennikarze sugerują, że piszą dla kogoś, ale też starają się o to, by ich komunikaty były zaadresowane, by czytelnik odnosił wrażenie, że mówią o nim i do niego¹².

W prasie ogólnej podstawowym problemem jest ukrywanie publicystycznego nakierowania informacji oraz atrakcyjność przekazu. W prasie młodzieżowej tuszuje się parenetyczne nastawienie niektórych tekstów. W interesującej mnie tu „Dziewczynie” jest kreowany optymistyczny wizerunek nastolatki, która obraca się w świecie zakreślonym przez problemy rodziny, szkoły i grupy rówieśniczej. Jej podstawowe zainteresowania ogniskują się jednak wokół związków z chłopakami. Bohaterka prasowych przekazów, w różnorodny sposób genologicznie uformowanych, pragnie miłości i potrafi zdobywać partnera, gdyż jest atrakcyjna, zadbana i modna¹³. Redakcja sugeruje, że zamieszczone w „Dziewczynie” wypowiedzi mogą pomagać nastolatce w kształtowaniu stosownego własnego wizerunku.

Kolażowy montaż można uznać za najważniejszy sposób kształtowania komunikacji z czytelniczkami w tym czasopiśmie. Zasada komponowania różnorodnych tekstów w ramach jednej kolumny czy pokazywania określonego zagadnienia w wielogłosowym i wielogatunkowym przekazie stanowi rys charakterystyczny publicystyki analizowanego miesięcznika (a także innych młodzieżowych pism). Urozmaicone są przy tym zarówno reguły kompozycyjne, decydujące o kształcie całości, jak i tworzywo takiego kolażowego montażu. Wskażmy na początek podstawowe typy kolaży tekstowych stosowanych w „Dziewczynie”, by następnie bliżej scharakteryzować niektóre z nich.

Pierwszą mieszankę gatunkową i stylową tworzą teksty odnoszące się do różnych zjawisk i rzeczy z zakresu ubioru, sposobu bycia, traktowanych jako zalecane czy, używając języka stosowanego w młodzieżowej prasie, *na topie, trendy*. Dwa następne typy kolażu cechuje monolityczność tematyczna, zmienia się tylko zawartość tekstowej kolekcji, a zwłaszcza rodzaj tekstu uznawanego za centralny (najważniejszy). W jednym ty-

¹² Zob.: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)* ..., dz. cyt., s. 119–129.

¹³ Szczegółowy obraz młodej bohaterki publicystycznych tekstów i sposoby jego kreowania przedstawiają: W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań!* ..., dz. cyt., s. 83–84; W. Kajtoch, J. Kołodziej, P. Płaneta, *Język czasopism dla młodzieży...*, dz. cyt., s. 123–124; M. Karwatowska, „Gazetowa” dziewczyna. Wybrane elementy wizerunku nastolatki w czasopismach dla młodzieży, [w:] M. Karwatowska, L. Tymiankin, *Światy uczniowskie. Język. Media. Komunikacja*, Lublin 2014, s. 147–156.

pie kolażu takim tekstem jest rozmowa nastolatków, w drugim – artykuł publicystyczny. Cechą wspólną wszystkich typów kolaży stosowanych w „Dziewczynie” jest nadawanie im charakteru komunikatu zamkniętego ze stereotypowymi wyznacznikami ramy tekstowej w skali makro¹⁴. Inicjalnym składnikiem ramy tekstowej jest tytuł rubryki: *Trudny temat; Tabu; Męskie gadanie; To jest trendy!* Ostatni z tytułów odnosi się do kolażu wielotematycznego i tylko ten rodzaj tekstowego zlepka nie jest zakończony formuliczenie. Pozostałe typy kolaży mają finalny składnik ramy tekstowej częściowo kliszowany. Składa się on z pytania o opinię czytelniczek i apelu o korespondencję na dany temat (przykłady w dalszej części niniejszego opracowania).

Wstępnie możemy zatem wyodrębnić następujące typy kolaży tekstowych:

1. Kolaż wielotematyczny ze wspólnym hipertematem i wielogatunkowy, choć tworzące go wypowiedzi należą do publicystyki;
2. Kolaż monotematyczny i wielogatunkowy:
 - a) kolaż z artykułem publicystycznym jako tekstem centralnym i całą gamą wypowiedzi satelickich (zawartość zbioru zależy od poruszanej problematyki);
 - b) kolaż z rozmową nastolatków jako tekstem centralnym i ustalonym zbiorem wypowiedzi satelickich.

Ponieważ kolaże poświęcone trudnym tematom (typ 2a) są rozbudowane, pominę ich charakterystykę w niniejszym opracowaniu, ograniczając się do wymienienia składu tekstowego zbioru, którego celem jest wieloaspektowe przedstawienie skomplikowanego zagadnienia. Kolaż tego typu tworzą:

1. Artykuł z perswazyjnym tytułem, gdyż redakcji zależy na przyciągnięciu uwagi odbiorców, np.: *Aids grozi nieostrożnym*. Komentujący charakter ma też zwykle lid, czyli pierwszy akapit takiego tekstu, np.: *HIV i AIDS stanowią bardzo poważny problem współczesnego świata. Dotyka on wszystkich ludzi niezależnie od płci, wieku, grupy społecznej czy miejsca zamieszkania. Każdy z nas może się stać ofiarą wirusa wywołującego AIDS! Żywioł publicystyczny dominuje też zwykle w korpusie tekstu, który może być podzielony na segmenty poprzedzone sródtytułami, co ułatwia lekturę i tworzy stosowną dramaturgię tekstu, np.: *AIDS – co to jest?; Prawda i mity; Ostrożność = bezpieczeństwo; Z AIDS można nauczyć się żyć*. Korpus jest ponadto zwykle komunikatem wielogłosowym*

¹⁴ Nie jest to zjawisko zaskakujące w tym sensie, że analogiczne zabiegi były charakterystyczne dla staropolskich zbiorów, zwanych sylwami. Zob.: M. Wojtak, *Styl w perspektywie struktury tekstu (wybrane zagadnienia na przykładzie tekstów sylw) ...*, dz. cyt., s. 177–186.

- i wielostylowym, gdyż obok sądów i opinii publicysty może zawierać wypowiedzi eksperta, wstawki reportażowe lub cytaty – wypowiedzi osób jakoś w problem zaangażowanych itd.
2. Encyklopedyczna notatka zawierająca naukowe informacje na poruszany temat.
 3. Komunikaty dodatkowe: dane statystyczne, kroniki, sylwetki znanych osób (gwiazdy sportu lub estrady, w tym przypadku dotknięte opisywaną chorobą), sonda, czyli zbiór opinii rówieśników czytelniczek pisma.
 4. List lub listy czytelniczek – redakcja w ten sposób sygnalizuje, że porusza tematy bliskie swym odbiorcom, istotne dla nich i trudne.
 5. Zbiory rad i wskazówek, w których mogą się pojawiać wypowiedzi reprezentujące różne gatunki, na przykład fragmenty przepisów prawnych, ogłoszenia prasowe itp.
- Konkretny zbiór tekstów może być o jakiś składnik uszczuplony.

* * *

Kolaże wielotematyczne i wielogatunkowe stanowią rys charakterystyczny publicystyki pism młodzieżowych. W „Dziewczynie” są obecne przede wszystkim w obrębie rubryki *To jest trendy!* Zlepek gatunków tworzą realizacje następujących typów tekstów prasowych: zapowiedź, wzmianka (zwykle w wersji alternacyjnej, a więc informująca i komentująca zarazem, nierzadko drukowana jest wzmianka z korpusem dialogizowanym, co nie może dziwić w piśmie, które preferuje interakcyjny model komunikacji). Kolażowy charakter nadają przedstawianej grupie tekstów towarzyszące im zdjęcia i, sytuowana w centrum szpalty, lakoniczna wypowiedź gwiazdy (aktorki lub piosenkarki), która swoim autorytetem potwierdza słuszność i wagę drukowanych w rubryce zaleceń.

Wymienione typy dziennikarskich wypowiedzi dość powierzchownie nawiązują do kanonów gatunku. Indeksy gatunkowe mogą mieć charakter czysto zewnętrzny – na przykład miejsce w szpalcie. Dodatkowym sygnałem staje się intencja wypowiedzi, natomiast jej struktura i szata stylistyczna są rodem z innych gatunków¹⁵. Odwołajmy się dla przykładu do następujących zapowiedzi całej rubryki:

¹⁵ Charakterystykę zapowiedzi jako gatunku prasowego zawierają następujące publikacje: J. Frasz, *Dziennikarski warsztat językowy...*, dz. cyt., s. 81; Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 157; M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi...*, dz. cyt., s. 53–67; teźże, *Przejawy mody...*, dz. cyt., s. 39–44; teźże, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., 101–119.

[1] Drogie Czytelniczki, latem modne są krótkie spódniczki, do tego zakręcone paski i... będą z Was trendowe laski! Jeszcze tylko „zakochane” okulary i miły chłopak do pary...

[2] Modowy miszmasz znajdziecie tylko w tej rubryce! Mamy dla Was kilka odjazdowych, świeżych propozycji. Wystarczy podejrzeć i zastosować, a potem inni będą Was kopiować!

[3] Co wiosną kręci najbardziej? Nooo... Oryginalne i wesołe pomysły! Tatuaż na dłoni, ubieranie elektronicznych zabawek, odjazdowe fryzki oraz... facet w różu przy boku!

Rubryka jest także zlepkiem stylów i stylistycznych tonacji (rejestrów). Dominuje potoczność z wstawkami slangowymi lub takimi, które za slangowe mają uchodzić¹⁶. Odwołajmy się dla ilustracji do następujących przykładów: *coś, co kręci młodych i starych; nadaje się na imprezę; podczas szaleństwa w dyskach; ubierz kompa; odjazdowe fryzki; ciuchy*. W ramach wymienionych makrorejestrów da się wyodrębnić szczegółowe tonacje:

- a) ekspresywność, osiąganą za pomocą całej gamy środków graficznych, słowotwórczych i leksykalnych (chodzi głównie, o czym już pisano, o intensyfikację): *Piekielnie drogi, ale i piekielnie dobry! (puder); kubki ze śmiesznymi tekstami i rysunczkami; kubeczek z sercem i misiami; już uwodzi cudownie różowymi usteczkami; Super gadżet; ...załóż trampole; Słodka jest ta komórka, nie? A na dodatek baaardzo przydatna i łatwiutka w obsłudze; Szal na gadżety; Bo inaczej nie będzie to totalnie trendowe! A wręcz obciachowe...;*
- b) perswazyjność (apelatywność, dyrektywność): *Noś i ty!; Musisz wypróbować!; Poklikaj i ty!; To po prostu trzeba mieć; Musisz to mieć!; Zaczniście letnie szaleństwo!;*
- c) metaforyczność (czy bardziej ogólnie figuratywność): *Czarodziejski podwójny puder; Różane ciepło rozwiewa wokół siebie dziewczyna skropiona (...); Dżins jest zachłanny. Nie zadowala go miejsce w szafie z okryciami, wdziera się do bielizniarek!; Zapach tego lata to (...) dla dziewcząt – jak letnia tęcza, męski – jak blask wschodzącego słońca...*

W wybranych komunikatach pojawia się też leksyka fachowa, nie sta-

¹⁶ Zob. na ten temat: W. Kajtoch, *Odlotowe bez dwóch zdań! ...*, dz. cyt., s. 87–90; M. Święcicka, *O potoczności w języku czasopism dla młodzieży...*, dz. cyt., s. 275–285; H. Zgółkowa, *Język subkultur młodzieżowych*, [w:] *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, red. W. Pisarek, Kraków 1999, s. 253; B. Burska-Ratajczyk, *Ekspresywizmy w aspekcie komunikacyjnym – intensyfikacja emocji w języku mówionym młodzieży*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny...*, dz. cyt., s. 123–137. W przedstawianym opracowaniu nie dociekam, które formy są autentyczne, a które stanowią efekt twórczości dziennikarza, gdyż dla poruszanych w nim zagadnień jest to problem mało istotny.

nowi ona jednak dominanty stylistycznej, np.: *nowa linia kosmetyków; nowa kolekcja; nowy krój; najnowszy produkt*. Jak widać, fragmenty tekstów, anonujących produkty określone profesjonalnie, też nie są pozbawione typowego dla reklamy wartościowania.

Aby się przekonać, w jaki sposób cały ten stylistyczny koktajl funkcjonuje w ramach jednej wypowiedzi, przyjrzyjmy się następującym przykładom:

[4] Klik-klik to najnowszy trick użyty w antyperspiracyjnym dezodorancie Re-xona. Poklikaj i Ty!

[5] Szał na gadzety. Fikuśne breloczki rządzą w 2002 roku! Najlepsze są te kolorowe, zakręcone i połyskujące! Wręcz doskonale na prezent!

[6] Musisz wypróbować! ...takie zestawienie: czerwone usta plus czarne jak węgielek oczy! Podkreślisz je cieniami Arcancil w postaci czarnych kuleczek – niczym ekskluzywny kawior. To niebezpieczny gadżet w kosmetyczne łobuzicy!

[7] Prosto z wybiegu. Świeżutka propozycja Yves Saint Laurent jest połączeniem dzikości, seksu i ćwiekowanej skóry. Gorsety sznurowane z przodu topornymi rzemieniami podbijają wybiegi modelek w całej Europie. Bądź wojowniczką wiosną i latem 2002!

[8] Wyrosłaś już z maskotek, ale brakuje Ci ukochanego misia? Jest na to dobry sposób. Zafunduj sobie superprzyłulaka na telefon komórkowy! A zawsze możesz powiedzieć, że to tylko etui...

Zderzanie różnych rejestrów dla urozmaicenia przekazu, zaskoczenia i zatrzymania uwagi czytelniczek jest także jedną z metod realizowania podstawowego zamysłu komunikacyjnego nadawców, jakim jest pokazanie i narzucenie takiego świata, który ma budzić zachwyt nastolątek, być uznany przez nie za własny, pożądany. Czytelniczka bombardowana zlepkim tekstów i oczarowywana całą gamą sposobów wysłowienia nie powinna zauważyć, że została uprzedmiotowiona i *rządzą nią fikuśne breloczki, czerwona torebca lub inna (też chodzi o torebkę) czarnulka z ortalionu, a do bielizniarki wdziera jej się džins*. Ona sama zaś jest zarazem *totalnie trendowa i inna, dzika*, bo może prezentować styl *sportowej luzaczki, łobuzicy, wojowniczk*i. Jeśli rad posłucha, *zrobi furorę wśród facetów i koleżanek*, jeśli nie – *będzie obciachowa*.

Przedstawiony rodzaj kolażu ma charakter publicystyczny, choć funkcjonuje w ramach modelu komunikacji interakcyjnej i nie mieści się w gru-

pie realizacji tekstowych typowych dla tradycyjnie pojmowanej publicystyki. Z tego też powodu zyskuje hybrydalną szatę stylistyczną. W wypowiedziach nastawionych na kreowanie wspólnoty narzucanego de facto świata nie można się obejść bez języka, który zawiera obraz tego świata i funkcjonuje w komunikacji poza publicystyką.

* * *

Bardziej wyrafinowaną formę kolażu tworzą teksty, wśród których pojawiają się wypowiedzi niepublicystyczne (typ 2a i 2b). W tym miejscu bliższej analizie zostaną poddane kolaże typu 2b. Są one drukowane w rubryce zatytułowanej początkowo *Męskie gadanie*, a ostatnio bardziej snobistycznie *100% boys*. Zbiory gromadzonych tu wypowiedzi można pogrupować w następujące bloki tekstów¹⁷:

1. Głos redakcji, który stanowi obudowę, ramę tekstową owej mozaiki i obejmuje: a) tytuł; b) segment przypominający lid, można mu też przypisywać status zapowiedzi, gdyż jest wprowadzeniem do całości; c) lakoniczne sylwetki trzech lub dwóch młodych mężczyzn biorących udział w rozmowie, która stanowi centralny komponent mozaiki; d) segment końcowy (aktywizujący czytelników);
2. Głos przedstawicieli męskiej części środowiska nastolatków w formie rozmowy na określony temat;
3. Głos eksperta, czyli komentarz psychologa sygnowany imieniem i nazwiskiem autora oraz ujęty w cudzysłów, by nie było wątpliwości co do tego, jaki jest status komunikacyjny tej wypowiedzi.

Polifoniczność głosu redakcji wynika nie tylko ze zróżnicowania gatunkowego wypowiedzi. W kształtowaniu językowo-stylistycznej warstwy wypowiedzi odzwierciedlają się te same tendencje, które przedstawiłam, charakteryzując wyżej inny typ kolażu tekstowego. Tytuły mają formę komunikatów intrygujących, gdyż są formułowane jako pytania problemowe: *Dlaczego oni nas porzucają?*; *Dlaczego niektórzy chłopcy nie mają dziewczyn?*; *Czy istnieje ideał dziewczyny?* lub wypowiedzi metaforyczne: *Magia kina*, eufemistyczne: *Ten pierwszy raz*, czy wreszcie z pozoru zwykłe powiadomienia: *Czułe słówka*; *Kompleksy chłopaków*.

Pierwsze i zapowiadające całość akapity mają charakter wypowiedzi skierowanych, często dialogowych i komentujących w taki sposób, aby czytelniczka została zachęcona do lektury pozostałych składników kolażu. Aby zaintrygować, rozpoczyna się wypowiedź od pytania, a właści-

¹⁷ Rozwinięcie koncepcji głosów jako sposobów kształtowania wypowiedzi w prasie zawiera monografia: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 13–25.

wie sekwencji dialogowej i kończy pytaniem, które sugeruje, że problem jest wart zastanowienia, a odpowiedź będzie można znaleźć w dialogu: *Czy wiecie, że faceci mają na nas sposób? Są to... „czułe słówka”. To nimi nas omamniają, sprawiają, że wierzymy w ich uczucia... Czy są kłamczuchami stosującymi zasadę: cel uświęca środki? Analogiczną funkcję pełni nagromadzenie pytań: Ciekawe, jak chłopcy przeżywają ten swój pierwszy raz z dziewczyną? Czy też miotają nimi tysiące emocji? To ich przeraża, czy przeciwnie – wydaje im się wręcz dziecinnie łatwiutkie...? Analizowana wypowiedź może też problem opisywać i zapowiadać jego rozwinięcie w rozmowie – centralnym tekście kolażu: *Zaczyna się między Wami psuć, a potem on mówi: „To nie ma sensu, odchodzę!”*. Poznał inną. Albo bez powodu. Dlaczego? Rozmawiało o tym trzech naszych znajomych: *Stawek, Przemek i Grzesiek*.*

Tego typu wypowiedzi adresowane niejednokrotnie wprost do czytelniczek zawierają sądy i spostrzeżenia, a nawet opinie formułowane w ich imieniu i z ich punktu widzenia. Sugeruje się więc zarówno wspólnotę przeżywania, wspólnotę poglądów, jak i wartościowania, czyli analogiczną bazę doświadczeniową, która może być z pomocą redakcji uzupełniana i modyfikowana. Podstawowym sposobem sugerowania owej wspólnoty jest stosowanie „my” inkluzywnego i różnorodnych wykładników ekspresji: *Każda z nas strasznie się denerwuje przed pierwszą randką. W co się ubrać, dokąd pójść, o czym z nim rozmawiać?; Czy istnieje dla chłopców ideał dziewczyny, do którego każda z nas powinna się dopasować?; Czy wiecie, że faceci mają na nas sposób?*

Sekwencja zamykająca mozaikę wypowiedzi jest, jak wspominałam, w dużym stopniu spetryfikowana, gdyż zawiera apel o przyjęcie jakiejś postawy, o ustosunkowanie się do omawianych kwestii i wyrażenie opinii w formie listu do redakcji. Odwołajmy się do następujących przykładów: *Czy chłopcy Was zaskoczyli? Piszcie do nas na adres...; Dziewczyny, co poradziłybyście Miłoszowi? Piszcie do nas na adres...; Dziewczyny, łapiecie się na czułe słówka? Piszcie do nas na adres...* Nie można mówić o całkowitym skostnieniu, gdyż apel o opinię ma zwykle charakter wypowiedzi niepowtarzalnej, choć formułowanej w języku bliskim czytelniczkom, a więc z użyciem ekspresywnych potocznych leksemów lub frazeologizmów: *Chłopcy dali do wiwatu, nie?* – zob. *dać komuś do wiwatu* ‘dokuczyć komuś, dać się komuś we znaki’ (SPP, 154); *Ale chłopcy dali czadu!* – zob. *dać komuś czadu* Rub. ‘dokuczyć komuś, dać się komuś we znaki’ (SPP, 145); *Utrzyj nosa Markowi!* – zob. *przytrzeć/utrzyć komuś nosa* ‘przywołać kogoś do porządku, powstrzymać czyjeś zapędy, udzielić reprimendy’ (SPP, 149).

Ostatni typ wypowiedzi, współtworzącej głos redakcji, stanowią sylwetki nastolatków biorących udział w rozmowie. Są one schematyczne i zredukowane, wyprofilowane na potrzeby konkretnego aktu komuni-

kacji. Schemat wypowiedzi obejmuje: imię, dane dotyczące wieku i znak zodiaku (w formie ikony) oraz jedno zdanie charakterystyki. Oto dla przykładu sylwetki uczestników dialogu zatytułowanego *Magia kina* i dotyczącego pierwszej randki: *Alek, 17 lat, to wytrawny podrywacz. Jest wyzwaniem dla odważnych dziewczyn!; Miłosz, 17 lat, kiedy się zakocha, jest bardzo nieśmiały...; Mariusz, 17 lat, cieszy się na każde spotkanie z dziewczyną.* Teksty z tej grupy wyróżnia obrazowość i oceniający sposób komunikowania.

Polifoniczny charakter mają też wypowiedzi, które tworzą głos eksperta. Jego wypowiedzi zawierają liczne indeksy odsyłające do roli specjalisty, który ma wydać opinię w trudnej lub spornej sprawie. Zanim przejdę do zwięzłej charakterystyki zakresu i funkcji owej polifonii, przytoczę jeden tekst w całości, aby można było sobie wyobrazić, w jaki sposób wielostylowość jest wyzyskiwana w obrębie całości komunikacyjnej:

[9] Inicjacja seksualna jest ważnym wydarzeniem dla obu stron biorących w niej udział. Różnie mogą być jedynie rozłożone tzw. „akcenty”. O ile dziewczęta, podejmując po raz pierwszy współżycie, mają obawy natury etycznej (stracą w sposób sprawdzalny dziewictwo) i fizycznej (ból, może krwawienie) lub fizjologicznej (niechciana ciąża), o tyle obawy chłopców sprowadzają się raczej do strony czysto fizjologicznej: czy organizm zareaguje prawidłowo (erekcja), czy pieszczota będzie trwała odpowiednio długo (obawa przedwczesnego wytrysku), czy okażą się prawdziwymi mężczyznami. Spora grupa chłopców podejmuje inicjację nieuwarunkowaną emocjami. Częściej z ciekawości, zdobycia „ostróg”, by stać się mężczyzną. Są też tacy, którzy jak Daniel podchodzą do tego dojrzałe, z emocjami.

Już w tym fragmencie widać wyraźnie, jak w wypowiedzi psychologa fachowość i rzeczowy ton współgra z oficjalnością i potocznością. Prawie każdą wypowiedź rozpoczyna wyważona opinia ogólna: *Rozstanie to bolesne przeżycie w każdym wieku [...]; Kompleksy młodych ludzi bywają często urojone; Każdy chłopiec jest inny.* Do takiego wstępu ekspert dołącza wyjaśnienia w formie eksplicacji lub definicji perswazyjnych: *Miłość to wcale nie jest tylko fascynacja i ciągłe adorowanie. Kochać kogoś to znaczy pomagać mu, iść przez życie, bo razem jest raźniej. Poza tym nad miłością i związkiem trzeba ciągle pracować, docierać się.* Rady i przestrogi są formułowane stanowczo, ale też taktownie: *Ale generalnie przestrzegalbym dziewczyny przed pochopnym uleganiem „czułym słówkom”. Zauroczone mogą zdecydować się na krok, którego będą potem żałować.* Wypowiedzi eksperta są ponadto obrazowe i ekspresywne, gdyż posługuje się on aluzjami literackimi i przede wszystkim leksyką potoczną:

[10] Najważniejsze jest przecież to, co niewidoczne dla oczu, to nieokreślone przez żadne schematy ani wytyczne „coś”, co sprawia, że łgniemy do czło-

wieka i kochamy go za to, że jest... po prostu sobą; Po prostu „to nie było to” i basta; Tak naprawdę, jeśli jakaś dziewczyna pokaże mu, że dużo sobą przedstawia, błyskawicznie zadurzy się w niej po same uszy. [...] bo tacy chłopcy są zawsze „zglodniali” ciepła. Często przesadzają z okazywaniem uczuć...

Głos eksperta jest więc zarówno chłodny i rzeczowy, jak i obrazowo oceniający oraz apelatywny. Autor występuje w roli znawcy przedmiotu i przyjaźnie nastawionego doradcy, a więc osoby, której można ufać. Ekspozowaniu tych ról służy zmiana tonacji stylistycznej, przy zachowaniu pewnej jednorodności konstrukcyjnej wypowiedzi, którą tworzą następujące segmenty: opinia i uzasadnienie, a na zakończenie rada lub przestroga.

Znacznie bardziej zróżnicowane wykładniki polifoniczności uzyskuje się w głównym tekście omawianego zestawienia kolażowego – rozmowie nastolatków. Przybiera ona na ogół kształt konwersacji. Konkretnie scenariusze komunikacyjne wynikają jednak zarówno z tematyki dialogu, jak i temperamentów oraz postaw uczestników¹⁸. Część rozmów zyskuje więc formę wymiany poglądów (dyskusji), niektóre zaś przybierają kształt sporu między dwoma uczestnikami – trzeci występuje wtedy w roli mediatora. Sekwencje szczegółowe mają charakter opisowy, są formą wyznań, przedstawiają rozterki i niepokoje, zawierają rady itd. Z wymienionymi uwarunkowaniami wiążą się podstawowe zakresy polifonii stylistycznej analizowanych dialogów.

Spośród zewnętrznych uwarunkowań kształtu konwersacji ważne są jeszcze relacje między uczestnikami. W tej roli występują zwykle młodzi mężczyźni, którzy się znają i wiele o sobie wiedzą. Sugeruje się w ten sposób, że będą nastawieni na komunikacyjną współpracę, a sama rozmowa będzie pożyteczna zarówno dla nich, jak i dla czytelniczek „Dziewczyny”.

Dialogi przybierają, jak wspominałam, formę spontanicznych konwersacji – ważny jest temat, podawany zwykle w replice inicjującej pierwszą wymianę dialogową¹⁹. Czasem jednak, co ma pewnie sugerować spontaniczność kontaktu, wprowadzenie tematu jest sytuacyjnie opóźniane. Porównajmy trzy przykłady:

[11] **Szymon:** Ja zacznę wprost: Krzysiek, czy ty kiedykolwiek kochałeś jakąś panienkę, czy tylko wyrывasz je dla sportu?

¹⁸ Pomijam w opracowaniu kwestię autentyczności owych dialogów.

¹⁹ O strukturze dialogu potocznego zob.: J. Warchala, *Dialog potoczny a tekst*, Katowice 1991, s. 37–42; U. Żydek-Bednarczuk, *Struktura tekstu rozmowy potocznej*, Katowice 1994, s. 55–85; B. Boniecka, *Lingwistyka tekstu. Teoria i praktyka*, Lublin 1999, s. 181–223.

[12] **Miłosz:** Umówiłem się dzisiaj z Kasią i trzęsę się jak galareta! Jak dwie galarety! Pocał mi się dłonie i zasycha w gardle na myśl, że to już tylko dwie godziny!

[13] **Paweł:** Chłopaki, ale laska! Tam, na czternastej! **Irek:** Nogi po samą szyję!
Bartosz: Gdzie? Gdzie? **Paweł:** Na czternastej! Nie znasz się na zegarku, facet?
Bartosz: Na zegarku???... Aaaa, tam, już widzę!

Spontaniczność kontaktu sugerują liczne sygnały fatyczne, choć brak wśród nich stereotypowych wykładników delimitacji całego dialogu. Najczęściej stosowane są formy podtrzymujące kontakt, a więc imiona i typowe dla środowiska młodzieży określenia w rodzaju *stary* czy *koleś*. Wykładnikami spontaniczności są ponadto charakterystyczne dla rozmów potocznych urwania wypowiedzi lub wyrazów, niestaranna artykulacja niektórych głosek lub ekspresywne przedłużanie wymowy dźwięków, obecność elementów parajęzykowych (śmiech, mruczenie itd.). Oto wybrane przykłady:

[14] **Damian:** Eee, Krzysiek, spadamy. Hehe. Niech marzyciel se idzie. Zoba... jakie laski na mojej wpół do dziewiątej. Zagadamy? Jutro impreza, sam nie pójdziesz chyba... **Krzysiek:** No, do roboty, bo wystygną!

[15] **Krzysiek:** Eeee, daj spokój, ty to byś chciał od razu na całe życie, tak? Hehehe... Szymon, idealisto, ty w ogóle nie znasz życia...

[16] **Daniel:** Przestańcie! Mówicie o tym, jakby to było takie proste, jak... jak... jak... **Kuba:** Chrupanie jabłuszek? **Grzesiek:** Daniel, czy ty byłeś już z dziewczyną, hm, blisko?

O naturalności zachowań językowych uczestników dialogu najbardziej dobitnie świadczy jednak słownictwo. Oprócz związanej z tematem leksyki neutralnej oraz typowego dla spontanicznych rozmów stosowania różnorodnych form deiksy, najważniejszą rolę pełnią w tych dialogach potoczne ekspresywizmy: *Eeee taaam, najwyżej dostaniesz od niej w pysk!*; *Też oglądam się za innymi dziewczynami, nawet jak jestem z superlaską; Im imponuje, jak widzą, że facet na nie leci; Są faceci, którzy rwą na „macho”, ale to są ostre kawałki i... nieskuteczne na ogół. Można zarobić od babki w pysk.* W wielu fragmentach dialogów pojawiają się ekspresywne i obrazowe określenia, które można uznać za niestandardowe składniki idiolektów rozmawiających nastolatków: *Przy niej mam zamęt w głowie i miękkie nogi... I serce mi fikołki fika; Alek, spoko, on ma trochę racji. Ja też nie umiem traktować dziewczyny jak „miłego, dwunożnego ciała”, które przyszło na randkę w mini...; Chodź Kuba, nie będziemy gadać z przedszkolem! I to jeszcze niedoświadczonym!*

Polifoniczność analizowanych dialogów jest uwyrażniona w tych fragmentach, w których następuje zderzanie postaw i punktów widzenia na określoną sprawę. Tego typu dramatyczne napięcia mogą być relacjonowane lub kreowane w dialogu. Kontrasty stylistyczne obejmują w takich przypadkach różnice tonacji: mówienie neutralne i mówienie ekspresywne (potoczne lub slangowe). Nie trzeba dodawać, że z owego zderzania płyną określone, dobrane zamaskowane przesłania wychowawcze. Porównajmy dla przykładu:

[17] **Jacek:** No, rozumiem cię, stary. Ale nie łam się. Ja się przy swojej dołowałem, że jestem za niski i za chudy. Bałem się też, że skoro jesteśmy równi wzrostem, ona mnie zostawi. I raz nawet mi powiedziała dosadnie, że ja jestem bardzo mocno kurdupłowaty... **Adam:** Ty, poważnie? I co? I co? **Jacek:** I nic. Odpaliłem jej, że Napoleon był jeszcze bardziej kurdupłowaty, a zajął pół Europy, taki twardziel był z niego. **Adam:** Hehe, dobre, dobre! Zatrzybiła? **Jacek:** Nie wiem. Chyba zatrzybiła. Przecież nie byłbym z nią, jakby była głupia. **Grzesiek:** Moim zdaniem właśnie o to tu chodzi, żeby kogoś dobrze poznać i wszystko o nim wiedzieć. Wtedy nie ma żadnych nieporozumień. A z nową dziewczyną można wpakować się w niezły obciach. **Sławek:** Prawda. Mój kolega dorwał taką jedną, naprawdę się po te swoje odstające uszy zakochał, ale zmiękł. Zostawił ją. Panna miała taki niewyjściowy wygląd, że kumple zabilili go śmiechem. Nie wytrzymał. Ale przez tydzień chodził jak struty. Myślę, że jeszcze będzie żałował, że ją zostawił.

[18] **Damian:** Coś ty taki romantyczny? Co ty możesz wiedzieć? Przecież nigdy nie miałeś dziewczyny! Poczekaj, aż jakąś dorwiesz, to ci tak dogryzie, że cię szlag trafi, stary! [...] **Szymon:** [...] Panna go rzuciła i teraz się wyżywa na wszystkich dziewczynach, jakby one były temu winne. **Damian:** Bardzo przepraszam, stary, nie wyżywam się na wszystkich dziewczynach... Ja po prostu wiem, do czego one są zdolne. Już się w żadnej nie zakocham, bo to zdradliwe baby. Trzeba je wykorzystywać.

Zakres polifonii powiększa się w dialogu, którego tematem jest sposób zawierania znajomości. W poetyce mowy zależnej, niezależnej lub pozornie zależnej, jak by powiedzieli literaturoznawcy, można pouczać kolegę, jak się prowadzi konwersację z dziewczyną. Dla odbiorcy zewnętrznego tekst nabiera znamion przekazu dowcipnego ze względu na zderzanie punktów widzenia i odpowiadających im stylów:

[19] **Bartosz:** A jak się prawi takie ściemniane komplementy? **Paweł:** No, że jest ładna, mądra, kochana, pociągająca. [...] Sztuka podrywu pozwala na drobne kłamstewka, obiecanki, dowcipy, żarciki... Co z ciebie za zielony listek??? **Irek:** Poczekaj, nauczymy go [...]. **Paweł:** Oki. Na przykład do spotkanej na ulicy laski: „Przepraszam, czy nie wiesz, gdzie w pobliżu można kupić ciastka?”

Ona coś tam ci wskazuje, a ty dalej: „Ale potrzebuję jeszcze dobrej kawy, bo idę właśnie na imprezkę rodzinną do ciotki, to fajna kobieta, tylko ma bzika na punkcie odchudzania” ... Dalej tam nawijasz, najlepiej śmieszne historyjki o cioteczce, stoicie, rozmawiacie, ona jest zaciekawiona odchudzającą się ciotką (wszystkie dziewczyny interesują się odchudzaniem, pamiętaj!!!). [...] **Bartosz:** A w dyskotecie? **Irek:** OK, jesteś w dyskotecie, widzisz niezłą pannę. Podchodzisz do niej, przedstawiasz się i pytasz, czy zatańczy z tobą. Na parkiecie zaczynasz w ten deseń: „Niemożliwe, żeby taka sympatyczna osoba jak ty, przyszła tu sama!” Za jednym zamachem powiesz jej komplement oraz jednocześnie wybadasz, czy nie przyszła tu ze swoim facetem...

W wybranych dialogach, dla uwyrażnienia ogólnego przesłania, młodziżowe decorum językowe jest ograniczane. Niektórzy uczestnicy dyskusji prezentują dojrzałe postawy (tak zresztą określa je ekspert) i stosownie do wagi i powagi głoszonych poglądów dobierają językowe środki:

[20] **Krzysiek:** [...] Szymek ma trochę racji. Każda dziewczyna jest inna. To przecież ludzie...

[21] **Szymon:** Przecież powiedziałem chyba wyraźnie: po to ludzie dobierają się w pary, by tworzyć długotrwałe związki. Poważne, oparte na zaufaniu!

Dla uwiarygodnienia całego przekazu i by zasugerować, że pokazywane są wszystkie postawy, prawie w każdym z dialogów pojawia się młody człowiek reprezentujący nastawienie konsumpcyjne i wyzyskujący odpowiednie językowe środki oraz sposoby konceptualizacji, by te postawy precyzyjnie przedstawić:

[22] **Sławek:** No widzicie, tak czy siak, nie da się razem dłużej wytrzymać. Gdybym ja nie zostawił Anki, to ona pewnie zostawiłaby mnie. Trzeba raz na jakiś czas zmienić dziewczynę, tak jak zmienia się rower. **Grzesiek:** No nie chrzań. Ja mam taki rower, że go nie zmienię nigdy! **Przemek:** No właśnie. A jak się zepsuje tak nie do naprawienia? Co wtedy, odpuścisz sobie, nie kupisz nowego? A jak zepsuje się związek z dziewczyną, to nie wymienisz jej na następną? Nowy, lepszy model?

[23] **Krzysiek:** [...] Ale z tym zakochiwaniem się, to bym nie przesadzał. One tak samo szybko się odkochują. Tu nie ma sentymentów, chodzisz z jedną, potem chodzisz z drugą, a ta pierwsza przechodzi do kogo innego... Nic w przyrodzie nie ginie. I one też tak pewnie myślą.

[24] **Marek:** Przesadzasz, koleś! A jaka ma być? Wystarczy, że jest piękna, podniecająca, zalotna. No taka, że każdy facet śni o niej na jawie, marzy w nocy,

no nie? Gdybym się z tą laską gdziekolwiek pokazał, kumplom gały wyszłyby na wierzch!

Zderzanie punktów widzenia po to, by nie narzucać opinii, jest zasadą kształtowania wypowiedzi w całym kolażowym zlepku tekstowym. W niektórych zestawieniach kontrasty są tuszowane, w innych uwypuklane. W zbiorze tekstów zatytułowanym *Ten pierwszy raz*, w wypowiedzi eksperta, którą cytowałam, dominuje naukowy punkt widzenia i fachowa leksyka. W dialogu nastolatków natomiast pojawiają się różnorodne określenia: *być z dziewczyną blisko; iść na żywioł; czas na konkrety; kochać się z dziewczyną; uprawiać seks; mój pierwszy raz; Ja zrobię to z dziewczyną, którą kocham.; Jak mógłbym to zrobić z dziewczyną, do której nic nie czuję? To chyba niezbyt fajne... No, nie wyobrażam sobie tego!*

Analizowane kolaże tekstowe trzeba traktować jako realizację jednej z technik posługiwania się mową cudzą w obrębie publicystyki. Takie założeń służą urozmaiceniu formy przekazu i wysubtelnieniu sposobów osiągnięcia perswazyjnych celów wypowiedzi.

* * *

Charakteryzowane w artykule kolaże tekstowe traktuję jako nowe (na tle publicystyki złożonej z komentarzy, artykułów, felietonów i recenzji) realizacje gatunków wypowiedzi publicystycznej. Przypisuję im status gatunków w formie kolekcji²⁰.

Pojedyncze kompozycje tekstów są tworamami heterogenicznymi. W analogicznym składzie są jednak powtarzane i układane w serie, co stanowi kolejny argument za tym, by je traktować jako samodzielne byty genologiczne. Mają utrwaloną strukturę z określonymi wyznacznikami delimitacji. Są przy tym układane w bloki o kompozycji zamkniętej (formuliczna postać zarówno inicjalnego, jak i finalnego komponentu ramy tekstowej) lub otwartej (brak formuły zamykającej całość). Zasadzie analogii podlega również skład takich bloków i reguły komponowania, które można sprowadzić do dwóch prawidłowości: a) różnorodność formy i różnorodność tematyczna; b) jedność tematu przy różnorodności form wypowiedzi.

Typowy dla gatunków publicystycznych jest także potencjał illokucyjny, który obejmuje intencje powiadomienia oraz intencje perswazyjne. Kolażowy montaż wypowiedzi ma, uwzględniając różne aspekty, przedstawić jakieś zjawisko lub wydarzenie. W publicystyce adresowanej do

²⁰ Bliższa charakterystyka wspomnianych bytów genologicznych m.in. w: M. Wojtak, *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, Tarnów 2011, s. 21–28.

młodzieży do tych celów komunikacyjnych dołącza się jeszcze intencje dydaktyczne. Aby nie powstawał dydaktyczny zaduch, redakcja stara się zmieniać zarówno sposoby informowania o określonych zjawiskach, jak i techniki oddziaływania na odbiorców. Służy temu także obraz kształtowanego przez teksty świata. Przedstawia się go aspektowo i selektywnie, zakładając, że selekcja jest zawsze słuszna, a obraz rzeczywistości pełny. Przekładalność perspektyw mają zapewniać właśnie kolaże tekstowe. Zmiana podmiotów wypowiedzi (ekspert, przedstawiciel środowiska czytelników, publicysta) pozwala zderzać różne punkty widzenia, zmieniać perspektywy oglądu rzeczywistości i style wystąpienia. W każdej wypowiedzi można uwypuklić inne cechy przedmiotu czy inne aspekty problemu, a także zmienić jego wartościowanie. W ten sposób ostateczną ocenę i wybór postawy pozostawia się czytelnikowi. Intencje dydaktyczne są przekazywane dyskretnie.

Opisywane kolaże są wypowiedziami polifonicznymi – wielogłosowymi i wielostylowymi. Wielostylowość dotyczy zarówno poziomu makrorejestrów, gdyż fachowość i naukowość oraz oficjalność zderza się w nich z potocznością, jak i bardziej szczegółowych tonacji stylistycznych, ponieważ pojawia się w tych wypowiedziach ton rzeczowy, ale też obrazowość, żartobliwość i dosadność.

Przedstawione analizy upoważniają do potraktowania kolażowych zbiorów tekstów jako bytów genologicznych, gdyż mają określoną (powtarzaną w serii) strukturę, potencjał illokucyjny i wyznaczniki stylistyczne. Nazwijmy je, w odróżnieniu od kolaży literackich, kolażami prasowymi.

Ze względu na tematykę i skład tekstowego zbioru wyodrębniam dwa następujące typy owych kolaży:

- a) monotematyczne – wielogatunkowe;
- b) politematyczne – wielogatunkowe.

Z powodu doboru gatunków tworzących określony zlepek tekstowy można, jak sądzę, wydzielić:

- a) kolaż z dominantą publicystyczną (złożony z różnorodnych form wypowiedzi typowych dla publicystyki czy szerszej prasy);
- b) kolaż z dominantą adaptacyjną (złożony z wypowiedzi, które prasa może gościć na swych łamach, ale są one od niej niezależne).

W „Dziewczynie” jest częściej publikowany drugi z wymienionych typów kolażu. Nie może to jednak dziwić w przypadku gazety komiwojażera.

O sposobach prezentacji i funkcjach socjolektu w reportażu wizerunkowym

Mówiąc o reportażu wizerunkowym, nie proklamuję nowej odmiany tego gatunku – znanego i ugruntowanego w dziennikarstwie. Polimorficzność sylwetki, czyli wypowiedzi portretującej określoną osobę, obejmuje bowiem, jak postaram się pokazać, także reportaż bądź wypowiedzi z kręgu reportażu¹. Gatunek ten zaś z powodu, by tak rzec, obciążenia paktem faktograficznym², czyli niepisaną umową między dziennikarzem jako nadawcą a czytelnikiem jako odbiorcą, zakładającą wierność faktom lub stanom rzeczy (co nie wyklucza subiektywności formy przekazu), zyskuje wpisana we wzorzec gatunkowy (elastyczny – dodajmy) wielostylowość obejmującą także socjolekty³.

W niniejszym artykule postaram się przedstawić analizę konkretnego reportażu, w którym autorka w typowy i zarazem nietypowy sposób sięga do zbioru środków leksykalnych charakteryzujących środowisko kibiców piłkarskich. Warto już w tym miejscu nadmienić, że obecnie jest to grupa

¹ Zob.: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka” 2003, t. XII, s. 259–278; tejsze, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 120–165. Medioznawcom nie jest jednak obca idea wyodrębniania odmiany gatunkowej, zwanej *reportażem portretowym*. Zob.: M. Piechota, *Poetyka reportażu portretowego (na przykładzie „Papuszy” Angeliki Kuźniak)*, [w:] *Literatura. Media. Polityka. Prace ofiarowane Panu Profesorowi Krzysztofowi Stępnikowi*, red. M. Piechota, Lublin 2014, s. 83–105.

² Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2008, s. 258.

³ M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 276–300; tejsze, *Socjolekt w reportażu prasowym – wybrane zagadnienia*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia III*, t. 1: *Tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny*, red. G. Szpila, Kraków 2005, s. 433–440; tejsze, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, s. 67–88; M. Piechota, *Slang młodzieżowy w reportażach z „Polityki”*, [w:] *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, t. 2, red. M. Rutkowski, K. Zawilska, Olsztyn 2008, s. 160–178.

pod wieloma względami zróżnicowana. Część kibiców tworzy jednak społeczność subkulturową⁴, połączoną takimi rodzajami więzi, które sprzyjają krystalizacji socjolektu⁵. Reportaż poświęcony reprezentantkom wspomnianego środowiska zawiera wybrane składniki mowy kibiców, o której statusie socjolektalnym trudno się przy obecnym stanie badań wypowiedzieć, ponieważ niełatwo dostrzec dominację dyferencjalnej kategorii socjolektalnej⁶.

Przedmiotem prezentacji w podlegającym tu analizie reportażu Agnieszki Wójcińskiej zatytułowanym *Nas się nie tyka* („Duży Format” 2012, nr 22) są sylwetki trzech kibicek, a więc młodych kobiet, które zainteresowanie piłką nożną traktują jako podstawową życiową pasję. Tekst jest anonsowany na okładce magazynu za pomocą zdjęcia jednej z bohaterek oraz zapowiedzi:

[1] Tytuł: Kibicki
Korpus: Zamiast randki wybierają mecz
Odsyłacz: s. 2

Reportaż ma kompozycję typową dla problemowej wersji gatunku. Składa się z tytułu, w ramach którego da się wyodrębnić nadtytuł z nazwą gatunkową: *reportaż kibicki* (oryginalny sposób zapisu, gdyż autonomię poszczególnych składników nadtytułu sygnalizuje kolor) oraz tytuł właściwy: *Nas się nie tyka*. Korpus tekstu zyskał budowę mozaikową z wyraźnymi, analogicznymi sygnałami delimitacyjnymi. Początek każdego segmentu stanowi bowiem kompozycja tytułu i osobliwego biogramu prezentowanej miłośniczki futbolu:

[2] Tytuł: Nas się nie tyka
Biogram: Aneta z Opolą, kibicuje FC Barcelona, 29 lat, pracuje w Empiku w dziale „Książki”

[3] Tytuł: Legia grać, kurwa mać
Biogram: Angela, kibicka Legii Warszawa, 28 lat, pracuje w firmie zajmującej się reklamą outdoorową

⁴ Zob.: M. Filipiak, *Od subkultury do kultury alternatywnej. Wprowadzenie do subkultur młodzieżowych*, Lublin 1999, s. 82–86.

⁵ K. Gileta, *Czy negatywny stereotyp kibica może zostać przełamany? Autostereotyp i heterostereotyp kibica*, [w:] *Stereotypy – walka z wiatrakami?*, red. A. Bujanowska, J. Szadura, Lublin 2011, s. 175–182.

⁶ Powszechnie znaną typologię socjolektów opracował S. Grabias, przyjmując jako kryterium podziału trzy kategorie socjolektalne: zawodowość, tajność i ekspresywność oraz wyodrębniając: socjolekty o prymarnej funkcji profesjonalno-komunikatywnej (języki zawodowe i żargony) i socjolekty o prymarnej funkcji ekspresywnej (slangi). Zob.: S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1994, s. 127–139.

[4] Tytuł: Jak spadniecie z ekstraklasy, to urwiemy wam kutasy
 Biogram: Sonia, kibicka Polonii Warszawa, 21 lat, studiuje tłumaczenia specjalistyczne, od dwóch lat pracuje na stadionie Polonii

Mozaikowość budowy jest ponadto związana z uwzględnieniem wymyka tekstowego (przykład 5) oraz lidu-cytatu (przykład 6):

[5] Szkoda mi czasu na patałachów, którzy nie potrafią dobrze podać piłki, a tak jest w polskiej reprezentacji.

[6] Jak miałybyśmy do wyboru mecz i randkę, poszłabym na mecz.

Tekst można uznać za twórczą realizację poetyki gatunku nie tylko ze względu na przedstawione prawidłowości kompozycyjne⁷. Opierając się na rozmowach ze swymi bohaterkami i zostawiając w gotowym tekście ślady pre-tekstu, a więc „elementu uprzedniego” w stosunku do tekstu właściwego⁸, czyli rozmowy z bohaterkami, której śladem są powtarzane przez nie pytania reporterki, autorka reportażu kreśli intrygujące portrety trzech kobiet kibicujących określonym drużynom piłkarskim⁹, a także pośrednio charakteryzuje środowisko polskich kibiców. W oryginalny sposób realizuje zasadę zderzania punktów widzenia (fundamentalną dla reportażu) w kreowaniu świata przedstawionego. Włącza się w najnowsze tendencje naruszania jedności kompozycyjnej przekazu i nadawania komunikatom prasowym (nie tylko reportażom) formy kolażowej¹⁰. Twórczo realizuje regułę wielogłosowości i wielostylowości reportażu.

Ponieważ autorka analizowanego komunikatu prasowego nie wprowadza narracji reporterskiej, oddając głos swoim bohaterkom, zakres tekstowego użycia form socjolektalnych krystalizuje się bez odniesień do poetyki gatunku. Obowiązuje też zasada *varietas*, gdyż nie wszystkie kibicki posługują się mową środowiskową w jednakowym stopniu. Każda z nich stara się opowiedzieć o swojej pasji w przekonujący sposób, odsłania przy tym różne składniki swego wizerunku i sugestywnie prezentuje

⁷ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 120–165.

⁸ Zob.: W. Bolecki, *Pre-teksty i teksty. Z zagadnień związków międzytekstowych w literaturze polskiej XX wieku*, Warszawa 1998, s. 5.

⁹ Określenia *portret* używam w znaczeniu ‘wizerunek, charakterystyka postaci lub grupy pomieszczona w jakimś tekście’ (*Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, Warszawa 1979, s. 830). Zob. też: M. Piechota, *Poetyka reportażu portretowego...*, dz. cyt. s. 83–86.

¹⁰ Zob.: M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych...*, dz. cyt., s. 48.

własne postawy, oceniając nie tylko środowisko kibiców¹¹. W jednym są zgodne. Nie poprzestają na wprowadzaniu do wypowiedzi pojedynczych leksemów rodem z socjolektu, lecz pokazują subkulturowe zachowania komunikacyjne. Milcząco też (lub wprost) odwołują się do stereotypów, które powodują, że ich wizerunki czytelnik postrzega i odbiera jako portrety osobliwe. Reportaż jako całość służy demaskowaniu stereotypu kobiety i dopuszczalnych dla niej ról społecznych oraz stereotypu kibica (w szczególności polskiego kibica). Ma niezbywalną wartość poznawczą, poszerzając i pogłębiając wiedzę odbiorców o środowisku kibiców oraz zapoznając szerokie rzesze czytelników z osobliwym dla nich zjawiskiem, jakim jest, jak zda się sugerować reporterka, kibicująca kobieta.

Stereotyp kibica jest złożony z negatywnych wyobrażeń. „Kiedy myślimy »kibic«, staje nam przed oczami obraz łysego osiłka w kolorowym szalik, ściskającego kij bejsbolowy lub inne narzędzie”¹². Jest on utrwalany w świadomości społecznej przez media, gdzie stygmatyzowaniu przedstawicieli tego środowiska służą odpowiednio używane wartościujące leksemy *kibol* i *pseudokibic*¹³. Wizerunek kibica w mediach współtworzą zaś następujące cechy (wyznaczniki): agresja, zaczepność, wrogość, wulgarność, dewastacja, nienawiść, buta, skłonność do alkoholu¹⁴.

Analizowany reportaż demaskuje ten obraz, choć opisy środowiska zawarte w wypowiedziach poszczególnych kibicek nie są pozbawione akcentów krytycznych. Bohaterki reportażu negatywnie oceniają przypadki agresji, z którymi się zetknęły. Nie podzielają jednak opinii o agresywności jako cesze całego środowiska. Dostrzegają natomiast charakterystyczne dla polskich kibiców przejawy nacjonalizmu i albo je bagatelizują, albo przenoszą swe kibicowskie zainteresowania oraz emocje na drużynę zagraniczną (zob.: przykład 7), by z tymi postawami się nie musieć ani stykać, ani identyfikować.

Z ich relacji wyłania się wielowymiarowy obraz środowiska kibiców

¹¹ W ten sposób, można rzec, ujawniają się związki reportażu z innymi gatunkami publicystycznymi. O demaskatorskich w stosunku do stereotypów poczynaniach felietonistów zob.: M. Wojtak, *Felietonowe gry ze stereotypem, czyli portret Polaka kierowcy*, „Prace Filologiczne” 2001, t. XLVI, s. 649–653.

¹² K. Gileta, *Czy negatywny stereotyp kibica może być przelamany? ...*, dz. cyt., s. 175.

¹³ Tamże, s. 175.

¹⁴ Tamże, s. 177. Na marginesie można dodać, że socjolog prezentuje wspomnianą grupę jako agresywną, posługując się określeniem *szalikowcy*. Zob.: M. Filipiak, *Od subkultury do kultury alternatywnej...*, dz. cyt., s. 82. Leksem ten jest już notowany w słownikach. Zob.: *Słownik języka polskiego*, t. 5, pod red. M. Bańki, Warszawa 2007, s. 243, gdzie znajdujemy następującą eksplikację: „Szalikowcy to młodzi kibice sportowi noszący chusty lub szaliki ze znakami swojej drużyny, zachowujący się hałaśliwie i nastawieni wrogo do kibiców innych drużyn”.

piłki nożnej. Następuje przyzmatyczne zderzenie obrazu prawdziwego, typowego oraz idealnego kibica¹⁵.

Spróbujemy odtworzyć najważniejsze składniki tego obrazu.

Konkretni kibice są zwolennikami (to niewłaściwe słowo, ale zostanmy przy nim na początek) określonej drużyny i są tej drużynie na ogół wierni. Bohaterki reportażu stwierdzają:

[7] Długo kibicowałam naszej Odrze Opole. [...] Moją ulubioną drużyną jest FC Barcelona. Grają naprawdę świetny, widowiskowy futbol. Chyba nie było piękniejszych meczów niż te, które widziałam w ich wykonaniu.

[8] Na mecze zaczęłam chodzić z tatą. Na Legię oczywiście.

[9] Pięć lat temu koledzy wzięli mnie na mecz. U nas wszyscy chodzili na Polsnię.

Kibicowanie w trakcie meczu to obecnie zespół działań starannie wyreżyserowanych, tworzących spektakl, w którym każdy ma określoną rolę, w związku z czym musi stosownie wyglądać (na przykład nosić szalik klubowy, który nie jest zwykłym emblematem, lecz przedmiotem, którego się broni), zachowywać się tak, jak specjalna grupa kibiców (*ultrasów*), krzyczących i śpiewających stosowne przyśpiewki w *mtynie*, czyli określonym sektorze stadionu (kibice Legii nazywają ów sektor *żyletą*). Z wypowiedzi jednej z bohaterek wynika, że realizacje takiego widowiska zmieniały się nie zawsze zgodnie z odczuciami i potrzebami wszystkich kibiców (zob.: przykład 11).

Bohaterki reportażu sugerują, że kibicowanie ma coś ze spektaklu, który bardzo mocno angażuje uczestników, wyrażających zarówno pozytywne, jak i negatywne emocje za pośrednictwem środków typowych dla grupy (przyśpiewki oraz gesty czy elementy pantomimiczne) lub znanych powszechnie jako nośniki emocji (na przykład wulgaryzmy bądź przekleństwa). Oto stosowne fragmenty ich wypowiedzi:

[10] Na meczach zawsze stawałam w sektorze ultrasów, czyli najbardziej zaangażowanych w mecz kibiców. Nie byłam z nimi związana, ale oni najgłośniej kibicowali i to było dla mnie fajniejsze widowisko niż sam mecz – nosili szaliki, palili race, robili wielkie flagi sektorówki, śpiewali, krzyczeli. Ja też krzyczałam, przeklinałam, śpiewałam przyśpiewki. Moja ulubiona: „Nie pójdziemy dziś do kina, nie pójdziemy do kościoła, nie pójdziemy do burdelu, serce nas na stadion woła”. Albo: „Buda, buda, buda, łańcuch, pies, wrocławska kurwa WKS” o Śląsku Wrocław, naszym największym antagoniście.

¹⁵ O roli operatorów „typowy” i „prawdziwy” w budowaniu semantyki tekstu zob.: J. Bartmiński, *Operatory „typowy” i „prawdziwy” w strukturze semantycznej tekstu*, „Prace Filologiczne” 2001, t. XLVI, s. 41–47.

[11] Jak byłam mała, największą frajdą było ciąć gazety na konfetti albo rzucić na początku meczu serpentynami. Teraz na żyłecie oprawa jest przygotowana. Ultra-si tym zarządzają, jest zagrzewający, który zaczyna piosenki i inicjuje akcje. [...] Pod koniec podstawówki zaczęłam chodzić na żyłetę i tak zostało. [...] Jak jest na żyłecie? To ciężka praca. Przychodzisz i 90 minut śpiewasz, krzyczysz, klaszczesz, bierzesz udział w oprawie – kartoniadach, falach, nawoływaniu. Niejednokrotnie straciłam po meczu głos. My, kibice, dopingiem chcemy wyzwolić w piłkarzach energię i waleczność. Jak naszym nie idzie, przeklinam jak cholera: o kurwa! Ale zjebyl, aż Kris [mąż, który nie jest kibicem – dop. M. W.] mnie mityguje. My, kibice, kochamy piłkarzy, wygrywają czy przegrywają, są w naszym sercu, ale to jednak ich praca. Jak słabo grają, skandujemy: „Legia grać, kurwa mać!”

[12] Byłam związana z ultrasami, czyli tymi, którzy robią oprawy. Moja ulubiona oprawa na czarnej folii, w której wycięte są litery lub motyw, podświetlone odpalonymi od spodu racami. Prosta, ale bardzo efektowna. Ultra-si to artyści trybuny. [...] W czasie meczu kibicują aktywnie. Mniej mnie interesuje to, co się dzieje na boisku, kto strzelił bramkę. Na pierwszy plan wychodzi doping drużyny. Jak się zaczyna mecz, idzie się na młyn i się śpiewa. Najpierw podnosimy w górę szaliki i śpiewamy hymn: „Za te czterdzieści lat! Za trzeciej ligi smak! Na Mistrza Polski przyszedł czas! To Polonia Warszawa! I przyjdzie taki dzień, ten ukochany dzień, że mistrza Polski będzie mieć Konwiktorska numer 6”. To moja ulubiona piosenka.

Kibicowanie to także towarzyszenie drużynie na meczach wyjazdowych. Ten składnik wizerunku kibica akcentuje tylko jedna z bohaterek reportażu, mówiąc:

[13] Od trzech lat jestem na każdym meczu na miejscu i większości wyjazdów. Wyjazdy to jedna wielka impreza. Pije się, kibice się integrują, tam się rodzi najwięcej przyjaźni. Policja nas eskortuje, to nie jest fajne, bo nie możemy decydować o sobie. Wyznaczają nam trasy i błakamy się na przykład pięć godzin po Śląsku, zamiast jechać prosto na miejsce, każą zatrzymać się w polu, choć w autokarze jest wiele dziewczyn, które chciałyby skorzystać z toalety.

Z kibicowaniem wiążą się jednak także różnorodne przejawy agresji. Bohaterki reportażu mówią o tym niechętnie, ale samego zjawiska nie ukrywają. Opowiadają zarówno o *ustawkach*, czyli zorganizowanych bójkach, jak i o przejawach fanatyzmu (rasizmu czy nacjonalizmu). Reprezentują przy tym nie tylko środowiskowy, ale indywidualny (ewoluujący lub trwały) punkt widzenia. Oto fragmenty ich wypowiedzi:

[14] Kiedyś mnie jarał klimat na trybunach, kibicowska brać, wydawało mi się, że w tym jest serce piłki, miłość do sportu. Udzielały mi się ich emocje.

Oglądanie meczu własnej drużyny z jej odwiecznym przeciwnikiem jest jak branie udziału w małej wojnie. Pozwala odreagować własne kompleksy, emocje, których zwykle nie wyrażasz. Nie możesz powiedzieć na co dzień: nienawidzę Niemców jak psów, bo nawet tak nie myślisz, ale miło jest patrzeć, jak twój zawodnik sfauluje na boisku zawodnika niemieckiego, a sędzia tego nie zauważy. [...] Ale jak zaczęłam się temu przyglądać, dotarło do mnie, że to raczej miłość do bójk i wyzywania kibiców przeciwnej drużyny. No czysty fanatyzm oparty na przemocy dla przemocy, a piłka nie ma z tym nic wspólnego. W końcu pomyślałam: piłka nożna w wymiarze polskim chyba jest nie dla mnie.

[15] Wiem, że są ludzie, którzy szukają takich emocji. Pamiętam, jak na stary stadion chodziły łyse łby w kapturach – nie na mecz, tylko się bić. Siadali blisko sektora dla przyjezdnych i jak leżały jakieś kamienie, rzucali w nich. Teraz jest monitoring, karta kibica, które kontrolują ruch w strefach. Ale jak byłam w Anglii parę lat temu, to tam polscy kibice na emigracji robili sobie tak zwane ustawki. Na przykład kibice Stomilu Olsztyn ustawiali się z kibicami Wisły Kraków albo Arki Gdynia i się lali. Byłam w szoku. I to jest główny obraz kibica w Polsce, który psuje opinię wszystkim kibicującym. Ale to wcale tak nie wygląda. To że na stadionie śpiewamy piosenki, nawet obraźliwe, przeciwko Polonii czy innym klubom, nie znaczy, że mamy zamiar się z kimś bić.

Kibice chcą być podmiotami życia piłkarskiego. Wierność drużynie łączy z misją wychowawczą. Starają się nie tylko dopingować na konkretnym meczu, ale też wpływać na piłkarzy i poziom ich gry w ogólnym wymiarze. Wątek ten pojawił się w relacji dwóch bohaterek reportażu. Oto fragmenty ich wypowiedzi:

[16] Słyszałam, że były takie sytuacje, że jak Legia źle grała, kibice zaczepiali piłkarzy na ulicy i dawali im do zrozumienia, żeby się ogarnęli. Swoich nie bili, to wiadomo, ale dawali im odczuć, że jak tak będzie dalej, nie będą grać w tym klubie, bo tu rządzą kibice. Czy faktycznie rządzą? Nas jest dużo, mamy siłę przebicia.

[17] Nie podoba mi się w piłce, że kibice kibicują, ultrasi robią oprawę, piłkarze nie grają, choć to ich jedyne zadanie. Coraz częściej traktują grę jedynie jako sposób zarabiania pieniędzy. U nas w drużynie też się to zdarza. Czy kibice coś z tym robią? Są przyśpiewki, co myślą na ten temat, na przykład: „Dzięki, piłkarze, za wspaniały mecz, przegraliście znów, to normalna rzecz” albo „Jak spadniecie z ekstraklasy, to urwiemy wam kutasy”. Wiem, że w innych klubach kibice przychodzili na treningi i ostro wygarniali piłkarzom, co o nich myślą, zdarzało się, że zabierali im koszulki na znak, że są niegodni, by grać z godłem klubowym.

Kibicowanie jest dla bohaterek reportażu treścią życia, sposobem na życie, jego kwintesencją, najważniejszą oprawą innych zdarzeń i czynności, chociaż każda z nich nieco inaczej postrzega i ocenia tę typową dla kibiców postawę¹⁶. Odwołajmy się do dwóch fragmentów zwierzeń:

[18] O tym, że kibicuję, wiedzą wszyscy znajomi. Nawet na moim wieczorze panińskim dziewczyny miały na twarzach maski piłkarzy Legii z różnych lat, a ja musiałam zgadywać, co to za zawodnik i kto się kryje za maską. Jako prezent ślubny dostaliśmy z Krisem bilety na Euro, a nasz świadek podarował nam sesję foto na stadionie Legii. Żałuję tylko, że na murawę, nawet bez butów, nam wejść nie pozwolili.

Mam cały zestaw koszulek, wszystkie z moim imieniem, które wkładam na mecze, szaliki. Jak w sklepiu Legii zobaczyłam śpioszki i inne gadżety dla dzieci w barwach klubowych, rozczuliłam się. Na pewno kupię takie swoim dzieciom. Ostatnio, jak moja świadkowa urodziła dziecko, dostała ode mnie legijny śliniaczek.

Przestać kibicować? No, chyba żartujesz. Moje dzieci muszą pójść ze mną na Legię.

[19] Polonia to moje życie, najważniejsza dla mnie rzecz. Zawsze jest na pierwszym miejscu. Jak miałabym do wyboru mecz i randkę, poszłabym na mecz.

Z dotychczasowych opisów wynika, że każda z bohaterek reportażu przedstawia się jako prawdziwa kibicka, a zarazem pod pewnymi względami typowa reprezentantka środowiska. Własny wizerunek jest kreślony z wyeksponowaniem środowiskowego punktu widzenia. Lektura całości przekonuje jednak, że żadna z nich nie mieści się całkowicie w takim obrazie. Dlaczego nie są jedynie fanatycznymi kibicami, zaangażowanymi w życie kibiców konkretnych drużyn? O ich oryginalności decydują indywidualne przymioty charakteru. Podstawowy parametr odrębności stanowi jednak płęć. Ani w środowisku kibiców, ani poza nim nie są traktowane jako, powiedzmy, coś normalnego. Każda z nich doświadczyła różnorodnych objawów ostracyzmu. Mówią o tym z dezaprobatą, oburzeniem lub jedynie z pobłażliwą wyrozumiałością.

Zderzyły się w swoim życiu ze stereotypem dziewczynki. Jako niedorośle kobiety przejawiały nietypowe skłonności (zainteresowanie futbolem), były zbuntowane przeciwko zastanym zwyczajom lub wchodziły w swoje nietypowe role niejako naturalnie. Każda ten wątek uwypukla, z reguły sprowokowana do zwierzeń przez pytanie dziennikarki. Zacytujmy fragmenty poświęcone wspomnianej problematyce:

¹⁶ Zob.: K. Gileta, *Czy negatywny stereotyp kibica może zostać przełamany? ...*, dz. cyt., s. 179.

[20] Piłka nożna wzięła się u mnie stąd, że jestem wojującą feministką. Strasznie mnie zawsze drażniły stereotypowe podziały typu dziewczynka bawi się lalkami, a chłopcy samochodzikami. Moja pasja zaczęła się w liceum w czasie mistrzostw Europy w Austrii i Szwajcarii. Zobaczyłam tam zespół Holandii i spodobała mi się ich dynamiczna gra, radość z piłki. Kroczek po kroczku, od jednego meczu do drugiego, aż w końcu zaczęłam być lepsza w znajomości zasad, piłkarzy, drużyn, historii od mojego ojca i brata.

Wcześniej byłam ofiarą patriarchy (*śmieje się*). Tata i brat oglądali mecze przed telewizorem, a ty, dziewczyno, idź do kuchni, zrób nam coś do jedzenia. [...] Teraz pytają mnie, czy oglądałam jakiś mecz i jak mi się podobał.

[21] Jestem z Muranowa, mieszkam blisko stadionu. Od małego grałam w piłkę nożną. Nie, nie w żadnym klubie, bo tata uważał, że to nie sport dla dziewczyny. Po prostu kopałam piłkę z kolegami pod blokiem. Pięć lat temu koledzy z osiedla wzięli mnie na mecz.

Kibicka Legii nie eksponuje płci i nie opowiada o jakichkolwiek przeżyciach negatywnych, związanych z byciem kobietą. Pozostałe osoby dostrzegają ten problem, ale reagują odmiennie. Kibicka Polonii czuje się mimo wszystko członkinią wspólnoty kibiców i akceptuje w pełni podrzedną pozycję kobiet:

[22] Dziewczyny w ruchu kibicowskim? Na Polonię przychodzi ich dużo, ale takich mocno zaangażowanych, aktywnych jest kilka. Są tolerowane, mogą działać, ale nie są traktowane na równi. Nie są dopuszczane do podejmowania decyzji związanych z ruchem. Czy czuję się wykluczona? Raczej zadowolona, czasem im mniej się wie, tym lepiej.

Kibicka FC Barcelona jest najbardziej krytycznie nastawiona do różnorodnych przejawów dyskryminacji kobiet (bo w takich kategoriach przestrzega to zjawisko). Wyraża swą postawę dostatecznie jasno i dobitnie, wystarczy więc zacytować następujące fragmenty jej wypowiedzi:

[23] Cały czas zdarza mi się spotykać z pobłażliwością mężczyzn wobec mojego kibicowania. Najpierw mnie sprawdzają, wypytyują o konkretnych zawodników, mecze. [...] Potem to traktowanie staje się bardziej partnerskie, ale chyba jako kobieta tracę w ich oczach i staję się bardziej kumplem. Bo panuje przekonanie, że prawdziwa kobieta piłką się nie interesuje. Taka, która się na tym zna, to coś nienaturalnego, jak kobieta z wąsami.

Mężczyźni uwielbiają kibicki, ale pod warunkiem, że są śliczne, mają długie włosy i przychodzą na stadion w staniku w barwach narodowych z piersiami na wierzchu. Nie powinny interesować się piłką nożną, tylko przyjść na mecz i kibicować drużynie, skacząc i potrząsając biustem. Bardzo seksistowskie.

W reportażu stykamy się z trzema różnymi wizerunkami kibicek. Aneta z Opoła zyskuje najbardziej bogaty i barwny portret. Przedstawia się jako buntownicza, osoba zdobywająca stopniowo coraz większą wiedzę o futbolu i jego funkcjonowaniu, zaangażowana kibicka jednej drużyny (można rzec kibicka subkulturowa), profesjonalistka bardzo krytyczna wobec niektórych zwyczajów polskich kibiców. Tonuje jednak swój sceptycyzm i kibicuje drużynie narodowej na Euro.

[24] Za to kiedyś byłam na zwycięskim meczu reprezentacji Polski z Austrią i pierwszy raz zobaczyłam osoby dumne z tego, że są Polakami, mają takie godło, hymn. Nigdy nie czułam tak fajnego, wesołego patriotyzmu. Na Euro pomaluję twarz farbami biało-czerwonymi. Nosilaś kiedyś na sobie barwy swojego kraju? To bardzo przyjemne, gdy widzisz, że tyłu ludzi wokół ciebie robi to samo w imię jednej pozytywnej idei. Kochamy Polskę! Wow!

Pozostałe bohaterki reportażu to typowe kibicki konkretnych drużyn, postrzegające kibicowanie od wewnątrz, bez dystansu, z pełnym zaangażowaniem. To one zwracają uwagę na to, że kibicowanie stanowi najważniejszą treść życia, przesądza o stylu bytowania. To one mówią zarówno o solidarności grupowej, honorze, jak i o patriotyzmie jako wartościach podstawowych, które decydują o wizji świata typowej dla kibiców. To one zwracają uwagę na niesprawiedliwość stereotypowego wizerunku kibica. Wszystkie bohaterki natomiast starają się pokazać, że obraz kibica jest zróżnicowany, dynamiczny, podmiotowy (one są tego przykładem) i daleki od wyobrażeń, jakie utrwalają media.

Jaką rolę odgrywa w portretowaniu bohaterek kibicowski socjolekt? Odpowiedź ogólna mogłaby być krótka. Zakres użycia różnych składników tego socjolektu jest bowiem dopasowany do charakteru wizerunku. Najmniejszy obserwować można w wypowiedziach Anety z Opoła. W jej sposobie mówienia o futbolu i kibicowaniu odzwierciedlają się zmiany postaw zarówno w stosunku do przedmiotu zainteresowań, jak i innych aspektów życia. Składniki kibicowskiego folkloru w formie przyśpiewek oraz wybrane nazwy realiów funkcjonują jedynie w tych fragmentach jej relacji, które dotyczą kibicowania zaangażowanego subkulturowo (zob.: przykład 10). Bohaterka wprowadza do swej wypowiedzi na zasadzie relewancji następujące nazwy socjolektalne: *ultrasi* 'najbardziej zaangażowani kibice', *flagi sektorówki* 'flagi rozciągane nad całym sektorem' i cytuje dwie przyśpiewki. Można rzec, niewiele. Nawet opowiadanie o subkulturowym epizodzie nie wywołało chęci przełączenia kodu. W kolejnych partiach swej wypowiedzi bohaterka reportażu eksponuje dystans do pol-

skiego futbolu, ostro i negatywnie ocenia związaną z nim przemoc (postawy rasistowskie), łącząc w stylu wypowiedzi wyszukaną polszczyznę (dostrzec trzeba przy tym elementy ujęcia profesjonalnego) z ekspresywną potocznością, która staje się nie tylko wyrazem zaangażowania, lecz także znakiem wiarygodności. Wymienione cechy jej wysłowienia ujawniły się już w cytowanych wypowiedziach (zob.: przykłady: 7, 10, 14, 20, 22). Dla uwyraźnienia wspomnianych kontrastów przytoczę więc jeszcze następujący fragment, w którym zwraca uwagę sąsiedztwo młodzieżowego *jarać się* 'fascynować się, przejawiać wobec czegoś nadmierny entuzjazm' (zob.: SGM, 55; SH 74), potocznego *patałach* 'człowiek robiący coś nieumiejętnie, niezdarnie, nieradzący sobie z czymś, dyletant' (SPP, 234) z leksyką tematyczną, odnoszącą się do futbolu, ale powszechnie znaną: *poziom gry, mecz, podać piłkę, reprezentacja, ekstraklasa, drużyna narodowa*:

[25] Druga rzecz to poziom gry. Jeszcze parę lat temu oglądałam wszystkie mecze, jakie leciały w telewizji albo były u mnie w mieście, i naprawdę się tym jarałam. Teraz oglądam mecze z najwyższej półki, bo są najładniejsze. Szkoda mi czasu na patałachów, którym się płaczą nogi i nie potrafią dobrze podać piłki, a tak niestety jest w polskiej reprezentacji i ekstraklasie. Jeszcze nigdy nie byłam dumna z drużyny narodowej, nie miałam poczucia, że nasza piłka się odrodziła.

W wypowiedzi Angeli, kibicki Legii, zbiór leksyki socjolektalnej jest znacznie bogatszy. Te partie reportażu pokazują też, w jaki sposób owa leksyka jest wzbogacana i uzupełniana przez leksykę tematyczną, znaną gronu szerszemu niż środowisko kibiców. Wymieńmy te wyrazy bez komentarza (w kolejności użycia przez bohaterkę reportażu): *mecz, konfetti, serpentyny, sektor rodzinny, stadion, karnet, muzeum Legii, wycinki, zeszyt z wycinkami, kibicować X-owi, grać, śpiewać, krzyczeć, piłkarz, klub, legionista, szalik, polonista* (kibic Polonii Warszawa), *mieć na sobie barwę (klubową), monitoring, karta kibica, sklepik Legii, śpioszki i inne gadżety w barwach klubowych, legijny śliniaczek*.

Spośród leksemów współtworzących zasób słownictwa socjolektalnego Angela wprowadziła do swej wypowiedzi następujące jednostki leksykalne: *żyleta* 'sektor dopingujący piłkarzy Legii', *oprawa* 'wizualna strona dopingu', *zagrzewający* 'osoba dyrygująca dopingiem', *inicjować akcje* 'rozpocząć określone sekwencje dopingu', *kartoniada* 'wzór, jaki tworzy się z kart podniesionych przez kibiców na specjalny sygnał', *fala* 'wywołane stosownym sygnałem, rytmiczne podnoszenie i opuszczanie rąk przez kibiców', *ustawka* 'zaplanowana bójka między kibicami różnych drużyn'. Status podwójny, jak się wydaje, ma określenie *fan* (*fanka*), które w języku

kibiców oznacza 'podgrupę kibiców, którzy nie wyjeżdżają z drużyną na mecze poza jej siedzibę i nie są zainteresowani walkami z innymi kibicami'¹⁷. W języku potocznym *fanem* określa się zwolennika kogoś lub czegoś. Bohaterka reportażu, jak wynika z analizy użyc, posługuje się obiema wersjami wspomnianego leksemu.

Sonia, kibicka Polonii, przedstawiając się w roli zwolenniczki konkretnego klubu piłkarskiego, łączy w swych wypowiedziach wymienione już warstwy leksyki. Socjolekt kibicowski reprezentują następujące leksemy: *młyn*, *ultrasi*, *oprawa* (już objaśniane), *chuligani* 'kibice, którzy walczą w imię swojego klubu' (choć to leksem o zasięgu szerszym niż socjolektalny)¹⁸.

Analizy pokazują, że socjolekt jest w reportażu prezentowany wybiórczo, gdyż zarówno same bohaterki, jak i reporterka zdają sobie sprawę z jego egzotyczności. Formy socjolektalne (leksykalne i tekstowe) pojawiają się jako elementy jedynie inkrustujące wypowiedzi kibicek. Poczucie egzotyczności jest tuszowane w sposób znany z innych reportaży¹⁹, ponieważ każda z bohaterek z reguły objaśnia użyte przez siebie słowa. Wrażenie redundancji odnosimy po lekturze całości. Dziennikarka nie redukuje bowiem wspomnianych objaśnień i wprowadza jeszcze jako dodatek do tekstu *Słownik kibicki*, w którym tłumaczy znaczenia następujących leksemów: *ultrasi*, *młyn*, *żyleta*, *oprawa*, *flagi sektorówki*, *pirotechnika*, *kartoniady*, *szkocja*, *fala*, *pikniki*, *gniazdowy*, *ustawka*.

Autentyzm zachowań komunikacyjnych bohaterek reportażu jest sygnalizowany za pośrednictwem kilku współwystępujących warstw leksyki: terminów i leksyki tematycznie wyspecjalizowanej, potocyzmów, młodzieżowych slangizmów i składników kibicowskiego socjolektu. Proporcje między wspomnianymi warstwami mają być sygnałami różnic w kształcie wizerunku bohaterek. Socjolekt nie jest jednak w ich przypadku podstawowym środkiem manifestowania solidarności grupowej i dlatego może być przedstawiany wybiórczo.

W najmniejszym stopniu utożsamia się z grupą Aneta z Opola, która zmieniła barwy klubowe, gdyż dostrzegła różnorodne przejawy agresji i fanatyzmu zarówno w grupie kibiców, z którą się początkowo utożsamiała, jak i w szerszej traktowanym środowisku kibiców. Ona eksponuje dystans wobec środowiska kibicowskiego:

¹⁷ K. Gileta, *Czy negatywny stereotyp kibica może być przełamany?...*, dz. cyt., s. 176.

¹⁸ Tamże, s. 176.

¹⁹ Zob.: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 76–78.

[26] Na meczach nigdy się nie bałam. Jestem mała, zwinna, w razie czego potrafiłabym uciec. Na naszych meczach ligowych były co najwyżej przekrzykiwania albo przepychanki oddzielone kordonem policji. Choć zdarzyło się, że musiałam się usuwać przed policją, która na „meczu śmierci”, czyli dwóch nienawidzących się drużyn, rozdzielała kibiców rzucających w siebie kamieniami, butelkami. Wkurza mnie, że na powstrzymywanie takich idiotów idą nasze podatki.

[27] Ale przykre, że w Polsce w kibicowaniu ten nacjonalizm wychodzi w takiej formie. Wielokrotnie mnie zadziwiało zachowanie znajomych kibiców, na co dzień osób otwartych i tolerancyjnych, którzy w czasie oglądania meczów potrafili czarnoskórych zawodników, nawet własnych, wyzywać od małp.

Pozostałe bohaterki reportażu manifestują związek ze środowiskiem i solidarność grupową, mówiąc o tym wprost lub posługując się odpowiednimi formułami gramatycznymi, a także milcząc dyskretnie o niewygodnych dla kibiców aspektach ich działań. Oto stosowne fragmenty ich wyznań (zob. ponadto przykłady: 15 i 18):

[28] Nie jestem fanką piosenek, które bluźnią na przeciwnika w stylu: „Wisła to kurwa...”, ale nie ukrywam, że jak cały stadion śpiewa, to ja też. [...] My, kibice, dopingiem chcemy wyzwolić w piłkarzach energię [...]. My, kibice, kochamy piłkarzy [...]. Czy się boję na życie? Nie, przecież jestem wśród swoich. Legionistów się nie tyka, nas jest zawsze więcej [...].

[29] Bicie? To chuligani, nie ultrasi się biją. Uważam, że jak ktoś chce się bić, jego sprawa. [...] Czy byłam świadkiem bitwy? O tym nie będę mówić. To się rozwiązuje we własnym gronie. Ostatnio była u nas niemiecka telewizja i pytali, czy często bijemy się w lasach. Taki wizerunek polskiego kibica kreują media. Moim zdaniem nieprawdziwy. Kibic to inteligentny człowiek, a nie dzikus z trybuny. [...] Nastroje patriotyczne dobrze świadczą o kibicach, że nie wstydzą się swojej tożsamości, że Polska jest dla nich ważna. Historia Polonii jest związana z historią Powstania Warszawskiego. Poloniści biorą udział w świętach narodowych, składają znicze, wieńce, przygotowują oprawy w związku ze świętami [...].

Można powiedzieć, że jednym ze składników wizerunku kibicki jest walka ze stereotypem środowiska²⁰.

Konkludując, chcę przypomnieć, że socjolekty stanowią cenne tworzywo zróżnicowanych gatunkowo komunikatów prasowych. Nadaje się im

²⁰ K. Gileta, *Czy negatywny stereotyp kibica może zostać przełamany? ...*, dz. cyt., s. 178–181.

rozmaite funkcje i zmienia zakresy oraz sposoby prezentacji²¹. W analizowanym reportażu (ze względu na jego kolażową strukturę i nastawienie dokumentacyjne oraz interwencyjny wydźwięk) zakresy użycia socjolektów kibicowskich są zmienne. Wypowiedzi trzech kibicek zyskują kształt subiektywnych i zindywidualizowanych głosów przedstawicielek środowiska. W budowaniu wizerunków bohaterek reportażu formy socjolektalne (leksykalne i tekstowe) współgrają ze składnikami polszczyzny fachowej, potocznej i młodzieżowego slangu, stanowiąc znamię autentyczności ich zachowań, postaw i opinii. Dobór wszelkich form językowych jest podyktowany działaniem zasady relewancji przedmiotowej (specjalizacja tematyczna wypowiedzi) i podmiotowej (subiektywny, choć respektujący postawy środowiska punkt widzenia). Użycie form socjolektalnych jest znakiem solidarności grupowej, służy kształtowaniu wizerunku grupy i demaskowaniu jej obrazu utrwalonego w stereotypach.

Analizowany reportaż ma niezbywalne walory poznawcze. Jest twórczą realizacją poetyki gatunku i znakomitą prezentacją warsztatowych umiejętności autorki, która w kolażowo skomponowanym przekazie tworzy nową jakość komunikacyjną, zostawiając jednak ślady dziennikarskiej kuchni.

²¹ Zob.: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości...*, dz. cyt., s. 67–88.

Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne

Publicystyka jest utrwaloną i długo uprawianą dziedziną aktywności dziennikarskiej (choć przekracza też te sfery, jak wiadomo). Charakteryzowano ją w obrębie medioznawstwa na tyle często i skrupulatnie, że można żywić przekonanie o bogactwie wiedzy na jej temat, by nie powiedzieć o wyczerpaniu tematu. Dlaczego zatem podejmuję próbę włączenia się w ramach tego szkicu w pomnażanie zasobu danych? Powód podstawowy wiąże się z metamorfozami dziennikarstwa w XXI wieku, z dynamiką i kierunkami przemian, z zacieraniem granic między najważniejszymi strefami i formami działalności dziennikarskiej¹.

Obserwacje współczesnej prasy, nawet tej tradycyjnej, pozwalają mówić o zmianach w obrębie gatunków dziennikarskich grupowanych w zbiór gatunków informacyjnych i gatunków publicystycznych. Niewielkie są jednak modernizacje wzorców w ich aspekcie strukturalnym, decydującym o tożsamości gatunkowej. Niewielkim zmianom podlegają cele komunikacyjne poszczególnych gatunków, sytuowanych w obrębie publicystyki. Mają one służyć, przypomnijmy, interpretowaniu różnorodnych zdarzeń (aktualnych lub historycznych) i przekonywaniu odbiorców prasy do prezentowanej interpretacji. Niektóre gatunki mogą też pełnić funkcje bliskie agitacji. Niektóre służą krytyce i satyrze. Inne mają za zadanie jedynie zabawić czytelnika i sprawić mu przyjemność.

Obecnie dąży się nie tyle do eksponowania konkretnej funkcji w ramach przekazu reprezentującego określony gatunek, co do owych funkcji, mówiąc potocznie, miksowania. Rzadko też zdarza się respektowanie reguły niegdyś dla dziennikarzy obligatoryjnej, by interpre-

¹ Zob.: M. Wojtak, *Metamorfozy gatunków prasowych...*, dz. cyt., s. 362–372.

tację (ocenę) oddzielać od powiadamiania. Świat przedstawiony w ramach gatunków publicystycznych jest światem wyprofilowanym (tu nie zaszła istotna zmiana). Różnica w stosunku do, powiedzmy to tak, tradycyjnej publicystyki polega na sposobie profilowania. Nie jest już ważny, czy może raczej mniej jest ważny, punkt widzenia redakcji (jej linia ideowa) bądź konkretnego publicysty. Świat jest przedstawiany przede wszystkim z punktu widzenia bohatera przekazu i z myślą o potencjalnym odbiorcy.

Wszystkie te modyfikacje nie mogły pozostać obojętymi dla stylistycznego kształtu tekstów publicystycznych.

Zanim zajmę się bliższą charakterystyką głównych nurtów stylizacyjnych współczesnej publicystyki prasowej, chcę powrócić do dotychczasowego sposobu ujmowania publicystyki przez badaczy różnych nurtów medioznawstwa. Nie będzie to jednak zdanie sprawy ze stanu badań. Wiedza na ten temat jest tak upowszechniona, że można na użytek niniejszego szkicu z powodzeniem zrezygnować z obowiązku jej wszechstronnej prezentacji. Przypomnę zatem jedynie słownikową, a więc zbierającą dane, definicję. Publicystyka to „zbiorcza nazwa dla wszystkich gatunków dziennikarskich, które służą interpretacji i komentowaniu zjawisk życia społecznego, politycznego, ekonomicznego, kulturalnego oraz wywieraniu wpływu na opinię publiczną”². Przypomnę ponadto, że do zbioru gatunków publicystycznych zalicza się na ogół: komentarz, felieton, artykuł publicystyczny, esej, recenzję (czasem także wywiad i reportaż), by wymienić jedynie gatunki prasowe lub multimedialne³.

Współczesna publicystyka kontynuuje wybrane tendencje swego bogatego dziedzictwa. Nie da się już jednak ująć całkowicie w dawniej wypracowane ramy. W niniejszym artykule chcę zaproponować interpretację kilku tendencji, pokazujących style uprawiania publicystyki w obecnej dobie. Nie twierdzę, że to prezentacja kompletna. Nie twierdzę, że oddaje tendencje dominujące. Nie twierdzę, że wszelkie tezy interpretacyjne mają wielką moc. Chcę po prostu do swoich i cudzych opisów dodać garść spostrzeżeń, które będą się odnosić raczej nie do poziomu gatunkowego ukształtowania tekstów, lecz do ich organizacji dyskursywnej. Chcę pokazać, w jaki sposób w konkretnych tekstach, które są odzwierciedleniem zarówno dyskursu, jak i gatunku, łączą się i spleta

² Z. Bauer, *Publicystyka*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej...*, dz. cyt., s. 169.

³ Zob. m.in.: W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzyński, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 79–96; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język...*, dz. cyt., s. 85–109; M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 29–38.

w oryginalną całość to, co ponadindywidualne, zestandaryzowane bądź szablonowe.

Gatunek ujmuję, by przypomnieć niezbędne na użytek tego opracowania konstatacje, jako model organizacji tekstu z natury polimorficzny (o zmiennych zakresach polimorficzności), a więc obejmujący wariant kanoniczny wzorca, warianty alternacyjne i adaptacyjne. Zakładam ponadto wielopłaszczyznowość organizacji modelu, obejmującą aspekty: strukturalny, poznawczy, pragmatyczny i stylistyczny⁴. Zróżnicowany jest przy tym stopień normatywności wzorców, a wzorce gatunków medialnych mają charakter wzorców elastycznych. O możliwościach modyfikacji decyduje też żywotność okazów, czyli indywidualnych realizacji reguł wzorca. Modele gatunkowe są bowiem zanurzone w dyskursie, czyli całościście praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności⁵. Dyskurs medialny tworzy pryzmatycznie ułożoną, skomplikowaną siatkę strategii, celów i form komunikacji. Jest oparty na paradoksach i ma charakter absorpcyjny⁶. W ramach tak ujmowanego dyskursu mieszczą się tendencje stylizacyjne, modyfikujące współczesną publicystykę.

Zbiór owych tendencji, a więc sposobów uprawiania publicystyki we współczesnej prasie polskiej, obejmuje w moim odczuciu cztery kategorie: publicystykę autotematyczną, publicystykę naturszczykowską, publicystykę wystudiowaną (wyrafinowaną) i publicystykę zaszyfrowaną. Zarówno wyodrębnione tendencje, jak i określające je terminy są moją propozycją interpretacyjną⁷. Spróbuję zająć się bliższą i bardziej szczegółową charakterystyką wyodrębnionych stylów. Ograniczam przy tym prezentację każdej z tendencji do jednego tekstu. Tylko wtedy bowiem będę mogła pokazać szczególne (typowe dla współczesnej publicystyki) napięcie między okazowym (jednostkowym) charakterem przekazów prasowych a ich dyskursywnymi i gatunkowymi uwikłaniami. W tym miejscu trzeba też jeszcze zaznaczyć, że podstawowy nurt publicystyki (zwłaszcza tej rodem z tygodników opinii) jest zgodny z tradycją zarówno co do tematyki, jak i sposobu jej ujmowania z cechami stylistycznymi włącznie.

⁴ M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 16–19.

⁵ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu...*, dz. cyt., s. 12.

⁶ Tamże, s. 15. Zob. ponadto: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy...*, dz. cyt., s. 13–25.

⁷ W badaniach medioznawczych taki stan nie może dziwić w sytuacji nauk o mediach (medioznawstwa), czerpiących metody i terminologię z innych dyscyplin oraz pozwalających poszczególnym badaczom na wprowadzanie indywidualizmów terminologicznych. Zob.: W. Pisarek, *Terminologia nauk o mediach...*, dz. cyt., s. 23.

Publicystyka autotematyczna

Sam termin oraz jego zakres i po części znaczenie zapożyczam z nauki o literaturze. Jak wiadomo, termin *literatura autotematyczna* odnosi się do takich eksperymentów literackich z XX wieku, w ramach których tworzone utwory przesycone refleksjami na temat samego pisania⁸. Przez analogię można mówić, że publicystyka autotematyczna to publicystyka o publicystyce. Spotkać można bowiem nierzadko wypowiedzi dziennikarskie (komentarze lub felietony, czasem artykuły), w których snuje się refleksje na temat sposobu uprawiania publicystyki, pozytywnie lub negatywnie ocenia się typowe dla niej tendencje. Można zaryzykować stwierdzenie, że do gatunków, w których autotematyczność realizuje się najłatwiej, należy felieton. Spostrzeżenia na temat publicystyki, które w medioznawstwie otrzymują kształt wypowiedzi naukowej, a więc w określony sposób uporządkowanej, logicznej i ujętej z odpowiedniego (racjonalnego) punktu widzenia, przy użyciu fachowej terminologii, w tekstach publicystycznych przybierają formę prześmiewczą, żartobliwą lub w inny sposób subiektywną. Dominuje w takich wypowiedziach odniesienie metapublicystyczne. Odślania się w nich tajniki warsztatu pisarskiego, wypowiada określone sądy i opinie, dotyczące tematyki tekstów publicystycznych (i sposobu jej ujęcia), samego pojęcia publicystyki (zwłaszcza jej istoty) itd.⁹

Jako przykład tekstu, w którym przedstawione tendencje znajdują wyraziste odzwierciedlenie, posłuży wypowiedź wydrukowana w zbiorze felietonów, czyli tekst Marcina Wichy zatytułowany *No, bez przesady* [TP 12–24 III 2013]. Tekst odznacza się dużymi jak na felieton rozmiarami. Strukturalnie naśladuje wiadomość (artykuł), ponieważ składa się z przytoczonego już tytułu, nad którym figuruje akapit przypominający lid, oraz kilkuspaltowego korpusu, podzielonego na segmenty na pomocą śródtytułów. Odzwierciedla z całą pewnością typową dla mediów tendencję dyskursywną, jaką jest w odniesieniu do prasy, wspomniana już, absorpcja.

Jakie cechy publicystyki, jakie tendencje w jej redagowaniu, a nawet jakie ogólniejsze strategie dyskursywne pokazuje autor w tekście prezentującym tendencje do autotematyzmu?

Na pierwszym miejscu wymienić trzeba ignorowanie reguły, która w latach 90. XX wieku stanowiła żelazny składnik dziennikarskiego

⁸ Zob.: STL, s. 48.

⁹ Nadmienić wypada w tym miejscu, że w literaturze medioznawczej spotkać można się z uwagami dotyczącymi autotematyzmu mediów, rozumianego jednak jako tendencja do sprzedawania samych siebie, a więc informowania o wszelkich zmianach, zwłaszcza personalnych. Zob.: G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 241.

credo, a mianowicie postulatu oddzielania informacji (powiadamiania o faktach) od komentowania (interpretowania, agitowania itd.). Autor ujmuje to zagadnienie w sposób typowy dla współczesnej publicystyki, wprowadzając interakcyjny styl komunikacji, czyli włączenie odbiorcy do symulowanego kontaktu bezpośredniego (pytanie, *my* inkluzywne). Oto fragment tekstu:

[1] Czy pamiętacie, że we wczesnych latach 90. artykuły zaopatrywano w specjalne notki z komentarzami redakcji? Najpierw akapity suchych faktów. Poniżej – opinie wydrukowane kursywą (co stanowiło typograficzny wyraz skromności).

Dziś już nie czytamy tekstu, żeby poznać fakty i wybuchnąć szczerym oburzeniem. Teraz oburzenie jest wstępem, warunkiem koniecznym, by w ogóle podjąć trud lektury. W Internecie każdy nagłówek płonie świętym ogniem.

Na tym jednak nie koniec. Znoszenie granicy między komentowaniem a faktografią nie oddaje istoty i dynamiki zmian. Ważniejsza jest bowiem supremacja komentarza. Synkretyzm dyskursywny przerodził się w komunikowanie substytucyjne. Komentowanie jest zjawiskiem tak powszechnym, że niektóre celne komentarze, zwłaszcza autorstwa polityka, stać się mogą najgorętszą informacją, czyli *newsem*. Powstają faktoidy, fakty medialne i tym podobne zjawiska, które funkcjonują jako składniki telewizyjnych serwisów informacyjnych. Publicysta postrzega te zjawiska w następujący sposób:

[2] Tak zwane telewizje informacyjne (a także radiostacje, nie wspominając już o portalach i Facebooku) zostały całkowicie zdominowane przez komentarze – czasem tylko przerywane reklamami lub jakimś strzępem informacji. Jeżeli trafi się wyjątkowo jędrny komentarz (coś w rodzaju szczawiu i mirabelek), sam awansuje do rangi newsa, przez co stanie się obiektem kolejnych komentarzy. Koło się zamyka.

Kolejna subiektywnie wyeksponowana prawidłowość dotyczy upublicystyczniania informacji (wiadomości) przez użycie takich środków językowych, które służą spotęgowaniu wyrazistości komunikatu¹⁰. Zamiast leksyki neutralnej, prezentującej jakieś zjawisko w miarę obiektywnie, wprowadza się leksykę o silnym nacechowaniu ekspresywnym, leksykę hiperbolizującą. Nawet jeśli użyta jest metaforycznie, budzić może niepokój, nastrojać pesymistycznie, ponieważ nadaje komunikatom dramatyczny charakter, z najmniejszego, czasem błahego wydarzenia czyniąc

¹⁰ Zjawisko to nienowe. Zob.: G. Majkowska, *O języku mediów...*, dz. cyt., s. 232–233.

sensację. Publicysta „Tygodnika Powszechnego” nazywa to zjawisko *astronomicznym wzmożeniem*, analizując zasadność użycia w komunikacji o skutkach przejścia meteoru nad Czelabińskiem słowa *spustoszenie* i powiadamanie o tym, że kolejna asteroida *dosłownie otrze się o Ziemię*. Aby własnemu komunikatowi nadać charakter przekazu interesującego i atrakcyjnego, autor odwołuje się do definicji słownikowych, posługuje się parentezą, pytaniem retorycznym i metakomentarzem, w którym widać ślady techniki urealnionego absurdu, typowej dla przekazów satyrycznych. Oto fragmenty tekstu:

[3] Ostatnio powiedzieli w „Wiadomościach”, że Czelabińsk został spustoszony przez deszcz meteorów. Sprawdziłem w słowniku: „spustoszyć” – obrócić w pustkowie, w ruinę, rabując, ogołocić, zdewastować, zniszczyć”. Do Czelabińska ten opis pasuje jak ulał. Ale czemu winić meteoryt? On tylko wybił trochę szyb. [...]

W ramach astronomicznego wzmożenia TVN zapewniał, że kolejna asteroida „dosłownie otrze się o Ziemię”. Zaraz się też pojawił ekspert, który, cierpiąc w marznącej mżawce (ekspert zawsze musi cierpieć w marznącej mżawce), wyjaśnił, że asteroida znajduje się dziesiątki tysięcy kilometrów od Centrum Nauki Kopernik. W skali kosmosu to naprawdę niedaleko. Mimo wszystko wyraz „dosłownie” wydaje się pewnym nadużyciem.

Analogiczne zjawiska wyśmiewa Marcin Wicha we fragmencie swej wypowiedzi zatytułowanym *Seryjny morderca*. Odwołując się do procesów demetaforyzacji metafory z dyskursu politycznego, autor krytykuje użycie słowa *zabijać* w komentarzach do zmian personalnych w rządzie. Nie jest też zachwycony określeniem *mord polityczny* ani *grillowanie*. Posługując się środkami typowymi dla publicystyki, szydzi z dominujących w niej tendencji warsztatowych. Oto fragmenty tekstu:

[4] Wszystkie znaki na niebie i ziemi zwiastowały kłęski i nadzwyczajne zdarzenia w polskim rządzie. Los ministra sprawiedliwości zawisł na włosku. W oczekiwaniu na ostateczną decyzję premiera czytaliśmy komentarze. Powtarzał się w nich czasownik „zabijać”. Cytowano wypowiedź pewnego polityka („Zabił Zytę, żeby oczyścić sobie pole do zabicia mnie”). Opisywano cmentarzyk kolejnych ofiar („zabił Olechowskiego, zabił Schetynę”). Można było odnieść wrażenie, że na szczytach władzy grasuje seryjny morderca. Tak chwytam metaforę. [...] Na szczęście powtarzanie zwrotu „mord polityczny” wszystkich znudziło. Zaczęto mówić o „grillowaniu”. To już lepiej, bo trudno sobie wyobrazić, żeby minister został upieczony na rożnie. Chociaż kto wie?

Autotematyczny charakter ma celna pointa, która dopełnia obrazu publicystyki w publicystyce:

[5] Po prostu obserwujemy słowotok facetów, którzy zaczynają zdanie od trzęsienia ziemi, a potem próbują jakoś dobrnąć do kropki.

Publicystyka naturszczykowska

Naturszczyk to (w jednym ze znaczeń tego leksemu) 'ktoś, kto nie ma wykształcenia w dziedzinie, którą uprawia' [SJPB III, 106]. Co oznaczać może zatem określenie *publicystyka naturszczykowska*? Jest to ten sposób uprawiania publicystyki, w którym dziennikarze oddają głos bohaterom przekazów, a oni zachowują się przed kamerami (czy tylko w rozmowach bądź innych formach kontaktu) naturalnie, lecz jednocześnie ze znajomością praw i reguł komunikacji medialnej. Są więc sobą, ale pamiętają, że komunikat dziennikarski ma być przede wszystkim atrakcyjny, by przyciągnął uwagę odbiorców. Tego typu zachowania komunikacyjne są przez medioznawców nazywane *głosami dopuszczonymi*. W moich opisach dyskursu medialnego mówię o absorpcji – przytoczeniowej lub transformacyjnej (interpretacyjnej)¹¹. Tak skonstruowany przekaz należy bez wątpienia do publicystyki, ponieważ jest aktualny, subiektywny, sugestywny, a więc perswazyjny, oceniający i opiniotwórczy oraz osobliwy pod względem językowym.

Domeną wspomnianego stylu uprawiania publicystyki są różnego rodzaju rozmowy (komunikaty z kręgu wywiadów), niektóre sprawozdania lub inne przekazy reportażowe, przede wszystkim jednak sylwetki¹².

Przykładem tekstu reprezentującego wskazany typ publicystyki będzie artykuł (a właściwie sylwetka w formie artykułu) Sławomira Mizerskiego zat. *Żyła złota* [P 2013/13]. Jest to publicystyczna prezentacja jednego ze skoczków narciarskich – Piotra Żyły. Tytuł należy uznać zatem za rezultat inwencji dziennikarza, który połączył w nim nazwisko bohatera i frazeologizm *żyła złota* 'coś, co przynosi duże dochody' [SJPB VI, 545]. Tekst jest napisany według formuły: bohater o sobie samym w komunikacie uformowanym przez dziennikarza. S. Mizerski prezentuje skoczka właśnie jako naturszczyka w dziedzinie medialnego show¹³. Oto stosowne fragmenty tekstu:

¹¹ M. Wojtak, *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu...*, dz. cyt., s. 16–17.

¹² M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 140–157.

¹³ Warto nadmienić, że ten sam publicysta w analogiczny sposób, choć, by tak rzec, z mniejszą brawurą, opisywał Zbigniewa Bońka. Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 149–151, gdzie znajdują się też uwagi o stopniu trwałości analogicznych praktyk stylizacyjnych.

[6] Żyła, góral z Ustronia, zadziwia, bo przed kamerą zachowuje się jak urodzony showman. Spontaniczny, zniewalający swoim słynnym he he he. W sieci trwa dyskusja, czy jego przenikliwe, ostre he he he jest bardziej zabójcze od legendarnego, ale jednak nieco inteligenckiego he he he trenera Jacka Gmocha (przeważa opinia, że tak).

[7] Kibice są przekonani, że w przyszłym roku będzie lepszy i jeszcze zabawniejszy. Oczywiście pod warunkiem, że przed kamerą nie zacznie się mizdrzyć, pieczołowicie dobierać słów i zastanawiać się, co ma powiedzieć, żeby mądrze zabrzmiało.

Jakie chwytły stosuje publicysta, by powstało wrażenie tekstu wykraczającego swą stylistyką poza dziennikarskie opłotki? Przede wszystkim zderza różne punkty widzenia, oddając głos wielu podmiotom – samemu Piotrowi Żyle, jego rodzicom, trenerom i kolegom, a także internautom. Korpus tekstu staje się konstrukcyjnym przekładańcem o meandrycznym toku narracji. Partie, które należą do publicysty, są stylistycznie homogeniczne z innymi częściami. Mówiąc od siebie, autor pośrednio (mowa pozornie zależna typowa poza literaturą dla reportażu) prezentuje punkt widzenia głównego bohatera. Oto próbka narracji autorskiej:

[8] W Oslo zagrało wszystko, wcześniej bywało różnie. Zawsze miał potencjał, czasami niezłe pojedyncze skoki, ale brakowało powtarzalności. Kilka lat temu skakał tak słabiutko, że wypadł z kadry skoczków, niektórzy nazwali go nie-łotem i beztalenciem. [...] Szturc pomógł mu poukładać technikę i opanować potężną siłę drzemiacą w nogach. I teraz Żyła nadal skacze i jest szczęśliwy, bo, jak mówi, gdyby nie skakał, to nie wie, co by robił.

Są w artykule partie jeszcze bardziej bliskie stylowi wypowiedzianego przez głównego bohatera. Następuje w nich substytucja stylistyczna i publicysta, dla konsekwencji w technice przekazu, stylizuje wypowiedź na aktualną (czasem nawet modną) potoczność, jak w następującym fragmencie:

[9] Zdaniem kibiców Żyła jest super, kiedy strzela śmiechem jak z cekaemu i nadaje jak ujarany. [...]

Zdaniem niektórych kibiców, wykreowany na następcę Małysza Kamil jest trochę nudny, kulturalny, wystudiowany i mechaniczny. Żyła to totalny luz, jeździec bez trzymanki i król słownego chaosu.

Kreśląc publicystyczny, a więc subiektywny i tendencyjny z założenia wizerunek osoby, autor przywołuje nader często słowa swego bohatera. Z tego też powodu tekst staje się naturzszykowski. Czym odznaczają się

wypowiedzi Piotra Żyły? Dlaczego odbiorcy mają wrażenie spontaniczności, naturalności i szczerości jego zachowań komunikacyjnych? Jak to wpływa na styl tekstu publicystycznego?

Odpowiadając na pytania dziennikarzy, skoczek jest, można rzec, fachowy w treści i potoczny w formie. Jego wypowiedzi są spontaniczne, to znaczy budowane ad hoc, pełne przeskoków tematycznych z jednoczesnym trzymaniem się tematu głównego. Kolokwialność składni (przede wszystkim łańcuszkowe łączenie poszczególnych form syntaktycznych), ścisłe (typowe dla wypowiedzi mówionych) trzymanie się sytuacji i sytuacyjne dopełnianie przekazywanych treści, potoczna (także wyspecjalizowana, ale raczej nie terminologiczna) leksyka i włączanie do wypowiedzi elementów parajęzykowych jako tych wypowiedzi idiolektalnego składnika (zob.: przykład 6) – to najważniejsze, jak wolno sądzić, cechy osobliwej mowy, robiącej wrażenie naturalności i zyskującej skoczce wielu sympatyków. Autor artykułu ujmuje wspomniane zagadnienie w następujących słowach:

[10] Najbardziej pozytywna postać w show-biznesie, mówią kibice, chociaż językowo człowiek katastrofa, brawurowo i swobodnie dokonujący przed kamerą gwałtu na poprawnej polszczyźnie.

Aby uzyskać właściwy efekt i nadać tekstowi obrazowy, ekspresywny charakter, publicysta cytuje wypowiedzi swego bohatera, stosownie je zapowiadając i gromadząc owe cytaty w jednym miejscu tekstu:

[11] Pytany o swoje skoki, Żyła odpowiada barwnie i rzeczowo. Np.: „Po trzecim miałem problem dojechać do progu, bo mnie raz dziubło, drugi raz dziubło, ale w sumie spoko, bo dojechać dojechałem, he he”. Albo: „Źle mi się skacze, głupia jest ta skocznia, powinni ją wysadzić. No nie, żartuję, he, he”.

O skokach kwalifikacyjnych w Lahti: „Trochę dziwna sytuacja, tak nie do końca wiedziałem, co się dzieje. Patrę, stromy rozbieg, wszystko fajnie, wyleciałem, nie spodziewałem się, że tak mi odleci. Potem trochę mnie to zdziwiło, ale w drugim skoku wszystko wróciło do normy, tylko po prostu w odwrotnej kolejności, trochę powietrza było na dole, ciut było przyatakowane za agresywnie do przodu, ale to minimalnie, he, he”.

O własnej technice skoku: „Dupa mi trochę spadła, no i mi trochę przerzutu wyszło, nie poszło mi tak trochę nogą. No i telemark też był katastrofa”.

Albo: „Nie mogę skakać do przodu, bo mi wtedy przepada wszystko. Ja muszę do góry, dać jak najwięcej w górę, w pion, plus aktywny dojazd, wtedy jest do kierunku pchane”.

O ułożeniu ciała podczas skoku (najsłynniejsze): „Dupa na buty, garbik, fajeczka i się leciało”. [...]

O fatalnym starcie w Sapporo w 2009 r. opowiada: „Od razu po mojej próbie byłem poważny, inaczej ludzie by pomyśleli: walnął w bułę głupi, a się śmieje. Ale po pięciu minutach mieliśmy niezły ubaw”.

Wielopodmiotowy charakter narracji z dominującym głosem głównego bohatera, który z własnego punktu widzenia opowiada o działalności profesjonalnej, lecz w swoiście ujmowanym medialnym stylu – oto istota publicystyki naturszczykowskiej.

Publicystyka zaszyfrowana

Ten styl uprawiania publicystyki wiąże się z zakamufLOWANymi, ostrymi w istocie i polemicznymi, ale bez ujawniania dokładnego adresu polemiki, ocenami współczesnej publiczności rzeczywistości społecznej bądź politycznej. Domeną takiej publicystyki staje się felieton. Skrajny subiektywizm, stronniczość ocen, zasadnicza ich bezkarność, mowa ezopowa jako forma gry z czytelnikami lub z dysponentami i kontrolerami opinii publicznej – to wszak znane i trwałe cechy felietonu¹⁴. Ten typ publicystyki uprawiają niektórzy felietoniści „Tygodnika Powszechnego”, w szczególności Jan Klata i Stanisław Mancewicz. Ilustracją wspomnianego nurtu publicystyki będzie tekst autorstwa drugiego z wymienionych publicystów zat. *Meander* (TP 13–31 III 2013).

Meandrami – stwierdza autor hasła słownikowego – nazywamy skomplikowany i czasem trudny do zrozumienia bieg czegoś [SJPB II, 499]. Zaprawdę trudno powiedzieć, do jakich wydarzeń politycznych, a raczej sposobów ich prezentacji odsyła autor w swym dygresyjnym i wielotematycznym przekazie. Mówi, to nie ulega wątpliwości, po trosze o języku polityki, o jego zubożeniu, po trosze zaś o zideologizowanej interpretacji wybranych zdarzeń, o zmianach w stylu publicznego komunikowania się. Oto pierwszy akapit felietonu:

[12] Polszczyzna obserwowana nie może się podobać, choć jest to mowa absolutnie klarowna, pozbawiona cienia dwuznaczności. Można rzec, że ludzie polscy przez ostatnie ćwierć wieku bardzo zmienili sposób ogłaszania swych poglądów. Od dwuznacznych, przedziwnie skonstruowanych, wielopiętrowych fraz doszliśmy do komunikatu tak w polszczyźnie jednoznacznego, że bywa, iż mieści się w słowie czteroliterowym.

¹⁴ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 202–237.

Eufemistyczne określenie „cztery litery” (jeśli to dobry trop interpretacyjny) staje się podstawą derywacyjnych poczynań autora, który, jak sam pisze, uprawia na początek „moralizę”, wyrażając opinie na temat poglądów obrońców mówienia rzeczowego i krótkiego oraz mocno bezpośredniego: *powab czteroliterowości; nieokiełznana wolność słowa czteroliterowego jest w istocie jedyną praktykowaną dziś wolnością; w czasach dawniejszych czteroliterowość eliminowała ludzi [...]*.

Tajemniczość, niedopowiedzenie, zasugerowanie i oczekiwanie komunikacyjnej współpracy czytelnika ujawniają się wprost w metatekstowych wyrażeniach, pogłębiających niejasności i poszerzających krąg możliwych skojarzeń. Dominującą figurą wystąpienia staje się aluzja. Już na początku trzeba zaznaczyć, że chodzi o aluzję mocno zakamuflowaną i nie dla każdego jasną, choć felietonista wprowadza sygnały deszyfrujące o różnej skali eksplicytności¹⁵. Oto ilustrujące zjawisko fragmenty tekstu, w których pojawiają się metatekstowe wskaźniki aluzyjności¹⁶:

[13] W czasach dawniejszych czteroliterowość eliminowała ludzi z ambitniejszych kółek dyskusyjnych, a nawet – to aluzja – z uczestnictwa w odpowiedzi na kółkach teatralnych.

[14] Prawdziwy wojskowy – to aluzja – nie mięknie nawet po kielichu.

Jako słowa-klucze, swoiste deszyfratory aluzji występują autentyczne i/lub utworzone na użytek felietonu określenia w rodzaju: *ludzie polscy; ludzie kultury; czteroliterowe komunikaty; człowiek wojskowy; styl wojskowy; ten, którego minister miał na myśli*.

Swoje stanowisko wobec wyrażania myśli w sposób niestosowny (zbyt lakoniczny, zbyt dosadny i nieuporządkowany) felietonista formułuje też wprost. Oto odpowiednie fragmenty tekstu, ilustrujące to zjawisko:

[15] Nawet ludzie kultury będą komunikować światu kwestie najskomplikowane z pomocą góra jednej sylaby. Tak widzę przyszłość analizy, intelektualnego czy artystycznego obwieszczenia, by nie rzec: refleksji.

[16] Chwała jednak ministrowi za to, że językowo sprostął, że liter w jego opinii było więcej niż cztery, choć ułożył je w ciąg niezborny. Dobrze i to.

¹⁵ Zob.: T. Skubalanka, *Aluzja*, „Stylistyka” 2006, t. XV, s. 69–84.

¹⁶ Można przypuszczać, że w przykładzie 13 mamy do czynienia z aluzją do zachowania wybitnej aktorki, która, skłócona z reżyserem, pokazała na przedstawieniu gołe pośladki.

W przykładzie 16 jest aluzja do zacytowanego wcześniej tekstu autorstwa ministra spraw zagranicznych, tekstu – dodajmy – ocenionego ostatecznie ironicznie:

[17] W czasach czteroliterowych komunikatów znajdujemy wyjątki. Przykładem dobrym jest minister spraw zagranicznych Radosław Sikorski. Parę dni temu wypowiedział opinię na temat życia wojskowego: „Ten styl, taki trochę wojskowy, powinniśmy uszanować” – rzekł z namaszczeniem i doprawdy drugorzędne wydaje się, komu konkretnie winniśmy szacunek.

Jedną z cech publicystyki jest aktualność poruszanych spraw. W dobie mediów elektronicznych żywotność newsów jest jednak bardzo krótka. Zasoby wspólnej wiedzy publicystów i odbiorców mediów mogą się zdecydowanie różnić. Gdy komentowaniu podlega nie jakiś ważny składnik rzeczywistości, analizowany, interpretowany i oceniany na kilka sposobów w trakcie wielowątkowej dyskusji z udziałem ekspertów, lecz zdarzenie chwilowe lub równie krótko pamiętana czyjaś opinia, tekst poświęcony analizie takich zjawisk z natury rzeczy staje się komunikatem zaszyfrowanym, choć stopień jego tajemniczości może być różny dla konkretnych czytelników lub ich grup.

Temat główny analizowanego felietonu został w nim (choć merytorycznie) przedstawiony dość sugestywnie. Autor, stosując, typowe dla poetyki gatunku, środki i chwytły stylizacyjne, jasno wypowiada się przeciwko komunikowaniu w istocie prymitywnemu, zbyt lakonicznemu, dosadnemu, złośliwie aluzyjnemu i apeluje o powrót do komunikacji subtelnie wyrażającej zarówno różnorodne treści, jak i wartościowe przesłanie, budującej klimat empatycznej współpracy komunikacyjnej między interlokutorami. Wyrażeniu tej intencji służy nawiązanie do opinii dziennikarza Zdzisława Baua na temat gibkości języka hiszpańskiego w jego wersji używanej w Argentynie i aktualizująca owe uwagi pointa:

[18] „[...] Argentyński stał się klawiaturą pozwalającą na ciągłą zmianę rytmu. Można obiecać, nie obiecując, można się umówić, nie umawiając, można zaprzeczyć, nie zaprzeczając. Nie ma drugiego języka na świecie bardziej nadającego się do samoobrony”.

Wniosek? Rodacy! Wydłużajmy wyrazy, albowiem lada dzień nie pojmemy, co mówi Ojciec Święty z Rzymu, nawet jeżeli wreszcie zechce – po polsku.

Można odnieść wrażenie, że publicystyka zaszyfrowana ma funkcjonować jako antidotum na dość brutalną walkę na słowa z użyciem najniż-

szych rejestrów polszczyzny potocznej, z nadużywaniem etykietek i innych środków komunikacyjnej agresji¹⁷.

Publicystyka wystudiowana (wyrafinowana)

Określenie *wystudiowany* odnosi się do działań nienaturalnych, lecz wyćwiczonych dla określonych celów, *wyrafinowany* z kolei akcentuje wysoki poziom wykonania czegoś. Publicystyka takiego nurtu służy na ogół zjadliwej krytyce różnych składników aktualnej rzeczywistości za pomocą innowacyjnych środków. Jest to też publicystyka zaskakująca, prowokacyjna, burząca przyzwyczajenia zarówno mentalne, jak i związane z aktywnością w różnych dziedzinach rzeczywistości społecznej. Jest to publicystyka ujmowana w innowacyjne, oryginalne ramy gatunkowe. Sprzyja zatem metamorfozom gatunków i modyfikuje dyskurs, uwypuklając jego charakter ludyczny. Może budzić skrajne reakcje – od zachwytu do oburzenia i braku akceptacji. Jest publicystyką autorską. Trudno mówić o gatunkach, które stanowią pole tak szeroko traktowanych eksperymentów. Z natury swej na takie transformacje najbardziej podatny jest jednak felieton¹⁸.

Przykładem realizacji tego nurtu będzie tekst z cyklu *Mea pulpa, czyli kronika popkulturalna Kuby Wojewódzkiego* [P 2013/13].

Zacznijmy od intencji sygnalizowanych przez autora w tytule. Strukturalnie nawiązuje się w nim do schematu definicji. W pierwszym członie czytelnik spotyka się z przekształconym, powszechnie znanym zwrotem łacińskim, stanowiącym składnik spowiedzi powszechnej – *mea culpa* (moja wina). Wprowadzony substytucyjnie leksem *pulpa* oznaczać ma coś amorficznego, płynnego i wieloskładnikowego i funkcjonuje jako autorska prowokacja. W słowie *kronika* mieści się odwołanie do gatunku dziennikarskiego zawierającego uporządkowane chronologicznie, lakoniczne informacje na temat istotnych wydarzeń konkretnego (ostatniego) tygodnia, publikowane z reguły w tygodnikach lub innych periodykach¹⁹.

Twórca tych cyklicznych tekstów dąży do zaskakiwania i prowokowania odbiorców samą formą przekazu, która staje się autorskim schematem. Zmianom nie podlega bowiem tytuł i układ kompozycyjny tekstu. W nawiązaniu do struktury kroniki publicysta dzieli całość na kilka krótkich (wzmiankowych) komunikatów, poświęconych tendencyjnej

¹⁷ Zob.: R. Zimny, P. Nowak, *Słownik polszczyzny politycznej po roku 1989*, Warszawa 2006.

¹⁸ Zob.: M. Wojtak, *Felietonista indywidualista, czyli o idiolekcie gatunkowo profilowanym...*, dz. cyt., s. 321–332.

¹⁹ STM..., dz. cyt., s. 106–107.

prezentacji określonych zdarzeń kulturowych. Jeden z komunikatów jest wyróżniony (przypomina to trochę sposób prezentacji horoskopów gazetowych), opatrzone materiałem ikonograficznym i, jeśli można użyć tego określenia, szczególną siłą satyrycznego rażenia. Całość ma bowiem z reguły charakter satyryczny. Wybrane fragmenty nawiązują do konwencji humoru kabaretowego i innych pasm dyskursu komicznego. W tak konstruowanych tekstowych mozaikach autor stosuje wszelkie możliwe sposoby wyrażania opinii – od sądów wartościujących, przez metaforykę, parafrazy i inne środki innowacyjne, po aluzje. Nie powtarza się też kompozycja pojedynczych segmentów, choć dość dużą frekwencję mają wypowiedzi rozpoczynane formułą wartościującą ogólnie i zapowiadającą enigmatycznie aksjologiczną wymowę całości: *Niestety, pada kolejna legenda; To były dubeltowe kłopoty; No i stało się; Jak się okazuje, ławka rodzimych gwiazd jest krótka; Oto transfer tysiąclecia* itd. Po takiej formule następuje krótka prezentacja zagadnienia (zwykle w formie narracyjnej), całość zaś kończy pointa.

Pokrewieństwo z poetyką felietonu jest tu aż nazbyt wyraźne. Można zatem powiedzieć, że kolejne teksty Wojewódzkiego to melanz mikrofelietonów, czy też mikrokomentarzy. Nie stanowią one zatem całkowitej nowości, gdyż analogiczne satyryczne twory były w prasie cyklicznie publikowane²⁰. Analogiczne są też techniki osiągnięcia celów komunikacyjnych, a więc eksponowanie paradoksów, zderzanie różnych perspektyw oglądu rzeczywistości, ironizowanie, tworzenie neologizmów i inne zabawy słowem.

Ponieważ autor prowadzi z czytelnikiem grę polegającą na wyzyskiwaniu efektu niespodzianki, sprowadzaniu prezentowanego świata do absurdu, szydzeniu, epatowaniu nadmiarem danych i nadmiarem użytych środków, ograniczę prezentację do kilku konkretnych segmentów. Przejawiają się w nich wszystkie te zjawiska, o których wspominałam w charakterystyce ogólnej, więc nie będę każdego z fragmentów rozbiierać na czynniki pierwsze.

[19] Niestety, pada kolejna legenda. Tym razem Pawła Kukiza, absolutnego bohatera polskiego rocka oraz popkultury. Paweł był twarzą pierwszego zjazdu Platformy Oburzonych. Padały tam ostrzeżenia przed piątym rozbiorem, zaborem oraz inwazją sprzymierzonych wojsk angielskich i niemieckich. Platforma Oburzonych powinna jak najszybciej przyjąć nazwę Platforma Odurzonych.

²⁰ Zob.: M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, dz. cyt., s. 198, gdzie znajduje się analiza rubryki *To był tydzień* z lubelskiego dodatku do „Gazety Wyborczej”.

[20] No i stało się. San Francisco planuje zlikwidować znajdującą się w granicach miasta ulicę Lecha Wałęsy. Jak przystało na stolicę amerykańskiego homoseksualizmu, uliczka była ciasna i wąska. Na szczęście są w Gdańsku ulice, gdzie laureat Nobla może wędrować ze swoimi poglądami z podniesioną głową. Na przykład ulica Za murem.

[21] Są już pierwsze efekty wyboru papieża Franciszka i jego efektownych, choć ascetycznych, nawyków. Szymon Hołownia, naczelny kaznodzieja TVN, pod wpływem czynów papieża planuje częściowo zrezygnować z samochodu. Teraz zamierza dojeżdżać do samochodu autobusem.

Z zaprezentowanych w artykule analiz wynika, iż we współczesnej publicystyce da się wyróżnić nurt główny (podstawowy) i nurty modernizacyjne. Ten pierwszy jest wpisany elastycznie w tradycję publicystyki prasowej i charakteryzuje go aktualność poruszanej problematyki (choć wycieczki historyczne nie są zakazane), waga podejmowanych tematów, obrona wartości uznawanych w naszym kręgu kulturowym za prymarne, perswazja przekonująca oparta na argumentowaniu, uzasadnianiu prezentowanych opinii, odwoływanie się do autorytetów, postawa troski o wspólne dobro, elegancja i precyzja wystąpienia, dbałość o estetykę wypowiedzi, jej obrazowość i sugestywność.

Nurty modernizacyjne natomiast (pokazane w wyborze i subiektywnie ponazywane) należy postrzegać jako działania eksperymentatorskie, sygnowane podmiotowo, wielogłosowe, demaskatorskie i satyryczne, prowokujące i budujące z czytelnikami wspólnotę świata, opartą na zainteresowaniach, wspólnocie aksjologicznej, wspólnocie języka i wspólnocie śmiechu (co ciekawe – wymienione parametry nie muszą współwystępować).

Zjawisko mieszania wszystkich nurtów w konkretnych tekstach jawi się jako najbardziej typowy rys współczesnej publicystyki. Funkcjonowanie przekazów z określoną dominantą wprowadza w ten ład modernizacyjny ferment. W ramach artykułu przedmiotem bliższej charakterystyki były teksty dokumentujące wspomniane tendencje.

Literatura

- Balcerzan E., *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Genologia dzisiaj*, red. W. Bolecki, I. Opac-ki, Warszawa 2000, s. 86–101.
- Bańkowska E., *Esej – projekcja świadomości*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 169–220.
- Bartmiński J., *Operatory „typowy” i „prawdziwy” w strukturze semantycznej tekstu*, „Prace Filologiczne” 2001, t. XLVI, s. 41–47.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin 1998, s. 211–224.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Tekstologia*, Warszawa 2009.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 143–173.
- Bauer Z., 2006, *Publicystyka*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 169–170.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2008, s. 255–280.
- Bąkowski G., *Dowcip rysunkowy, czyli czarno na białym*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Poznań 2001, s. 111–124.
- Błąd językowy w perspektywie komunikacyjnej*, red. M. Kita, M. Czempka-Wewióra, M. Ślowska, Katowice 2008.
- Bolecki W., *Pre-teksty i teksty. Z zagadnień związków międzytekstowych w literaturze polskiej XX wieku*, Warszawa 1998.
- Boniecka B., *Lingwistyka tekstu. Teoria i praktyka*, Lublin 1999.
- Brzozowska D., *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*, Opole 2000.
- Bulisz E., *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka” 2014, t. XXIII, s. 397–413.
- Burska-Ratajczyk B., *Ekspresywność w aspekcie komunikacyjnym – intensyfikacja emocji w języku mówionym młodzieży*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 123–137.
- Dubaniowska M., *Humor w międzywojennym czasopiśmie satyrycznym „Mucha”*, [w:] *Świat humoru*, red. S. Gajda, D. Brzozowska, Opole 2000, s. 271–282.
- Duszak A., *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa 1998.
- Dyskurs jako struktura i proces*, red. T. van Dijk, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001.

- Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Poznań 2001.
- Dziki S., *Prasa wyznaniowa*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 156.
- Ficek E., *Poradnik. Model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*, Katowice 2013.
- Filipiak M., *Od subkultury do kultury alternatywnej. Wprowadzenie do subkultur młodzieżowych*, Lublin 1999.
- Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 1999.
- Furman W., Kaliszewski A., Wolny-Zmorzyński K., *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów 2000.
- Gajda S., *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 19–26.
- Gajda S., *Współczesny polski dyskurs komiczny*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Lublin 2007, s. 11–19.
- Gileta K., *Czy negatywny stereotyp kibica może zostać przełamany? Autostereotyp i heterostereotyp kibica*, [w:] *Stereotypy – walka z wiatrakami?*, red. A. Bujanowska, J. Szadura, Lublin 2011, s. 175–182.
- Głowiński M., *O gatunkach literackich – po latach*, [w:] *Tradycja i przyszłość genologii*, red. D. Kulesza, Białystok 2013, s. 13–24.
- Goban-Klas T., *Proces komunikowania masowego*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, s. 11–31.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków 1999.
- Goban-Klas T., *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 11–31.
- Goban-Klas T., *Od wielo- do interdyscyplinarności (Z dziejów wiedzy o komunikowaniu)*, „*Studia Medioznawcze*” 2013, nr 3, s. 11–21.
- Gostyńska D., *Retoryka iluzji. Koncept w poezji barokowej*, Warszawa 1991.
- Grabias S., *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1994.
- Jabłonowski M., Jakubowski W., *Status teoretyczny nauk o mediach – kilka uwag do dyskusji*, „*Studia Medioznawcze*” 2014, nr 4, s. 11–24.
- Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2014.
- Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.
- Kajtoch W., *Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu, perswazji w czasopiśmie dla młodzieży*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” 1999, z. 3–4, s. 79–101.
- Kajtoch W., Kołodziej J., Płaneta P., *Język czasopiśmie dla młodzieży: świat, wartość, perswazja*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 120–134.
- Kaliszewski A., *Gatunki dziennikarskie a język*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 175–198.
- Kamińska-Szmaj I., *Słowa na wolności*, Wrocław 2001.
- Kamińska-Szmaj I., *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*, Wrocław 2007.
- Karwatowska M., *„Gazetowa” dziewczyna. Wybrane elementy wizerunku nastolatki w czasopiśmie dla młodzieży*, [w:] M. Karwatowska, L. Tymiak, *Światy uczniowskie. Język. Media. Komunikacja*, Lublin 2014, s. 147–156.
- Kępa-Figura D., Nowak P., *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” 2006, z. 1–2, s. 51–62.
- Kita M., *Szeptem albo wcale. O wyznawaniu miłości*, Katowice 2007.
- Kita M., *Medialna kariera błędu językowego*, [w:] *Błąd językowy w perspektywie komunikacyjnej*, red. M. Kita, M. Czempka-Wewióra, M. Ślaska, Katowice 2008, s. 60–72.

- Kita M., *Razem. Konsiliencja, interdyscyplinarność, transdyscyplinarność*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Stan wiedzy i postulaty badawcze*, t. 1, red. M. Kita, M. Ślowska, Katowice 2012, s. 11–30.
- Kita M., *Dyskurs prasowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 199–288.
- Kita M., *Dyskurs radiowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 313–346.
- Kita M., I. Loewe, [Wstęp do:] *Język w mediach. Antologia*, Katowice 2014, s. 9–13.
- Kołodziej J., *Mediatyzacja (rzeczywistości społecznej)*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 118.
- Kozłowska E., *Recenzja jako forma podwójnego dialogu*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 287–312.
- Kudra B., *O języku w mediach – uwagi ogólne*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*, red. B. Bogolebska, A. Kudra, Łódź 2008, s. 50–60.
- Kukieła E., *O kulturze wypowiedzi w mediach*, [w:] *O mediach i komunikowaniu. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, red. E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 305–318.
- Kurkowska H., Skorupka S., *Stylistyka polska*, wyd. V, Warszawa 2001.
- Lewicki A. M., *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*, [w:] *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 101–113.
- Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław 2009.
- Lisowska-Magdziarz M., *Dyskurs*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 40–41.
- Lisowska-Magdziarz M., *Metodologia badań nad mediami – nurty, koncepcje, nowe wyzwania*, „*Studia Medioznawcze*” 2013, nr 2, s. 27–42.
- Lizisowa M., T., *Style funkcjonalne w dziennikarstwie prasowym*, Kielce 2009.
- Loewe I., *Polska genologia lingwistyczna. Rekonesans*, „*Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs*” 2008, z. 1, s. 25–35.
- Loewe I., *Dyskurs telewizyjny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Odmiany współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 289–311.
- Lubaś W., *Rola słownictwa potocznego w polszczyźnie ostatniego dziesięciolecia*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 59–68.
- Majkowska G., *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 232–243.
- Majkowska G., *Język mediów w perspektywie aksjologicznej*, [w:] *Język polski jako narzędzie komunikacji we współczesnym świecie*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2007, s. 93–103.
- Majkowska G., Satkiewicz H., *O języku w mediach*, [w:] „*Polszczyzna 2000*”. *Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, red. W. Pisarek, Kraków 1999, s. 181–196.
- Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004.
- Markowski A., *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2006.
- Maziarski J., *Gatunki dziennikarskie*, [hasło w:] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 89–91.
- Mazur J., Kozieja W., *Elementy humoru i karnawalizacji w felietonach mówionych Tomasza Olbratowskiego*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Lublin 2007, s. 61–67.

- Mazur J., Rzeszutko M., *Słownictwo „NIE” jako przykład agresji i wulgaryzacji języka we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 149–160.
- Media studies. Refleksje nad stanem obecnym*, red. K. Stępnik, M. Rajewski, Lublin 2008.
- Mich W., *Badania komunikologiczne w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej*, [w:] *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Prawo. Język. Tekst*, red. J. Fras, Toruń 2007, s. 248–273.
- Miczka E., *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*, Katowice 2002.
- Mikołajczak S., *Słownictwo nagłówków w prasie sportowej (na przykładzie „Przeglądu Sportowego”, „Sportu” i „Piłki Nożnej”)*, „Studia Językoznawcze” 2004, t. 3, s. 89–108.
- Mikołajczuk A., *Reportaż – uobecnienie prawdy o człowieku i świecie*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 221–267.
- Mitek E., *Funkcja perswazyjna tytułów „Gazety Wyborczej”*, [w:] *W świecie mediów*, red. M. Białowski, Opole 1999, s. 83–95.
- Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002.
- Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001.
- Nowak P., Tokarski R., *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007, s. 9–35.
- Nycz R., *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa 1995.
- O mediach i komunikowaniu. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, red. E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz, Łódź 2010.
- Ostaszewska D., *Genologia lingwistyczna jako subdyscyplina współczesnego językoznawstwa*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Katowice 2008, s. 11–39.
- Ostromięcka-Frączak B., *Sprzedaj języka w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, [w:] *W kręgu wiernej mowy*, red. M. Wojtak, M. Rzeszutko, Lublin 2004, s. 113–125.
- Otrocki M., *Partwork – tekst medialny – tekst krytyczny. Przykład pragmatycznej analizy zawartości*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Wrocław 2003, s. 68–140.
- Otwinowska B., *Koncept*, [hasło w:] *Słownik literatury staropolskiej*, red. T. Michałowska, Wrocław 1990, s. 338–341.
- Ożóg K., *Moda na potoczność w tekstach oficjalnych*, „Poradnik Językowy” 1999, z. 8–9, s. 29–37.
- Ożóg K., *Wyrazy modne i nadużywane w polszczyźnie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 87–94.
- Ożóg K., *Polszczyzna przelomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów 2001.
- Ożóg K., *Boskie usta, kultowe dialogi – wpływ mediów na wzorce językowe*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Poznań 2009, s. 11–20.
- Pałuszyńska E., *Nagłówki w „Gazecie Wyborczej” (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka)*, Łódź 2006.
- Potoczność a zachowania językowe Polaków*, red. B. Boniecka, S. Grabias, Lublin 2007.
- Pajdzińska A., *Dzieci Heraklita (poeci o czasie)*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin 1995, s. 89–103.
- Piechota M., *Slang młodzieżowy w reportażach z „Polityki”*, [w:] *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, t. 2, red. M. Rutkowski, K. Zawilska, Olsztyn 2008, s. 160–178.
- Piechota M., *Poetyka reportażu portretowego (na przykładzie „Papuszy” Angeliki Kuźniak)*, [w:] *Literatura. Media. Polityka. Prace ofiarowane Panu Profesorowi Krzysztofowi Stępnikowi*, red. M. Piechota, Lublin 2014, s. 83–105.

- Piechota M., Stachyra G., Nowak P., *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Lublin 2012.
- Piekot T., *Prywatny i publiczny punkt widzenia w dyskursie wiadomości dziennikarskich*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, R. Nycz, Lublin 2004, s. 127–147.
- Pisarek W., *Poznać prasę po nagłówkach!*, Kraków 1967.
- Pisarek W., *Frekwencja wyrazów w prasie*, Kraków 1972.
- Pisarek W., *Słownik języka niby-polskiego, czyli błędy językowe w prasie*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1978.
- Pisarek W., *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 11–17.
- Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002.
- Pisarek W., *O mediach i języku*, Kraków 2007.
- Pisarek W., *Terminologia nauk o mediach*, „*Studia Medioznawcze*” 2013, nr 2, s. 15–26.
- Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003.
- Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. S. Gajda, Opole 1995.
- Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013.
- Ptaszek G., *Talk show. Szczerość na ekranie?*, Warszawa 2007.
- Rutkowski M., *Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007, s. 155–170.
- Satkiewicz H., *Stylistyczne wyzyskanie elementów leksykalnych w tekstach nagłówków prasowych*, [w:] *Opisać słowa*, red. A. Markowski, Warszawa 1992, s. 161–166.
- Skarżyńska M., *Język prawników w służbie reportażu telewizyjnego*, [w:] *Najnowsze słownictwo a współczesne media elektroniczne*, red. R. Pawelec, M. Krysińska, Warszawa 2008, s. 121–141.
- Skarżyńska M., *Słowo pisane a słowo mówione. Ikoniczność przekazu telewizyjnego*, [w:] *Najnowsze słownictwo a współczesne media elektroniczne*, red. R. Pawelec, M. Krysińska, Warszawa 2008, s. 143–159.
- Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013.
- Skowronek K., Rutkowski M., *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*, Kraków 2004.
- Skórzyński J., *Sześć grzechów polskiego dziennikarstwa*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. R. Rubinkiewicz SDB i ks. S. Zięba, Lublin 2000, s. 205–211.
- Skubalanka T., *Założenia analizy stylistycznej*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków 1976.
- Skubalanka T., *Historyczna stylistyka języka polskiego. Przekroje*, Wrocław 1984.
- Skubalanka T., *O stylu poetyckim i innych stylach języka. Studia i szkice teoretyczne*, Lublin 1995.
- Skubalanka T., *Podstawy analizy stylistycznej. Rozważania o metodzie*, Lublin 2001.
- Skubalanka T., *Aluzja*, „*Stylistyka*” 2006, t. XV, s. 69–84.
- Skudrzykowska A., Warchala J., *Dyskurs edukacyjny a kompetencja interakcyjna*, [w:] *Studia pragmatolingwistyczne*, t. 3, *Czynności tworzenia i rozumienia wypowiedzi*, red. J. Porayski-Pomsta, Warszawa 2002, s. 277–284.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- Starzec A., *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole 1999.
- Starzec A., *Styl popularnonaukowy – styl dyskursu popularnonaukowego*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 71–110.
- Stawnicka J., *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych*, [w:] *Język a komunikacja 1. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia” Kraków, 2–3 marca 2000*, red. G. Szpila, Kraków 2000, s. 207–214.

- Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- Sujkowska-Sobisz K., Wyrwas K., *Dwa typy kontaminacji gatunkowych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. II, *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2004, s. 62–72.
- Szczurek E., *Styl publicystyczny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. S. Gajda, Opole 1995, s. 363–396.
- Święcicka M., *Moda na potoczność w języku czasopism dla kobiet*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 53–65.
- Święcicka M., *O potoczności w języku czasopism dla młodzieży*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. VIII, red. M. Białoskórska, L. Mariak, Szczecin 2002, s. 273–288.
- Tabloidy, język, wartości, obraz świata*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, „Oblicza Komunikacji” 2011, t. 4.
- Tabloidyzacja języka i kultury*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, „Oblicza Komunikacji” 2010, t. 3.
- Warchala J., *Dialog potoczny a tekst*, Katowice 1991.
- Warchala J., *Potoczna narracja w dialogu*, [w:] *Z problemów współczesnego języka polskiego*, red. A. Wilkoń, J. Warchala, Katowice 1993, s. 22–31.
- Wilkoń A., *Typologia odmian współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000.
- Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Katowice 2005.
- Witosz B., *Dyskurs i stylistyka*, Katowice 2009.
- Wojdyła M., *Tabloidy w badaniach medioznawczych*, [w:] *Oblicza komunikacji*, t. 4, *Tabloidy, język, wartości, obraz świata*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2011, s. 9–32.
- Wojtak M., *Przyjacielsko, miło, zrozumiale, czyli o stylu poradnika*, [w:] *Kształcenie porozumiewania się*, red. S. Gajda, Opole 1994, s. 301–307.
- Wojtak M., *Styl w perspektywie struktury tekstu (wybrane zagadnienia na przykładzie tekstów sylw)*, [w:] *Styl a tekst*, red. S. Gajda, M. Balowski, Opole 1996, s. 177–186.
- Wojtak M., *Stylistyka a pragmatyka – stan i perspektywy w stylistyce polskiej*, „Stylistyka” 1998, t. VII, s. 369–377.
- Wojtak M., *Stylistyka tekstów użytkowych – wybrane zagadnienia*, [w:] *Język. Teoria – dydaktyka*, red. B. Greszczuk, Rzeszów 1999, s. 253–263.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „Stylistyka” 1999, t. VIII, s. 105–117.
- Wojtak M., *„Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej – na wybranych przykładach*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 117–130.
- Wojtak M., *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana)*, [w:] *Język a komunikacja 1. Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia”*. Kraków 2–4 marca 2000, red. G. Szpila, Kraków 2000, s. 235–244.
- Wojtak M., *Strategie dyskursywne w pewnym typie tekstu dydaktycznego*, [w:] *Język w komunikacji*, t. 3, red. G. Habrajska, Łódź 2001, s. 168–178.
- Wojtak M., *Felietonowe gry ze stereotypem, czyli portret Polaka kierowcy*, „Prace Filologiczne” 2001, t. XLVI, s. 649–653.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 53–67.
- Wojtak M., *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej*, [w:] *O doskonałości*, cz. I, red. A. Maliszewska, Łódź 2002, s. 377–392.
- Wojtak M., *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 35–51.

- Wojtak M., *Potoczność w tekstach prasowych*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II, t. 1: Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, seria *Język a komunikacja* 4, Kraków 2002, s. 323–334.
- Wojtak M., *Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty redakcyjnej miesięcznika „bikeBoard”*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, T. VIII, red. M. Białoskórska, L. Mariak, Szczecin 2002, s. 195–214.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Łódź 2002, s. 372–386.
- Wojtak M., *Wzmianka jako gatunek wypowiedzi prasowej*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2003, s. 166–171.
- Wojtak M., *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, „*Studia Językoznawcze*” 2003, t. 2, s. 9–27.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „*Stylistyka*” 2003, t. XII, s. 259–278.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.
- Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. II, *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2004, s. 29–39.
- Wojtak M., *Przejawy sztuki stylizatorskiej w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XIII, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Poznań 2004, s. 179–188.
- Wojtak M., *Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze*, red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów 2005, s. 145–159.
- Wojtak M., *Zderzenie składników kultury popularnej i elitarnej w prasowych tekstach rozrywkowych*, [w:] *Relacje między kulturą wysoką i popularną w literaturze, języku i edukacji*, red. B. Myrdzik, M. Karwatowska, Lublin 2005, s. 193–202.
- Wojtak M., *Socjolekt w reportażu prasowym – wybrane zagadnienia*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia III, t. 1: Tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny*, red. G. Szpila, Kraków 2005, s. 433–440.
- Wojtak M., *Konfiguracja gatunkowa charakterystyczna dla pierwszej strony gazety*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2005, s. 37–47.
- Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, s. 115–128.
- Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)*, [w:] *Style konwersacyjne*, red. B. Witosz, Katowice 2006, s. 119–129.
- Wojtak M., *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „*Prace Językoznawcze*”, z. VIII, Olszyn 2006, s. 61–77.
- Wojtak M., *„Piyknie hipkoł”, czyli o przeobrażeniach gatunków prasowych*, [w:] *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. K. Ożóg, E. Oronowicz-Kida, Rzeszów 2006, s. 179–190.
- Wojtak M., *Rozrywka w prasie codziennej – wybrane aspekty*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Lublin 2007, s. 39–49.
- Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe w humorystycznych i satyrycznych transformacjach*, [w:] *Media studies. Refleksja nad stanem obecnym*, red. K. Stępnik, M. Rajewski, Lublin 2008, s. 177–189.
- Wojtak M., *Felietonista indywidualista, czyli o idiolektie gatunkowo sprofilowanym*, [w:] *Język i styl twórcy w kręgu badań współczesnej humanistyki. Studia o języku i stylu artystycznym*, t. V, red. K. Maćkowiak, C. Piątkowski, Zielona Góra 2009, s. 321–332.
- Wojtak M., *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media: status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 362–372.

- Wojtak M., *Dyskurs religijny w mediach. Próba rekonesansu*, [w:] *Dyskurs religijny w mediach*, red. D. Zdunkiewicz-Jedynak, Tarnów 2010, s. 7–30.
- Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.
- Wojtak M., *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogotebska, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 81–91.
- Wojtak M., *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 2011, z. 4, s. 69–78.
- Wojtak M., *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. IV, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice 2011, s. 44–56.
- Wojtak M., *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, Tarnów 2011.
- Wojtak M., *Kpina jako wartość w przekazach felietonistycznych*, „Polonistyka” 2012, nr 9, s. 28–32.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*, [w:] *Tekst – gatunek – dyskurs na przełomie XX i XXI wieku*, red. J. Szadura, Lublin 2012, s. 9–26.
- Wojtak M., *Komizm we współczesnej prasie*, [w:] *Humor polski*, red. D. Brzozowska, W. Chłopicki, Kraków 2014, s. 231–252.
- Wojtak M., *Sporne i bezsporne problemy współczesnej genologii*, „Poradnik Językowy” 2014, z. 8, s. 7–21.
- Wojtak M., *O języku i stylu polskiego dramatu. Studia i szkice*, Lublin 2014.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Warszawa 2006.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., *Genologia dziennikarska*, [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 68.
- Wolny-Zmorzyński K., Kozieł A., *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3, s. 23–34.
- Worsowicz M., *Inforozrywka w prasie*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 209–218.
- Woźny A., *Wstęp do: Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Wrocław 2003, s. 5–14.
- Współczesna polszczyzna. Wybór opracowań*, t. 2, *Warianty języka*, red. J. Bartmiński, J. Szadura, Lublin 2003.
- Wszeborowska H., *Felieton – w wyostrzonym obiektywie*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 268–286.
- Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*, red. B. Bogotebska, A. Kudra, Łódź 2008.
- Zbróg P., *Najczęstsze przykłady naruszania normy językowej w prasie*, [w:] *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Kraków 2007, s. 327–336.
- Zdunkiewicz-Jedynak D., *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2008.
- Zgólkowa H., *Język subkultur młodzieżowych*, [w:] *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, red. W. Pisarek, Kraków 1999, s. 252–261.
- Zimny R., Nowak P., *Słownik polszczyzny politycznej po roku 1989*, Warszawa 2006.
- Zwiefka-Chwałek A., *Słowo elektroniczne. Strategie werbalne w epoce nowych mediów*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Wrocław 2003, s. 15–67.
- Żydek-Bednarczuk U., *Struktura tekstu rozmowy potocznej*, Katowice 1994.
- Żydek-Bednarczuk U., *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 179–197.
- Żydek-Bednarczuk U., *Dyskurs internetowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013, s. 347–379.

Nota wydawnicza

1. M. Wojtak, *Językoznawca na medialnym polu badawczym – „Stylistyka”* 2014, XXIII, s. 163–178.
2. M. Wojtak, *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*, [w:] *Tekst – gatunek – dyskurs na przełomie XX i XXI wieku*, red. J. Szadura, Lublin 2012, s. 9–26.
3. M. Wojtak, *Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze*, red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów 2005, s. 145–159.
4. M. Wojtak, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, [w:] *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002, s. 35–51.
5. M. Wojtak, *Przejawy sztuki stylizatorskiej w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XIII, red. Z. Krazyńska, Z. Zagórski, Poznań 2004, s. 179–188.
6. M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl. Dyskurs. Media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 81–91.
7. M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, s. 115–128.
8. M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)*, [w:] *Style konwersacyjne*, red. B. Witosz, Katowice 2006, s. 119–129.
9. M. Wojtak, *„Piyknie hipkoł”, czyli o przeobrażeniach gatunków prasowych*, [w:] *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. K. Ożóg, E. Oronowicz-Kida, Rzeszów 2006, s. 179–190.
10. M. Wojtak, *Komizm we współczesnej polskiej prasie*, [w:] *Humor polski*, red. D. Brzozowska, W. Chłopiński, Kraków 2014, s. 231–252.
11. M. Wojtak, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, [w:] *Studia Językoznawcze*, t. 2: *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, Szczecin 2003, s. 9–27.
12. M. Wojtak, *O sposobach prezentacji i funkcjach socjolektu w reportażu wizerunkowym*, [w:] *Język. Człowiek. Społeczeństwo*, red. J. Panasiuk, T. Woźniak, Lublin 2013, s. 281–293.
13. M. Wojtak, *Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” 2013, t. 20, z. 2, s. 205–220.

Używane skróty:

- NSGU – M. Kasperczyk, M. Rzeszutek, J. Smół, H. Zgólkowa, *Nowy słownik gwary uczniowskiej*, Wrocław 2004.
- SGM – *Słownik gwary młodzieżowej*, oprac. Anna Jędrzejek, Justyna Państwa, Toruń 2006.
- SH – Piotr Fliciński, Stanisław Wójtowicz, *Hip – hop słownik*, Warszawa 2008.
- SJPB – *Słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Warszawa 2007.
- SPP – Janusz Anusiewicz, Jacek Skawiński, *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa 1996.
- STL – *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk, 1988.
- STM – *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- T – tytuł
- L – lid
- K – korpus, czyli główny segment tekstu prasowego
- GTL – „Gazeta Telewizyjna”
- GW – „Gazeta Wyborcza”
- P – „Polityka”
- TP – „Tygodnik Powszechny”

Maria Wojtak – wybitna badaczka języka w prasie (to jeden tylko z jej profili naukowych), należy do tych uczonych, na których teksty czeka się z zainteresowaniem. A to dlatego, że w nich Autorka wskazuje kierunki penetracji rozległego pola badawczego, tworzy katalog pojęć i terminów, wypracowuje adekwatne instrumentarium – i wszystko to z wysublimowaną świadomością złożoności obiektu i możliwości dyscypliny w obecnym stadium rozwoju. Jednocześnie te teksty generują postęp naukowy w domenie badań nad językiem w prasie.

Teksty tworzące tom dotyczą problematyki rozpatrywanej w ramach genologii, tekstologii, stylistyki i lingwistyki pragmatycznej. Autorka harmonizuje te dziedziny, subdyscypliny, tworząc na zasadzie synergii nową przestrzeń naukową, w istocie można nazwać takie podejście optyką ponaddyscyplinową, budowaniem mostów, a nie murów [...]. W przestrzeni książki Autorka ujmuje pole prasowe w perspektywie dyskursowej, językowej i stylowej. Takie podejście z przyjmowaniem różnych perspektyw, zdefiniowanych na potrzeby poszczególnych tekstów, pozwala inaczej naświetlać opisywane zjawiska. [...] „Rozłożone gazety” w znaczeniu „analizowane; podzielone na części” pokazują duży wysiłek ludzi prasy, piszących/redagujących teksty prasowe, by język w prasie dobrze, właściwie, skutecznie i poprawnie spełniał swoje funkcje, i te cząstkowe, działające w obrębie jednego tekstu, i te globalne, odnoszące się do prasy jako abstrakcyjnej sfery ludzkiego działania. „Rozłożone gazety”, w sensie „otwarte”, to także gazety, które się bierze do ręki, otwiera – by je czytać, to zatem gazety czytane, wszystko jedno, czy w wersji papierowej, czy cyfrowej. Gazety, „rozłożone” językowo i językoznawczo przez Marię Wojtak, żyją, reagują na zmiany w kulturze, *eo ipso* w języku, same też zmieniają język. Są otwarte na czytelnika, na jego potrzeby, możliwości, na dialog z nim [...]. Wielką zaletą książki jest styl Autorki. Wybitna badaczka stylu jest też znakomitą stylistką. Wyrafinowanym wywodom teoretycznym towarzyszy elegancja językowa, dzięki której lektura tekstów trudnych i wymagających dostarcza podwójnej przyjemności intelektualnej wynikającej z kontaktu z tekstem mądrym i pięknym.

Książka jest skonstruowana w sposób głęboko przemyślany. Oryginalna teoria stanowiąca fuzję genologii (lingwistycznej), stylistyki i teorii tekstu, wypracowana przez Autorkę, znalazła tu znakomitą reprezentację w postaci starannego wyboru tekstów, dotyczących ważnych aspektów opisu języka w prasie. Teoria i metodologia stworzone przez Marię Wojtak na potrzeby prasy mogą być inspirujące dla opisu języka w innych mediach.

Z recenzji wydawniczej Prof. dr hab. Małgorzaty Kity

